

AI-Visibility für Ihr Unternehmen: Wie Sie von Chatbots empfohlen werden

Einleitung

In der heutigen digitalen Landschaft sind KI-Chatbots wie ChatGPT, Google Gemini und Claude zu zentralen Informationsquellen und Entscheidungshilfen geworden. Ihre potenziellen Kunden stellen diesen KIs Fragen zu Produkten und Dienstleistungen. Wenn Ihr Unternehmen hier nicht sichtbar ist, verpassen Sie eine entscheidende Chance.

Dieser Report zeigt Ihnen, wie Sie Ihre 'AI-Visibility' optimieren, damit Ihr Unternehmen von den führenden Chatbots empfohlen wird und Sie so neue Geschäftschancen erschliessen.



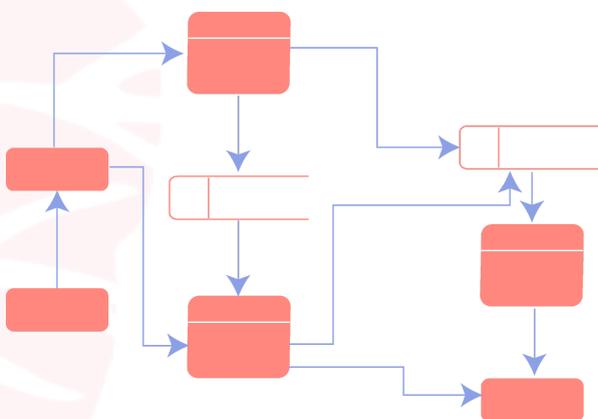
Was ist AI-Visibility und warum ist sie entscheidend?

AI-Visibility beschreibt, wie gut Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen in den Antworten und Empfehlungen von Künstlichen Intelligenzen erscheinen. Es geht nicht mehr nur darum, bei Google gefunden zu werden, sondern darum, von einer KI als relevante und vertrauenswürdige Quelle genannt, zitiert oder sogar direkt empfohlen zu werden. Dies ist besonders wichtig für Unternehmen, die innovative Softwarelösungen, SaaS-Produkte, KI-Dienstleistungen oder mobile/Web-Apps anbieten, da diese Bereiche stark von technologischen Empfehlungen profitieren.

Wie Chatbots Empfehlungen generieren

KI-Chatbots basieren ihre Empfehlungen auf verschiedenen Faktoren. Sie analysieren riesige Mengen an Daten, um Relevanz, Vertrauenswürdigkeit und Aktualität zu bewerten. Unternehmen, die in diesen Bereichen punkten, haben eine höhere Chance, empfohlen zu werden. Dazu gehören:

- **Qualität und Aktualität der Informationen:** Sind Ihre Daten präzise, umfassend und auf dem neuesten Stand?
- **Relevanz für Nutzeranfragen:** Passt Ihr Angebot genau zu dem, wonach Nutzer suchen?
- **Vertrauen und Zuverlässigkeit:** Wird Ihr Unternehmen als glaubwürdig und seriös wahrgenommen?
- **Datenstruktur und Zugänglichkeit:** Sind Ihre Informationen für KIs leicht zu finden und zu verarbeiten (z.B. durch strukturierte Daten)?



Detaillierte Strategien zur Steigerung Ihrer AI-Visibility

Um von Chatbots empfohlen zu werden, ist ein strategischer Ansatz erforderlich, der über traditionelles Online-Marketing hinausgeht. Hier sind die Kernkomponenten einer erfolgreichen AI-Visibility-Strategie, basierend auf den neuesten Erkenntnissen zur Generative Engine Optimization (GEO):

1. Stärkung Ihrer SEO-Grundlagen und Vertrauenssignale (SEO als Basis für GEO)

KI-Modelle bevorzugen Marken, die von Suchmaschinen als autoritativ und vertrauenswürdig eingestuft werden. Eine solide SEO-Basis ist daher unerlässlich:

- **Crawlable, Indexable Content:** Technische Exzellenz für KI-Verständnis Stellen Sie sicher, dass alle wichtigen Informationen auf Ihrer Webseite (Dienstleistungen, Produkte, Unternehmensdetails) im HTML-Inhalt sichtbar sind und nicht in JavaScript oder Bildern versteckt werden. KI-Web-Crawler müssen Ihre Inhalte lesen und verstehen können. Dies ist die absolute Grundlage für jede AI-Visibility-Strategie. Wenn eine KI Ihre Inhalte nicht effizient crawlen und indexieren kann, existieren Sie für sie nicht.

Konkrete Massnahmen und technische Details:

* **HTML-First-Ansatz:** Vermeiden Sie die ausschliessliche Verwendung von JavaScript für kritische Inhalte. Nutzen Sie serverseitiges Rendering (SSR) oder statische HTML-Generierung (SSG) für Ihre Webseiten. Frameworks wie Next.js (für React) oder Nuxt.js (für Vue.js) bieten hervorragende SSR/SSG-Fähigkeiten. Dies stellt sicher, dass der HTML-Code bereits alle Inhalte enthält, bevor JavaScript ausgeführt wird, was für Crawler optimal ist.

* **Semantisches HTML:** Verwenden Sie HTML5-Elemente wie `<header>` , `<nav>` , `<main>` , `<article>` , `<section>` , `<aside>` , `<footer>` korrekt. Semantisches HTML hilft KIs, die Struktur und Bedeutung Ihrer Inhalte besser zu verstehen.*

Bilder und Multimedia: Stellen Sie sicher, dass Bilder aussagekräftige alt - Attribute haben, die den Inhalt beschreiben. Für Videos und Audioinhalte nutzen Sie Transkripte und Untertitel. Dies macht Multimedia-Inhalte für KIs zugänglich und indexierbar.

