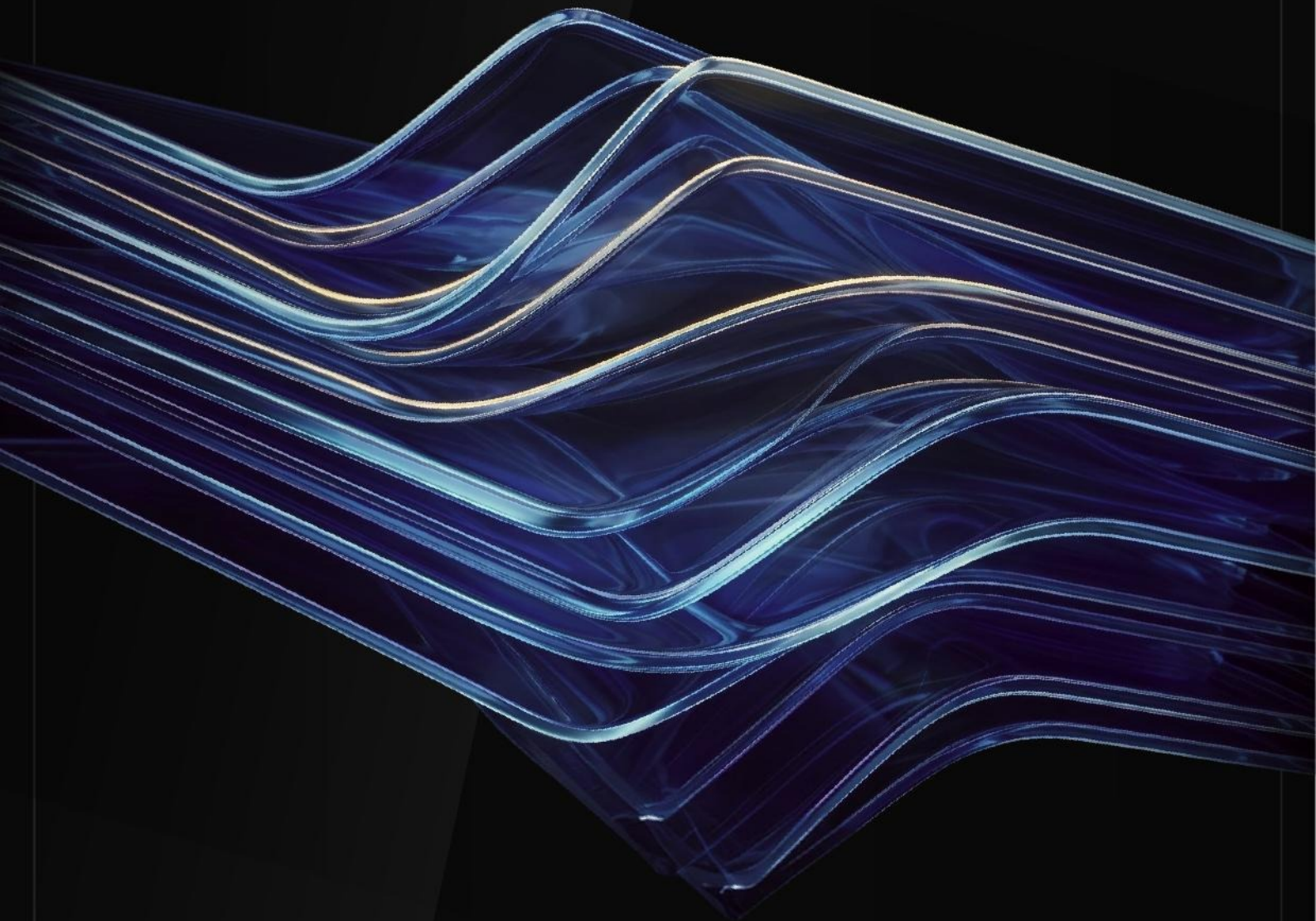


Checkliste für Sichtbarkeit in KI-Suchmaschinen

Checkliste · Oktober 2026 · Marrallisa Kreijkes



SO NUTZEN SIE DIESE CHECKLISTE

Erst Zugang, dann Fakten, dann Antworten.

KI-Suche baut auf der Suche auf. Google stützt Übersichten mit KI und den KI-Modus auf seine zentralen Ranking-Systeme, Copilot nutzt den Bing-Index, und ChatGPT Search und Perplexity schicken eigene Crawler. Was diese Systeme nicht abrufen oder lesen können, wird nie zitiert. Beginnen Sie also beim Zugang.

