

KI-Suchmaschinenoptimierung für Handwerksbetriebe: Der Leitfaden für Maler, Tischler, Elektriker & Co



Henk du Bruyn

Autor Henk du Bruyn

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung: Wie Kunden heute nach Handwerkern suchen	3
2. Was ist KI-Suchmaschinenoptimierung?	5
3. Warum traditionelles SEO für Handwerker nicht mehr ausreicht	7
4. Die Grundlagen: GEO vs. AEO	10
5. Analyse: Wo steht Ihre Handwerker-Website heute?	12
6. Strategie 1: Handwerkliche Expertise online sichtbar machen	15
7. Strategie 2: Strukturierte Daten für Handwerksbetriebe	23
8. LocalBusiness Schema: Ihr Betrieb für KI optimieren	25
9. Service Schema: Handwerksleistungen strukturiert darstellen	47
10. FAQ Schema: Kundenfragen professionell beantworten	57
11. Google My Business: Die Basis für lokale KI-Sichtbarkeit	67
12. Best Practices für handwerkliche Inhalte	82
13. Priorisierung: Was zuerst umsetzen?	86
14. Fazit und Ausblick	92
15. Über den Autor	95
Referenzen	99

1. Einleitung: Wie Kunden heute nach Handwerkern suchen

Die Zeiten, in denen Kunden im Telefonbuch nach Handwerkern suchten, sind vorbei. Heute beginnt die Suche im Internet – und zwar nicht mehr nur bei Google, sondern zunehmend bei **KI-Systemen wie ChatGPT, Perplexity und Google AI Overviews**.

Ein typischer Suchvorgang sieht heute so aus:

Kunde: "Ich brauche einen Maler in München, der meine 3-Zimmer-Wohnung streichen kann. Was kostet das ungefähr?"

ChatGPT oder Perplexity: "Die Kosten für das Streichen einer 3-Zimmer-Wohnung in München liegen zwischen 1.500 und 3.000 Euro, abhängig von der Quadratmeterzahl und dem Zustand der Wände. Hier sind empfohlene Malerbetriebe in Ihrer Nähe: [Liste mit 3-5 Betrieben]"

Die entscheidende Frage: **Wird Ihr Betrieb in dieser Liste genannt?**

Wenn KI-Systeme Ihren Handwerksbetrieb nicht finden oder nicht als vertrauenswürdig einstufen, verlieren Sie potenzielle Aufträge an Wettbewerber, die besser optimiert sind. Dieses E-Book zeigt Ihnen, wie Sie das ändern können.

Warum dieses Buch speziell für Handwerker?

Handwerksbetriebe haben besondere Anforderungen:

- **Lokale Ausrichtung:** Ihre Kunden kommen aus einem bestimmten Einzugsgebiet
- **Vertrauensfrage:** Kunden wollen seriöse, qualifizierte Handwerker
- **Preistransparenz:** Kunden wollen wissen, was Leistungen ungefähr kosten
- **Verfügbarkeit:** Kunden wollen wissen, ob Sie neue Aufträge annehmen
- **Spezialisierungen:** Kunden suchen nach spezifischen Leistungen (z.B. "Trockenbau", "Altbausanierung")

Dieses E-Book gibt Ihnen einen praxisorientierten Leitfaden speziell für **Maler, Tischler, Elektriker, Sanitärinstallateure, Fliesenleger, Schreiner, Dachdecker, Heizungsbauer und andere Handwerksbetriebe**. Sie lernen, wie Sie durch **strukturierte Daten, Google My Business Optimierung** und **KI-freundliche Inhalte** mehr qualifizierte Anfragen generieren.

2. Was ist KI-Suchmaschinenoptimierung?

KI-Suchmaschinenoptimierung (auch als **Generative Engine Optimization** oder **GEO** bezeichnet) ist der Prozess, Ihre Handwerker-Website so zu strukturieren, dass KI-Systeme Ihre Leistungen verstehen, Ihr Einzugsgebiet erkennen und Sie als vertrauenswürdigen lokalen Dienstleister in ihren Antworten empfehlen können.

Im Gegensatz zur traditionellen Suchmaschinenoptimierung, die darauf abzielt, in den Suchergebnissen möglichst weit oben zu erscheinen, geht es bei der KI-Optimierung darum, **direkt in den Antworten der KI genannt zu werden** – idealerweise mit einer Empfehlung für Ihren Betrieb.

