



Gefunden werden bei Google & ChatGPT

Der Kompakt-Leitfaden

Mit Selbstcheck: In 5 Minuten weißt du, wo du stehst



Dein Selbstcheck: Wo stehst du?

Google und ChatGPT zeigen nur eine Handvoll Namen. Wer dort nicht auftaucht, wird gar nicht erst angefragt, egal wie gut er ist. Dieser Leitfaden fängt deshalb mit dem Ergebnis an: Hake ab, was bei dir erledigt ist, und zähl zusammen. Danach liest du nur die Kapitel, in denen dir Haken fehlen.

Wichtig: Hake nur ab, was vollständig erledigt ist. „Haben wir mal angefangen“ zählt nicht.

Google-Unternehmensprofil

Kapitel 2

- 1 ☐ Mein Profil ist bestätigt und die Hauptkategorie beschreibt genau mein Kerngeschäft
- 2 ☐ Alle Leistungen sind einzeln eingetragen, die Beschreibung nennt Leistungen und Region
- 3 ☐ Öffnungszeiten, Telefonnummer und Website sind vollständig und aktuell
- 4 ☐ In den letzten 3 Monaten wurden neue, echte Fotos hochgeladen

Bewertungen

Kapitel 3

- 5 ☐ Ich habe mindestens so viele Bewertungen wie der Durchschnitt meiner drei stärksten Mitbewerber
- 6 ☐ In den letzten 3 Monaten sind mehrere neue Bewertungen dazugekommen
- 7 ☐ Alle Bewertungen der letzten 12 Monate sind beantwortet
- 8 ☐ Ich frage nach jedem abgeschlossenen Auftrag aktiv nach einer Bewertung

Website

Kapitel 4

- 9 ☐ Jede wichtige Leistung hat eine eigene Unterseite
- 10 ☐ Leistungen und Einzugsgebiet stehen klar im Text, nicht nur im Impressum
- 11 ☐ Die Telefonnummer ist mobil anklickbar und die Seite lädt auf dem Handy zügig
- 12 ☐ Name, Adresse und Telefonnummer sind identisch mit dem Google-Profil

Einträge & Erwähnungen

Kapitel 5

- 13 ☐ Name, Adresse und Telefonnummer sind überall im Netz identisch
- 14 ☐ Bing Places und Apple Business Connect sind eingerichtet
- 15 ☐ Die wichtigsten Verzeichnisse und Branchenportale sind aktuell
- 16 ☐ Mein Unternehmen wird auf mindestens drei fremden, seriösen Websites erwähnt

ChatGPT & KI-Suche

Kapitel 6

- 17 ☐ Meine Website hat einen FAQ-Bereich mit echten Kundenfragen
- 18 ☐ Konkrete Fakten wie Jahre, Projekte, Team und Region stehen auf der Website
- 19 ☐ Strukturierte Daten nach Schema.org sind eingebunden
- 20 ☐ KI-Crawler werden nicht blockiert (robots.txt geprüft)



Auswertung

Zähl alle Haken zusammen. Maximal sind 20 möglich.

Haken	Einordnung	Was das heißt
0 bis 8	Unsichtbar	Interessenten finden gerade vor allem deine Mitbewerber. Hier liegt das größte Potenzial, und oft bringen schon die Grundlagen aus Kapitel 2 und 3 spürbar mehr Anfragen.
9 bis 15	Gefunden, aber nicht gewählt	Die Basis steht, aber andere wirken überzeugender. Meist fehlt es an Bewertungen, eigenen Leistungsseiten oder Erwähnungen von außen.
16 bis 20	Gut aufgestellt	Jetzt geht es um Feinschliff und darum, den Vorsprung zu halten. Deine Mitbewerber schlafen nicht.

So geht es weiter

Zu jeder Gruppe im Selbstcheck gibt es ein Kapitel, das erklärt, worauf es ankommt und wie du die fehlenden Haken holst. Lies nur die Kapitel, in denen dir Haken fehlen. Kapitel 1 erklärt vorab in zwei Minuten, wie Google und ChatGPT überhaupt entscheiden, wen sie zeigen.

