

Webinar 03/2026

Top 10 GEO- Maßnahmen für deine Website



So kannst du deine
Sichtbarkeit messen



Schön, dass ihr da seid!



Lucas Jantz
Head of People & Culture



Helena Sator
Marketingexpertin



Sichtbar in 2026

Agenda

1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?
 2. Top 10 GEO-Maßnahmen für deine Webseite
- + Bonus: So kannst du deine KI-Sichtbarkeit aktuell messen

Sichtbar in 2026

1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

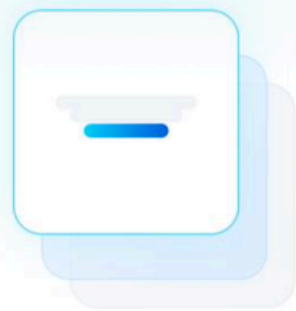
Relevante Zahlen, Daten, Fakten



1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

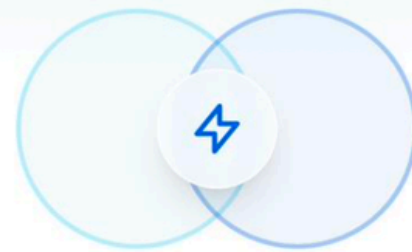
GEO – Eine SEO-Erweiterung

Eine strategische Synergie, um die Zukunft der Suche zu dominieren und nachhaltige Sichtbarkeit zu sichern.



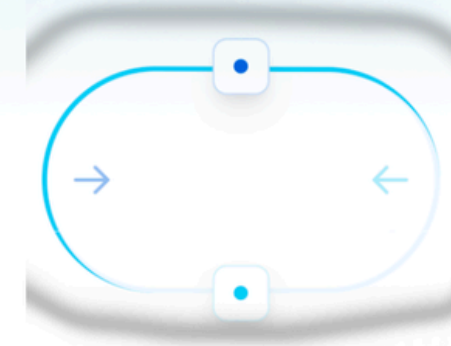
Das unsichtbare Fundament

SEO bleibt die technische Grundlage, um im Web auffindbar zu sein – auch im generativen Umfeld.



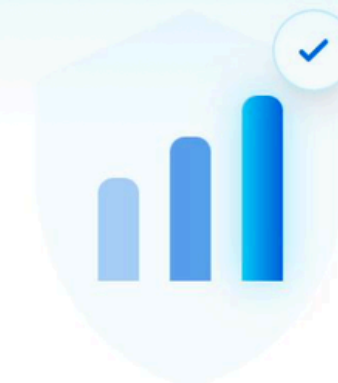
Intelligente Koexistenz

LLMs ersetzen die klassische Suche nicht, sondern schaffen einen zusätzlichen Akquisitionskanal.



Wertschleife

SEO liefert wichtige Informationen, während GEO dafür sorgt, dass diese Informationen auch über KI-Suchen transferiert werden.



Nachhaltige Strategie

Die Hybridisierung (SEO + GEO) ist die einzige langfristig stabile Antwort auf die zunehmende Volatilität der Algorithmen.

1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

Warum ist GEO unvermeidlich?

Generative KI definiert die Regeln der Suche neu. Marken müssen von einer rein SEO-getriebenen Strategie zu einem hybriden Modell aus SEO + GEO wechseln.

Massive Reichweite

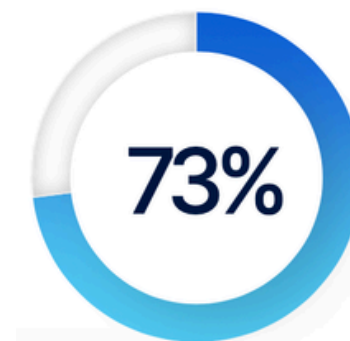
Aktive Nutzer pro Woche

~800 Millionen

Daten: ChatGPT (global)

Vertrauen

Anteil der Verbraucher, die KI vertrauen



Kaufprozess

LLMs werden zum ersten Entscheidungsberater.



Tägliches Volumen

KI-Nachrichten: **2,6 Mrd.**

Suchanfragen: **16,5 Mrd.**

Die Lücke schließt sich schnell.

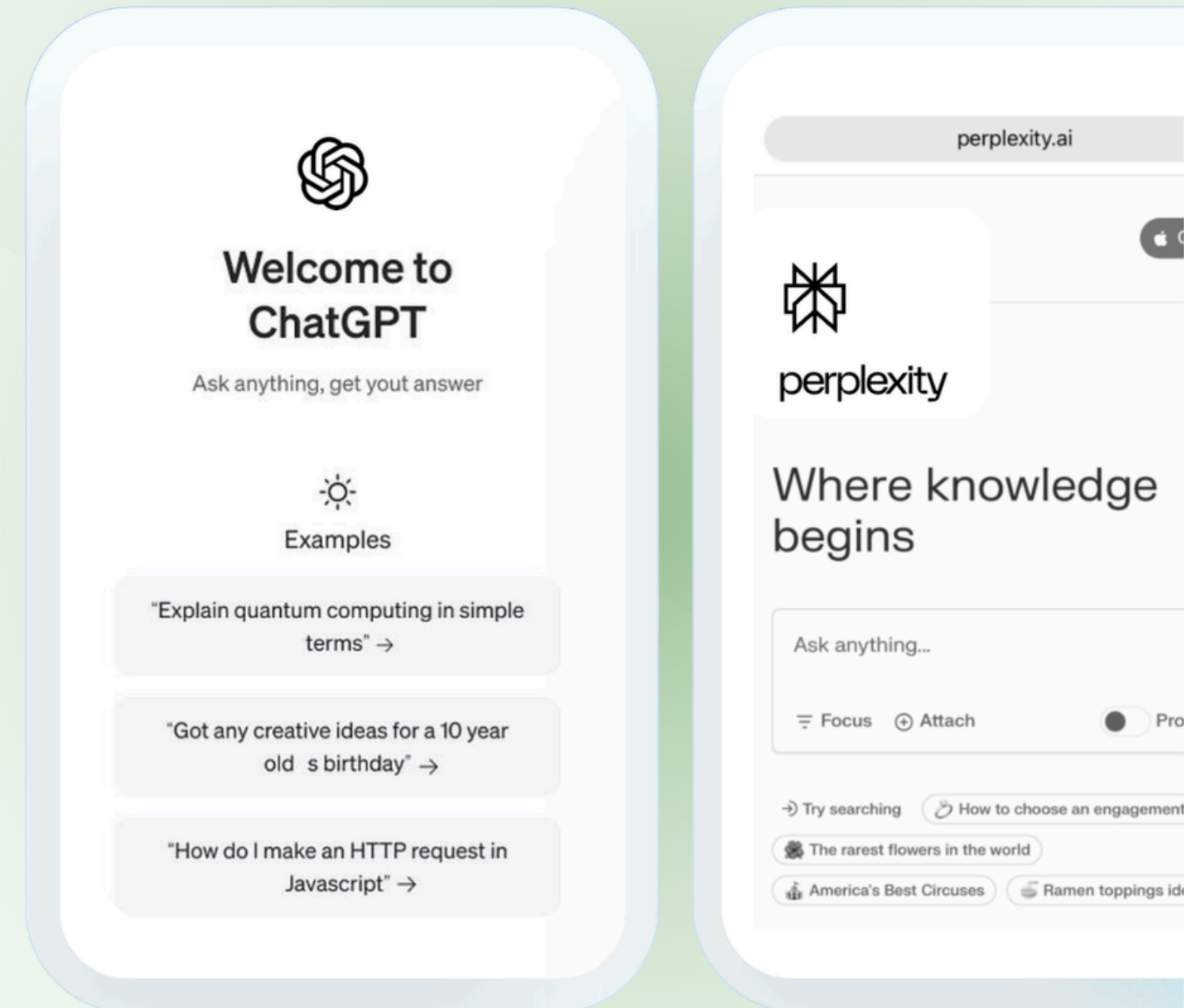
1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

GenAI & die Entwicklung der verschiedenen Akteure

2 Hauptakteure

ChatGPT generiert den Großteil des Traffics und repräsentiert **80 %** des LLM-Marktes (Large Language Model). In den letzten Monaten verzeichnet es ein starkes Wachstum.

