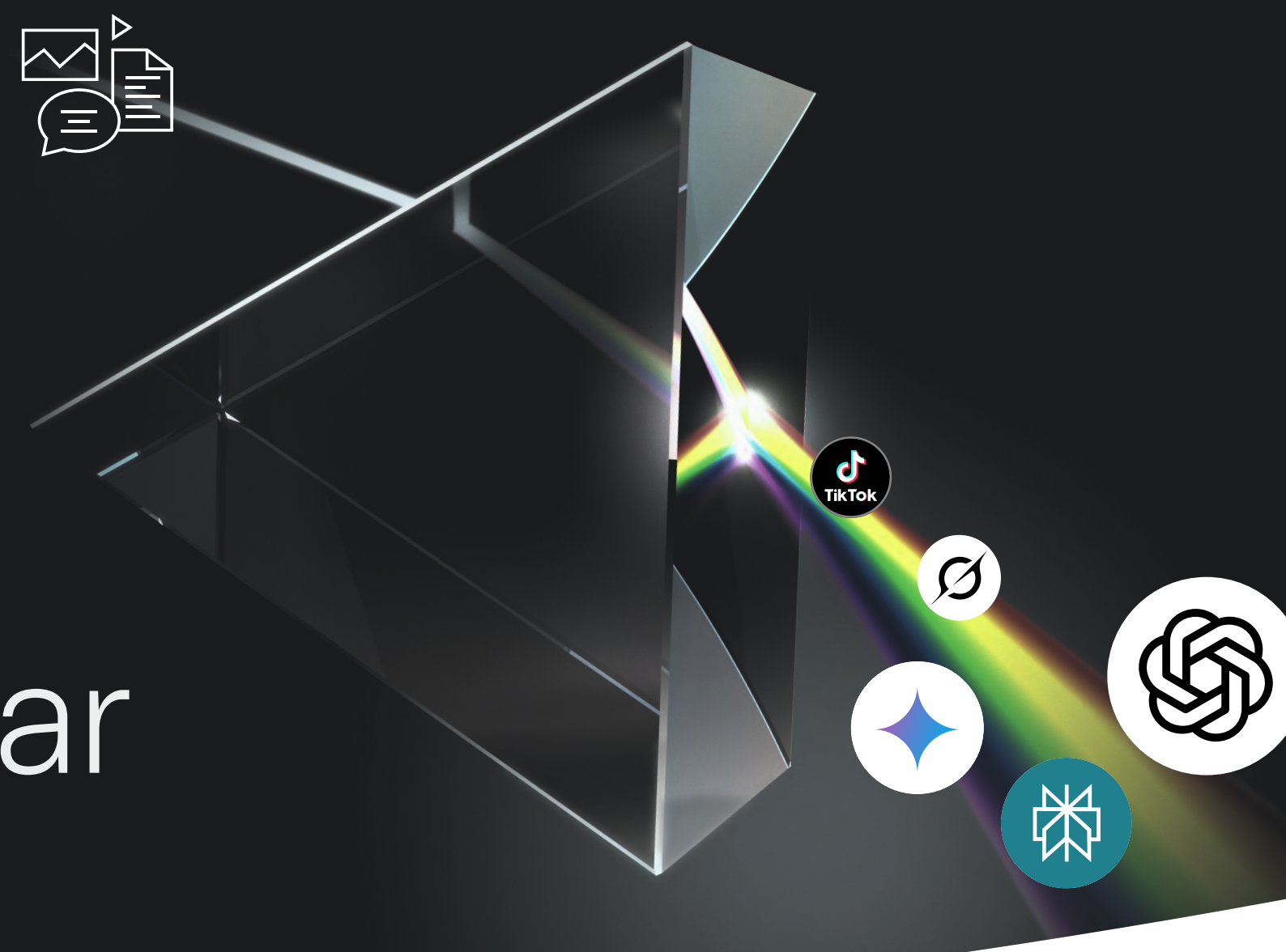




CHECKLISTE:

So wird Ihre Marke in der KI-Suche sichtbar

5 Schritte, mit denen Ihre Marke im neuen Zeitalter der Suche sichtbar wird

KI-Plattformen wie ChatGPT, Gemini, Perplexity und sogar TikTok entwickeln sich neben „traditionellen“ Suchmaschinen zu beliebten Suchtools. Doch jede Plattform priorisiert und verarbeitet Daten auf ihre eigene Weise um Antworten zu generieren. Die Steigerung der Markenpräsenz in der KI-gestützten Suche kann daher komplex erscheinen.

Während die Diskussion über „Generative Engine Optimization“ (GEO) Fahrt aufnimmt, müssen Marken zwei Wahrheiten anerkennen:

1

Es ist leicht, aufgrund der Veränderungen verunsichert zu sein. Denken Sie jedoch daran, dass Google uns auch nie seinen vollständigen Algorithmus verraten hat. Trotzdem hatten Marketer*innen Erfolg, indem sie auf intelligente, konsistente, strukturierte Strategien gesetzt haben. Genau das funktioniert auch heute, nur eben angepasst an KI.

2

Um auffindbar zu bleiben, müssen Marken ihre reine SEO-Denkweise durch eine ganzheitliche Suchstrategie ersetzen.

Diese Checkliste hilft Ihnen beim Einstieg.

