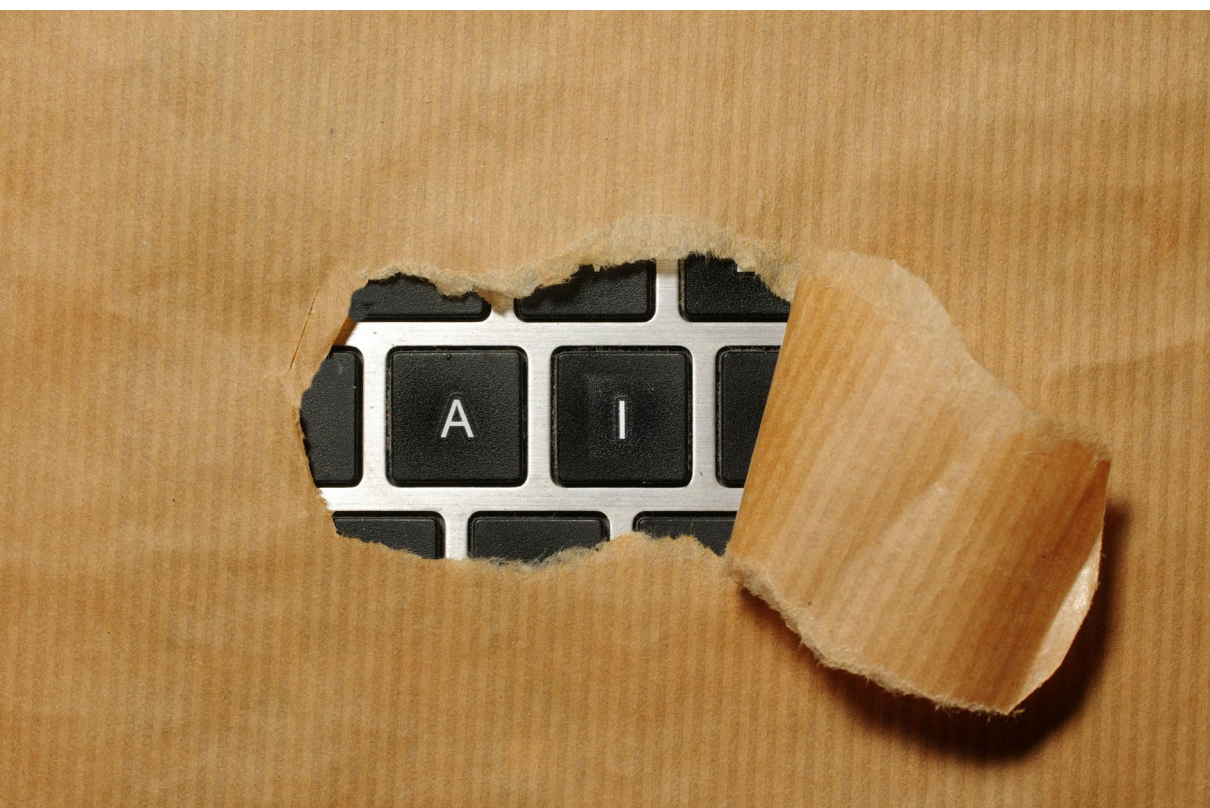




Generative Engine Optimization (GEO)

Sichtbarkeit in der KI-Suche

Grundlagen, Auswirkungen und Umsetzungsansätze

Generative Engine Optimization, kurz GEO, bezeichnet Maßnahmen, mit denen Händler Informationen so bereitstellen, dass sie **in KI-gestützten Such- und Antwortsystemen korrekt verstanden, als verlässlich eingeordnet und als Quelle genutzt** werden. Für den Handel ist das relevant, weil Kunden bei vielen Anfragen nicht mehr ausschließlich Ergebnislisten in Suchmaschinen nutzen, sondern **zusammengefasste Antworten in KI-Tools** wie ChatGPT oder in Form von **KI-Übersichten in Suchmaschinen** wie Google erhalten. So gaben 28 % der KI-Nutzer in einer Konsumentenstudie des Forschungsinstituts ibi research bereits im Jahr 2025 an, schon einmal ein Produkt auf Empfehlung einer KI gekauft zu haben.¹

Die KI-Antworten stützen sich dabei häufig auf nur wenige Quellen. Dadurch steigt die **Bedeutung klarer, überprüfbarer Angaben** zu Produkten, Sortiment und Service, insbesondere dort, wo Kunden Beratung, Vergleich oder eine schnelle Entscheidungshilfe erwarten.

