

HANDSON · INNOVATIONPORT WISMAR · 30.09.2026

Gefunden werden, in Google und in ChatGPT

SEO und KI-Suche für kleine Betriebe. Simon Glowik



Simon Glowik

Heute Vormittag

Zeit	Was passiert
09:00	Ankommen und Vorstellungsrunde. Zwischendurch immer wieder: deine Fragen
09:20	SEO, GEO, SEA, SEM: welcher Begriff was meint, mit kleinem Quiz
09:35	Warum die Seite keine Anfragen bringt, und was konkret hilft
09:55	SEO-Angebote: was dich verwirrt und woran du ein schlechtes erkennst
10:10	Pause, 15 Minuten
10:25	Live-Check einer Seite aus dem Raum, dann deine eigene: Check, Checkliste, Unternehmensprofil
11:30	KI-Suche, deine Prioritätenliste, Fragen

SICHTBAR WIRST DU NICHT NUR BEI GOOGLE

Gründungswerft Wismar



Ein Gründernetzwerk im Norden, seit 2021.

Seit Juli 2026 leite ich mit André Kaeber die Standorte Wismar und Lübeck, mein Schwerpunkt ist Wismar.

Kunden kommen auch über Menschen: Treffen, Empfehlungen, Leute, die deine Geschichte weitererzählen.

Private Mitgliedschaft ab 30 Euro im Jahr. Sprich mich in der Pause an.

NordFlux



„Wer bist du, was machst du, und wie kommen
Kunden heute zu dir?“

Vorstellungsrunde, 20 Minuten

01

Die Begriffe

SEO, GEO, SEA und der Rest: wer macht was

Welcher Begriff ist dir schon mal untergekommen, ohne dass du wusstest, was dahintersteckt?

Ein Begriff pro Eingabe, so viele du willst.

Handy raus, QR scannen oder:

menti.com/a16yaj3fusuv



Sechs Wörter, die in jedem Angebot stehen

Begriff	Was es ist	Bezahlt wird	Wo du es siehst
SEO	Die eigene Seite so bauen, dass Google sie findet und versteht	mit Arbeit, nicht je Klick	normale Suchergebnisse
Local SEO	Sichtbar vor Ort: Unternehmensprofil, Karte, Bewertungen	mit Pflege	Google Maps, Kartenkasten
GEO	Von KI-Antworten genannt und zitiert werden	mit Arbeit	ChatGPT, Perplexity, KI-Übersicht bei Google
SEA	Anzeigen in der Suche, meist Google Ads	je Klick	„Gesponsert“ über den Ergebnissen
SEM	Oberbegriff für SEO und SEA zusammen	beides	beides
Social Media	Beiträge und Anzeigen auf Instagram, Facebook, LinkedIn	Zeit oder Anzeigenbudget	im Feed

Mieten oder bauen

Beides hat seinen Platz. Wer nur mietet, fängt jeden Monat bei null an.

Gemietet: SEA und Social Ads

Sofort sichtbar.

Hört auf, sobald das Budget aufhört.

Gut für Aktionen und neue Angebote.

Gebaut: SEO, Local SEO, GEO

Braucht Monate.

Bleibt, wenn die Arbeit einmal gemacht ist.

Gut für alles, was Kunden immer wieder suchen.

Drei Fälle: Welcher Begriff passt?

SEO

Local SEO

GEO

SEA

Drei Fragen hintereinander, danach die Rangliste.

Handy raus, QR scannen oder:

menti.com/a16yaj3fusuv



02

Warum die Seite keine Anfragen bringt

Drei Gründe und was konkret hilft, ganz ohne Technik

Die Seite steht, keine Anfrage: drei Ursachen

Google kennt sie nicht

Die Seite taucht in der Suche gar nicht auf.

Test: deinen Firmennamen googeln.

Niemand sucht so

Du schreibst Fachbegriffe, Kunden tippen Alltagswörter.

