CHECKLISTE ZUM ABHAKEN · STAND 24.11.2026

# GEO-Checkliste: 20 Punkte für mehr Sichtbarkeit in KI-Antworten

20 Punkte in vier Schritten, damit ChatGPT, Gemini, Perplexity und Grok Ihr Unternehmen lesen, einordnen und nennen können. Ausdrucken, abhaken, offene Punkte angehen. Die mit „prüft der GEO-Check“ markierten Punkte prüft unser kostenloser GEO-Check automatisch.

Online und als PDF: ai-geotracking.com/geo-checkliste · Kostenloser GEO-Check: ai-geotracking.com/geo-check

## 1. Zugang und Technik (Punkte 1–5)

Erst wenn KI-Systeme Ihre Seite lesen und einordnen können, wirkt alles Weitere.

☐ **1. KI-Crawler dürfen Ihre Website lesen** prüft der GEO-Check

Wer GPTBot, PerplexityBot, Google-Extended & Co. in der robots.txt sperrt, fällt als Quelle aus.

**So prüfen Sie es:** ihre-domain.de/robots.txt aufrufen: Steht dort „Disallow: /“ für einen KI-Crawler?

2,0 % sperren ganz oder teilweise (Stichprobe 13.779 Websites)

☐ **2. Der Text ist ohne JavaScript lesbar** prüft der GEO-Check

Viele Crawler führen kein JavaScript aus. Was erst im Browser entsteht, sehen sie nicht.

**So prüfen Sie es:** Quelltext der Startseite öffnen (Strg+U): Stehen Ihre Kernaussagen dort als Text?

- [ ] **3. Eine llms.txt liegt im Hauptverzeichnis** prüft der GEO-Check

  Eine kurze Datei, die KI-Systemen sagt, was über Ihr Unternehmen wichtig ist und wo es steht.

  **So prüfen Sie es:** ihre-domain.de/llms.txt aufrufen: Erscheint eine Seite „nicht gefunden“, fehlt sie.

  86,1 % haben keine (Stichprobe 13.779 Websites)

- [ ] **4. Ein maschinenlesbares Firmenprofil ist hinterlegt** prüft der GEO-Check

  Strukturierte Daten (Organization bzw. LocalBusiness) nennen Name, Angebot, Adresse und Profile eindeutig.

  **So prüfen Sie es:** Startseite im Rich-Results-Test von Google prüfen: Wird „Organization“ oder „LocalBusiness“ erkannt?

  59,3 % haben keins (Stichprobe 13.779 Websites)

- [ ] **5. Titel und Kurzbeschreibung sagen, was Sie tun** prüft der GEO-Check

  Seitentitel und Meta-Beschreibung sind oft das Erste, was ein System über eine Seite liest.

  **So prüfen Sie es:** Steht im Seitentitel, was Sie anbieten und wo – nicht nur der Firmenname?

  18,3 % sind schwach (Stichprobe 13.779 Websites)

## 2. Inhalte, die zitiert werden können (Punkte 6–10)

KI-Systeme beantworten Fragen. Ihre Website muss diese Antworten enthalten.

- [ ] **6. Die Fragen Ihrer Kunden stehen auf der Website – mit Antwort** prüft der GEO-Check

  Eine Frage mit klarer Antwort ist genau der Baustein, den eine KI-Antwort übernimmt.

  **So prüfen Sie es:** Finden Sie auf Ihren wichtigsten Seiten mindestens drei echte Kundenfragen mit Antwort?

  83,1 % beantworten keine erkennbar (Stichprobe 13.779 Websites)

- [ ] **7. Fragen und Antworten sind als FAQ ausgezeichnet** prüft der GEO-Check

  Die FAQ-Auszeichnung (FAQPage) macht Frage und Antwort für Maschinen eindeutig.

  **So prüfen Sie es:** Rich-Results-Test: Wird „FAQ“ erkannt? Stimmen die Antworten mit dem sichtbaren Text überein?

- [ ] **8. Die Kernaussage steht am Anfang**

  Der erste Satz eines Abschnitts wird am ehesten übernommen.

  **So prüfen Sie es:** Beantwortet der erste Satz unter jeder Überschrift die Frage, die die Überschrift stellt?

- [ ] **9. Überschriften sind sauber gegliedert**

  Eine H1 je Seite, darunter H2 und H3 – so lässt sich der Inhalt eindeutig zuordnen.

