/In-SEO

KOSTENLOSER LEITFADEN

GEO-Leitfaden: So wird dein Unternehmen in ChatGPT, Perplexity und Google AI sichtbar

Was Generative Engine Optimization ist, wie KI-Systeme ihre Quellen auswählen und mit welchen zehn Schritten du anfängst. Von Dirk Schiff, seit über 20 Jahren in der Suchmaschinenoptimierung und in seiner Promotion (Doktorat) an der Middlesex University mit der Sichtbarkeit in KI-Systemen befasst.

Inhalt

1. Warum die KI-Suche für dein Geschäft zählt
2. Was GEO ist und wie es sich von SEO unterscheidet
3. Wie KI-Systeme ihre Quellen auswählen
4. Zehn Schritte für mehr KI-Sichtbarkeit
5. So misst du deinen Fortschritt
6. Die fünf häufigsten Fehler
7. Dein Plan für die nächsten 30 Tage

1. Warum die KI-Suche für dein Geschäft zählt

Immer mehr Menschen stellen ihre Fragen nicht mehr nur in ein Suchfeld, sondern an ChatGPT, Perplexity, Gemini oder direkt an die KI-Antworten in Google. Sie fragen nach dem besten Anbieter in ihrer Stadt, nach einem Produkt für ein bestimmtes Budget oder nach einer Lösung für ein Problem. Die Antwort nennt oft nur eine Handvoll Unternehmen.

Wer dort genannt wird, gewinnt Vertrauen, bevor der Kunde überhaupt die Website besucht hat. Wer fehlt, wird gar nicht erst in Betracht gezogen. Das gilt für Handwerksbetriebe genauso wie für Onlineshops, Kanzleien oder Softwareanbieter.

> **Wichtig:** Die KI-Suche ersetzt Google nicht, sie ergänzt es. Die meisten KI-Systeme stützen sich auf Inhalte, die auch bei Google und Bing gut gefunden werden. Gutes SEO bleibt deshalb die Grundlage.

2. Was GEO ist und wie es sich von SEO unterscheidet

GEO steht für Generative Engine Optimization. Gemeint sind alle Maßnahmen, die dafür sorgen, dass generative KI-Systeme dein Unternehmen kennen, richtig einordnen und in ihren Antworten nennen oder als Quelle verlinken.

	SEO	GEO
Ziel	Gute Platzierung in der Ergebnisliste	Nennung und Zitat in der KI-Antwort
Erfolg	Rankings, Klicks, Besucher	Nennungen, Quellenlinks, Empfehlungen
Inhalte	Passend zum Suchbegriff	Klare Antworten, Fakten, eindeutige Angaben
Signale	Links, Technik, Nutzererfahrung	Zusätzlich Erwähnungen, Bewertungen, Vertrauen in Quellen

Beides gehört zusammen. Ohne solides SEO findet die KI deine Inhalte seltener, ohne GEO bleiben gute Rankings in der KI-Antwort oft unsichtbar.

3. Wie KI-Systeme ihre Quellen auswählen

Bei einer Frage sucht ein KI-System im Web, oft mit mehreren Suchanfragen gleichzeitig. Aus den gefundenen Seiten nimmt es Abschnitte, die die Frage gut beantworten, und formuliert daraus eine Antwort. Dabei spielen vor allem diese Punkte eine Rolle:

- **Auffindbarkeit:** Die Seite muss für Crawler erreichbar und bei Suchmaschinen indexiert sein.
- **Passende Antwort:** Ein Abschnitt beantwortet die Frage direkt und verständlich.
- **Vertrauen:** Die Quelle wirkt seriös, etwa durch Fachautoren, Belege, Bewertungen und Erwähnungen in anderen Medien.
- **Eindeutigkeit:** Name, Angebot, Ort und Ansprechpartner sind klar und überall gleich angegeben.
- **Aktualität:** Gerade bei Preisen, Produkten und Neuigkeiten bevorzugen KI-Systeme aktuelle Inhalte.

4. Zehn Schritte für mehr KI-Sichtbarkeit

1. Die Fragen deiner Kunden sammeln

Schreib 20 bis 30 Fragen auf, die deine Kunden vor einem Kauf stellen. Stell sie ChatGPT, Perplexity und Google und notiere, wer genannt wird.

2. Crawler zulassen

Prüfe in der robots.txt, dass OAI-SearchBot, PerplexityBot, Claude-SearchBot und der Googlebot deine Seiten lesen dürfen. Auch eine Firewall darf sie nicht blockieren.

3. Antworten an den Anfang stellen

Beantworte die wichtigste Frage einer Seite im ersten Absatz in ein bis zwei Sätzen. Erklärungen und Details folgen danach.

4. Fakten statt Floskeln

Nenne Preise, Zahlen, Abläufe, Einzugsgebiete und konkrete Beispiele. Allgemeine Werbesätze werden von KI-Systemen kaum zitiert.

5. FAQ und strukturierte Daten

Ergänze echte Kundenfragen mit kurzen Antworten und kennzeichne Unternehmen, Personen, Produkte und FAQ mit strukturierten Daten.