Gefolgt von **Perplexity**, das einen Marktanteil von **10 % bis 15 %** erreicht.





1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

Der Einfluss von GenAI auf die SERP (= Suchmaschinen-Ergebnisseite)

Drei zentrale Erkenntnisse

1

Rückgang der CTR bei informationsgetriebenen Suchanfragen – Der Einfluss bleibt jedoch bei kommerziellen Suchanfragen neutral, da die Sichtbarkeit dort noch begrenzt ist.

2

Anstieg des Suchvolumens, getrieben durch einen Gewöhnungseffekt und eine konversationelle Nutzung, die Nutzer dazu ermutigt, mehr Fragen zu stellen.

3

Die Top-Ergebnisse unterscheiden sich sehr häufig vom klassischen SEO-Ranking, insbesondere durch den Block mit drei seitlichen Links.

Datenquelle: Tarkett



Position 0

AI Overview

1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

Grundkonzepte: GEO verstehen

Die Transition von statischer Indexierung hin zu dynamischer Generierung mittels RAG verstehen.

Der RAG-Mechanismus

RAG (Retrieval Augmented Generation) kombiniert externe Websuche mit interner KI-Generierung, um maximale Relevanz zu erreichen. RAG ist also eine KI-Architektur, die LLMs mit externen, vertrauenswürdigen Wissensdatenbanken verbindet.



Der strategische Vorteil

- Geht über einfache Indexierung hinaus
- Greift auf Daten nach dem Training zu

Klassisches SEO

→ Statische Daten



GEO + RAG

→ Echtzeit

Praxisbeispiel

Sofortige Erkennung von Trends (z. B. Solarenergie), die für ein statisches Modell nicht möglich wäre.

Welche sind die besten Indoor-Kletteraktivitäten für 2026?



Analyzing 2026 Climbing Trends ▾

1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

Moderne Abruftechnik: Die Fan-out Abfragen

Eine einfache Nutzerfrage reicht für eine umfassende Recherche nicht aus. Diese Technik „zerlegt“ die Anfrage in mehrsprachige Suchvektoren, um das gesamte semantische Spektrum abzudecken.

Nutzeranfrage

Der Einstiegspunkt in natürlicher Sprache.

Welche sind die besten Indoor-Kletteraktivitäten für 2026?

- Analyzing 2026 Climbing Trends
- Exploring Climbing Trends
- Exploring Future Climbing Tech
- Gedankengang anzeigen

Für das Jahr 2026 hat sich die Indoor-Kletterszene weit über das klassische „Seil und Gurt“-Prinzip hinausentwickelt. Wenn du dieses Jahr die besten Erlebnisse suchst, steht vor allem die Verschmelzung von

- ✓ Erkennung komplexer Intention
- ✓ Mehrsprachige semantische Anreicherung
- ✓ DE/EN-Übersetzung zur Erweiterung des Korpus

Erweiterungsalgorithmus

Intelligente Dekonstruktion und Vervielfachung der Anfrage.



AI CORE

DE_QUERY_ERWEITERUNG

#indoor-klettern #nutzen
#vorteile

EN_QUERY_ÜBERSETZUNG

#bouldering #top rope
#lead climbing

1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

Beispiel für RAG mit Fan-out-Abfragen

Ausgangsfrage:

Welche sind die besten Indoor-Kletteraktivitäten für 2026?

Fan-out-Abfragen (3)

1. Welche Indoor-Kletteraktivitäten sind 2026 am beliebtesten?

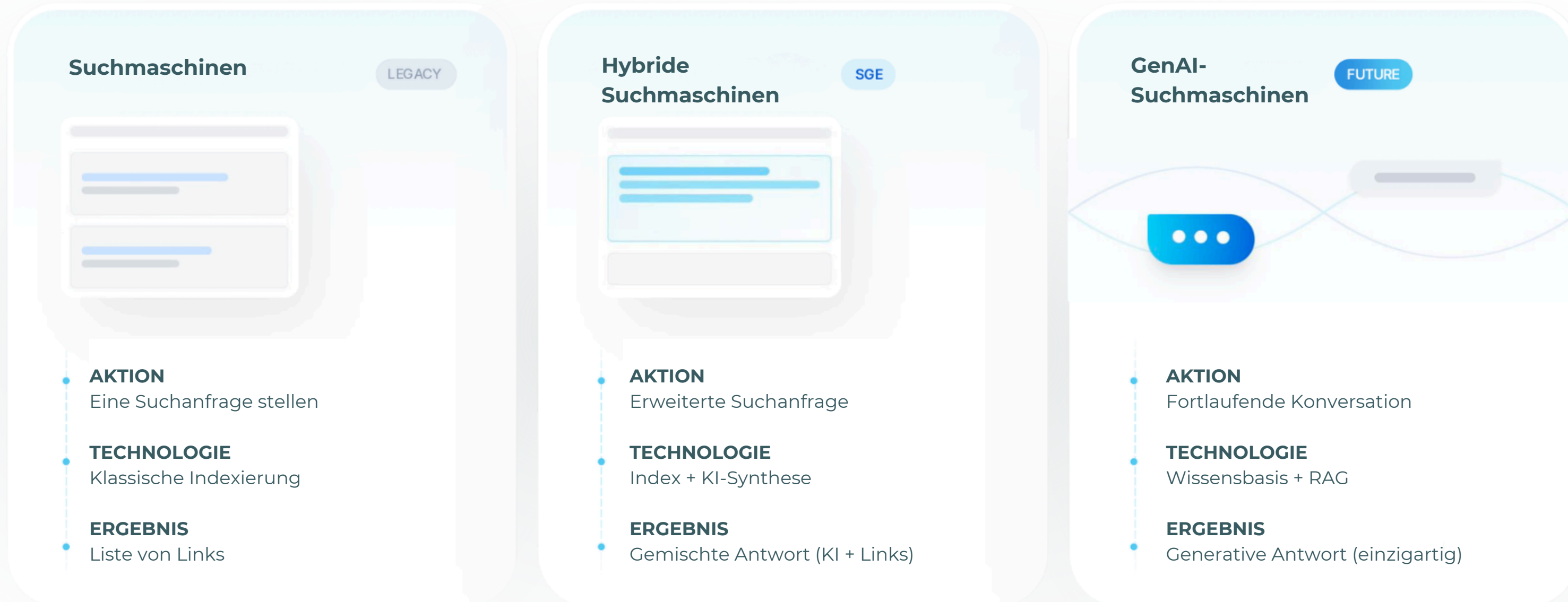
2. Welche Arten des Hallenkletterns gibt es (Bouldern, Seilklettern, Speed Climbing)?

3. Welche Vorteile bietet das Hallenklettern im Jahr 2026?

1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

SEO vs. GEO: Das Zeitalter der Konversation

Von der einfachen Suchanfrage zur generativen Antwort: Wie das Such-Ökosystem die Nutzererfahrung verändert.



1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

3 unterschiedliche Wege, eine Conversion zu erzielen



Klassische Suchmaschinen (Google / Bing)

Der Nutzer sucht nach Informationen → klickt auf ein SEO-Ergebnis → landet auf einem Inhalt → navigiert → konvertiert.

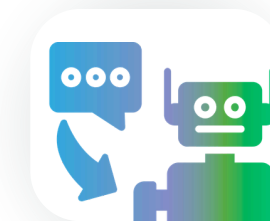
- **Langfristiger Hebeleffekt:** nachhaltiger organischer Traffic
- **Offengelegte Intention:** Keywords = klare Signale (Problem, Bedarf)
- **Kontrolle über die Kommunikation:** optimierte Seiten, gesteuerte UX



LLM-gestützte Begleitung (ChatGPT / Gemini / Meta)

Der Nutzer spricht mit einem LLM, das antwortet, leitet und zur Conversion führt, jedoch die Handlung nicht eigenständig ausführt.