- 1 So entscheiden Google und ChatGPT, wen sie zeigen
- 2 Google-Unternehmensprofil: Dein wichtigstes Schaufenster
- 3 Bewertungen: Vertrauen, das man zählen kann
- 4 Website: Die Quelle, auf die sich alle berufen
- 5 Einträge & Erwähnungen: Was andere über dich sagen
- 6 ChatGPT & KI-Suche: Empfohlen statt nur gelistet
- 7 Die häufigsten Fehler



1 So entscheiden Google und ChatGPT, wen sie zeigen

Google

Für lokale Suchergebnisse nennt Google selbst drei Faktoren: **Relevanz** (passt dein Eintrag zu dem, was gesucht wird?), **Entfernung** (wie nah bist du am Suchenden?) und **Bekanntheit** (wie bekannt und gut bewertet ist dein Unternehmen, online wie offline?). Die Entfernung kannst du nicht ändern. Relevanz und Bekanntheit schon.

Übrigens: Google passt die Ergebnisse an Standort und Suchverlauf an. Vom eigenen Büro aus siehst du dich oft weiter oben, als Fremde dich sehen. Deshalb fragt der Selbstcheck nach Fakten, nicht nach deiner Platzierung.

ChatGPT & andere KI-Assistenten

KI-Assistenten mit Websuche durchsuchen bei einer Anfrage wie „Wer ist ein guter Anbieter für X in meiner Nähe?“ live das Netz und fassen zusammen, was sie finden: deine Website, Bewertungen, Branchenverzeichnisse und Erwähnungen auf anderen Seiten. Empfohlen wird, wer überall klar, einheitlich und gut belegt auftaucht.

Die gute Nachricht: Was dich bei Google nach vorne bringt, hilft dir zum größten Teil auch bei ChatGPT. Du hast nicht zwei Baustellen, sondern eine, die du richtig angehen musst.

2 Google-Unternehmensprofil: Dein wichtigstes Schaufenster

Selbstcheck: Punkte 1–4

Bei lokalen Suchen ist das Unternehmensprofil oft das Erste, was Interessenten von dir sehen, noch vor deiner Website. Viele entscheiden direkt dort: anrufen, Route planen oder weiterscrollen.

Worauf es ankommt

- **Hauptkategorie:** Die wichtigste Einstellung im ganzen Profil. Wähle die Kategorie, die dein Kerngeschäft am genauesten beschreibt, nicht die allgemeinste. Weitere Kategorien ergänzen, aber nur für Leistungen, die du wirklich anbietest.
- **Leistungen & Beschreibung:** Trag deine Leistungen einzeln ein. In der Beschreibung steht klar, was du machst, für wen und in welcher Region.
- **Kontakt Daten & Einzugsgebiet:** Öffnungszeiten, Telefonnummer, Website-Link und Servicegebiet vollständig und aktuell. Feiertags- und Urlaubszeiten nicht vergessen.
- **Echte Fotos & Aktivität:** Team, Arbeitsergebnisse, Räume, Fahrzeuge, keine Stockfotos. Regelmäßig neue Fotos und Beiträge zeigen Interessenten, dass hier jemand ansprechbar ist.



3 Bewertungen: Vertrauen, das man zählen kann

Selbstcheck: Punkte 5–8

Bewertungen wirken doppelt: Google wertet sie als Zeichen von Bekanntheit, und Interessenten entscheiden danach, wen sie anrufen. Auch KI-Assistenten ziehen sie heran, wenn sie einen „guten“ Anbieter empfehlen sollen.