Die wichtigsten KI-Suchplattformen für lokale Suchen

Google AI Overviews: Googles KI-gestützte Zusammenfassungen erscheinen besonders häufig bei lokalen Suchanfragen wie "Maler in meiner Nähe" oder "Was kostet Badezimmer renovieren".

ChatGPT: Wird zunehmend für lokale Dienstleistersuchen genutzt. Kunden fragen: "Welcher Elektriker in Hamburg ist empfehlenswert?" und erhalten Antworten mit Quellenangaben.

Perplexity: Spezialisierte KI-Suchmaschine, die bei lokalen Anfragen besonders auf Bewertungen und Vertrauenswürdigkeit achtet.

Google Maps mit KI-Integration: Google integriert zunehmend KI in Maps, um personalisierte Empfehlungen für lokale Dienstleister zu geben.

Warum ist das für Ihren Handwerksbetrieb wichtig?

Studien zeigen, dass **über 85% der Kunden** online nach Handwerkern suchen, bevor sie Kontakt aufnehmen. Wenn KI-Systeme Ihren Betrieb nicht finden oder nicht als qualifiziert erkennen, verlieren Sie Aufträge an Wettbewerber, die besser optimiert sind.

Konkret bedeutet das:

- Ein Kunde sucht "Maler München Altbausanierung"
- KI-Systeme empfehlen 3-5 Betriebe
- Wenn Sie nicht dabei sind, geht der Auftrag an einen Wettbewerber
- Sie erfahren nie, dass ein potenzieller Kunde nach Ihnen gesucht hat

3. Warum traditionelles SEO für Handwerker nicht mehr ausreicht

Viele Handwerksbetriebe haben in den letzten Jahren in traditionelles SEO investiert: Eine Website erstellt, Google My Business angelegt und vielleicht sogar ein paar Bewertungen gesammelt. Diese Maßnahmen sind nach wie vor wichtig, reichen aber nicht mehr aus, um in der KI-Ära erfolgreich zu sein.



Die Grenzen von traditionellem SEO für Handwerksbetriebe

Keyword-Fokus vs. Lokale Expertise: Während traditionelles SEO auf die Optimierung für Keywords wie "Maler München" setzt, bewerten KI-Systeme die **fachliche Tiefe** Ihrer Inhalte und Ihre **lokale Verwurzelung**. Sie erkennen, ob Sie wirklich ein etablierter lokaler Handwerker sind oder nur eine generische Website haben.

Google My Business vs. Strukturierte Daten: Ein gepflegtes Google My Business Profil ist wichtig, aber KI-Systeme benötigen zusätzlich **strukturierte Daten (Schema.org)**, um Ihre Leistungen, Ihr Einzugsgebiet und Ihre Spezialisierungen präzise zu verstehen.

Allgemeine Inhalte vs. Kundenorientierte Antworten: Viele Handwerker-Websites beschreiben ihre Leistungen sehr allgemein ("Wir bieten alle Malerarbeiten an"). KI-Systeme bevorzugen jedoch **konkrete, kundenorientierte Inhalte**, die spezifische Fragen beantworten ("Was kostet es, eine 80qm Wohnung zu streichen?", "Wie lange dauert eine Badezimmer-Renovierung?").

Was KI-Systeme bei Handwerker-Websites bewerten

Laut aktuellen GEO-Studien [1] sind für lokale Dienstleister besonders wichtig:

- **Lokale Signale:** Klare Angabe von Standort, Einzugsgebiet und lokalen Referenzen
- **Vertrauenswürdigkeit:** Qualifikationen, Zertifikate, Mitgliedschaften (z.B. Handwerkskammer)
- **Kundenbewertungen:** Authentische Bewertungen mit strukturierten Daten
- **Preistransparenz:** Realistische Preisinformationen oder Preisspannen
- **Verfügbarkeit:** Information, ob Sie neue Aufträge annehmen
- **Spezialisierungen:** Klare Darstellung, was Sie besonders gut können
- **Strukturierte Daten:** Maschinenlesbare Informationen über Ihren Betrieb

4. Die Grundlagen: GEO vs. AEO

In der Welt der KI-Optimierung begegnen Ihnen zwei Begriffe: **AEO** und **GEO**. Beide sind eng miteinander verbunden, beschreiben aber unterschiedliche Aspekte.

