

EBOXX® WISSEN · DIGITALE SICHTBARKEIT

Gefunden werden – von Menschen, Suchmaschinen und KI

SEO, GEO, AEO, E-E-A-T, Schema.org, JSON-LD, Knowledge Graph, llms.txt und KI-Audit: Was die Begriffe bedeuten, wie sie zusammenspielen, was zu tun ist – und welche Funktionen im CMS verfügbar sind und welche KI-Tools optional hinzugebucht werden können.

Für Kunden & Redaktion

„Digitale Sichtbarkeit“

Früher hieß der Reiter in den Seiteneinstellungen „SEO“. Heute heißt er „**Digitale Sichtbarkeit**“ – denn klassische Suchmaschinenoptimierung ist nur noch ein Teil davon. Immer mehr Menschen stellen ihre Fragen direkt an KI-Systeme wie ChatGPT, Perplexity oder die KI-Übersichten von Google. Diese Systeme lesen Websites, fassen sie zusammen und nennen im besten Fall die Quelle mit Link. Damit Ihre Website dort vorkommt, muss sie **gefunden**, **verstanden** und als **vertrauenswürdig** eingestuft werden.



1 · Gefunden werden

Die Seite ist technisch erreichbar, indexiert und für passende Suchanfragen relevant.



2 · Verstanden werden

Inhalt, Thema und Zusammenhänge sind für Menschen und Maschinen eindeutig.



3 · Zitiert werden

Die Seite ist vertrauenswürdig und beantwortet Fragen so gut, dass sie als Quelle dient.

DAS WICHTIGSTE VORWEG

Kurz gesagt: Eine einzelne Maßnahme wie eine llms.txt-Datei ist nur ein kleiner Tropfen auf den heißen Stein. Entscheidend ist der **gute, strukturierte Inhalt jeder einzelnen Seite**. Erst darauf bauen Technik, strukturierte Daten und KI-Wegweiser sinnvoll auf.

1 Das Gesamtbild: Wie alles aufeinander aufbaut

Von unten nach oben gelesen – jede Ebene braucht die darunterliegende.

ERGEBNIS

🏆 Sichtbarkeit

klassische Suchtreffer · Rich Results · direkte Antworten ·
KI-Antworten mit Quellenangabe

🗺️ Wegweiser für Maschinen

llms.txt · XML-Sitemap · KI-Zugriff (robots.txt)
zeigt den Weg – ersetzt aber keinen Inhalt

🔗 Maschinenlesbarkeit

Entitäten · Schema.org · JSON-LD · Knowledge Graph
beschreibt, WAS der Inhalt bedeutet

🔍 SEO & AEO

Titel · Beschreibung · Überschriften · interne Links · Fragen & Antworten
macht Inhalte auffindbar und direkt beantwortbar

📄 Inhalt & Vertrauen (GEO-Grundlage)

hilfreiche, klar gegliederte Inhalte · E-E-A-T · Content-Gaps schließen · thematische Autorität
das Herzstück – ohne gute Inhalte wirkt nichts darüber

⚙️ Technisches Fundament

schnell · mobil · barrierearm · crawlbar · indexierbar · sichere Verbindung
stellt eboxx® weitgehend automatisch bereit

MERKSATZ

Strukturierte Daten (JSON-LD) sind wie ein **Etikett auf einer Schachtel**. Das Etikett hilft beim Einordnen – aber wenn in der Schachtel nicht drin ist, was draufsteht, nützt es nichts oder schadet sogar. **Darum gilt: erst Inhalt (GEO), dann Etikett (JSON-LD).**

SEO, AEO und GEO – drei Ziele, ein gemeinsames Fundament

SEO

Search Engine Optimization

Gefunden, indexiert und organisch in der klassischen Suche sichtbar werden.



AEO

Answer Engine Optimization

Konkrete Fragen klar und direkt beantwortbar machen – das Bindeglied.



GEO

Generative Engine Optimization

In Antworten generativer KI-Systeme berücksichtigt und als Quelle genannt werden.

Gemeinsame Grundlagen: hilfreicher Inhalt & Nutzerfreundlichkeit · Qualität & Vertrauen (E-E-A-T) · Semantik & Maschinenlesbarkeit (Entitäten, Schema.org, JSON-LD)

2 Die Begriffe einfach erklärt

Jeweils: Was ist das? · Was ist zu tun? · Wie unterstützt eboxx®?

GEO Generative Engine Optimization

[Inhalt](#)

🔍 Was ist das?

Optimierung von Inhalten, damit KI-Systeme (ChatGPT, Perplexity, Google AI Overviews ...) sie verstehen, korrekt wiedergeben und als Quelle nennen. KI-Systeme bevorzugen Seiten mit klaren Fakten, eindeutigem Kontext und verlässlicher Herkunft.