- **1:1-Begleitung:** Antworten in natürlicher Sprache
- **Reduzierte Reibung:** einfacher als eine komplexe Website
- **Personalisierung, ohne vollständige Autonomie eines Agenten**



Agentic Commerce

Der Nutzer beschreibt ein Bedürfnis → ein autonomer Agent handelt für ihn: sucht, filtert, vergleicht, empfiehlt, kauft.

- **Wegfall der klassischen Customer Journey:** Der Agent übernimmt die Arbeit
- **Schnellere Conversion:** Intention → unmittelbare Aktion
- **Ultra-personalisierte Erfahrung**

1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

KI wird zum Einkaufsagenten

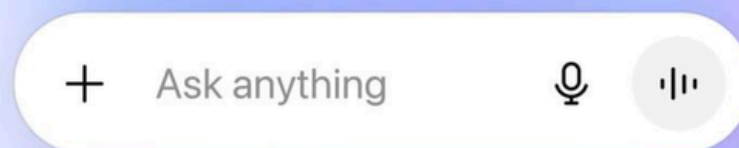
Die **Customer Journey** verschiebt sich von „Website-zentriert“ zu „**Agent-zentriert**“.

- LLMs und KI-Agenten übernehmen Recherche, Vergleich und Auswahl.
- Wer nicht in KI-Systeme integriert ist, verliert Sichtbarkeit — selbst bei starkem SEO.

Neue Geschäftsmodelle entstehen

- Whitelisting bestimmter Händler
- Integration von Zahlungssystemen (z. B. Shopify)
- Provisionsmodelle ähnlich wie bei Marktplätzen

KI-Plattformen können selbst zu Vertriebskanälen werden.



1. Marktüberblick: Wo steht GEO aktuell?

Framework A.P.E.X

Die 4 goldenen Regeln, um einen Prompt zu strukturieren und umsetzbare Antworten zu erhalten:

A – Audience (Zielgruppe)

Für wen ist die Frage gestellt?

Die KI antwortet nie gleich – je nach Nutzertyp. Die Definition der Persona verändert Sprache, Detailtiefe und Fachlichkeit erheblich.

Beispiele:

Privatperson

Kleines Unternehmen

Student

P – Problem

Was ist das konkrete Bedürfnis / der Schmerzpunkt?

Das „P“ macht die Frage handlungsorientiert. Ohne Problem bleibt die KI theoretisch. Mit Problem liefert sie konkrete Lösungen.

Beispiele:

Zeit sparen

Performance steigern

Kosten senken

E – Environment (Kontext)

In welchem Umfeld soll die Lösung angewendet werden?

Der stärkste Hebel. Der Kontext macht aus einem abstrakten Prompt eine reale Situation (z. B. Budget, Ressourcen, Rahmenbedingungen).

Beispiele:

Begrenztes Budget

Großes Team

Prof. Nutzung

X – Expected Output (Erwartetes Ergebnisformat)

In welchem Format soll die Antwort geliefert werden?

Eine der wichtigsten Regeln im modernen Prompting. Ohne „X“ rät die KI. Mit „X“ liefert sie genau das gewünschte Ergebnis.

Beispiele:

Vergleich

Liste von Optionen

Konkrete Empfehlung



Sichtbar in 2026

2. Top 10 GEO- Maßnahmen für eure Websites

Vom statischen Keyword zur
natürlichen Konversation.



2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

1 – Eine GEO-Content-Strategie entwickeln

Wie ihr eure Inhalte strukturiert, damit sie von LLMs gelesen, verstanden und priorisiert werden.

Empfehlungen



Ton & Style

- Menschlicher, zugänglicher, fast „gesprachener“ Stil
- Verwendung der aktiven Stimme
- Fokussierung auf die Nutzerintention



Struktur & Chunking

- Klare Hn-Hierarchie (H1 > H2 > H3)
- Kurze Absätze (2–5 Zeilen)
- Autonome, in sich geschlossene Textblöcke



GEO-Flow

- Frage → Direkte Antwort
- Vertiefung → „Das Wichtigste auf einen Blick“
- Optimiert für schnelle Antwortfähigkeit



Semantik & Terminologie

- Verwendung benannter Entitäten
- Einheitliche Terminologie (Markenkonsistenz)
- Semantische Tiefe & Synonyme



Strukturierte Formate

- Aufzählungen & Tabellen
- Einsatz von FAQ-Schema
- Leicht maschinenlesbare Daten



Glaubwürdigkeit & Expertise

- Zitate, Statistiken und Fakten
- Methodik erklären
- Quellen angeben

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

2 – Content kontinuierlich frisch halten

GEO ist kein einmaliges Optimierungsprojekt, sondern ein **fortlaufender Pflegeprozess**.

LLMs bevorzugen:

- Aktuelle Daten
- Gepflegte Inhalte
- Seiten, die weiterentwickelt werden

Die notwendige Infrastruktur, um in KI-Antworten sichtbar und verständlich zu sein:

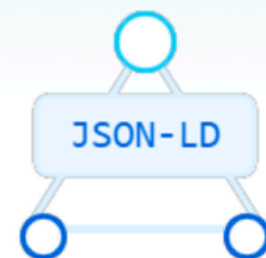
Empfehlungen

- Inhalte als lebendes System behandeln
- Bestehende Seiten regelmäßig verbessern und updaten
- FAQ erweitern
- Technisch optimieren



Indexierbarkeit

Sicherstellen, dass Inhalte zugänglich und für Crawler – auch von LLMs – vollständig lesbar sind.



Strukturierte Daten

Verwendung standardisierter Vokabulare (z. B. Schema.org / JSON-LD), damit Maschinen den Inhalt eindeutig verstehen können.



Semantisches HTML

Einsatz kontextueller HTML-Tags (z. B. nav, article, aside), um die Interpretation durch die KI zu erleichtern.



Geschwindigkeit & TTFB

Schnelle Auslieferung des Contents, damit Informationen in Echtzeit für konversationelle Anfragen verfügbar sind.

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

3 – Die Bedeutung der Indexierung bei Bing verstehen & beachten

Im GEO-Kontext ist Bing strategisch wichtig, weil viele LLMs (z. B. Copilot, teilweise ChatGPT mit Browsing etc.) auf Bing-Index-Daten zugreifen. Wer bei Bing nicht sauber indexiert ist, wird von KI-Systemen schlechter gefunden.