Answer Engine Optimization (AEO)

AEO ist die Strategie. Es ist das übergeordnete Prinzip: KI-Systeme können Ihren Betrieb nur dann empfehlen, wenn sie Ihre handwerkliche Expertise und Ihre Leistungen verstehen. AEO definiert das "Warum" und "Was" der Optimierung.

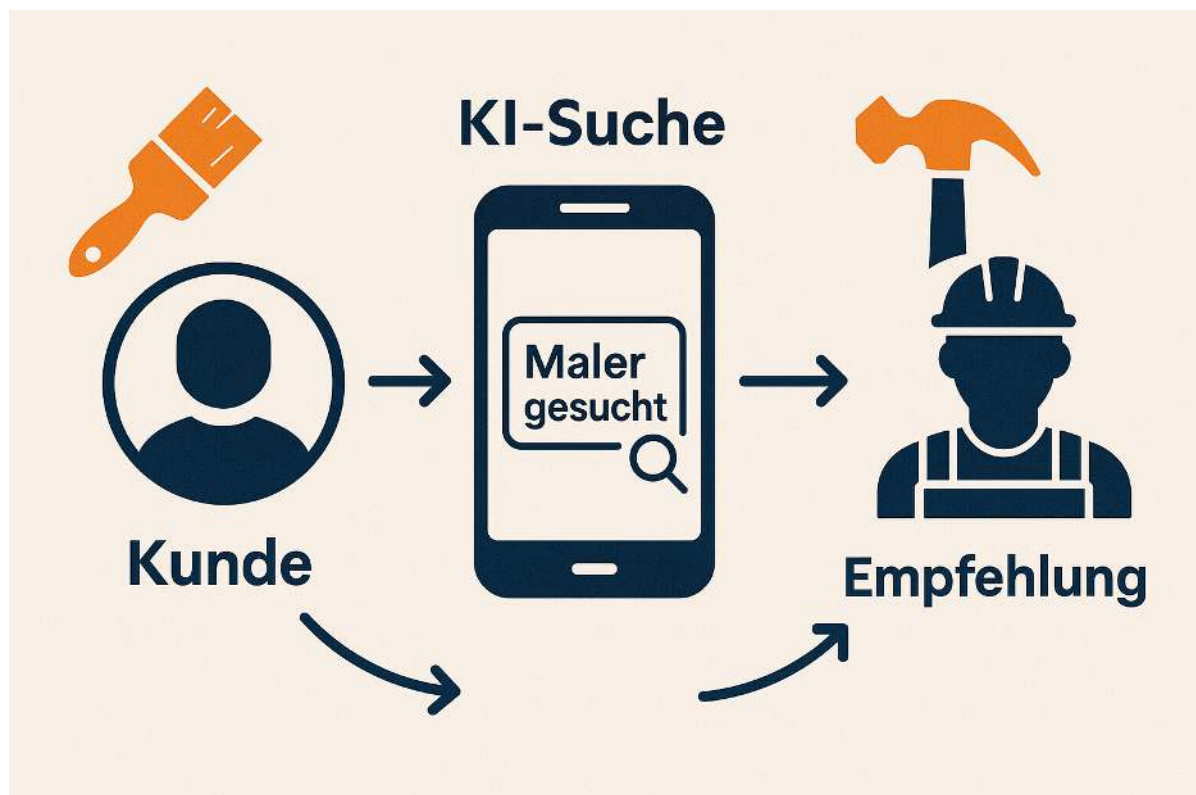
Im Handwerks-Kontext bedeutet AEO: Kundenfragen antizipieren und umfassend beantworten. Beispiel: Ein Kunde fragt "Was kostet es, ein Badezimmer zu fliesen?" – Ihre Website sollte diese Frage detailliert, transparent und mit realistischen Preisspannen beantworten.

Generative Engine Optimization (GEO)

GEO ist die Umsetzung. Es umfasst die konkreten Maßnahmen, mit denen Sie Ihre handwerklichen Inhalte KI-freundlich gestalten: klare Strukturierung, strukturierte Daten für Ihren Betrieb und Ihre Leistungen, verständliche Sprache und lokale Signale. GEO definiert das "Wie" der Optimierung.

Im Handwerks-Kontext bedeutet GEO: Ihre Antwort zur Badezimmer-Fliesung mit FAQ Schema auszeichnen, konkrete Preisspannen nennen, den Arbeitsablauf Schritt-für-Schritt beschreiben und Ihr Einzugsgebiet strukturiert darstellen.