☑ Was ist zu tun?

- Jede Seite klar gliedern: **eine H1**, darunter H2, H3 ... – ein Thema pro Abschnitt.
- **Klare Definitionen**: präzise, kurze Erklärungen direkt auf den Punkt.
- **Saubere Struktur**: Aufzählungen, Tabellen und gut gegliederte Fakten statt Fließtext-Blöcken.
- **Echter Mehrwert**: so erklären, dass Besucher wirklich etwas davon haben.
- **Querverweise** (Crosslinks) zu verwandten Themen auf der eigenen Website.
- Aktuell halten: veraltete Angaben (Preise, Termine, Zahlen) regelmäßig prüfen.

🔧 So unterstützt eboxx®

Der **optional buchbare KI-Audit** bewertet jede Seite auch nach ihrer GEO-Eignung und schlägt nach Freischaltung konkrete Verbesserungen vor. Der **optional buchbare Textassistent** hilft beim Gliedern, Kürzen und Umformulieren direkt im Textfeld.

🔗 Was ist das?

Ein Qualitätsrahmen aus Googles Richtlinien für die Bewertung von Inhalten: Ist **Erfahrung** erkennbar? Steckt **Fachwissen** dahinter? Ist die Quelle im Thema eine **Autorität**? Ist sie **vertrauenswürdig**? E-E-A-T ist kein einzelner technischer Rankingfaktor, sondern beschreibt, warum man einem Inhalt glauben kann – für Menschen genauso wie für KI-Systeme.

☑ Was ist zu tun?

Kriterium	Bedeutung	Konkret umsetzen
Experience	Erfahrung	Eigene Praxisbeispiele, echte Fotos, konkrete Abläufe und Projekte zeigen.
Expertise	Fachwissen	Fachverantwortliche nennen; präzise und sachlich richtige Inhalte.
Authoritativeness	Autorität	Referenzen, Auszeichnungen, Partner, Fachbeiträge und Erwähnungen in anderen Medien.
Trustworthiness	Vertrauen	Impressum, Kontakt, Autor und Prüfdatum („geprüft von ... am ...“), Quellenangaben.

Nicht künstlich „Vertrauenssignale“ einbauen – entscheidend ist, dass Qualität und Verantwortung tatsächlich vorhanden und sichtbar sind.

🔗 So unterstützt eboxx®

Der **optional buchbare KI-Audit** prüft E-E-A-T als eigenen Bereich und zeigt, welche Angaben auf der Seite fehlen. Strukturierte Daten können Organisation, Autoren und Referenzen zusätzlich maschinenlesbar machen.

🔍 Was ist das?

Themen, Fragen, Leistungen oder Produkte, nach denen Ihre Zielgruppe sucht, die auf Ihrer Website aber fehlen oder nur oberflächlich behandelt werden.

Wer Lücken schließt, deckt ein Themenfeld vollständig ab – ein wichtiges Signal für Suchmaschinen und KI.

☑ Was ist zu tun?

- Bestehende Seiten prüfen: Welche typischen Kundenfragen bleiben unbeantwortet?
- Neue Themen sammeln: Was fragen Kundinnen und Kunden am Telefon, per Mail, im Geschäft?
- Lücken nach Nutzen und Geschäftsziel priorisieren – nicht alles auf einmal.
- Entweder bestehende Seiten ergänzen oder eigene, gut verlinkte Unterseiten anlegen.

🔗 So unterstützt eboxx®

Der **optional buchbare KI-Audit** nennt pro Seite fehlende Inhalte und benötigte Informationen als Maßnahmen. In der Übersicht aller Seiten sehen Sie, wo am meisten zu tun ist.

🔗 Was ist das?

Eine Website gilt als verlässliche Instanz, wenn sie ein Themenfeld umfassend und zusammenhängend abdeckt und auch außerhalb (Presse, Fachportale, Partner) als Quelle genannt wird. Interne Links zeigen dabei, welche Seiten thematisch zusammengehören.

✅ Was ist zu tun?

- Themen zu **Clustern** bündeln: eine Übersichtsseite, mehrere vertiefende Unterseiten, gegenseitig verlinkt.
- Mit sprechenden Linktexten verlinken („Preise für Saisonkarten“ statt „hier klicken“).
- Digitale PR und Fachbeiträge nutzen, um auch außerhalb der eigenen Website erwähnt zu werden.

🔧 So unterstützt eboxx®

Menüstruktur und Verlinkungen pflegen Sie wie gewohnt im CMS. Der **optional buchbare KI-Audit** schlägt passende interne Links vor; die automatisch ausgegebene **Breadcrumb** (Brotkrumen-Navigation) macht die Seitenhierarchie zusätzlich maschinenlesbar.

SEO Search Engine Optimization

Fundament

🔍 Was ist das?

