Fragt jemand ChatGPT oder Google „Wer ist gut für [das, was du machst]?", soll dein Name kommen – nicht der deiner Konkurrenz. Wie du das schaffst, steht hier.

Reden wir endlich mal drüber – scheint's ja sonst keiner zu machen. 😉

Deine Kunden suchen nicht nach deinem Namen. Sie kennen dich ja noch gar nicht. Sie fragen nach dem, was sie brauchen. Und genau da kommst du meistens nicht vor.

Mach diesen Test. Jetzt. 2 Minuten.

Öffne ChatGPT oder Perplexity – am besten im **Inkognito-Fenster oder von einem anderen Gerät.** Sonst testest du mit deinem eigenen Chat, der dich längst kennt, und das Ergebnis ist geschönt. Dann stell nacheinander diese zwei Fragen:

Frage 1 – so fragt ein Kunde:

> *„Ich suche [deine Leistung] für [deine Zielgruppe] in [dein Ort]. Wen kannst du mir empfehlen?"*

Frage 2 – so fragst nur du selbst:

> *„Was weißt du über [dein Name / deine Firma]?"*

Bei Frage 2 wird die KI dich finden. Vielleicht sogar erstaunlich viel über dich erzählen.

Beruhigend, oder?

Bei Frage 1 – der Frage, die ein echter Kunde stellt – kommst du meistens nicht vor. Oder es taucht irgendwer auf, nur nicht du.

Und falls du doch dabei bist: nicht zu früh freuen. Frag es nochmal anders, so wie verschiedene Kunden fragen würden – andere Worte, mit und ohne Ort – und von einem zweiten Gerät. Schau bei Frage 2 außerdem hin, ob stimmt, was die KI sagt, und ob sie dich klar mit deinem Thema verbindet oder nur mit irgendetwas aus deiner Branche.

Kurz: Die KI *kennt* dich (Frage 2). Aber bei der Frage, die zählt (Frage 1), bist du nicht dabei. Kennen und empfohlen werden sind zwei verschiedene Dinge. Und fast keiner merkt das – weil fast jeder nur Frage 2 testet.

Warum die KI dich kennt, aber nicht empfiehlt

© Ramona Wöpe · azoora · Bei der Erstellung hat KI mitgeholfen – passenderweise. 😉 – Instagram

Einmal als Bild, dann wird's konkret:

Stell dir das Internet als riesige Bibliothek vor. Du bist ein Buch darin. Dein Buch hat ein Cover – Name, Gesicht, überall gleich – und einen Inhalt – dünn oder dick. Jetzt kommt jemand mit einem Bedarf und sucht zu einem Thema zwei Bücher. Beide kosten 3.000 €. Das eine ist dünn, das andere dick und voll. Welches nimmst du? Das volle. Immer.

So weit das Bild. Jetzt zum Punkt:

Die meisten arbeiten ihr ganzes Leben nur am Cover. Logo, Website, schönes Foto – und das Buch dahinter bleibt dünn. Dabei ist die Rechnung einfach:

Damit ein Kunde zu dir kommt, muss die KI dich empfehlen. Damit sie dich empfiehlt, muss sie dich als DEN für dein Thema kennen. Und dafür musst du ihr überall dasselbe klare Signal geben.

Fehlt das, kennt sie dich vielleicht – empfehlen wird sie dich nicht.

Und das ist kein KI-Trick und kein SEO. Egal ob ChatGPT, Perplexity, Google oder DuckDuckGo – sie lesen alle dasselbe. Suchmaschinen lesen deine Inhalte direkt aus, die KI zitiert sie wörtlich. Was du hier aufbaust, zahlt überall ein.

Was ein volles Buch ausmacht – die 4 Faktoren

Vier Dinge zusammen sorgen dafür, dass die KI dich empfiehlt. Und die zählen **mal, nicht plus**:

2 × 3 × 4 × 5 ist eine Menge. Aber 2 × 3 × 4 × **0** = **0**.

Heißt: Fehlt dir einer der vier, bringen die anderen drei nichts.

1 Eine einzige Identität. Die KI muss all deine Auftritte – Website, Instagram, YouTube, ein Gastartikel – als eine Person erkennen. Sonst zählt jeder Auftritt einzeln und schwach, statt zusammen und stark.