In der Praxis: AEO sagt Ihnen, dass Sie Kundenfragen beantworten müssen. GEO zeigt Ihnen, wie Sie diese Antworten formatieren, strukturieren und auszeichnen müssen, damit KI-Systeme sie finden, verstehen und Ihren Betrieb empfehlen können.



5. Analyse: Wo steht Ihre Handwerker-Website heute?

Bevor Sie mit der Optimierung beginnen, sollten Sie verstehen, wo Ihre Website aktuell steht. Die meisten Handwerker-Websites haben in mindestens einem der folgenden Bereiche erhebliche Defizite:

Checkliste: KI-Readiness Ihrer Handwerker-Website

Bereich	Frage	Ja	Nein
Strukturierte Daten	Haben Sie LocalBusiness Schema für Ihren Betrieb implementiert?	☐	☐
Strukturierte Daten	Haben Sie Service Schema für Ihre Leistungen implementiert?	☐	☐
Strukturierte Daten	Haben Sie FAQ Schema für häufige Kundenfragen implementiert?	☐	☐
Google My Business	Ist Ihr Google My Business Profil vollständig ausgefüllt?	☐	☐
Google My Business	Haben Sie mindestens 20 Google-Bewertungen?	☐	☐

KI-Suchmaschinenoptimierung für Handwerksbetriebe: Der Leitfaden für Maler, Tischler, Elektriker & Co

Google My Business	Antworten Sie regelmäßig auf Bewertungen?	☐	☐
Google My Business	Bietet Ihre Website detaillierte Beschreibungen Ihrer Leistungen (500+ Wörter)?	☐	☐
Inhaltstiefe	Verwenden Sie fragenbasierte Überschriften (z.B. "Was kostet...")?	☐	☐
Preistransparenz	Nennen Sie realistische Preisspannen für Ihre Leistungen?	☐	☐
Referenzen	Zeigen Sie konkrete Projekte mit Vorher-Nachher-Bildern?	☐	☐
Qualifikation	Sind Ihre Qualifikationen und Zertifikate klar dargestellt?	☐	☐
Einzugsgebiet	Ist Ihr Einzugsgebiet klar definiert?	☐	☐
FAQs	Haben Sie einen FAQ-Bereich für jede Hauptleistung?	☐	☐

Auswertung: Wenn Sie mehr als fünf Fragen mit "Nein" beantwortet haben, hat Ihre Website erhebliches Optimierungspotenzial für KI-Suchmaschinen.

Die häufigsten Schwachstellen bei Handwerker-Websites

1. Fehlende strukturierte Daten (95% der Handwerksbetriebe) Fast alle Handwerker-Websites haben keinerlei Schema Markup. KI-Systeme können den Betrieb zwar finden, aber nicht optimal interpretieren.

2. Unvollständiges Google My Business Profil (70% der Handwerksbetriebe) Viele Profile sind angelegt, aber nicht vollständig ausgefüllt. Fehlende Informationen: Leistungskatalog, Öffnungszeiten, Einzugsgebiet, Bilder.

3. Zu wenig Kundenbewertungen (80% der Handwerksbetriebe) Weniger als 10 Bewertungen signalisieren KI-Systemen mangelnde Vertrauenswürdigkeit.

4. Fehlende Leistungsdetails (85% der Handwerksbetriebe) Viele Websites listen nur Leistungen auf, ohne zu erklären, wie sie ablaufen, was sie kosten oder was enthalten ist.

5. Keine Preistransparenz (90% der Handwerksbetriebe) "Preis auf Anfrage" hilft weder Kunden noch KI-Systemen. Realistische Preisspannen sind besser.

6. Fehlende lokale Signale (75% der Handwerksbetriebe) Einzugsgebiet, lokale Referenzen und regionale Verankerung werden nicht strukturiert dargestellt.

6. Strategie 1: Handwerkliche Expertise online sichtbar machen

KI-Systeme müssen verstehen, dass Sie ein qualifizierter, vertrauenswürdiger Handwerksbetrieb sind. Dies erreichen Sie durch strukturierte Darstellung Ihrer Expertise und kundenorientierte Inhalte.

