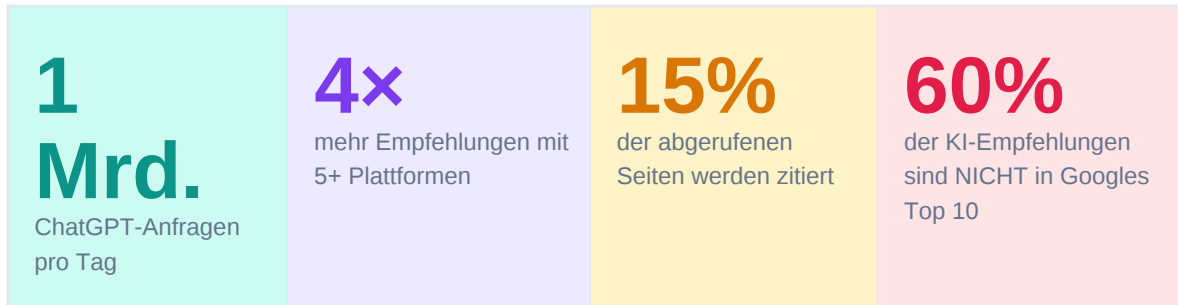


Wie dein Unternehmen bei ChatGPT gefunden wird

Die komplette AEO-Checkliste für Unternehmer und Selbständige — damit ChatGPT dich empfiehlt, bevor es deinen Mitbewerber tut.



Quellen: First Page Sage, Superlines AI Search Statistics, ROI Amplified, ZeroToNine Marketing (2026)

Die 6 Hebel für ChatGPT-Sichtbarkeit

0
1

FAQ-Sektion auf der Website aufbauen

ChatGPT sucht nach Seiten, die konkrete Fragen direkt beantworten. Wer seine Antwort nach fünf Absätzen Einleitung versteckt, wird ignoriert. Die KI zitiert nur 15% aller Seiten die sie aufruft — und wählt fast immer die, die sofort mit der Antwort beginnen. Wichtig: Schreibe die Fragen so, wie deine Kunden sie bei ChatGPT eintippen — nicht wie du sie formulieren würdest. „Welcher Steuerberater in München hilft bei GmbH-Gründung?“ schlägt immer „Was sind unsere Leistungen?“ beim AI-Ranking.

→ **SOFORT-ACTION:** Schreibe heute 5 Fragen auf die deine Kunden wirklich antworten wollen und baue sie als FAQ-Block auf deine Website — mit der Antwort in den ersten zwei Sätzen.

02

5+ externe Plattformen bespielen

Unternehmen die auf fünf oder mehr externen Plattformen erwähnt werden, werden von ChatGPT viermal häufiger empfohlen als solche mit nur einer eigenen Website. Die KI baut Vertrauen durch Muster — je mehr unabhängige Quellen deinen Namen kennen, desto sicherer ist die Empfehlung. Die wichtigsten Plattformen in der Reihenfolge ihrer Wirkung: Google Business Profil, Trustpilot, Yelp, branchenspezifische Verzeichnisse (z.B. anwalt.de, jameda, design-loft), Wikipedia-Erwähnungen und Gastbeiträge in Fachartikeln.

→ **SOFORT-ACTION:** Prüfe auf welchen externen Plattformen du aktuell gelistet bist. Ziel: mindestens 5 aktive Profile mit konsistenten Daten (Name, Adresse, Leistung).

03

Citation Velocity — Momentum der letzten 30 Tage

Das wissen die wenigsten: ChatGPT gewichtet Erwähnungen der letzten 30 bis 60 Tage deutlich stärker als ältere Inhalte. Wer gerade aktiv erwähnt wird — in Artikeln, Podcasts, Social-Media-Posts anderer Accounts, PR-Stücken — hat einen messbaren Sichtbarkeitsvorteil. Neuere Marken können damit etablierte Mitbewerber überholen, wenn sie schneller Momentum aufbauen. Konkret: Ein Gastbeitrag in einem Branchenmagazin, ein Interview-Podcast, ein Artikel der dich zitiert — all das erzeugt in kurzer Zeit mehrere externe Erwähnungen und pusht dein Ranking.

