

# GEO

## Quick-Start Guide

Die drei wichtigsten Hebel für AI-sichtbaren Content.  
In 15 Minuten lesen. Danach sofort loslegen.

Begleitmaterial zum Kurs GEO in der Praxis · Tobias Becker

### Warum dieses Dokument.

Die meisten Blogartikel und Landingpages, die heute im Netz existieren, werden von AI-Systemen ignoriert. Nicht weil sie schlecht geschrieben sind. Sondern weil sie falsch strukturiert sind.

ChatGPT, Claude, Gemini und Perplexity suchen nach Inhalten die klar, extrahierbar und originell sind. Die meisten Texte erfüllen keines dieser drei Kriterien.

Dieser Guide zeigt dir die drei wirksamsten Hebel um das zu ändern. Jeder Hebel mit einem konkreten Vorher/Nachher-Beispiel. Keine Theorie, kein Fachjargon. Nur was du heute noch umsetzen kannst.

### Was dich erwartet.

Hebel 1	<b>Definition First</b> Warum AI deine Einleitung ignoriert – und wie du das in 10 Minuten änderst.
Hebel 2	<b>Semantic Chunking</b> Warum lange Absätze AI-Sichtbarkeit töten – und wie du in Blöcken schreibst.
Hebel 3	<b>Information Gain</b> Warum generischer Content unsichtbar wird – und was stattdessen zählt.

Du brauchst kein neues System. Du brauchst bessere Struktur auf dem was du ohnehin schreibst.

# 1

## Definition First

Die wichtigste Aussage in die ersten 50 Wörter.

AI-Systeme suchen die Antwort. Nicht die Ankündigung der Antwort. Wenn die Kernaussage deines Textes erst in Absatz vier kommt, hat AI möglicherweise schon aufgehört, diesen Text als Quelle zu verarbeiten.

Das Prinzip: Die wichtigste Information steht in den ersten fünfzig Wörtern. Kein langer Aufwärm-Absatz davor. Keine vage Einleitung. Die Antwort zuerst.

Das gilt für Blogartikel genauso wie für Landingpages, FAQ-Seiten und About-Seiten. Überall dort, wo AI nach einer klaren Aussage sucht.

### Vorher / Nachher:

#### VORHER

E-Mail-Marketing ist eine der beliebtesten Marketingformen. Viele Unternehmen nutzen es täglich. In diesem Artikel zeigen wir dir, was E-Mail-Marketing ist, warum es wichtig ist und wie du damit anfängst. Los geht's!

#### NACHHER

E-Mail-Marketing bedeutet: Du kommunizierst direkt mit deinen Kunden – ohne Algorithmus-Abhängigkeit. Der durchschnittliche ROI liegt bei 36 Euro pro eingesetztem Euro. Dieser Artikel zeigt dir, wie du in drei Schritten anfängst.

Dieselbe Länge. Aber die zweite Version beantwortet sofort die wichtigste Frage: Was ist das und warum ist es relevant?

### So setzt du es um:

1. Nimm deinen bestehenden Artikel oder deine Landingpage.
2. Lies die ersten drei Sätze. Steht die wichtigste Aussage darin? Wenn nein: schreib sie jetzt als ersten Satz.
3. Formuliere die Kernfrage deines Textes in einem Satz. Beantworte sie. Das ist dein neuer erster Absatz.
4. Alles davor (Kontext, Einleitung, Aufwärmung) kommt danach – oder fliegt raus.

Zeitaufwand: 5–10 Minuten pro Artikel. Sofort umsetzbar, kein Tool nötig.

## 2

## Semantic Chunking

Ein Abschnitt. Ein Gedanke. Eine Aussage.

AI zerlegt Texte in Informationseinheiten. Jede Einheit wird bewertet: Gibt es hier eine klare Aussage? Kann ich das als Antwort auf eine konkrete Frage verwenden? Ein Absatz mit drei verschiedenen Gedanken ist für AI schwer zu verarbeiten – und wird im Zweifel ignoriert.

Semantic Chunking bedeutet: Du schreibst in klar abgegrenzten Blöcken. Pro Block ein Gedanke. Jeder Block hat eine Überschrift, die selbst schon eine Aussage ist.

Dabei gilt auch für Überschriften eine einfache Regel: «Warum das wichtig ist» sagt nichts. «Warum E-Mail-Marketing höheren ROI als Social Ads hat» ist eine eigenständige Aussage. Wer nur die Überschriften liest, soll den Artikel trotzdem verstehen.

### Vorher / Nachher:

#### VORHER

Social Media ist wichtig für Unternehmen weil man dort Kunden erreichen kann und auch weil Google es gut findet wenn man aktiv ist und außerdem ist es gut für die Markenbekanntheit und viele Firmen machen das nicht richtig weshalb sie keine Ergebnisse sehen.

