

Online-Livekurs

Optimieren für ChatGPT & Co.

Was wirklich zählt.

(und was wir einfach noch nicht wissen.)

Sam Steiner · samsteiner.net · visibisy.com



Ablauf heute

5'

Begrüßung & Einstieg

20'

Think different: Klicks, Messbarkeit & die Kundenreise

20'

Wie ChatGPT & Co. im Hintergrund suchen

15'

Welche Inhalte zitiert werden und welche nicht

20'

Live-Demo: visibisy.com

15'

Datencheck: GA4 & Bing Webmaster Tools

10'

Der LinkedIn-Hype-Filter

15'

Fragerunde & Brainstorming

Hello

Links und Aufzeichnung hier zu finden:

<https://samsteiner.net/kurs-kiopt>

Kurs in Schweizer-Hochdeutsch weil einige die Aufzeichnung schauen

Fragen gerne in Schweizerdeutsch, bei Bedarf wiederhole ich etwas in Hochdeutsch

01

Think different: Klicks, Messbarkeit und die Kundenreise

20 Minuten

Früher war die Logik einfach

1

Blog Posts schreiben

Content Marketing brachte Klicks. Viele Klicks.

2

Klicks messen

Klicks galten als harte Währung. Nicht Impressions.

3

Leads zählen

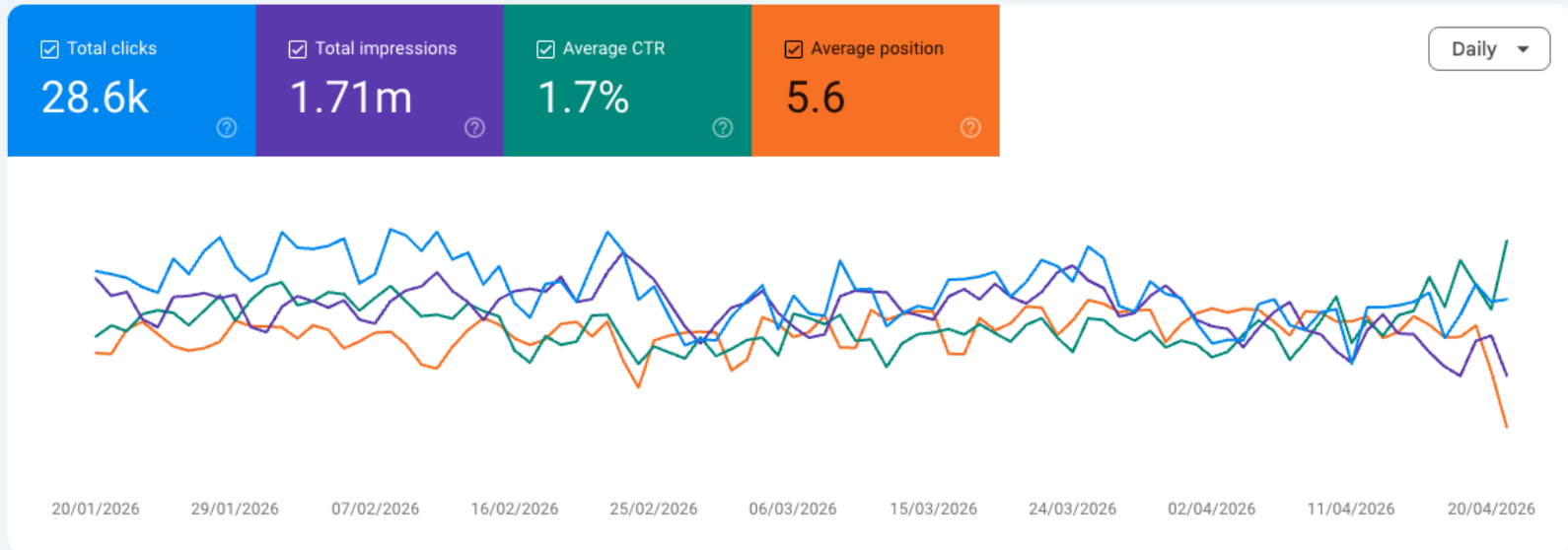
Leads noch härter. Aber wie gut waren sie wirklich?

4

Conversion Rate berechnen “reichte”

Informational Traffic brachte selten Umsatz. Aber das hat kaum jemand so genau hingeschaut.

Denk weiter als die Conversion Rate



Wieviel davon brachte wirklich was? Welche Arten von Traffic war das? (Informational, Transactional...)