Klassische Suchmaschinenoptimierung: Die Seite wird gefunden, korrekt indexiert und mit gutem Titel und guter Beschreibung in der Trefferliste gezeigt. SEO bleibt Grundvoraussetzung – viele KI-Systeme recherchieren über die Websuche und greifen auf genau diese Treffer zu.

☑ Was ist zu tun?

- Pro Seite einen eindeutigen **Seitentitel** (ca. 50–60 Zeichen) und eine aussagekräftige **Beschreibung** (ca. 140–155 Zeichen) pflegen.
- Saubere Überschriften-Hierarchie und sprechende Seitenadressen (URLs).
- Bilder mit Alternativtexten versehen.
- Doppelte Inhalte vermeiden; bei Bedarf die Hauptversion (Canonical) festlegen.

🔗 So unterstützt eboxx®

Im Reiter „**Digitale Sichtbarkeit**“ jeder Seite: Meta-Titel, Meta-Beschreibung, Robots-Angaben, Canonical und sprechende URL. Mehrsprachige Seiten werden automatisch miteinander verknüpft (hreflang), eine XML-Sitemap wird bereitgestellt. Der KI-Audit schlägt fehlende Titel und Beschreibungen vor – nach Freischaltung des KI-Moduls und redaktioneller Prüfung übernehmbar.

🔍 Was ist das?

Inhalte so aufbauen, dass konkrete Fragen schnell, eindeutig und fachlich belastbar beantwortet werden – für Suchmaschinen, Sprachassistenten und KI. AEO ist kein offizieller Standard, sondern ein Arbeitsprinzip, das SEO und GEO verbindet.

☑ Was ist zu tun?

- Pro Thema/Produkt die typischen **W-Fragen** beantworten: Wer? Was? Warum? Wie? Wo? Wann? Wie viel?
- Die Antwort zuerst, Details danach („Ja, die Bergbahn fährt bis 16:30 Uhr. Im Frühling ...“).
- Häufige Fragen als **FAQ-Abschnitt** mit klaren Frage-Überschriften.

🔗 So unterstützt eboxx®

Der **optional buchbare KI-Audit** prüft, ob zentrale Fragen beantwortet werden, und kann FAQ-Vorschläge zur redaktionellen Prüfung liefern. Passende strukturierte Daten können anschließend hinterlegt werden.

🔍 Was ist das?

Titel und Beschreibung bestimmen, wie eine Seite in Suchergebnissen erscheint. **Open Graph** steuert, wie sie beim Teilen in sozialen Netzwerken oder Messengern aussieht (Titel, Text, Vorschaubild). Auch KI-Systeme lesen diese Angaben als Zusammenfassung.

☑ Was ist zu tun?

- Titel und Beschreibung für jede wichtige Seite individuell formulieren – nicht überall denselben Text.
- Ein aussagekräftiges Vorschaubild für das Teilen hinterlegen.

🔧 So unterstützt eboxx®

Felder im Reiter „Digitale Sichtbarkeit“ bzw. bei den Social-Media-Einstellungen der Seite. Fehlt ein eigener Wert, nutzt eboxx® sinnvolle Standardwerte (z. B. Überschrift oder Logo). Mit einem optional buchbaren KI-Modul lassen sich Vorschaubilder generieren.

Entität Ein eindeutig beschreibbares „Ding“

Semantik

🔍 Was ist das?

Eine Entität ist etwas, das eindeutig identifiziert werden kann: Ihr Unternehmen, eine Marke, ein Produkt, eine Person, ein Ort, eine Veranstaltung. Suchmaschinen und KI denken in Entitäten und ihren Beziehungen – nicht in Wörtern.

☑ Was ist zu tun?

- Zentrale Entitäten festlegen: Wer sind wir? Was bieten wir an? Wo? Wer steht dahinter?
- Immer dieselben Namen verwenden (z. B. Firmen- und Produktnamen nicht ständig variieren).
- Synonyme und alternative Bezeichnungen kennen und angeben.

🔗 So unterstützt eboxx®

Im Reiter „Digitale Sichtbarkeit“ pro Seite: **Seitentyp**, **Hauptentität** und **alternative Bezeichnungen**. Die Organisation wird einmal zentral für die gesamte Website hinterlegt.

🔍 Was ist das?

Ein von Google, Microsoft, Yahoo und Yandex gegründeter Standard, der festlegt, **wie** man Dinge beschreibt: Es gibt Typen (z. B. Organization, Product, Event, TouristDestination, FAQPage) und deren Eigenschaften (Name, Preis, Datum, Ort ...).

☑ Was ist zu tun?

Den passenden Typ für eine Seite wählen – wählen Sie nur, was der Inhalt auch wirklich zeigt.