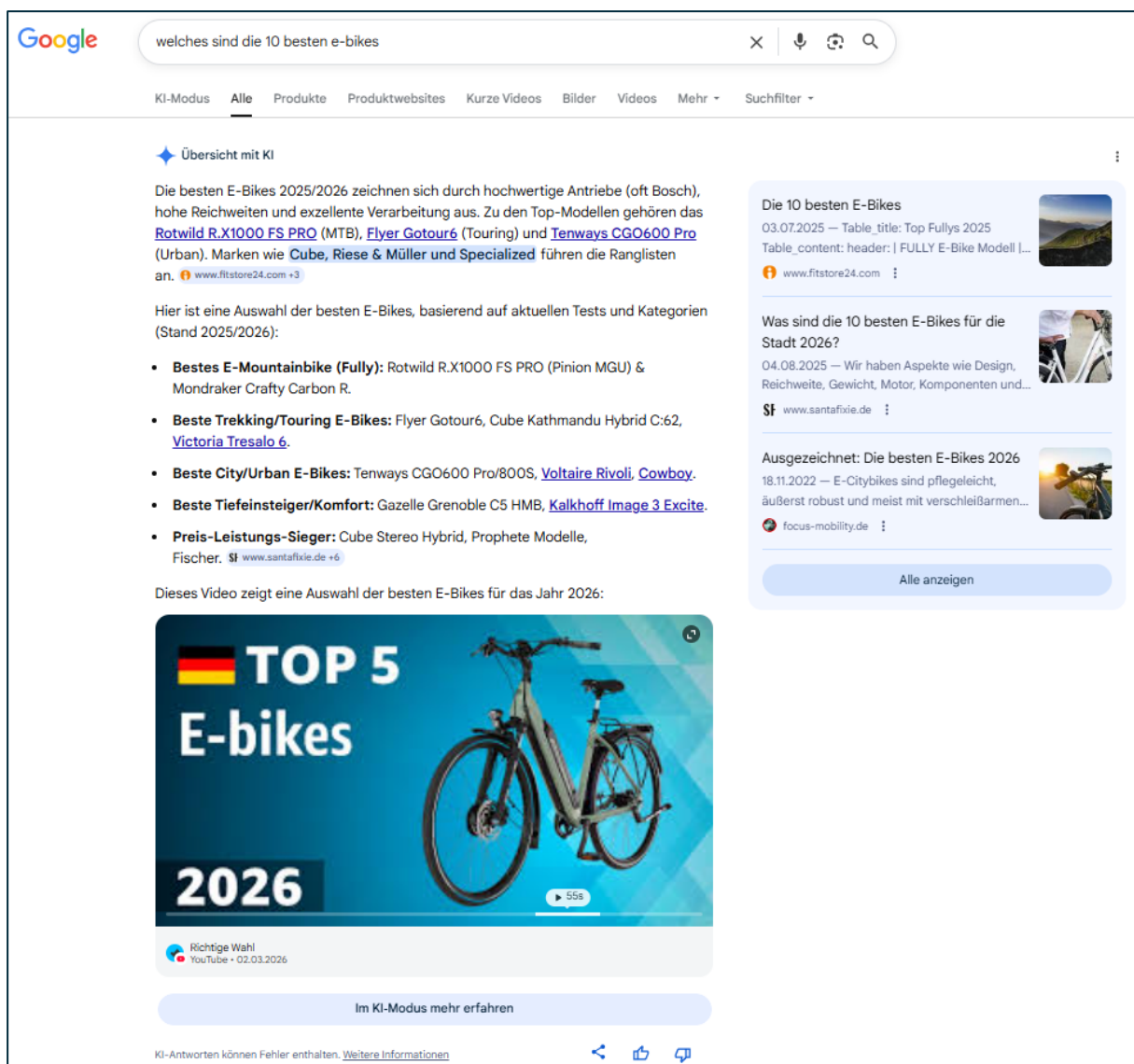


Abbildung 1: Den Suchmaschinentreffern vorgelagerte KI-generierte Übersicht zu einer beispielhaften Nutzerfrage bei Google

¹ ibi research (2025): Einsatz von KI als Shopping-Assistent. <https://payhip.com/b/VdYbg>.

Für Händler ist GEO jedoch nicht als eigenständige Disziplin neben dem Tagesgeschäft zu verstehen. Im Kern geht es um die **Qualität und Konsistenz von Stammdaten, Sortimentslogik und Serviceinformationen** sowie um deren **technische Auspielung**. Werden Informationen automatisiert zusammengeführt, wirken sich Datenlücken und Widersprüche stärker aus, weil sie in komprimierten Antworten zu Fehlinterpretationen führen können. Typische Folgen sind Produktverwechslungen, falsche Annahmen zu Lieferumfang oder Kompatibilität sowie unklare oder verkürzte Wiedergaben von Rückgabe- und Garantiebestimmungen.

In diesem Infoblatt werden die **wichtigsten Grundlagen und Entwicklungen** rund um GEO vorgestellt, ihre **konkreten Auswirkungen** auf die Handelsbranche erläutert und **praxisnahe Hinweise** zum Handlungsbedarf gegeben.

Funktionsweise KI-gestützter Suche in Grundzügen

KI-gestützte Suchsysteme arbeiten typischerweise in drei Schritten: Zunächst werden **potenziell relevante Quellen identifiziert**, darunter Händlerseiten, Herstellerinformationen, Bewertungs- und Vergleichsportale und sonstige strukturierte Produktquellen. Anschließend werden die **ermittelten Quellen nach Plausibilität, Aktualität und Vertrauenssignalen gewichtet** und es wird eine Antwort formuliert, in der **Informationen verdichtet, vereinfacht und teils mit Quellenhinweisen versehen** werden.

Händler können diese **Systeme nicht direkt steuern**, jedoch können sie beeinflussen, ob ihre Inhalte auffindbar und eindeutig sind und ob sie als belastbar gelten. In der Praxis sind Händler dann im Vorteil, wenn sie **Primärinformationen** liefern, die anderswo nicht in gleicher Qualität vorliegen, etwa im Falle aktueller Verfügbarkeit, klarer Variantenlogik, verbindlicher Servicebedingungen und präziser Spezifikationen.

