RATGEBER

Gutes SEO ist gutes GEO: Was Google 2026 gesagt hat

Von Erik Mäkitalo, Gründer von Mandalytics · Aktualisiert 3. November 2026 · 5 Min. Lesezeit

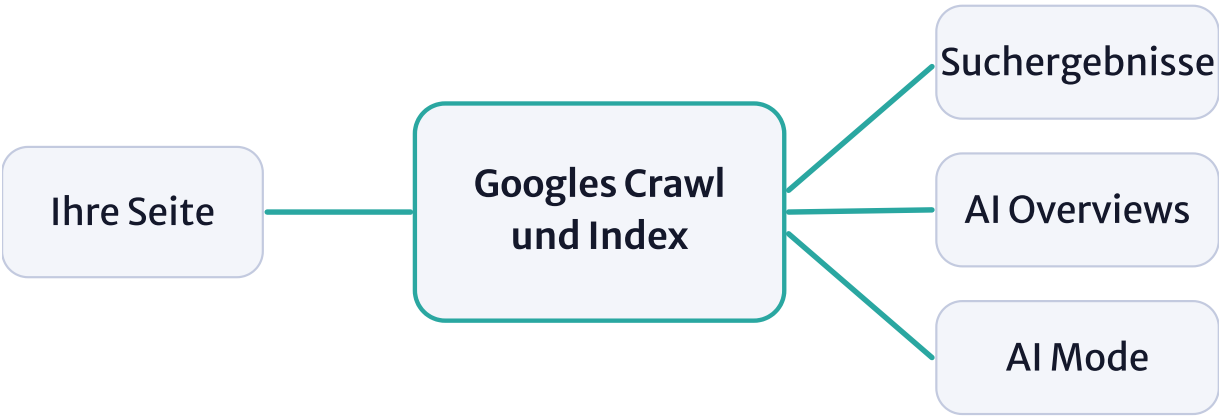
DIE KURZE ANTWORT

Google hat gesagt, dass AI Overviews und AI Mode denselben Crawl und Index nutzen wie die normale Suche, ohne zusätzliche technische Anforderungen. Auf Deutsch: Wenn Ihre Seiten nützlich, korrekt und leicht lesbar sind, tun Sie schon das meiste von dem, was die KI-Suche belohnt. Es gibt keine geheimen Tricks zu kaufen, und ein paar beliebte „KI-Hacks" sind Ihre Zeit nicht wert.

Was hat Google tatsächlich gesagt?

Auf der Search Central Live 2026 haben die Google-Sprecher ein paar Punkte gemacht, die sich leicht umsetzen lassen (nach den Notizen von Arvow aus Barcelona):

- **Dasselbe Fundament.** AI Overviews und AI Mode beruhen auf demselben Crawl und Index wie die normale Suche. Es gibt keine besondere Datei und keine besondere Einstellung, die Sie ergänzen müssten.
- **Eine starke Seite schlägt viele dünne.** Die KI-Suche zerlegt eine Frage in kleinere Suchen (das nennt man „Query Fan-out"). Eine Seite, die auch die nächsten Fragen einer Kaufinteressierten beantwortet, passt zu mehr davon. Für jede winzige Frage eine eigene Seite zu bauen, gilt als Spam.
- **Fakten in lesbarem Text.** Preise, Größen, für wen etwas geeignet ist, ehrliche Vergleiche. Die Qualität der Produktdaten wurde für AI Mode höher gewichtet.
- **Aufwand, Originalität und Genauigkeit entscheiden über die Qualität**, nicht, ob ein Mensch oder ein Tool die Worte getippt hat.
- **Geduld.** Eine aktualisierte Seite wird etwa 30 Tage später neu gecrawlt, und die Erholung von einem Core Update dauert drei bis sechs Monate.



Google sagt, dass die KI-Antworten denselben Crawl und Index nutzen wie die normale Suche. Dieselben guten Seiten dienen also beiden.

Was sollte ich daraufhin tun?

