GEO TRIFFT LOCAL SEO: SICHTBARKEIT IM ZEITALTER DER KI-SUCHE SICHERN



Veröffentlicht am 25. September 2025 von Jana

Lokale Sichtbarkeit war lange Zeit ein klar kalkulierbares Spiel: Wer sein Google Unternehmensprofil (ehemals Google My Business) pflegte, saubere Verzeichniseinträge hatte und ein paar starke Keywords platzierte, konnte sich über stabile Rankings freuen. Doch mit der Einführung von **Google AI Overviews** und anderen KI-gestützten Suchsystemen verschiebt sich die Macht. Plötzlich reicht ein Platz 1 nicht mehr, wenn die KI Deine Seite ignoriert und lieber drei Konkurrenten nennt.

Das bedeutet: Es reicht nicht mehr, **auf Platz 1 bei Google** zu stehen. Local SEO funktioniert nicht mehr nur über Rankings, sondern über **Zitationen**. Die entscheidende Frage lautet nicht: „Wo stehe ich bei Google?“, sondern: „Bin ich Teil der KI-Antwort?“

VOM RANKING ZUR EMPFEHLUNG: WARUM GEO UNVERZICHTBAR WIRD

Generative Engine Optimization (GEO) ist nichts anderes als **SEO für eine neue Realität**. Während klassische Optimierung darauf abzielt, von Crawlern gelesen zu werden, geht es bei GEO darum, von KI-Systemen verstanden und aktiv empfohlen zu werden. Diese Systeme liefern keine bloßen Linklisten, sondern fertige Antworten.

Früher war Local SEO ein Dreiklang:

- Google, Bing und Apple Einträge optimieren
- Lokale Verzeichnisse pflegen
- Keywords gezielt einsetzen

Das funktioniert immer noch – aber nur für klassische Suchergebnisse. In der **KI-Suche** zählen andere Faktoren:

- KI-Systeme liefern **Antworten, nicht nur Links**.
- Mehr als **58 % der Google-Suchen enden inzwischen ohne Klick** – Nutzer bleiben direkt in der Übersicht.
- Unternehmen konkurrieren nicht mehr um Rankings, sondern um **Zitationen in Antworten**.

EIN BEISPIEL ZEIGT DIE DIMENSION:

- Klassische Suche: „Italienisches Restaurant Düsseldorf". Ergebnis: eine Liste mit Links.
- KI-Suche: „Wo finde ich ein romantisches italienisches Restaurant in Düsseldorf, bei dem ich Samstag reservieren kann?" Ergebnis: drei konkrete Restaurantnamen – und nur wer genannt wird, existiert für den Nutzer.

Damit wird klar: Inhalte müssen **zitierfähig** sein. Sie müssen Fragen beantworten, Kontext liefern und Vertrauen erzeugen – sonst verschwindest Du aus dem Sichtfeld Deiner Zielgruppe.

WIE SICH DIE LOKALE SUCHE DURCH KI VERÄNDERT

Die größte Veränderung liegt im Suchverhalten selbst. Menschen tippen nicht mehr nur „Installateur Köln", sondern formulieren komplexere Anliegen wie: „Kann jemand heute Abend noch meine Heizung reparieren?" Solche Anfragen verlangen nach Antworten, die **kontextbezogen, zeitnah und handlungsorientiert** sind.

Für Unternehmen heißt das:

- **Keywords allein reichen nicht mehr.** KI denkt in Entitäten, Beziehungen und Relevanz. Ein Restaurant, das öffentlich seine Partnerschaft mit einem lokalen Bauern kommuniziert, stärkt beide als glaubwürdige Akteure.
- **Zero-Click-Suchen nehmen zu.** Mehr als die Hälfte der Google-Anfragen endet inzwischen ohne Klick. Kunden entscheiden direkt aus der KI-Antwort heraus, ob sie Dein Unternehmen kontaktieren.
- **Bewertungen gewinnen neue Bedeutung.** KI ist risikoavers. Sie empfiehlt nur, was durch authentische Rezensionen gestützt wird. Detaillierte Erfahrungsberichte („kam sofort, fairer Preis, saubere Arbeit“) sind wertvoller als anonyme Fünf-Sterne-Einträge.

DER AUSGANGSPUNKT: PRÜFE, WIE KI DICH HEUTE SIEHT

Bevor Du GEO-Taktiken anwendest, solltest Du verstehen, **welches Bild KI-Systeme bereits von Deinem Unternehmen haben**. Eine Möglichkeit ist die sogenannte *Temperature-0.0-Methode*. Dabei werden Antworten ohne Zufall generiert – was übrig bleibt, ist das „Standard-Wahrheitsbild“ der KI.

