

SEO-, GEO- und AEO-Audit: vom URL-Befund zur Entscheidung



KI-Konzeptillustration. Fachliche Inhalte und Arbeitsmodelle: Patrick Wings.

Ein reproduzierbarer Prüfprozess für bessere Inhalte und klare Reparaturentscheidungen - mit Grenzen statt pauschalen Sichtbarkeitsversprechen.

Ausgabe 17. Oktober 2026 · Deutsch

Unterstützung bei der Umsetzung: [Strategiegespräch anfragen](#)

SO ARBEITEST DU MIT DIESEM MATERIAL

Für Marketingteams, Redaktionen und Websiteverantwortliche, die bestehende Inhalte gezielt verbessern wollen.

Deine konkreten Arbeitsergebnisse

- URL-Stichprobe mit dokumentiertem Prüfbereich
- Reproduzierbare technische und redaktionelle Befunde
- Priorisiertes Reparatur- und Vertiefungsprogramm
- Abnahmeprotokoll mit Quellen und Prüfgrenzen

Inhalt

01 / Ein Audit beginnt mit einer Entscheidung	3
02 / Stichprobe und Daten sauber abgrenzen	3
03 / Zugänglichkeit reproduzierbar prüfen	3
04 / Suchaufgabe statt Keyword-Dichte	4
05 / Aussagen, Quellen und Grenzen markieren	4
06 / GEO und AEO ohne Scheinversprechen	5
07 / Strukturierte Daten und Medien kontrollieren	5
08 / Fiktiver Fall: drei Seiten, drei Entscheidungen	5
09 / Prioritäten mit klaren Regeln setzen	6
10 / Prüfprotokoll und Gegenprobe	7
11 / Ein Audit-Sprint mit begrenztem Umfang	7
12 / Wirkung messen, Unsicherheit erhalten	7
Arbeitsblatt: URL-Audit und Reparaturrentscheidungen	8
Fragen aus der Anwendung	9
Quellen und Einordnung	9

01 / Ein Audit beginnt mit einer Entscheidung

Ein guter Audit liefert keine endlose Fehlerliste. Er beantwortet, welche Seiten du zuerst reparieren, vertiefen, zusammenführen oder unverändert lassen solltest. Lege zunächst Markt, Sprache, Angebot und gewünschte Nutzerhandlung fest. Eine deutsche Leistungsseite wird gegen eine andere Aufgabe geprüft als ein englischer Grundlagenartikel.

Trenne drei Ebenen: technische Zugänglichkeit, inhaltliche Verlässlichkeit und geschäftlicher Nutzen. Eine erreichbare Seite kann fachlich schwach sein. Ein exzellenter Artikel kann hinter einer Anmeldung liegen. Eine häufig zitierte Erklärung kann Besucher anziehen, die dein Angebot niemals benötigen. Erst die Verbindung aller drei Ebenen macht aus einem Audit eine brauchbare Investitionsentscheidung.

02 / Stichprobe und Daten sauber abgrenzen

Exportiere eine URL-Liste aus deiner eigenen Sitemap oder deinem CMS. Ergänze Seitentyp, Sprache, Thema, letzte fachliche Prüfung und Zielhandlung. Wähle zunächst repräsentative Seiten: eine zentrale Leistung, eine Branchenlösung, einen Pillar, einen unterstützenden Artikel und eine Ressource. Prüfe zusätzliche Seiten, wenn ein Templatefehler sichtbar wird.

Notiere bei jedem Datenexport Zeitraum, Filter und Zugriffsrechte. Search-Console-Daten sind nicht mit sämtlichen Website-Besuchen gleichzusetzen. Fehlender Zugriff ist eine Prüfgrenze, kein Beweis fehlender Sichtbarkeit. Wenn du nur öffentliches HTML untersuchst, kennzeichne ausdrücklich, dass Serverlogs, Indexstatus und echte Conversions nicht bewertet wurden. Dadurch bleibt der Bericht für spätere technische Teams nachvollziehbar.

03 / Zugänglichkeit reproduzierbar prüfen

Rufe die vollständige URL ohne Anmeldung auf. Notiere Statuscode, Weiterleitung und finale Adresse. Prüfe robots.txt für den relevanten Crawler und anschließend Meta-Robots sowie einen möglichen X-Robots-Tag im Response-Header. Diese Kontrollen erfüllen unterschiedliche Aufgaben. Ein robots.txt-Eintrag ist kein verlässlicher Ersatz für eine Indexierungsanweisung.

