

KI-Sichtbarkeit von Banken und Sparkassen in Lübeck

Wen ChatGPT und Gemini nennen und empfehlen, wenn Lübecker nach einer Bank fragen. Ergebnisse aus zehn Erhebungswellen mit 2.320 ausgewerteten Antworten.

AUTOR

Patrick Stolp, SEO-Experte,
Lübeck

FASSUNG

1.0 vom 13.08.2026

ERHEBUNG

01. bis 12.08.2026, 10 Wellen

SYSTEME

ChatGPT (gpt-5-mini), Gemini
(mit Grounding)

INTERESSENKONFLIKT

Eigenfinanziert, ohne Auftrag
entstanden

LIZENZ

CC BY 4.0, Rohdaten frei
verfügbar

1 Kurzfassung

Welche Bank empfehlen KI-Chatbots, wenn Lübecker nach einem Girokonto, einer Baufinanzierung oder einer Filiale in ihrer Nähe fragen? Um diese Frage zu beantworten, habe ich vom 1. bis zum 12. August 2026 in zehn Erhebungswellen insgesamt 2.320 gültige Antworten von ChatGPT und Gemini erhoben, deterministisch codiert und mit Konfidenzintervallen ausgewertet. Die Studie ist nach meiner Kenntnis die erste systematische Messung der KI-Sichtbarkeit einer lokalen Bankenlandschaft in Deutschland.

92,3 %

der Antworten nennen
die Sparkasse zu Lübeck
an erster Stelle

0 von 1.183

Antworten nennen die
Volksbank Lübeck zuerst,
trotz 78,3 % Top-3-Quote

71 Punkte

Abstand zwischen
Nennungsquote und Top-
3-Quote der
Commerzbank

12,82 €

API-Kosten der zehn
gewerteten Wellen

Vier Ergebnisse stehen im Zentrum. Erstens dominiert die Sparkasse zu Lübeck die Empfehlungen nahezu vollständig: 96,3 % Nennungsquote, 94,3 % Top-3-Quote, 92,3 % Erstnennungen. Zweitens sagt eine hohe Nennungsquote wenig über die Empfehlungsposition. Deutsche Bank und Commerzbank tauchen in knapp 89 % der Antworten auf, unter den ersten drei Empfehlungen stehen sie allerdings nur in 31,1 bzw. 17,5 % der Fälle. Drittens bestimmt das befragte System die Sichtbarkeit stärker als die meisten Unterschiede zwischen den Instituten: Die Volksbank Lübeck wird von Gemini in 98,7 % der Antworten genannt, von ChatGPT in 63,1 %. Und viertens fällt ein Einzelfall zur Datenbasis auf: Ein Institut mit Filiale in der Lübecker Innenstadt, die BBBank, war über die Google-Places-API nicht auffindbar und erreicht in den KI-Antworten keine einzige Top-3-Nennung. Ob beides zusammenhängt, kann ein einzelner Fall nicht belegen.

2 Anlass: Suchanfragen, die es bei Google nicht gibt

Es liegt nahe, die Sichtbarkeit von Banken über klassische Keyword-Daten zu messen. Die verwendeten Sistrix-Daten zeigen jedoch, dass die organische Google-Suche im Bankenumfeld fast vollständig markengetrieben ist. Allein „sparkasse lübeck“ wird monatlich 13.800 Mal gesucht, die Kategoriesuche „bank lübeck“ kommt auf gerade einmal 30 Anfragen. Über alle erhobenen Suchbegriffe übertreffen Markensuchen die Kategoriesuchen im Verhältnis 185:1. Wer bei Google nach einer Bank sucht, weiß in aller Regel schon, zu welcher er will, und navigiert lediglich dorthin.

Die offene Frage nach der passenden Bank existiert in der Google-Welt somit praktisch nicht. In KI-Chats wird genau diese Frage hingegen gestellt und beantwortet, z. B. als „Welche Bank soll ich in Lübeck wählen?“. Deswegen wurden für diese Studie 33 individuelle Repräsentationsprompts entwickelt, die auf klassische Bankleistungen abzielen und so tendenziell an KI-Chatbots gestellt werden. Was die Systeme auf derartige Fragen antworten, war bislang für keinen lokalen Bankenmarkt systematisch gemessen.

