



LEITFADEN

So funktioniert GEO-Optimierung.

Sichtbar werden in ChatGPT, Gemini, Claude & Co. – ein verständlicher Einstieg für Geschäftsführer:innen.

Was ist GEO eigentlich?

GEO steht für Generative Engine Optimization. Stell es dir wie SEO für eine neue Art von Suche vor: Statt eine gute Platzierung in einer Liste mit zehn blauen Links zu erreichen, geht es darum, dass dein Unternehmen Teil der fertigen Antwort wird, die ChatGPT, Gemini, Claude oder Perplexity einem Nutzer direkt ausspricht.

Der Unterschied ist entscheidend: Bei Google bekommt jemand zehn Optionen und wählt selbst aus. Bei einer KI-Antwort bekommt die Person meist nur einen oder wenige Vorschläge, fast wie eine persönliche Empfehlung. Wer hier vorkommt, wirkt automatisch wie die naheliegende Wahl.

Kernaussage

Taucht dein Unternehmen in der Antwort einer KI nicht auf, existierst du für diesen Kunden in diesem Moment einfach nicht, ganz unabhängig davon, wie gut dein Angebot eigentlich ist.

Warum ist das gerade jetzt relevant?

Immer mehr Menschen fragen nicht mehr zuerst Google, sondern direkt eine KI, und bekommen sofort eine fertige Antwort statt einer Liste mit Links. Gleichzeitig verändert sich diese neue Suche extrem schnell: Laut einer Sistrix-Studie tauscht allein Google im AI Mode wöchentlich über die Hälfte der zitierten Quellen aus.

Das bedeutet zwei Dinge gleichzeitig: Wer heute nicht vorkommt, kann es morgen schon tun, wenn die richtigen Schritte gesetzt werden. Und wer heute vorkommt, sollte das nicht für selbstverständlich halten, sondern laufend beobachten.

GEO vs. klassische Werbung: was ist der Unterschied?

Kosten	Laufendes Werbebudget	Keine direkten Klickkosten
Sichtbarkeit	Bezahlte Anzeige in der Suche	Organischer Teil der KI-Antwort
Steuerbarkeit	Direkt über Gebot & Budget	Indirekt über Inhalte & Relevanz
Zeithorizont	Wirkung ab dem ersten Tag	Laufender Prozess, kein Sofort-Effekt

Wichtig zu wissen: GEO ersetzt deine bisherige Online-Werbung nicht, sondern ergänzt sie. Google Ads & Co. bringen weiterhin Anfragen, GEO sorgt zusätzlich dafür, dass du auch dort sichtbar bist, wo Menschen direkt eine KI fragen.

So gehen wir bei CAMAFOX vor

- 1 GEO-Check**
Wir prüfen, wie sichtbar dein Unternehmen in ChatGPT, Gemini, Perplexity und weiteren KI-Systemen ist, anhand der Fragen, die deine Kunden wirklich stellen.
- 2 Empfehlungen ableiten**
Aus der Analyse leiten wir konkrete, priorisierte Schritte ab, verständlich erklärt, ohne Fachchinesisch.
- 3 Laufendes Monitoring**
Wir beobachten regelmäßig, wie sich deine Sichtbarkeit entwickelt, und melden uns mit kurzen, klaren Updates.

Checkliste: Bist du bereit für GEO?

Quick-Test: Gib deine wichtigste Kundenfrage, nicht deinen Firmennamen, in ChatGPT ein und schau, ob dein Unternehmen in der Antwort vorkommt.

<input type="checkbox"/>	Wichtigste Kundenfragen einmal selbst in ChatGPT getestet	Hoch
<input type="checkbox"/>	Website mit klaren, verständlichen Inhalten zum Angebot	Hoch
<input type="checkbox"/>	Gute Basis-Sichtbarkeit bei Google bereits vorhanden	Mittel
<input type="checkbox"/>	Bereitschaft für laufende Beobachtung statt Einmalprojekt	Mittel
<input type="checkbox"/>	Zuständigkeit für Rückfragen & Freigaben intern geklärt	Niedrig

Häufiger Irrtum

„Wenn ich bei Google gut platziert bin, tauche ich automatisch auch in der KI-Antwort auf.“ Das stimmt nur teilweise: KI-Systeme greifen oft auf Google-Ergebnisse zurück, eine gute Platzierung hilft also, ist aber keine Garantie für einen Auftritt in der KI-Antwort.

Bereit für den nächsten Schritt?

Der GEO-Check startet bei 490 € einmalig. In einem kurzen, kostenlosen Telefonat besprechen wir, ob und wie GEO für dein Unternehmen sinnvoll ist, und was die laufende Betreuung in deinem Fall kosten würde.

camafox.at · office@camafox.at · +43 1 997 44 16