

Kennt ChatGPT Sie überhaupt?

Das Beispiel „Immobilienmakler in der Region Stuttgart“ zeigt, worauf es ankommt

Anhand des Beispiels „Immobilienmakler in der Region Stuttgart“ kann man gut sehen, wie ein Unternehmen online aufgestellt sein muss, um von KI gefunden zu werden. Denn während Hauskäufer oder -verkäufer noch bis vor kurzem zum Beispiel „Makler Esslingen“ bei Google eingetippt und sich dann durch die ersten zehn blauen Links geklickt haben, fragen sie heute immer öfter einfach ChatGPT oder andere Modelle.

Als Antwort erhalten sie allerdings keine Trefferliste mehr, sondern vier bis sechs Namen und eine Empfehlung. Das Büro, das darin nicht vorkommt, ist aus dem Rennen.

Macht man die Probe aufs Exempel bei Maklern in der Region Stuttgart (siehe Kasten nächste Seite) stellt man fest, dass die „Großen“ bei allen vier gängigen KIs, nämlich ChatGPT, Claude, Perplexity und Gemini, auftauchen.

Darum findet Sie die KI nicht

Spannender ist allerdings, wer fehlt. Von den 50 zufällig gezogenen Büros wurden nur acht überhaupt irgendwo genannt, entweder als Empfehlung oder als Quelle.

Sieben davon gehören zu dem Drittel mit den meisten Google-Bewertungen. Aus dem Drittel mit wenigen Bewertungen hat es kein einziges Büro in eine Antwort geschafft.

Werden Sie gefunden, wenn jemand abends auf dem Sofa KI nach Ihrer Branche fragt?

4–6

FIRMENNAMEN listen KI-Modelle auf, wenn Nutzer sie nach Empfehlungen fragen.

Wie hat die KI also ihre Empfehlungen gefunden? Obwohl jeder Assistent ein bisschen anders vorgeht, wurde ein Muster erkennbar: ChatGPT und Claude blenden bei Ortsfragen oft eine Karte aus Google Maps ein, samt Sternen und Zahl der Bewertungen. Genannt werden dann fast nur Büros mit 4,7 Sternen und mehr und meist dreistelligen Bewertungszahlen. Das Google-Unternehmensprofil ist hier also die Eintrittskarte.

Perplexity zitiert vor allem Bewertungsportale und Maklerlisten wie Trustlocal, Immoportal oder Makler-Empfehlung. Wer dort nicht gelistet ist, kommt bei Perplexity kaum vor.

Gemini nennt Büros meist ohne sichtbare Quelle und mischt manchmal fachfremde Treffer dazu, etwa Versicherungsmakler.

Dazu kommt eine vierte Quelle, die eigene Website. Bei der Frage nach inhabergeführten Büros in Stuttgart hat ChatGPT mehrere Makler direkt über deren Website gefunden und genannt. Das geht aber nur, wenn die Website der Maschine klar sagt, wer das Büro ist und wo es arbeitet.

Hier liegt das Problem: Viele Websites sagen der KI nicht, wer sie sind. Genau daran hapert es. Um das zu verstehen, muss man sich die KI wie einen sehr schnellen Leser vorstellen, der keine Zeit hat. Er schaut auf eine Website und will in Sekunden wissen, wer das ist, was die machen und wo. Steht das nicht klar da, geht er weiter zum Nächsten.

Seitentitel und Hauptüberschrift sind der Schlüssel

Den ersten Hinweis liefern ihm dabei der Seitentitel und die Hauptüberschrift. Der Seitentitel ist der Text, der oben im Browser-Tab steht und bei Google als blaue Überschrift erscheint. Die Hauptüberschrift ist die große Zeile ganz oben auf der Seite. Doch 41 Prozent der Büros aus dem Beispiel nennen in keinem von beiden ihren Ort. Ein Drittel hat gar keine richtige Hauptüberschrift. Wenn jemand nach einem Makler in Esslingen fragt, sucht die KI aber genau dort zuerst nach dem Wort Esslingen.