3 Grundgesamtheit: elf Institute, zwei Quellen, eine Lücke

Zur Grundgesamtheit zählen alle Banken und Sparkassen mit mindestens einer Filiale in Lübeck. Die naheliegende Quelle hierfür wäre die Google-Places-API. Wird die Grundgesamtheit allerdings allein aus Google abgeleitet, während die Studie mittelbar Google-gestützte Sichtbarkeit misst, wählt die Messgröße ihre eigene Stichprobe aus, und Institute mit schwacher Google-Präsenz fallen von vornherein heraus. Deswegen wurde die Places-Enumeration gegen die Bankleitzahlendatei der Deutschen Bundesbank validiert (gültig 08.06. bis 06.09.2026, 13.807 Datensätze, 15 Einträge mit Ort Lübeck).

Diese Validierung förderte vor Erhebungsbeginn ein elftes Institut zutage: Die **BBBank eG** betreibt eine Filiale in der Lübecker Innenstadt, war über die Google-Places-API jedoch nicht auffindbar. Umgekehrt ist auch die Bundesbank-Datei allein unvollständig, denn TARGOBANK, Santander, Sparda-Bank und apoBank führen ihre Bankleitzahl am jeweiligen Hauptsitz und erscheinen in der Lübeck-Auswertung nicht. Erst die Zusammenführung beider Quellen ergibt die vollständige Grundgesamtheit.

Ein zweites Datenproblem verdient Erwähnung, weil es jede ungefilterte Zählung verzerrt: Die Sparkasse zu Lübeck unterhält 41 Google-Unternehmensprofile, davon entfallen allerdings 34 auf Geldautomaten und SB-Standorte. Beratungsstandorte gibt es 7, exakt so viele wie bei der Volksbank Lübeck. Wer Profile oder Kartentreffer unbereinigt zählt, misst hier ein Automaten-Artefakt und keinen Filialvorsprung.

Direktbanken ohne Lübecker Standort (etwa ING, DKB, N26) zählen nicht zur Grundgesamtheit. Ihre Nennungen werden gleichwohl mitcodiert und getrennt ausgewiesen, da sie in den KI-Antworten mit den Filialbanken um dieselben Empfehlungsplätze konkurrieren.

4 Methodik

Prompt-Set und Blöcke

Gemessen wurde mit 33 Prompts in vier Blöcken: 6 Leitprompts (offene Anbieter- und Leistungsfragen, z. B. Girokonto, Baufinanzierung, Filiale), 15 Erweiterungsprompts (weitere Leistungsdimensionen und Formulierungsvarianten), 11 Markenprompts (gezielte Fragen zu je einem Institut) und 1 Kontrollprompt. Das Set wurde vor Erhebungsbeginn präregistriert und blieb über alle Wellen unverändert.

Eine methodische Grundregel dieser Studie lautet: **Sichtbarkeitsaussagen entstehen ausschließlich aus Prompts ohne Institutsnennung in der Frage.** Die Markenprompts erzeugen per Konstruktion eine Nennung des abgefragten Instituts, eine gemeinsame Auswertung würde jede Rangfolge unbrauchbar machen. Alle Quoten in diesem Bericht stammen aus dem Leitblock (n = 1.183 gültige Antworten, davon 583 ChatGPT und 600 Gemini).

Systeme und Erhebung

Befragt wurden ChatGPT über die OpenAI-Responses-API (Modell gpt-5-mini, Websuche mit user_location Lübeck) und Gemini über die Gemini-API mit aktiviertem Grounding. Die Standortangabe stellt sicher, dass die Systeme den lokalen Kontext kennen, ohne dass er in der Frage stehen muss. Erhoben wurde in zehn Wellen zwischen dem 1. und dem 12. August 2026, je Welle ein Zehntel des Soll-Umfangs, zu rotierenden Tageszeiten. Von 2.340 Anfragen gingen 20 mit dem OpenAI-Serverfehler 520 verloren (0,9 %, dokumentiert im Erhebungsprotokoll). Ein Lauf am 08.08.2026 lag mit seiner Ausfallquote über der vorab festgelegten Schwelle von zehn Prozent, wurde verworfen und am selben Tag wiederholt, seine Rohdaten bleiben gekennzeichnet erhalten. Berichtet wird durchgehend n = gültige Antworten.