Schritt 1

Überprüfen Sie die Sichtbarkeit Ihrer Marke – über Google hinaus

Können Menschen Sie finden, wenn sie auf KI-Plattformen Fragen stellen? Wie sieht es aus mit Karten, sozialen Netzwerken und Sprachassistenten?

Beginnen Sie mit der Beantwortung dieser Fragen:

- ☐ Wo ist Ihre Marke heute präsent?
- ☐ Sind Ihre Einträge korrekt, einheitlich und vollständig?
- ☐ Verfolgen Sie Erwähnungen in KI-gesteuerten Suchwerkzeugen?

PROFI-TIPP

Stellen Sie sicher, dass Ihre Informationen bei allen Publishern vollständig sind. Je vollständiger und vertrauenswürdiger Ihre Informationen sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass Sie in generativen Ergebnissen erscheinen.

Schritt 2

Verwenden Sie eine natürliche, dialogorientierte Sprache in Ihren Inhalten

KI sucht anders als Menschen, antwortet aber in unserer Sprache. Deshalb sollten Ihre Inhalte natürlich und zielgerichtet formuliert sein.

Konzentrieren Sie sich auf:

- ☐ FAQs, die reale Kundenfragen widerspiegeln
- ☐ Blogbeiträge, die wie Gespräche klingen, nicht wie mit Stichwörtern überladene Seiten
- ☐ Bewertungen und Antworten, die Markenstimme und Glaubwürdigkeit stärken
- ☐ Einzelne (ggf. lokale) Seiten mit klaren, zuverlässigen und umgangssprachlichen Inhalten

PROFI-TIPP

Lesen Sie Ihren Inhalt laut vor. Wenn er steif klingt, wird er nicht in den KI-Suchergebnissen erscheinen.

Schritt 3

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Daten korrekt sind – überall

KI-Modelle stützen sich auf Genauigkeit und Konsistenz, um Vertrauen zu bewerten. Selbst kleine Unstimmigkeiten (wie unterschiedliche Öffnungszeiten bei Yelp und Google) können die Auffindbarkeit beeinträchtigen.

Überprüfen Sie:

- ☐ Öffnungszeiten, Dienstleistungen und Attribute (für jeden Standort)
- ☐ Fotoqualität und -häufigkeit
- ☐ Einheitliche Angaben bei Google, Yelp, Facebook, Apple und kleineren Drittanbieter-Verzeichnissen

PROFI-TIPP

Ein zentrales System für Updates spart Zeit und schafft Vertrauen bei KI und Kund*innen. Ein Wissensgraph ist hierfür das richtige Werkzeug.

Schritt 4

Achten Sie darauf, was Kund*innen sagen

KI-Tools nutzen öffentliche Signale wie Bewertungen und FAQs, um Antworten zu erstellen. Das bedeutet, dass Ihre besten Stichwörter und Inhaltsideen möglicherweise bereits in Ihrem Kundenfeedback enthalten sind.

Tun Sie Folgendes:

- ☐ Überwachen Sie Bewertungen auf wiederkehrende Themen (wie „hundefreundlich“ oder „schnelles Einchecken“)
- ☐ Übernehmen Sie Formulierungen in Einträge, FAQ-Seiten und Antwortvorlagen
- ☐ Aktualisieren Sie standortbezogene FAQs mit realistischer, suchmaschinenfreundlicher Sprache
- ☐ Verwenden Sie häufig gestellte Fragen, um Inspiration für zukünftige Inhalte (Blog-Beiträge, Social-Media-Videos usw.) zu finden

PROFI-TIPP

Wenn Kund*innen etwas sagen, sieht die KI es wahrscheinlich auch.

Schritt 5

Behalten Sie Ihre Konkurrenz im Auge

Es ist schwer, erfolgreich zu sein, wenn Sie nicht wissen, gegen wen Sie antreten. Die Sichtbarkeit im Wettbewerb ist ein bewegliches Ziel – und je nach Markt kann ein anderer Mitbewerber an der Spitze stehen.

Stellen Sie folgende Punkte sicher:

- ☐ Identifizieren Sie wichtige Wettbewerber nach Standort
- ☐ Verfolgen Sie die Sichtbarkeit und Stimmung auf verschiedenen Plattformen
- ☐ Beachten Sie Umfang, Häufigkeit und Sprache von Bewertungen
- ☐ Achten Sie darauf, wo die Konkurrenz angezeigt wird und Sie nicht

PROFI-TIPP

Kontext ist entscheidend – es geht nicht nur um Rankings, sondern darum, im richtigen Moment präsent zu sein.

Förderung der Markensichtbarkeit heute und in der Zukunft der KI-Suche

Die KI-Suche ist nicht die Zukunft – sie ist bereits hier. Auch wenn es komplex wirkt: Mit den richtigen Schritten können Sie schon heute dafür sorgen, dass Ihre Marke sichtbar ist – genau dann und dort, wo es zählt.

Beginnen Sie mit dieser Checkliste – und bleiben Sie am Ball. Denn die Suche wird immer smarter und Ihre Strategie sollte Schritt halten.

Die KI-Suche verändert, wie Menschen Marken entdecken. Sind Sie bereit zu sehen, wo Sie stehen – und Maßnahmen zu ergreifen, um die Sichtbarkeit Ihrer Marke zu verbessern?

[Klicken Sie hier](#)