2 Eine klare Aussage – überall gleich. Überall, wo du auftauchst, dieselbe Aussage darüber, was du kannst: „[Name] ist spezialisiert auf [Thema] für [Zielgruppe]." Nicht zehn Varianten. Der Haken: Die meisten *zeigen* ihre Arbeit, sagen aber nirgends klar, worin sie Experte sind. Ein Mensch liest das zwischen den Zeilen. Eine Maschine braucht es schwarz auf weiß.

3 Tiefe im Thema. Ein guter Beitrag reicht nicht. Die KI schließt deine Kompetenz aus der Abdeckung: Hast du das ganze Thema bespielt – die Unterthemen, die typischen Fragen? Dein stärkstes Werkzeug, das jeder umsetzen kann: ein **FAQ-Bereich pro Leistung** mit mehreren echten Fragen. Du beantwortest schriftlich genau das, was deine Kunden fragen – und genau das zitiert die KI dann wörtlich.

4 Bestätigung von außen. Was *andere* über dich sagen, wiegt für die KI weit schwerer als das, was du selbst sagst. Google Unternehmensprofil, relevante Verzeichnisse, Gastbeiträge, Podcasts – und **Testimonials pro Leistung**, damit das Lob am richtigen Thema klebt. Hier hören 95 % auf, weil's Arbeit ist. Deshalb bleiben sie unsichtbar, egal wie schön die Website ist.

Ein Fallbericht, bei dem genau das passiert ist… (klick)

Der Trick, um schneller Ergebnisse zu erzielen: schmal schlägt breit

© Ramona Wöpe · azoora · Bei der Erstellung hat KI mitgeholfen – passenderweise. 😉 – Instagram

Du gewinnst nie das riesige Thema „Fotografie“ – da stehen tausend dicke Bücher. Aber „Newborn-Fotografie in Münster“? Vielleicht drei dünne, und deins ist das vollste. Jeder Zusatz – Zielgruppe, Region, Anlass – macht das Thema enger und damit gewinnbar:

– nicht „Coach“, sondern **Ernährungscoach für Schichtarbeiter**

– nicht „Schreiner“, sondern **Schreiner für barrierefreie Küchen**

– nicht „DJ“, sondern **Hochzeits-DJ für freie Trauungen**

Und: Konzentrier dich zuerst auf *eine* Kernleistung. Ein volles Buch schlägt zehn dünne – und es ist machbar.

„Brauche ich dafür eine Website?“ – Nein.

Du kannst das komplett in öffentlichen Räumen aufbauen: Google Unternehmensprofil, Instagram, YouTube, Podcasts, Gastbeiträge. Gerade Social Media ist kein nettes Extra, sondern ein wichtiger Teil – erst recht ohne Website. Nur nutz es nicht als Tagebuch: Benenne deine Expertise auch dort explizit – im Text deiner Beiträge, in der Bio, im gesprochenen Wort deiner Videos. So ordnen Plattform und Internet deine Inhalte immer wieder demselben Thema zu, mal breiter, mal spezifischer, aber immer aufs Neue.

Klug ist trotzdem ein digitaler Ort, der wirklich dir gehört – eine Landingpage. Den kann dir keiner verschieben oder abschalten, und du kontrollierst ihn zu 100 %.

Du weißt jetzt, worauf es ankommt. Jetzt leg los.

Such dir nichts Großes aus – fang klein an, am besten in dieser Reihenfolge:

1 **Leg dich fest:** eine Kernleistung, eine enge Nische (Thema + Zielgruppe + Ort).

2 **Tritt überall als eine Person auf:** gleicher Name, gleiches Foto, dieselbe klare Aussage, was du für wen machst.

3 **Mach dein Thema tief:** ein FAQ-Bereich pro Leistung – mindestens fünf Fragen mit echten, nützlichen Antworten auf das, was deine Kunden wirklich fragen.

4 **Hol dir Bestätigung von außen:** Google Unternehmensprofil ausfüllen, ein paar relevante Verzeichnisse, Testimonials zur Leistung.

Das ist der ganze Weg. Du kannst ihn ab heute selbst gehen.

Hinweis: Garantieren kann ihn dir keiner, dafür wirken die vier Faktoren zu unterschiedlich. Aber je konsequenter du umsetzt, desto schneller bewegt sich was.

Fang mit Schritt 1 an. Am besten heute!

© Ramona Wöpe · azoora · Bei der Erstellung hat KI mitgeholfen – passenderweise. 😉 – Instagram