* **robots.txt und noindex -Tags:** Überprüfen Sie Ihre robots.txt -Datei und noindex -Meta-Tags akribisch, um sicherzustellen, dass

wichtige Seiten nicht versehentlich von Crawlern ausgeschlossen werden. Ein häufiger Fehler ist das Blockieren von CSS- oder JavaScript-Dateien, die für das Rendering der Seite notwendig sind, was die Fähigkeit der KI beeinträchtigt, die Seite korrekt zu sehen.

* **XML Sitemaps:** Erstellen und pflegen Sie eine aktuelle XML-Sitemap, die alle wichtigen URLs Ihrer Webseite enthält. Reichen Sie diese Sitemap bei der Google Search Console und anderen Suchmaschinen-Tools ein. Sitemaps helfen KIs, alle relevanten Seiten Ihrer Webseite zu entdecken.

* **Canonical Tags:** Verwenden Sie Canonical Tags (`<link rel="canonical" href="..." />`), um doppelte Inhalte zu vermeiden und KIs auf die bevorzugte Version einer Seite hinzuweisen. Dies ist entscheidend, um Crawl-Budget effizient zu nutzen und Verwirrung bei KIs zu vermeiden.

* **Tools zur Überprüfung:** Nutzen Sie Tools wie die Google Search Console (insbesondere den URL-Prüftool und den Abdeckungsbericht), Screaming Frog SEO Spider oder Sitebulb, um Crawling- Fehler zu identifizieren und zu beheben. Diese Tools simulieren, wie Suchmaschinen-Crawler Ihre Webseite sehen.

- **E-E-A-T (Experience, Expertise, Authority, Trust):** Der Goldstandard für Glaubwürdigkeit KI-Modelle bevorzugen Experten und autoritative Quellen. Bauen Sie Inhalte auf, die Ihre Expertise hervorheben und Ihre Glaubwürdigkeit untermauern. E-E-A-T ist ein zentraler Faktor, den Google und andere KI-Modelle zur Bewertung der Qualität von Inhalten heranziehen.

Konkrete Massnahmen und technische Details:

* **Experience (Erfahrung):** Zeigen Sie, dass Sie praktische Erfahrung in Ihrem Bereich haben. Dies kann durch detaillierte Fallstudien mit konkreten Ergebnissen, Erfolgsgeschichten, Kunden- Testimonials und Beschreibungen Ihrer Projekte geschehen. Nutzen Sie und Schema Markup, um Kundenbewertungen direkt in den Suchergebnissen anzuzeigen.

* **Expertise (Fachwissen):** Veröffentlichen Sie tiefgehende Fachartikel, Whitepaper, Forschungsberichte und Blogbeiträge, die Ihr fundiertes Wissen demonstrieren.

Autoren sollten klar identifizierbar sein und ihre Qualifikationen (z.B. Berufsbezeichnung, Zertifizierungen, relevante Erfahrungen, akademische Grade) auf der Webseite präsentieren. Nutzen Sie Schema Markup für Autorenprofile und verlinken Sie auf deren soziale Medien und andere Publikationen.

* **Authority (Autorität):** Erwerben Sie hochwertige Backlinks von hochautoritativen und relevanten Webseiten in Ihrer Branche. Erwähnungen in Fachpublikationen, Branchenverbänden, renommierten Medien und Universitäten stärken Ihre Autorität. Nehmen Sie an Branchenveranstaltungen teil, treten Sie als Sprecher auf und veröffentlichen Sie Pressemitteilungen. Pflegen Sie Ihre Präsenz auf Plattformen wie LinkedIn, Xing, GitHub (für Softwareunternehmen) und Stack Overflow.

* **Trust (Vertrauenswürdigkeit):** Sorgen Sie für Transparenz bei Ihren Geschäftspraktiken, Datenschutzrichtlinien (DSGVO-konform), Impressum und Kundenbeziehungen. Zeigen Sie Kundenbewertungen und Testimonials prominent auf Ihrer Webseite. Eine sichere Webseite (HTTPS) ist ein grundlegendes Vertrauenssignal. Veröffentlichen Sie Ihre AGBs und Widerrufsrechte klar und deutlich. Implementieren Sie eine klare Cookie-Richtlinie und holen Sie die Zustimmung der Nutzer ein.

- **Konsistente NAP (Name, Address, Phone) und Informationen:** Die Basis für den Knowledge Graph. Sorgen Sie für eine einheitliche Darstellung Ihrer Unternehmensdaten (Name, Adresse, Telefonnummer) über alle Online-Plattformen hinweg (Ihre Webseite, Google My Business, Yelp, LinkedIn, Branchenverzeichnisse). KIs aggregieren Daten aus vielen Quellen und bevorzugen Genauigkeit und Konsistenz. Inkonsistenzen können die Glaubwürdigkeit beeinträchtigen und dazu führen, dass KIs Ihr Unternehmen nicht korrekt identifizieren oder empfehlen.

Konkrete Massnahmen und technische Details:

* **NAP-Audit:** Erstellen Sie eine umfassende Liste aller Online-Verzeichnisse, sozialen Medien und Plattformen, auf denen Ihr Unternehmen gelistet ist. Überprüfen Sie die Konsistenz der NAP-Daten (Name, Adresse, Telefonnummer) und korrigieren Sie alle Abweichungen. Achten Sie auch auf die Konsistenz von Schreibweisen (z.B. "GmbH" vs. "GmbH.").

