



GEO-SICHTBARKEIT · WERDE VON KI GEFUNDEN

GEO-Sichtbarkeits-Report

Wie sichtbar ist dieser Betrieb für ChatGPT, Perplexity, Gemini & Google AI?

Friseur Mustermann

<https://friseur-mustermann.de> · Friseur · Köln · Tel +49 22112345

Erstellt am 01.07.2026

Identität via Google Business bestätigt

INHALT DIESES REPORTS

1. Was dieser Report beantwortet
2. Das Wichtigste in Kürze
3. Warum KI-Sichtbarkeit jetzt zählt
4. Das 3-Tore-Modell
5. Tor 1 — Auffindbarkeit
6. Tor 2 — Bestätigung
7. Tor 3 — Zitierbarkeit
8. Dein Fahrplan
9. Glossar & nächste Schritte

1 · Was dieser Report beantwortet

Wenn ein Mensch heute eine KI fragt „Wer ist der beste Anbieter für X in Y?“ — taucht dann dein Betrieb in der Antwort auf?

Immer mehr Menschen suchen nicht über zehn blaue Links. Sie lassen sich von ChatGPT, Perplexity, Google (AI-Übersichten), Gemini oder Copilot direkt eine kurze Empfehlungsliste geben. Diese Modelle nennen pro Frage nur eine Handvoll Namen. Wer auf dieser Liste steht, gewinnt den Kunden. Wer fehlt, ist unsichtbar — egal wie gut die eigentliche Leistung ist. GEO (Generative Engine Optimization) ist die Disziplin, die dafür sorgt, dass eine KI deinen Betrieb findet, dir vertraut und dich zitiert.

So liest du diesen Report: Dieser Report misst deine Ausgangslage entlang von drei Toren, erklärt jeden Prüfpunkt und gibt dir einen priorisierten Fahrplan. Die beiliegende KI-Anleitung (Markdown-Datei) kannst du direkt in deine eigene KI kopieren, um jeden offenen Punkt Schritt für Schritt umzusetzen.

2 · Das Wichtigste in Kürze

GESAMT-SCORE

28–48%

garantiert erreicht – maximal möglich

Schwächstes Tor: **13%**

20 Punkte ungeprüft (Rang/Listicles)

AUFFINDBARKEIT



23%

8/35

BESTÄTIGUNG



46%

16/35

ZITIERBARKEIT



13%

4/30

Friseur Mustermann erfüllt die Voraussetzungen für KI-Sichtbarkeit aktuell zu 28–48 % (garantiert erreicht bis maximal möglich).

Am stärksten steht „Bestätigung“ mit 46 %, die größte Lücke liegt bei „Zitierbarkeit“ mit 13 %.

Das Google-Unternehmensprofil ist zugeordnet (4,8/6 Bewertungen) — die zentrale Bestätigungsquelle ist vorhanden.

In der Live-Stichprobe nennt die KI den Betrieb in 1 von 3 Testfragen.

Die drei wirkungsstärksten Hebel

+20 Punkte **Google-/Bing-Ranking**

Seite in Google Search Console und Bing Webmaster Tools eintragen und die Rankings für die Kern-Suchbegriffe verfolgen.

+10 Punkte **Verzeichnis-Präsenz**

In den führenden Branchenbüchern eintragen (Das Telefonbuch, Gelbe Seiten, Das Örtliche) mit identischen NAP-Daten.

+8 Punkte **Frage-genaue Inhalte**

Einen FAQ-Bereich und ausführliche Antwort-Inhalte (mehr als 250 Wörter je Kernseite) ergänzen.

Heuristik-Score: misst die Voraussetzungen, dass KI-Suchmaschinen den Betrieb finden und zitieren — keine kausale Garantie. Ehrliche Spanne (garantiert erreicht bis maximal möglich) statt geschöntem Einzelwert. Der vollständige, priorisierte Fahrplan steht in Kapitel 8.

3 · Warum KI-Sichtbarkeit jetzt zählt

Die Suche verschiebt sich zur Antwort.

Statt einer Linkliste liefern KI-Assistenten eine fertige Empfehlung. Der Klick auf Platz 4 der Google-Ergebnisse verschwindet — es zählt, ob die KI dich in ihren zwei, drei Namen nennt.

KI zitiert eine Auswahl, keine Masse.

Ein Sprachmodell kann nicht „alle Anbieter“ aufzählen. Es verdichtet auf die Namen, die es mehrfach, übereinstimmend und maschinenlesbar bestätigt findet. Sichtbarkeit wird zum Konsens-Signal, nicht zum Werbe-Budget.