🔗 So unterstützt eboxx®

eboxx® bietet eine Auswahl gängiger Seitentypen (z. B. Veranstaltung, Kurs, Sehenswürdigkeit, Reiseziel, Ratgeber, FAQ, Anleitung) und erlaubt jeden weiteren gültigen Schema.org-Typ. Für Produkte, Blogartikel, Adressen, Kurse und Jobs geschieht die Auszeichnung automatisch.

🔗 Was ist das?

JSON-LD ist das Format, in dem die Schema.org-Beschreibung unsichtbar in den Quellcode einer Seite geschrieben wird. Besucher sehen es nicht, Suchmaschinen und KI lesen es aus. **Schema.org sagt, WAS etwas bedeutet – JSON-LD sagt, WIE es übermittelt wird.**

☑ Was ist zu tun?

- Für Seiten, die nicht aus einer Datenbank kommen (z. B. manuell erstellte Produkt- oder Leistungsseiten), einen eigenen JSON-LD-Block hinterlegen.
- Nicht nur die Seite selbst beschreiben, sondern auch **Beziehungen** zu anderen Seiten/Entitäten (z. B. „Produkt gehört zu Marke X“, „Leistung wird angeboten von Firma Y“).
- Nach dem Speichern mit dem Google Rich-Results-Test oder dem Schema Markup Validator prüfen.

🔗 So unterstützt eboxx®

Feld „**Eigener JSON-LD-Code**“ im Reiter „Digitale Sichtbarkeit“. Mit dem kostenpflichtigen KI-Zusatzmodul wird der Code aus dem Seiteninhalt erzeugt, geprüft (gültig/ungültig, erkannte Typen) und per Klick übernommen.

Organisation, Website, Webseite und Breadcrumb gibt eboxx® automatisch aus und verknüpft sie miteinander.

🔍 Was ist das?

Ein Netz aus Entitäten und ihren Beziehungen („Firma X → bietet an → Leistung Y → findet statt in → Ort Z“). Google und KI-Systeme bauen solche Wissensnetze aus vielen Quellen auf. Je klarer und widerspruchsfreier Ihre Angaben sind, desto eher wird Ihr Unternehmen korrekt erkannt, eingeordnet und verlinkt.

☑ Was ist zu tun?

Angaben über alle Seiten hinweg konsistent halten und Seiten über Beziehungen miteinander verknüpfen. Ein vollständiger eigener Knowledge Graph ist kein Muss für jede Website – für umfangreiche Angebote mit vielen Beziehungen aber sehr wertvoll.

🔗 So unterstützt eboxx®

eboxx® vergibt eindeutige Kennungen für Organisation, Website und Seiten und verknüpft sie automatisch. Eigene JSON-LD-Blöcke können darauf verweisen und so das Netz pro Seite erweitern.

Rich Results Erweiterte Suchtreffer

Darstellung

🔍 Was ist das?

Erweiterte Darstellungen in den Suchergebnissen, z. B. Sterne-Bewertungen, Preise, Veranstaltungsdaten, Brotkrumen-Pfade oder FAQ. Sie entstehen aus korrekten strukturierten Daten – eine Garantie für die Anzeige gibt es aber nicht; die Suchmaschine entscheidet.

✅ Was ist zu tun?

Strukturierte Daten korrekt und vollständig pflegen; nur auszeichnen, was auch sichtbar auf der Seite steht.

🔗 So unterstützt eboxx®

Automatische Auszeichnung für Produkte, Blogartikel, Adressen, Kurse, Jobs und Breadcrumbs; eigene Typen über JSON-LD.

D · Wegweiser & Zugang für KI

KI-Zugriff robots.txt – KI-Bots erlauben oder sperren

Zugang

🔍 Was ist das?

Die robots.txt teilt Crawlern mit, welche Bereiche sie besuchen dürfen. Für KI gibt es unterschiedliche Bots: solche, die für **aktuelle Antworten und Suche** lesen, und solche, die Inhalte für das **Training** von KI-Modellen sammeln.

✅ Was ist zu tun?

Bewusst entscheiden: KI-Suchbots für die Sichtbarkeit erlauben, Trainings-Bots bei Bedarf ausschließen. Wichtige Bots nicht versehentlich blockieren – eine Sperre kann den direkten Abruf durch den jeweiligen Bot verhindern. Die Angaben sind eine Empfehlung, an die sich seriöse Bots halten.

🔗 So unterstützt eboxx®

In den Grundeinstellungen der Subseite im Reiter „KI-Zugriff“ wählen Sie aus einer Liste bekannter KI-Bots, welche nicht zugreifen dürfen.

llms.txt Wegweiser-Datei für KI-Systeme

[Wegweiser](#)

🔗 Was ist das?