Prinzip 1: Kundenfragen antizipieren und umfassend beantworten

Strukturieren Sie Ihre Inhalte um die Fragen, die Kunden tatsächlich stellen. Jede Leistungsseite sollte die wichtigsten Fragen in separaten Abschnitten von 150-300 Wörtern beantworten.

Beispiel für eine Maler-Website (Wohnung streichen):

Frage: "Was kostet es, eine 3-Zimmer-Wohnung streichen zu lassen?"

Antwort (280 Wörter): Die Kosten für das Streichen einer 3-Zimmer-Wohnung in München liegen zwischen **1.500 und 3.500 Euro**, abhängig von mehreren Faktoren.

Faktoren, die den Preis beeinflussen:

Wohnungsgröße: Eine 60qm Wohnung kostet weniger als eine 100qm Wohnung. Als Faustregel rechnen wir mit **15-25 Euro pro Quadratmeter Wohnfläche**.

Zustand der Wände: Glatte, gut vorbereitete Wände sind schneller zu streichen als rissige oder unebene Wände, die vorher gespachtelt werden müssen. Spachtelarbeiten kosten zusätzlich **5-10 Euro pro Quadratmeter**.

Anzahl der Anstriche: Ein Anstrich reicht bei hellen Farben auf weißem Untergrund. Dunkle Farben oder das Überstreichen von dunklen Wänden erfordern 2-3 Anstriche.

Deckenhöhe: Standarddecken (2,40m) sind im Grundpreis enthalten. Altbauwohnungen mit 3m+ Deckenhöhe erfordern Gerüste und kosten **20-30% mehr**.

Farbqualität: Standardfarben sind im Preis enthalten. Premium-Farben (z.B. waschfest, Allergiker-geeignet) kosten **2-5 Euro mehr pro Quadratmeter**.

Beispielkalkulation für 80qm Wohnung:

- Grundfläche 80qm × 20 Euro = 1.600 Euro
- Spachtelarbeiten (30qm) × 8 Euro = 240 Euro
- Zweiter Anstrich Wohnzimmer (20qm) × 5 Euro = 100 Euro

Gesamtpreis: ca. 1.940 Euro

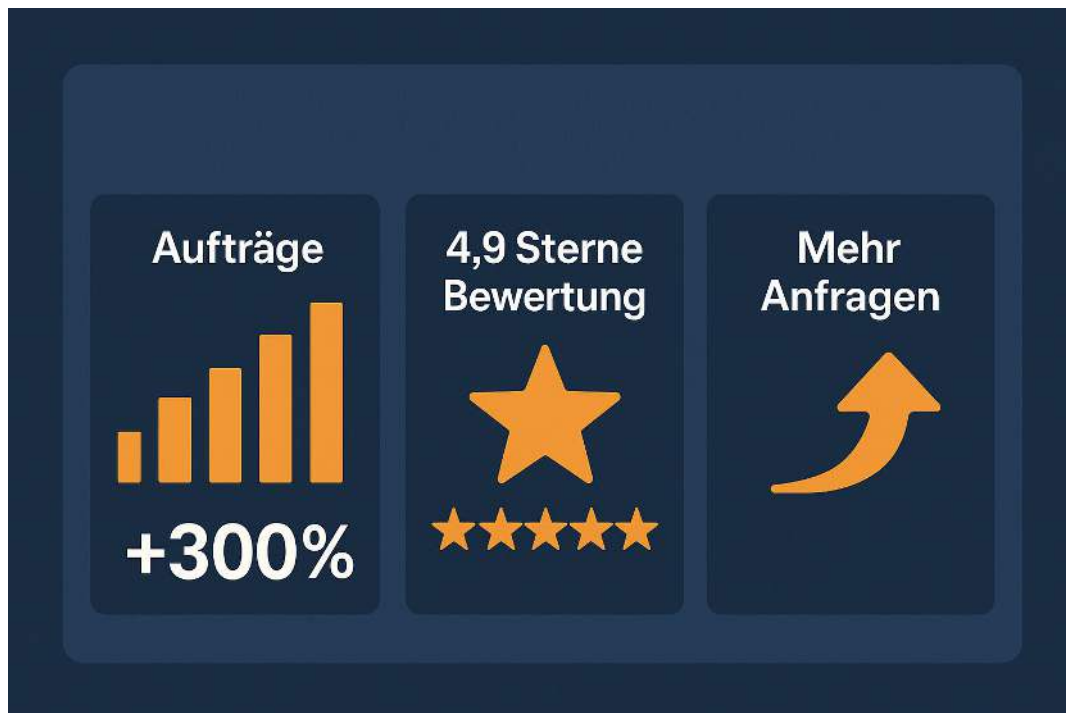
Was ist im Preis enthalten?