Die Lücke ist heute noch günstig zu schließen.

Die meisten lokalen Betriebe haben für KI-Sichtbarkeit noch nichts getan. Wer die Tore jetzt schließt, sichert sich den Platz, bevor es alle tun — und bevor die KI-Suche zum Standard wird.

4 · Das 3-Tore-Modell — wie eine KI dich findet

Eine KI nennt deinen Betrieb nur, wenn er drei Tore nacheinander übersteht. Jedes Tor ist eine eigene Hürde — fällst du an einem durch, hilft alles dahinter nichts mehr. Genau deshalb misst dieser Report jedes Tor einzeln.

Tor 1 — Auffindbarkeit · 23%

Kann die KI deine Seite überhaupt sehen und holen?

Bevor eine KI dich nennen kann, muss sie deine Inhalte gelesen haben. Sie schreibt die Nutzerfrage in mehrere Suchanfragen um, ruft Suchmaschinen (Google und Bing) auf und schickt eigene Crawler los. Ist deine Seite technisch nicht erreichbar, blockierst du die KI-Crawler in der robots.txt oder fehlt die Sitemap, fällst du schon hier raus — und nichts danach kann dich noch retten.

Tor 2 — Bestätigung · 46%

Bestätigen dich unabhängige Quellen — vertraut dir die KI?

Eine KI glaubt deiner eigenen Website wenig. Sie sucht nach Übereinstimmung aus voneinander unabhängigen Quellen: dein Google-Unternehmensprofil, Bewertungen, Branchenbücher, Bestenlisten, Drittnennungen. Je öfter dieselben Eckdaten (Name, Adresse, Telefon) übereinstimmend auftauchen, desto sicherer ist sich die KI, dass es dich gibt und dass du gut bist. Hier entscheidet sich „wer ist gut in X“ — genau die Frage, die Geld bringt.

Tor 3 — Zitierbarkeit · 13%

Kann die KI deine Inhalte sauber entnehmen und korrekt zitieren?

Selbst wenn die KI dich findet und dir vertraut, muss sie die Antwort aus deiner Seite extrahieren können. Strukturierte Daten (Schema/JSON-LD), klare Antwort-Inhalte, eindeutige Eckdaten und Aktualitätssignale machen aus deiner Seite eine Quelle, die sich gefahrlos zitieren lässt. Fehlt diese Struktur, greift die KI lieber zum Wettbewerber, dessen Daten eindeutig sind.

23% Auffindbarkeit

Kann die KI deine Seite überhaupt sehen und holen?

Bevor eine KI dich nennen kann, muss sie deine Inhalte gelesen haben. Sie schreibt die Nutzerfrage in mehrere Suchanfragen um, ruft Suchmaschinen (Google und Bing) auf und schickt eigene Crawler los. Ist deine Seite technisch nicht erreichbar, blockierst du die KI-Crawler in der robots.txt oder fehlt die Sitemap, fällst du schon hier raus — und nichts danach kann dich noch retten.

● Sitemap erreichbar + URLs

0/5 Pkt.

Eine sitemap.xml listet alle wichtigen Unterseiten und meldet sie Suchmaschinen und Crawlern.

Warum die KI das braucht: Ohne Sitemap muss die KI deine Seiten erraten. Mit ihr bekommt sie die vollständige Landkarte deiner Inhalte — Unterseiten, die niemand verlinkt, werden trotzdem gefunden.

Dein Ergebnis: fehlt/leer

● AI-Crawler nicht gesperrt

5/5 Pkt.

Die robots.txt entscheidet, welche Bots deine Seite lesen dürfen — auch die der KI-Anbieter.

Warum die KI das braucht: Viele Seiten sperren versehentlich GPTBot, ClaudeBot oder PerplexityBot aus. Dann kann die KI deine Inhalte nie sehen und nennt dich garantiert nicht. Das ist die häufigste, unsichtbare Selbst-Blockade.

Dein Ergebnis: ok

● Erreichbar + Canonical

3/5 Pkt.

Sauberer HTTP-200-Status und ein Canonical-Tag, das die eine richtige Adresse jeder Seite festlegt.

Warum die KI das braucht: Fehler, Weiterleitungsketten oder doppelte Adressen verwirren Crawler. Ein Canonical-Tag bündelt alle Signale auf eine URL, statt sie auf Duplikate zu verstreuen.

