



GEO-Website-Check

Internetauftritt: marketinggutachten.com

Erstellt am: 06.09.2026

+++++

Was wurde überprüft?

Geprüft wurde, wie gut Answer Engines wie Google, ChatGPT, Claude und Perplexity erkennen können, wer Prof. Dr. Claudia Bunte ist, wofür sie als Sachverständige steht, welche Gutachten und Leistungen sie anbietet und warum ihre fachlichen Aussagen glaubwürdig sind. Zusätzlich wurde geprüft, ob typische Nutzerfragen direkt beantwortet werden und ob unabhängige Quellen die Expertise bestätigen.

Geprüfte Seiten:

- <https://marketinggutachten.com/>
- <https://marketinggutachten.com/gutachten>
- <https://marketinggutachten.com/ihre-sachverständige>
- <https://marketinggutachten.com/agb>
- <https://marketinggutachten.com/impressum>
- <https://marketinggutachten.com/datenschutzerklaerung>

Nicht zuverlässig prüfbar: vollständige technische Zusatzinformationen im Website-Code sowie sämtliche Server- und Crawling-Einstellungen. Diese Punkte wurden nicht negativ bewertet.

+++++

Ergebnis auf einen Blick

76 von 100

Die Website besitzt eine außergewöhnlich starke fachliche Basis: öffentliche Bestellung, Promotion, Professur, langjährige Führungserfahrung und Fachpublikationen sind klar erkennbar. Der größte Hebel liegt nicht in zusätzlicher Selbstdarstellung, sondern darin, die vorhandene Expertise in konkrete Fachseiten und kurze Antworten auf typische Mandantenfragen zu übersetzen.

Teilbewertungen

Inhalte: 14/30

Erfahrung, Fachwissen & Vertrauen: 23/25

Struktur: 16/20

Fachgebiet & Leistungen: 14/15

Externe Autorität: 9/10



Die 5 wichtigsten Erkenntnisse

1. Die fachliche Autorität ist sehr stark

Öffentliche Bestellung, Promotion, Professur, langjährige Führungserfahrung und Fachpublikationen ergeben ein ungewöhnlich starkes Kompetenzprofil. Diese Stärke ist auf der Seite „Ihre Sachverständige“ klar sichtbar.

2. Viel Substanz – aber zu wenige direkte Antworten

Die Seite „Gutachten“ beschreibt zahlreiche Leistungen, beantwortet typische Fragen wie „Wann brauche ich ein Marketinggutachten?“ oder „Wie läuft eine Markenbewertung ab?“ aber kaum als kurze Frage-Antwort-Einheiten.

3. Markenbewertung ist ein besonders starkes Thema

Mit der Frage „Was ist eigentlich unsere Marke wert?“ ist bereits ein sehr guter Ansatz vorhanden. Das Thema verdient eine eigene Fachseite, auf der Bewertungsanlässe, Vorgehen und Ergebnisse verständlich erklärt werden.

4. Externe Quellen bestätigen die Expertise

Wesentliche Teile des Profils lassen sich auch außerhalb der eigenen Website nachvollziehen, unter anderem über Hochschul-, Verlags- und Verbandsquellen. Das stärkt die Glaubwürdigkeit für Answer Engines.

5. Anbieterangaben sind nicht vollständig konsistent

Auf „Ihre Sachverständige“ und in der Datenschutzerklärung erscheinen unterschiedliche Anschriften bzw. Telefonnummern. Solche Widersprüche erschweren die eindeutige Zuordnung von Person, Büro und Standort.



Die 5 wichtigsten Anpassungen

01

Eigene Fachseite „Markenbewertung / Markenwert“ schaffen

Wo: <https://marketinggutachten.com/gutachten>

Ändern: Das Thema Markenwert aus der Sammelseite herauslösen und als eigene Fachseite mit Bewertungsanlässen, Vorgehen und Ergebnis vertiefen.

Warum?: Die konkrete Frage „Was ist meine Marke wert?“ passt sehr genau zur ausgewiesenen Expertise und lässt sich von Answer Engines eindeutig zuordnen.

Beispiel: Neue Seite „Markenwert ermitteln“ mit Fragen wie: Wann ist eine Bewertung sinnvoll? Welche Faktoren fließen ein? Welche Unterlagen werden benötigt?

02

Eine zentrale FAQ mit echten Mandantenfragen ergänzen

Wo: <https://marketinggutachten.com/> und [/gutachten](https://marketinggutachten.com/gutachten)

Ändern: 10–15 typische Fragen von Unternehmen, Kanzleien und Gerichten kurz und verständlich beantworten.

Warum?: Klare Frage-Antwort-Passagen helfen Answer Engines, konkrete Nutzerfragen direkt mit Prof. Dr. Büntes Fachwissen zu verbinden.

Beispiel: „Wann brauche ich ein Marketinggutachten?“ – etwa bei Streit über Leistungen, Honorare, Markenwerte oder die Qualität von Marketingmaßnahmen.

03

Die wichtigsten Gutachtenarten als eigene Fachseiten ausbauen

Wo: <https://marketinggutachten.com/gutachten>

Ändern: Eigene Seiten für Markenbewertung, Prüfung von Agenturleistungen und -honoraren, Marketingeffizienz sowie Privat- und Gerichtsgutachten anlegen.