Codierung

Die Zuordnung der Antworten zu Instituten erfolgt deterministisch gegen eine feste Namensvariantenliste mit 26 Instituten und Gattungsbegriffen, nicht durch ein Sprachmodell. Hierdurch ist jede Codierentscheidung reproduzierbar. Gattungsbegriffe wie „Sparkasse“ ohne Institutszusatz zählen nur dann, wenn kein zugehöriges Institut im Text steht. Je Antwort werden alle genannten Institute mit der Position ihrer Erstnennung erfasst, hieraus ergeben sich Nennungsquote, Top-3-Quote und Erstnennungsquote. Alle Quoten sind mit 95%-Konfidenzintervallen nach Wilson ausgewiesen.

Korrigierte Pretest-Annahmen

Zwei Annahmen aus dem Pretest hielten der Erhebung nicht stand und wurden vor bzw. mit Welle 1 korrigiert. Aus einem einzelnen Prompt hatte ich geschlossen, ChatGPT nutze nur in 11 % der Fälle die Websuche, real über alle 33 Prompts sind es 70,2 %. Die Kostenschätzung stieg entsprechend von 5 € auf real 12,82 € für die zehn gewerteten Wellen (13,74 € einschließlich des verworfenen Laufs). Beide Korrekturen sind im öffentlichen Erhebungsprotokoll dokumentiert.

5 Ergebnisse

Sichtbarkeit je Institut

Institut	Nennung [95-%-KI]	Top-3 [95-%-KI]	Erstnennung
Grundgesamtheit: Institute mit Lübecker Filiale			
Sparkasse zu Lübeck AG	96,3 % [95,0–97,2]	94,3 % [92,8–95,4]	92,3 %
Volksbank Lübeck eG	81,1 % [78,8–83,3]	78,3 % [75,8–80,5]	0,0 %
Deutsche Bank AG	88,8 % [86,9–90,5]	31,1 % [28,5–33,8]	0,7 %
Commerzbank AG	88,9 % [87,0–90,6]	17,5 % [15,4–19,8]	0,3 %
Sparda-Bank Hamburg eG	5,9 % [4,7–7,4]	1,2 % [0,7–2,0]	0,0 %
Postbank	48,7 % [45,9–51,5]	0,4 % [0,2–1,0]	0,2 %
TARGOBANK AG	34,7 % [32,1–37,5]	0,3 % [0,1–0,7]	0,0 %
HypoVereinsbank (UniCredit)	26,4 % [23,9–29,0]	0,2 % [0,0–0,6]	0,0 %
Santander Consumer Bank AG	23,6 % [21,3–26,1]	0,1 % [0,0–0,5]	0,0 %
BBBank eG	4,1 % [3,1–5,4]	0,0 % [0,0–0,3]	0,0 %
Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG	0,0 % [0,0–0,3]	0,0 % [0,0–0,3]	0,0 %
Direktbanken ohne Lübecker Standort (nicht Teil der Grundgesamtheit)			
ING	50,5 % [47,7–53,4]	4,2 % [3,2–5,5]	0,4 %
DKB	48,3 % [45,4–51,1]	3,7 % [2,8–5,0]	0,4 %
N26	40,4 % [37,6–43,2]	1,1 % [0,6–1,9]	0,1 %
C24 Bank	26,0 % [23,5–28,5]	0,1 % [0,0–0,5]	0,1 %
comdirect	17,2 % [15,1–19,4]	0,0 % [0,0–0,3]	0,0 %

Leitblock, n = 1.183 gültige Antworten, ChatGPT und Gemini zusammen, Wellen 1 bis 10. Direktbanken mit Nennungsquote unter 10 % (Revolut, GLS Bank, Consorsbank, Trade Republic) sowie Umland-Institute in den Rohdaten.

Nennung vs. Top-3-Empfehlung: bis zu 71 Punkte Abstand

Nach Nennungsquote wirkt der Markt breit: Vier Institute erscheinen in mehr als 80 % der Antworten, auch Postbank und die großen Direktbanken sind präsent. Nach Top-3-Quote hingegen konzentriert sich der Markt auf zwei Häuser, und bei der Erstnennung bleibt nur eines übrig. Die Sparkasse zu Lübeck steht in 92,3 % der Antworten an erster Stelle. Die Volksbank Lübeck erreicht zwar 78,3 % Top-3, wird jedoch in keiner einzigen der 1.183 Antworten zuerst genannt. Deutsche Bank und Commerzbank werden fast immer erwähnt, allerdings überwiegend als nachgeordnete Alternativen mit mittleren Rängen von 3,9 bzw. 4,2.