Dein Ergebnis: HTTP 200, kein Canonical

● Google-/Bing-Rang (via GSC/WMT)

offen

Ob deine Seite für ihre Kern-Suchbegriffe in Google und Bing tatsächlich rankt.

Warum die KI das braucht: KI-Antworten greifen im Hintergrund auf klassische Suchergebnisse zu — besonders Copilot und Perplexity auf Bing. Rankst du dort nicht, fehlst du in der Quellenauswahl der KI. Dieser Wert ist nicht automatisch messbar und braucht Search Console und Bing Webmaster Tools.

Dein Ergebnis: nicht auto-messbar — Search Console + Bing Webmaster Tools

46% Bestätigung

Bestätigen dich unabhängige Quellen — vertraut dir die KI?

Eine KI glaubt deiner eigenen Website wenig. Sie sucht nach Übereinstimmung aus voneinander unabhängigen Quellen: dein Google-Unternehmensprofil, Bewertungen, Branchenbücher, Bestenlisten, Drittnennungen. Je öfter dieselben Eckdaten (Name, Adresse, Telefon) übereinstimmend auftauchen, desto sicherer ist sich die KI, dass es dich gibt und dass du gut bist. Hier entscheidet sich „wer ist gut in X“ — genau die Frage, die Geld bringt.

● Google Business + Reviews

9/12 Pkt.

Dein Eintrag bei Google (Maps/Suche) mit Kategorie, Adresse, Öffnungszeiten und Bewertungen.

Warum die KI das braucht: Das Unternehmensprofil ist die wichtigste unabhängige Bestätigung deiner Existenz. KI-Assistenten ziehen lokale Empfehlungen massiv aus Google. Ohne Profil bist du für die lokale KI-Suche praktisch nicht vorhanden.

Dein Ergebnis: 4.8/6 Reviews · Zuordnung via telefon

● Lokaler Pack-Rang (Branche+Stadt)

3/5 Pkt.

Deine Platzierung in den lokalen Top-Treffern (dem „Local Pack“) für Branche und Stadt.

Warum die KI das braucht: Wenn die KI fragt „wer ist gut in X in Y“, schaut sie zuerst auf die lokalen Spitzenplätze. Stehst du nicht in den ersten Treffern, kommst du in der KI-Empfehlung selten vor.

Dein Ergebnis: Platz 3 für Branche+Stadt

● Verzeichnis-Präsenz (hart verifiziert)

0/10 Pkt.

Einträge in Branchenbüchern und Portalen (Das Telefonbuch, Gelbe Seiten, Das Örtliche u. a.).

Warum die KI das braucht: Jeder übereinstimmende Eintrag ist ein weiterer unabhängiger Beleg für die KI. Mehrere Quellen mit identischen Eckdaten erzeugen das Konsens-Signal, das die KI braucht, um dich mit Sicherheit zu nennen.

Dein Ergebnis: keine Verzeichnisse gefunden

● Review-Volumen

4/4 Pkt.

Die Anzahl echter Google-Bewertungen. Für die KI zählt das Volumen, nicht allein die Durchschnittsnote.

Warum die KI das braucht: Ein 5,0-Schnitt aus drei Bewertungen ist für eine KI ein schwaches Signal. Erst eine zweistellige Zahl echter Rezensionen macht aus „gut bewertet“ ein belastbares „wird oft empfohlen“.

Dein Ergebnis: 6 Google-Reviews

● Drittnennungen/Web-Präsenz

0/4 Pkt.

Erwähnungen auf Seiten, die nicht dir gehören — Bestenlisten, Presse, Blogs, Partnerseiten.

Warum die KI das braucht: Unabhängige Nennungen sind für die KI die glaubwürdigste Quelle. Eine Liste „die 7 besten X in Y“, auf der du stehst, wiegt mehr als jede eigene Werbeaussage.

Dein Ergebnis: keine unabhängigen Nennungen gefunden

13% Zitierbarkeit

Kann die KI deine Inhalte sauber entnehmen und korrekt zitieren?

Selbst wenn die KI dich findet und dir vertraut, muss sie die Antwort aus deiner Seite extrahieren können. Strukturierte Daten (Schema/JSON-LD), klare Antwort-Inhalte, eindeutige Eckdaten und Aktualitätssignale machen aus deiner Seite eine Quelle, die sich gefahrlos zitieren lässt. Fehlt diese Struktur, greift die KI lieber zum Wettbewerber, dessen Daten eindeutig sind.

● Schema LocalBusiness/Org 0/7 Pkt.