* **Schema Markup für Unternehmensinformationen:** Nutzen Sie das Schema Markup auf Ihrer Webseite, um KIs die korrekten Daten direkt zu liefern. Dies sollte die offizielle Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Logo und Social-Media-Profile umfassen. Beispiel (JSON-LD im <head> -Bereich Ihrer Webseite):

```
```\n{\n  "@context": "https://schema.org", "@type": "Organization",\n  "name": "Dinnova AG",\n  "url": "https://www.dinnova.ch",\n  "logo": "https://www.dinnova.ch/images/logo.png", "contactPoint": {\n    "@type": "ContactPoint", "telephone": "+41-44-123-45-67",\n    "contactType": "customer service"\n  },\n  "sameAs": [ "https://www.linkedin.com/company/dinnova",\n    "https://twitter.com/dinnova",\n    "https://www.facebook.com/dinnova"\n  ]\n}\n```\n
```

❖ **Google My Business (GMB) Optimierung:** Pflegen Sie Ihr Google My Business Profil akribisch, da dies eine der wichtigsten Quellen für KI-Modelle ist, insbesondere für lokale Suchanfragen und Knowledge

Panels. Füllen Sie alle Felder vollständig aus, fügen Sie hochwertige Fotos hinzu, posten Sie regelmässig Updates und beantworten Sie Kundenfragen und -bewertungen zeitnah.

❖ **Branchenverzeichnisse und Zitate:** Tragen Sie Ihr Unternehmen in relevante Branchenverzeichnisse (z.B. local.ch, search.ch in der Schweiz) und spezialisierte Software- oder KI-Verzeichnisse ein. Diese Zitate (Mentions Ihres Unternehmens) ohne direkten Link sind ebenfalls wichtig für die KI-Verständnis.

- **Verbesserung der Seitenautorität:** Das Fundament für KI-Empfehlungen. Optimieren Sie Ihre Webseite weiterhin nach klassischen SEO-Kriterien: aussagekräftige Titel-Tags und Meta-Beschreibungen, schnelle Ladezeiten und der Aufbau hochwertiger Backlinks von vertrauenswürdigen Webseiten. Eine höhere Platzierung in den traditionellen Suchergebnissen erhöht die Wahrscheinlichkeit, in KI-Antworten berücksichtigt zu werden, da KIs oft auf die gleichen Ranking-Signale wie Suchmaschinen achten.

#### **Konkrete Massnahmen und technische Details:**

\* **Keyword-Recherche und - Integration:** Führen Sie eine umfassende Keyword-Recherche durch, um relevante Begriffe und Phrasen für Ihre Zielgruppe zu identifizieren. Integrieren Sie diese strategisch in Titel-Tags, Meta-Beschreibungen, Überschriften (H1, H2, H3) und den Fliesstext. Nutzen Sie Long-Tail-Keywords, die spezifische Nutzerfragen widerspiegeln.

\* **Ladezeiten (Core Web Vitals):** Optimieren Sie die Ladezeiten Ihrer Webseite, da dies ein wichtiger Ranking-Faktor für Google ist und die Nutzererfahrung verbessert. Nutzen Sie Tools wie Google PageSpeed Insights, Lighthouse oder GTmetrix, um Performance-Probleme zu identifizieren.

Massnahmen umfassen: Bildkomprimierung und -optimierung (WebP-Format), Minimierung von CSS/JavaScript, Nutzung von Content Delivery Networks (CDNs), Browser-Caching und serverseitige Optimierungen.

\* **Mobile-First Indexing:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Webseite für mobile Geräte optimiert ist, da Google primär die mobile Version Ihrer Webseite für die Indexierung und das Ranking verwendet. Responsive Design ist hier der Schlüssel.

\* **Hochwertiger Backlink- Aufbau:** Entwickeln Sie eine Strategie für den Aufbau hochwertiger Backlinks von autoritativen und themenrelevanten Webseiten. Dies kann durch Gastbeiträge auf relevanten Blogs, Kooperationen mit Partnern, die Veröffentlichung von branchenrelevanten Studien oder Infografiken, und die Teilnahme an Online- Diskussionen geschehen. Backlinks sind ein starkes Signal für Autorität und Vertrauenswürdigkeit.

\* **Interne Verlinkung:** Sorgen Sie für eine logische und strategische interne Verlinkungsstruktur auf Ihrer Webseite. Dies hilft KIs, die Hierarchie und Relevanz Ihrer Inhalte zu verstehen, und verteilt die Link-Autorität innerhalb Ihrer Webseite.

## 2. Content-Optimierung für konversationelle und semantische Suche

KI-Chatbots verarbeiten Anfragen in einer konversationellen Weise und verstehen Inhalte semantisch. Ihr Content sollte darauf abgestimmt sein, um in diesen neuen Suchumgebungen optimal zu performen.

- **Natürliche, konversationelle Sprache:** Sprechen Sie die Sprache der KI. Verfassen Sie Ihre Inhalte in einer natürlichen, menschlichen Sprache. Vermeiden Sie einen übermässig formalen oder "korporativen" Ton. Inhalte, die sich natürlich anfühlen, resonieren besser mit KI-Modellen, die auf menschliche Sprachmuster trainiert sind. Nutzen Sie Fragen als Unterüberschriften und beantworten Sie diese direkt im Text, um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass Ihre Inhalte als direkte Antwort-Snippets verwendet werden.

**Konkrete Massnahmen und Beispiele:** \* **Schreibstil:** Schreiben Sie, als würden Sie mit einem Kunden sprechen. Verwenden Sie umgangssprachliche Ausdrücke, wo es angemessen ist, und vermeiden Sie unnötigen Fachjargon. Beispiel: Statt

"Implementierung einer skalierbaren Cloud-Infrastruktur" schreiben Sie "Wie wir Ihre IT-Infrastruktur in die Cloud bringen und sie mit Ihnen wachsen lassen".

**\* Fragen und Antworten:** Integrieren Sie häufig gestellte Fragen direkt in Ihre Blogbeiträge oder Servicebeschreibungen und beantworten Sie diese prägnant. Beispiel: Wenn Sie über "KI-gestützte Datenanalyse" schreiben, könnten Sie eine Überschrift wie "Was ist KI-gestützte Datenanalyse und wie hilft sie meinem Unternehmen?" verwenden und direkt darunter die Antwort liefern. \* Lesbarkeit: Nutzen Sie Tools zur Analyse der Lesbarkeit (z.B. Hemingway Editor, Yoast SEO Plugin für WordPress), um sicherzustellen, dass Ihre Inhalte leicht verständlich sind. Kurze Sätze, aktive Sprache und Absätze erleichtern das Verständnis für Mensch und Maschine.

- **Q&A-Format auf Ihrer Webseite:** Die direkte Antwort für Chatbots Integrieren Sie umfassende FAQ-Bereiche oder spezielle Q&A-Seiten, die häufige Fragen Ihrer Zielgruppe direkt beantworten. Formulieren Sie die Fragen so, wie sie ein Nutzer einem Chatbot stellen würde (z.B. "Was ist die beste Softwarelösung für [Problem]?" oder "Wie kann [Dienstleistung] meinem Unternehmen helfen?"). Antworten Sie neutral und informativ, während Sie Ihr Unternehmen oder Ihre Lösung als Teil der Antwort präsentieren. Diese Inhalte sind Gold für KI-Modelle.

### **Konkrete Massnahmen und Beispiele:**

**\* Umfassende FAQ-Seite:** Erstellen Sie eine umfassende FAQ-Seite, die alle Aspekte Ihrer Dienstleistungen, Produkte und des Unternehmens abdeckt. Sammeln Sie Fragen aus Kundenanfragen, Support-Tickets und Keyword-Recherchen.

**\* Schema Markup:** Nutzen Sie das Schema Markup, um diese Inhalte für KIs noch besser verständlich zu machen. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre FAQs direkt in den Suchergebnissen als Rich Snippets erscheinen und von KIs als direkte Antworten verwendet werden. Beispiel (JSON-LD):