Zero Click Search

Was jetzt mit Klicks passiert

**Die Mehrheit der Google-Suchen endet heute
... ohne einen einzigen Klick.**

Featured Snippets & AI Overviews

Google beantwortet Fragen direct. Kein Klick nötig.

ChatGPT & Perplexity

Antworten ohne Umweg über eine Website.

Was messen wir jetzt?

Klicks werden als Messgrösse immer unzuverlässiger. Es wird wieder weniger messbar.

Brand-Suchen beobachten

Wer dich trotzdem sucht, hinterlässt Spuren in Google Search Console.

Die chaotische Kundenreise

Man kann sie grösstenteils (leider) nicht messen. Sie existiert trotzdem weiterhin.

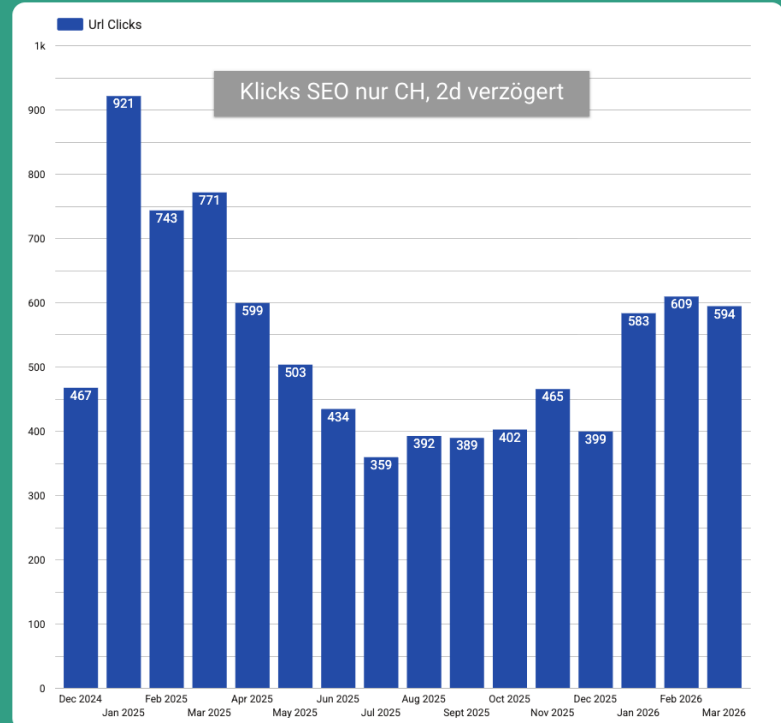
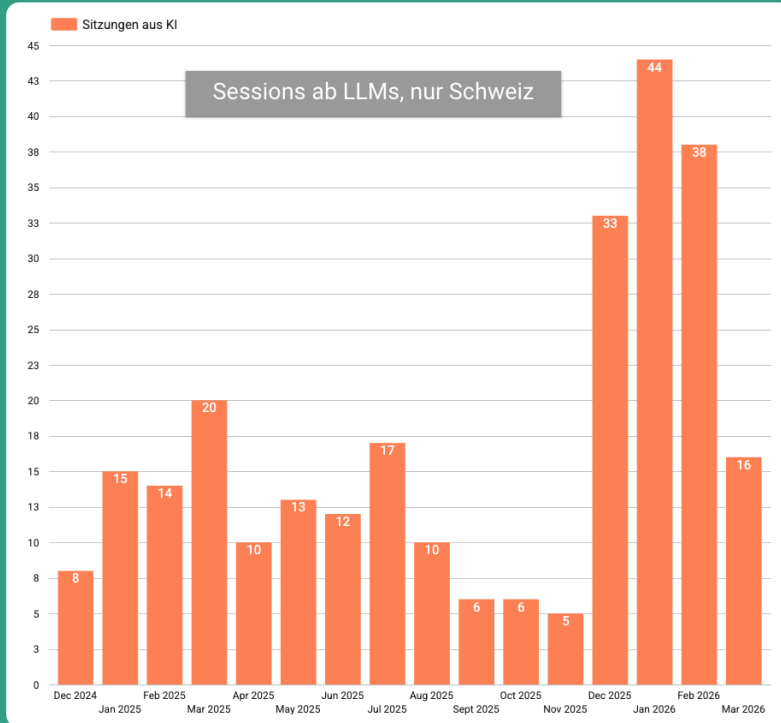


In frühen Phasen wollen wir nur erwähnt werden, nicht unbedingt geklickt werden.

