Nach der Messe: der blinde Fleck bei industriellen Produktdaten

Jeder fünfte untersuchte Hersteller veröffentlichte in seinen eigenen offiziellen Quellen widersprüchliche Spezifikationen. Als ChatGPT nach diesen Daten gefragt wurde, wählte es stillschweigend einen Wert und wies kein einziges Mal auf den Widerspruch hin. Das ist das zentrale Ergebnis der ersten Phase der Verbinex-Studie AMM 2026 mit 50 ausstellenden Herstellern der Advanced Manufacturing Madrid 2026.

Von Dina Nicolorich · Veröffentlicht 24. November 2026 · 12 Min. Lesezeit

AUF EINEN BLICK

- **10 von 50 Herstellern (20 %)** veröffentlichten in ihren eigenen offiziellen Quellen widersprüchliche technische Daten, vor allem zwischen Website und PDF-Katalogen unterschiedlichen Datums.
- In diesen 10 Fällen **wies ChatGPT nie auf den Widerspruch hin**: Es wählte einen der Werte und gab ihn als gültig aus.
- Beschreibt der Einkäufer das Produkt **ohne Markennamen**, tauchen **25 der 50 Hersteller (50 %)** nicht unter den Vorschlägen auf.
- Bei stimmiger Dokumentation lieferte die KI bei **33 von 40 auswertbaren Herstellern (82,5 %)** den richtigen Wert: Stimmige Quellen sind ein guter Ausgangspunkt.

Kostenlos prüfen, was die KI über Ihr Produkt sagt

Die Messe endet. Die Bewertung nicht

Der Stand wird abgebaut, die Vertriebsteams kehren zurück, und die entscheidende Phase beginnt: Kontakte nachfassen, technische Anforderungen klären, Datenblätter verschicken und aus den Gesprächen in der Halle echte Projekte machen. Für den industriellen Einkäufer geht die Recherche danach wochenlang am Schreibtisch weiter: Er prüft die Website des Herstellers, lädt Kataloge herunter, vergleicht Alternativen und befragt KI-Assistenten.

Auf diesem Weg kann eine scheinbar kleine Unstimmigkeit den Vorgang bremsen. Erscheint dasselbe Bauteil auf der Website und in einem offiziellen PDF mit unterschiedlichen Abmessungen, muss der Ingenieur oder Einkäufer herausfinden, welcher Wert gilt. Kennzeichnet eine technische Tabelle ihre

Spalten nur mit Symbolen, kann ein automatisiertes System einen Wert dem falschen Merkmal zuordnen. Und erscheint die Marke nicht, wenn jemand ohne Herstellernamen nach einer technischen Lösung sucht, fällt sie aus dem ersten Vergleich heraus.

Eine Vertriebsinvestition, die digitale Kontinuität braucht

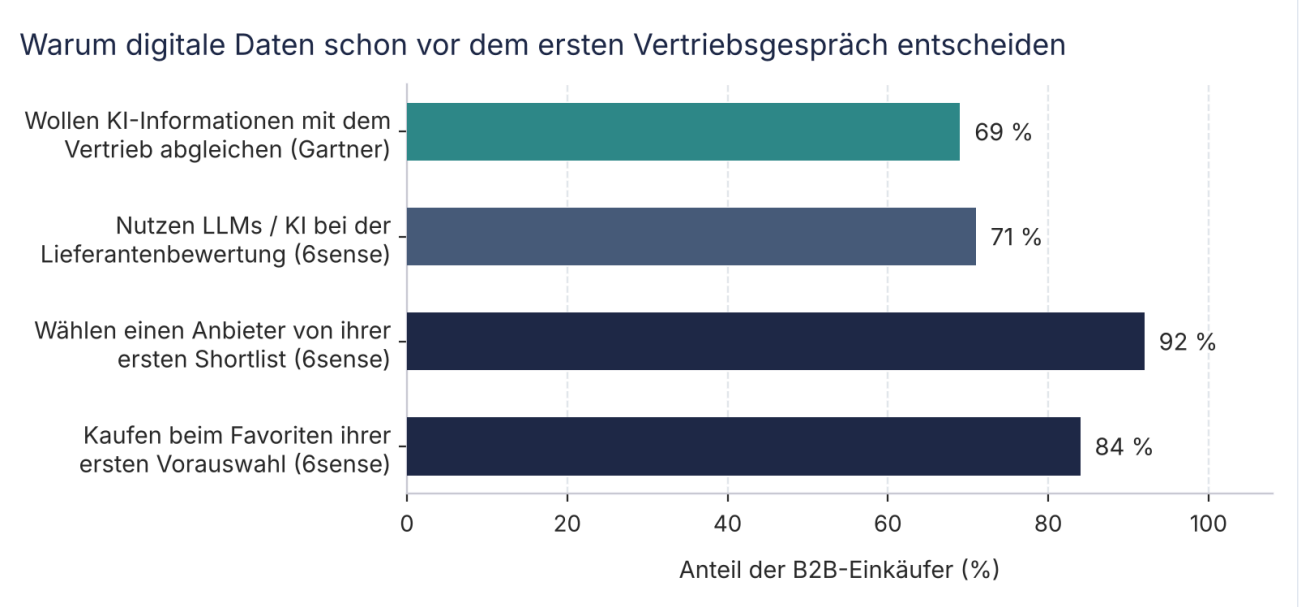
Der AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft berichtet im Aussteller-Ausblick 2026/2027, dass rund 49 % der 404 befragten Ausstellerunternehmen den Erfolg ihrer Messebeteiligung an Kontakten, Geschäftschancen und Neukundengewinnung messen, während etwa jedes zehnte Unternehmen seine Ergebnisse kaum auswertet.

