GEO-Cheatsheet für B2B

15 Faktoren, mit denen B2B-Unternehmen in KI-Suchen wie ChatGPT, Perplexity und Google AI Overviews sichtbar werden – geordnet nach Belegstärke.

Wirkt auf: Zitat die URL wird als Quelle verlinkt · Erwähnung die Marke wird genannt

Die Basis · starke Belege

Technische Grundvoraussetzung

1 Such-Crawler zulassen — Zitat
OAI-SearchBot und PerplexityBot freigeben und prüfen, ob Firewall oder CDN sie blockieren. GPTBot zu sperren kostet keine Zitate.

2 Inhalte im HTML statt per JavaScript — Zitat
KI-Crawler führen kein JavaScript aus – Produktfinder und Konfiguratoren bleiben unsichtbar.

3 Indexierung bei Google und Bing — Zitat
Auch die Bing Webmaster Tools einrichten – Bing speist u. a. Microsoft Copilot.

4 Rankings für Haupt- und Fan-out-Anfragen — Zitat
KI zerlegt B2B-Fragen in Teilfragen wie Kosten, Integration oder Anbieterwahl und zitiert, was dort rankt – am stärksten bei Google und Perplexity.

Inhalte · mittlere Belege

Was zitiert wird

5 Kernantwort zuerst — Zitat
Die Fachfragen der Zielgruppe im ersten Absatz beantworten, Details danach.

6 Wissen frei zugänglich – nicht nur im Whitepaper — Zitat
Inhalte hinter Lead-Formularen sieht keine KI, PDFs werden seltener zitiert als HTML. Kernaussagen als eigene Seite veröffentlichen.

7 Eigene Daten und echte Erfahrung — Zitat, Erwähnung
Case Studies mit Zahlen, Benchmarks und Projektwissen liefern Zitierbares.

8 Preisrahmen, Leistungsumfang und Vergleiche — Zitat
„Preis auf Anfrage" gibt der KI nichts zum Zitieren – Preisspannen und Pakete schon.

9 Klare Struktur und passende Überschriften — Zitat
Leistungsseiten entlang der Fragen im Buying Center gliedern: Nutzen, Kosten, Umsetzung.

10 Echte Aktualität — Zitat
Leistungen, Referenzen und Zahlen pflegen – ein neues Datum allein bringt nichts.

Marke und Off-Site · mittlere Belege

Wer genannt wird

11 Markenerwähnungen in Drittquellen — Erwähnung
Fachartikel, Verbandsseiten sowie Messe- und Konferenzberichte machen die Marke sichtbar.

12 Präsenz in Listen, Vergleichen, Verzeichnissen — Erwähnung
„Die besten Anbieter für …"-Artikel, Vergleiche und Branchenverzeichnisse.

13 Echte Bewertungen — Erwähnung
Wirken vor allem auf Menschen – direkte KI-Zitate von Bewertungsportalen sind selten.

14 YouTube-Präsenz — Zitat, Erwähnung
Webinare, Demos und Tutorials mit Kapiteln – zitiert vor allem in AI Overviews und Perplexity, in ChatGPT kaum.

15 Konsistente Unternehmensfakten — Erwähnung
Firmenname, Leistungen und Standorte auf Website, LinkedIn und in Verzeichnissen identisch.

Quellen: Seokratie-Auswertung von über 240 Quellen (Okt. 2026), Vercel/MERJ, Ahrefs, OtterlyAI, Google.