

Die On-Page-AEO-Checkliste

So optimieren Sie Content für KI-Antwortmaschinen

Um von KI-Engines wie ChatGPT, Perplexity und Google AI Mode zitiert zu werden, brauchen Sie Content-, Technik-, Crawlbarkeits- und Autoritätssignale, die genau darauf abgestimmt sind, wie KI Ihre Website versteht und ihr vertraut. Nutzen Sie diese website-weite Checkliste, um jede Säule zu optimieren und Ihre Website AEO-bereit zu halten – sortiert danach, wann Sie welche Aufgabe erledigen sollten.

On-Page-AEO für Content

Für jeden Artikel

- ☐ Beantworten Sie die zentrale Frage in den ersten 1–2 Sätzen eines Abschnitts.
- ☐ Verwenden Sie fragebasierte H2- und H3-Überschriften, die KI-Anfragen widerspiegeln.
- ☐ Leiten Sie jeden Abschnitt mit einer direkten, in sich geschlossenen Antwort ein.
- ☐ Fügen Sie oben ein TL;DR oder eine Zusammenfassung der Kernaussagen ein.
- ☐ Nutzen Sie Tabellen für Vergleiche, Listen für Schritte und Fließtext für Erklärungen.
- ☐ Definieren Sie Fachbegriffe und Akronyme bei der ersten Verwendung.
- ☐ Integrieren Sie pro Seite mindestens ein originäres Element (Daten, Zitat, eigene Perspektive).
- ☐ Zitieren Sie Primärquellen, keine Aggregatoren.
- ☐ Verwenden Sie Entitätsnamen auf der gesamten Seite konsistent.

Monatlich

- ☐ Prüfen Sie zentrale Themencluster auf Entitätskonsistenz und erstellen Sie einen Plan zur Vereinheitlichung der Namenskonventionen.
- ☐ Identifizieren Sie, welche Seiten am häufigsten in KI-Antworten zitiert werden, und dokumentieren Sie gemeinsame Merkmale zur Wiederverwendung.
- ☐ Identifizieren Sie Seiten mit wenigen KI-Zitaten, aber hohem organischem Traffic, um SEO-Erfolg in AEO-Erfolg zu übertragen.

Quartalsweise

- ☐ Optimieren Sie für Aktualität, indem Sie Content, der in den letzten 3–6 Monaten veröffentlicht wurde, mit neuen Daten und Beispielen auffrischen.

On-Page-AEO für Crawlbarkeit

Einmalige Einrichtung

- ☐ Dokumentieren Sie Ihre Allow-/Block-Strategie für KI-Bots und deren Begründung.
- ☐ Konfigurieren Sie Ihre robots.txt so, dass sie die wichtigsten KI-Bots explizit berücksichtigt.
- ☐ Etablieren Sie eine Themencluster-Architektur mit Pillar-Seiten.
- ☐ Implementieren Sie Canonical-Tags auf allen indexierbaren Seiten.

Laufend

- ☐ Verlinken Sie neuen Content mit den zugehörigen Pillar-Seiten des Themenclusters – in beide Richtungen.
- ☐ Verwenden Sie beschreibenden, themenverstärkenden Anchor-Text bei internen Links.
- ☐ Aktualisieren Sie Ihre XML-Sitemap, sobald neu veröffentlichte Seiten live sind.

Monatlich

- ☐ Prüfen Sie Server-Logs auf Crawling-Aktivität von KI-Bots und untersuchen Sie unerwartete Blockaden oder Rückgänge.
- ☐ Prüfen Sie auf verwaiste Seiten (Orphan Pages) und verlinken oder entfernen Sie diese.

Quartalsweise

- ☐ Prüfen Sie die Canonical-Tag-Implementierung website-weit.
- ☐ Aktualisieren Sie Ihre robots.txt entsprechend der aktuellen KI-Bot-Landschaft.
- ☐ Überprüfen Sie Ihre Allow-/Block-Strategie für KI-Bots erneut.

On-Page-AEO für technische Gesundheit

Einmalige Einrichtung

- ☐ Implementieren Sie JSON-LD-Schema in allen Seitenvorlagen.
- ☐ Fügen Sie website-weit Organization Schema mit konsistenten NAP-Daten hinzu.
- ☐ Fügen Sie allen Autor:innen-Bios Person Schema mit sameAs-Links hinzu.
- ☐ Dokumentieren Sie, welche Schema-Typen für welche Vorlagen gelten.

Quartalsweise

- ☐ Prüfen Sie schema.org auf neue, für Ihren Content relevante Typen.

Laufend

- ☐ Validieren Sie das Schema neuer Seiten mit dem Rich Results Test von Google.
- ☐ Stellen Sie sicher, dass kritischer Content im HTML lädt und nicht erst per clientseitigem JavaScript.
- ☐ Prüfen Sie neue Seiten stichprobenartig mit deaktiviertem JavaScript und melden Sie fehlende Elemente an die Entwicklung.