→ **SOFORT-ACTION:** Plane diesen Monat eine PR-Aktion: Gastbeitrag schreiben, Podcast-Interview anfragen oder eine Pressemitteilung an Branchenmedien schicken.

04

Google Business Profil vollständig ausfüllen

Google Business Profil ist eine der stärksten lokalen Quellen für ChatGPT. Die KI zieht daraus Infos über Öffnungszeiten, Leistungen, Bewertungen und Standort — und nutzt das, um lokale Empfehlungen zu generieren. Ein leeres oder veraltetes Profil bedeutet: du existierst für lokale Suchanfragen bei ChatGPT schlicht nicht. Besonders wichtig: Die Beschreibung im Profil sollte exakt die Leistungen enthalten, nach denen Kunden suchen — klar, vollständig, ohne Marketing-Floskeln.

→ **SOFORT-ACTION:** Öffne dein Google Business Profil und prüfe: Sind alle Leistungen eingetragen? Ist die Beschreibung aktuell? Sind aktuelle Fotos vorhanden? Antworte auf alle offenen Reviews.

05

Reviews aktiv sammeln — auf mehreren Plattformen

ChatGPT empfiehlt häufig mit dem Hinweis: gut bewertet auf Google oder positiv auf Trustpilot. Die Sentiment-Analyse der KI wertet nicht nur die Anzahl, sondern auch den Tenor der Bewertungen aus. Wer nur 3 Reviews hat, wird seltener empfohlen als jemand mit 40 — auch wenn die Qualität gleich ist. Wichtig: Verteile Reviews über mehrere Plattformen. ChatGPT aggregiert aus verschiedenen Quellen und ein breites positives Bild zählt mehr als viele Reviews nur auf Google.

→ **SOFORT-ACTION:** Schicke heute deinen letzten 5 Kunden eine kurze Nachricht mit direktem Link zu Google und Trustpilot. Ziel: Mindestens 10 Reviews auf zwei verschiedenen Plattformen.

06

Content frisch halten — alle 4–6 Wochen updaten

Seiten die länger als 3 Monate nicht aktualisiert wurden, verlieren messbar an Citation-Rate. ChatGPT priorisiert frische Inhalte — vor allem bei Branchen die sich schnell verändern. Das bedeutet nicht, dass du jeden Monat neue Texte schreiben musst — ein Update bestehender Seiten (neues Datum, aktualisierte Zahlen, ergänzte FAQ-Fragen) reicht aus um das Signal frisch zu halten. Tipp: Erstelle einen Content-Kalender mit monatlichen Mini-Updates für deine wichtigsten Seiten.

→ **SOFORT-ACTION:** Setze dir einen monatlichen Kalender-Termin: Website-Update. Aktualisiere an diesem Tag mindestens eine Seite — neue FAQ, aktuelle Zahl, neues Beispiel.

Die AEO-Schnell-Checkliste

- FAQ-Sektion auf Website mit echten Kunden-Fragen (Antwort in den ersten 2 Sätzen)
- 5+ externe Plattformen aktiv: Google, Trustpilot, Yelp, Branchenverzeichnis, Fachmedien
- Google Business Profil: alle Leistungen, aktuelle Fotos, aktuelle Beschreibung
- Mindestens 10 Reviews auf 2 Plattformen gesammelt
- Monatliche PR-Aktion: Gastbeitrag, Podcast, Pressemitteilung
- Website-Inhalte alle 4–6 Wochen updaten

Zeitaufwand für komplette Umsetzung: ca. 4–6 Stunden einmalig, dann 30 Minuten pro Monat für Pflege.

Quellen: First Page Sage 2026, Superlines AI Search Statistics, AskMention, ROI Amplified, Frase.io AEO Guide, ZeroToNine Marketing

Short Media — @tim_huck_ auf Instagram