Warum?: Getrennte Fachseiten machen eindeutig, zu welchen konkreten Problemen Expertise vorhanden ist, statt viele Anliegen auf einer Sammelseite zu bündeln.

Beispiel: Seite „Agenturleistung prüfen lassen“ mit Anlass, Prüfgegenstand, benötigten Unterlagen, Ablauf und Ergebnis.

04

Kontaktdaten und Sachverständigenangaben vereinheitlichen

Wo: <https://marketinggutachten.com/ihre-sachverständige> und [/datenschutzerklaerung](https://marketinggutachten.com/datenschutzerklaerung)

Ändern: Eine einzige aktuelle Anschrift, Telefonnummer und einheitliche Formulierung des Bestellungsgebiets verwenden; abweichende Angaben entfernen.

Warum?: Eindeutige Anbieterinformationen helfen Menschen und Maschinen, Person, Sachverständigenbüro und Standort zuverlässig zusammenzuführen.

Beispiel: Ein konsistenter Kontaktblock mit Name, Bestellungsgebiet, IHK-Bezug, aktueller Anschrift, Telefonnummer und E-Mail.

05

Fachliche Nachweise direkt mit Leistungen verbinden

Wo: <https://marketinggutachten.com/ihre-sachverständige> und alle Fachseiten

Ändern: Promotion, Hochschultätigkeit, Publikationen und seriöse externe Nachweise dort nennen oder verlinken, wo sie die jeweilige Leistung fachlich stützen.

Warum?: Die extern belegte Expertise ist ein großer Wettbewerbsvorteil. Die Verbindung zwischen Nachweis und konkreter Leistung sollte nicht erst von der KI hergestellt werden müssen.

Beispiel: Auf der Markenbewertungsseite kurz Promotion in Markenstrategie, öffentliche Bestellung und passende Veröffentlichungen nennen.



Was sonst noch wichtig ist

- Der Navigationspunkt „Kontakt“ führt auf die Seite „Ihre Sachverständige“, wo die Kontaktdaten eingebunden sind. Das ist funktional, aber für Nutzer nicht ganz eindeutig.
- Das Impressum leitete bei der Prüfung auf die Startseite weiter. Dieser Punkt sollte unabhängig von GEO technisch bzw. redaktionell geprüft werden.
- Die vollständige technische Auszeichnung im Website-Code konnte nicht zuverlässig geprüft werden und wurde deshalb nicht negativ bewertet.

Kurzfazit

Mit 76 von 100 Punkten besitzt marketinggutachten.com eine sehr starke fachliche Grundlage, schöpft ihr Potenzial für Answer Engines aber noch nicht vollständig aus. Der größte Hebel ist, die vorhandene Expertise in eigenständige Fachseiten und klar beantwortete Nutzerfragen zu übersetzen. Als Erstes sollten die Themen Markenbewertung, zentrale FAQ und die wichtigsten Gutachtenarten ausgebaut sowie die Anbieterangaben vereinheitlicht werden.

Über KIRevolution: Institut für Marketing-Innovation

KIRevolution ist ein etabliertes Institut für Marketing-Innovation, gegründet 2017 von Prof. Dr. Claudia Bünte. Das Institut vermittelt Marketingfachleuten praxisnahes Wissen und Werkzeuge, um Künstliche Intelligenz (KI) gezielt und effektiv im Marketing einzusetzen. Mit praxisorientierten Masterclasses, Beratungen und Inhouse-Workshops unterstützt KIRevolution Unternehmen dabei, KI-Technologien erfolgreich zu integrieren, und bietet zertifizierte Trainings zur beruflichen Entwicklung. Die Leitung bringt über 25 Jahre Erfahrung in leitenden Positionen bei renommierten globalen Unternehmen wie Volkswagen, Coca-Cola und McKinsey mit.



Prof. Dr. Claudia Bünte

Claudia Bünte ist ausgewiesene Expertin für Künstliche Intelligenz im Marketing. Sie lehrt Digital Marketing an internationalen Hochschulen und beschäftigt sich seit 2016 in Forschung und Praxis mit dem Einsatz von KI in der Wirtschaft. Zuvor war sie in leitenden internationalen Positionen bei führenden Unternehmen tätig – u.a. als internationale Managerin bei Volkswagen und Coca-Cola. Davor beriet sie als Associate Principal bei McKinsey globale Top-Unternehmen.

Heute leitet sie die Marketingberatung **Kaiserscholle GmbH**, ist Ehrenrichterin am Handelsgericht in Berlin und unterstützt Unternehmen sowie Gerichte als Sachverständige für Marketing- und Markenthemen.

Als Gründerin des **Instituts KIRevolution – Institut für Marketing-Innovation** trainiert sie Marketingexpert:innen darin, die besten KI-Tools gezielt und verantwortungsvoll einzusetzen, um im Berufsalltag effizienter und wirkungsvoller zu arbeiten.

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/claudiabuenteexpertinfuermarketing/>

KIRevolution: Institut für Marketing-Innovation: <https://kirevolution.com/>

Zum Newsletter anmelden: <https://kirevolution.com/ki-zertifikate> (ganz unten klicken)