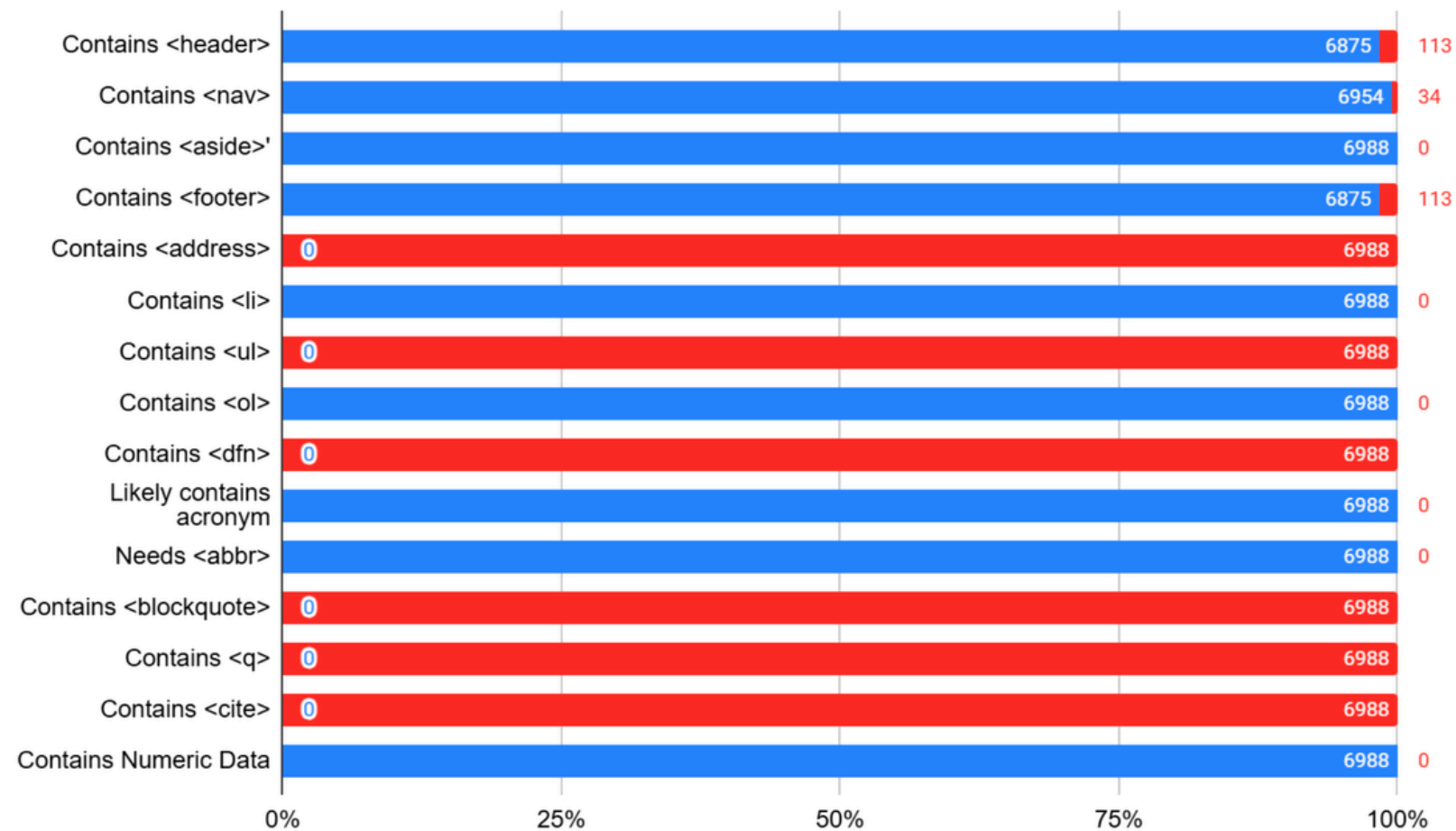
Empfehlungen:

- Bing Webmaster Tools einrichten
- Sitemaps sauber hinterlegen
- IndexNow aktivieren
- Crawl-Fehler beheben
- Monitoring betreiben

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

4 – HTML5-Code optimieren

Verwendung bzw. Nichtverwendung von HTML5-Tags
im GEO-Kontext



Empfehlungen:

Nicht „irgendwie HTML benutzen“, sondern:

- sauberes HTML5
- klare semantische Struktur
- Listen als /
- Zitate als <blockquote>
- Definitionen korrekt markieren
- Zahlen sauber auszeichnen

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

5 – Vergleichstabellen strategisch nutzen

Vergleichstabellen sind extrem wichtig für GEO, weil KI-Modelle strukturierte Datenformate bevorzugen.

contenders this year.

Design	The X9 Pro is a premium-looking and feeling phone, and I appreciate the resigned camera bump out of the way of my fingers; however, it might be a little too discreet to stand out from the crowd. 4.5
Camera Performance	Incredible and consistent camera performance across all the lenses, although the 200MP telephoto is the star of the show with bags of detail. The optional Hasselblad teleconverter is also a game-changer for phone photography. 5
Phone Performance	The latest MediaTek processor handled everything thrown at it, but the headline here is the 7,500mAh battery that keeps going and going. 5
Value	It's a more premium price than maybe expected from Oppo, but the X9 Pro manages to outclass the camera hardware of most mainstream flagships while still competing on price. 4.5
Overall	★★★★★

BACK TO TOP ▲

Read more: [Oppo Find X9 Pro review](#)

```

Elements Console Sources Network Performance Memory Application Privacy and security Lighthouse Recorder TagHound - Analytics/GTM/Pixel Debugger
<div class="product prog-buying-guide" id="10" />
  <script data-id="vanilla-slice-imageGallery-gRVspj93RBxZRXJ5sQXkQC-OnNrvZyC00SFipe1MPkwIvbjwCoY6LUq-hydrate" type="text/javascript"></script>
  <div id="slice-container-imageGallery-gRVspj93RBxZRXJ5sQXkQC-OnNrvZyC00SFipe1MPkwIvbjwCoY6LUq" class="slice-container imageGallery-wrapper imageGallery-gRVspj93RBxZRXJ5sQXkQC-OnNrvZyCC" >
    <p id="486143f8-b671-4977-9410-84f2fdea9cc2"></p>
    <p></p>
    <p></p>
    <p></p>
    <p></p>
    <div id="slice-container-table-gRVspj93RBxZRXJ5sQXkQC-SeeesPwjoh2KPUFeBs8bQDMutSnD0Ku2" class="slice-container table-wrapper table-gRVspj93RBxZRXJ5sQXkQC-SeeesPwjoh2KPUFeBs8bQDMutSnD0K" >
      <div class="table_instruction"></div>
      <div class="table_container">
        <table tabindex="0" class="table_wrapper table_wrapper--inbodyContent table_wrapper--sticky table_wrapper--divider">
          </table>
        </div>
      </div>
    </div>
  </div>

```

Empfehlungen

Nicht nur Fließtext schreiben, sondern:

- echte HTML-Tabellen verwenden
- klare Spalten (Kriterium | Produkt A | Produkt B)
- strukturierte Vergleichsdaten anbieten

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

6 – Website Zugriff für KI sicherstellen

Eure Website darf nicht technisch blockiert sein für KI-Crawler.



Empfehlungen

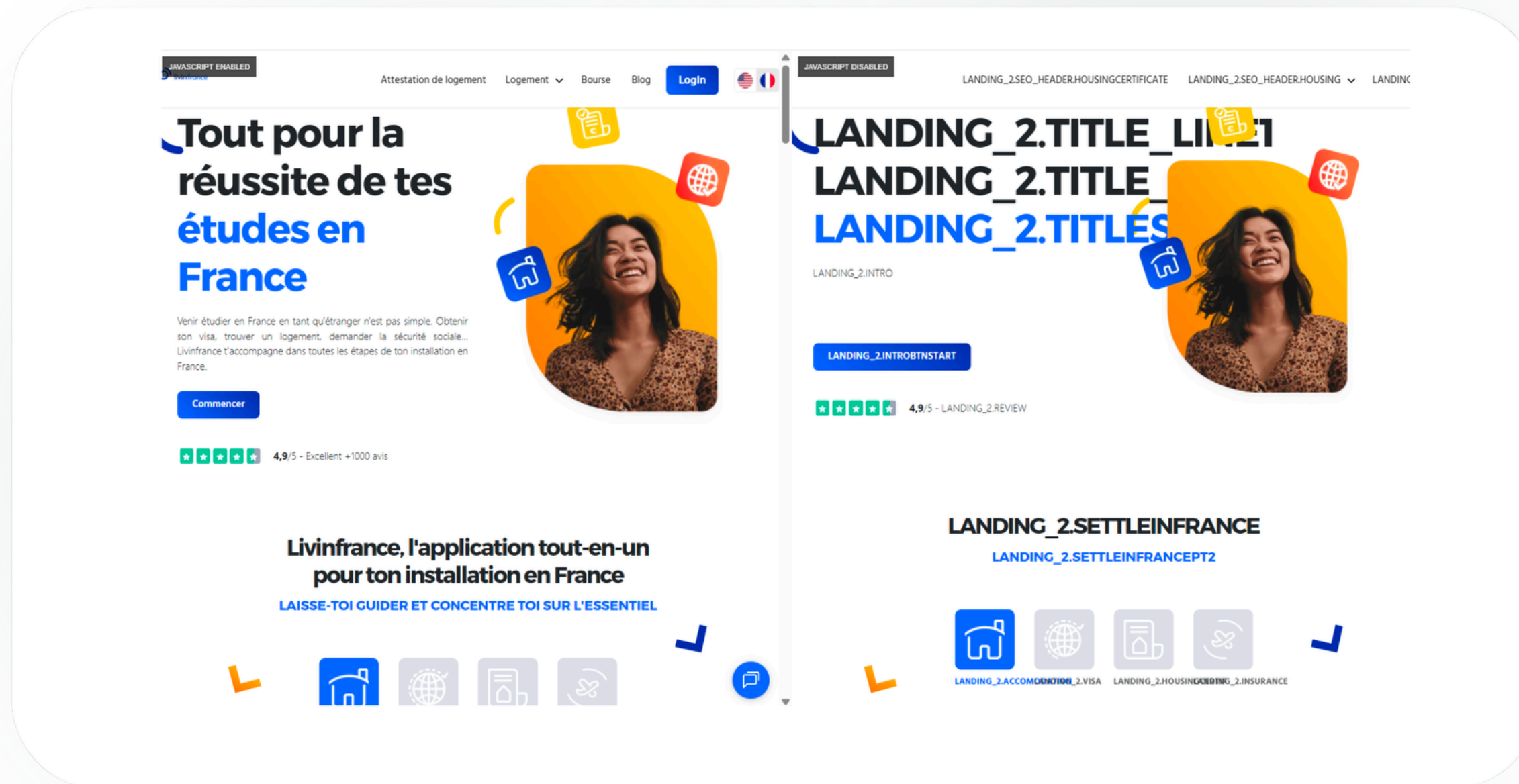
Nicht nur „Google darf crawlen“, sondern:

