

Checkliste: Sichtbarkeit in AI-Search

So optimierst du deine Inhalte für Answer Engines

Kurzfristig: Strukturiere deine Inhalte Prompt-gerecht

- ☐ Stelle sicher, dass die Inhalte in dialogische Nutzungsszenarien passen und Raum für vertiefende Nachfragen bieten.
- ☐ Versetze dich in die Suchenden hinein und überlege genau: Auf welche Prompts sollte ich eine Antwort liefern? Tools wie [Otterly.AI](#) helfen dir, indem sie Keywords in mögliche Search Prompts umwandeln.
- ☐ Vernetze Hauptseiten (Guides) mit Unterseiten (FAQs, How-Tos, Glossar) und Sorge so für eine klare Websitestruktur.
- ☐ Verwende prägnante Absätze und kurze Zusammenfassungen, die mögliche Search Prompts präzise beantworten.
- ☐ Nutze eindeutige H1- bis H3-Überschriften sowie Inhaltsverzeichnisse und versehe die Inhalte mit FAQs, Listen, Tabellen und Fettungen.

Mittelfristig: Generiere einzigartigen Content und nutze Unique Data dafür

- ☐ Erstelle qualitativen, einzigartigen und authentischen Content. Greife dazu auch auf deine Unique Data (Primärdaten) zurück!
- ☐ Sammle Nutzer*innenbewertungen und Erfahrungsberichte (User Generated Content).
- ☐ Veröffentliche Expert*innenmeinungen, Referenzen, Fallstudien, Best Practice-Artikel und Gastartikel (Expert Voices).
- ☐ Nutze Rich Media wie Infografiken, Videos und Podcasts.

Langfristig: Sammle Markenerwähnungen (Brand Mentions) auf externen Plattformen und schaffe Sentiment

- ☐ Baue ein "Web of Consensus" auf, indem du Erwähnungen auf autoritativen, vertrauenswürdigen Websites generierst, z. B. durch Content auf Drittplattformen.
- ☐ Schaffe ein einheitliches, positives Sentiment für deine Marke, sodass LLMs deine Inhalte in den KI-Antworten bevorzugen.
- ☐ Platziere deine Marke auf Vergleichswebsites, Fachportalen und Fach-Blogs, da diese von LLMs oft als vertrauenswürdige Quellen zitiert werden.



Tipp: Miss deine AI Visibility, z. B. mit [diesen Tools](#)