MEIKAI

Ruinart

FALLSTUDIE · CHAMPAGNER

Artikel von Media Figaro heben die Sichtbarkeit von Ruinart in KI-Antworten um 8 Punkte und machen Le Figaro zum meistzitierten Medium

RUINART × MEDIA FIGARO × MEIKAI

+8,3 Punkte

SICHTBARKEIT

für Ruinart auf ChatGPT, Perplexity und Copilot, über seine 19 Fragen: von 64,1 % auf 72,4 %

13/13

ZITIERTE ARTIKEL

von KI-Systemen: 1.953 Zitierungen in vier Monaten, die erste innerhalb von zwei Tagen

Nr. 1

VON KI-SYSTEMEN ZITIERTES MEDIUM

Le Figaro steigt vom 7. auf den 1. Platz unter den Medienquellen zu den Fragen von Ruinart

AUF EINEN BLICK

KUNDE Ruinart	MEDIENPARTNER Media Figaro (Le Figaro Vin, Madame Figaro, Gala)
BRANCHE Champagner	LÖSUNG Optimierung für generative Suchsysteme (GEO), redaktionelle Markeninhalte
KPIS Sichtbarkeit, Share of Voice, Rang der ersten Erwähnung	KI-SYSTEME ChatGPT, Perplexity, Copilot, Google AI Mode, Google AI Overview
REGION Frankreich	ZEITRAUM Vom 4. Juni bis zum 6. Oktober 2026

DIE HERAUSFORDERUNG

Ruinart früher und häufiger nennen lassen

Ruinart wurde bereits in 64 % der KI-Antworten auf die Fragen genannt, die Champagnerliebhaber zu Verkostungen, Besuchen und Speisenbegleitungen stellen. Ruinart und Media Figaro wollten wissen, ob KI-Systeme Premium-Redaktionsinhalte aufgreifen und ob diese das Haus früher und häufiger nennen lassen. Gastronomie war das Hauptziel, denn der Share of Voice von Ruinart bei diesen Fragen lag nur bei 16 %.

DER ANSATZ

Dreizehn Artikel, gemessen an denselben Fragen

Media Figaro veröffentlichte zwischen Juni und September 2026 13 Artikel auf Le Figaro Vin, Madame Figaro und Gala, in drei Wellen: Kunst und Architektur in Reims, Speisen- und Champagnerbegleitungen mit Chefkoch Arnaud Donckele, Weintourismus, dann eine letzte Welle von sechs Artikeln zur Gastronomie, dem Thema mit dem größten Spielraum.

Meikai verfolgte täglich 19 von Ruinart gelieferte Fragen auf ChatGPT, Perplexity, Copilot, Google AI Mode und Google AI Overview. Jedes Ergebnis vergleicht dieselbe Engine, zu denselben Fragen, vor der Veröffentlichung und nach der letzten Welle, sodass sich die Wirkung Engine für Engine lesen lässt. Gemini, das keine Seite von Le Figaro aufgriff, wird getrennt gelesen.

DIE ERGEBNISSE

Ruinart früher und häufiger genannt, vor allem zur Gastronomie

Alle 13 Artikel wurden von KI-Systemen aufgegriffen, mit einem Median von zwei Tagen zwischen dem Veröffentlichung und der ersten Zitierung. Bis zum 6. Oktober hatten sie 1.953 Zitierungen gesammelt, und 80 % der Zitierungen von Le Figaro auf dem Konto stammen jetzt aus der Operation. Le Figaro stieg vom 7. auf den 1. Platz unter den Medien, die zu den Fragen von Ruinart zitiert werden, von 3,6 % auf 16,3 % der Pressezitierungen.

Die Sichtbarkeit von Ruinart stieg um 8,3 Punkte über die drei verglichenen Engines, getrieben von Perplexity (+13,7 Punkte) und Copilot (+9,2). Das Haus wird auf ChatGPT 33 % häufiger je Antwort genannt und erscheint auf allen drei KI-Plattformen früher in der Antwort, mit einem durchschnittlichen Rang der ersten Erwähnung von 1,48 gegenüber 1,81.

Die Gastronomie, das Thema der Artikel, bewegte sich am stärksten: +9,5 Punkte Share of Voice (von 16,0 % auf 25,4 %), +18,1 Punkte Sichtbarkeit, und Ruinart früher zitiert bei 9 von 9 Fragen. Wenn eine KI-Plattform sich auf Le Figaro stützt, nennt sie Ruinart 91 von 100 Mal, gegenüber 73, wenn sie es nicht zitiert.

> Dreizehn Artikel, alle dreizehn von KI-Systemen aufgegriffen, und Ruinart gewinnt die Fragen zur Gastronomie: der Beweis, dass Premium-Redaktionsinhalte heute für KI-Antworten ebenso hart arbeiten wie für Leserinnen und Leser.
>
> **Karine Rielland Mardirossian**, Stellvertretende Geschäftsführerin Digital, Media Figaro

SO HAT MEIKAI GEMESSEN

19 von Ruinart gelieferte Fragen, täglich gestellt an ChatGPT, Perplexity, Copilot, Google AI Mode und Google AI Overview, vom 4. Juni bis zum 6. Oktober 2026. Vorher: vom 4. Juni bis zum 5. Juli. Nachher: vom 11. September bis zum 6. Oktober. Sichtbarkeit: Anteil der Antworten, die Ruinart nennen. Share of Voice: Erwähnungen von Ruinart im Verhältnis zu den Erwähnungen aller Marken. Rang: durchschnittliche Position der ersten Erwähnung. Vorher-nachher-Vergleiche umfassen ChatGPT, Perplexity und Copilot, jeweils mit sich selbst verglichen. Zitierungen gezählt vom 4. Juni bis zum 6. Oktober 2026, über alle Fragen des Kontos. Gemini zitierte im Zeitraum keine Seite von Le Figaro und wird getrennt gelesen.