6. Unternehmen eindeutig beschreiben

Gleicher Name, gleiche Adresse und gleiche Beschreibung auf Website, Google Unternehmensprofil, Branchenverzeichnissen und Social Media.

7. Expertise zeigen

Zeige, wer hinter den Inhalten steht: Autorenprofile, Qualifikationen, Erfahrung und Referenzen.

8. Bewertungen sammeln

Echte, ausführliche Bewertungen auf Google und Fachportalen sind für viele KI-Empfehlungen eine wichtige Quelle.

9. In anderen Quellen vorkommen

Gastbeiträge, Interviews, Vergleichsartikel und Fachportale, die KI-Systeme häufig zitieren, bringen deine Marke in die Antworten.

10. Eine llms.txt anlegen

Eine kurze Datei im Hauptverzeichnis fasst zusammen, wer du bist und welche Seiten wichtig sind. Sie ist kein Muss, schadet aber nicht und ist schnell erstellt.

5. So misst du deinen Fortschritt

Kennzahl	Wo du sie findest
Nennungen bei festen Fragen	Monatlich dieselben Fragen an ChatGPT, Perplexity und Google stellen und notieren
Besucher aus KI-Diensten	Google Analytics 4, eigene Channelgruppe für chatgpt.com, perplexity.ai, gemini.google.com und Co.
Klicks aus Google AI	Google Search Console, Leistungsberichte
Abrufe durch KI-Crawler	Server-Logfiles, etwa Zugriffe von OAI-SearchBot und ChatGPT-User
Markensuchen	Search Console: Wie oft wird nach deinem Namen gesucht?

Eine ausführliche Anleitung für Google Analytics findest du im Ratgeber KI-Traffic messen.

6. Die fünf häufigsten Fehler

1. **KI-Crawler versehentlich gesperrt**, etwa durch eine Sicherheitslösung oder eine alte robots.txt.
2. **Nur Werbetext, keine Antworten:** Seiten erklären nicht, was das Angebot kostet, für wen es passt und wie es abläuft.
3. **Uneinheitliche Firmendaten** auf verschiedenen Portalen.
4. **Keine Erwähnungen außerhalb der eigenen Website.** KI-Systeme vertrauen fremden Quellen oft mehr als Eigenwerbung.
5. **Einmal prüfen und dann vergessen:** KI-Antworten ändern sich laufend. Wer nicht regelmäßig misst, bemerkt Veränderungen zu spät.

7. Dein Plan für die nächsten 30 Tage

Woche	Aufgabe
1	Fragen sammeln, Ausgangslage in ChatGPT, Perplexity und Google notieren, robots.txt prüfen
2	Die drei wichtigsten Seiten überarbeiten: Antwort an den Anfang, Fakten, FAQ
3	Firmendaten vereinheitlichen, strukturierte Daten ergänzen, Bewertungen anfragen
4	Erste Erwähnung außerhalb der Website planen, Messung wiederholen und vergleichen

> **Du willst schneller vorankommen?** Der kostenlose KI-Sichtbarkeits-Check zeigt dir in 48 Stunden, wo du stehst. Die vollständige Prüfung liefert das GEO Audit. Alle Angebote zum Anklicken findest du auf der nächsten Seite.

Weiter mit In-SEO: Hilfe für jeden nächsten Schritt

Alle Angebote kannst du direkt anklicken. Preise netto zzgl. Umsatzsteuer, Stand November 2026.

Angebot	Was du bekommst	Preis
KI-Sichtbarkeits-Check	Erste Messung, ob ChatGPT, Perplexity und Google AI dich nennen, Antwort in 48 Stunden	kostenlos
GEO-Checkliste	42 Prüfpunkte als PDF zum Abhaken, die Vertiefung zu diesem Leitfaden	19 Euro
20 Prompt-Vorlagen für SEO-Texte	Vorlagen für Texte, FAQ und Antworten, die KI-Systeme gern zitieren	15 Euro
llms.txt erstellen	Ich erstelle die Datei für deine Website (Schritt 10)	190 Euro
Seite für KI-Antworten optimieren	Eine wichtige Seite wird für ChatGPT und Google AI überarbeitet (Schritte 3 bis 5)	290 Euro
Technik-Check für KI-Crawler	robots.txt, Firewall, strukturierte Daten und Indexierung geprüft (Schritt 2)	490 Euro
KI-Prompt-Analyse	Deine Kundenfragen systematisch in den KI-Systemen gemessen (Schritt 1)	490 Euro
GEO Audit	30 Prompts, Wettbewerbs- und Quellenanalyse, Technik-Check, Maßnahmenplan, Besprechung	1.290 Euro
Schnupper-Coaching	60 Minuten mit Dirk Schiff zu deiner Website und deinen Fragen	99 Euro

Mehr Ratgeber: Was ist GEO · GEO Rankingfaktoren · KI-Traffic messen · ChatGPT Shopping

Dirk Schiff · In SEO & Online Marketing Agentur · Wallbergstraße 28, 81539 München · info@in-seo.de · www.in-seo.de
Stand November 2026. Dieser Leitfaden ist eine fachliche Einführung und ersetzt keine individuelle Beratung.