ChatGPT 5.2 Thinking ▾

Gemeinsam nutzen ...

Empfehl mir einen Tintenstrahldrucker, der farbig drucken und auch scannen kann, mit idealem Preis-Leistungsverhältnis, wenn ich im Monat im Schnitt ca. 30 Mal etwas ausdrücke

Nachgedacht für 45s ▸

HP OfficeJet Pro 8122e
109,90 € • Cyberport + weitere

HP OfficeJet Pro 8122e
141,60 € • Mediamarkt Marketplace ...

Brother MFC-J4335DW
253,01 € • Brother DE + weitere

Wenn du im Schnitt nur ca. 30 Seiten pro Monat druckst, ist **der beste Preis Leistungs Tipp meist ein gutes Patronen Multifunktionsgerät (statt EcoTank)**, weil sich der höhere Anschaffungspreis von Tintentanks bei so wenig Druck oft erst spät rechnet.

Meine Empfehlung für dich ↓

Stelle irgendeine Frage

+ Denkvorgang ▾

ChatGPT kann Fehler machen. Überprüfe wichtige Informationen. Siehe [Cookie-Voreinstellungen](#)

HP OfficeJet Pro 8122e

Cyberport
Online auf Lager, Lieferung: 6,99 € **116,89 €** Besuchen

PrintAbout.de
Online auf Lager, Lieferung: 5,95 € **95,95 €** Besuchen

Böttcher-AG
Online auf Lager, Lieferung: 5,95 € **111,99 €** Besuchen

Rückfrage

Abbildung 2: Produktempfehlung mit Erklärung in ChatGPT sowie Verlinkung in den Onlineshop

Anforderungen an Inhalte und Daten

Für eine korrekte Nutzung in KI-Antworten sind drei Bereiche entscheidend: **Produktidentität**, **Merkmalsdarstellung** und **Bedingungen**.

Produktidentität umfasst **konsistente Produktbezeichnungen**, **saubere Variantenlogik** und **eindeutige Identifikatoren**, sofern vorhanden, etwa GTIN² oder EAN³, MPN⁴ und natürlich die Produktmarke. Besonders relevant ist das bei Modellreihen, bei denen wenige Zeichen in der Produktbezeichnung einen anderen Anschluss, eine andere Kapazität oder eine andere Ausstattung bedeuten. Bei Bürobedarf betrifft dies z. B. häufig die Abgrenzung zwischen ähnlichen Druckermodellen oder Nachfolgergeräten, im Elektrobereich die Unterscheidung zwischen Produktgenerationen oder regionalen Varianten. Bei Produktbündeln sollte außerdem klar erkennbar sein, **welche Bestandteile** enthalten sind, ob **Zubehör zwingend erforderlich** ist und ob es sich um ein **Mehrfachpack** handelt. Ohne diese Klarheit steigt die Wahrscheinlichkeit, dass KI-Systeme Produkte oder Varianten vermischen.

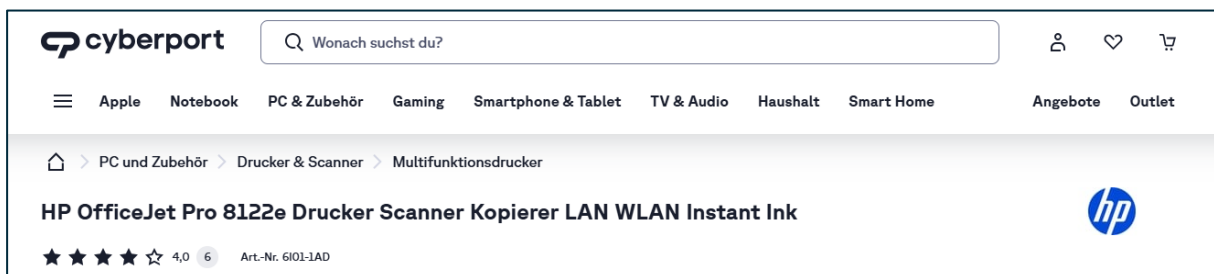


Abbildung 3: Genaue Gerätebezeichnung und Nennung der Artikelnummer im Cyberport-Webshop

Merkmalsdarstellung bedeutet, dass die **für Kaufentscheidungen relevanten Eigenschaften vollständig, aktuell und widerspruchsfrei** vorliegen. Dazu gehören technische Spezifikationen, Kompatibilitäten, Einschränkungen sowie Hinweise, die Missverständnisse verhindern, etwa ob Netzteile enthalten sind, welche Anschlüsse tatsächlich verfügbar sind oder welche Voraussetzungen für die Nutzung gelten. Bei Produkten mit komplexen Variantenbeziehungen muss erkennbar sein, welche Angaben für alle Varianten gelten und welche nur für eine konkrete Ausprägung.

Bedingungen umfassen vor allem **Serviceinformationen** wie Rückgabe, Garantie, Versand, Kosten, Fristen und Ausnahmen. Weil KI-Systeme Inhalte häufig zusammenfassen, sollten Bedingungen so formuliert sein, dass auch gekürzte Auszüge nicht in eine andere Bedeutung kippen. Zusätzlich ist wichtig, dass diese Informationen auffindbar sind, an prominenter Stelle stehen und über alle Touchpoints konsistent bleiben.