- Abdecken von Böden und Möbeln
- Abkleben von Fenstern, Türen und Steckdosen
- Alle Materialien (Farbe, Spachtelmasse, Abdeckmaterial)
- Fachgerechte Ausführung durch Malermeister
- Endreinigung

Nicht enthalten:

- Tapeten entfernen (falls erforderlich): 5-8 Euro/qm
- Möbel ausräumen: nach Aufwand
- Anfahrt außerhalb Münchens: 0,50 Euro/km

Für ein unverbindliches Angebot besichtigen wir Ihre Wohnung kostenlos und erstellen eine detaillierte Kalkulation.



Prinzip 2: Fragenbasierte Überschriften für jede Leistung

Formulieren Sie Ihre Überschriften als direkte Kundenfragen. Dies hilft KI-Systemen, Ihre Inhalte als Antworten zu erkennen.

Für Maler:

- "Was kostet es, eine Wohnung streichen zu lassen?"
- "Wie lange dauert es, ein Haus zu streichen?"
- "Welche Farbe eignet sich für Feuchträume?"
- "Muss ich beim Streichen ausziehen?"

Für Tischler/Schreiner:

- "Was kostet eine Einbauküche nach Maß?"
- "Wie lange dauert die Anfertigung eines Kleiderschranks?"
- "Welches Holz eignet sich für Gartenmöbel?"
- "Können Sie alte Möbel restaurieren?"

Für Elektriker:

- "Was kostet eine Elektroinstallation im Neubau?"
- "Wie erkenne ich veraltete Elektrik?"
- "Brauche ich einen Elektriker für Lampen anbringen?"
- "Was kostet eine Ladestation für Elektroautos?"

Für Sanitärinstallateure:

- "Was kostet eine Badsanierung komplett?"
- "Wie lange dauert der Austausch einer Heizung?"
- "Was tun bei Rohrbruch?"
- "Lohnt sich eine Fußbodenheizung?"

Für Fliesenleger:

- "Was kostet es, ein Badezimmer zu fliesen?"
- "Welche Fliesen eignen sich für die Dusche?"
- "Wie lange muss Fliesenkleber trocknen?"
- "Können alte Fliesen überklebt werden?"

Prinzip 3: Konkrete Projektbeispiele zeigen

KI-Systeme bewerten Ihre Expertise auch anhand konkreter Referenzen.

Zeigen Sie abgeschlossene Projekte mit Details:

Beispiel Maler:

Projekt: Altbausanierung München-Schwabing

- **Aufgabe:** Komplettsanierung einer 120qm Altbauwohnung mit 3,20m Deckenhöhe
- **Herausforderung:** Rissige Wände, alte Tapeten, unebene Decken
- **Lösung:** Tapeten entfernt, Wände gespachtelt und geschliffen, 2x Grundierung, 2x Endanstrich mit Premium-Farbe
- **Dauer:** 8 Arbeitstage
- **Ergebnis:** Perfekt glatte Wände in modernem Weiß, Kunde sehr zufrieden

Prinzip 4: Qualifikationen und Zertifikate hervorheben

Zeigen Sie Ihre handwerkliche Expertise durch konkrete Angaben:

Für Maler:

- "Malermeister, Handwerkskammer München"
- "25 Jahre Erfahrung in Altbausanierung"
- "Spezialisierung: Stuckateurarbeiten und Fassadengestaltung"
- "Mitglied im Bundesverband Farbe Gestaltung Bautenschutz"

Für Tischler:

- "Tischlermeister, Innungsgeprüft"
- "Spezialisierung: Maßanfertigungen und Restaurierung"
- "30 Jahre Erfahrung im Möbelbau"
- "Zertifiziert für nachhaltiges Holzhandwerk"

Für Elektriker:

- "Elektrotechnikermeister, VDE-zertifiziert"
- "Spezialisierung: Smart Home und E-Mobilität"
- "Zugelassen für Arbeiten am Stromnetz"
- "Regelmäßige Fortbildungen zu aktuellen Normen"

Prinzip 5: Einzugsgebiet klar definieren

KI-Systeme müssen verstehen, wo Sie tätig sind. Definieren Sie Ihr Einzugsgebiet konkret:

Gut: "Wir sind tätig in München und Umgebung (bis 30km):

Unterschleißheim, Garching, Ismaning, Unterhaching, Grünwald, Pullach, Planegg, Gräfelfing, Pasing, Puchheim."