  **So prüfen Sie es:** Gibt es genau eine H1? Springt die Gliederung nicht von H2 auf H4?

- [ ] **10. Klare Aussagen mit Zahl und Datum**

  Belegte, eindeutige Sätze lassen sich zitieren; „könnte“ und „eventuell“ nicht.

  **So prüfen Sie es:** Stehen bei Ihren wichtigsten Aussagen Zahlen, Quellen und ein Stand-Datum?

## 3. Vertrauen und Belege (Punkte 11–15)

KI-Systeme empfehlen, was sie eindeutig zuordnen und durch andere Quellen bestätigen können.

- [ ] **11. Erkennbar, wer dahintersteht** prüft der GEO-Check

Gründer, Team, Geschichte und Impressum machen aus einer Website ein greifbares Unternehmen.

**So prüfen Sie es:** Steht auf der Website, wer das Unternehmen führt und seit wann es besteht?

30,1 % zeigen es nicht (Stichprobe 13.779 Websites)

- [ ] **12. Firmenangaben sind überall gleich** prüft der GEO-Check

Name, Adresse und Telefon sollten auf Website, Google und in Verzeichnissen identisch sein.

**So prüfen Sie es:** Firmennamen suchen und die ersten zehn Treffer vergleichen: Stimmen die Angaben überein?

15,9 % zeigen sie nur lückenhaft (Stichprobe 13.779 Websites)

- [ ] **13. Das Google-Unternehmensprofil ist vollständig**

Für Fragen mit Ortsbezug ist es eine der naheliegenden Quellen.

**So prüfen Sie es:** Sind Kategorie, Leistungen, Öffnungszeiten, Fotos und Beschreibung gepflegt?

- [ ] **14. Einträge in Verzeichnissen, Fachportalen und Profilen**

Erwähnungen außerhalb Ihrer Website bestätigen, was Sie über sich sagen.

**So prüfen Sie es:** Sind Sie in den wichtigsten Verzeichnissen Ihrer Branche und auf LinkedIn mit gleichen Angaben vertreten?

- [ ] **15. Aktuelle Bewertungen**

Bewertungen sind ein öffentlich sichtbares Urteil Dritter über Ihr Unternehmen.

**So prüfen Sie es:** Gibt es Bewertungen aus den letzten drei Monaten – und Antworten darauf?

# 4. Messen und nachmessen (Punkte 16–20)

Ob sich etwas bewegt, zeigt nur die Messung in den KI-Antworten selbst.

- [ ] **16. Ein festes Set an Kundenfragen**

  Ohne feste Fragen misst man jedes Mal etwas anderes.

  **So prüfen Sie es:** Haben Sie 20 bis 50 Fragen notiert, die Ihre Kunden einer KI stellen – ohne Ihren Firmennamen?

- [ ] **17. Gemessen wird in allen vier großen Systemen**

  ChatGPT, Gemini, Perplexity und Grok nennen Unternehmen unterschiedlich oft.

  **So prüfen Sie es:** Prüfen Sie nur ChatGPT – oder alle vier?

  Bei 39 von 66 gemessenen Unternehmen liegen bestes und schwächstes System 10 Punkte oder mehr auseinander

- [ ] **18. Wettbewerber werden mitgemessen**

  Eine KI-Antwort nennt nur wenige Anbieter. Sie sollten wissen, wer statt Ihnen genannt wird.

  **So prüfen Sie es:** Wissen Sie, welche Wettbewerber bei Ihren Kundenfragen genannt werden?

- [ ] **19. Wichtige Seiten werden regelmäßig aktualisiert**

  Veraltete Zahlen und Beispiele schwächen eine Quelle.

  **So prüfen Sie es:** Wann wurden Ihre zehn wichtigsten Seiten zuletzt inhaltlich überarbeitet?

- [ ] **20. Nach 8 bis 12 Wochen nachmessen**

  KI-Systeme übernehmen Änderungen nicht über Nacht. Erst die Nachmessung zeigt die Wirkung.

  **So prüfen Sie es:** Steht ein Termin für die Nachmessung mit denselben Fragen im Kalender?

Häufigkeiten aus unserer Studie „KI-Sichtbarkeit im Mittelstand 2026“: GEO-Check-Stichprobe mit 13.779 Unternehmens-Websites, erhoben am 2.11.2026; Systemvergleich aus unserem Messsystem. Methode: ai-geotracking.com/studie/ki-sichtbarkeit-mittelstand-2026