² GTIN steht für Global Trade Item Number. Sie ist die weltweit eindeutige Identifikationsnummer für Handelsartikel, also Produkte und Produktvarianten, die verkauft, gelagert oder versendet werden.

³ EAN, kurz für European Article Number, ist die umgangssprachliche Bezeichnung für den Strichcode und die dazugehörige Nummer, die im Handel an der Kasse gescannt wird.

⁴ MPN steht für Manufacturer Part Number, auf Deutsch meist Herstellerteilenummer, und bezeichnet die interne Artikelnummer des Herstellers für ein bestimmtes Teil oder Produkt.

The screenshot shows the Cyberport website's product page for a printer. The top navigation bar includes links for 'Privatkunden' and 'Geschäftskunden', along with 'Stores', 'Services', and 'Kontakt'. The main header features the Cyberport logo and a search bar. Below the header, there are category links: 'Apple', 'Notebook', 'PC & Zubehör', 'Gaming', 'Smartphone & Tablet', 'TV & Audio', 'Haushalt', 'Smart Home', 'Angebote', and 'Outlet'. The product page itself has tabs for 'Übersicht', 'Beschreibung', 'Datenblatt' (selected), 'Bewertungen', and 'Zubehör'. The 'Datenblatt' tab displays technical specifications for the printer, including print speed, resolution, and paper handling. A 'Mehr lesen' button is visible next to the specifications. The price is shown as €159,90 UVP and €109,90, with an 'In den Warenkorb' button.

cyberport Wonach suchst du?

Apple Notebook PC & Zubehör Gaming Smartphone & Tablet TV & Audio Haushalt Smart Home Angebote Outlet

Übersicht Beschreibung **Datenblatt** Bewertungen Zubehör €159,90 UVP €109,90 In den Warenkorb

Datenblatt

Artikelnummer 6101-1AD Herstellernummer 405U3B#629

Drucker

- Druckgeschwindigkeit:
- Bis zu 20 S./Min. ISO Schwarz (A4)
- Bis zu 10 S./Min. ISO Farbe (A4)
- Ausgabe der ersten Seite:
- Schwarzweiß (A4, betriebsbereit): Nur 15 Sek.
- Farbe (A4, betriebsbereit): Nur 18 Sek.
- Druckauflösung:
- 1.200 x 1.200 dpi
- Bis zu 4.800 x 1.200 dpi (optimiert)
- Druckbereich:
- Ränder des Druckbereichs: Oben: 2,9 mm, Links: 2,9 mm, Rechts: 2,9 mm

Mehr lesen ↓

Maximaler Druckbereich: 210 x 297 mm

Abbildung 4: Detailliertes Produktdatenblatt mit Herstellerspezifikationen im Cyberport-Webshop

The screenshot shows the Cyberport website's product page with a modal window for 'Abholtheke Siebenlehn' (pickup location) open. The modal displays the address, contact information, and opening hours for the Siebenlehn branch. The background shows the product page for the printer, including the price, shipping options, and financing details. The 'Store' button is highlighted in the shipping section.

cyberport Wonach suchst du?

Apple Notebook PC & Zubehör Gaming Smartphone & Tablet TV & Audio Haushalt Smart Home Angebote Outlet

Abholtheke Siebenlehn

Zurück

Öffnungszeiten
Mo-Fr 11-19 Uhr

Adresse
Abholtheke Siebenlehn
Auf dem Versandweg 1
ST Siebenlehn
09603 Großschirma

Kontakt
Tel.: +49 351 3395-60
abholtheke@cyberport.de

[Zur Store-Seite](#)

Store auswählen

Store-Auswahl zurücksetzen

Versand **Store**

Online Sofort verfügbar ⓘ

Store

Abholbereit in 1 bis 2 Werktagen in Abholtheke Siebenlehn ⓘ

-31% €159,90 UVP ⓘ

€ 109,90 Du sparst € 50,00

inkl. MwSt. **Versandkostenfrei**

0% Finanzierung ab € 9,16 ⓘ

Das passt perfekt dazu:

extraSchutz Premium 24 Monate (bis 200 Euro, inkl. Diebstahlschutz) € 44,90

Langzeitgarantie 36 Monate bis 150 Euro € 14,90

In den Warenkorb

Abbildung 5: Verfügbarkeitsabfrage für Versand- und Abholfunktion im stationären Ladengeschäft im Cyberport-Webshop

Tipp: Händlerwebseiten sollten am besten auch Inhalte enthalten, die als **Entscheidungshilfe** für potenzielle Käufer dienen. Bewährt hat sich eine Struktur, die die **zentrale Frage eines Kunden möglichst früh beantwortet** und anschließend **kurz die wichtigsten Kriterien** sowie **typische Abgrenzungen nennt**. Gerade bei **erklärungsbedürftigen Produkten** sollte die Seite außerdem die häufigsten Verwechslungen vorwegnehmen, z. B. ähnliche Modellbezeichnungen oder Varianten, die sich nur in einem Merkmal unterscheiden.