Haken Sie ab, was erledigt ist, und arbeiten Sie sich nach unten. Eine Nennung in einer KI-Antwort kann niemand garantieren. In Ihrer Hand liegt, ob Sie infrage kommen, ob die Fakten über Sie stimmen und ob Ihre Seiten zitierwürdig sind.

Von **Marrallisa Kreijkes**, Gründerin von Viralistic und offizielle n8n Ambassador

01 ZUGANG FÜR CRAWLER

Kann jedes KI-System Ihre Seiten abrufen?

- ☐ **Ihre wichtigen Seiten sind bei Google indexiert und können mit Snippet erscheinen**
Einzige technische Voraussetzung für Übersichten mit KI und den KI-Modus. Kein nosnippet auf diesen Seiten.
- ☐ **Die Einstellung für generative KI in der Search Console lässt Ihre Website zu**
Zu finden unter Einstellungen. Die Aufnahme ist voreingestellt; prüfen Sie, ob jemand sie abgeschaltet hat.
- ☐ **Die robots.txt lässt Googlebot und Bingbot zu**
Googlebot steuert die KI-Funktionen der Google Suche. Copilot nutzt den Bing-Index.
- ☐ **Die robots.txt lässt OAI-SearchBot zu**
Für ChatGPT Search. Gesperrte Websites erscheinen nur als Navigationslink. Wirkt nach rund 24 Stunden.
- ☐ **Über GPTBot haben Sie gesondert entschieden**
GPTBot sammelt Trainingsdaten. Eine Sperre entfernt Sie nicht aus ChatGPT Search.
- ☐ **Die robots.txt lässt PerplexityBot zu**
Perplexity nutzt ihn für seine Suchergebnisse, nicht für das Training von Modellen.
- ☐ **Ihr CDN, Ihre Firewall und Ihr Bot-Schutz lassen diese Crawler durch**
Google nennt CDN und Hosting ausdrücklich. OpenAI und Perplexity veröffentlichen ihre IP-Bereiche.
- ☐ **Ihre Website ist mit Sitemap in den Bing Webmaster Tools, und IndexNow meldet Änderungen**
Laut Microsoft hilft IndexNow, dass KI-Antworten die aktuelle Version einer Seite verwenden.
- ☐ **Google-Extended ist eine bewusste Entscheidung**
Regelt das Training von Gemini-Modellen und die Fundierung in den Gemini-Apps, nicht die Aufnahme in die Google Suche.

02 LESBAR OHNE JAVASCRIPT

Kann ein Crawler Ihren Text lesen, ohne Skripte auszuführen?

- ☐ **Haupttext, Überschriften, Preise und Kontaktdaten stehen im HTML-Quelltext**
Öffnen Sie den Seiten Quelltext (nicht den Inspektor) oder schalten Sie JavaScript aus. Viele KI-Crawler führen kein JavaScript aus.
- ☐ **Menüs und interne Links sind normale Links, die ohne JavaScript funktionieren**
- ☐ **Wichtige Antworten stecken nicht in Tabs, Akkordeons oder „Mehr laden“-Buttons**
Microsoft warnt, dass KI-Systeme verborgene Inhalte möglicherweise nicht rendern.
- ☐ **Wichtige Fakten stehen im Text, nicht nur in Bildern, Videos oder PDFs**
- ☐ **Der Googlebot sieht im URL-Prüftool der Search Console die vollständige Seite**
Prüfen Sie dort für eine URL die gecrawlte Seite und deren HTML.
- ☐ **Kein Login, keine Cookie-Wall und keine Ländersperre verbirgt Inhalte vor Crawlern**

03 ENTITÄT UND FAKTEN

Erzählt jede Quelle dieselbe Geschichte über Sie?

- ☐ **Name, Adresse, Telefon und Beschreibung sind auf Website, Impressum und Profilen gleich**
Google Unternehmensprofil, Bing Places, LinkedIn und Branchenverzeichnisse.
- ☐ **Ihr Google Unternehmensprofil ist vollständig und aktuell**
Google nennt Unternehmensprofil und Merchant Center als Quellen für KI-Antworten.
- ☐ **Ihr Eintrag in Bing Places for Business ist bestätigt**
Microsoft nennt Bing Places als Quelle für lokale Antworten in seinen KI-Funktionen.
- ☐ **Ihre Über-uns-Seite sagt klar, wer Sie sind, wo Sie arbeiten, was Sie tun und für wen**
- ☐ **Gründer und Autoren haben eine eigene Profilseite mit Link zu ihrem LinkedIn-Profil**
- ☐ **Seiten mit alten Preisen, Leistungen oder Adressen sind aktualisiert, umgeleitet oder entfernt**
- ☐ **Wenn Sie die Kriterien erfüllen, gibt es einen Wikidata-Eintrag, der zu Ihrer Website passt**
Wikidata verlangt seriöse, öffentliche Quellen über Sie. Für die meisten kleinen Unternehmen nicht relevant.
- ☐ **Erwähnungen in Fachmedien, auf Partnerseiten und in Interviews beschreiben Sie korrekt**
Verdient, nie gekauft. Die KI-Funktionen von Google nutzen dieselben Spam-Systeme wie die Suche.