Eine einfache Textdatei unter `ihredomain.at/llms.txt`, die KI-Systemen in kompakter Form zeigt, worum es auf der Website geht und wo die wichtigsten Inhalte liegen. Ein junger, noch nicht allgemein verbindlicher Vorschlag – nützlich als Ergänzung, aber **kein Ersatz** für gute Inhalte und strukturierte Daten.

☑ Was ist zu tun?

- Zuerst Inhalte und Meta-Daten pflegen, dann die `llms.txt` erstellen (z. B. mit einem `llms.txt`-Generator oder der KI).
- Bei mehreren Sprachen pro Sprache eine Datei bereitstellen (`/de/llms.txt`, `/en/llms.txt`) und in der Hauptdatei darauf verweisen.
- Nach Änderungen an wichtigen Seiten aktualisieren.

🔗 So unterstützt eboxx®

eboxx® stellt die `llms.txt` **pro Website und pro Sprache** bereit; die Inhalte werden direkt in den Website-Einstellungen gepflegt.

Sitemap Inhaltsverzeichnis für Suchmaschinen

[Wegweiser](#)

🔗 Was ist das?

Eine XML-Datei mit allen öffentlichen Seiten, damit Suchmaschinen neue und geänderte Inhalte schnell finden.

☑ Was ist zu tun?

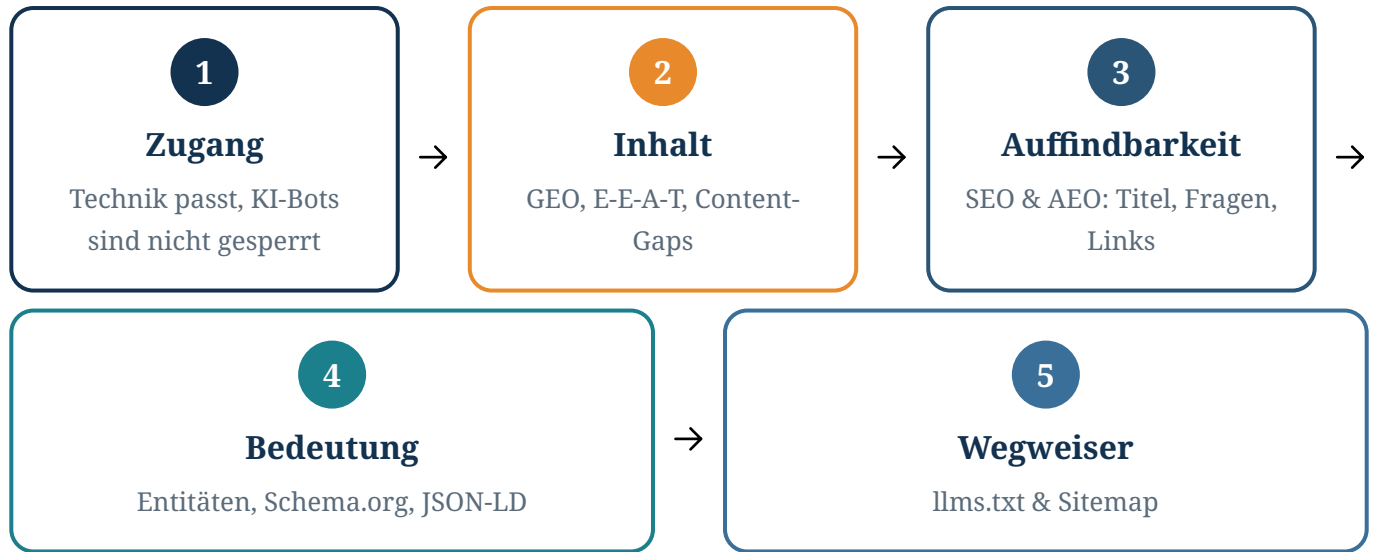
Nur Seiten aufnehmen, die gefunden werden sollen; in der Google Search Console einreichen.

🔗 So unterstützt eboxx®

Die Sitemap wird von eboxx® pro Subseite erzeugt und aktualisiert.

3 Was bedingt was?

Die richtige Reihenfolge spart Arbeit und bringt die größte Wirkung.



Wenn ...	... dann
der Inhalt einer Seite dünn, veraltet oder unklar ist,	helfen weder JSON-LD noch llms.txt – zuerst den Inhalt verbessern.
JSON-LD etwas anderes behauptet als die Seite zeigt,	wird es ignoriert oder als irreführend gewertet. Strukturierte Daten müssen zum sichtbaren Inhalt passen.
KI-Bots gesperrt sind,	kann der direkte Zugriff durch diese Bots verhindert werden; andere Quellen können dennoch berücksichtigt werden.
Titel und Beschreibung fehlen,	erzeugen Suchmaschinen und KI eigene Zusammenfassungen – oft weniger treffend.
Firmen- und Produktnamen überall unterschiedlich geschrieben sind,	fällt die eindeutige Zuordnung (Entität, Knowledge Graph) schwer.
die llms.txt auf veraltete Seiten verweist,	lenkt sie KI-Systeme in die falsche Richtung – regelmäßig aktualisieren.