Was sind die Kaffeebohnen für Espresso für unter 20 Euro

Hat das Web durchsucht >

Hier sind die besten Espresso-Kaffeebohnen unter 20 Euro, die sich durch gute Bewertungen und Preis-Leistungs-Verhältnis auszeichnen:

 **Top-Empfehlungen unter 20 €/kg**

Lavazza Qualità Oro – 100 % Arabica-Bohnen aus Mittel- und Südamerika mit Noten von Früchten und Honig Cafedujour. Klassiker für cremigen Espresso, sehr beliebt und weit verbreitet. Ca. 12-16 €/kg.

Lavazza Crema e Aroma – Eine klassische italienische Espressomischung mit vollem, würzigem Geschmack; die dunkle Röstung sorgt für eine intensive Tasse mit Kakao- und Gewürznoten. De Koffiebaron Ca. 10-14 €/kg.

Segafredo Intermezzo – Ein kräftiger No-Nonsense-Kaffee mit italienischen Wurzeln – kraftvoll, rund und mit langem Abgang. De Koffiebaron Ca. 12-15 €/kg.

Lavazza Qualità Rossa – Kombiniert südamerikanische Finesse mit afrikanischer Intensität und ist bekannt für schokoladige Tiefe und rundes Mundgefühl. De Koffiebaron Ca. 10-13 €/kg.

Abbildung 6: KI-Antworten bei Claude auf Prompt, der nach Produktempfehlung fragt

Sind diese Kaffeebohnen auch für Vollautomaten geeignet?

Absolut! Alle Kaffeebohnen in dieser Liste sind perfekt für vollautomatische Kaffeemaschinen geeignet. Dank der Konsistenz und Qualität der Röstung liefern sie jedes Mal einen ausgezeichneten Geschmack. Ob Sie sich für den reichen Lavazza Qualità Oro, den kräftigen Segafredo Espresso Casa oder den würzigen Café du Jour Espresso Madrugador entscheiden, diese Bohnen sind ideal für die Zubereitung von Espresso, Cappuccino oder Latte mit Ihrem Vollautomaten. Zudem behalten sie ihre Frische und ihr Aroma, sodass Sie immer einen Kaffee genießen können, der schmeckt, als wäre er gerade von einem Barista zubereitet worden.

Welchen Kaffee Sie auch wählen, mit den besten Kaffeebohnen aus dieser Liste sind Sie sicher, eine herrliche Tasse Kaffee voller Geschmack und Qualität zu genießen. Ob Sie einen würzigen Espresso, einen cremigen Cappuccino oder einen subtilen Lungo bevorzugen, für jeden ist die perfekte Bohne zu finden. Probieren Sie eine dieser Marken aus und entdecken Sie, welche Ihre Lieblingsmarke wird.

Abbildung 7: Kontextualisierende Inhalte, die von der KI ausgelesen werden können, im Webshop von Cafe du Jour

Das sind die besten Kaffeebohnen laut Café du Jour

Alle Kaffeebohnen aus unserer Top-5-Liste eignen sich für Cappuccino, Espresso und Filterkaffee.

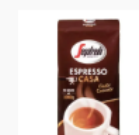
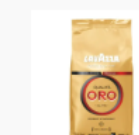
				
Espresso Madrugador	Aurora Mundo	Vergnano Gran Aroma	Segafredo Casa	Lavazza Qualità Oro
★★★★★ 5/5 aus 341 Bewertungen	★★★★★ 5/5 aus 2 Bewertungen	★★★★½ 4.5/5 aus 40 Bewertungen	★★★★★ 4.8/5 aus 239 Bewertungen	★★★★★ 4.8/5 aus 101 Bewertungen
Fruchtig, Würzig, Pikant	Frisch, Süß, Nussig	Intensiv, Würzig, Cremig	Kräftig, Zugänglich	Voll, Fruchtig, Honig
Mehr Informationen	Mehr Informationen	Mehr Informationen	Mehr Informationen	Mehr Informationen

Abbildung 8: Präsentation mehrerer Kaffeesorten als Entscheidungshilfe im Webshop von Café du Jour

Technische Ausspielung

Neben der Qualität der Webseiteneinhalte ist entscheidend, ob Systeme diese Inhalte überhaupt **zuverlässig finden und korrekt übernehmen** können. Suchmaschinen und KI-Systeme lesen Webseiten nicht wie Menschen, sondern wie Programme: Sie rufen eine Seite ab, prüfen den Code und versuchen daraus zu erkennen, wie Produktname, Preis, Verfügbarkeit, Lieferumfang oder Rückgaberegeln lauten. Wenn diese Informationen gut auffindbar und eindeutig sind, sinkt das Risiko, dass sie falsch zusammengefasst oder mit anderen Varianten verwechselt werden.

Wichtig ist deshalb, dass alle kaufrelevanten Angaben nicht nur irgendwo auf der Webseite eines Händlers stehen, sondern technisch so bereitgestellt werden, dass sie auch **automatisch erfasst** werden können. Probleme entstehen zum Beispiel, wenn wichtige Informationen erst **nachträglich durch Skripte nachgeladen** werden, nur **nach einem Klick sichtbar** sind oder **je nach Nutzerzustand unterschiedlich erscheinen**. Dann kann es passieren, dass ein System die Angaben gar nicht sieht oder sie in einem falschen Zusammenhang einsortiert.