Test: Wie würde ein Kunde fragen?

Gefunden, nicht geklickt

Du erscheinst, aber dein Eintrag sagt nichts.

Test: Würdest du selbst draufklicken?

ZWISCHENFRAGEN

Welcher der drei Gründe trifft bei dir zu, was glaubst du?

Die Startseite sagt in fünf Sekunden, was, wo und für wen

- Oben steht, was du machst und wo: „Elektriker in Wismar“, nicht „Willkommen auf unserer Seite“.
- Telefon und Anfrage-Knopf ganz oben, auf dem Handy mit einem Tipp erreichbar.
- Dein Einzugsgebiet ausgeschrieben: Wismar, Grevesmühlen, Nordwestmecklenburg.
- Echte Fotos von dir, deinem Team und deiner Arbeit statt Bilddatenbank.
- Ein Satz, warum du: seit wann, wie viele Aufträge, welcher Meistertitel.

Dein Eintrag bei Google: so wird geklickt

	So nicht	So	Länge
Titel	Startseite	Elektriker in Wismar Müller Elektro	50 bis 60 Zeichen
Beschreibung	Herzlich willkommen!	Meisterbetrieb seit 1998. Rückruf am selben Tag.	120 bis 155 Zeichen
Hauptüberschrift	Willkommen	Elektroinstallation in Wismar	eine pro Seite

Überschriften und Firmendaten, die Maschinen lesen können

Beides sieht der Besucher kaum. Google und die KI lesen es als Erstes.

Detailed SEO Extension – Erweiterung

Überschriften als Gliederung

Eine Hauptüberschrift je Seite, mit Leistung und Ort.

Darunter Zwischenüberschriften für jeden Abschnitt, wie ein Inhaltsverzeichnis.

Als Überschrift markiert, nicht nur groß und fett gesetzt.

Strukturierte Daten

Name, Adresse, Telefon, Öffnungszeiten, Leistungen in einem festen Format im Hintergrund der Seite.

Google und KI-Suche lesen daraus, wer du bist, ohne raten zu müssen.

Einmal einrichten, der Webdesigner braucht dafür eine Stunde.

Eine Seite je Leistung, so gebaut

-
- | | | |
|----|----------------------------------|---|
| 01 | Eine Leistung, eine Seite | Heizung, Bad, Notdienst: jede bekommt ihre eigene Seite. |
| 02 | In Kundensprache | Das Problem zuerst: „Heizung bleibt kalt“. Der Fachbegriff danach. |
| 03 | Ablauf und Preisrahmen | Wie läuft es ab, was kostet es ungefähr, wie schnell bist du da? |
| 04 | Beispiele aus der Region | Zwei, drei Aufträge mit Foto und einem Satz vom Kunden. |
| 05 | Häufige Fragen | Die Fragen, die am Telefon immer kommen, mit kurzer Antwort. Die liest auch die KI. |
-

Drei Regeln, die immer gelten

Nichts davon kostet Geld, alles davon kostet etwas Zeit.

Überall gleich

Name, Adresse und Telefon auf Webseite, Impressum, Unternehmensprofil und in Verzeichnissen identisch.

Eine Schreibweise, keine Varianten.

Handy zuerst

Jede Änderung zuerst am Handy prüfen.

Große Knöpfe, kurze Absätze, kleine Bilder.

Dranbleiben

Einmal im Monat ein neues Foto, ein Beispiel, eine Antwort auf eine Bewertung.

Kleine Pflege schlägt den großen Relaunch.

03

SEO-Angebote

Die Anrufe und Mails, die jeder kennt

Wie viele Anrufe oder Mails mit SEO-Angeboten bekommst du pro Woche?

Keine

1 bis 2

3 bis 5

Mehr als 5

Hab aufgehört zu zählen

Handy raus, QR scannen oder:

menti.com/a16yaj3fusuv



Was verwirrt dich, wenn du so ein Angebot liest?