- robots.txt prüfen (LLM-Bots nicht blockieren)
- Firewall / Bot-Protection kontrollieren
- Wichtige Inhalte nicht hinter Login verstecken
- Server-Rendering sicherstellen (kein reines JS-Rendering)

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

7 – Vorsicht bei JavaScript

Was nicht direkt im HTML steht, existiert für KI womöglich nicht.



JavaScript aktiviert

JavaScript deaktiviert

Empfehlungen

Damit eure Inhalte auch für KI-Systeme vollständig sichtbar sind:

- Wichtige Inhalte direkt im HTML ausliefern
- Zentrale Texte nicht ausschließlich technisch nachladen
- Überschriften und Hauptcontent im Quellcode bereitstellen
- Die Seite auch mit deaktiviertem JavaScript testen

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

8 – Ladegeschwindigkeit eurer Websites

Performance-Optimierung für bessere Indexierung und KI-Sichtbarkeit ohne unnötige Wartezeiten.

Server-Cache für Seiten

Sorgt dafür, dass eure Seiten **sofort ausgeliefert** werden – ohne jedes Mal neu berechnet zu werden.

Wichtige Dateien priorisieren

Der **Browser** lädt zuerst das, was für die Anzeige wirklich **entscheidend** ist.

Inhalte über ein weltweites Netzwerk ausliefern (CDN)

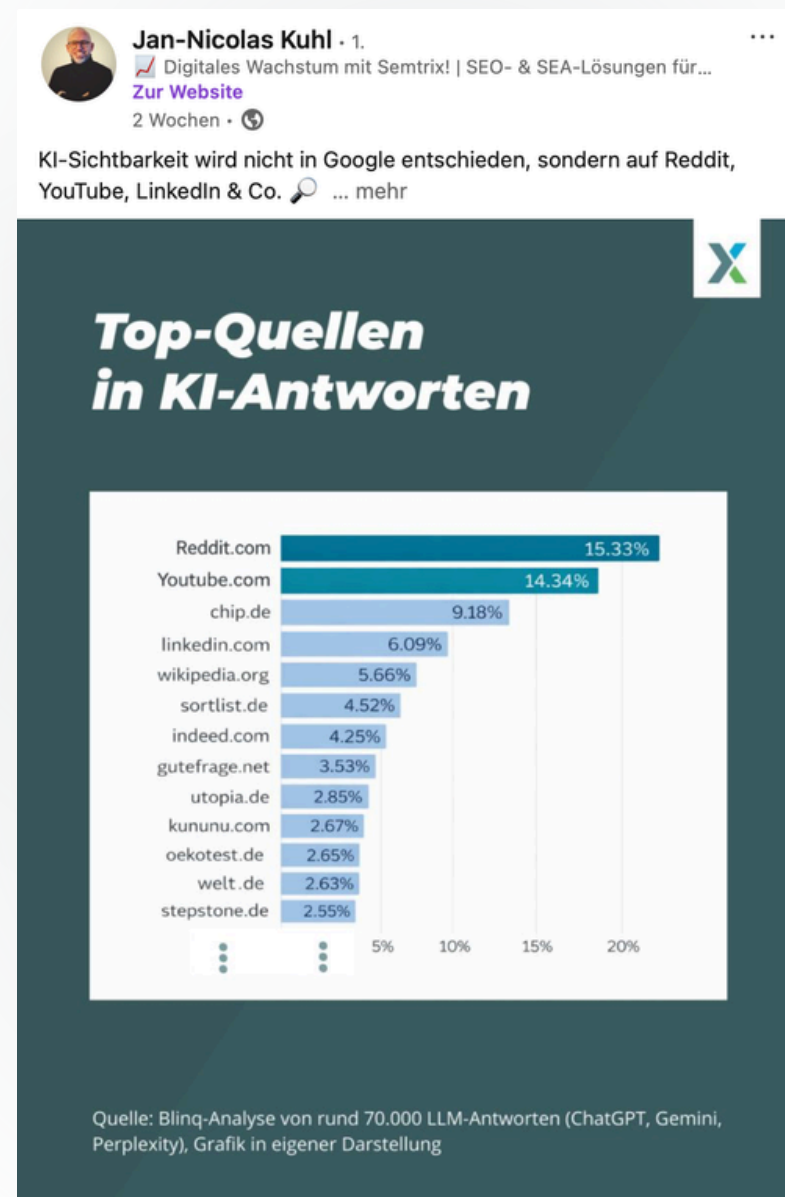
Damit eure Website **überall schnell lädt** – egal wo Nutzer sind.



2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

9 – Die wichtigsten KI-Quellen kennen

KI-Systeme greifen nicht nur auf eure Website zurück, sie stützen sich auf Referenzquellen, in denen ihr bestenfalls auch vorkommen solltet.



Auf dem LinkedIn Profil von unserem Founder Jan, findet ihr übrigens immer wieder aktuelle SEO/GEO, SEA & KI-Updates!

Empfehlungen

Um die eigene Sichtbarkeit in KI-Antworten zu analysieren:

- Prüfen, welche Websites in eurem Themenfeld häufig zitiert werden
- Herausfinden, auf welchen Plattformen eure Marke erwähnt wird
- Wikipedia, Fachmedien und Vergleichsportale im Blick behalten
- Relevante Drittseiten gezielt mit fundierten Inhalten bespielen
- Eigene Inhalte so aufbereiten, dass sie als zitierfähig gelten



So kannst du deine Sichtbarkeit messen

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

10 – Sichtbarkeitslücken gezielt schließen

Wettbewerbsvorteile durch gezielte Maßnahmen.