In Spanien zählte der Messeverband Asociación de Ferias Españolas (AFE) für 2025 bei seinen Mitgliedern 472 Messen und Fachveranstaltungen mit 64.236 Ausstellern und 6,8 Millionen Besuchern. Das sind Aktivitätskennzahlen, keine Aussagen zur Rentabilität einzelner Stände. Sie zeigen aber, warum die Kontinuität zwischen dem persönlichen Gespräch und den technischen Daten, die der Einkäufer danach abruft, so wichtig ist.

Einkäufer kommen mit weitgehend vorbereiteter Entscheidung zum Vertrieb

Laut Global B2B Pulse 2026 von McKinsey, einer Befragung von rund 4.000 Entscheidern in 13 Ländern, nutzen Einkäufer im Schnitt zehn Kanäle entlang ihrer Customer Journey. Uneinheitliche Informationen zählen zu den direkten Gründen für einen Lieferantenwechsel. Generative KI gehört bereits zu den fünf wichtigsten Kanälen, um Lieferanten zu finden und zu bewerten.

Die europäische Studie von 6sense ergänzt: Bei 92 % der untersuchten B2B-Käufe stand der gewählte Anbieter bereits auf der ersten Liste der Kandidaten, und in 84 % der Fälle erhielt der Favorit den Zuschlag, den die Käufer schon vor dem ersten Vertriebsgespräch hatten. 71 % der Einkäufer nutzten Sprachmodelle während der Bewertung. Und laut Gartner (Mai 2026, n=645) möchten 69 % per KI gewonnene Informationen mit einem Vertriebsmitarbeiter abgleichen. Es handelt sich um branchenübergreifende B2B-Stichproben, nicht speziell um Industriekomponenten. Die Aussage ist trotzdem klar: Die Informationen, die vor dem Vertriebsgespräch verfügbar sind, prägen die Präferenzen.



Warum digitale Daten schon vor dem ersten Vertriebsgespräch entscheiden. Quellen: Gartner (2026) und 6sense (2026).

Ergebnisse in Zahlen

Indikator	Ergebnis
Hersteller mit widersprüchlichen offiziellen Quellen	**10 von 50 (20 %)**
Falsche KI-Antworten wegen Struktur- oder Verfügbarkeitsproblemen der Informationen	**3 von 50 (6 %)**
Kritische Dokumentationsprobleme (Summe der beiden vorherigen Zeilen)	**13 von 50 (26 %)**
Spontane Warnungen der KI bei widersprüchlichen Quellen	**0 von 10 (0 %)**
Richtige Referenz bei Anfragen mit Markennamen	**47 von 50 (94 %)**
Hersteller, die bei Anfragen ohne Markennamen fehlten	**25 von 50 (50 %)**
Richtiger und stabiler technischer Wert bei stimmiger Dokumentation (auswertbare Unternehmen)	**33 von 40 (82,5 %)**
Keine deutsche Website-Version für die untersuchten Produktlinien	**9 von 50 (18 %)**
Mangelhafte maschinelle Übersetzungen oder Sprachmischung	**7 von 50 (14 %)**

Explorative Ergebnisse einer Stichprobe von 50 Herstellern: Sie beschreiben die Stichprobe, nicht die gesamte Branche.