Erwähnung in ChatGPT & Co. kann zu Brand-Suchen in Google führen, ohne messbaren Zusammenhang.

Trackst du Brand-Suchen? Google Search Console hat einen neuen Filter dafür (Daten seit Ende Februar 2026).

Welche Klicks sind wieviel Wert?



Brand-Filter in Google Search Console

The screenshot displays the Google Search Console interface. At the top, four performance metrics are shown: Total clicks (80), Total impressions (316), Average CTR (25.3%), and Average position (1.9). A 'Daily' filter is selected. A 'Query' dialog box is open, showing the 'Filter' tab. The dialog box has two radio button options: 'By keyword' and 'Branded queries'. The 'Branded queries' option is selected. Below the radio buttons, there are two input fields: 'Queries containing' and 'Keyword'. At the bottom of the dialog box, there are 'Cancel' and 'Apply' buttons. The background shows a line chart with multiple data series and a table of search appearance data.

SEARCH APPEARANCE	DAYS	Impressions	CTR	Position
		74	73%	1.0
		224	8%	2.2

Query classification is powered by AI and may mislabel branded and non-branded queries. Satisfied with the filtered results? [Feedback](#) [Report](#)

Rows per page: 10 1-2 of 2

Wer nutzt ChatGPT & Co. wie?

Heute schon intensiv

- Assistenten der Geschäftsleitung
- Recherche vor Dienstleisteranfragen
- Vergleiche vor Kaufentscheidungen
- Vorbereitung auf Verhandlungen

Noch im Aufbau

- Normalmensen: eher Unterhaltung
- Einfache Fragen, schnelle Antworten
- Potenzial noch nicht erkannt
- Wird sich rasch verändern

Frag ChatGPT nach dir selbst

"Wer ist [dein Name]?" oder "Was macht [dein Firmenname]?"

- Was kommt zurück? Stimmt es noch?
- Fehlt etwas Wichtiges?
- Siehst du Brand-Suchen in der Search Console?

02

Wie ChatGPT & Co. im Hintergrund suchen

Live-Demo: QFO Browser-Extension · 20 Minuten

Welches LLM sucht wo?

Nicht alle KI-Tools suchen gleich — und nicht alle suchen überhaupt.

Tool	Suchmaschine	Eigener Index	Besonderheit
ChatGPT	Bing (+ eigener Crawler)	Teilweise	Webbrowsing optional, trainiert auf eigenem Corpus
Perplexity	Bing, Google, eigener	Ja	Retrieval-first: sucht immer live, sehr aktuell
Gemini	Google	Nein (Google-Index)	Direkt in Google-Infrastruktur integriert
Claude	Brave Search	Nein	Kein Live-Search by default, trainiertes Wissen, wenn aktiv: Brave
Copilot	Bing	Nein	Microsoft-Ökosystem, tief in Windows/Office
Grok	Eigener Index + X (Twitter)	Ja	Zwei Tools: Websuche und X-Suche getrennt

Die QFO Browser-Extension

Query Fanouts sichtbar machen

ChatGPT

Welche Firmen sind spezialisiert auf MS Access in der Schweiz?

Ich prüfe gerade, welche Anbieter in der Schweiz tatsächlich mit MS Access arbeiten oder Access modernisieren, statt nur allgemein Software zu machen. Danach bekommst du eine kurze, brauchbare Liste mit Einordnung, wofür sie jeweils passen.

Ich habe bereits einige echte Treffer. Auffällig ist: Es gibt in der Schweiz nicht extrem viele Anbieter, die Access offen als Schwerpunkt nennen. Oft sind es eher Spezialisten fuer Betreuung, Weiterentwicklung und Migration von bestehenden Access-Lösungen.

Thought for 27s

Ja, es gibt in der Schweiz einige Firmen, die sich sichtbar auf MS Access, Access/VBA, Weiterentwicklung bestehender Datenbanken oder Migration von Access-Lösungen spezialisiert haben. Die meisten sind keine reinen "nur Access"-Büros, sondern kombinieren Support, Modernisierung und Ablösung.

Firmen in der Schweiz mit erkennbarem Access-Fokus

soxes AG, Bubikon (ZH)

Stellt sich selbst explizit als Access-Spezialist in der Schweiz dar und nennt **Wartung, Modernisierung und schrittweise Ablösung** bestehender Access-Datenbanken als Kernleistung. Passt vor allem fuer Unternehmen mit gewachsenen, kritischen Access-Lösungen, die nicht blind per Big Bang ersetzt werden sollen.