Empfehlungen

Um in KI-Antworten berücksichtigt zu werden:

- Inhalte gezielt für Empfehlungsfragen erstellen
- Vergleichs- und Ranking-Content produzieren
- Entitäten klar positionieren (Marke + Kategorie)
- Autoritätssignale außerhalb der eigenen Website stärken
- In bestehenden Quellen präsent sein

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

Technische Grundlagen

Zusammenfassung

Thema	SEO-Voraussetzungen	GEO-Voraussetzungen
Indexierbarkeit	Robots.txt, XML-Sitemap, korrekt konfigurierte Metadaten	Zugriff für KI-Bots (User-Agent) erlauben, keine Server-/CDN-Blockierung
Rendering	Client- und serverseitig gerenderte Seiten ohne JavaScript-Blockierung	Direktes Auslesen des HTML5 ohne notwendige JS-Ausführung
HTML-Struktur	Semantische Tags (Hn, nav, main usw.), logische Seitenstruktur	Von LLMs interpretierbare Struktur mit klarer Hierarchie
Strukturierte Daten	Vollständige Implementierung von Schema.org (Produkt, Artikel, FAQ usw.)	Semantische Anreicherung für KI zur Identifikation von Entitäten und Beziehungen
Web-Performance & TTFB	Core Web Vitals eingehalten, Ladezeit optimiert	Reaktionsfähigkeit und visuelle Stabilität (schnell verfügbare Inhalte)
JS & Interaktivität	Nicht-blockierende, verzögerte oder asynchrone Skripte	Wichtige Inhalte ohne Nutzerinteraktion oder dynamisches JS sichtbar

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

Semantische Grundlagen

Zusammenfassung

Thema	SEO-Voraussetzungen	GEO-Voraussetzungen
Ton & Stil	Klare, menschliche, fachkundige Stimme, ausgerichtet an der Nutzerintention	Konversationeller, antwortorientierter Ton, der Vertrauen schafft
Intentionen	Keywords und Suchintentionen klar identifiziert	Ausrichtung auf Formulierungen und Prompt-Intentionen von KI-Nutzern
Chunking & Hierarchie	Kurze Absätze, strukturierte Hn-Auszeichnung, optimierte Leselogik, Listen, Tabellen, FAQ	Struktur in logischen, für LLMs lesbaren Blöcken zur besseren Kontextualisierung (Frage/Antwort, Zusammenfassung, Kernaussage)
Aktualisierung	Regelmäßig aktualisierte Inhalte	Zeitliche Konsistenz: KI-Systeme bevorzugen aktuelle Daten
Terminologie	Semantische Konsistenz, einheitliches Marken- oder Fachvokabular	Expertise-Signal für LLMs durch stabile und präzise Terminologie
Referenzen & Glaubwürdigkeit	Expertenzitate, klare Methodiken, identifizierbarer Autor	Verifizierbare Quellen, redaktionelle Transparenz = höheres Vertrauen des LLM

2. Top 10 GEO-Maßnahmen für eure Websites

Grundlagen für Autorität & Vertrauen

Zusammenfassung

Thema	SEO-Voraussetzungen	GEO-Voraussetzungen
Backlinks	Qualitativ hochwertige Links aus autoritären Quellen	Präsenz auf Quellen, die zitiert oder in Wissensdatenbanken der LLMs integriert sind
Reputation	Autorität durch Erwähnungen und Online-Bekanntheit	Erwähnung auf Websites, die von KI-Systemen konsultiert werden (z. B. Wikipedia, Reddit, Foren, Fachpresse)
Querverweise	Häufige Zitation im thematischen Ökosystem	Multiplikation von Einstiegspunkten zur Förderung von Crawl und Integration in KI-Antworten
Profile & Entitäten	Google-Business-Profile, Datenbanken, strukturierte Daten	Als Entität in Wissensgraphen identifiziert werden (z. B. Wikidata, Produktdatenbanken usw.)
Klare Quellenangabe	Nachvollziehbare Herkunft der Inhalte	Eigene Quellen nennen, um Verlässlichkeit und Wiederverwendbarkeit durch KI zu erhöhen

Sichtbar in 2026



So kannst du deine KI- Sichtbarkeit aktuell messen

Sichtbarkeit \neq Klicks



So kannst du deine KI-Sichtbarkeit aktuell messen

Eine neue Messgröße

SEO = Traffic

Ziel: Besuche auf euren Websites generieren.

SEO optimiert das Ranking von Link-Listen und Klicks.

GEO = Sichtbarkeit

Ziel: In der Antwort erscheinen, selbst wenn der Nutzer Ihre Website nie besucht.

GEO optimiert Ihre Präsenz in der Antwort.

KPIs

- CTR
- Durchschnittliche Position
- Organische Sitzungen
- % Brand-/Non-Brand-Traffic
- Impressionen

KPIs

- Anzahl der Zitierungen (ChatGPT, Perplexity)
- Einfluss auf generative Antworten
- Präsenz in KI-Empfehlungen
- KI-Anteil der Sichtbarkeit (Share of Visibility)
- Auszüge, die Ihre Daten übernehmen
- Zugeordnetes Sentiment



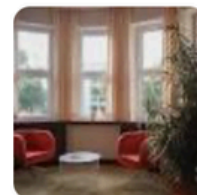
Semtrix

<https://www.semtrix.de> › standort-essen

SEO Agentur für Essen und das Ruhrgebiet ...

Willkommen bei Deiner **SEO Agentur Essen** im Herzen des Ruhrgebiets. Dass Essen älter ist als Berlin, Dresden oder München, sieht man der Stadt gar nicht an.

4,7 ★★★★★ (132) ⓘ



Welche ist die beste etablierte SEO-Agentur in Essen mit hoher Kundenzufriedenheit?

Wenn's konkret um die **beste etablierte SEO-Agentur in Essen mit hoher Kundenzufriedenheit** geht, dann wäre meine klare **Top-Empfehlung**:

🏆 **1. Semtrix GmbH – Beste etablierte SEO-Agentur in Essen**
★ 5.0 • Internet marketing service