```
```json
{
"@context": "https://schema.org", "@type": "FAQPage",
"mainEntity": [{
"@type": "Question",
"name": "Was ist AI-Visibility?", "acceptedAnswer": {
"@type": "Answer",
"text": "AI-Visibility beschreibt, wie gut Ihr Unternehmen in den
Antworten und Empfehlungen von KI- Chatbots erscheint. Es geht darum,
von KIs als relevante und vertrauenswürdige Quelle genannt, zitiert
oder direkt empfohlen zu werden."
}
}, {
"@type": "Question",
"name": "Warum ist AI-Visibility wichtig für mein Unternehmen?",
"acceptedAnswer": { "@type": "Answer", "text":
"In einer Welt, in der immer mehr Menschen KIs für Informationen
nutzen, ist es entscheidend, dass Ihr Unternehmen von diesen KIs
gefunden und empfohlen wird, um neue Kunden zu gewinnen und
wettbewerbsfähig zu bleiben."
}
}
]
}
```
```

- **Themen-Cluster und Pillar Pages:** Struktur für semantisches Verständnis  
Organisieren Sie Ihre Inhalte in Themen-Clustern, die um eine zentrale "Pillar Page" (Säulenseite) herum aufgebaut sind. Die Pillar Page behandelt ein breites Thema umfassend, während die Cluster-Inhalte spezifische Aspekte dieses Themas detailliert beleuchten und auf die Pillar Page verlinken. Diese Struktur hilft KIs, die semantischen Beziehungen zwischen Ihren Inhalten zu verstehen und Ihre Webseite als Autorität für bestimmte Themen zu erkennen.

### **Konkrete Massnahmen und Beispiele:**

\* **Identifizierung von Pillar Topics:** Identifizieren Sie die Kernbereiche

Ihrer Dienstleistungen oder Produkte, die als Pillar Pages dienen können (z.B. "Cloud-Migration", "KI-gestützte Datenanalyse", "Mobile App Entwicklung").

\* **Erstellung von Cluster Content:** Erstellen Sie detaillierte Blogbeiträge, Anleitungen oder Fallstudien, die spezifische Aspekte der Pillar Page behandeln (z.B. für "Cloud-Migration": "Vorteile der Cloud-Migration für KMU", "Sicherheitsaspekte bei der Cloud-Migration", "Checkliste für eine erfolgreiche Cloud-Migration").

\* **Interne Verlinkung:** Verlinken Sie strategisch von den Cluster-Inhalten auf die Pillar Page und umgekehrt. Dies stärkt die thematische Relevanz und Autorität der Pillar Page.

- **Sprachmodelle und Named Entity Recognition (NER):** Optimierung für KI-Verständnis KI-Modelle nutzen NER, um Entitäten (Personen, Organisationen, Orte, Produkte) in Texten zu identifizieren und deren Beziehungen zueinander zu verstehen. Stellen Sie sicher, dass wichtige Entitäten in Ihren Inhalten klar und konsistent benannt werden. Nutzen Sie Synonyme und verwandte Begriffe, um das Verständnis der KI zu erweitern.

### **Konkrete Massnahmen und Beispiele:**

\* **Konsistente Benennung:** Verwenden Sie den vollständigen Namen

Ihres Unternehmens, Ihrer Produkte und Dienstleistungen konsistent. Vermeiden Sie Abkürzungen oder Variationen, es sei denn, diese sind ebenfalls klar definiert.

\* **Kontextualisierung:** Stellen Sie sicher, dass Entitäten in einem klaren Kontext stehen. Wenn Sie beispielsweise über eine bestimmte Softwarelösung sprechen, beschreiben Sie deren Funktion und Vorteile, um der KI ein umfassendes Verständnis zu ermöglichen.

\* **Verwendung von Synonymen:** Integrieren Sie relevante Synonyme und verwandte Begriffe in Ihre Inhalte, um die semantische Abdeckung zu erhöhen. Nutzen Sie hierfür Keyword- Recherche-Tools, die auch verwandte Begriffe identifizieren.

### 3. Multimodale Optimierung: Über Text hinausdenken

KI-Modelle werden zunehmend multimodal, das heisst, sie können Informationen aus verschiedenen Formaten wie Bildern, Videos und Audio verarbeiten. Um Ihre AI-Visibility zu maximieren, müssen Sie auch diese Kanäle optimieren.

- **Bildoptimierung für KI-Verständnis:** Bilder sind nicht nur für Menschen wichtig, sondern auch für KIs. Optimieren Sie Ihre Bilder so, dass KIs deren Inhalt verstehen und in Empfehlungen einbeziehen können.

#### Konkrete Massnahmen und technische Details:

- \* **Aussagekräftige Dateinamen:** Verwenden Sie beschreibende Dateinamen für Ihre Bilder (z.B. cloudmigration-prozess.jpg statt bild1.jpg).
- \* **Detaillierte Alt-Texte:** Schreiben Sie präzise und beschreibende Alt-Texte für alle Bilder. Alt-Texte sollten den Inhalt des Bildes genau wiedergeben und relevante Keywords enthalten. Beispiel: `src="cloud-migration.jpg" alt="Diagramm des Cloud-`