Maschinenlesbare Struktur-Daten (JSON-LD), die deiner Seite klar sagen lassen: das ist der Name, die Adresse, die Leistung.

Warum die KI das braucht: Schema ist die Sprache, in der die KI Fakten gefahrlos entnimmt. Ohne sie muss die KI aus Fließtext raten — und greift im Zweifel zum Wettbewerber, dessen Daten eindeutig ausgezeichnet sind.

● Frage-genaue Inhalte 0/8 Pkt.

FAQ-Bereiche und ausführliche Antwort-Texte, die echte Kundenfragen direkt beantworten.

Warum die KI das braucht: KI-Antworten werden aus Passagen zusammengesetzt, die eine konkrete Frage beantworten. Eine Seite mit klaren Frage-Antwort-Blöcken liefert genau die zitierfähigen Häppchen, nach denen die KI sucht.

Dein Ergebnis: dünn

● Entity/NAP maschinenlesbar 0/5 Pkt.

Name, Adresse, Telefon — überall identisch und maschinenlesbar als PostalAddress hinterlegt.

Warum die KI das braucht: Die KI verknüpft dich als eindeutige Entität nur, wenn deine Eckdaten überall gleich sind. Abweichende Schreibweisen lassen sie zweifeln, ob es sich um denselben Betrieb handelt.

● Meta/Canonical/OG 4/6 Pkt.

Meta-Description, Canonical-Tag und OpenGraph-Tags — die Kurzbeschreibung deiner Seite für Maschinen.

Warum die KI das braucht: Diese Tags liefern der KI Titel, Zusammenfassung und Vorschau in genau der Form, die sie erwartet. Fehlen sie, entsteht ein unscharfes Bild deiner Seite.

Dein Ergebnis: 2/3 vorhanden

● Frische/Datum 0/2 Pkt.

Sichtbare und im Schema hinterlegte Datums-/Jahresangaben, die zeigen, dass die Seite gepflegt wird.

Warum die KI das braucht: Modelle bevorzugen aktuelle Quellen. Eine Seite ohne jedes Frischesignal wirkt verwaist und wird seltener zitiert als eine erkennbar gepflegte.

Dein Ergebnis: kein Signal

● llms.txt 0/2 Pkt.

Eine kleine Textdatei, die KI-Assistenten ein sauberes Kurzprofil und die wichtigsten Seiten anbietet.

Warum die KI das braucht: llms.txt ist die KI-freundliche Visitenkarte deiner Domain: ein klar strukturierter Einstieg, der der KI das Wichtigste vorlegt, statt sie durch die ganze Seite suchen zu lassen.

Dein Ergebnis: kein Eintrag

Karten- & Business-Profile — die wichtigste Stufe

Diese Karten- und Business-Profile sind die wichtigste Stufe deiner lokalen KI-Sichtbarkeit — noch vor allen Branchenbüchern. Jeder große Assistent stützt sich auf mindestens eine dieser Quellen: Google auf sein eigenes Profil, Microsoft Copilot und die Websuche von ChatGPT auf Bing, Siri auf Apple Karten, unzählige unabhängige Dienste und KI-Systeme auf OpenStreetMap. Ein einheitlicher, vollständiger Eintrag in allen vieren — mit identischem Name, Adresse und Telefon — ist das Fundament, auf dem jede weitere Sichtbarkeit aufbaut.

Google und OpenStreetMap prüfen wir automatisch gegen die echten Datenquellen (Google Places API, OpenStreetMap/Nominatim). Bing Places und Apple Business Connect bieten keine zuverlässig abfragbare öffentliche Quelle — sie stehen darum als klare Empfehlung, nicht als Messung.

● **Google Unternehmensprofil** · Google Maps & Suche

vorhanden

Warum wichtig: Die mit Abstand wichtigste Quelle für lokale Empfehlungen. Sie speist die Google-Suche, Google Maps, die KI-Übersichten und Gemini. Wer hier fehlt oder unvollständig ist, taucht in der lokalen KI-Suche kaum auf.

Status: 4,8 / 5 · 6 Bewertungen · via telefon · [Profil verwalten](#)

● **Bing Places for Business** · Bing Maps · Copilot & ChatGPT-Suche

empfohlen

Warum wichtig: Bing ist die Such-Grundlage von Microsoft Copilot und der Websuche von ChatGPT. Ein gepflegtes Bing-Places-Profil beeinflusst also direkt, ob diese Assistenten dich bei lokalen Fragen nennen.