Für die Bewertung der eigenen KI-Sichtbarkeit folgt hieraus: Wer nur zählt, wie oft der eigene Name fällt, überschätzt die eigene Position erheblich. Nennungsquote, Top-3-Quote und Erstnennungsquote sind getrennt zu messen und getrennt zu interpretieren.

Systemvergleich: bis zu 36 Punkte Unterschied zwischen ChatGPT und Gemini

Gemini nennt die vier großen Filialbanken nahezu in jeder Antwort (98,5 bis 100 %). ChatGPT hingegen differenziert deutlich stärker: Sparkasse 92,5 %, Deutsche Bank 78,9 %, Commerzbank 77,7 %, Volksbank Lüneburg 63,1 %. Der Abstand von 35,6 Punkten bei der Volksbank ist größer als die meisten Unterschiede zwischen den Instituten insgesamt. Ob eine Bank sichtbar ist, hängt daher immer auch davon ab, welches System gefragt wird, und eine Messung in nur einem System bleibt unvollständig.

Websuche-Nutzung ist bimodal

ChatGPT nutzte in 70,2 % der Antworten die Websuche, jedoch höchst ungleich verteilt: Prompts mit konkretem Anlass (Konto eröffnen, Baufinanzierung, Filialsuche) lösen nahezu immer eine Suche aus, 9 der 33 Prompts liegen bei praktisch 100 %. Vage Wahl- und Vergleichsfragen beantwortet das Modell hingegen überwiegend aus dem Modellwissen heraus. Institute konkurrieren somit in zwei verschiedenen Wettbewerben gleichzeitig: einem um aktuelle, websuchengestützte Antworten und einem um die im Modell gespeicherte Repräsentation.

BBBank: Innenstadt-Filiale, über Google Places nicht auffindbar

Das Institut, das erst über die Bundesbank-Datei in die Studie kam, bleibt auch in den KI-Antworten nahezu unsichtbar: 4,1 % Nennungsquote, keine einzige Top-3-Nennung, keine Erstnennung. Dieses Ergebnis lässt sich nicht auf die Größe des Hauses reduzieren, denn selbst die deutlich kleinere Sparda-Bank erreicht mit ihrer Lüneburger Filiale eine höhere Sichtbarkeit. Ob die fehlende Auffindbarkeit in den Standortdaten und die geringe Sichtbarkeit in den Antworten zusammenhängen, lässt sich aus einem einzelnen Fall nicht belegen. Plausibel ist der Zusammenhang gleichwohl, da websuchengestützte Antworten auf ebendiese Standortdaten zugreifen. Belegt ist hier allein die Beobachtung selbst, und sie ist eine von mehreren dieser Studie.

6 Verlässlichkeit der Messung

Kontrollcodierung

Die deterministische Codierung wurde gegen eine unabhängige Zweitcodierung geprüft. Hierzu wurde eine reproduzierbare 10-%-Zufallsstichprobe der gültigen Antworten (232 von 2.320, fester Seed) durch einen LLM-Extraktions-Call nach dem Rezept des Branchen-Radars doppelt codiert und auf Ebene Antwort × Institut verglichen. Die Übereinstimmung liegt bei 99,7 %, Cohens Kappa bei 0,99 (232 Antworten, 6.032 Einzelentscheidungen auf Ebene Antwort × Institut, 17 Abweichungen). Alle Abweichungen gehen in dieselbe Richtung: Die deterministische Codierung zählt beiläufige Nennungen mit, die der Extraktions-Call nicht als Anbieter-Empfehlung wertete, sie misst also eher großzügiger. Die Stichprobe diente zugleich der Prüfung, ob die Namensvariantenliste Anbieter übersieht. Übersehene Banken oder Sparkassen mit Lüneburger Standort fanden sich hierbei nicht, wohl aber angrenzende Anbieter außerhalb des Studiengegenstands, etwa Baufinanzierungsvermittler (Interhyp, Dr. Klein), Förderbanken (KfW, IB.SH), Bausparkassen und Geschäftskonto-Fintechs.