- \* **Bildunterschriften:** Fügen Sie aussagekräftige Bildunterschriften hinzu, die den Kontext des Bildes erläutern und zusätzliche Informationen liefern.
- \* **Strukturierte Daten für Bilder:** Nutzen Sie Schema Markup, um KIs detaillierte Informationen über Ihre Bilder zu liefern, einschliesslich Beschreibung, Autor und Lizenzinformationen.
- \* **Bild- Sitemaps:** Erstellen Sie eine separate Bild-Sitemap und reichen Sie diese bei der Google Search Console ein. Dies hilft KIs, alle Bilder auf Ihrer Webseite zu entdecken und zu indexieren.

**Video- und Audio-Optimierung für KI-Verständnis:** Videos und Audioinhalte werden von KIs immer besser verarbeitet. Stellen Sie sicher, dass Ihre Multimedia- Inhalte für KIs zugänglich und verständlich sind.

#### Konkrete Massnahmen und technische Details:

- \* **Transkripte und Untertitel:** Stellen Sie vollständige Transkripte für alle Video- und Audioinhalte bereit. Fügen Sie Untertitel (SRT-Dateien) zu Ihren Videos hinzu. Dies

macht den gesprochenen Inhalt für KIs lesbar und indexierbar.

\* **Video-Schema Markup:** Nutzen Sie Schema Markup, um KIs detaillierte Informationen über Ihre Videos zu liefern, einschliesslich Titel, Beschreibung, Dauer, Thumbnail-URL und Upload- Datum. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Videos in den Suchergebnissen als Rich Snippets erscheinen und von KIs in Empfehlungen einbezogen werden.

\* **Audio-Schema Markup:** Für Podcasts oder andere Audioinhalte nutzen Sie Schema Markup.

\* **Video-Sitemaps:** Erstellen Sie eine separate Video-Sitemap und reichen Sie diese bei der Google Search Console ein.

#### 4. Direkte Interaktion mit KI-Plattformen und APIs

Einige KI-Plattformen bieten Möglichkeiten zur direkten Integration oder zur Bereitstellung von Daten über APIs. Dies kann Ihre AI-Visibility erheblich steigern.

- **Google Merchant Center und Produkt-Feeds:** Wenn Sie Produkte anbieten, ist das Google Merchant Center (GMC) eine entscheidende Plattform. KIs wie Google Gemini können auf die Produktdaten in Ihrem GMC-Feed zugreifen, um detaillierte Produktinformationen in ihren Antworten zu liefern und Produkte direkt zu empfehlen.

##### **Konkrete Massnahmen und technische Details:**

\* **Einrichtung und Optimierung des GMC:** Richten Sie ein Google Merchant Center-Konto ein und laden Sie einen

vollständigen und aktuellen Produkt-Feed hoch. Stellen Sie sicher, dass alle Produktattribute korrekt und detailliert ausgefüllt sind (Titel, Beschreibung, Preis, Verfügbarkeit, GTINs, MPNs, Marken, Produktkategorien). Je detaillierter Ihre Produktdaten sind, desto besser kann die KI sie verstehen und nutzen.

\* **Regelmässige Updates:** Halten Sie Ihren Produkt-Feed regelmässig auf dem neuesten Stand, um sicherzustellen, dass die KIs immer die aktuellsten Informationen erhalten.

\* **Produkt-Schema Markup:** Ergänzen Sie Ihre Produktseiten mit und Schema Markup, um die Informationen im Produkt-Feed zu bestätigen und zu erweitern. Dies hilft KIs, Ihre Produkte besser zu verstehen und in ihren Empfehlungen zu berücksichtigen.

- **Google Knowledge Graph APIs und Wikidata:** Der Google Knowledge Graph ist eine riesige Wissensdatenbank, die von Google zur Beantwortung von Fragen und zur Bereitstellung von Informationen genutzt wird. Wenn Ihr Unternehmen oder Ihre Produkte im Knowledge Graph erscheinen, erhöht dies Ihre AI-Visibility erheblich. Wikidata ist eine freie und offene Wissensdatenbank, die von vielen KIs als Quelle genutzt wird.

#### **Konkrete Massnahmen und technische Details:**

\* **Knowledge Panel Optimierung:** Wenn Ihr Unternehmen bereits ein Knowledge Panel in den Google- Suchergebnissen hat, stellen Sie sicher, dass die Informationen darin korrekt und aktuell sind. Beanspruchen Sie das Panel und schlagen Sie Bearbeitungen vor, falls nötig.

\* **Wikidata-Eintrag:** Erwägen Sie die Erstellung eines Wikidata-Eintrags für Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder wichtige Personen in Ihrem Unternehmen, sofern diese die Relevanzkriterien erfüllen. Wikidata-Einträge werden von vielen KIs als vertrauenswürdige Quelle genutzt.