- **Anzahl:** Entscheidend ist nicht die absolute Zahl, sondern der Vergleich. Schau nach, wie viele Bewertungen die drei stärksten Mitbewerber in deiner Region haben. Das ist deine Messlatte.
- **Aktualität:** 3 Bewertungen, die neueste von vor zwei Jahren? Das wirkt, als gäbe es dich nicht mehr. Ein stetiger Zufluss schlägt einen einmaligen Schub.
- **Antworten:** Beantworte jede Bewertung, auch die guten. Bei Kritik sachlich bleiben und eine Lösung anbieten. Jeder potenzielle Kunde liest mit.
- **Inhalt:** Bewertungen, die Leistung und Ort nennen („Heizung in Köln getauscht, sauber und pünktlich“), sagen Suchenden und KI mehr als „Alles top“. Bitte zufriedene Kunden einfach, kurz zu schreiben, was du für sie gemacht hast.

Wichtig: Biete keine Gegenleistung für Bewertungen an (Rabatte, Gutscheine, Verlosungen) und kauf keine Bewertungen. Das verstößt gegen die Richtlinien von Google und kann auch wettbewerbsrechtlich Ärger geben.

Praxis-Tipp: In deinem Unternehmensprofil findest du einen direkten Link zum Bewertungsformular. Pack ihn in die Rechnung, die E-Mail-Signatur und die Nachricht nach Abschluss eines Auftrags. Je weniger Schritte deine Kunden bis zum Bewertungsformular brauchen, desto mehr Bewertungen bekommst du.

4 Website: Die Quelle, auf die sich alle berufen

Selbstcheck: Punkte 9–12

Google, ChatGPT und deine Interessenten landen früher oder später auf deiner Website. Sie ist die einzige Quelle über dein Unternehmen, die du komplett selbst kontrollierst.

- **Eine Seite pro Leistung:** Wer nur eine Startseite mit einer Aufzählung hat, ist für die einzelne Suche kaum relevant. Jede wichtige Leistung braucht eine eigene Seite mit eigenem Text.
- **Klare Aussagen:** Schreib konkret, was du machst, für wen und wo. „Ihr kompetenter Partner“ sagt weder Google noch ChatGPT etwas. „Badsanierung für Privatkunden in Bonn und im Rhein-Sieg-Kreis“ schon.
- **Kontakt ohne Hürden:** Telefonnummer auf dem Smartphone anklickbar, Kontaktformular kurz, Adresse sichtbar.
- **Mobil & schnell:** Öffne deine Seite auf dem eigenen Handy. Lädt sie lange oder muss man zoomen, sind Besucher schnell wieder weg.
- **Vertrauen:** Referenzen, echte Fotos, Ansprechpartner mit Namen, Zertifikate und Mitgliedschaften.



Der häufigste Fehler: Die Website sagt nicht, wo du tätig bist. Steht dein Einzugsgebiet nur im Impressum, kann dich weder Google noch eine KI einer lokalen Suche zuordnen.

5 Einträge & Erwähnungen: Was andere über dich sagen

Selbstcheck: Punkte 13–16

Google und KI-Assistenten verlassen sich nicht nur auf das, was du über dich selbst schreibst. Sie prüfen, ob andere Quellen es bestätigen. Je öfter dein Unternehmen mit denselben Daten an seriösen Stellen auftaucht, desto glaubwürdiger wirkt es.

- **Einheitliche Daten:** Name, Adresse und Telefonnummer müssen überall exakt gleich sein. „Mayer GmbH“ hier, „Mayer Stuckateur“ dort und eine alte Nummer im Verzeichnis sorgen für Zweifel.
- **Bing Places:** Wird fast immer vergessen, ist aber relevant, weil KI-Suchen auch auf Bing-Daten zurückgreifen. Ein bestehendes Google-Profil lässt sich dort importieren.
- **Apple Business Connect:** Für alle, die über iPhone, Apple Karten oder Siri suchen.
- **Verzeichnisse & Portale:** Die großen allgemeinen Verzeichnisse wie Gelbe Seiten oder Das Örtliche, dazu die wichtigsten Portale deiner Branche. Lieber wenige gepflegte Einträge als viele veraltete.
- **Erwähnungen:** Verbände, Kammern, Innungen, lokale Presse, Partner- und Lieferantenseiten, Sponsoring im Verein. Genau solche Quellen kann eine KI heranziehen, um einzuschätzen, ob du ein guter Anbieter bist.