Monatlich

- ☐ Führen Sie ein website-weites Schema-Audit durch, um Fehler und Abweichungen zu finden.
- ☐ Prüfen Sie die Core Web Vitals für Ihren wichtigsten Content.

On-Page-AEO für Autorität

Einmalige Einrichtung

- ☐ Erstellen Sie eine umfassende Über-uns-Seite mit Organization Schema.
- ☐ Erstellen Sie eigene Autor:innen-Seiten mit Author Schema für jede:n namentlich genannte:n Mitwirkende:n.
- ☐ Stellen Sie sicher, dass jeder Content mit echten Autor:innen gekennzeichnet ist.
- ☐ Fügen Sie relevanten Seiten sichtbare Vertrauenssignale hinzu (Zertifizierungen, Auszeichnungen, Presse, Logos).

Laufend

- ☐ Prüfen Sie, ob neuer Content eine:n namentlich genannte:n Autor:in mit verlinkter Bio zur Autor:innen-Seite hat.
- ☐ Verlinken Sie in Longform-Content zu 2–3 autoritativen externen Quellen.

Monatlich

- ☐ Prüfen Sie neuen Content auf Qualität und Aktualität ausgehender Links.
- ☐ Prüfen Sie Markenwahrnehmung und Entitätskonsistenz auf Drittanbieter-Websites.
- ☐ Identifizieren Sie, welche Autor:innen in KI-Antworten zitiert werden, und priorisieren Sie deren Bylines bei verwandten Themen und Kanälen.

Quartalsweise

- ☐ Prüfen Sie Autor:innen-Bios auf Vollständigkeit und aktuelle Qualifikationen.
- ☐ Überprüfen Sie Vertrauenssignale – sind sie aktuell und korrekt?
- ☐ Führen Sie ein Entitätskonsistenz-Audit über alle eigenen Web-Properties hinweg durch.

On-Page-AEO-Monitoring

Täglich

- ☐ Prüfen Sie Zitate, Erwähnungen, Markenwahrnehmung und Crawl-Frequenz auf ungewöhnliche Muster; untersuchen Sie Ausschläge oder Einbrüche noch am selben Tag.
- ☐ Prüfen Sie kritische Website-Änderungen, priorisieren Sie sie und weisen Sie sie zu, bevor sich Probleme aufschaukeln.

Wöchentlich

- ☐ Verfolgen Sie Share-of-Voice-Trends über KI-Engines hinweg für Ihre Prioritätsthemen; markieren Sie Veränderungen für den nächsten Content-Planungszyklus.
- ☐ Prüfen Sie, wem AI Overviews und KI-Antworten für Ihre Ziel-Prompts „gehören“; identifizieren Sie Prompts, bei denen Sie Sichtbarkeit verloren oder gewonnen haben.
- ☐ Prüfen Sie aktuelle Website-Änderungen auf unbeabsichtigte Auswirkungen auf AEO-kritische Elemente.

Monatlich

- ☐ Analysieren Sie Crawling-Muster von KI-Bots anhand der Server-Logs; identifizieren Sie zu selten gecrawlte Prioritätsseiten und verbessern Sie interne Verlinkung oder Sitemap-Einbindung.
- ☐ Erstellen Sie einen AEO-Performance-Report und teilen Sie ihn mit Content- und SEO-Verantwortlichen, um die Strategie zu informieren.
- ☐ Identifizieren Sie Zitationsmuster über zitierte Seiten hinweg und leiten Sie daraus Briefings für kommenden Content ab.
- ☐ Vergleichen Sie Ihre KI-Sichtbarkeit mit Ihren 3–5 wichtigsten Mitbewerbern und dokumentieren Sie, wo Sie an Boden verlieren.
- ☐ Prüfen Sie den gesamten Content der letzten 30 Tage darauf, ob er in der KI-Suche sichtbar ist und gecrawlt wird.

Quartalsweise

- ☐ Prüfen Sie das vollständige Änderungsprotokoll der Website für das Quartal und ordnen Sie AEO-Performance-Veränderungen konkreten Änderungen zu.
- ☐ Aktualisieren Sie Ihre Monitoring-KPI-Ziele auf Basis von Änderungen bei KI-Engines, Wettbewerbsbewegungen und Geschäftsprioritäten.



Conductor ist die einzige End-to-End AEO-Plattform für Enterprise-Unternehmen, die auf der branchenweit umfassendsten Data Engine aufgebaut ist. Führende Enterprise-Unternehmen nutzen Conductor, um durch AEO- & SEO-Intelligence, KI-Content-Generierung und Echtzeit-Website-Monitoring Autorität und Sichtbarkeit in der KI- und klassischen Suche auszubauen – alles auf einer Plattform.

Demo anfordern