

GEO ist das neue SEO

Wie Unternehmen im KI-Zeitalter sichtbar bleiben



München und
Oberbayern

Agenda

1. **Warum Google allein nicht mehr reicht**
2. **Vom Klick zur Empfehlung**
3. **SEO erklärt für das KI-Zeitalter**
4. **So “denkt” eine KI über euer Unternehmen**
5. **Quick Wins für jedes Unternehmen**
6. **Q & A**

Roth AI-Teaching Academy

KI verstehen. KI anwenden. Prozesse transformieren.

Unser Fokus:

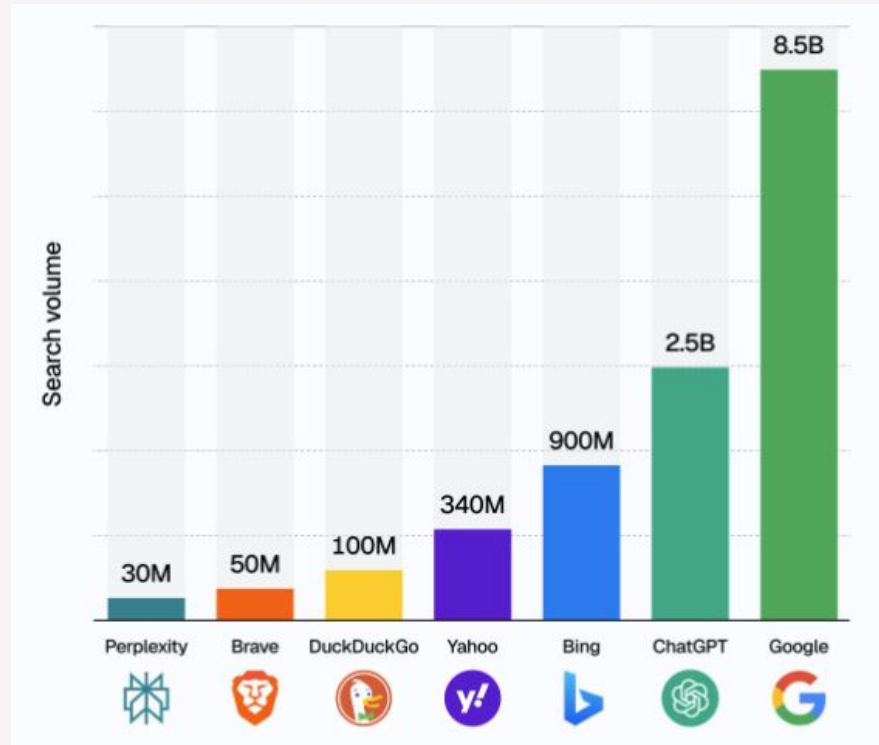
- AI-Workshops für Teams & Führungskräfte
- Implementierung von AI-Agents zur Prozessautomatisierung
- Erstellung & Optimierung von Websites um diese GEO-Ready zu machen

Unsere Mission:

Wir machen KI verständlich, effizient nutzbar und wirtschaftlich relevant – besonders für KMUs & E-Commerce.