Jedes fünfte Unternehmen veröffentlichte abweichende offizielle Werte

Die erste Phase der Studie untersuchte öffentlich zugängliche Informationen von Herstellern, deren Produkte über eine technische Artikelnummer eindeutig identifizierbar sind. Verglichen wurden Webseiten

in verschiedenen Sprachen und offizielle PDF-Dokumentation. Außerdem wurde beobachtet, wie ChatGPT auf Fragen antwortete, die ein technischer Einkäufer so stellen würde.

Bei 10 der 50 Hersteller nannten mindestens zwei offizielle Quellen unterschiedliche Werte für denselben Parameter: eine Abmessung, eine Klassifizierung, eine Stückzahl oder ein anderes technisches Merkmal. Die Abweichungen fanden sich zwischen Website und herunterladbarem Datenblatt, zwischen Dokumenten unterschiedlichen Datums und sogar innerhalb derselben Seite.

Als ChatGPT in diesen zehn Fällen nach dem untersuchten Merkmal gefragt wurde, wies der Assistent nie von sich aus darauf hin, dass widersprüchliche Angaben existierten:

- In fünf Fällen stimmte die Antwort mit dem Wert auf der Website überein.
- In drei Fällen mit dem Wert aus einem PDF oder Katalog.
- In einem Fall mit dem Titel oder den Metadaten.
- In einem Fall mit dem am besten belegten Wert unter den verfügbaren Quellen.

Der Test fragte nach einer konkreten Spezifikation, nicht nach einer Dokumentenprüfung. Gerade deshalb zeigt er das Risiko, dem ein Einkäufer mit einer direkten technischen Frage ausgesetzt ist. Es lohnt sich daher, KI-Produktempfehlungen zu prüfen, und zwar Artikel für Artikel gegen die offizielle Dokumentation, statt die erste Antwort für richtig zu halten.

Zwei reale Fehler aus der Stichprobe

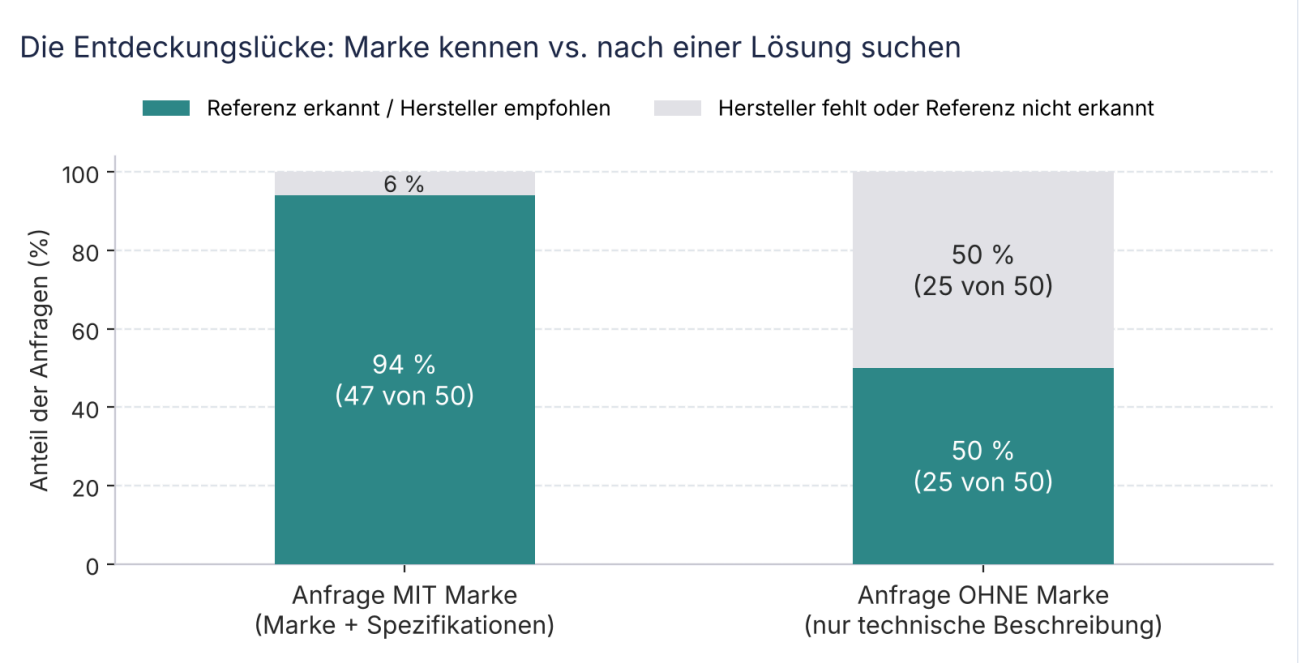
Der Skalierungsfehler („1 mm“ statt „1 m“). Ein Datenblatt nannte „1 mm“ für eine Länge, die andere offizielle Unterlagen desselben Herstellers mit über einem Meter angaben. Eine Abweichung dieser Größenordnung kann zu einem falschen Vergleich führen und zwingt den Einkäufer zur Rückfrage.