4 Der Weg in 9 Schritten

Ein Kreislauf – nach der Messung beginnt die Bewertung von vorne.

1

Bestehende Inhalte bewerten

Qualität, Aktualität, Suchintention, Struktur, E-E-A-T und interne Verlinkung prüfen.

eboxx®: KI-Audit pro Seite oder für alle Seiten

2

Content-Gaps finden

Welche Themen, Fragen, Leistungen und Produkte fehlen? Nach Nutzen priorisieren.

eboxx®: KI-Audit: Content-Gaps & benötigte Informationen

3

Technische Basis prüfen

Erreichbarkeit, Indexierung, Ladezeit, Mobilfreundlichkeit, Barrierefreiheit.

eboxx®: Basis-Technik inklusive · automatische Prüfwerte im KI-Audit

4

Inhalte optimieren

Verständlich, vollständig, hilfreich, aktuell und klar gegliedert schreiben.

eboxx®: Textassistent

5

SEO optimieren

Titel, Beschreibung, Überschriften, URLs, interne Links.

eboxx®: Reiter „Digitale Sichtbarkeit“ · Vorschläge per Klick

6

AEO & E-E-A-T stärken

Fragen direkt beantworten, Verantwortliche, Quellen und Aktualität zeigen.

eboxx®: KI-Audit · FAQ-Vorschläge

7

Entitäten festlegen

Unternehmen, Leistungen, Produkte, Personen, Orte und deren Beziehungen eindeutig beschreiben.

eboxx®: Organisation · Seitentyp · Hauptentität

8

Strukturierte Daten ausgeben

Passende Schema.org-Typen per JSON-LD bereitstellen und validieren.

eboxx®: Automatisch + „Eigener JSON-LD-Code“ (KI-generiert)

9

Messen & nachschärfen

Sichtbarkeit beobachten, Audits wiederholen, neue Lücken erkennen.

eboxx®: Audit-Historie · Auswertung · veraltete Audits neu auditieren

♻ und wieder von vorne – digitale Sichtbarkeit ist ein laufender Prozess, kein Einmalprojekt.

5

Was eboxx® bereits mitbringt

Die grundlegenden CMS-Funktionen sind unabhängig von den optionalen KI-Tools nutzbar. KI-Audit, KI-Textassistent, KI-Generierung von JSON-LD und Bildern sind kostenpflichtige Zusatzmodule und stehen nur nach entsprechender Freischaltung zur Verfügung.

Funktion	Wo im CMS?	Wofür?
Reiter „Digitale Sichtbarkeit“	Seite bearbeiten	Meta-Titel, Beschreibung, Robots, Canonical, Seitentyp, Hauptentität, alternative Bezeichnungen und eigener JSON-LD-Code – alles an einem Ort pro Seite.
Organisation & Website (Schema.org)	Einmalig zentral, auf Wunsch pro Subseite abweichend	Wer steht hinter der Website (Typ, Name, Logo)? Grundlage für den Knowledge Graph – wird an alle Seiten vererbt.
Automatische strukturierte Daten	Ohne Zutun	Organisation, Website, Webseite und Breadcrumb auf jeder Seite; Produkte, Blogartikel, Adressen, Kurse und Jobs aus der Datenbank.
JSON-LD mit KI erzeugen (kostenpflichtiges Zusatzmodul)	Feld „Eigener JSON-LD-Code“	Erzeugt aus dem Seiteninhalt passende strukturierte Daten inkl. Gültigkeitsprüfung – Übernahme erst nach Ihrer Kontrolle.

Funktion	Wo im CMS?	Wofür?
KI-Audit (kostenpflichtiges Zusatzmodul)	Reiter „Digitale Sichtbarkeit“ und Übersicht „KI-Audit durchführen“	Bewertet jede Seite in sechs Bereichen: SEO, GEO, AEO, E-E-A-T, Content-Gaps und strukturierte Daten. Liefert priorisierte Maßnahmen und Vorschläge zum direkten Übernehmen.
Textassistent (kostenpflichtiges Zusatzmodul)	Unter den Textfeldern der Inhalte	Texte gliedern, kürzen, umformulieren, übersetzen und im Stil Ihres Hauses schreiben (eigene Prompts).
Bilder generieren (kostenpflichtiges Zusatzmodul)	Unter Bildfeldern und beim Social-Media-Bild	Passende Bilder nach Beschreibung erzeugen – für echte Orte und Personen bitte echte Fotos verwenden.
KI-Zugriff	Grundeinstellungen der Subseite → „KI-Zugriff“	Festlegen, welche KI-Bots die Website nicht lesen dürfen.
llms.txt	Website-Einstellungen	Wegweiser-Datei für KI-Systeme – pro Website und pro Sprache.
Mehrsprachigkeit & Sitemap	Automatisch	Sprachversionen werden verknüpft (hreflang), Sitemaps für Suchmaschinen bereitgestellt.