Prüfe danach den ursprünglichen HTML-Quelltext und die gerenderte Seite. Sind H1, Kernaussage, wichtigste Absätze und interne Links enthalten? Falls Inhalte erst nach JavaScript erscheinen, dokumentiere die Abhängigkeit, ohne daraus automatisch ein generelles Crawling-Verbot abzuleiten. Bei gesperrten privaten Vorschauen ist die korrekte Aussage „öffentlich nicht prüfbar“, nicht „technisch vollständig indexiert“.

Prüfung	Reproduzierbarer Schritt	Dokumentation
HTTP	URL ohne Sitzung abrufen	Status, Datum, finale URL
Crawl-Zugang	robots.txt und Zugangsbarriere prüfen	Crawler, Regel, Einschränkung
Indexanweisung	Meta-Robots und Header lesen	Gefundene Direktiven
Text	Quelltext und Rendering vergleichen	Fehlende Kernaussagen
Canonical	Canonical-Ziel öffnen	Zielstatus und Sprachpassung

04 / Suchaufgabe statt Keyword-Dichte

Schreibe für jede Seite eine Nutzerfrage und eine passende Folgehandlung auf. Beispiel: „Wie prüft unser Einkauf Wartungssoftware?“ führt zu einer Bewertungsmatrix, nicht sofort zu einer generischen Demoaufforderung. Prüfe, ob die Seite die Frage mit Kriterien, Einschränkungen und einem konkreten Beispiel beantwortet.

Ordne Begriffe nach Bedeutung und Entscheidungsphase, nicht nach einer vorgeschriebenen Wiederholungszahl. Wenn zwei Seiten dieselbe Frage für dieselbe Zielgruppe beantworten, untersuche Überschneidungen. Unterschiedliche Suchintentionen können getrennte Seiten rechtfertigen. Fast identische Texte mit ausgetauschtem Branchenwort liefern dagegen wenig zusätzlichen Nutzen. Eine Zusammenführung braucht einen klaren Zielinhalt und eine verantwortliche Person für Weiterleitungen und interne Links.

05 / Aussagen, Quellen und Grenzen markieren

Markiere jede überprüfbare Behauptung: Produktfunktion, Kennzahl, Vergleich, rechtliche Aussage oder technisches Versprechen. Verlinke eine belastbare Primärquelle oder eine freigegebene eigene Dokumentation. Erfasse Stand und Geltungsbereich. Fehlt der Nachweis, wird die Aussage eingeschränkt, als Annahme bezeichnet oder entfernt.

Eine Autorenzeile allein belegt keine fachliche Qualität. Prüfe, ob die genannte Person den Inhalt tatsächlich verantwortet und ob die Seite eine Aktualisierungslogik besitzt. Erfinde keine Zertifikate, Kundenerfolge oder Quellen. Für tabellarische Vergleiche dokumentierst du, welche Produktversionen betrachtet wurden und welche Kriterien nicht überprüft werden konnten. Leser müssen zwischen beobachteter Tatsache, Beispielannahme und deiner Empfehlung unterscheiden können.

06 / GEO und AEO ohne Scheinversprechen

Formuliere die Kernantwort direkt unter der relevanten Zwischenüberschrift. Ergänze Begriffsdefinitionen, nachvollziehbare Tabellen und Fragen aus echten Verkaufs- oder Supportgesprächen. Diese Arbeitsweise erleichtert Menschen und auslesenden Systemen das Verständnis, ist aber keine Zusage für eine Nennung in einem Sprachmodell.

Google nennt für seine AI-Suchfunktionen keine zusätzlichen speziellen Optimierungsanforderungen gegenüber den grundlegenden Suchanforderungen. Daraus folgt nicht, dass alle anderen Anbieter identisch arbeiten. Prüfe Zugriffsregeln pro Anbieter und halte Beobachtungen getrennt. Eine manuelle Prompt-Stichprobe ist ein Momentbild mit Modell, Sprache und Datum; sie ist weder ein vollständiger Marktanteil noch eine stabile Rangposition. Bewerte Nutzbarkeit und belegte Antworten zuerst.

07 / Strukturierte Daten und Medien kontrollieren

Lies vorhandene strukturierte Daten und gleiche sie mit dem sichtbaren Inhalt ab. Name, URL, Autor, Sprache und Leistungsbeschreibung müssen zur Seite passen. Eine FAQ-Auszeichnung darf keine Fragen enthalten, die auf der Seite fehlen. Ein technisch gültiger Datensatz garantiert keine besondere Darstellung in Suchergebnissen.

Prüfe Bilder anhand ihres Informationswerts. Ein beschreibender Alt-Text erklärt relevante Bildinhalte; dekorative Elemente brauchen keine Keyword-Liste. Diagramme benötigen zusätzlich eine verständliche textliche Erklärung, damit ihre Aussage auch ohne Bild erkennbar bleibt. Bei PDFs gehören Titel, nachvollziehbare Gliederung und lesbarer Text zur Qualitätsprüfung. Dokumentiere, wenn du Barrierefreiheit oder PDF-Tagging nicht vollständig testen konntest.