Accessprofi Schweiz / Bleuler Software GmbH, Zürich

Sehr klarer Fokus auf Microsoft Access Programmierung, Support und Webmigration. Die Website betont auch den Schritt von Access zu moderner Weblösung oder Mobile App. Klingt nach einem guten Fit, wenn Access weiterleben soll, aber moderner werden muss.

Infosch GmbH, Wettingen (AG)

Positioniert sich direkt mit professioneller Access-Programmierung und beschreibt sowohl klassische Access-Datenbanken als auch Lösungen mit SQL Server fuer groessere Anwendungen. Interessant fuer KMU, die Access weiter nutzen, aber technisch sauberer aufstellen wollen.

BITBEE Solutions GmbH, Zürich

Nennt explizit **Wartung und Weiterentwicklung von Microsoft-Access-Lösungen** sowie Ablösung und Migration. Das ist oft genau die Zone, in der Firmen Hilfe brauchen: nicht nur "neu bauen", sondern erst einmal stabilisieren und dann klug umbauen.

rusys, Schweiz

Beschreibt agile Datenbanklösungen mit Microsoft Access und Visual Basic sowie Weiterentwicklung oder Migration von Access-Projekten. Dazu kommt die Bruecke in Richtung Power Platform, was fuer Firmen spannend sein kann, die mittelfristig Richtung Web oder Cloud wollen.

OXL AG, Schweiz

Bietet laut Website Datenbankentwicklung fuer Microsoft Access sowie die Analyse und Optimierung bestehender Anwendungen an. Eher ein pragmatischer Anbieter fuer Prozess- und Office-nahe Business-Lösungen.

Thomas Ruf Projekte, Basel/Schweiz

Sehr deutlicher Access-Bezug: Auf der Website ist von ueber 200 mit Microsoft Access und VBA entwickelten Programmen, Datenbanken und Tools die Rede. Das wirkt nach viel Praxis mit kleineren bis mittleren Individuallösungen.

Webcomp GmbH, Schweiz

Erwaehnt auf der Startseite die professionelle Abwicklung von Access-Projekten sowie Weiterentwicklung und Support bestehender Access-Datenbanken. Eher ein allgemeiner Softwaredienstleister mit klar sichtbarer Access-Kompetenz.

Meine praktische Einordnung

Share

The screenshot shows the Fanout browser extension interface. At the top, it displays the search query 'MS Access Firmen Schweiz' and a table with statistics: 1 PROMPTS, 24 QUERIES, 127 CITATIONS, and 33 DOMAINS. Below this, there are tabs for 'Analysis', 'Domains', and 'History'. The main content area shows a list of search results for the query 'Welche Firmen sind spezialisiert auf MS Access in der Schweiz?'. Each result includes a snippet of text from a website, such as 'soxes AG, Bubikon (ZH)' and 'Accessprofi Schweiz / Bleuler Software GmbH, Zürich'. At the bottom, there are sections for 'GROUPED CITATIONS' and 'ADVANCED CITATIONS', providing more detailed information about the search results.

SEO ist oft die Basis!

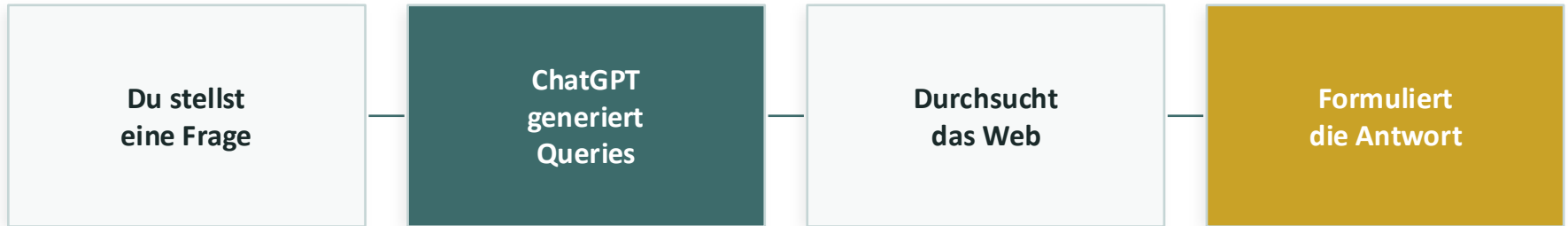
SEO stirbt immer wieder... aber aufersteht und adaptiert

Optimierung für LLMs

Klassisches
SEO

Die QFO Browser-Extension

Query Fanouts sichtbar machen



Die Extension macht diese Queries sichtbar. Ideen für deinen Content.