\* **Verlinkung zu Wikidata:** Wenn Sie einen Wikidata-Eintrag haben, verlinken Sie von Ihrer Webseite darauf und umgekehrt. Dies stärkt die Verbindung und hilft KIs, die Informationen zu verifizieren.

- **OpenAI GPTs und Plugins (für spezialisierte Anwendungen):** Für Unternehmen, die spezifische Anwendungsfälle haben, können massgeschneiderte GPTs oder Plugins für OpenAI-Plattformen eine Möglichkeit sein, direkt in die Empfehlungslogik von ChatGPT einzugreifen. Dies ist jedoch eher für Nischenanwendungen relevant.

### **Konkrete Massnahmen und technische Details:**

\* **Entwicklung eines GPTs:** Wenn Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt eine spezifische Interaktion mit Nutzern erfordert, die über eine einfache Informationsabfrage hinausgeht (z.B. Terminbuchung, Produktkonfiguration, technischer Support), könnte die Entwicklung eines massgeschneiderten GPTs sinnvoll sein. Dies erfordert jedoch eine tiefgehende technische Integration und ist nur für spezifische Anwendungsfälle relevant.

\* **API-Integration:** Für komplexere Interaktionen können Sie eine API entwickeln, die es ChatGPT-Plugins ermöglicht, direkt auf Ihre Daten oder Funktionen zuzugreifen. Dies erfordert eine sorgfältige Planung der API- Schnittstellen und der Datenmodelle.

## **5. Datenschutz und Transparenz: Vertrauen in der KI-Ära**

Datenschutz ist ein immer wichtigerer Faktor für das Vertrauen der Nutzer und damit auch für die Empfehlungen von KIs. Unternehmen, die transparent mit Daten umgehen und die Privatsphäre der Nutzer respektieren, werden von KIs und Nutzern bevorzugt.

- **DSGVO-Konformität und klare Datenschutzrichtlinien:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Webseite und Ihre Geschäftspraktiken vollständig DSGVO-konform sind. Veröffentlichen Sie eine klare, leicht verständliche Datenschutzrichtlinie, die erklärt, welche Daten gesammelt werden, wie sie verwendet werden und welche Rechte Nutzer haben. Dies schafft Vertrauen und ist ein positives Signal für KIs.

### **Konkrete Massnahmen und technische Details:**

\* **Datenschutz-Audit:** Führen Sie regelmässig Audits Ihrer Datenverarbeitungsprozesse durch, um die DSGVO- Konformität sicherzustellen.

\* **Cookie-Einwilligung:** Implementieren Sie ein robustes Cookie-Consent-Management-System, das den Nutzern eine klare Wahlmöglichkeit bietet und die Einhaltung der Vorschriften gewährleistet.

\* **Transparenz:** Seien Sie transparent darüber, wie Sie Daten sammeln, speichern und

verwenden. Vermeiden Sie versteckte Tracking-Methoden oder undurchsichtige Praktiken.

## 6. Kontinuierliche Überwachung und Anpassung

Die Landschaft der KI-Modelle und ihrer Empfehlungsalgorithmen entwickelt sich ständig weiter. Eine einmalige Optimierung reicht nicht aus. Kontinuierliche Überwachung und Anpassung sind entscheidend, um Ihre AI-Visibility langfristig zu sichern.

- **Monitoring Ihrer AI-Visibility:** Überwachen Sie, wie Ihr Unternehmen in den Antworten von KIs erscheint. Dies erfordert eine Kombination aus manuellen Tests und spezialisierten Tools.

### Konkrete Massnahmen und Tools:

\* **Manuelle Prompt-Tests:** Testen Sie regelmässig verschiedene Prompts (Fragen), die Ihre Zielgruppe einem Chatbot stellen würde, und prüfen Sie, ob und wie Ihr Unternehmen in den Antworten erscheint. Variieren Sie die Prompts und die verwendeten KIs (ChatGPT, Gemini, Claude, Copilot).

\* **Brand Mentions Monitoring:** Nutzen Sie Tools zum Monitoring von Markenerwähnungen (z.B. Brandwatch, Mention, Google Alerts), um zu verfolgen, wo und wie Ihr Unternehmen online erwähnt wird, einschliesslich in KI-generierten Inhalten.

\* **AI-SEO-Tools:** Es entstehen zunehmend spezialisierte Tools, die die AI-Visibility messen und optimieren. Bleiben Sie auf dem Laufenden und evaluieren Sie deren Einsatz.

- **Analyse und Anpassung:** Analysieren Sie die Ergebnisse Ihres Monitorings und passen Sie Ihre Strategie entsprechend an. Was funktioniert gut? Wo gibt es Verbesserungspotenzial? Die AI-Visibility ist ein iterativer Prozess.

