

KI-SICHTBARKEITSINDEX PR-AGENTUREN · SCHWEIZ

KI-Ranking: Woher ChatGPT und Co. ihre Schweizer PR-Agenturen kennen

aclipp hat 17 Tage lang gemessen, welche PR-Agenturen ChatGPT, Claude, Gemini, Mistral und Google AI Mode in der Schweiz nennen. Team Farner steht in 51 Prozent der Antworten, ähnlich klar vorn wie ikp in Österreich (50 Prozent) und deutlicher als fischerAppelt in Deutschland (37 Prozent). Als Quellen zitieren die Systeme vor allem Sortlist, die Websites der Agenturen und die Mitgliederliste der Leading Swiss Agencies.

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

- **Team Farner ist die Nr. 1 in der Schweiz** mit 51 % der Antworten, vor KONTX (25 %) und furrerhugi (23 %). Alle fünf KI-Systeme nennen Team Farner am häufigsten.
- **Verzeichnisse und Vermittler sind die wichtigste Quelle**, sie stehen in 43 % der Schweizer Antworten, Sortlist allein in 35 %.
- **Die eigene Website wird mitgelesen.** kontx.ch, farner.ch und brandaffairs.ch werden in 19 bis 21 % der Antworten als Quelle zitiert.
- **Die Verbandsliste zählt mehr als anderswo.** Die Leading Swiss Agencies stehen in 16 % der Antworten als Quelle, häufiger als jedes Fachmedium.
- **In 9 von 17 Themenfeldern führt eine Agentur ausserhalb der Top 10**, etwa DocWorld bei Healthcare (81 %) oder Kingfluencers bei Influencer-Kampagnen (94 %).
- **Dauerhafter Index:** Ab 1. November 2026 erscheint der Index monatlich. Rankings und Agenturen sind ab sofort online durchsuchbar.

Spremberg, 28. September 2026. Wer in der Schweiz eine PR-Agentur sucht, fragt zunehmend auch ChatGPT und Co. Welche Agenturen dort genannt werden und auf welche Quellen sich die Antworten stützen, hat die PR-Analytics-Plattform aclipp vom 6. bis 22. September 2026 täglich gemessen: 96 Fragen, knapp 7800 Antworten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, davon 29 Fragen zur Schweiz. Am häufigsten nennen die KI-Systeme in der Schweiz Team Farner, in 51 Prozent der Antworten, vor KONTX (25 Prozent) und furrerhugi (23 Prozent).

● Woher die KI ihr Wissen hat

Für ihre Antworten stützen sich die Systeme vor allem auf Verzeichnisse, die Websites der Agenturen selbst und Verbandslisten. In 43 Prozent der Schweizer Antworten sind Verzeichnisse und Vermittler als Quelle angegeben, Sortlist allein in 35 Prozent. Daneben zitieren die Systeme häufig die Websites der Agenturen: kontx.ch in 21 Prozent der Schweizer Antworten, farner.ch ebenfalls in 21 Prozent und brandaffairs.ch in 19 Prozent. Bei Spezialthemen ist das Muster noch deutlicher. Bei der Frage nach einer Agentur für Influencer-Relations und Creator-Kampagnen nennen die Systeme Kingfluencers in 94 Prozent der Antworten und zitieren dabei in 88 Prozent der Fälle die agentureigene Website.

Unter den Quellentypen folgen nach Verzeichnissen und Vermittlern die Verbände mit 18 Prozent, vor allem durch die Mitgliederliste der Leading Swiss Agencies. Sie steht in 16 Prozent der Antworten als Quelle, häufiger als jedes Fachmedium. Fachmedien und Rankings kommen zusammen auf 10 Prozent. In Deutschland und Österreich spielen die Verbandslisten eine deutlich kleinere Rolle.

NR. 1 UND VERBANDSLISTE IM DACH-VERGLEICH

Land	Meistgenannte Agentur	Anteil der Antworten	Verband als Quelle	Anteil der Antworten
Schweiz	Team Farner	51,4 %	Leading Swiss Agencies	16,3 %
Österreich	ikp	50,2 %	PRVA	5,6 %
Deutschland	fischerAppelt	36,7 %	GPRA	3,0 %

Länderranking, Fragen ohne Stadtbezug, 6. bis 22.9.2026.