Dann gibt es eine Art Steckbrief für Maschinen. Der Besucher sieht ihn nicht, er steckt im Code der Website. Darin steht sinngemäß „Das hier ist ein Immobilienmakler, er sitzt in dieser Straße und arbeitet in diesen Orten“. Fachleute nennen das strukturierte Daten. Gut die Hälfte der untersuchten Websites hat gar keinen solchen Steckbrief. Ausdrücklich als Immobilienmakler gekennzeichnet hat sich nur jedes fünfte Büro.

Ein Punkt ist noch technischer, aber wichtig. Bei manchen Web-

sites steht der Text nicht direkt in der Seite, sondern wird erst beim Öffnen im Browser nachgeladen. Für Menschen sieht das genauso aus. Viele KI-Programme lesen aber nur, was direkt da ist und finden dann eine fast leere Seite. Das betrifft fast jede vierte Website in der Stichprobe.

Verlinken bei Google Maps

Alle fünf Grundlagen zusammen, also Seitentitel, Kurzbeschreibung für Google, Hauptüberschrift, Ort und Steckbrief, hat nur ein Drittel der Websites. Nur knapp jede vierte Startseite verlinkt den eigenen Eintrag bei Google Maps, also das Profil mit Sternen, Öffnungszeiten und Bewertungen. Website und Bewertungen stehen damit für die KI nebeneinander, obwohl sie zusammengehören.

Auch hier zeigt sich der Zusammenhang mit den Bewertungen. Bei den Büros mit vielen Bewertungen steht der Ort zu 87 Prozent im Titel oder in der Überschrift. Bei den Büros mit wenigen Bewertungen sind es nur 29 Prozent. Wer bei Google aktiv ist, pflegt meistens auch seine Website besser. Genau diese Büros werden von der KI empfohlen.

Das kann man tun, um von der KI besser gefunden zu werden

Das alles lässt sich ohne großes Budget optimieren. Man braucht nur jemanden, der sich einmal ordentlich darum kümmert.

Bewertungen aktiv einholen. Nach jedem Abschluss freundlich um eine Google-Bewertung bitten und jede Bewertung beantworten. Das war in unserem Test der stärkste Hebel.

Die Startseite eindeutig machen. Ort und Leistung gehören in Seitentitel und Hauptüberschrift, also zum Beispiel „Immobilienmakler in Leonberg und Umgebung“. Dazu kommt der Steckbrief im Code mit Adresse und Einzugsgebiet. Für einen Webdesigner ist das schnell erledigt.

Eine Seite pro Frage. Eigentümer fragen nach Bewertung, Verkauf, geerbten Häusern oder ihrem Stadtteil. Wer zu jeder dieser Fragen eine eigene Seite mit echtem Ortsbezug hat, liefert der KI genau die Antwort, die sie sucht.

Auch außerhalb der eigenen Website stattfinden. Ein vollständig ausgefüllter Eintrag bei Google Maps mit Link zur Website, Einträge auf den Portalen, die Perplexity zitiert, und Erwähnungen in der lokalen Presse. Die großen Marken gewinnen auch deshalb, weil sie überall stehen.

Die Suche verändert sich gerade schneller als die meisten Websites. Für kleinere Büros ist das keine schlechte Nachricht. Die Lücke ist groß und wer jetzt anfängt, ist früh dran.

LOUIS HONAL
H&K Automation GbR, Leonberg
www.hks-automation.de/

IHK-INFO

So haben der Autor und sein Team gearbeitet:

Am 6. Oktober 2026 wurden einen Tag lang zehn Fragen an vier KI-Assistenten gestellt. Die Fragen wurden nicht im Fachjargon formuliert, sondern so, wie man abends auf dem Sofa tippt. Jede Frage ging an ChatGPT, Claude, Perplexity und Gemini – ohne Anmeldung, immer mit frischem Fenster, ohne Verlauf und ohne persönliche Einstellungen.

Parallel wurden aus Google Maps 50 inhabergeführte Maklerbüros gezogen. 20 aus Stuttgart und 30 aus elf Gemeinden drumherum. Ketten und Bankentöchter haben wir bewusst herausgelassen. Damit die Auswahl fair bleibt, stammt je ein Drittel aus Büros mit wenigen, mittleren und vielen Google-Bewertungen. Ihre Websites wurden anschließend Stück für Stück geprüft.