Ein Wort, ein Satz, ein Zitat aus dem Angebot. Alles zählt.

Handy raus, QR scannen oder:

menti.com/a16yaj3fusuv



Hast du schon mal für SEO bezahlt?

Ja, hat sich gelohnt

Ja, keine Ahnung, ob es
was gebracht hat

Ja, war
rausgeschmissenes
Geld

Nein

Handy raus, QR scannen oder:

menti.com/a16yaj3fusuv



Woran du ein schlechtes SEO-Angebot erkennst

- Platz eins wird versprochen. Das kann niemand zusagen, die Reihenfolge bestimmt Google.
- Anruf aus dem Nichts mit „Ihre Seite hat viele Fehler“, ohne dass jemand sie wirklich angesehen hat.
- Lange Laufzeit, zwölf oder vierundzwanzig Monate, und keiner sagt, was im ersten Monat passiert.
- Linkpakete: fünfzig Links für wenig Geld. Kurzer Effekt, langer Schaden.

Fünf Fragen an jeden Anbieter

01	Was machst du im ersten Monat?	Konkrete Arbeit an deiner Seite, nicht „Optimierung“.
02	Woran messen wir Erfolg?	An Anfragen und Anrufen, nicht nur an Platzierungen.
03	Wie lange läuft der Vertrag?	Monatlich kündbar ist fair. Gute Arbeit hält dich auch so.
04	Wem gehören Seite, Texte, Zugänge?	Dir. Immer. Auch nach der Kündigung.
05	Wen aus der Region kann ich anrufen?	Eine Referenz mit Namen, keine Logos.

ZWISCHENFRAGEN

Liegt bei dir gerade ein SEO-Angebot auf dem Tisch?

Erzähl davon, wir schauen gemeinsam drauf. Oder bring es mir in der Pause.

Sichtbarkeit Online



Kostenloser Check

Meine zweite Marke neben NordFlux: SEO und KI-Suche. Sichtbar bei Google, zitiert von der KI.

Nach der Pause prüfen wir Seiten mit dem kostenlosen Check auf meiner Website. Du willst vorher schon wissen, wo deine Seite steht? Sprich mich in der Pause an.

online-sichtbar-mv.de/erstanalyse

PAUSE

15 Minuten

Weiter mit: Live-Check, ab 10:25

04

Live-Check

Eine Seite aus dem Raum, mit dem kostenlosen Check

Fünf Blicke in zehn Minuten

01	Check laufen lassen	online-sichtbar-mv.de/erstanalyse, Adresse eingeben, ein paar Sekunden warten.
02	Kundensuche	Was tippen Kunden, wie oft, und wo stehst du? Die KI leitet es aus deiner Seite ab.
03	Grundlagen	Acht Häkchen. Was ist rot, und was heißt das auf Deutsch?
04	Gegenprobe	Den Firmennamen googeln: Was sieht ein Kunde, würde er klicken?
05	Lokal	Unternehmensprofil vorhanden, vollständig, mit Bewertungen? Adresse überall gleich?

Ampel für den Check

Bereich	Grün	Gelb	Rot
Bei Google	Alle wichtigen Seiten da	Einzelne fehlen	Die Seite ist nicht zu finden
Eintrag	Leistung, Ort, Nutzen	Nur der Firmenname	Leer oder „Startseite“
Aufbau	Klare Überschriften	Überschriften nur als Design	Keine Überschriften
Tempo	Unter 2,5 Sekunden am Handy	2,5 bis 4 Sekunden	Über 4 Sekunden
Google Maps / Karten / Bing Places	Profil vollständig, Bewertungen aktuell	Profil da, kaum gepflegt	Kein Profil, Adresse uneinheitlich

ZWISCHENFRAGEN

Was davon kennst du von deiner eigenen Seite?

Fragen zum Check, bevor alle selbst loslegen.