Im Detail: Der KI-Audit

Der optional buchbare KI-Audit ist die Brücke zwischen Theorie und Praxis: Er liest den veröffentlichten Inhalt einer Seite (ohne Navigation und Footer), die CMS-Angaben und automatisch gemessene technische Prüfwerte und bewertet daraus sechs Bereiche:



SEO

inkl. technischer Grundlagen



GEO

Eignung für KI-Suchsysteme



AEO

klare Antworten auf
Nutzerfragen



E-E-A-T

Erfahrung, Fachwissen,
Vertrauen



Content-Gaps

fehlende Themen &
Informationen



Strukturierte Daten

JSON-LD & Schema.org

- **Priorisierte Maßnahmen** mit den wichtigsten zuerst – abhaken als „erledigt“ oder „verworfen“.
- **Vorschläge zum Übernehmen:** Meta-Titel, Beschreibung, FAQ und JSON-LD per Klick ins Formular.
- **Audit-Historie** pro Seite: Entwicklung vergleichen, was sich verbessert hat und was offen ist.
- **Übersicht aller Seiten:** einzelne oder mehrere Seiten auditieren, fehlende Meta-Daten und JSON-LD erkennen, veraltete Audits erneuern.
- **Auswertung & PDF-Bericht** für die ganze Website – ideal als Grundlage für Abstimmungen im Team.

GUT ZU WISSEN

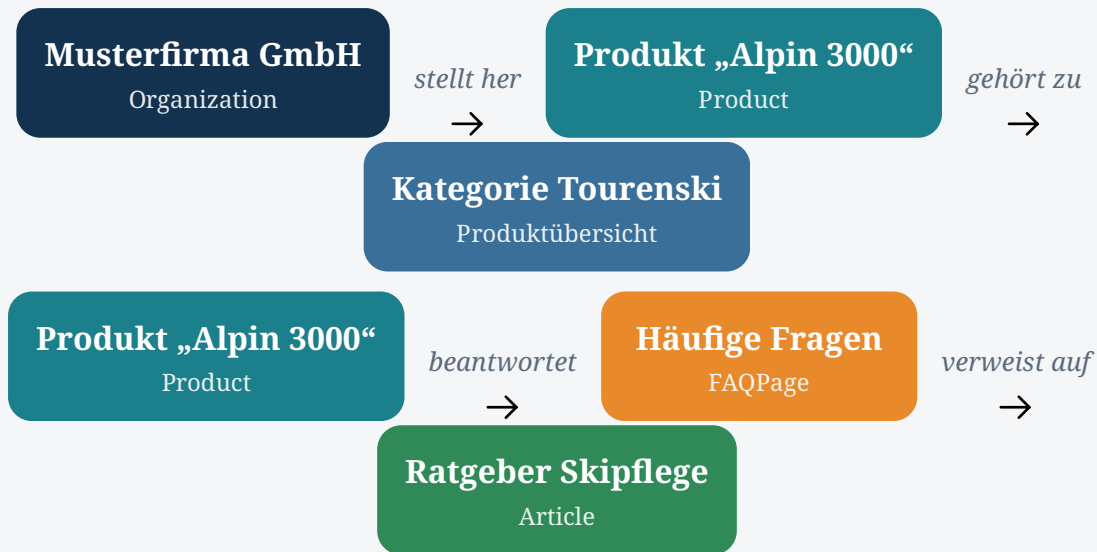
Der KI-Audit ist eine **redaktionelle Entscheidungshilfe**. Vorschläge werden nie automatisch veröffentlicht – Sie prüfen, übernehmen und speichern. Für Fakten wie Preise, Termine und Öffnungszeiten bleibt die Redaktion verantwortlich.

6 Beispiel: eine Produktseite ohne Produktdatenbank

Viele Produkte und Leistungen werden als eigene Seiten vorgestellt – nicht über einen Shop.

Für Produkte aus der eboxx®-Produktdatenbank entstehen strukturierte Daten automatisch. Wurde ein Produkt dagegen als normale Inhaltsseite vorgestellt, weiß eine Maschine zunächst nicht, dass es sich um ein Produkt handelt. So gehen Sie vor:

SO ENTSTEHT EIN KNOWLEDGE GRAPH



Jede Seite beschreibt sich selbst *und* ihre Beziehungen – zusammen entsteht ein durchgängiges Wissensnetz.