- Welche Suchbegriffe stellt ChatGPT tatsächlich im Hintergrund?
- Würde meine Website auf diese Queries eine Antwort liefern?
- Unterschied zwischen 'erwähnt werden' und 'als Quelle verwendet werden'

Stell ChatGPT eine Branchenfrage

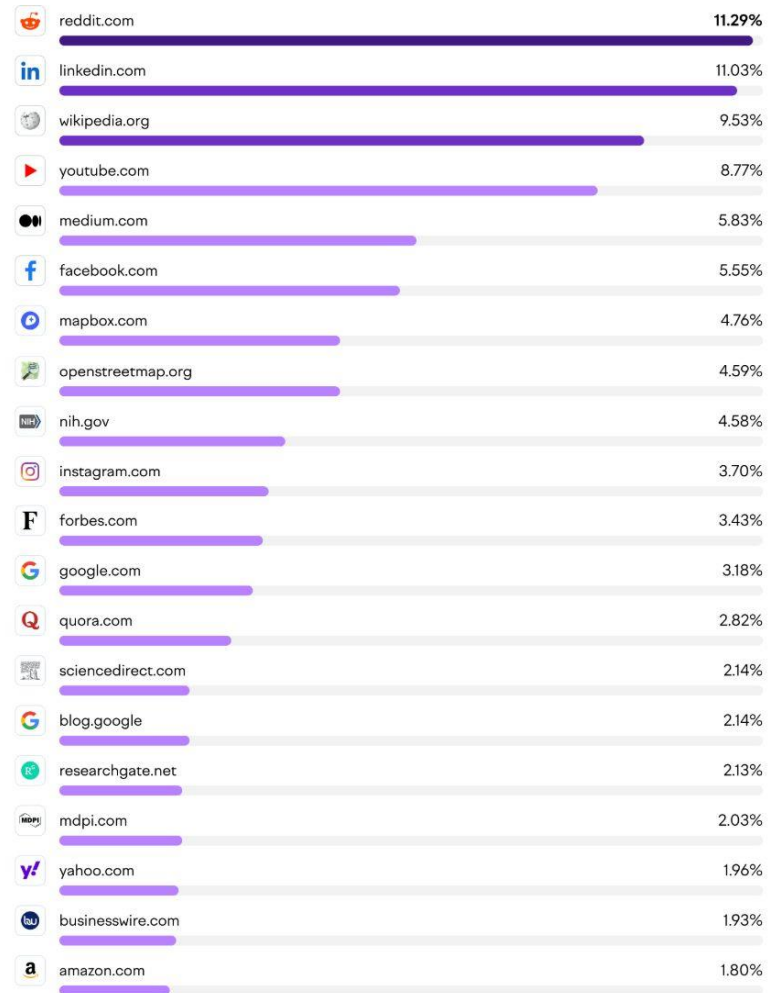
"Welche [Dienstleistung] gibt es in [deiner Region]?"

- Welche Queries erscheinen in der QFO-Extension?
- Taucht deine Website als potenzielle Quelle auf?
- Welche Seiten deiner Konkurrenz erscheinen stattdessen?

Häufig zitierte Domains

SEMRush, Januar 2026

ChatGPT, Perplexity, Google AI Mode



Average share of responses with domain citation

03

**Welche Inhalte
zitiert werden
und welche nicht**

15 Minuten

Was ChatGPT & Co. bevorzugen

Direkte Antworten auf konkrete Fragen

Klare Frage, klare Antwort. Kein Drumherum, kein Intro.

Fakten statt Imagetext

Namen, Zahlen, Orte. Nicht 'individuell, kompetent und zuverlässig'.

Strukturierte Texte

Sinnvolle Überschriften, kurze Absätze. Leicht zu scannen und zu zitieren.

Konsistenz über mehrere Seiten

Gleiche Kernaussagen an mehreren Orten schaffen Vertrauen für das LLM.

3 Fragen deines Wunschkunden

- Schreib 3 Fragen auf, die dein Wunschkunde ChatGPT stellen könnte.
- Gibt deine Website auf jede dieser Fragen eine klare, direkte Antwort?
- Wenn nicht: Das ist dein konkreter nächster Schritt.

