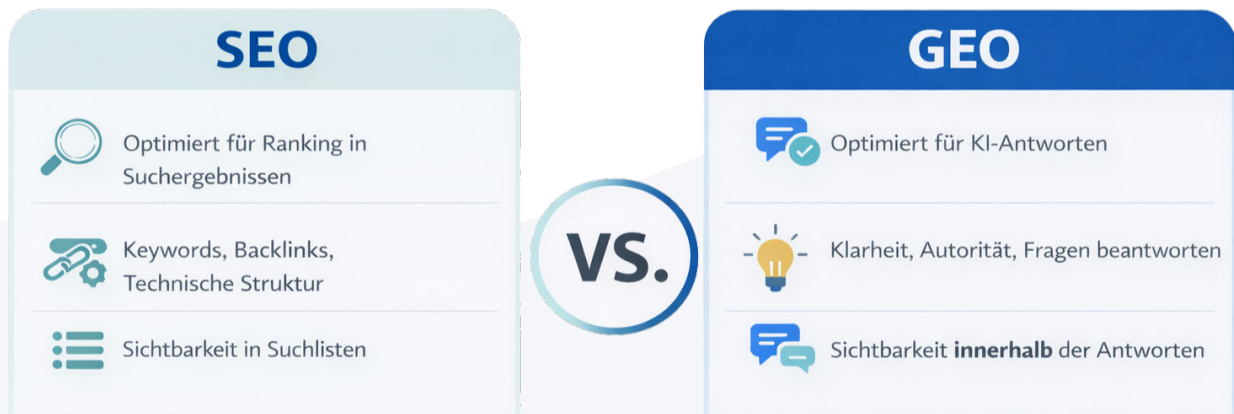


So funktioniert GEO (Optimierung für KI)

GEO steht für «Generative Engine Optimization» und meint die Optimierung von Webinhalten für KI-Systeme. Hier erfahren Sie, was es braucht, damit KI-Systeme Ihre Inhalte nutzen.

Im Überblick: SEO vs. GEO

- **Das Ziel von SEO:** Suchmaschinenoptimierung (SEO) optimiert Inhalte für klassische Suchmaschinen. Oder anders gesagt: SEO bringt Menschen auf Ihre Website.
- **Wozu dient GEO:** Generative Engine Optimization (GEO) optimiert Inhalte für KI-Systeme, die Antworten formulieren (ChatGPT, Perplexity und Co). Das bedeutet: GEO bringt Ihre Inhalte in Antworten auf Fragen, die Userinnen und User stellen.
- **Ist SEO out?** Nein, GEO ist eine Erweiterung von SEO. SEO ist weiterhin notwendig.



GEO ergänzt SEO – für umfassende **Sichtbarkeit**

Checkliste: So sorgen Sie dafür, dass KI Ihre Inhalte nutzt, um Userinnen und Usern zu helfen

1. Kreieren Sie relevante Inhalte. KI nutzt Inhalte, die zu den Fragen der User passen.

- **Stellen Sie die Userin und den User in den Mittelpunkt.** Schreiben Sie nicht für ein System, sondern für Menschen, die echte Fragen haben.
- **Beantworten Sie Fragen direkt.** Nutzen Sie Überschriften als Fragen und geben Sie kompakte, vollständige Antworten.

2. Sorgen Sie dafür, dass Sie als Absenderin oder Absender erkennbar sind. Systeme gewichten Inhalte stärker, wenn klar ist, welches Unternehmen dahintersteht.

- **Sagen Sie, wer Sie sind.** KI wünscht sich klare Über-uns-Informationen.
- **Fokussieren Sie sich thematisch.** Konsistente Inhalte kommen besser an.

3. Zeigen Sie Ihre Expertise. Glaubwürdigkeit ist wichtiger als Reichweite.

- **Nutzenorientierte Inhalte statt «Blabla».** Konkrete, sachliche Inhalte werden häufiger zitiert als Marketing-Floskeln (keine Werbung).
- **Integrieren Sie Zitate, Statistiken und Quellen.** Das erhöht die Glaubwürdigkeit und damit die Wahrscheinlichkeit, genutzt zu werden.

4. Setzen Sie auf Klarheit statt auf Keywords. Sprache ist Ihr Werkzeug dafür:

- **Nutzen Sie natürliche Sprache.** KI-Systeme arbeiten besser mit natürlich formulierten, kontextreichen Texten.
- **Pflegen Sie konsistente Terminologie.** Einheitliche Begriffe erleichtern das Verständnis – für Menschen und KI.

5. Nutzen Sie Modularität als eigenes Prinzip. Wichtig ist, dass einzelne Abschnitte in sich komplett sind und auch isoliert «funktionieren».

- **Denken Sie in Absätzen.** Jeder Absatz = eine klare Aussage.
- **Nutzen Sie verschiedene Formate:** Listen, Definitionen, Mini-Erklärungen.

6. Achten Sie auf die Aktualität/Pflege von Inhalten. KI-Systeme bevorzugen aktuelle, konsistente und gut gepflegte Inhalte.

- **Überarbeiten Sie Inhalte regelmässig.** Eine Content-Planung hilft dabei.
- **Aktualisieren Sie Inhalte sichtbar.** Vielleicht gibt es einen neuen Aspekt bei einem bekannten Thema?

7. Sorgen Sie für technisch saubere Grundlagen. Erfolg in GEO entsteht durch ein Zusammenspiel aus Sprache, Struktur und Technologie.

- **Optimieren Sie Ladezeiten und die mobile Nutzbarkeit.** Sie verbessern die Zugänglichkeit für Nutzerinnen, Nutzer und KI-Systeme.
- **Achten Sie auf eine strukturierte Zugänglichkeit von Inhalten.** Dies unterstützt sowohl GEO als auch SEO.

8. Und was ist mit Mehrsprachigkeit? Mehrsprachige Inhalte müssen fachlich korrekt und kontextgerecht sein.

- **Nutzen Sie konsistente Terminologie über alle Sprachen hinweg.** Je klarer, desto besser.
- **Stellen Sie pro Sprache eigenständige, verständliche Inhalte bereit.** Bedenken Sie auch, ob für eine gewisse Zielgruppe andere Aspekte zentral sind.

Lassen Sie uns darüber sprechen, wie GEO Ihre Inhalte dort sichtbar macht, wo sie wirken sollen – dort, wo Menschen Antworten suchen – in der Schweiz und auf internationalen Märkten. Kontaktieren Sie uns für eine GEO-Potenzialanalyse oder eine individuelle Beratung.

Nadia Gaille
Head of Apostroph Switzerland

+41 44 265 40 30
sales@apostrophgroup.ch

