

GEO für B2B - Cheatsheet

15 Faktoren für Sichtbarkeit in ChatGPT, Perplexity und Google AI Overviews – vier davon präzisiert, wo die Belege anders aussehen als oft behauptet.

Wirkt auf: Zitat URL wird als Quelle verlinkt Erwähnung Marke wird genannt präzisiert
weicht von gängigen Darstellungen ab

Die Basis · starke Belege

Technische Grundvoraussetzung

1

präzisiert

AI Overviews nutzen den normalen Googlebot. GPTBot oder Google-Extended zu sperren kostet keine Zitate.

Zitat

2

Inhalte im HTML statt per JavaScript

Zitat

3

Indexierung bei Google und Bing

Zitat

4

relativiert

Rankings für Haupt- und Fan-out-Anfragen

Gilt vor allem für Google und Perplexity. ChatGPT zitiert nur zu 6–8 % aus Googles Top 10.

Zitat

Inhalte · mittlere Belege

Was zitiert wird

5

Kernantwort zuerst

Zitat

6

präzisiert

Fakten als lesbarer Text – nicht nur im PDF

Text-PDFs werden durchaus zitiert. Eine HTML-Begleitseite hebt die Quote aber deutlich.

Zitat

7

Eigene Daten und echte Erfahrung

Zitat

Erwähnung

8

Preise, Spezifikationen und Vergleiche

Zitat

9

Klare Struktur und passende Überschriften

Zitat

10

Echte Aktualität

Zitat

Marke und Off-Site · mittlere Belege

Wer genannt wird

11

Markenerwähnungen in Drittquellen

Erwähnung

12

Präsenz in Listen, Vergleichen, Verzeichnissen

Erwähnung

13

Echte Bewertungen

Erwähnung

14

korrigiert

YouTube-Präsenz

Nicht nur Google: wirkt in AI Overviews und Perplexity, in ChatGPT dagegen kaum.

Zitat

Erwähnung

15

Konsistente Unternehmensfakten

Erwähnung

Stark: Plattform-Dokumentation oder Experiment plus mehrere unabhängige Quellen. **Mittel:** überwiegend Korrelationsstudien, häufig von Tool-Anbietern.

Bewusst nicht aufgenommen: l1ms.txt und Schema-Markup als eigene Faktoren – dafür fehlen bislang belastbare Belege.

Grundlagen: Seoltratie, Auswertung (Stand Oktober 2026), geprüft und ergänzt u. a. mit Daten von Verpel/MED7