05

Selbst prüfen

Deine Seite, deine Befunde.



Kostenloser Check

Alles, was du heute brauchst, ist kostenlos

Werkzeug	Frage	Adresse
Kostenloser Check	Wo steht meine Seite, was ist rot?	online-sichtbar-mv.de/erstanalyse
Google-Suche mit site:	Welche Seiten kennt Google?	google.de
Search Console	Wonach wurde ich gefunden, wie oft geklickt?	search.google.com/search-console
PageSpeed Insights	Wie schnell lädt die Seite auf dem Handy?	pagespeed.web.dev
Unternehmensprofil	Erscheine ich auf der Karte, mit Bewertungen?	business.google.com
ChatGPT oder Perplexity	Wen nennt die KI für meine Leistung in meiner Stadt?	chatgpt.com , perplexity.ai

Google Search Console in fünf Schritten

01	Anmelden	search.google.com/search-console , mit dem Google-Konto, das auch dein Unternehmensprofil verwaltet.
02	Property wählen	Domain, wenn du an die Einstellungen beim Webhoster kommst. Sonst URL-Präfix mit deiner Adresse.
03	Bestätigen	Domain: Text-Eintrag beim Webhoster. URL-Präfix: Datei oder Code-Zeile, oft per Plugin.
04	Sitemap einreichen	Links im Menü „Sitemaps“, dort deineadresse.de/sitemap.xml eintragen.
05	Nach drei, vier Tagen	Unter „Leistung“: wonach du gefunden wurdest, wie oft angezeigt, wie oft geklickt.

Bing Webmaster Tools in drei Schritten

Erst Google, dann Bing: Mit dem Import dauert Bing fünf Minuten.

- | | | |
|----|--|--|
| 01 | Anmelden | bing.com/webmasters, mit Microsoft-, Google- oder Facebook-Konto. |
| 02 | Aus der Search Console übernehmen | „Importieren“ wählen, Google-Konto freigeben. Bing übernimmt die bestätigte Seite und die Sitemap. |
| 03 | Ab und zu reinschauen | Suchleistung, Fehler, Empfehlungen. Gleich aufgebaut wie bei Google. |
-

Wonach Kunden wirklich suchen

- Kunden tippen Probleme, keine Leistungen: Heizung tropft statt Sanitärinstallation.
- Ort dazu: Wismar, Nordwestmecklenburg, in der Nähe.
- Google zeigt es dir selbst: Vorschläge beim Tippen, Ähnliche Fragen, Suchanfragen in der Search Console.
- Bauchgefühl täuscht: In einem Projekt zeigte die Hälfte der vermuteten Begriffe in den Suchvolumen-Daten null oder zu wenig zum Messen.
- Ein Thema, eine Seite. Zwei Seiten zum selben Thema nehmen sich gegenseitig den Platz weg.

Google-Unternehmensprofil in vier Schritten

01	Anlegen	business.google.com, Unternehmen suchen oder neu anlegen, Adresse und Kategorie exakt so wie auf der Webseite.
02	Vervollständigen	Leistungen, Öffnungszeiten, Telefon, Webseite, fünf eigene Fotos. Kein Feld leer lassen.
03	Bestätigen	Postkarte, Telefon, Video, E-Mail oder über die Search Console, je nach Angebot von Google. Ohne Bestätigung kannst du nichts ändern.
04	Pflegen	Alle zwei Wochen ein Beitrag oder Foto, jede Bewertung beantworten, auch die schlechte.

Warum Bewertungen doppelt zählen

Für die lokale Suche

Anzahl und Bewertung zahlen laut Google direkt auf die lokale Suche ein.

Wer antwortet, zeigt, dass jemand da ist.

Für die KI-Suche

KI-Systeme lesen Bewertungen als Beleg: Dieses Unternehmen existiert und liefert.

Der Plan

Nach jedem Auftrag fragen, mit direktem Link.

