RATGEBER

Was ist GEO, und warum ist es wichtig?

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

DIE KURZE ANTWORT

GEO, kurz für Generative Engine Optimization, bedeutet, Ihre Website so aufzubereiten, dass KI-Tools wie ChatGPT, Gemini und Perplexity sie leicht finden, verstehen und in ihren Antworten nennen. Das ist wichtig, weil immer mehr Menschen einer KI eine Frage stellen und die Antwort lesen, statt zehn Suchergebnisse anzuklicken. Die gute Nachricht: Das meiste an GEO ist gutes SEO, die Arbeit für Google zahlt sich also doppelt aus.

Was bedeutet GEO?

GEO steht für *Generative Engine Optimization*. Eine generative Suchmaschine ist jedes Tool, das Ihnen eine Antwort schreibt, statt Links aufzulisten: ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude, Microsoft Copilot und die KI-Antworten ganz oben bei Google (AI Overviews und AI Mode).

Sie begegnen auch den Begriffen AEO (Answer Engine Optimization) und „KI-Suchoptimierung“. Sie meinen dasselbe Ziel: Wenn jemand eine Frage stellt, die Ihr Unternehmen beantworten kann, nennt die KI Sie, zitiert Sie oder verlinkt auf Sie.

Worin unterscheidet sich GEO von SEO?

SEO bringt Ihre Seiten in einer Liste von Suchergebnissen nach oben. GEO bringt Ihren Namen und Ihre Fakten in eine geschriebene Antwort. Die beiden überschneiden sich stark, wie die Tabelle zeigt.

	SEO	GEO
Das Ziel	Ein hoher Platz in der Ergebnisliste	In einer KI-Antwort genannt, zitiert oder verlinkt werden
Die Leser sehen	Zehn blaue Links	Eine geschriebene Antwort, oft mit ein paar Quellen
Was am meisten hilft	Nützliche Seiten, klare Titel, eine gesunde Website, Links von anderen	Dasselbe, plus klare Fakten, leicht zitierbarer Text und andere Websites, die Sie erwähnen
Wie Sie es messen	Rankings, Klicks, Besucher	Wie oft KI-Tools Sie bei echten Kundenfragen nennen

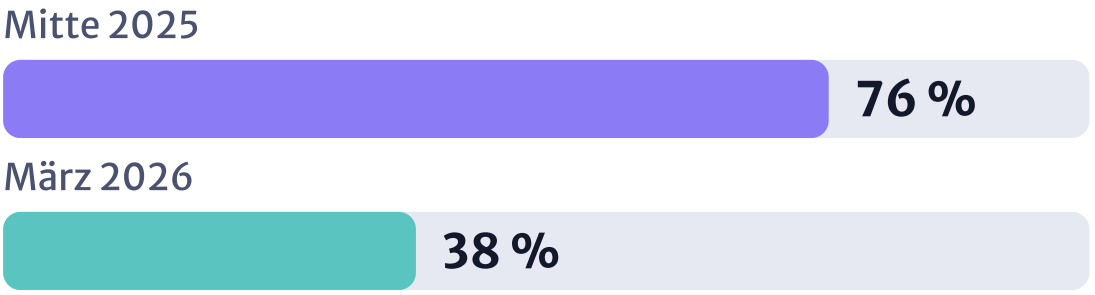
Google hat gesagt, dass seine KI-Antworten denselben Crawl und Index nutzen wie die normale Suche, ganz ohne zusätzliche technische Anforderungen. Deshalb sagen wir: Gutes SEO ist gutes GEO.

Warum ist GEO für meine Website wichtig?

Weil sich die Art, wie Menschen nach Unternehmen suchen, gerade unter Ihren Füßen verändert. Wer früher „beste Physiotherapie in Hamburg“ gesucht und drei Ergebnisse angeklickt hat, fragt heute vielleicht ChatGPT und handelt nach der Antwort. Kommt Ihr Unternehmen in dieser Antwort nicht vor, bekommen Sie den Besuch nie.

Es verändert auch, welche Seiten gewinnen. In einer großen Studie mit 863.000 Suchanfragen stammten im März 2026 nur 38 % der in Googles AI Overviews zitierten Seiten aus den ersten zehn Ergebnissen, Mitte 2025 waren es noch 76 % (Ahrefs). Ein gutes Ranking hilft weiterhin, ist aber nicht mehr die ganze Geschichte.

Die Chance ist real: Die meisten kleinen und mittelgroßen Websites haben für die KI-Suche noch nichts getan, mit ein paar einfachen Schritten liegen Sie also vorn.



Ein Platz in den Top 10 zählt bei KI-Antworten weniger als früher: Im März 2026 stammten 38 % der Quellen in AI Overviews aus den Top 10, Mitte 2025 waren es noch 76 %. Quelle: Ahrefs, 863.000 Suchanfragen.

Was sind die ersten drei Schritte?

1. **Stellen Sie die Fragen Ihrer Kundschaft.** Geben Sie fünf echte Fragen in ChatGPT, Gemini und Perplexity ein („Wo kann ich … kaufen“, „Wer ist der Beste für … in …“). Notieren Sie, wer genannt wird. Das ist Ihre Startlinie.
2. **Lassen Sie die KI-Tools herein.** Viele Websites sperren KI-Crawler aus Versehen aus. Lesen Sie dazu Ist Ihre Website offen für ChatGPT und Perplexity?
3. **Stellen Sie die Antwort an den Anfang.** Nennen Sie auf Ihrer wichtigsten Seite die Antwort in den ersten zwei Sätzen, verwenden Sie Fragen als Überschriften und zeigen Sie ein sichtbares Aktualisierungsdatum. Mehr dazu: Wie KI-Tools entscheiden, welche Websites sie nennen.

Setzen Sie diese drei um, und Sie haben mehr getan als die meisten Ihrer Mitbewerber. Freuen Sie sich darüber, und machen Sie dann Schritt für Schritt weiter, einen pro Woche.

Häufige Fragen

Ersetzt GEO das SEO?

Nein. Google sagt, dass seine KI-Antworten denselben Index nutzen wie die normale Suche, und das meiste an GEO (nützliche Seiten, klare Fakten, eine

gesunde Website, Erwähnungen auf anderen Websites) ist auch gutes SEO. Sehen Sie GEO als SEO mit einem zusätzlichen Ziel: in der Antwort genannt zu werden.

Kann ich dafür bezahlen, in KI-Antworten aufzutauchen?

Nicht so, wie Sie Werbung buchen können. KI-Tools wählen ihre Quellen selbst. Was Sie tun können: Ihre Website leicht auffindbar, lesbar und vertrauenswürdig machen.

Wie lange dauert es, bis ich Ergebnisse sehe?

Planen Sie mit Wochen, nicht mit Tagen. Laut Google dauert es etwa 30 Tage, bis eine aktualisierte Seite neu gecrawlt wird, und eine größere Erholung kann drei bis sechs Monate brauchen. Kleine, stetige Schritte summieren sich.

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

- Ahrefs: AI-Overview-Quellen und die Top 10
- Google: Leistungsberichte zu generativer KI in der Search Console
- Arvow: Erkenntnisse von der Search Central Live Barcelona 2026