1. **Inhalt zuerst (GEO):** Die Seite erklärt klar, was das Produkt ist, für wen es geeignet ist, welche Eigenschaften es hat – mit Fakten, Tabelle und FAQ.
2. **Meta-Daten pflegen (SEO):** Eindeutiger Titel und eine Beschreibung, die genau dieses Produkt zusammenfasst.
3. **Seite speichern:** Der KI-Generator liest die veröffentlichte Seite – ungespeicherte Änderungen kennt er nicht.
4. **JSON-LD erzeugen:** Im Reiter „Digitale Sichtbarkeit“ beim Feld „Eigener JSON-LD-Code“ den Prompt ausführen, Vorschau prüfen, übernehmen, speichern.
5. **Beziehungen ergänzen:** Darauf achten, dass Hersteller/Organisation, Kategorie und verwandte Seiten verknüpft sind.
6. **Prüfen:** Mit dem Google Rich-Results-Test oder dem Schema Markup Validator kontrollieren; anschließend KI-Audit durchführen.

Wie sieht so ein JSON-LD-Block aus? (nur zur Orientierung – nicht selbst schreiben)

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Product",
  "name": "Alpin 3000",
  "description": "Leichter Tourenski für Einsteiger und Fortgeschrittene.",
  "brand": { "@type": "Brand", "name": "Musterfirma" },
  "manufacturer": { "@id": "https://www.musterfirma.at/#organization" },
  "category": "Tourenski",
  "isRelatedTo": { "@id": "https://www.musterfirma.at/ratgeber/skipflege#en"
}
```

7 Ihre Checkliste pro Seite

Für die wichtigsten Seiten zuerst: Startseite, Leistungen, Produkte, Themen- und Kategorienseiten.



Inhalt

Eine klare H1, gegliederte Abschnitte, echte Antworten statt Werbetext?



Fragen

Werden die typischen W-Fragen beantwortet (ggf. als FAQ)?



Vertrauen

Ist erkennbar, wer dahinter steht, wer geprüft hat und wie aktuell die Angaben sind?



Lücken

Fehlen wichtige Themen oder Informationen, nach denen Kunden suchen?



Verlinkung

Ist die Seite mit verwandten Themen verlinkt – und umgekehrt?



Meta-Daten

Eigener Titel und eigene Beschreibung gepflegt?



Seitentyp

Ist im Reiter „Digitale Sichtbarkeit“ Seitentyp bzw. Hauptentität gesetzt oder ein JSON-LD hinterlegt?



Prüfung

Strukturierte Daten validiert und KI-Audit durchgeführt? Maßnahmen abgearbeitet?



Zugang

Sind die gewünschten KI-Bots erlaubt und die llms.txt aktuell?

8

Realistische Erwartungen

- SEO, AEO und GEO verbessern Qualität und Verwertbarkeit Ihrer Website – **eine bestimmte Platzierung, Antwort oder Zitierung kann niemand garantieren.**
- Korrekte strukturierte Daten ermöglichen Rich Results, garantieren deren Anzeige aber nicht.
- GEO ist ein junges Feld: Ergebnisse unterscheiden sich je nach KI-System, Frage und Zeitpunkt.
- Wirkung entsteht über Wochen und Monate – und durch regelmäßige Pflege statt einmaliger Aktion.
- Datenschutz: Bei der Nutzung der KI-Funktionen werden Inhalte an OpenAI übermittelt. Keine personenbezogenen oder vertraulichen Daten in Anweisungen schreiben.

Fazit

Digitale Sichtbarkeit beginnt nicht mit einem Datenblock, sondern mit **gutem Inhalt pro Seite**. Ist diese Basis geschaffen, sorgen SEO, strukturierte Daten und KI-Wegweiser dafür, dass Ihre Seiten gefunden, verstanden und im besten Fall in KI-Antworten zitiert und verlinkt werden. eboxx® bietet dafür grundlegende CMS-Funktionen und optional buchbare, kostenpflichtige KI-Tools – vom Textassistenten bis zum KI-Audit. Gerne unterstützen wir Sie bei Analyse, Aktivierung und Umsetzung.

Weiterführend: Google Search Central (Search Essentials, Strukturierte Daten), Google Search Quality Rater Guidelines (E-E-A-T), schema.org, Aggarwal et al.: „GEO: Generative Engine Optimization“. Prüfwerkzeuge: Google Rich-Results-Test, Schema Markup Validator (validator.schema.org).

Quellen und fachliche Grundlage

- [Google Search Central – Search Essentials](#)
- [Google Search Central – Strukturierte Daten](#)
- [Google Search Central – Richtlinien für strukturierte Daten](#)
- [Google Search Quality Rater Guidelines](#)
- [Schema.org – Dokumentation](#)
- [Aggarwal et al. – GEO: Generative Engine Optimization](#)
- ChatGPT, Gemini, Claude