Jetzt eintragen: bingplaces.com — nicht automatisch geprüft, bitte selbst anlegen

● **Apple Business Connect** · Apple Karten · Siri & Spotlight

empfohlen

Warum wichtig: Apple Karten ist auf iPhones die Standard-Karte und die Quelle für Siri und Spotlight. Ohne Eintrag bist du für einen großen Teil der iPhone-Nutzer und für Siri unsichtbar.

Jetzt eintragen: businessconnect.apple.com — nicht automatisch geprüft, bitte selbst anlegen

● **OpenStreetMap** · offene Karten-Datenbank · unabhängige Dienste & KI

fehlt

Warum wichtig: Die offene Karten-Datenbank hinter unzähligen Apps, Geräten und Diensten außerhalb von Google — und eine bevorzugte, strukturierte Quelle, wenn KI-Systeme ihre Orts- und Firmendaten unabhängig von Google absichern. Kostenlos selbst eintragbar.

Jetzt eintragen: openstreetmap.org — kein OSM-Eintrag unter diesem Namen — kostenlos selbst eintragen

GOOGLE MAPS: DU VS. LOKALE TOP-TREFFER (FRISEUR)

ANBIETER	RATING /5	BEWERTUNGEN
Salon Schöngest	4,9	212
HairKöln Lindenthal	4,7	88
Friseur Mustermann (du)	4,8	6
Cut & Color Köln	4,6	41
Barber Dom	4,5	33

Weitere Branchenverzeichnisse

Die zweite Stufe: Branchenbücher und Portale bestätigen zusätzlich, was die Karten-Profile oben vorgeben. 0 Verzeichnis(se) hart verifiziert — per Live-Web-Suche (echte indizierte Treffer-URL) oder Telefon/Schema im HTML. „nicht auto-prüfbar“ bedeutet: kein harter Treffer, nicht „fehlt“ — der Prüf-Link führt zur Portal-Suche.

HART VERIFIZIERT

— keine automatisch bestätigt

MANUELL PRÜFEN

● Das Telefonbuch · [öffnen](#)

● Gelbe Seiten · [öffnen](#)

Branchenübliche Verzeichnisse — Friseur

Die Portale, die in dieser Branche für KI- und Lokal-Sichtbarkeit am meisten zählen — und ob der Betrieb dort (laut Live-Web-Suche) auftaucht.

VORHANDEN

— noch in keinem branchenüblichen Portal gefunden

EMPFOHLEN (NICHT IN SUCHE GEFUNDEN)

- Treatwell
- Salonmeister
- glocal

Web-Präsenz (Live-Web-Suche)

5 echte Treffer · eigene Seite gefunden.

Unabhängige Drittannennungen: [koeln.de](https://www.koeln.de)

KI-Realitäts-Check (GLM-5.2, Live-Websuche)

Wir haben eine echte KI mit Live-Websuche dieselben Fragen gestellt, die deine Kunden stellen würden — und geprüft, ob sie deinen Betrieb nennt.

Der Betrieb wird in **1/3** KI-Antworten genannt.

fehlt „bester Friseur in Köln" — die KI nennt: salon-schoengeist.de, hairkoeln.de

fehlt „Friseur Köln Empfehlung" — die KI nennt: koeln.de

genannt „Haarschnitt Köln gute Adresse"

8 · Dein Fahrplan — 11 Maßnahmen, priorisiert

Nach Reihenfolge sortiert: erst die schnellen technischen Hebel, dann die mittelfristigen, zuletzt der kontinuierliche Vertrauensaufbau. Jede Maßnahme zeigt Aufwand und das Punkt-Potenzial.

Sofort umsetzen — Schnelle technische Hebel — meist in Minuten bis Stunden erledigt.

Aufwand gering +7 Pkt. in Tor „Zitierbarkeit“

Schema-Daten (LocalBusiness/Org)

LocalBusiness- bzw. Organization-Schema (JSON-LD) mit Name, Adresse und Telefon einbauen.

Aufwand gering +5 Pkt. in Tor „Auffindbarkeit“

Sitemap

Sitemap unter /sitemap.xml bereitstellen und in der robots.txt referenzieren.

Aufwand gering +5 Pkt. in Tor „Zitierbarkeit“

Eindeutige Eckdaten (NAP)

PostalAddress-Schema mit vollständiger Adresse maschinenlesbar hinterlegen.

Aufwand gering +2 Pkt. in Tor „Auffindbarkeit“

Erreichbarkeit + Canonical

Sauberen HTTP-200-Status und ein Canonical-Tag auf der Startseite sicherstellen.