08 / Fiktiver Fall: drei Seiten, drei Entscheidungen

Der folgende Fall ist vollständig fiktiv; sämtliche Zahlen und Befunde sind Beispielannahmen. Nordlicht Systems prüft eine Leistungsseite, einen Ratgeber und eine PDF-Ressource. Die Leistungsseite liefert korrekte Texte, aber ihr Formularweg scheitert. Der Ratgeber enthält einen unbelegten Effizienzvergleich. Die PDF-Ressource besitzt hilfreiche Tabellen, ist auf der Website jedoch nur über eine Bildschaltfläche ohne verständlichen Linktext erreichbar.

Das Team ordnet technische und redaktionelle Aufgaben getrennt zu. Es repariert zuerst den Anfrageweg, ersetzt danach den Vergleich durch überprüfbare Kriterien und ergänzt einen klar benannten Ressourcenlink. Es erstellt nicht automatisch drei neue Seiten. Das Audit verbessert zunächst vorhandene Werte und verhindert, dass zusätzliche Inhalte dieselben Fehler übernehmen.

Seite	Befund	Maßnahme	Abnahme
Leistung	Formular ohne Bestätigung	Technischen Weg reparieren	Testanfrage erreicht Zuständigen
Ratgeber	Unbelegter Vergleich	Kriterien und Quellen ergänzen	Jede Aussage belegt oder eingeschränkt
Ressource	Linkzweck unklar	Beschreibenden Textlink hinzufügen	Download ohne Bildverständnis auffindbar

09 / Prioritäten mit klaren Regeln setzen

Nutze P0 für eine aktuelle Blockade eines geschäftskritischen Wegs, P1 für erhebliche Inhalts- oder Entscheidungsfehler und P2 für spätere Verbesserungen. Diese Bezeichnungen sind ein internes Arbeitsmodell, kein offizieller Suchmaschinenstandard. Erfasse zusätzlich Reichweite des Fehlers, Belegsicherheit und Abhängigkeiten.

Ein kleiner Templatefehler kann hunderte Seiten betreffen und verdient deshalb eine andere Planung als eine einzelne schwache Formulierung. Repariere trotzdem nicht blind nach URL-Anzahl. Eine blockierte zentrale Kontaktseite kann wichtiger sein als viele dekorative Bildbeschreibungen. Gib jedem Auftrag ein prüfbares Ergebnis, eine Person und einen Termin. Wenn Aufwand oder Wirkung unbekannt sind, plane zuerst einen begrenzten Untersuchungsschritt.

Klasse	Auslöser	Erster Schritt
P0	Geschäftskritischer Weg blockiert	Reproduzieren, Verantwortlichen benennen, reparieren
P1	Wesentliche Aussage falsch oder unklar	Quelle prüfen, Inhalt korrigieren, fachlich abnehmen
P2	Verbesserung ohne aktuelle Blockade	In nächsten Redaktionszyklus einplanen
Unklar	Befund ohne ausreichenden Zugriff	Fehlenden Nachweis beschaffen statt raten

10 / Prüfprotokoll und Gegenprobe

Speichere pro Befund die URL, Uhrzeit, Prüfmethode, Beobachtung und erwartete Änderung. Trenne eine Bildschirmaufnahme von deiner Interpretation. Ein Screenshot beweist zum Beispiel einen sichtbaren Fehler, aber nicht automatisch dessen Ursache. Verlinke technische Tickets statt Lösungen in mehreren Dokumenten auseinanderlaufen zu lassen.

Nach einer Reparatur wiederholst du genau den ursprünglichen Prüfschritt. Kontrolliere zusätzlich mindestens eine unbetroffene Seite desselben Templates, um Nebenwirkungen zu erkennen. Halte den vorherigen und neuen Zustand fest. Eine Reparatur gilt als abgeschlossen, wenn das definierte Akzeptanzkriterium erfüllt ist; eine später erhoffte Rankingbewegung ist kein unmittelbarer Funktionsnachweis.

11 / Ein Audit-Sprint mit begrenztem Umfang

Plane einen halben Tag für Auswahl und Zugriffsprüfung, einen Tag für die repräsentative Stichprobe und einen gemeinsamen Auswertungstermin. Diese Zeiten sind ein Planungsvorschlag für einen kleinen ersten Durchlauf, keine allgemeine Aufwandsgarantie. Große Websites oder komplexe Anwendungen benötigen einen eigenen Umfang.