6 ChatGPT & KI-Suche: Empfohlen statt nur gelistet

Selbstcheck: Punkte 17–20

Bei Google gibt es eine Karte und zehn Ergebnisse. Bei ChatGPT gibt es oft eine kurze Liste mit wenigen Namen. Wer da nicht dabei ist, kommt für diese Anfrage gar nicht erst infrage.

- **FAQ auf der Website:** Beantworte die Fragen, die Kunden wirklich stellen. Was kostet das ungefähr? Wie lange dauert es? Kommt ihr auch nach X? Klare Antworten auf klare Fragen lassen sich leicht übernehmen und zitieren.
- **Fakten statt Floskeln:** Jahre am Markt, Anzahl der Projekte, Teamgröße, Zertifizierungen, Einzugsgebiet. Konkrete Angaben lassen sich zitieren, „langjährige Erfahrung“ nicht.
- **Strukturierte Daten:** Ein technisches Markup nach Schema.org (zum Beispiel „LocalBusiness“) sagt Maschinen eindeutig, wer du bist, wo du sitzt und was du anbietest.
- **Crawler nicht aussperren:** Manche Websites blockieren KI-Crawler unbemerkt, etwa über die robots.txt oder ein Sicherheits-Plugin. Dann kann die KI deine Seite schlicht nicht lesen.



Ehrlich gesagt: Es gibt keinen Trick, mit dem man ChatGPT eine Empfehlung „einprogrammiert“. Wer das verspricht, verkauft heiße Luft. Was funktioniert, ist das Fundament aus den Kapiteln 2 bis 5, ergänzt um klare Inhalte, die eine KI zitieren kann.

Praxis-Tipp: Wenn du selbst testen willst, wen ChatGPT empfiehlt, nutz einen temporären Chat oder frag ohne Anmeldung. Sonst fließen deine bisherigen Unterhaltungen in die Antwort ein, und du bekommst ein geschöntes Bild.

7 Die häufigsten Fehler

01 Profil einmal anlegen und vergessen

Alte Öffnungszeiten, drei Fotos von 2019, keine Antworten auf Bewertungen. Für Interessenten sieht das nach geschlossenem Laden aus.

02 Bewertungen dem Zufall überlassen

Zufriedene Kunden bewerten selten von allein. Wer nicht fragt, bekommt vor allem die Bewertungen der Unzufriedenen.

03 Alle Leistungen auf einer Seite

Eine Aufzählung auf der Startseite ist für keine einzelne Suche wirklich relevant.

04 Unterschiedliche Daten im Netz

Alte Adressen, abweichende Firmennamen, tote Telefonnummern. Das kostet Vertrauen bei Menschen und Maschinen.

05 Auf Tricks statt auf das Fundament setzen

Ob Google oder ChatGPT: Sichtbar wird, wer überall klar, vollständig und gut bewertet auftaucht. Abkürzungen gibt es nicht.

Fazit: Sichtbarkeit ist kein Zufall und auch keine Frage der Unternehmensgröße. Wer die Grundlagen sauber legt und dranbleibt, wird bei Google und ChatGPT gefunden. Die meisten Mitbewerber tun das nicht, und genau das ist deine Chance.



Summit Sales & Marketing

Du hast beim Check Lücken gefunden, aber keine Zeit oder Lust, alles selbst anzugehen?
Dann lass uns in 15 Minuten gemeinsam draufschaun. Ich teile meinen Bildschirm und zeige dir live, warum andere vor dir stehen und was du konkret ändern kannst.

Jetzt 15-Minuten-Termin buchen



Scannen und Termin buchen

info@summit-sales-marketing.com

+49 2441 9899837

summit-sales-marketing.com