■ Website einer Agentur ■ Verzeichnis oder Verband



Grafik: Die Top 5 Quellen der KI in der Schweiz (Sortlist 34,7 %, kontx.ch 21,1 %, farner.ch 20,8 %, brandaffairs.ch 18,7 %, leadingswissagencies.ch 16,3 %)

«Die Systeme greifen auf das zurück, was im Netz steht: die eigene Website, Verzeichnisse, Rankings und in der Schweiz auffällig oft die Verbandsliste. Bei Spezialthemen wie Influencer Relations zitieren sie fast immer die Website der Agentur, die sie empfehlen. Wer dort klar sagt, wofür er steht, wird tendenziell eher gefunden»

Sascha Kirstein, Gründer und CEO von aclipp

● Spezialisten, Systeme, Städte

Sobald die Frage konkreter wird, ändert sich die Liste. In 9 von 17 Themenfeldern liegt eine Agentur vorn, die im Schweizer Gesamtranking nicht unter den ersten zehn steht. Bei Public Affairs in Bern liegen Les Tailleurs Communication (96 Prozent) und furrerhugi (95 Prozent) fast gleichauf. Bei Spezialthemen nennen die Systeme auch Agenturen ausserhalb der klassischen PR: Bei Influencer-Kampagnen folgen auf Kingfluencers die HEADZ Agency (84 Prozent) und House of Influence (80 Prozent). Team Farner bleibt bei den breiten Fragen vorn, etwa bei KMU (70 Prozent), für ein Unternehmen mit 200 Mitarbeitenden (88 Prozent) oder einen internationalen Konzern (74 Prozent).

DIE SCHWEIZER SPEZIALISTEN

Gesucht wird eine Agentur für ...	Nr. 1	genannt in	Platz 2
B2B-Tech und Software	KONTX	99 %	TEAM LEWIS (36 %)
Public Affairs in Bern	◆ Les Tailleurs Communication	96 %	furrerhugi (95 %)
Influencer und Creator	◆ Kingfluencers	94 %	HEADZ Agency (84 %)
Automotive und Mobilität	◆ TEAM LEWIS	91 %	Team Farner (50 %)
Healthcare und Pharma	◆ DocWorld AG	81 %	POMCANYS (59 %)
Finanzdienstleister und Banken	◆ Communicators AG	68 %	Team Farner (51 %)
Corporate und CEO-Positionierung	◆ June Communications	65 %	Team Farner (56 %)
Krisenkommunikation	◆ Binz Consulting	62 %	Deicher Kopp Kommunikation (50 %)
Verbände, Stiftungen, öffentl. Sektor	◆ forte pr	60 %	furrerhugi (49 %)
Energie und Cleantech	◆ GlobalCom	56 %	Polarstern (54 %)

Auswahl. ◆ = im Schweizer Gesamtranking nicht unter den Top 10. Je Frage rund 80 Antworten, 6. bis 22.9.2026.

Einig sind sich die Systeme vor allem an der Spitze. Alle fünf nennen Team Farner am häufigsten, allerdings unterschiedlich oft: Gemini in 88 Prozent der Antworten, Google AI Mode in 71, ChatGPT in 43, Claude in 31 und Mistral in 24 Prozent. Nur Team Farner, KONTX und furrerhugi stehen bei allen fünf Systemen unter den ersten zehn. Insgesamt tauchen in den fünf Top-10-Listen 25 verschiedene Agenturen auf, 15 davon nur bei einem einzigen System. Auch von Tag zu Tag verschieben sich die Antworten deutlich: Bei ChatGPT, Claude und Google AI Mode kommt Brand Affairs je nach Tag auf 5 bis 35 Prozent, Burson auf 7 bis 38 Prozent. Eine einzelne Abfrage sagt deshalb wenig, erst der Durchschnitt über viele Tage ergibt ein belastbares Bild.

Für Zürich, Bern und Basel haben die Systeme eigene Favoriten. In Zürich nennen sie Contcept am häufigsten (44 Prozent), vor open up (39 Prozent) sowie Team Farner und Brand Affairs (je 38 Prozent). In Bern liegt Esther Beck PR vorn (55 Prozent), vor furrerhugi (47 Prozent) und Zoebeli Communications (40 Prozent), in Basel int/ext Communications (47 Prozent) vor Valencia Kommunikation (37 Prozent) und bom! communication (25 Prozent).

Eine eindeutige Empfehlung geben die Systeme selten. Nur in 4,4 Prozent aller ausgewerteten Antworten in Deutschland, Österreich und der Schweiz stellt die KI eine Agentur ausdrücklich vor alle anderen. Im Schnitt nennen die Systeme vier bis acht Agenturen pro Antwort.

«Eine klare Empfehlung gibt die KI selten. Meistens bekommt man eine Shortlist mit fünf, sechs Namen. Für Agenturen ist deshalb vermutlich eher entscheidend, auf diese Liste zu kommen, als auf Platz eins. Über die Qualität einer Agentur sagt das nichts. Es zeigt, wen die Systeme kennen, und das hängt stark davon ab, was im Netz über eine Agentur steht»

Sascha Kirstein, Gründer und CEO von aclipp

● Der Index geht weiter

Aus der ersten Messung wird ein dauerhafter Index. Ab dem 1. November 2026 veröffentlicht aclipp die Ergebnisse monatlich, jeweils zum Monatsersten. Die Rankings für Deutschland, Österreich und die Schweiz, alle Agenturen zum Durchsuchen und die Originalprompts stehen ab sofort unter aclipp.com/de/pr-agencies/ki-sichtbarkeitsindex.