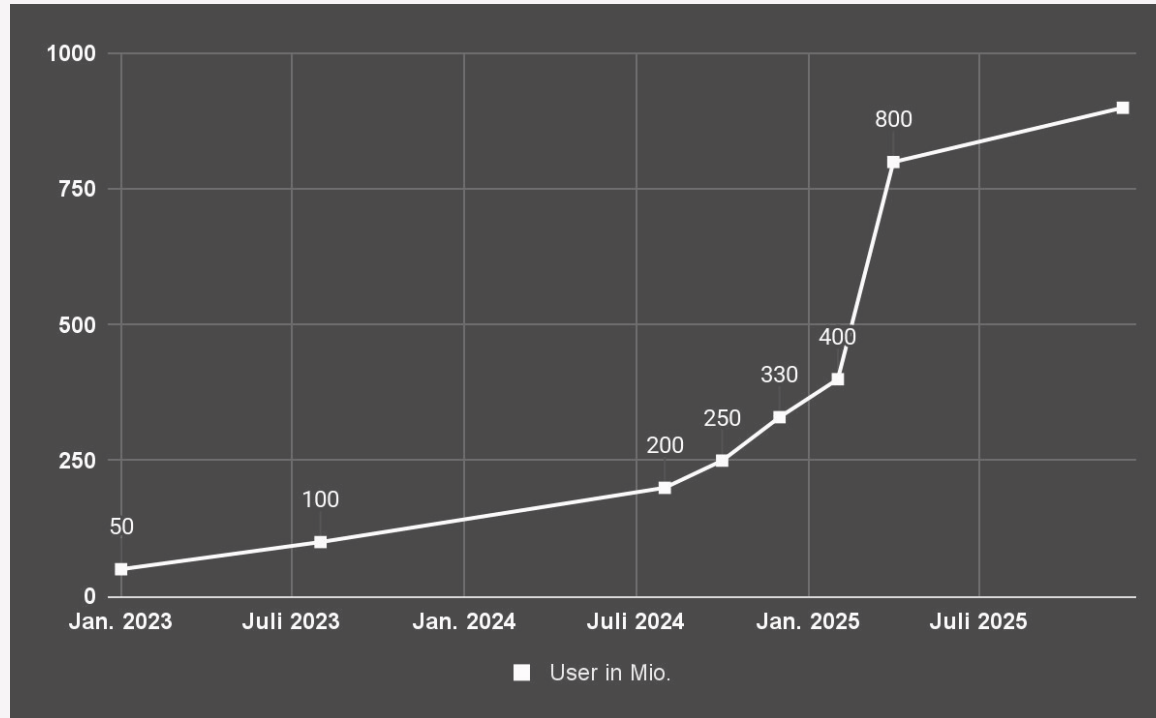
Tägliche Suchanfragen nach Plattform

Worauf Sie Ihre Aufmerksamkeit im Jahr 2026 richten sollten



Wöchentliche aktive ChatGPT User

Jan. 2023 → Apr. 2025 (wöchentlich aktive Nutzer in Mio.)



Vom Klick zur Empfehlung

Wie KI-Suche das Verhalten verändert



Klassische Suche mit Google = Links & Auswahl	KI-gestützte Suche = direkte Antwort
Bei Google & Co. bekommt der Nutzer eine Liste von Links	KI-Assistenten (z. B. ChatGPT, Perplexity, Gemini) liefern fertige Antworten statt Linklisten
Ziel: Nutzer muss selbst durchklicken, vergleichen, auswählen	Nutzer <i>fragt natürlichsprachlich</i> und bekommt eine kontextreiche Antwort, ohne zu klicken
Nutzer steuert aktiv, welche Ergebnisse er konsumiert	Viele Nutzer bevorzugen diese kompakte, sofort verwertbare Form.
Klick auf Website, dann Bewertung der Inhalte	

Statt „Suchbegriff → Klicken → lesen“ wird es zu: „Frage → Antwort → Entscheidung“

Was ist Generative Engine Optimization (GEO)?

Generative Engine Optimization (GEO) bezeichnet die **Optimierung von Inhalten**, damit sie **sichtbar und zitierfähig in Antworten von KI-Suchsystemen** wie ChatGPT, Google AI Overviews, Perplexity oder Gemini erscheinen statt nur in klassischen Suchergebnissen.

Im Kern geht es um:

- Sichtbarkeit in AI-generierten Antworten statt nur Rankings
- klare, verständliche Strukturen, die KI-Modelle leicht verarbeiten können
- Inhalte, die von KI-Systemen verwendet und zitiert werden statt nur angezeigt werden

GEO vs. SEO: Die wichtigsten Unterschiede

SEO (klassisch)	GEO (KI-Ära)
Fokus: Rankings in Suchmaschinen wie Google/Bing	Fokus: Erwähnung und Zitation in KI-Antworten
Sichtbarkeit durch Keywords, Backlinks, Technik	Sichtbarkeit durch klare Struktur, Kontext, Autorität
Ziel: Klick, Traffic, Positionierung	Ziel: Empfohlen werden in direkten Antworten

→ **Wichtig: GEO ersetzt SEO nicht – es ergänzt und erweitert SEO für die KI-Suchwelt.**

Warum GEO jetzt wichtig wird

Neues Nutzerverhalten:

Viele Menschen nutzen KI-Assistenten, um Fragen direkt beantwortet zu bekommen, nicht um dann Seiten durchzuklicken. GEO sorgt dafür, dass Unternehmen in diesen Antworten auftauchen, statt im digitalen „Nirvana“ zu verschwinden.

KI-Modelle wählen Inhalte aus:

KI-Suchsysteme synthetisieren Antworten und ziehen Informationen aus vielen Quellen – wer nicht richtig strukturiert ist, wird nicht ausgewählt oder nicht zitiert.

Sichtbarkeit bedeutet heute:

→ nicht nur Ranking → sondern in KI-Antworten erwähnt oder empfohlen werden.

Das wichtigste Grundprinzip

KI merkt sich keine Werbung – sondern klare Erklärungen.

Schlecht (typisch Website):

„Wir sind Ihr innovativer Partner für digitale Lösungen.“

Gut (KI-verständlich):

„Wir helfen kleinen Online-Shops dabei, ihren Kundenservice mit KI-Chatbots zu automatisieren.“

→ **Ein Satz. Klar. Verständlich.**

GEO in der Praxis

Erste Schritte für Unternehmen

1. Inhalte klar strukturieren

- Fakten statt Floskeln
- Klare, präzise Antworten auf typische Fragen
- Semantische Struktur statt Keyword-Monstrosen

→ KI-Modelle bevorzugen eindeutige, zitierfähige Inhalte.