So funktioniert's:

- Frag ChatGPT oder Google AI: „[Dein Unternehmen] ist bekannt für …“
- Oder: „Beste [Dienstleistung] in [Stadt] sind …“
- Schau, ob Du genannt wirst – und falls ja, **mit welchen Attributen**.

Das Ergebnis zeigt, ob Du bereits **im Training der KI verankert** bist oder noch unsichtbar bleibst. Das ist die Basis für jede Optimierung.

GEO IN DER PRAXIS: SO WIRST DU KI-ZITATIONSWÜRDIG

Die eigentliche Arbeit beginnt, wenn Du erkennst, dass Du in KI-Antworten entweder falsch oder gar nicht erwähnt wirst. GEO bietet dafür konkrete Handlungsfelder:

1. **Pflege der richtigen Quellen**
   KI-Systeme greifen nicht auf alles zu. Statt hunderte kleine Verzeichnisse zu bedienen, lohnt es sich, die großen und relevanten Quellen aktuell und tiefgehend zu halten: Website, Google Unternehmensprofil, Branchenportale, lokale Medien.

2. **Inhalte für Aufgaben statt Keywords**
   Es reicht nicht, Notdienst-Seiten mit „Zahnarzt Düsseldorf Notfall" zu optimieren. Frag dich: Welche Aufgaben will der Nutzer mit seiner Suchanfrage lösen? Erfolgreich ist, wer Inhalte in der Sprache der Kunden formuliert: „Kann ich mir nach 22 Uhr noch einen Zahn reparieren lassen?" Solche Antworten sind direkt zitierfähig.

3. **Strukturierte Daten mit Mehrwert**
   Schema-Markup sollte über Basisdaten hinausgehen: FAQ-Schema für typische Kundenfragen, Review-Schema für authentische Bewertungen, Event-Schema für lokale Aktivitäten. KI-Systeme lieben strukturierte Daten, die verlässlich und maschinenlesbar sind.

4. **Vertrauen durch Reviews**
   KI ist risikoavers – sie empfiehlt nur, was vertrauenswürdig wirkt. Statt um Sterne zu bitten, solltest Du Kunden ermutigen, ihre Erfahrungen konkret und detailliert zu schildern: Geschwindigkeit, Servicequalität, Preis-Leistung. Das zählt mehr als Sterne ohne Kontext. Diese Details werden zu den „Bausteinen", die KI nutzt, um Dein Unternehmen als Empfehlung darzustellen.

ERFOLGSMESSUNG NEU GEDACHT

Klassische SEO-Metriken wie Keyword-Rankings sagen wenig über Deine KI-Sichtbarkeit aus. Die alte Welt von Rankings und Sichtbarkeitsindizes erklärt nur noch einen Teil der Realität. GEO verlangt neue Messgrößen:

- **Zitationshäufigkeit:** Wie oft nennt dich Google AI oder Bing Chat tatsächlich?
- **Ton und Genauigkeit:** Wirst Du als „lokaler Experte“ beschrieben – oder nur oberflächlich erwähnt?
- **Konsistenz über Plattformen hinweg:** Tauchen überall dieselben Informationen auf oder gibt es Widersprüche?

Ein monatlicher Check mit wiederkehrenden Fragen („Beste Zahnarztpraxis in [Stadt]“) liefert wertvolle Daten für Deine Weiterentwicklung. Dabei solltest du darauf achten für jeden Check einen neuen Chat zu beginnen und zuvor die Erinnerungen zu löschen – um sicherzustellen, dass die KI sich in seinen Antworten nicht auf bereits gefragtes bezieht.

FAZIT: GEO IST DIE ZUKUNFT VON LOCAL SEO

Local SEO ist nicht verschwunden – es hat sich weiterentwickelt. Die Grundlagen wie korrekte Unternehmensdaten, relevante Inhalte und Vertrauen bleiben bestehen. Doch entscheidend ist, **wie diese Informationen von KI-Systemen verarbeitet und präsentiert werden**.

Neu ist also, dass Du lernen musst, **für KI-Systeme zu schreiben und zu strukturieren**.

Während viele Wettbewerber noch um klassische Rankings kämpfen, entsteht jetzt die Chance, den entscheidenden Schritt vorauszugehen: Inhalte schaffen, die zitierfähig sind, Vertrauen aufbauen und die richtigen Quellen pflegen.

Wer GEO versteht, sichert sich nicht nur Platz 1 im Ranking – sondern vor allem Platz 1 in den KI-Antworten. Und dort fällt heute die Kaufentscheidung. Das ist Deine Chance: Nutze GEO, sichere Dir Zitationen – und bleib auch in der KI-Suche sichtbar. Du brauchst Hilfe dabei? Melde Dich gerne bei uns!