

# Sichtbarkeit mit Sucheffekt

Klassisches SEO bleibt die Grundlage, damit Kunden in Zeiten von KI Betriebe finden.

**K**ünstliche Intelligenz verändert, wie wir im Netz suchen und gefunden werden. ChatGPT, Bing Copilot oder Googles neue AI Overviews liefern Antworten direkt in der Suche. Für viele Mittelständler ist das Neuland: Wer nicht genannt wird, findet schlicht nicht mehr statt. Die Suchwelt verändert sich schnell. Wer wartet, riskiert Unsichtbarkeit.

Klassisches Search Engine Optimization (SEO) bleibt die Grundlage, doch entscheidend ist, sie gezielt weiterzuentwickeln, um auch in der KI-Ära sichtbar zu bleiben. Willkommen im Zeitalter von GEO – der Generative Engine Optimization.

## DER AUTOR



**Frank Schieback**

Frank Schieback ist Head of Brand Communication sowie Chief Marketing Officer bei der Firma Sellwerk, einem Netzwerk, das dem deutschen Mittelstand zukunftsichere und bezahlbare digitale Lösungen anbieten möchte.

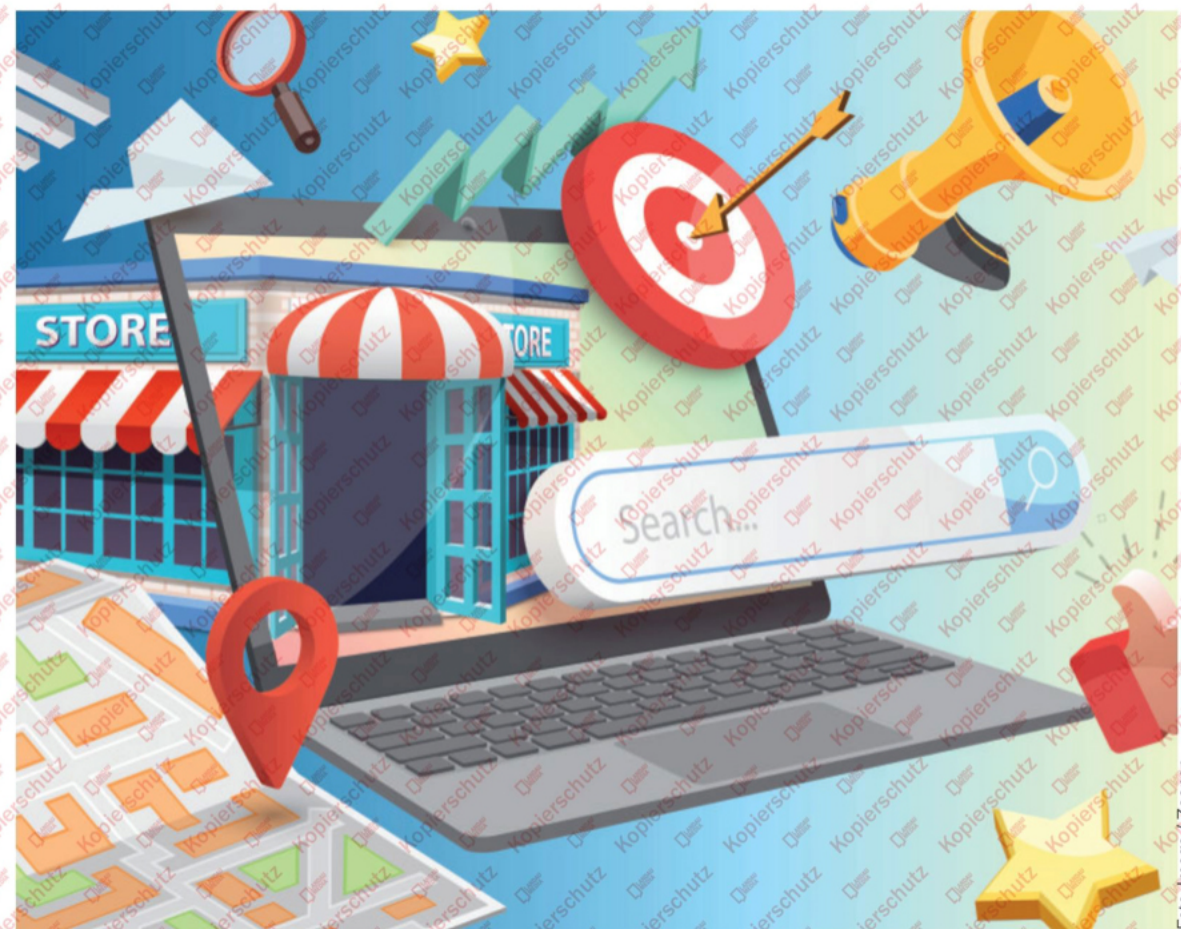
In der Praxis überschneiden sich klassische SEO-Maßnahmen zu einem überwiegenden Teil mit dem, was für KI-Sichtbarkeit nötig ist, insbesondere im Bereich von Inhalten, Qualität und Nutzerintention. GEO ersetzt SEO also nicht, sondern erweitert es um den Gedanken, wie Inhalte von Maschinen gelesen und wiedergegeben werden.