Im Auswertungstermin zeigt ihr zuerst drei belegte Befunde und die dazugehörigen Entscheidungen. Danach bestimmt ihr, welche Muster auf weitere Seiten übertragen werden müssen. Schließt mit einem kleinen Reparaturpaket, einem fachlichen Vertiefungsauftrag und einem Termin für die Gegenprobe. Ein Sprint ist erfolgreich, wenn die wichtigsten Entscheidungen klarer und die nächsten Schritte ausführbar sind, auch wenn nicht jede URL geprüft wurde.

12 / Wirkung messen, Unsicherheit erhalten

Vergleiche nach Veröffentlichung zunächst Funktionsdaten: Sind Seiten erreichbar, Inhalte vollständig und Formulare bearbeitbar? Danach prüfst du Suchdaten und echte Anfragen in konsistenten Zeiträumen. Notiere gleichzeitige Kampagnen, Saisonalität oder Produktänderungen. Eine Veränderung nach dem Audit ist nicht automatisch durch den Audit verursacht.

Für manuelle KI-Abfragen speicherst du Frage, System, Sprache, Datum und sichtbare Quellen. Wiederhole eine kleine feste Auswahl, statt nur erfolgreiche Treffer zu sammeln. Zeige Schwankungen offen. Das Ziel bleibt eine nachvollziehbar bessere Wissens- und Entscheidungsgrundlage auf deiner Website; Suchsysteme und Sprachmodelle entscheiden selbst, welche Inhalte sie wann verwenden.

Arbeitsblatt: URL-Audit und Reparaturentscheidungen

Nutze eine Zeile pro Befund, nicht pro allgemeinem Wunsch. Die erste Zeile ist ein fiktives Beispiel. Ergänze im Nachweisfeld Datum und Prüfmethode.

[Bearbeitbare Arbeitsdatei in Excel / Google Sheets öffnen](#)

URL / Seitentyp	Frage / Sollzustand	Nachweis / Befund	Priorität / Entscheidung	Besitzer / Abnahme
/wartungssoftware/ - fiktiv	Anfrage erfolgreich absenden	Test: keine Bestätigung	P0 / Formular reparieren	Operations / CRM-Eintrag vorhanden
Leistungsseite	Passendes Angebot verstehen			
Branchenlösung	Konkreten Einsatzfall erkennen			
Pillar	Thema und Folgefragen einordnen			
Supportartikel	Eine spezifische Frage beantworten			
Ressource	Nutzen und Download nachvollziehen			
Sprachversion	Korrekte Zielgruppe und Sprache			
Medienseite / PDF	Kernaussage ohne Bild erfassen			
Template-Gegenprobe	Keine Nebenwirkung nach Reparatur			

Fragen aus der Anwendung

Kann ich garantieren, dass ein LLM die überarbeitete Seite zitiert?

Nein. Du kannst Zugänglichkeit, Verständlichkeit, Quellen und interne Auffindbarkeit verbessern. Ob und wann ein bestimmtes System die Seite nutzt, bleibt dessen Entscheidung und lässt sich nicht seriös garantieren.

Braucht jede Seite FAQ-Markup?

Nein. Ergänze Fragen nur, wenn sie tatsächliche Nutzerprobleme beantworten. Auszeichnung muss dem sichtbaren Inhalt entsprechen. Die reine Existenz eines FAQ-Datensatzes ist weder ein Qualitätsbeweis noch eine Garantie besonderer Suchdarstellung.

Was prüfe ich ohne Search-Console-Zugriff?

Du kannst öffentliches HTML, Zugänglichkeit, sichtbare Inhalte, interne Links und grundlegende Direktiven prüfen. Indexstatus, vollständige Suchleistung und interne Conversion-Daten bleiben außerhalb dieses Prüfbereichs und müssen im Bericht ausdrücklich fehlen.

Wann sollte ich zwei Artikel zusammenführen?

Wenn beide dieselbe Suchaufgabe für dieselbe Zielgruppe ohne eigenständigen Zusatznutzen bedienen. Prüfe zuerst vorhandene Nachfrage, Verlinkungen und Inhalte. Lege ein sinnvolles Ziel sowie Weiterleitungen und Linkaktualisierung fest, bevor du entfernst.

Quellen und Einordnung

Die verlinkten Primärquellen ergänzen die fachlichen Grundlagen. Die Beispiele dieser Ressource sind fiktiv und keine Kundenreferenzen. Beispielzahlen sind Annahmen und keine zugesagten Ergebnisse. Prüfe aktuelle Plattformfunktionen vor der Umsetzung.

[Google Search Central: AI features and your website](#) (developers.google.com)

[Google Search Central: Introduction to robots.txt](#) (developers.google.com)

[Google Search Central: Getting started with Search Console](#) (developers.google.com)