Für die monatliche Messung hat aclipp das Prompt-Set überarbeitet. Einige Fragen der ersten Welle haben Thema und Stadt vermischt, und nicht jedes Thema wurde in allen drei Ländern gleich abgefragt. Das neue Set fragt Themen je Land und Städte getrennt ab, mit fester Gewichtung pro Land. Gemessen wird dann mit den drei meistgenutzten Systemen ChatGPT, Gemini und Claude. Die Septemberwerte sind damit der Auftakt, keine Vergleichsbasis für die folgenden Monate.

«Wie Agenturen in KI-Antworten auftauchen, ist nicht in Stein gemeisselt. Deshalb messen wir dauerhaft, legen Fragen und Methodik offen und zeigen jeden Monat transparent, wo jede Agentur steht»

Sascha Kirstein, Gründer und CEO von aclipp

Methodik

Erhebung	aclipp mit der Funktion AI Visibility, ohne Auftraggeber; 6. bis 22. September 2026, täglich
Fragen	96 typische Suchanfragen nach PR-Agenturen, davon 29 Fragen zur Schweiz: 19 ohne Stadtbezug (2 allgemeine Empfehlungen, 16 Themenfelder, 1 Sprachtest auf Englisch) und 10 mit Stadtbezug (Zürich 3, Bern 4, Basel 3), darunter als 17. Themenfeld Public Affairs in Bern. Je Themenfrage rund 80 Antworten. Die KMU-Frage lautete auf «mittelständische Unternehmen». Standort der Abfrage jeweils im Land. Die Fragen wurden bis auf den Sprachtest auf Deutsch gestellt, Romandie und Tessin sind damit nur eingeschränkt abgebildet.
KI-Systeme	ChatGPT, Claude, Gemini, Mistral und Google AI Mode. Gemini und Mistral an einzelnen Tagen unvollständig. Google AI Overview nur am 6.9., diese Antworten sind in der Datenbasis enthalten.
Datenbasis	7797 ausgewertete Antworten in Deutschland, Österreich und der Schweiz; im Schweizer Länderranking (Fragen ohne Stadtbezug) rund 1630 Antworten und 676 genannte Agenturen
Studie und Index	Die Zahlen dieser Mitteilung sind die Ergebnisse der Studie (Welle 1). Auf Basis dieser Daten hat aclipp den dauerhaften KI-Sichtbarkeitsindex aufgebaut. Dafür wurden die Agenturnamen weiter bereinigt, Varianten zusammengeführt und Einträge ohne PR-Bezug entfernt. Ränge und Werte im Index können deshalb von den Zahlen der Studie abweichen.
Auswertung	Agenturnamen per KI-Extraktion (Mistral Small) aus jeder Antwort gelesen, nur was wörtlich im Text steht. Schreibvarianten zusammengeführt; Verzeichnisse, Verbände und Medien zählen nicht als Agentur. Quellenanteil: Antworten, in denen die KI die Website als Beleg angibt.
Sichtbarkeit	Anteil der Antworten, in denen eine Agentur genannt wird. KI-Antworten schwanken von Tag zu Tag, die Werte sind über den gesamten Zeitraum gemittelt.
Einordnung	Sichtbarkeit ist keine Aussage über die Qualität einer Agentur. Sie zeigt, welche Agenturen die KI-Systeme bei typischen Fragen kennen und nennen.
Unabhängigkeit	Kundenbeziehungen hatten keinen Einfluss auf Erhebung und Auswertung der Daten.
Fortsetzung	monatlich zum Monatsersten ab 1. November 2026, mit überarbeitetem Prompt-Set und den KI-Systemen ChatGPT, Gemini und Claude. Die Werte aus Welle 1 sind deshalb nicht direkt mit späteren Monaten vergleichbar.

Rankings, alle Agenturen und Originalprompts: aclipp.com/de/pr-agencies/ki-sichtbarkeitsindex
Hintergrund im Blog: aclipp.com/de/blog/ki-sichtbarkeitsindex-pr-agenturen
Studiendaten (Länderrankings und Prompts): aclipp.com/de/press

Grafiken in hoher Auflösung und das vollständige Datenpaket stellen wir auf Anfrage zur Verfügung. Sascha Kirstein steht für Interviews und Hintergrundgespräche zur Verfügung.

Über aclipp

aclipp ist die europäische PR-Analytics-Plattform, mit der Kommunikationsteams und PR-Agenturen belegen, was ihre Arbeit bewirkt: in klassischen Medien und in KI-Antworten. Media Monitoring, AI Visibility (GEO) und Reporting in einem Workspace, entwickelt in Deutschland. Das gründergeführte Unternehmen wurde 2020 gegründet und arbeitet mit über 100 Agenturen und Unternehmen in DACH und Europa. Weitere Informationen: aclipp.com

Medienkontakt

Sascha Kirstein
Gründer und CEO, aclipp GmbH
hello@aclipp.com
aclipp.com/de/press