1. **Verbessern Sie Ihre besten Seiten, statt neue hinzuzufügen.** Wählen Sie die Seite, die für Ihr Unternehmen am wichtigsten ist. Ergänzen Sie die Antworten auf die nächsten drei Fragen, die Ihre Kundschaft stellen würde, mit echten Details: Preisen, Schritten, für wen es gedacht ist.
2. **Seien Sie konkret.** Machen Sie den Austausch-Test: Könnte ein Mitbewerber diesen Satz unverändert auf seine Website kopieren? „Zugelassen und versichert“ und „über 20 Jahre Erfahrung“ fallen durch. Namentlich genannte Personen, Preisspannen, Garantiebedingungen und Einsatzgebiete bestehen ihn.
3. **Halten Sie die Grundlagen gesund.** Seiten, die laden, Titel, die sagen, worum es auf der Seite geht, funktionierende Links. Das crawlt Google nach wie vor zuerst.
4. **Aktualisieren Sie mit Datum.** Frischen Sie wichtige Seiten auf und zeigen Sie das Aktualisierungsdatum. KI-Tools bevorzugen frischere Seiten.

Was kann ich mir sparen?

Beliebter Rat	Unsere ehrliche Einschätzung
Eine llms.txt-Datei anlegen	Kein KI-Unternehmen hat gesagt, dass es sie nutzt, und Google hat sie nicht erwähnt. Harmlos, aber Ihre Stunde nicht wert.
Schema-Markup als KI-Abkürzung	Strukturierte Daten helfen, wenn sie zu dem passen, was die Seite zeigt (Produkte, Preise, Bewertungen). Für sich allein zeigten sie keinen messbaren Zuwachs bei KI-Zitaten.
Eine Seite pro KI-Frage schreiben	Google behandelt Seiten, die einzelne Fan-out-Fragen abfangen sollen, als Spam. Schreiben Sie stattdessen eine starke Seite.
Links kaufen oder tauschen, KI-Artikel automatisch veröffentlichen	Verstößt gegen Googles Richtlinien und ist nichts, worauf Sie stolz sein können.

Ist bei GEO etwas anders?

Ja, ein wenig. Studien zu KI-Antworten deuten darauf hin, dass Erwähnungen auf anderen Websites eine große Rolle spielen, dass Inhalte mit Tabellen, Listen und genannten Quellen häufiger zitiert werden und dass jedes KI-Tool eigene Lieblingsquellen hat. Mehr dazu lesen Sie in Wie KI-Tools entscheiden, welche Websites sie nennen. Verstehen Sie die Zahlen aus diesen Studien als Richtung, nicht als Gesetz: Die meisten stammen von Firmen, die SEO-Tools verkaufen.

Häufige Fragen

Brauche ich für die KI-Suche eine andere Website?

Nein. KI-Antworten von Google nutzen denselben Index wie die normale Suche. Konzentrieren Sie sich auf nützliche, korrekte und gut strukturierte Seiten.

Spielt es eine Rolle, ob ein Mensch oder eine KI den Inhalt geschrieben hat?

Laut Google wird Qualität an Aufwand, Originalität und Genauigkeit gemessen, nicht daran, wer getippt hat. Das Problem sind massenhaft erzeugte Seiten, die nichts Neues zu sagen haben.

Möchten Sie diese Schritte als wöchentliche To-do-Liste für Ihre eigene Website?

Dass Sie das hier lesen, ist schon ein Schritt nach vorn. Mandalytics prüft Ihre Website jede Woche in Google und in KI-Tools und schickt Ihnen die fünf Aufgaben, die Ihnen die meisten Besucher bringen, jeweils mit der Begründung und den Schritten zur Umsetzung. Sie lernen beim Machen, und jeder kleine Erfolg bringt mehr Besucher, mehr Kundschaft und am Ende mehr Umsatz.

So funktioniert Mandalytics

Quellen

- Arvow: Erkenntnisse von der Search Central Live Barcelona 2026
- Arvow: Lokales SEO für AI Overviews (der Austausch-Test)
- Google: Leistungsberichte zu generativer KI in der Search Console