

Gastbeitrag von Kirsten Meisinger, Geschäftsführerin, Agentur Charismarcom

Warum Ihr Unternehmen in KI-Antworten auftauchen muss

Suchverhalten verändert sich radikal. Immer mehr Menschen stellen ihre Fragen direkt in KI-Chatbots oder nutzen KI-Antworten von Google und Co. Und: Sie vertrauen den Informationen der KI-Systeme.

Kirsten Meisinger, Geschäftsführerin, Agentur Charismarcom
© Bild: Agentur Charismarcom

„ChatGPT hat Sie empfohlen, deswegen will ich mit Ihnen zusammenarbeiten.“ Laut einer McKinsey-Studie nutzen 50 Prozent der Befragten gezielt KI-Suchen. 44 Prozent davon geben an, dass KI-Antworten ihre bevorzugte Informationsquelle sind. Eine aktuelle Umfrage von Gartner ergab, dass 31 Prozent der Befragten aufgrund von KI-Überblicken mehr Produkte in Betracht ziehen. Semrush konstatierte, dass rund 60 Prozent der Suchanfragen inzwischen zu keinem Klick führen. Diese Zahlen zeigen die Herausforderung für Unternehmen: Immer weniger potenzielle Kunden besuchen Webseiten, denn KI-Systeme vergleichen, fassen zusammen und sprechen Empfehlungen aus. Taucht das Unternehmen dort nicht auf, ist es für diese Zielgruppe nicht sichtbar.

Was KI-Suchen für Unternehmen bedeuten

Für Marketingverantwortliche bedeutet das: SEO reicht nicht mehr. Wer sichtbar bleiben will und Online-Conversions braucht, muss strategisch umdenken und zusätzlich GEO betreiben. GEO steht für Generative Engine Optimization, also die Optimierung von Inhalten für KI-Systeme. Das Ziel: Bei relevanten User-Prompts in den Antworten von KI-Systemen zitiert werden. LLMO, die Optimierung für Large Language Models, verwenden wir hier als Synonym. GEO/LLMO erfordert eine klare Neuausrichtung des Onlinemarketings hin zu Formaten, Strukturen und Botschaften, die von beiden Zielgruppen (Kunde und KI-System) verstanden werden.

Die eigene GEO-Strategie planen und umsetzen

Der GEO-Prozess startet mit einem GEO-Audit, bei dem Sie analysieren, ob und wie Ihr Unternehmen in KI-Antworten erscheint. Sie simulieren typische Nutzerfragen und prüfen KI-Antworten, um Sichtbarkeitslücken und Fehlpositionierungen zu erkennen. So entsteht ein realistisches Bild der aktuellen KI-Präsenz.



Tipp: Starten Sie, indem Sie mögliche User-Prompts (meist länger als Keywords / Keyphrases) in gängige KI-Chatbots eingeben. Alternativ verwenden Sie spezialisierte Software wie Otterly.ai oder Peec AI (> gratis Testzeit nutzen).

Darauf folgt die GEO-Strategie, in der Sie definieren, für welche Themen und Kontexte Ihr Unternehmen in KI-Systemen zitiert werden soll. Vieles können Sie aus Ihrer SEO-Strategie ableiten. Neu: Sie legen klare GEO-Kennzahlen und Ziele fest und priorisieren KI-Plattformen.

Tipp: ChatGPT und Google KI-Antworten sind bei uns die meistgenutzten KI-Systeme. Diese strategische Leitlinie steuert alle weiteren Maßnahmen.

Für GEO-Content überarbeiten Sie bestehende oder erstellen neue Inhalte, damit beide Zielgruppen sie eindeutig verstehen. KI-Modelle verarbeiten Informationen anders als Menschen: Sie extrahieren, verdichten und bewerten Wahrscheinlichkeiten.

Tipp: Entscheidend sind klare Aussagen, definierte Begriffe, strukturierte Inhalte und überprüfbare Quellen. Achten Sie auf die Ausrichtung auf reale Nutzerprompts statt auf Keywords.

Parallel dazu sorgt technisches GEO für Maschinenlesbarkeit. Sauberes HTML, semantisches Markup und eine leistungsfähige Webseite bilden die Grundlage, damit Inhalte von KI-Systemen erfasst werden.

Tipp: Mit strukturierten Daten (z. B. nach schema.org) machen Sie Entitäten, Autorenschaften und Zusammenhänge maschinenverständlich. Eine sauber gepflegte lms.txt Datei hilft KI-Systemen, Ihre Inhalte zu verstehen.

Parallel betreiben Sie den Aufbau von E-E-A-T-Signalen. E-E-A-T steht für Erfahrung, Expertise, Autorität und Trust. Denn nachvollziehbare fachliche Expertise, Nennung in renommierten Quellen und Fachportalen und konsistente Positionierung erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass KI-Modelle Ihr Unternehmen als vertrauenswürdig und relevant einordnen und es in Antworten zitieren.

Fazit

Unternehmen, die bereits aktiv GEO/LLMO betreiben, sind in KI-Antworten sichtbar und gewinnen sogar neue Kundengruppen hinzu. GEO-Erfolge, auch von Unternehmen in der Region A³, belegen dies.



MEHR INFOS
charismarcom.de



HARTMANN & BREHMER
Die Immobilienberater

Vermittler | Gutachter | Verwalter

Herzlich willkommen bei Hartmann & Brehmer GmbH & Co. KG, Ihren unabhängigen Immobilienberatern in Augsburg.

- Vermittler: von Wohn- und Gewerbeimmobilien bei Kauf und Miete
- Gutachter: von der IHK öffentlich bestellt und vereidigt sowie europaweit zugelassen Recognised European Valuer (REV)
- Verwalter: zuverlässig und kompetent – vergleichen Sie uns!