Eine bewährte Hilfe sind **strukturierte Daten**, also zusätzliche Hinweise im Seitenquelltext, die Maschinen sagen: Das hier ist ein *Produkt*, das hier ist das *Angebot*, das ist der *Preis*, das ist die *Verfügbarkeit* etc. Diese Hinweise folgen oft einem gemeinsamen Wörterbuch für Webinhalte namens schema.org⁵,

⁵ schema.org ist eine öffentlich gepflegte Vokabular-Sammlung, mit der Webseiten Inhalte so auszeichnen können, dass Suchmaschinen und andere Systeme sie eindeutig verstehen. Webseiten bestehen für Maschinen sonst vor allem aus Text und Layout.

das festlegt, wie Produkt- und Angebotsinformationen einheitlich bezeichnet werden. Häufig werden diese Hinweise in einem eigenen Datenblock im **JSON-LD-Format**⁶ eingebunden.



Abbildung 9: JSON-LD-Markup für ein Produktangebot (Marke, Identifikatoren sowie Angebot mit Preis und Verfügbarkeit)

Vorstellen kann man sich diesen Prozess wie **Etiketten**, die **an die richtigen Textstellen geklebt** werden. Diese ersetzen nicht den sichtbaren Inhalt, sondern machen ihn für Programme lediglich **eindeutiger**. Wichtig ist dabei, dass sichtbarer Text und die Etiketten dasselbe aussagen. Wenn die Seite „lieferbar in zwei Tagen“ zeigt, im Code aber „nicht verfügbar“ steht, entsteht ein **Widerspruch**, der bei Zusammenfassungen durch KI mit hoher Wahrscheinlichkeit in **irreführenden oder gar falschen Antworten** mündet.

Besonders fehleranfällig sind **Produktvarianten**, **Sets** und **Mehrfachpacks**. Wenn ein Produkt in mehreren Ausführungen angeboten wird, müssen Systeme **klar erkennen** können, **welche Angaben zu welcher Variante gehören**, da sonst beispielsweise Preis und technische Daten einer Ausführung fälschlich einer anderen zugeordnet werden könnten. Je klarer Variantenmerkmale, Mengenangaben und Lieferumfang formuliert und technisch nachvollziehbar bereitgestellt werden, desto geringer ist das Risiko solcher Verwechslungen. Wenn Varianten eigene Seitenadressen haben, hilft zusätzlich ein **Canonical**⁷,

⁶ Bei JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) handelt es sich um ein Format, um strukturierte Daten (unter anderem schema.org) in eine Webseite einzubetten.

⁷ Das Canonical Link Element, häufig kurz Canonical genannt, ist ein Hinweis im HTML, welche URL als Hauptversion einer Seite gilt, um Duplikate zu vermeiden und Signale zu bündeln.

um deutlich zu machen, welche Seite als **Hauptversion** gilt, damit Inhalte nicht doppelt gezählt oder falsch zusammengeführt werden.

Zur technischen Auffindbarkeit gehören außerdem zwei einfache Grundlagen: Erstens hilft eine **XML Sitemap**⁸ als eine Art Inhaltsverzeichnis, damit KI-Systeme neue und geänderte Seiten schneller entdecken. Zweitens dürfen wichtige Bereiche nicht versehentlich ausgesperrt werden, etwa durch robots-Regeln in der robots.txt-Datei⁹ oder durch Noindex-Hinweise, die Suchsystemen signalisieren, eine Seite nicht aufzunehmen.