Designeffekt

Die Konfidenzintervalle dieser Studie gelten für das feste, präregistrierte Prompt-Set. Innerhalb des Leitblocks sind die Antworten nach Prompts geclustert, und die Quoten unterscheiden sich zwischen den Prompts teils

erheblich, bei der Volksbank Lüneburg etwa reicht die Top-3-Quote je Prompt von 59,3 bis 97,9 %. Für die Verallgemeinerung über das Prompt-Set hinaus ist die effektive Stichprobe deshalb deutlich kleiner als n : Der Designeffekt beträgt für die Top-3-Quote der Sparkasse 7,7 (effektives $n \approx 154$), für die Volksbank 28,4 ($n \approx 42$), für Deutsche Bank 33,2 ($n \approx 36$) und für die Commerzbank 21,9 ($n \approx 54$). Aussagen über „Fragen dieser Art insgesamt“ sind entsprechend vorsichtiger zu lesen als Aussagen über das gemessene Set.

Grenzen

- Gemessen wurden zwei Systeme in ihren API-Varianten. Die Chat-Oberflächen derselben Anbieter können abweichen, ebenso andere Systeme wie Perplexity oder Copilot.
- Die Erhebung bildet zwölf Tage im August 2026 ab. KI-Antworten verändern sich mit Modell-Updates, eine Momentaufnahme veraltet.
- Die Studie misst Sichtbarkeit in Antworten, nicht deren Wirkung auf tatsächliche Kontoeröffnungen.
- Die Studie ist eigenfinanziert, ohne Auftrag entstanden und nicht begutachtet. Einzelauswertungen erhalten die untersuchten Institute auf Anfrage, mit einer Frist von fünf Werktagen für Stellungnahmen vor namentlicher Einordnung in Folgepublikationen.

7 Was folgt daraus für Institute?

Aus den Ergebnissen lassen sich vier überprüfbare Arbeitsschritte ableiten, die jedes Haus mit eigenen Mitteln umsetzen kann:

1. **Verzeichnisdaten prüfen, bevor irgendetwas anderes geschieht.** Sind alle Standorte über die Google-Places-API auffindbar, korrekt kategorisiert und von Geldautomaten getrennt? Der BBBank-Einzelfall legt nahe, an dieser Stelle zuerst zu prüfen.
2. **Die richtige Kennzahl messen.** Nennungsquote, Top-3-Quote und Erstnennung getrennt erheben, denn zwischen „wird erwähnt“ und „wird empfohlen“ liegen in dieser Messung bis zu 71 Punkte.
3. **Mehr als ein System befragen.** Der Unterschied zwischen ChatGPT und Gemini war in dieser Messung größer als die meisten Unterschiede zwischen den Instituten.
4. **Wiederholt messen statt einmalig.** Eine einzelne Chatbot-Antwort ist noch keine Messung. Erst Wellen, eingefrorene Prompts und Konfidenzintervalle machen Veränderungen belegbar. Die API-Kosten dieser Vollstudie lagen bei 12,82 €, der Aufwand ist also kein Budgetthema.

8 Daten- und Materialverfügbarkeit

Sämtliche Rohdaten stehen als CSV-Paket zum Download bereit (alle 2.340 Antworten im Volltext inkl. der 20 ungültigen, alle 16.101 codierten Nennungen, Spaltenbeschreibung in der LIESMICH-Datei). Die Studienseite dokumentiert Methodik, Prompt-Set, Erhebungsprotokoll und alle Kennzahlen fortlaufend:

- Studienseite: <https://patrickstolp.de/ki-sichtbarkeitsstudie-banken-luebeck/>
- Rohdaten (ZIP mit CSV): Download-Bereich der Studienseite
- Kontakt für Einzelauswertungen und Rückfragen: über die Studienseite

```
@techreport{stolp2026kibanken,  
  author      = {Stolp, Patrick},  
  title       = {KI-Sichtbarkeit von Banken und Sparkassen in Lübeck},  
  institution  = {patrickstolp.de},  
  year        = {2026},  
  month       = {8},  
  type        = {Whitepaper},  
  url         = {https://patrickstolp.de/ki-sichtbarkeitsstudie-banken-luebeck/},  
  urldate     = {2026-08-13}  
}
```

© 2026 Patrick Stolp · Lizenz CC BY 4.0: Verwendung, auch auszugsweise, mit Namensnennung „Patrick Stolp, patrickstolp.de“ frei · Fassung 1.0 vom 13.08.2026 · Dieses Whitepaper ergänzt die fortlaufend gepflegte Studienseite um die abgeschlossene Gesamtauswertung, die Kontrollcodierung und den Designeffect-Bericht.