

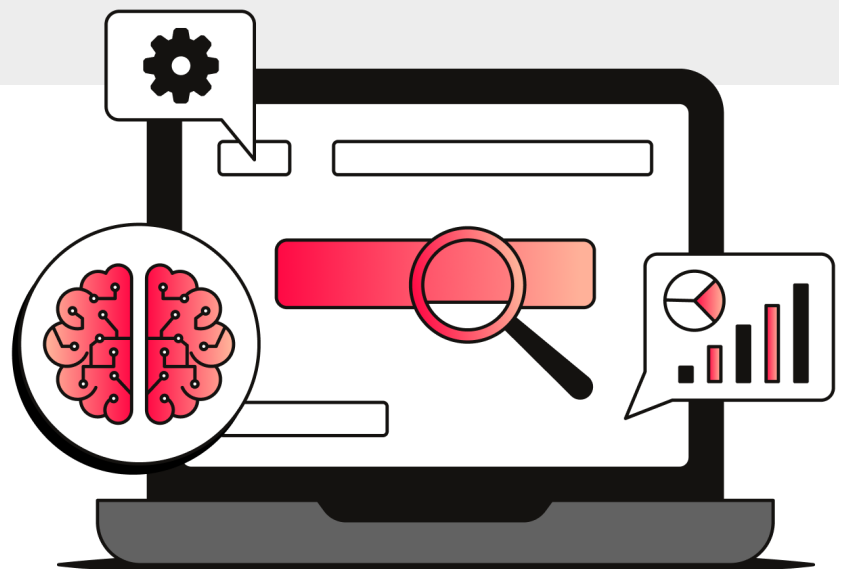


So wird Ihre Website sichtbarer in KI-Suchen

KI-Suchen liefern schnelle Antworten auf die Fragen Ihrer Zielgruppe. GEO hilft dabei, dass Ihre Inhalte **als Quelle genutzt werden und in KI-Antworten vorkommen**. Dabei ersetzt GEO SEO nicht, es ergänzt es. Hier die wichtigsten Faktoren zum Einstieg in GEO im Überblick.

Quick Wins: Content

- ☐ **Top-Seiten prüfen:** Beantworten Ihre wichtigsten Seiten konkrete Fragen direkt und verständlich?
- ☐ **Zitierfähige Kernaussagen einbauen:** Kurze Definitionen, klare Aussagen und Zusammenfassungen, die KI leicht übernehmen kann.
- ☐ **Kontext liefern:** Nicht nur erklären, was etwas ist, sondern auch *wann*, *warum* und *für wen* es sinnvoll ist.
- ☐ **Positionierung schärfen:** Klar formulieren, wofür Ihr Unternehmen steht, welche Probleme Sie lösen und für wen.
- ☐ **FAQs ergänzen:** Reale Fragen aus Kundengesprächen aufnehmen und eindeutig beantworten.
- ☐ **Begriffe konsistent nutzen:** Leistungen/Produkte einheitlich benennen (Entitäten klar halten).
- ☐ **Struktur verbessern:** Überschriften, Absätze, Listen und kurze „TL;DR“-Passagen.
- ☐ **Bestehende Inhalte aktualisieren:** Lieber optimieren statt neu produzieren.
- ☐ **Offsite-Signale stärken:** Erwähnungen und Links auf passenden Portalen oder Vergleichsseiten aufbauen.



Quick Wins: Technik

- ☐ **Indexierung sicherstellen:** Wichtige Seiten dürfen nicht durch noindex/robots blockiert sein.
- ☐ **Crawlability verbessern:** Saubere interne Verlinkung, keine Weiterleitungsketten.
- ☐ **Performance optimieren:** Ladezeiten, Stabilität und Core Web Vitals.
- ☐ **Klare Seitenstruktur:** Logische URL-Struktur und nachvollziehbare Seitenhierarchie.
- ☐ **Aktualität sichtbar machen:** Veröffentlichungs- und Update-Datum pflegen, Inhalte regelmäßig überarbeiten.
- ☐ **Strukturierte Daten nutzen (Schema.org):** z. B. FAQPage, Article, Organization, Person/Author – erhöht Verständlichkeit und Zitierfähigkeit.
- ☐ **llms.txt (optional):** Redaktionelle Priorisierung zentraler Einstiegs- und Referenzseiten

Mini-Check: Woran erkenne ich gute GEO-Inhalte?

Ein Inhalt ist GEO-tauglich, wenn er...

- ✓ **eine konkrete Frage klar beantwortet,**
- ✓ **strukturiert und schnell erfassbar** ist,
- ✓ **eindeutige Aussagen** statt vager Formulierungen enthält,
- ✓ **Vertrauen** aufbaut (Autor*in/Expertise/Einordnung),
- ✓ **und als Quelle zitierbar** ist.



GEO eröffnet die Chance, in der Suche sichtbar zu werden, auch ohne für jedes Keyword auf Seite 1 zu stehen. Unternehmen, die ihre Inhalte jetzt gezielt aufbereiten, schaffen damit eine solide Basis für Reichweite in klassischen Suchmaschinen und KI-Systemen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg dabei!