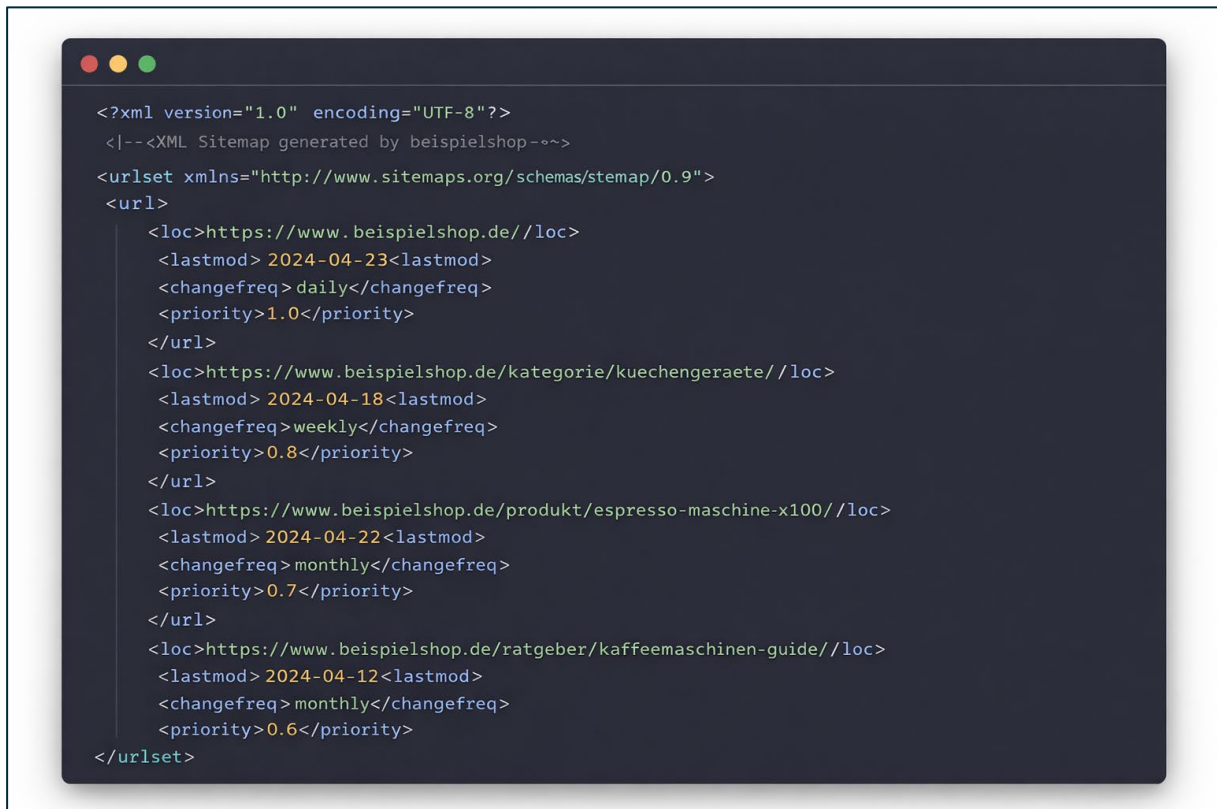


Abbildung 10: Beispiel einer XML Sitemap mit mehreren URLs und Metadaten wie letzter Änderung, Änderungsfrequenz und Priorität

Tipp: Gerade bei großen Webshops lohnt sich ein regelmäßiger technischer Check, weil kleine Fehlkonfigurationen dazu führen können, dass ganze Warengruppen in automatischen Antworten praktisch unsichtbar werden.

⁸ Unter einer XML-Sitemap (Extensible Markup Language Sitemap) versteht man eine Datei, die Suchsystemen wichtige URLs einer Website strukturiert bereitstellt und bei großen Shops die Auffindbarkeit unterstützt.

⁹ Die robots.txt-Datei enthält Regeln für Crawler, also Programme, die Websites automatisch auslesen, und steuert, welche Bereiche von diesen besucht werden dürfen.

```
# robots.txt - Beispielshop.de

User-agent: *
Disallow: /admin/
Disallow: /warenkorb/
Disallow: /checkout/
Disallow: /*?*filter=
Sitemap: https://www.beispielshop.de/sitemap.xml

# Hinweis: Disallow sperrt das Crawling, aber ist nicht gleich Noindex.
# Wildcards wie "*" werden von großen Suchmaschinen meist unterstützt,
# aber nicht von allen Crawlern identisch interpretiert.
```

Abbildung 11: Beispiel einer robots.txt-Datei mit typischen Sperregeln für interne Bereiche und Filter URLs sowie Verweis auf die XML-Sitemap

Auch der **Abgleich mit Produktfeeds** ist wichtig, weil viele Systeme Preise und Verfügbarkeit aus solchen Datenquellen beziehen. Ein Produktfeed ist eine **strukturierte Produktliste**, häufig als Datei oder Schnittstelle, die Produktdaten an externe Kanäle übergibt. Wenn Webseite, Feed und interne Systeme unterschiedliche Werte zeigen, erhöhen sich **widersprüchliche Signale**. Das ist besonders kritisch bei Aktionspreisen, Lieferzeiten und Varianten, weil hier – auch nur temporäre – Abweichungen schnell zu Fehlinterpretationen führen.



Abbildung 12: Bessere Auslesbarkeit des Inhalts durch Untertitel im Video bei Richtige Wahl

Auch die **Darstellungsform** beeinflusst die Auswertbarkeit. Technische Spezifikationen sollten in klarer Zuordnung stehen, etwa als **Spezifikationsblock** oder **Tabelle**, statt über längere Absätze verteilt zu sein.

Für Bilder sind kurze [Alt-Texte](#)¹⁰ sinnvoll, wenn Bildinformationen kaufentscheidend sind, etwa bei Anschlüssen, Lieferumfang oder Kennzeichnungen. Für Videos kann ein [Transkript](#) hilfreich sein, wenn technische Details oder Anleitungen vermittelt werden, weil Inhalte dadurch auch ohne Abspielen auffindbar bleiben.

Kurz gesagt: Maschinelle Auslesung gelingt dann gut, wenn Informationen [sichtbar](#), [eindeutig formuliert](#), [technisch stabil erreichbar](#) und [über alle Datenquellen hinweg konsistent](#) sind.

Organisation und Pflegeprozesse

Die technische und inhaltliche Qualität der Webseite bleibt nur stabil, wenn die internen [Pflegeprozesse im Unternehmen klar geregelt](#) sind. Ein praktikabler Ansatz ist, Daten hierzu nach Änderungsdynamik zu unterscheiden. Preise, Verfügbarkeiten und Kernattribute benötigen einen [klaren Aktualisierungsprozess](#), idealerweise eng an der Warenwirtschaft. Servicebedingungen und Filialinformationen ändern sich seltener, müssen dann aber an allen relevanten Stellen konsistent aktualisiert werden. Alle [Verantwortlichkeiten](#) sollten also [eindeutig festgelegt](#) sein, insbesondere für Stammdatenqualität, Servicekommunikation und Filialdaten.