04

Live-Demo: visibisy.com

20 Minuten · Claude, ChatGPT, Perplexity & Gemini

Einschub: Geopresence AI (für grössere Firmen)

Detailreport KI-Sichtbarkeit: Hotel Auerhahn

300 KI-Antworten analysiert · 15 Prompts · 4 Modelle · 5 Runs · 17.04.2026 11:13

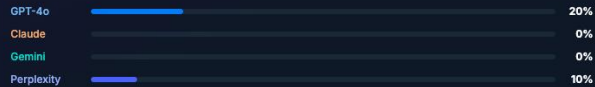
↑ 15 massgeschneiderte Testfragen — automatisch generiert aus deiner Website

↓ PDF Export

PRESENCE SCORE

8 **Kaum sichtbar**

40 ungestützte Abfragen · 4 Modelle



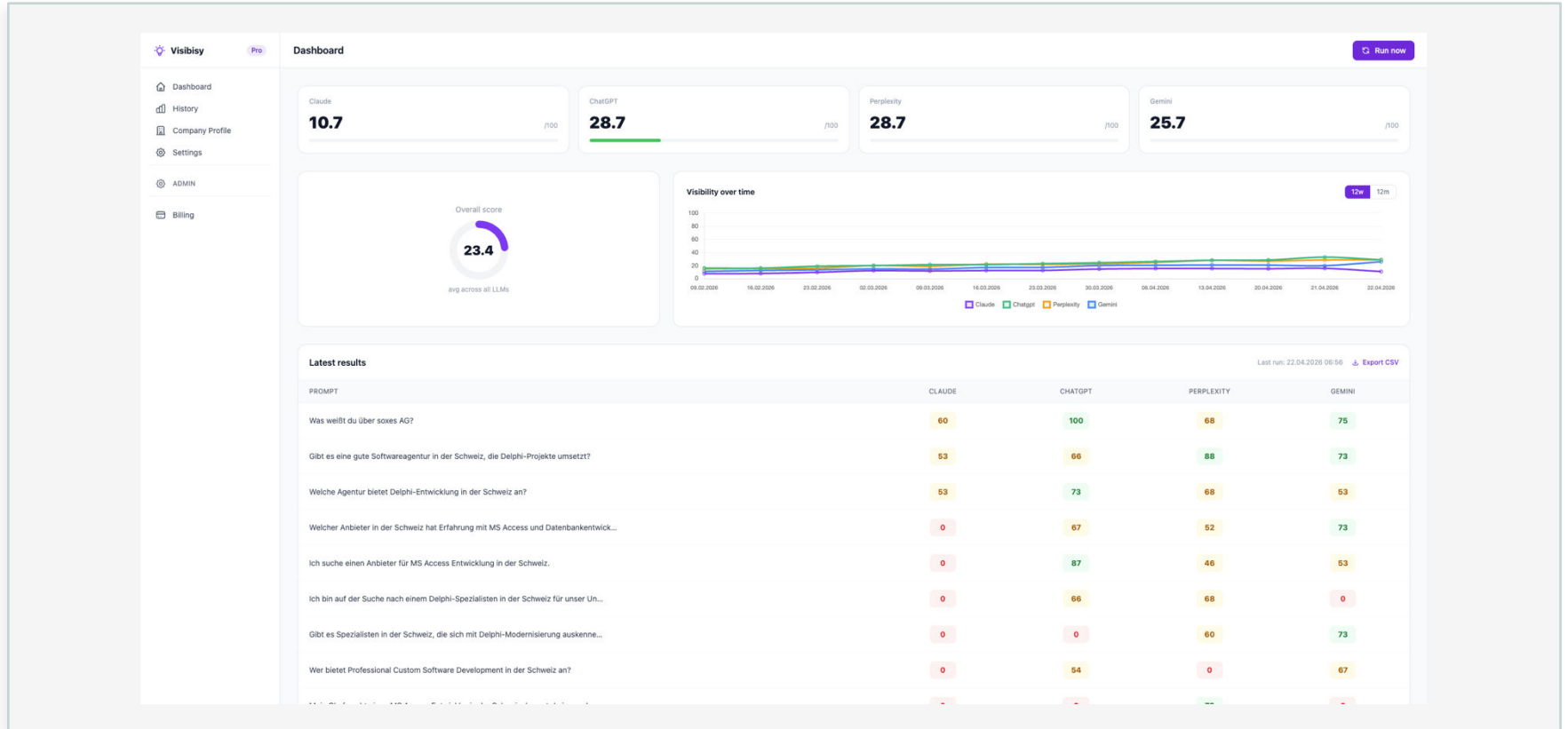
Gastronomie / Hotel · Schwarzwald · Wellness · vs. Hotel Traube Tonbach

SHARE OF VOICE

Anteil aller Markennennungen in KI-Antworten



Demo: Visibisy.com



visibisy.com — wie es funktioniert

Du gibst ein:

Wunschkunde · **Firmenname** · **URL** · **Region**

Das Tool generiert daraus Prompts und befragt 4 KI-Tools gleichzeitig.