Statt:

„Wir bieten innovative Lösungen zur Prozessoptimierung für Unternehmen.“

Besser:

„Wir helfen kleinen und mittleren Unternehmen, ihre internen Abläufe um **25–40 %** effizienter zu gestalten, indem wir standardisierte Prozessschritte digitalisieren und automatisieren.“

GEO in der Praxis

Erste Schritte für Unternehmen

2. Fokus auf Kontext & Relevanz

- Inhalte so aufbereiten, dass sie **Fragen beantworten**
- Beispiele, Definitionen, konkrete Lösungen
- FAQ-Abschnitte mit klaren Antworten

→ GEO bedeutet: **nicht nur gefunden werden, sondern verstanden werden.**

Statt:

„Unsere IT-Beratung hilft jedem Unternehmen bei der Digitalisierung.“

→ Zu allgemein, keine konkrete Antwort auf eine typische Frage.

Besser:

Wie kann ein Handwerksbetrieb seine IT-Systeme digitalisieren?“

→ „Ein Handwerksbetrieb kann seine IT-Systeme digitalisieren, indem er zuerst seine **Hauptprozesse identifiziert**, geeignete **Cloud-basierte Softwarelösungen** auswählt und Mitarbeiter über **gezielte Schulungen** einbezieht.“

GEO in der Praxis

Erste Schritte für Unternehmen

3. Strukturierte Daten & semantische Hinweise

- Schema.org Markup
- Klar definierte Entitäten (Personen, Orte, Services)
- Titel, Überschriften, Kontext für KI-Erkennung

→ KI-Modelle nutzen semantische Daten zur besseren Einordnung.

Statt:

Titel/Überschrift:

„Unsere Dienstleistungen für mehr Sichtbarkeit“

→ Unklarer Kontext → KI hat schwer, den Zweck zu erkennen.

Besser:

Title: „Generative Engine Optimization: Praxisstrategie für KI-Sichtbarkeit“

H1: „So optimieren Sie Ihre Inhalte für KI-Antworten“

GEO in der Praxis

Erste Schritte für Unternehmen

4. Metriken anpassen

- Klassische SEO-KPIs (Rankings, Klicks) behalten
- Zusätzliche GEO-KPIs:
 - Erwähnungen in KI-Antworten
 - KI-Zitationen
 - Sichtbarkeit in KI-Modellen

→ Sichtbarkeit bedeutet heute: **in KI-antworten vorkommen, nicht nur Klicks bekommen.**

Statt:

Nur messen:

- ✓ organische Rankings
- ✓ Klickzahlen

→ Das sagt wenig darüber aus, ob eine KI-Antwort dein Unternehmen verwendet.

Besser:

Erwähnungen in KI-Antworten messen

Beispiel: Du fragst ChatGPT oder eine andere KI:

„Welche Tools eignen sich für kleine E-Commerce-Shops?“

→ Wenn die KI deinen Content nennt → das ist eine KI-Zitation.

Die 5 Fragen, die KI immer beantwortet haben will

Wenn diese Fragen klar online beantwortet sind, wird man gefunden:

1. **Was macht ihr genau?**
2. **Für wen ist das?**
3. **Welches Problem löst ihr?**
4. **In welchem Bereich / Branche?**
5. **In welchem Land / welcher Region?**

→ **Wenn eine KI diese 5 Antworten findet, kann sie euch empfehlen.**

Praxisbeispiele

Was funktioniert schon heute?

Produkt- oder Serviceseiten

Antworten auf häufige Fragen so formulieren, dass KI sie direkt zitieren kann.

FAQ-Sektionen

Gezielte Fragen + klare Antworten → ideal für KI-Extraktion.

Glossare & Begriffserklärungen

Eindeutige Definitionen helfen KI, Inhalte korrekt einzuordnen.

Strukturierte Daten & Snippets

Professionelle Auszeichnung erhöht die Chance, dass KI Inhalte korrekt interpretiert.

Praxischeck

5 GEO-Quick-Wins für jedes Unternehmen

- ✓ **Schreibe Antworten auf echte Fragen deiner Zielgruppe**
- ✓ **Strukturiere Inhalte logisch & semantisch**
- ✓ **Nutze strukturierte Daten (Schema Markup)**
- ✓ **Ergänze klare Definitionen & Kontexte**
- ✓ **Messe auch KI-Erwähnungen, nicht nur Ranking-Positionen**

Q & A

Roth AI-Teaching Academy

Gianluca Roth

Website: www.ai-teaching-academy.com

LinkedIn: Gianluca Roth

Auf meiner Website finden Sie ein **kostenloses GEO-Dokument** mit Überblick, Praxis-Tipps und einer kompakten Checkliste.

Website



Kostenloser
GEO-Leitfaden