So kannst du deine KI-Sichtbarkeit aktuell messen

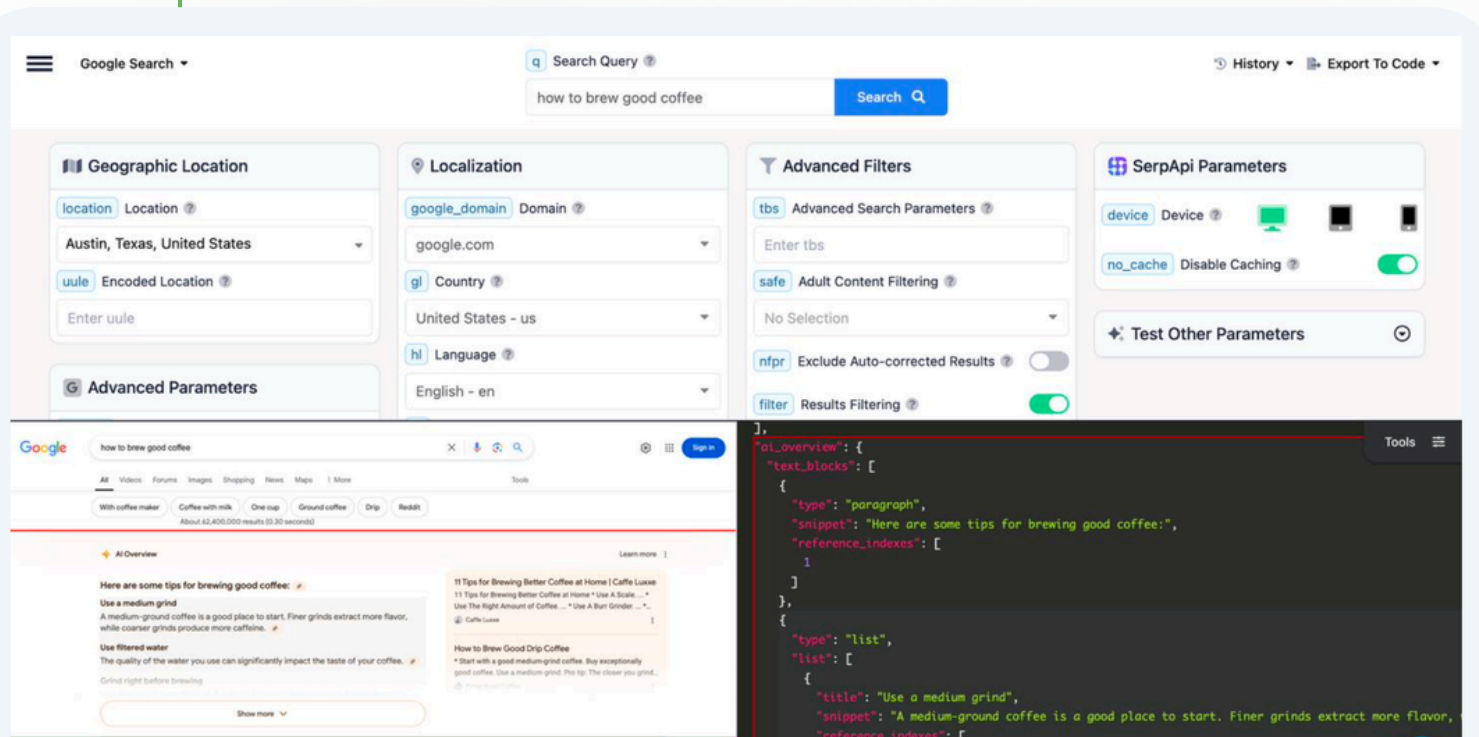
KPIs im Wandel

Kennzahlen, wie Rankings, Impressionen, Klicks, Traffic bleiben nützlich, sind jedoch gegenüber der Funktionsweise von KI-Suchmaschinen nur teilweise aussagekräftig.

Von LLMs generierte Antworten sind:

- konversationell
- von Nutzer zu Nutzer variabel
- selten mit einem Klick verbunden
- stark beeinflusst von zitierten Quellen und der wahrgenommenen Bekanntheit

**Impressionen und Klicks aus AI
Overviews werden z.B. in der Search
Console erfasst, aber nicht separat
ausgewiesen.**



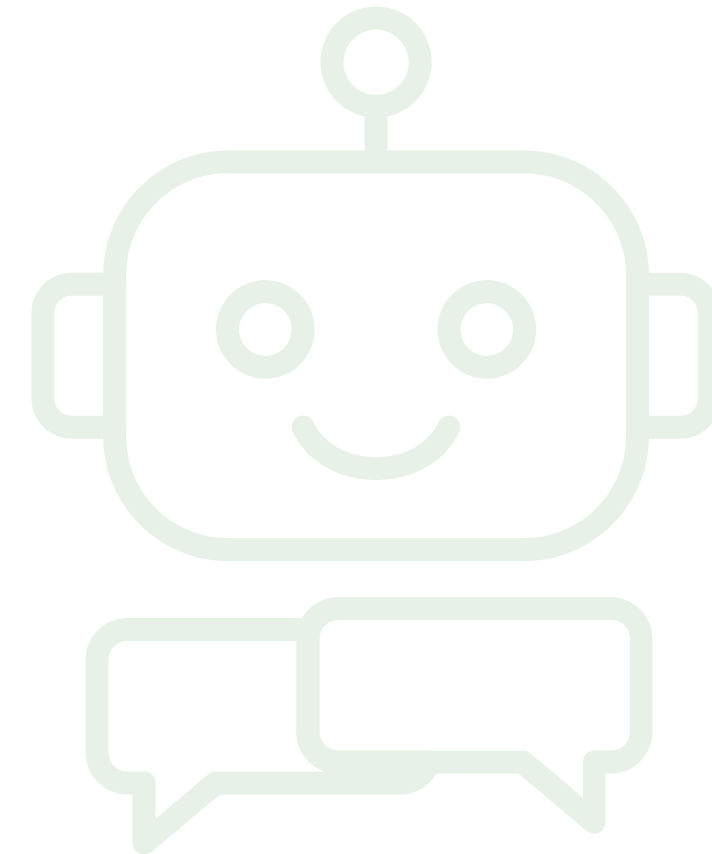
So kannst du deine KI-Sichtbarkeit aktuell messen

Herausforderung

Impressionen und Kennzahlen anderer LLM's, wie z.B. ChatGPT, Perplexity & Co. benötigen Tools zur Auswertung. Daher wird die Messung der Sichtbarkeit in KI-Suchmaschinen derzeit noch zu einer strategischen Herausforderung.

z.B. Messung auf ChatGPT

- Kein öffentliches Dashboard wie die Search Console → Marken haben keinen nativen Zugriff
- OpenAI stellt einigen Medien eine experimentelle Konsole zur Verfügung: Impressionen, Klicks, CTR, Erscheinungstyp
- Tracking über LLM-Tools: Erkennung von Zitierungen, Analyse der KI-Antwort, Ranking der Quellen



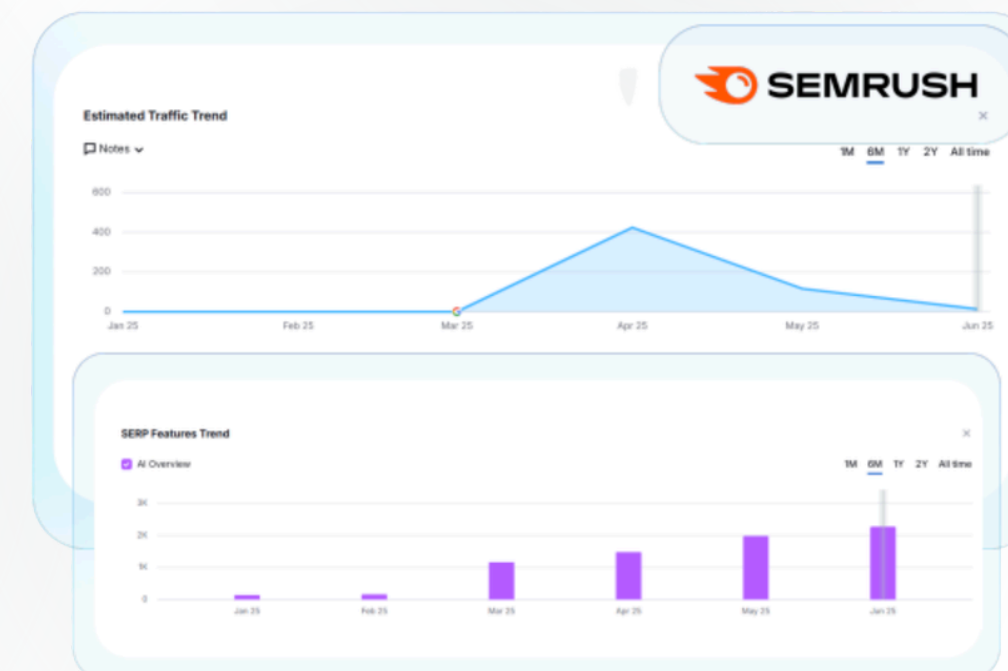
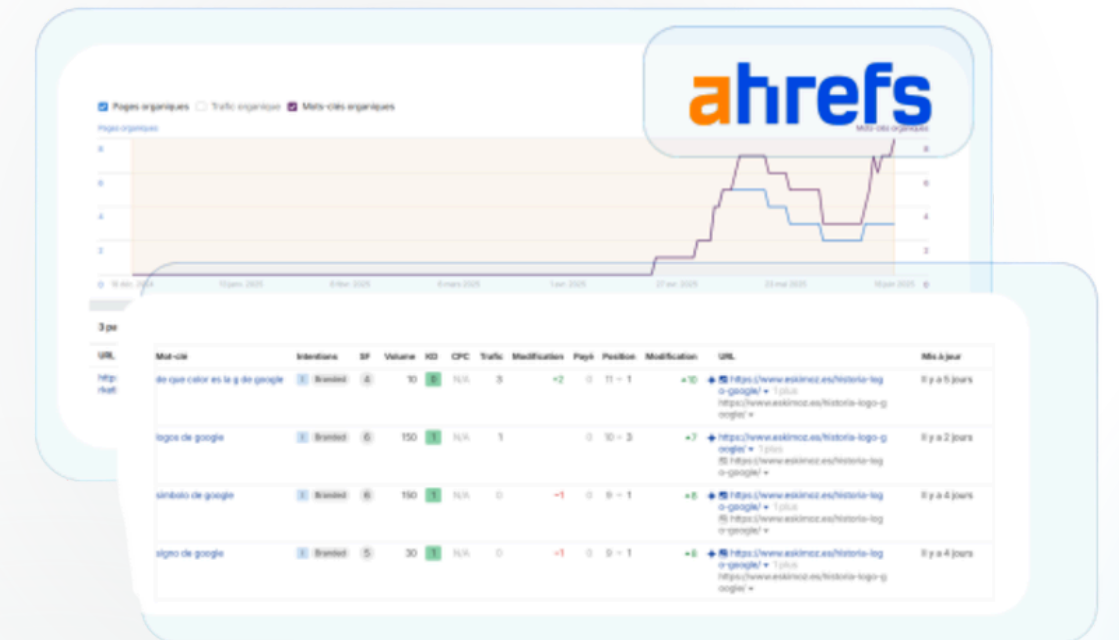
Wir haben euch eine Auswahl der bekanntesten Tools übersichtlich aufgelistet →