„Zombie“-Kataloge. Unter den indexierten Quellen fanden sich Kataloge aus den Jahren 2007, 2017, 2018 oder 2022, frei abrufbar neben aktueller Dokumentation. Ein älteres Datum macht ein Dokument nicht automatisch ungültig. Das Datum allein zeigt aber nicht, ob es noch gilt und welche Fassung Vorrang hat, wenn die Werte voneinander abweichen.

Wenn die Marke nicht in der Frage steht

Nannte die Anfrage den Hersteller und enthielt Spezifikationen, identifizierte ChatGPT die richtige Referenz in 47 von 50 Fällen. Bei einer beschreibenden Frage ohne Markennamen erschienen 25 Hersteller nicht unter den vorgeschlagenen Optionen.

Da es sich um eine einzelne Anfrage pro Hersteller handelte, ist diese Quote von 50 % kein allgemeiner Sichtbarkeitswert. Sie bedeutet auch nicht, dass diese Unternehmen für KI „unsichtbar“ sind. Sie zeigt aber eine kommerzielle Lücke: Erkannt zu werden, wenn der Einkäufer die Marke schon kennt, garantiert nicht, unter den Optionen zu stehen, solange er noch nach einer technischen Lösung sucht.



Die Entdeckungslücke: die Marke kennen oder nach einer Lösung suchen.

Weitere Reibungspunkte: Sprachen, Tabellen und Links

Neben den Hauptmerkmalen dokumentierte die Analyse weitere Hürden: 9 Hersteller hatten für die untersuchten Produktlinien keine deutsche Website-Version, 7 zeigten mangelhafte maschinelle Übersetzungen oder eine Mischung mehrerer Sprachen. Hinzu kamen schwer lesbare Tabellen, defekte Links und Sprachumschalter, die zu einem anderen Produkt führten. Diese Beobachtungen sind in den 26 % der Hauptbefunde nicht enthalten.

Für den deutschsprachigen Markt ist das ein deutliches Signal: Fast jeder fünfte Aussteller bot die untersuchten Produkte nicht auf Deutsch an. Die Studie prüfte Fassungen auf Spanisch, Deutsch und Englisch, doch die Aussage gilt für jede Sprache und jeden Exportmarkt, ob Frankreich, Italien, Polen oder die USA: Eine Artikelnummer muss beim Sprachwechsel ihre Identität, ihre Merkmale und ihre Einheiten unverändert behalten. Eine maschinelle Übersetzung ohne technische Prüfung garantiert das nicht. Mehrsprachige Produktinformationen müssen wie jedes andere technische Datum gepflegt werden: mit freigegebener Terminologie und derselben Quelle für alle Sprachen.

Warum Datenqualität auch für KI zählt

KI-Assistenten kombinieren gelerntes Wissen mit Informationen, die sie aus Webseiten und indexierten Dokumenten abrufen. Im industriellen Umfeld setzt Genauigkeit voraus, dass eindeutig erkennbar ist: die exakte Artikelnummer, das Merkmal, zu dem ein Wert gehört, seine Einheit und die gültige Fassung des Datenblatts.

Eine Studie aus dem Jahr 2025 des Werkzeugmaschinenlabors WZL der RWTH Aachen und des Fraunhofer IPT, erschienen in *wt Werkstattstechnik online*, untersuchte Probleme der Textdatenqualität in industriellen LLM-basierten Systemen anhand der Dokumentation eines Automobilzulieferers. Sie

behandelt eine andere Anwendung, kommt aber zum selben Schluss: Automatisierte Systeme brauchen strukturierte, eindeutige und überprüfbare technische Informationen.