04 INHALTE, DIE FRAGEN BEANTWORTEN

Kann ein KI-System Sie zitieren, und will es das auch?

- ☐ Jede wichtige Seite beginnt mit der Antwort in ein oder zwei Sätzen
- ☐ Überschriften greifen die Fragen auf, die Ihre Kunden tatsächlich stellen
- ☐ Absätze bleiben verständlich, wenn sie einzeln zitiert werden
- ☐ Aussagen sind mit Quellen, Zahlen oder namentlich genannten Fachleuten belegt, mit Links
In der GEO-Studie (KDD 2024) wirkten Quellen, Zitate und Statistiken am stärksten. Zusätzliche Suchbegriffe brachten kaum etwas.
- ☐ Jede Seite bietet etwas, das nur Sie sagen können: Erfahrung, eigene Zahlen, eine Haltung
Google spricht von Inhalten, die keine Massenware sind (non-commodity content).
- ☐ Die Seite nennt Fakten: für wen, was es kostet oder wovon das abhängt, wie lange es dauert
- ☐ Tabellen und FAQ-Bereiche beantworten die Folgefragen
Der KI-Modus zerlegt eine Frage in viele verwandte Suchanfragen (Abfrage-Fan-out).
- ☐ Sie erstellen keine eigene Seite für jede Variante einer Frage
Dient das der Manipulation von KI-Antworten, wertet Google es als Missbrauch skalierter Inhalte.

05 STRUKTURIERTE DATEN

Sagt Ihr Markup dasselbe wie die Seite?

- ☐ Organization- oder LocalBusiness-Markup stimmt mit dem sichtbaren Text der Seite überein
Google fordert das in seinem Leitfaden zu KI-Funktionen ausdrücklich.
- ☐ sameAs verweist auf Ihre offiziellen Profile, etwa LinkedIn und gegebenenfalls Wikidata
- ☐ Artikel nennen den echten Autor und die letzte Aktualisierung, im Markup und auf der Seite
- ☐ Das Markup besteht den Test für Rich-Suchergebnisse und den Schema Markup Validator
- ☐ Sie sehen Markup als Unterstützung, nicht als Abkürzung
Google: für KI-Funktionen nicht erforderlich, kein spezielles Schema für KI. Auch llms.txt können Sie für Google ignorieren.

06 MESSEN

Wissen Sie, was Ihnen die KI-Suche bringt?

- ☐ **Sie prüfen jeden Monat den Leistungsbericht für generative KI in der Search Console**
Impressionen in Übersichten mit KI und im KI-Modus nach Seite, Land und Gerät. Kein Bericht: noch zu wenige Impressionen.
- ☐ **Sie prüfen „AI Performance“ in den Bing Webmaster Tools**
Zitierungen in Copilot und den KI-Zusammenfassungen von Bing, zitierte Seiten und eine Stichprobe der Grounding Queries.
- ☐ **Ihre Webanalyse zeigt Besuche von chatgpt.com, perplexity.ai und copilot.microsoft.com**
ChatGPT hängt utm_source=chatgpt.com an seine Links an. In GA4 bündeln Sie sie in einer eigenen Channelgruppe.
- ☐ **Sie bewerten KI-Traffic nach Anfragen und Engagement, nicht allein nach Besuchen**
Laut Google sind Klicks aus Ergebnissen mit Übersichten mit KI von höherer Qualität.
- ☐ **Jeden Monat stellen Sie ChatGPT, Perplexity, dem KI-Modus und Copilot dieselben 10 bis 20 Kundenfragen**
Notieren Sie, ob Sie genannt werden, welche Seite als Quelle dient und ob die Fakten stimmen.
- ☐ **Sie wiederholen diese Checkliste jedes Quartal und nach jedem Relaunch, jeder Migration oder CDN-Änderung**

Fragen? Sprechen Sie uns an.



Scannen, um sich mit Marrallisa auf LinkedIn zu vernetzen

Strategiegespräch vereinbaren: calendly.com/marrallisa/30min

info@viralistic.nl · +31 20 210 1075 · viralistic.nl · Achtergracht 17, 1017 WL Amsterdam