So kannst du deine KI-Sichtbarkeit aktuell messen

Tool-Übersicht & Eigenschaften

Semtrix-Auswahl

Tool	KI-Suchmaschinen	Tracking von Erwähnungen	Zitierte Quellen	Wettbewerbsanalyse	Handlungsempfehlungen
LLM Ranking	ChatGPT, Perplexity	✅ Ja	✅ Ja	Strukturiert	✅ Ja
SearchAtlas	Teilweise	✅ Ja	❌ Nein	Begrenzt	❌ Nein
Otterly.ai	Begrenzt	✅ Ja	❌ Nein	❌ Nein	❌ Nein
Profound	Teilweise	✅ Ja	❌ Nein	Makro	❌ Nein
Botrank.ai	Abhängig von Prompts	❌ Nein	❌ Nein	Punktuell	❌ Nein
Scrunch AI	Im Ausbau	✅ Ja	✅ Ja	Begrenzt	🟡 Teilweise
Ahrefs - Brand Radar	Sehr begrenzt	🟡 Indirekt	❌ Nein	Begrenzt	❌ Nein
Rankscale	Teilweise	❌ Nein	❌ Nein	✅ Ja	❌ Nein
AI Visibility (Semrush)	Teilweise	✅ Ja	❌ Nein	Begrenzt	❌ Nein
peec AI	Teilweise	✅ Ja	❌ Nein	Begrenzt	❌ Nein



So kannst du deine KI-Sichtbarkeit aktuell messen



Dir platzt der Kopf?



Ganz schön viele Infos...

Wir helfen dir!

KI-SEO-Analyse

- Wir prüfen, wie sichtbar deine Marke aktuell in generativen Suchsystemen ist.
- Wir identifizieren Chancen und Lücken (z. B. Themen, die KI nicht erkennt).
- Wir erstellen eine maßgeschneiderte Roadmap: Was bleibt aus der klassischen SEO-Strategie, was muss neu gedacht werden.
- Wir stellen eine optimale Strategie aus SEO, GEO und SEA für dich auf.

**Regional stark.
Global verbunden.**



**Regional stark.
Global verbunden.**

Technisches Setup & Umsetzung

- Wir kümmern uns um die Implementierung strukturierter Daten, Content-Cluster, Markup-Optimierung.

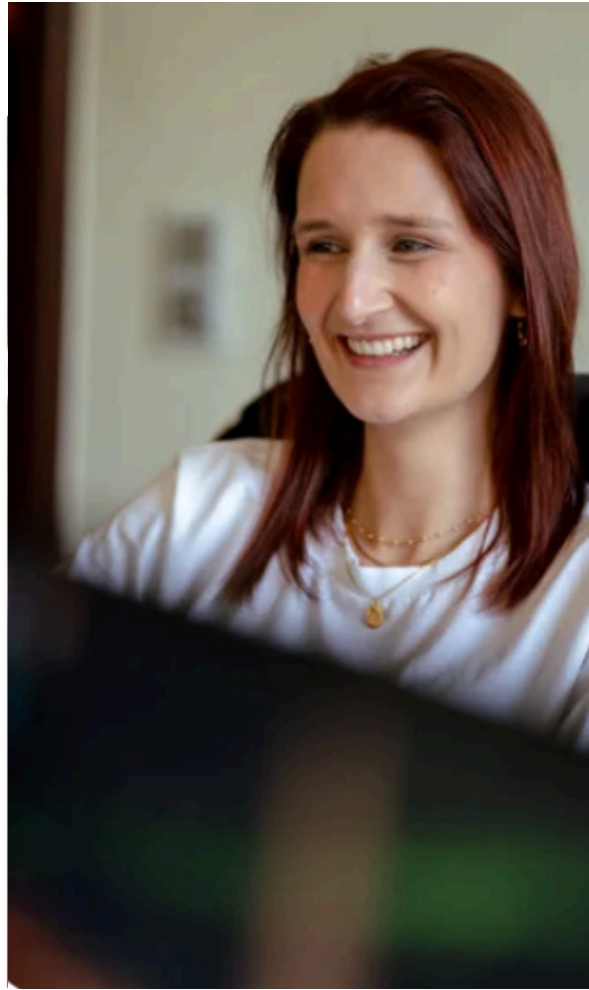
Content-Upgrade

- Wir entwickeln KI-freundliche Inhalte, die gleichzeitig menschlich und markenstark sind.
- Wir legen den Fokus auf Fragen, Nutzen und klare Botschaften.

Wir testen und optimieren selbstverständlich kontinuierlich und nehmen dir das Thema digitale Sichtbarkeit langfristig ab, sodass du dich auf dein Kerngeschäft konzentrieren kannst.

Let's go!





That's it!

Und jetzt?

Lust auf mehr Sichtbarkeit & mehr Umsatz?

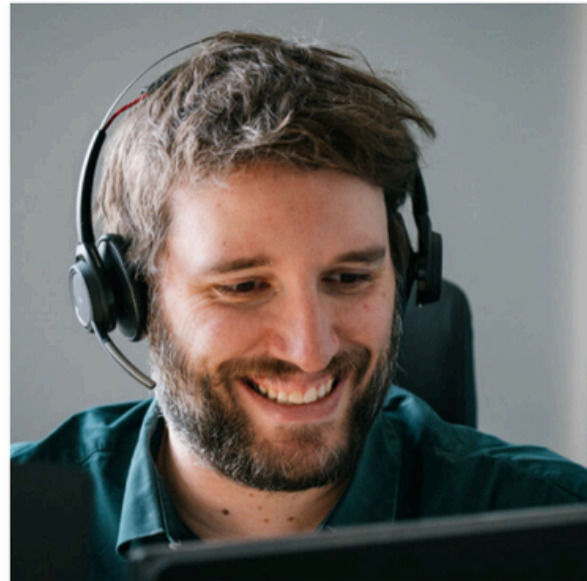
Wir bringen dich nach vorn: Mit SEO, SEA, Linkbuilding, Webdesign und GenAI-Expertise zu all diesen Bereichen, schaffen wir die Basis für deinen digitalen Erfolg.

Kostenlose & unverbindliche Beratung – jetzt starten!

☎ +49 211 688 535-0

✉ info@semtrix.de

Danke, dass du dabei warst!



Copyright

Die in dieser Präsentation erarbeiteten Inhalte sind geistiges Eigentum der Semtrix GmbH und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die vollständige oder auszugsweise Verwendung oder Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. Sollten Sie Ideen aus dieser Präsentation nutzen wollen, sprechen Sie uns bitte an:

Semtrix GmbH
Am Wehrhahn 100
40211 Düsseldorf