In der Praxis ist es hilfreich, mindestens für die umsatzstärksten Warengruppen [feste Prüfroutinen](#) zu etablieren, damit Varianten, Packungsgrößen, Lieferumfang und Kompatibilitätsangaben nicht schleichend auseinanderlaufen. Für eine pragmatische Umsetzung empfiehlt sich ein kurzes und wiederholbares Vorgehen: Zunächst sollten die [wichtigsten Warengruppen und Seiten identifiziert](#) und anschließend die [Produktidentität durch saubere Identifikatoren und Variantenmerkmale abgesichert](#) werden. Im Anschluss daran sollte ein [Konsistenzcheck](#) über Produktseite, strukturierte Daten und Feeds stattfinden. [Servicebedingungen](#) sollten so formuliert und platziert werden, dass sie auch [in Auszügen korrekt](#) bleiben. Parallel sollte die [technische Zugänglichkeit regelmäßig geprüft](#) werden, damit Inhalte zuverlässig gefunden und zugeordnet werden können.

Stabil wird der Prozess durch Monitoring: Für [typische Kundenfragen je Warengruppe](#) sollten [wiederkehrende Tests definiert](#) und [Abweichungen systematisch nach Fehlerklassen ausgewertet](#) werden, z. B. für die Fälle „Variante verwechselt“, „Lieferumfang falsch“ oder „Bedingungen verkürzt“. Aus diesen Beobachtungen kann dann eine [priorisierte Fehlerliste](#) für Daten, Content und Technik entstehen, die in kurzen Zyklen abgearbeitet werden sollte.

Fazit

GEO kann für Händler ein wirksamer Hebel sein, um in einer wachsenden Zahl von KI-gestützten Such- und Beratungssituationen mit relevanten Informationen präsent zu sein. Sie basiert auf [klaren und konsistenten Informationen](#) sowie deren [maschinenlesbarer Bereitstellung](#). Händler, die Produktidentität, Varianten, Merkmale, Bedingungen und Filialinformationen [systematisch pflegen](#) und so darstellen, dass sie [eindeutig interpretierbar](#) sind, erhöhen die Wahrscheinlichkeit, in KI-Antworten korrekt berücksichtigt zu werden. Gleichzeitig verbessern sie Beratung, Servicequalität und interne Effizienz. Hinzu

¹⁰ Alternative Texte, abgekürzt Alt-Texte, beschreiben Bildinhalte und unterstützen auf diese Weise sowohl Barrierefreiheit als auch maschinelles Verständnis visueller Gestaltungselemente.

kommt ein weiterer praktischer Effekt: Je eindeutiger Informationen im eigenen Auftritt zusammenpassen, desto seltener entstehen Rückfragen, Reklamationen und vermeidbare Retouren, weil Kunden vor dem Kauf [bessere Orientierung auf der Webseite](#) erhalten.

Dabei [ersetzt GEO die klassische Suchmaschinenoptimierung nicht](#), sondern [ergänzt](#) sie. SEO bleibt die Grundlage dafür, dass Inhalte technisch erreichbar sind, von Suchsystemen gefunden und korrekt zugeordnet werden. GEO [baut darauf auf](#) und rückt stärker in den Vordergrund, wie gut sich Informationen als verlässliche Entscheidungsgrundlage für zusammengefasste Antworten, Produktvergleiche und Kaufempfehlungen nutzen lassen. Wer [SEO und GEO gemeinsam denkt](#), sorgt also sowohl für [Auffindbarkeit in Suchergebnissen](#) als auch für eine [korrekte Einordnung der eigenen Informationen](#) in KI-gestützten Antwortformaten.

Impressum

Herausgeber

ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

Geschäftsführung

Dr. Anja Peters und Dr. Georg Wittmann
Registergericht Amtsgericht Regensburg: Registernummer HR Regensburg B 5409

Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den Inhalt: Verantwortliche im Sinne des Presserechts und des Medienstaatsvertrages:

Dr. Anja Peters und Dr. Georg Wittmann
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

www.erfolgreich-handeln.bayern
Tel.: +49 (0)941 788391-0
E-Mail: erfolgreichhandeln@ibi.de

Titelbild

Foto von [Immo Wegmann](#) auf [Unsplash](#) (<https://unsplash.com/de/fotos/ein-stuck-pappe-durch-das-eine-tastatur-hindurchscheint-vi1HXPw6hyw>)

Text und Gestaltung

Susanne Dierl

Über die Kampagne



Die Kampagne „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie bietet bayerischen Händlern praxisnahe und kostenfreie Informationsveranstaltungen, um sie bei der Bewältigung aktueller Herausforderungen zu unterstützen und somit deren Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig und zukunftsorientiert zu sichern.

Das vielfältige Veranstaltungsangebot in Form von Webinaren und Präsenz-Workshops reicht von Themen wie Online-Handel und Prozessoptimierung (z. B. Warenwirtschaftssysteme) bis hin zu Nachhaltigkeit (z. B. Energieeinsparung) und Kundenbindung. Um bestmöglich auf akute Bedarfe der bayerischen Händler eingehen zu können, können jederzeit eigene Themenwünsche angebracht werden.

Stand: März 2026