Aufwand gering +2 Pkt. in Tor „Zitierbarkeit“

Meta / Canonical / OpenGraph

Meta-Description, Canonical-Tag und OpenGraph-Tags vervollständigen.

Aufwand gering +2 Pkt. in Tor „Zitierbarkeit“

llms.txt

Eine llms.txt mit Kurzprofil und den wichtigsten Seiten anlegen (KI-Lesbarkeit).

Kurzfristig — In den nächsten Tagen — etwas Aufwand, klare Wirkung.

Aufwand mittel +20 Pkt. in Tor „Auffindbarkeit“

Google-/Bing-Ranking

Seite in Google Search Console und Bing Webmaster Tools eintragen und die Rankings für die Kern-Suchbegriffe verfolgen.

Aufwand mittel +10 Pkt. in Tor „Bestätigung“

Verzeichnis-Präsenz

In den führenden Branchenbüchern eintragen (Das Telefonbuch, Gelbe Seiten, Das Örtliche) mit identischen NAP-Daten.

Aufwand mittel +8 Pkt. in Tor „Zitierbarkeit“

Frage-genaue Inhalte

Einen FAQ-Bereich und ausführliche Antwort-Inhalte (mehr als 250 Wörter je Kernseite) ergänzen.

Aufwand gering +2 Pkt. in Tor „Zitierbarkeit“

Aktualitätssignale

Aktualitätssignale setzen: dateModified im Schema und ein sichtbares aktuelles Datum/Jahr.

Aufbauend — Läuft kontinuierlich — wirkt über Wochen, baut echtes Vertrauen auf.

Aufwand hoch

+4 Pkt. in Tor „Bestätigung“

Drittennennungen / Web-Präsenz

In branchenrelevante Bestenlisten und Listicles aufgenommen werden (z. B. Vergleichsportale, regionale Empfehlungslisten).

Die beiliegende KI-Anleitung (Markdown-Datei) enthält zu jeder Maßnahme die konkrete technische Umsetzung — kopiere sie in deine KI und lass dir Schritt für Schritt helfen.

9 · Glossar

GEO — Generative Engine Optimization — die Optimierung darauf, von KI-Suchmaschinen gefunden und zitiert zu werden (das KI-Pendant zu SEO).

LLM — Large Language Model — das KI-Sprachmodell hinter ChatGPT, Claude, Gemini oder Perplexity, das Antworten formuliert.

GBP — Google Business Profile — das Google-Unternehmensprofil, das in Maps und Suche erscheint.

NAP — Name, Address, Phone — die drei Eckdaten, die überall identisch sein müssen, damit die KI dich eindeutig zuordnet.

Schema / JSON-LD — Maschinenlesbare Struktur-Daten im Quelltext, die einer Suchmaschine Fakten (Name, Adresse, Leistung) eindeutig benennen.

Local Pack — Die lokalen Top-Treffer mit Karte, die Google bei Standort-Suchen oben anzeigt.

Citation / Drittnennung — Eine Erwähnung deines Betriebs auf einer fremden Seite (Verzeichnis, Bestenliste, Presse).

robots.txt — Datei, die festlegt, welche Bots deine Seite lesen dürfen — auch die KI-Crawler.

llms.txt — KI-freundliche Profildatei, die Assistenten ein Kurzprofil und die wichtigsten Seiten anbietet.

Crawler — Automatischer Bot, der Webseiten ausliest, z. B. GPTBot (OpenAI), ClaudeBot (Anthropic), PerplexityBot.

Bing Places — Microsofts Business-Verzeichnis hinter Bing Maps — die Such-Grundlage von Copilot und der ChatGPT-Websuche.

Apple Business Connect — Apples Business-Portal für Apple Karten — die Quelle für Siri und Spotlight auf iPhones.

OpenStreetMap — Freie, offene Karten-Datenbank hinter vielen Apps und Diensten außerhalb von Google; kostenlos selbst pflegbar.

Wie es weitergeht

Diesen Fahrplan kannst du selbst umsetzen — die beiliegende KI-Anleitung gibt deiner eigenen KI die genauen Schritte an die Hand. Wenn du möchtest, dass die Tore sauber und nachprüfbar geschlossen werden, übernimmt das BANETH Digital Manufaktur für dich: technische Umsetzung, Schema-Daten, Verzeichnis-Eintragen und ein erneuter Score-Vergleich nach der Optimierung.

kontakt@baneth.de · baneth.de