Das bedeutet: Unternehmen müssen ihre bestehenden SEO-Strukturen gezielt anpassen, um auch künftig sichtbar zu bleiben. Entscheidend ist, dass Webseiten die Suchintention präzise bedienen. Inhalte, die eine Frage direkt beantworten, werden bevorzugt. Ein FAQ-Bereich ist dabei Gold wert: Die klare Struktur erleichtert es der KI, Informationen zu erkennen und korrekt einzuordnen.

Ebenso wichtig ist der sogenannte Above-the-Fold-Bereich, also alles, was sichtbar ist, bevor man scrollt. Wer dort klar kommuniziert, was er anbietet, hat bessere Chancen als relevante Quelle zitiert zu werden.

Auch Marken-Erwähnungen gewinnen an Bedeutung. Selbst ohne Link stärken sie die Glaubwürdigkeit und erhöhen die Wahrscheinlichkeit, in KI-generierten Antworten aufzutauchen.

GEO sollte frühzeitig Teil der digitalen Strategie sein. Zwar lässt sich die Wirkung noch schwer messen, doch wer Inhalte aktuell und strukturiert hält, verbessert schon



**Mit Plan:** Suchen und Finden ist eine der zentralen Anforderungen, um KI sinnvoll einsetzen zu können.

heute seine Chancen auf Sichtbarkeit in KI-Ergebnissen.

Gerade lokale Betriebe spüren den Wandel zuerst: Handwerksunternehmen, Gastronomie, Hotels oder Arztpraxen. Wer nach „beste Bäckerei in Hamburg“ oder „Dachdecker Nürnberg“ sucht, bekommt zunehmend KI-generierte Vorschläge.

Wer hier fehlt, verliert Sichtbarkeit, bevor potenzielle Kunden überhaupt auf die Website klicken.

Der Schlüssel liegt in pragmatischen Maßnahmen:

Datenhygiene: Alle Einträge müssen aktuell und konsistent sein – von der Website bis zu Google Business.

Strukturierte Inhalte: Klare

Sprache, FAQ-Bereiche und prägnante Überschriften helfen der KI, Inhalte richtig zuzuordnen.

Reputation und Vertrauen: Bewertungen, Siegel und Presseerwähnungen zeigen Seriosität und fördern Erwähnungen in KI-Antworten.

Regionalität: Lokale Bezüge, aktuelle Informationen und Nähe zur Zielgruppe bleiben essentiell.

Bei konkreten Suchanfragen wie „Autohaus München“ oder „Rechtsanwalt Nürnberg“ spielt klassisches SEO weiterhin die Hauptrolle. Doch auch hier gilt: Wer seine Daten sauber hält, stärkt die Position, wenn KI-Systeme zu-

nehmend lokale Empfehlungen ausspielen.

Viele aktuelle KI-Trends im Bereich SEO wirken auf den ersten Blick spektakulär. Doch entscheidend bleibt die solide Basis: Die Grundlagen von SEO sind weiterhin unverzichtbar und bilden das Fundament für alles, was folgt.

Genau hier liegt die Stärke des Mittelstands: strukturiert, klar und praxisorientiert zu handeln. GEO ist keine Zaubererei, sondern solides Handwerk. Wichtig ist, jetzt zu beginnen, nicht erst in ein paar Monaten. Denn je später man startet, desto teurer wird das Aufholen. Wer frühzeitig optimiert, spart später hohe Nachrüstkosten und bleibt in der Wahrnehmung der KI präsent.

**„GEO ist keine Hexerei, sondern solides Handwerk.“**