Claude

ChatGPT

Perplexity

Gemini

- Wirst du erwähnt, wenn jemand nach deiner Leistung sucht?
- Welche Konkurrenten werden stattdessen genannt?
- Unterschiede zwischen den KI-Tools sichtbar machen

Deine Website in visibisy.com

visibisy.com

- Eigene URL, Wunschkunde und Region eingeben.
- Wirst du genannt? Auf welchen Plattformen, auf welchen nicht?
- Was überrascht dich? Was fehlt?
- Ergebnis notieren für die Fragerunde.
- **Pro** probieren? Gutschein **GEOPT25** ergibt 25% Rabatt für 3 Mt oder Jahresplan

05

Datencheck: Wie sichtbar bist du heute?

Google Analytics & Bing Webmaster Tools · 15 Minuten

Woher weisst du, ob deine Website sichtbar ist?

Google Analytics 4

- Akquisition → Traffic → Quelle/Medium
- Filter auf 'chatgpt.com', 'perplexity.ai'
- Welche Seiten bekommen bereits KI-Traffic?
- Wie verhalten sich diese Besucher?

Bing Webmaster Tools

- **Neue LLM-Suchphrasen-Analytics**
- Welche Anfragen kommen via Copilot?
- Wie versteht Microsoft-KI deine Seiten?
- Kostenlos, wird oft vergessen

Bing Webmaster Tools: AI Performance

AI Performance

Citation sources: Microsoft Copilots and Partners

7 days

30 days

3 months

Customised

01 Dec 2025

22 Apr 2026

Download ↓

80.8K

Avg. Cited Pages
46

Citations

1.5K
1.2K
900
600
300
0

Cited Pages

100
80
60
40
20
0

Dec

Jan

Feb

Mar

Apr

Citations Cited Pages

Es zeigt auch eine Liste der konkreten Querys!! (einzige offizielle Quelle, die wir derzeit haben)

Google Analytics: Exploration

soxes.ch - GA4 Try searching "add user"

Variables

EXPLORATION NAME:
AI Referrers Sam

Last 90 days
23 Jan - 22 Apr 2026

SEGMENTS

DIMENSIONS

- Session source/medium
- Landing page + query string
- Session manual source

METRICS

- Sessions
- Active users
- Engaged sessions
- Key events
- Event value

Settings

TECHNIQUE
Free-form

VISUALISATION

SEGMENT COMPARISONS
+ Drop or select segment

ROWS
+ Drop or select dimension
Landing page + query string

START ROW
1

SHOW ROWS
25

NESTED ROWS
No

COLUMNS
+ Drop or select dimension
Session manual source

START COLUMN GROUP
1

SHOW COLUMN GROUPS
10

VALUES
+ Drop or select metric
Sessions

CELL TYPE
Plain text

FILTERS
Session manual source matches regex (1)
(?chatgpt.com|chat.openai.com|openai.com|perplexity|claude.lalpoel.com|copilot.microsoft.com|migeminl.google.com|bard.google.com|you.com|phind.com|kagi.com).

Tab 1

Session manual source	chatgpt.com	claude.ai	gemini.google.com	perplexity	perplexity.ai	Totals
Landing page + query string	Sessions	Sessions	Sessions	Sessions	Sessions	+ Sessions
Totals	78 79.59% of total	12 12.24% of total	6 6.12% of total	1 1.02% of total	1 1.02% of total	98 100% of total
1 (not set)	44	3	2	0	0	49
2 /	22	3	0	0	0	25
3 /referenzen/	4	1	0	0	0	5
4 /team/	5	0	0	0	0	5
5 /en/ai-consulting/	3	0	0	0	1	4
6 /delphi/	3	0	0	0	0	3
7 /en/	3	0	0	0	0	3
8 /kuenstliche-intelligenz-beispiele/	3	0	0	0	0	3
9 /en/package/cloud/	0	0	2	0	0	2
10 /en/references/stadler-rail/	2	0	0	0	0	2
11 /individuelle-software/	0	2	0	0	0	2
12 /access-2-gb/	0	1	0	0	0	1
13 /access-alternativen/	0	1	0	0	0	1
14 /access-zukunftssicherheit/	1	0	0	0	0	1
15 /ai-consulting/	1	0	0	0	0	1
16 /cloud-migration/	1	0	0	0	0	1
17 /delphi-betreuung/	1	0	0	0	0	1
18 /digitale-trends-2026/	1	0	0	0	0	1
19 /en/access-specialists-switzerland/	0	0	1	0	0	1
20 /en/ai-falls/	1	0	0	0	0	1
21 /en/app-development/	0	0	0	1	0	1
22 /en/azure-cloud/	0	0	1	0	0	1
23 /en/big-data/	0	1	0	0	0	1
24 /en/delphi/	0	1	0	0	0	1
25 /en/internal-change/	1	0	0	0	0	1