Die Mehrsprachigkeit fügt eine weitere Ebene hinzu. Eine auf der ACL 2026 vorgestellte Untersuchung zu mehrsprachigen Retrieval- und Generierungssystemen fand Verzerrungen bei der Quellenauswahl zugunsten des Englischen und der Sprache der Anfrage. Das beweist nicht, dass ChatGPT dieses Muster immer zeigt. Es spricht aber dafür, für jede Marktsprache getrennt zu prüfen, was die KI antwortet.

Um diese Informationen zu ordnen, gibt es Branchenstandards wie ETIM, das Klassen, Merkmale, Werte und Einheiten für technische Produkte definiert, und ECLASS, ein Stammdatenmodell, das sich zwischen Systemen, Branchen und Sprachen austauschen lässt. Sie fördern die Konsistenz. Die Genauigkeit von KI-Empfehlungen muss trotzdem regelmäßig überprüft werden.

Ein großer Teil des Marktes behandelt diese Themen unter dem Begriff GEO (*Generative Engine Optimization*): ChatGPT, Gemini oder Perplexity dazu bringen, eine Marke zu nennen und zu zitieren. Die Studie verweist auf eine Frage, die davor liegt. Dass die KI den Hersteller nennt, nützt wenig, wenn sie den falschen technischen Wert weitergibt. Deshalb sollte neben der Sichtbarkeit in Suchmaschinen und KI auch geprüft werden, wie genau die KI jede einzelne Referenz beschreibt.

Vom technischen Befund zur kommerziellen Wirkung

Eine widersprüchliche Spezifikation kann eine Rückfrage auslösen, ein Angebot verzögern oder den Vergleich mit einem Wettbewerber erschweren. Das sind plausible Reibungsmechanismen. Die Studie hat jedoch weder verlorene Umsätze noch Retouren oder den Messe-ROI gemessen und erlaubt nicht, einen konkreten kommerziellen Verlust ChatGPT zuzuschreiben.

Um die Auswirkungen in einem einzelnen Unternehmen zu beziffern, sollten solche Audits im nächsten Schritt mit internen Kennzahlen abgeglichen werden: Pre-Sales-Anfragen zu Artikelnummern, Engineering-Stunden für Rückfragen, Zeit von der Anfrage bis zum Angebot, Gründe für verlorene Projekte und Dokumentationsprobleme im After-Sales.

Neun praktische Maßnahmen in drei Prioritäten

1. Eine verlässliche Fassung jedes Werts

- Produktstammdaten zentral pflegen und für jede Änderung eine verantwortliche technische Freigabe festlegen.
- Ersetzte Kataloge entfernen oder klar als veraltet kennzeichnen, mit Version und Datum.
- Technische Änderungen an Händler, Branchenportale und Vertriebsteams kommunizieren.

2. Informationen, die Menschen und Maschinen lesen können

- Kritische Spezifikationen auch in sauberem HTML veröffentlichen, nicht nur im PDF.
- Tabellenköpfe mit Text, explizite Einheiten und stabile Artikelkennungen verwenden.

- Vor der Veröffentlichung automatische Prüfungen auf Extremwerte (etwa den Sprung von Millimetern zu Metern), leere Felder und defekte Links einrichten.

3. Internationale Konsistenz und Prüfung in KI-Systemen

- Jede Referenz in allen Verkaufssprachen abgleichen: Einheiten, freigegebene Fachterminologie und die hreflang-Angaben, die Suchmaschinen zeigen, welche Seite zu welcher Sprache gehört.
- ETIM oder ECLASS einführen, wenn sie die Interoperabilität des Katalogs verbessern.
- Regelmäßig echte Einkäuferanfragen simulieren, mit und ohne Marke und in der Sprache jedes Marktes, um zu prüfen, welche Varianten die KI vorschlägt und welche Quellen sie zitiert.

Fazit: Was das für Hersteller bedeutet

Am Messestand lässt sich das Produkt zeigen, Fragen werden persönlich geklärt, Vertrauen entsteht. Sobald in der Halle das Licht ausgeht, übernehmen Website, PDF-Kataloge, Händlerdatenblätter und die Antworten von KI-Assistenten. Für einen Hersteller mit technischen Katalogen und Präsenz in mehreren Märkten ist die Konsistenz zwischen all diesen Kontaktpunkten kein Marketingdetail, sondern eine Voraussetzung für den Verkauf.