### **Konkrete Massnahmen:**

- \* **Performance-Analyse:** Verfolgen Sie Kennzahlen wie die Anzahl der KI-Empfehlungen, die Qualität der Erwähnungen und den daraus resultierenden Traffic auf Ihrer Webseite.
- \* **Inhaltsaktualisierung:** Aktualisieren Sie regelmässig Ihre Inhalte, um sie relevant und aktuell zu halten. Veraltete Informationen können dazu führen, dass KIs Ihr Unternehmen nicht mehr empfehlen.
- \* **Feedback-Schleifen:** Etablieren Sie interne Feedback-Schleifen, um Erkenntnisse aus dem Monitoring in Ihre Content-Erstellung und technischen Optimierungen einfließen zu lassen.

## **7. Risikomanagement und ethische Überlegungen**

Die Interaktion mit KI-Modellen birgt auch Risiken. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Daten und Inhalten ist unerlässlich, um negative Auswirkungen auf Ihre AI-Visibility zu vermeiden.

- **Halluzinationen und Fehlinformationen:** KI-Modelle können "halluzinieren" und falsche Informationen generieren. Stellen Sie sicher, dass Ihre eigenen Inhalte präzise und faktisch korrekt sind, um das Risiko zu minimieren, dass KIs Fehlinformationen über Ihr Unternehmen verbreiten.

### **Konkrete Massnahmen:**

- \* **Faktencheck:** Implementieren Sie strenge Faktencheck- Prozesse für alle veröffentlichten Inhalte.
- \* **Korrekturmechanismen:** Seien Sie bereit, schnell auf Fehlinformationen zu reagieren, die von KIs über Ihr Unternehmen verbreitet werden. Kontaktieren Sie die Plattformbetreiber, um Korrekturen zu beantragen.

**Datenschutz und Sicherheit:** Die Bereitstellung von Daten für KIs muss unter strengen Datenschutz- und Sicherheitsvorkehrungen erfolgen. Ein Datenleck oder eine Verletzung der Privatsphäre kann das Vertrauen der Nutzer und die AI-Visibility

massiv schädigen.

#### **Konkrete Massnahmen:**

- \* **Sicherheitsaudits:** Führen Sie regelmässig Sicherheitsaudits Ihrer Systeme und Daten durch.
- \* **Datenminimierung:** Sammeln Sie nur die Daten, die Sie wirklich benötigen, und anonymisieren oder pseudonymisieren Sie diese, wo immer möglich.
- \* **Transparenz:** Kommunizieren Sie offen über Ihre Datenschutzpraktiken und die Sicherheitsmassnahmen, die Sie zum Schutz der Nutzerdaten ergreifen.
  
- **Reputationsmanagement in der KI-Ära:** Negative Erwähnungen oder ungenaue Informationen, die von KIs verbreitet werden, können Ihren Ruf schnell schädigen. Ein proaktives Reputationsmanagement ist entscheidend.

#### **Konkrete Massnahmen:**

- \* **Aktives Monitoring:** Überwachen Sie nicht nur Markenerwähnungen, sondern auch die Art und Weise, wie KIs über Ihr Unternehmen sprechen. \* **Schnelle Reaktion:** Reagieren Sie schnell und professionell auf negative oder ungenaue KI-generierte Inhalte. Bieten Sie Korrekturen an und stellen Sie die Fakten klar.

## **8. Visuelle AI-Visibility Roadmap (Konzept)**

Um die Umsetzung dieser Strategien zu erleichtern, stellen wir uns eine visuelle Roadmap vor, die die Schritte und Abhängigkeiten klar darstellt. Dies könnte ein interaktives Dashboard oder eine Infografik sein, die den Fortschritt visualisiert.

#### **Konzept für die Roadmap:**

- \* **Phasen:** Klare Phasen der Implementierung (z.B. Analyse, technische Optimierung, Content-Erstellung, Monitoring).
- \* **Checklisten:** Detaillierte Checklisten für jede Phase mit spezifischen Aufgaben.
- \* **Meilensteine:** Definierte Meilensteine zur Erfolgsmessung.
- \* **Abhängigkeiten:** Visualisierung von Abhängigkeiten zwischen den Aufgaben.

\* **Tools:** Empfohlene Tools für jede Aufgabe.

## 9. Internationale Strategie: AI-Visibility über Grenzen hinweg

Die AI-Visibility kann sich je nach Markt und Sprache erheblich unterscheiden. Eine globale Strategie erfordert die Berücksichtigung lokaler Nuancen und KI-Präferenzen.

- **Lokalisierung von Inhalten:** Übersetzen Sie Ihre Inhalte nicht nur, sondern lokalisieren Sie sie. Das bedeutet, kulturelle Besonderheiten, lokale Suchgewohnheiten und die spezifischen Bedürfnisse der Zielgruppe in jedem Markt zu berücksichtigen.

### Konkrete Massnahmen:

\* **Muttersprachliche Übersetzer:** Arbeiten Sie mit muttersprachlichen Übersetzern, die nicht nur die Sprache, sondern auch die Kultur und die lokalen Gegebenheiten verstehen.