GA4 öffnen und filtern

Akquisition → Traffic → Quelle/Medium → Filter: chatgpt

- Gibt es bereits Traffic von ChatGPT oder Perplexity?
- Welche Seiten werden am häufigsten besucht?
- Noch kein KI-Traffic? Das ist dein Ausgangswert — notieren.

06

Der LinkedIn- Hype-Filter

10 Minuten · Was du getrost ignorieren kannst

Das klassische Hype-Playbook

Erkennst du das Muster?

1

Interessante Findings teilen

Klingt nach Forschung. Ist oft Marketing.

2

Gratis-Diagnostic anbieten

Damit du weißt wie schlecht du dastehst.

3

Tool verkaufen

Das du jetzt dringend brauchst.

Frag immer: Wer hat die Studie gemacht — und warum?

Hype LLMs.txt

Hält sich hartnäckig, bewirkt genau nichts.

wtf reads llms.txt?

'Everyone' says put a llms.txt on your site so AI systems know what to do with your content. We're tracking whether any of them actually bother to read it — across multiple websites.

● Tracking since 26 March 2026.

25

TOTAL HITS

0

TODAY

7

LAST 7 DAYS

22

UNIQUE IPS

0

KNOWN LLM
BOTS 🤖

As John Mueller, Google, [points out](#), there are numerous llms.txt directories out there, which make llms.txt files findable for any crawler. Also, it is easy to force an LLM to read any public file. AI bots turning up here in the logs doesn't mean llms.txt does anything for a website's visibility. — Sam

AI BOT MILESTONES

#1 - not yet reached

TOP USER AGENTS

USER AGENT	HITS
Mozilla/5.0 (compatible; Dataprovider.com)	4 <div><div style="width: 100%;"></div></div>
Mozilla/5.0 (Macintosh; Intel Mac OS X 10_15_7) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like ...)	3 <div><div style="width: 100%;"></div></div>
Mozilla/5.0 (X11; CrOS x86_64 14541.0.0) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) ...	2 <div><div style="width: 100%;"></div></div>
Mozilla/5.0 (compatible; ReconTool/1.0)	2 <div><div style="width: 100%;"></div></div>
Mozilla/5.0 (X11; Linux x86_64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/14...	2 <div><div style="width: 100%;"></div></div>
Mozilla/5.0 (Linux; Android 8.1.0; Moto G (4)) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like G...	2 <div><div style="width: 100%;"></div></div>

Hype KI-Inhalte skaliert

Was du konkret tun kannst

GEO baut auf SEO auf — nicht daneben.

Fundament (SEO)

- Technisch saubere Website: schnell, mobil, crawlbar
- Klare Seitenstruktur mit sinnvollen Überschriften
- Schema Markup: FAQ, LocalBusiness, Organization
- Backlinks von relevanten, glaubwürdigen Seiten

Inhalt (SEO & GEO)

- Direkte Antworten auf konkrete Fragen
- Eine Frage pro Seite. Nicht alles auf einmal
- Konsistente Kernaussagen über mehrere Seiten
- Echte Expertise: Autor, Erfahrung, Beispiele

Spezifisch für ChatGPT & Co.

- Markenerwähnungen auf anderen Websites (auch ohne Link)
- Query Fanouts lesen: wonach sucht ChatGPT? Dafür optimieren
- Bing Webmaster Tools einrichten
- Brand-Suchen in Google Search Console beobachten

Was wir noch nicht wissen: wie stark GEO-spezifische Massnahmen wirklich gewichten — beobachten statt blind optimieren.

07

Fragerunde & Brainstorming

15 Minuten · Deine Situation, deine Fragen

Deine nächste Massnahme

Was machst du in den nächsten 2 Wochen?

Schreib eine konkrete Massnahme auf.

samsteiner.net

visibisy.com