#### NACHHER

Warum Social Media für Ergebnisse sorgt – wenn man es richtig macht: Direkte Reichweite: Du erreichst Zielgruppen ohne Werbekosten. Markenwahrnehmung: Konsistente Präsenz stärkt die Wiedererkennung. Organische Sichtbarkeit: Aktive Profile werden bevorzugt ausgespielt.

Dieselbe Information – aber in Blöcken strukturiert, mit einer klaren Überschrift. AI kann jeden dieser Punkte einzeln extrahieren und als Antwort verwenden.

### So setzt du es um:

1. Öffne deinen Text. Markiere alle Stellen, wo ein neuer Gedanke beginnt – egal ob im selben Absatz oder nicht.
2. Jeder neue Gedanke bekommt einen eigenen Absatz. Maximal 4 Sätze pro Block.
3. Überprüfe alle Zwischenüberschriften. Vage Titel umschreiben zu konkreten Aussagen.
4. Test: Lies nur die Überschriften. Ergibt sich ein roter Faden? Wenn ja, ist die Struktur gut.

Prompt für Claude oder ChatGPT: «Strukturiere diesen Text in klare Wissensblöcke. Pro Block ein Gedanke, maximal 4 Sätze. Jeder Block bekommt eine konkrete Überschrift – keine vagen Titel, sondern Aussagen.»

# 3

## Information Gain

Was AI nicht selbst schreiben kann – das ist es, was zählt.

Die meisten Blogartikel, die heute online sind, könnte eine AI selbst schreiben. «10 Tipps für besseres E-Mail-Marketing.» «Warum Content Marketing wichtig ist.» AI kann diese Artikel generieren – also hat sie keinen Grund, einen bestimmten davon zu zitieren.

Information Gain beschreibt den Anteil eines Textes, der echten Mehrwert liefert, den AI nicht eigenständig erstellen könnte. Je höher dieser Anteil, desto zitierwürdiger der Inhalt.

Was fällt darunter? Eigene Daten und Zahlen aus deiner Erfahrung. Persönliche Tests und was sie ergeben haben. Klare Meinungen mit Begründung. Eigene Frameworks oder Methoden. Direkter Vergleich aus eigener Praxis. Insider-Wissen das nur jemand mit echter Branchenerfahrung hat.

### Vorher / Nachher:

#### VORHER

LinkedIn ist eine wichtige Plattform für B2B-Marketing. Viele Unternehmen nutzen LinkedIn um ihre Marke aufzubauen und potenzielle Kunden zu erreichen. Es gibt verschiedene Strategien die man anwenden kann.

#### NACHHER

Ich habe drei Monate lang täglich auf LinkedIn gepostet – einmal mit reinen Text-Posts, einmal mit Karussell-Posts zum selben Thema. Ergebnis: Karussell-Posts haben im Schnitt 4,2× mehr Profilaufufe erzeugt. Hier ist was ich dabei gelernt habe.

Die zweite Version enthält einen eigenen Datenpunkt, ein persönliches Experiment und eine klare Aussage. AI kann das nicht selbst schreiben – und würde es deshalb als Quelle verwenden.

### So setzt du es um:

AI kann das selbst schreiben:	AI braucht dich dafür:
– Allgemeine Definitionen	✓ Eigene Daten und Zahlen
– Tipps-Listen ohne Quelle	✓ Persönliche Tests und Erfahrungen
– Oberflächliche Branchen-Infos	✓ Klare Meinungen mit Begründung
– Keyword-optimierte Abschnitte	✓ Eigene Frameworks und Methoden
– Einleitungen mit Fließtext	✓ Direkter Vergleich aus der Praxis

Mini-Research reicht: 50 Umfrage-Antworten, eine Auswertung von 100 Branchenposts, ein dokumentierter Test. Das erzeugt Zitierwert – ohne große Studie.

## Was jetzt?

Du hast jetzt die drei wichtigsten GEO-Hebel. Definition First, Semantic Chunking und Information Gain. Jeder für sich bringt schon mehr AI-Sichtbarkeit. Zusammen entscheiden sie, ob dein Content zitiert wird oder nicht.

Fang mit dem Artikel an, der dir am meisten Traffic bringt. Wende die drei Hebel an. Das dauert 30 bis 60 Minuten – und ist die wirksamste Stunde, die du in deinen Content investieren kannst.

---

### Die drei Hebel im Überblick.

**1**

#### **Definition First**

Kernaussage in den ersten 50 Wörtern. Keine Aufwärmphase.

**2**

#### **Semantic Chunking**

Ein Gedanke pro Block. Überschriften als Aussagen.

**3**

#### **Information Gain**

Eigene Daten, Erfahrung, Meinung. Was AI nicht selbst kann.

Früherer Fokus: angeklickt werden.

Neuer Fokus: zitiert werden.