Die praktische Lehre der Studie passt in drei Fragen, die sich jeder Hersteller zu seinen wichtigsten Artikeln stellen kann:

1. Stimmen die technischen Daten auf der Website, in den PDF-Datenblättern und in jeder Sprache überein?
2. Was antwortet die KI, wenn ein Einkäufer nach diesem Artikel fragt, und aus welcher Quelle stammt der Wert?
3. Erscheint das Unternehmen, wenn der Einkäufer den technischen Bedarf beschreibt, ohne Marken zu nennen?

Lautet eine Antwort „nein“ oder „weiß ich nicht“, ist der erste Schritt keine neue Plattform. Zuerst gilt es zu prüfen, was veröffentlicht wird, wer es freigibt und welche veralteten Dokumente noch online sind. Für die Analyse einer ganzen Produktfamilie, in mehreren Sprachen und im Vergleich zum Wettbewerb, bietet Verbinex den Markt-Check an.

Kostenloser Schnelltest: Was sagt die KI über Ihr Produkt?

Nennen Sie uns ein Produkt oder eine Produktfamilie. Wir stellen ChatGPT drei Fragen, wie ein technischer Einkäufer sie stellt – auf Basis der öffentlich im Internet verfügbaren Informationen –, und senden Ihnen per E-Mail, was geantwortet wurde, welche Quelle genutzt wurde und ob es zu Ihrem Datenblatt passt. Kostenlos und unverbindlich.

Anfragen unter verbinex.com/de/insights/studie-amm-2026-produktdaten-ki/.

So wurde die Studie durchgeführt

Stichprobe. Aus einem Verzeichnis von 622 Ausstellern der Advanced Manufacturing Madrid 2026 wurde eine Grundgesamtheit von 137 Unternehmen mit überprüfbaren technischen Produkten gebildet. Daraus wurde eine Zufallsstichprobe von 50 gültigen Herstellern gezogen. Acht Einträge der ersten Auswahl wurden in der Reihenfolge der Ziehung ersetzt, weil sie die Kriterien nicht erfüllten oder ihre Website nicht erreichbar war.

Feldarbeit. Zwischen dem 1. und dem 12. November 2026 wurden pro Hersteller zwei Artikel und drei technische Merkmale geprüft, jeweils im Abgleich von Webseiten und offiziellen Datenblättern in verschiedenen Sprachen. ChatGPT wurde ohne Anmeldung genutzt, mit drei Anfragetypen: Suche ohne Marke, Identifizierung mit Marke und dreimal wiederholte Abfrage eines technischen Merkmals. In den zehn Fällen mit widersprüchlichen Quellen wurde die Trefferquote nicht bewertet, da es keinen eindeutigen offiziellen Wert gab. Der Indikator für stabile Genauigkeit bezieht sich deshalb auf 40 auswertbare Unternehmen.

Grenzen. Die Ergebnisse sind explorativ und beschreiben die untersuchte Stichprobe; sie werden nicht auf die gesamte Branche hochgerechnet. Es wurde nur ein KI-Assistent in einem bestimmten Zeitraum genutzt, und pro Unternehmen wurden nur zwei Artikel und drei Merkmale geprüft. Die Zahlen sind daher Mindestwerte. Die Unternehmen werden anonymisiert zitiert; die Dokumentation jedes Falls liegt im Archiv von Verbinex.

Quellen

1. AUMA. AUMA-Aussteller-Ausblick 2026/2027. Berlin, 2026.
2. Asociación de Ferias Españolas (AFE). El sector ferial español celebra el 11.º Global Exhibitions Day (spanisch). 2. Juni 2026.
3. McKinsey & Company. The Surprising Economics of B2B Growth. Global B2B Pulse 2026, 28. Mai 2026.
4. Cunningham, K. 2026 B2B Buyer Experience Report, European Edition. 6sense, 2. November 2026.
5. Gartner. 69% of B2B Buyers Turn to Sales Reps to Validate AI-Generated Insights. 20. Mai 2026.
6. Wachter, C., et al. Datenqualität bei der Informationsbereitstellung durch LLMs. *wt Werkstattstechnik online* 115 (2025): 889–896.
7. Wang, D., et al. All Languages Matter: Understanding and Mitigating Language Bias in Multilingual RAG. ACL 2026.
8. ETIM International. Classification: Model Information. Abgerufen am 15. November 2026.
9. ECLASS e.V. Conceptual Data Model. Abgerufen am 15. November 2026.

PDF-Fassung des Beitrags auf verbinex.com/de/insights/studie-amm-2026-produktdaten-ki/ · © 2026 Verbinex · Dina Nicolorich



Dina Nicolorich

Gründerin von Verbinex

Über uns · LinkedIn