\* **Lokale Keyword-Recherche:**

Führen Sie für jeden Zielmarkt eine separate Keyword-Recherche durch, da sich Suchbegriffe und -phrasen erheblich unterscheiden können.

\* **Anpassung von Beispielen und Referenzen:** Verwenden Sie in Ihren Inhalten Beispiele und Referenzen, die für die lokale Zielgruppe relevant sind.

- **Lokale KI-Plattformen und Suchmaschinen:** Neben globalen Playern wie Google und OpenAI gibt es in einigen Ländern spezifische lokale Suchmaschinen und KI-Plattformen, die eine hohe Relevanz haben (z.B. Baidu in China, Yandex in Russland). Berücksichtigen Sie diese in Ihrer Strategie.

### Konkrete Massnahmen:

\* **Analyse lokaler Marktführer:** Identifizieren Sie die dominanten Suchmaschinen und KI-Plattformen in Ihren Zielmärkten.

\* **Spezifische Optimierung:** Passen Sie Ihre Optimierungsstrategien an die Anforderungen dieser lokalen Plattformen an (z.B. Baidu SEO).

- **Rechtliche und ethische Rahmenbedingungen:** Datenschutzgesetze und ethische Richtlinien können sich von Land zu Land unterscheiden. Stellen Sie sicher, dass Ihre AI-Visibility-Strategie in jedem Zielmarkt den lokalen Vorschriften entspricht.

#### **Konkrete Massnahmen:**

- \* **Rechtsberatung:** Holen Sie bei Bedarf rechtlichen Rat ein, um die Einhaltung lokaler Datenschutzgesetze (z.B. CCPA in den USA, LGPD in Brasilien) sicherzustellen.
- \* **Transparenz:** Kommunizieren Sie klar und deutlich, wie Sie mit Nutzerdaten in verschiedenen Regionen umgehen.



## **10. Kontinuierliche Überwachung und Anpassung**

Die Landschaft der KI-Modelle und ihrer Empfehlungsalgorithmen entwickelt sich ständig weiter. Eine einmalige Optimierung reicht nicht aus. Kontinuierliche

Überwachung und Anpassung sind entscheidend, um Ihre AI-Visibility langfristig zu sichern.

- **Monitoring Ihrer AI-Visibility:** Überwachen Sie, wie Ihr Unternehmen in den Antworten von KIs erscheint. Dies erfordert eine Kombination aus manuellen Tests und spezialisierten Tools.

#### **Konkrete Massnahmen und Tools:**

\* **Manuelle Prompt-Tests:** Testen Sie regelmässig verschiedene Prompts (Fragen), die Ihre Zielgruppe einem Chatbot stellen würde, und prüfen Sie, ob und wie Ihr Unternehmen in den Antworten erscheint. Variieren Sie die Prompts und die verwendeten KIs (ChatGPT, Gemini, Claude, Copilot).

\* **Brand Mentions Monitoring:** Nutzen Sie Tools zum Monitoring von Markenerwähnungen (z.B. Brandwatch, Mention, Google Alerts), um zu verfolgen, wo und wie Ihr Unternehmen online erwähnt wird, einschliesslich in KI-generierten Inhalten.

\* **AI-SEO-Tools:** Es entstehen zunehmend spezialisierte Tools, die die AI-Visibility messen und optimieren. Bleiben Sie auf dem Laufenden und evaluieren Sie deren Einsatz.

- **Analyse und Anpassung:** Analysieren Sie die Ergebnisse Ihres Monitorings und passen Sie Ihre Strategie entsprechend an. Was funktioniert gut? Wo gibt es Verbesserungspotenzial? Die AI-Visibility ist ein iterativer Prozess.

#### **Konkrete Massnahmen:**

\* **Performance-Analyse:** Verfolgen Sie Kennzahlen wie die Anzahl der KI-Empfehlungen, die Qualität der Erwähnungen und den daraus resultierenden Traffic auf Ihrer Webseite.

\* **Inhaltsaktualisierung:** Aktualisieren Sie regelmässig Ihre Inhalte, um sie relevant und aktuell zu halten. Veraltete Informationen können dazu führen, dass KIs Ihr Unternehmen nicht mehr empfehlen.

\* **Feedback-Schleifen:** Etablieren Sie interne Feedback-Schleifen, um Erkenntnisse aus dem Monitoring in Ihre Content-Erstellung und technischen Optimierungen einfließen zu lassen.

## Fazit und Ausblick

AI-Visibility ist keine Zukunftsmusik, sondern eine Notwendigkeit im heutigen digitalen Wettbewerb. Durch die konsequente Umsetzung der hier vorgestellten Strategien können Sie sicherstellen, dass Ihr Unternehmen von den führenden KI-Modellen gefunden, verstanden und empfohlen wird. Dies eröffnet nicht nur neue Wege zur Kundengewinnung, sondern stärkt auch Ihre Markenautorität und Relevanz in einer sich ständig weiterentwickelnden digitalen Landschaft. Beginnen Sie noch heute mit der Optimierung Ihrer AI-Visibility und sichern Sie sich Ihren Platz in der Zukunft der Suche und Empfehlung.