Innerhalb von zwei Tagen antworten.

Nie kaufen, nie fälschen.



TrustDino

ZWISCHENFRAGEN

Wie fragst du heute nach
Bewertungen, und was hält dich
davon ab?

Deine Fragen bis hierhin, alles ist erlaubt.

06

KI-Suche

Warum ChatGPT dich nennt, oder eben nicht

Hast du ChatGPT schon mal gefragt, wen es in deiner Branche und Stadt empfiehlt?

Ja, ich werde genannt

Ja, ich werde nicht genannt

Nein, noch nie

Handy raus, QR scannen oder:

menti.com/a16yaj3fusuv



Wie ChatGPT und Perplexity Quellen auswählen

- Sie suchen selbst im Netz und lesen, was sie finden.
- Sie nehmen, was sich zitieren lässt: klare Absätze, die eine Frage in zwei Sätzen beantworten.
- Sie gleichen ab: Sagt die Webseite dasselbe wie das Unternehmensprofil, die Kammer, das Verzeichnis?
- Sie bevorzugen, wer anderswo erwähnt wird.
- Sie vergessen schnell: Was heute genannt wird, kann morgen fehlen.

Fünf Dinge, die du dafür tust

- | | | |
|----|----------------------------|---|
| 01 | FAQ-Abschnitt | Zehn echte Kundenfragen, jede in zwei bis drei Sätzen beantwortet, auf der Leistungsseite. |
| 02 | Über uns mit Fakten | Wer, seit wann, wo, für wen, mit welcher Qualifikation. Keine Floskeln, reale Zahlen und Namen. |
| 03 | Erwähnungen | Kammer, Innung, Branchenverzeichnisse, lokale Presse, Partnerseiten. Überall dieselbe Adresse. |
| 04 | Webdesigner fragen | Dürfen KI-Suchmaschinen meine Seite lesen? Eine Frage, eine Minute, oft ein Aha. |
| 05 | Selbst fragen | Einmal im Monat ChatGPT und Perplexity fragen: Wer macht X in Wismar? Ergebnis notieren. |

ZWISCHENFRAGEN

Was hat ChatGPT über dich gesagt, und stimmt es?

Deine Fragen bis hierhin, alles ist erlaubt.

ZEIT

Wann du etwas siehst

Wer nach drei Wochen misst ins Leere.

1 bis 2

Wochen: technische Fehler
behoben, Seiten neu gecrawlt

3 bis 6

Monate: Rankings und
Anfragen bewegen sich

laufend

Bewertungen, Beiträge,
Erwähnungen

Deine Liste: was zuerst, was später, was gar nicht

Zuerst (diese Woche)	Später (dieser Monat)	Gar nicht
Rote Befunde aus der Ampel	Gelbe Befunde	Grüne Bereiche anfassen
Unternehmensprofil vollständig	FAQ-Abschnitt schreiben	Links kaufen
Bilder verkleinern	Erwähnungen anfragen	Zweite Seite zum selben Thema
Search Console einrichten	Bewertungsroutine starten	Auf Platz eins warten

Was machst du diese Woche als Erstes?

Ein Satz reicht.

Handy raus, QR scannen oder:

menti.com/a16yaj3fusuv



Kompakt-Audit, 79 Euro



Check und Bestellung

Ich prüfe deine Seite persönlich, aus echten Google- und KI-Suchdaten.
Du bekommst einen Bericht als PDF und 20 Minuten Gespräch dazu.
Innerhalb von ein bis zwei Werktagen, auf Rechnung, 79 Euro zzgl. USt.

online-sichtbar-mv.de/erstanalyse

Danke. Fragen?

Simon Glowik, Sichtbarkeit Online und NordFlux, TGZ Wismar

s.glowik@nordflux.de

online-sichtbar-mv.de

Fragen gern laut, oder anonym unter menti.com/al6yaj3fusuv.



Alle meine Kanäle



Simon Glowik