OUTTRA

KI-MARKTREPORT · WEBINAR

Wie sichtbar bist du in der KI-Suche?

Der erste KI-Marktreport für Outdoor- und Sport

Oktober 2026 · OUTTRA

OUTTRA

ÜBER UNS

Sichtbar sein, wo Kunden suchen.

Im Laden. In der Websuche. In KI-Antworten.

Seit 2016 das Netz für die Outdoor-, Bike- und Sportbranche: Wir bringen Produktdaten in den Fachhandel, Kunden auf die Fläche und Marken in die KI-Antworten.

30+
MARKEN

2.000+
HÄNDLER IM NETZ

10
JAHRE FÜR DIE BRANCHE



Sigi Müller
Gründer & CEO, OUTTRA



Kathrin Worms
CMO, OUTTRA

OUTTRA

WARUM JETZT

Kaufberatung läuft immer öfter über KI.

35 %

der KI-Nutzer in Deutschland fragen die KI schon heute beim Einkaufen

Quelle: Bitkom Research, KI (Verbraucher) 2026

49 %

der Verbraucher in Deutschland erwarten, dass KI-Assistenten in den nächsten fünf Jahren einen Großteil ihrer Alltagseinkäufe übernehmen

Quelle: Riverty & Adyen, Agentic-Commerce-Studie, Aug. 2026

OUTTRA

WARUM JETZT

KI-Traffic wächst – in den USA und bei uns.

+127 %

KI-Traffic auf Onlineshops in den USA – im Vergleich zum Vorjahr

Quelle: Adobe Digital Insights, U.S. Holiday Forecast 2026, Daten Aug. 2026

+200 %

KI-Traffic in der DACH-Region in H1 2026 – im Vergleich zum Vorjahr

Quelle: e-dialog Traffic-Studie H1 2026

OUTTRA

DER SHIFT

Vom blauen Link zur KI-Antwort.

GESTERN

10 blaue Links auf Google.

Der Nutzer sucht, klickt, vergleicht – und entscheidet selbst.

Marken kämpfen um Position 1 in der SERP.

HEUTE

1 KI-Antwort. 3 Empfehlungen.

Die KI entscheidet, welche Marken und welche Shops in der Antwort stehen – und welche nicht.

Wer fehlt, wird nicht angeklickt – wer fehlt, existiert für den Käufer nicht.

OUTTRA

DER REPORT

Der erste KI-Marktreport für die Outdoor-, Bike- und Sportbranche.

01

Dein Ranking

Wo ist dein Platz unter 7.000+ Marken & Händlern? Auswertung nach Erwähnungsrate, Stimmenanteil und Top-3-Quote.

02

Deine Stärken

Welche Kategorien pushen dich? Und in welchen Sortimenten bist du in der KI noch unsichtbar?

03

Wettbewerber

Wie schneidest du im direkten Vergleich mit deinen Top-Konkurrenten ab? Aufgeschlüsselt nach Score-Differenz, Sentiment und Reputationsstand.

04

Quellen

Welche Domains zitiert die KI bei Fragen rund um Outdoor-Produkte? Aufschlüsselung nach Händlern, Marken, Medien und Nutzerinhalten.

OUTTRA

METHODIK

So entsteht der Report.

Wir stellen wiederholt Fragen an die wichtigsten KI-Modelle – branchenspezifisch, intent-basiert und über 5 KI-Modelle parallel.

2.400+
branchenspezifische Fragen

37.000+
analysierte KI-Antworten

160.000+
erfasste Markennennungen

10.000+
analysierte Quellen

5 KI-Modelle: ChatGPT · Gemini · Claude · Perplexity · Google AI Overviews

OUTTRA

LIVE-DEMO

Schauen wir rein.

OUTTRA

DER NÄCHSTE SCHRITT

Von der Momentaufnahme zum Monitoring

DER KI-MARKTREPORT

Wo stehe ich heute?

Monatlich aktualisierter Branchen-Benchmark. Vergleiche deine KI-Sichtbarkeit gegen den Wettbewerb.

DAS KI-SICHTBARKEITSTOOL

Wo stehe ich morgen?

Kontinuierliches Tracking eigener Prompts. Wettbewerber im Direktvergleich. Website-Scanner mit Handlungsempfehlungen.

OUTTRA

HERSTELLER & HÄNDLER

Wenn KI mitentscheidet, zählen Daten mehr als Image.

63 %

erwarten, dass Preis, Verfügbarkeit und Nachhaltigkeit in Kaufentscheidungen wichtiger werden als das Markenimage

68 %

sehen standardisierte Produktdaten als Voraussetzung dafür, dass KI-Agenten mit ihren Produkten arbeiten können

Quelle: ECC KÖLN & Arvato Systems, Sept. 2026

OUTTRA

GRUNDLAGEN

Worauf KI-Sichtbarkeit beruht.

KI-Antworten entstehen nicht auf deiner Website allein. Drei Grundlagen entscheiden, ob du genannt wirst.

01

Optimierter Content

- Für Menschen schreiben, nicht für die Maschine
- Klar strukturiert, Kernaussage zuerst
- Echte Fragen beantworten
- Content aktuell halten: 3 von 4 zitierten Seiten wurden im letzten Jahr aktualisiert

02

Eigene & externe Quellen

- Alle KI-Modelle: fast 50 % der Quellen sind Händler, nur 15 % Markenseiten
- ChatGPT (rund 80 % des KI-Traffics): Marken und Händler gleichauf bei je rund 40 %
- Eigene Website und Händlerpräsenz sind gleich wichtig
- Erwähnungen zählen – oft auch ohne Link

03

Authority & Trust

- KI bevorzugt Quellen mit Expertise und echter Erfahrung
- Eigene Daten, Tests und belegbares Know-how zeigen
- Testsiege, Auszeichnungen und Zertifikate sichtbar machen – auf der eigenen Website und bei Händlern

Quellen: OUTTRA KI-Marktreport Outdoor 10/2026 · Statcounter, Aug. 2026 (Europa) · Seer Interactive, Juli 2026

OUTTRA

UMSETZUNG

So wirst du in Outdoor & Sport sichtbar.

1 Produktdaten liefern, im Handel sichtbar sein

- **Marken:** Produktdaten vollständig und konsistent pflegen und breit streuen
- **Händler:** Daten in den Shop übernehmen
- Google-Shopping-Feed bespielen – wichtigster Hebel für Google AI Mode, Gemini und ChatGPT

2 Mit Video sichtbar werden

- YouTube: Top-Quelle in Google AI Overviews und AI Mode
- Test- und Anwendungsvideos produzieren
- Marke und Produkt in Titel und Beschreibung, Untertitel und Kapitel nutzen

3 In die Branchenmedien kommen

- Tests und Erwähnungen in Fachmedien werden häufig zitiert
- z. B. SAZsport, outdoor-magazin.com
- Produkt-PR und Testplatzierungen lohnen sich

4 Eigene Website: SEO als Basis

- SEO bleibt Pflicht – auch für KI-Sichtbarkeit
- Marke, Kategorie, Material in die ersten 100 Wörter
- Technisch crawlbar und aktuell gehalten

OUTTRA

JETZT KOSTENFREI HOLEN

Hol dir deinen KI-Marktreport.

Branchenspezifisch. Sofort verfügbar.

QR-Code scannen

OUTTRA.COM/KI-MARKTREPORT

OUTTRA

F R A G E N ?

Sprechen wir.

hello@outtra.com

Vernetz dich mit mir auf LinkedIn:

linkedin.com/in/sigi-mueller