Schlecht: "Wir sind in ganz Bayern tätig." (Zu unspezifisch, unglaubwürdig für Kleinbetriebe)

Prinzip 6: Verfügbarkeit kommunizieren

Kunden wollen wissen, ob Sie verfügbar sind. Seien Sie transparent:

Gut: "Aktuell haben wir Kapazitäten frei. Für kleinere Aufträge (1-3 Tage) können wir innerhalb von 2 Wochen starten. Für größere Projekte planen Sie bitte 4-6 Wochen Vorlauf ein."

Auch gut: "Aufgrund hoher Nachfrage sind wir aktuell bis Ende November ausgebucht. Gerne nehmen wir Ihren Auftrag für Dezember/Januar entgegen."

7. Strategie 2: Strukturierte Daten für Handwerksbetriebe

Strukturierte Daten sind für lokale Handwerksbetriebe besonders wichtig, da KI-Systeme bei lokalen Suchanfragen höchste Anforderungen an die Quellenqualität und lokale Relevanz stellen. Schema.org bietet spezielle Typen für lokale Dienstleister.

Was sind strukturierte Daten?

Strukturierte Daten (Schema Markup) sind Code-Snippets im JSON-LD Format, die Sie in den HTML-Code Ihrer Website einfügen. Sie beschreiben Ihren Betrieb, Ihre Leistungen, Ihr Einzugsgebiet und Ihre Qualifikationen in einer standardisierten, maschinenlesbaren Form.

Warum sind strukturierte Daten für Handwerksbetriebe so wichtig?

Laut führenden GEO-Experten [2] ist die Implementierung von strukturierten Daten **eine der wirkungsvollsten Maßnahmen** für lokale KI-Sichtbarkeit. Für Handwerksbetriebe gilt dies besonders, da:

1. **KI-Systeme bei lokalen Anfragen sehr präzise sein müssen** und nur vertrauenswürdige, klar identifizierbare lokale Dienstleister empfehlen
Strukturierte Daten Ihr Einzugsgebiet maschinenlesbar machen
2. **Leistungsdetails** eindeutig kategorisiert werden
3. **Bewertungen und Qualifikationen** strukturiert dargestellt werden können

Die wichtigsten Schema-Typen für Handwerksbetriebe

Für alle Handwerksbetriebe:

1. **LocalBusiness** oder spezifischer (z.B. "Electrician", "Plumber", "GeneralContractor")
2. **Service**: Beschreibt einzelne Handwerksleistungen
3. **FAQPage**: Zeichnet Kundenfragen aus
4. **Review** und **AggregateRating**: Zeigt Kundenbewertungen
5. **Offer**: Beschreibt Preise und Konditionen

Zusätzlich empfohlen: 6. **Person**: Für den Inhaber/Meister 7.

OpeningHoursSpecification: Geschäftszeiten und Erreichbarkeit

8. LocalBusiness Schema: Ihr Betrieb für KI optimieren

Das LocalBusiness Schema ist die Grundlage Ihrer lokalen KI-Optimierung. Es beschreibt Ihren Handwerksbetrieb mit allen relevanten Informationen, die KI-Systeme benötigen, um Sie als vertrauenswürdigen lokalen Dienstleister zu erkennen.

Anatomie eines LocalBusiness Schemas

Ein vollständiges LocalBusiness Schema enthält:

Basis-Informationen:

- @type: "LocalBusiness" oder spezifischer (z.B. "Electrician", "Plumber", "ProfessionalService")
- name: Name Ihres Betriebs
- description: Beschreibung Ihres Betriebs und Ihrer Spezialisierungen
- image: Logo oder Betriebsbild

Kontakt und Standort:

- telephone: Telefonnummer
- email: E-Mail-Adresse
- address: Vollständige Adresse
- geo: GPS-Koordinaten
- areaServed: Einzugsgebiet (sehr wichtig!)

Öffnungszeiten und Erreichbarkeit:

- openingHoursSpecification: Geschäftszeiten
- availableLanguage: Gesprochene Sprachen

Geschäftsinformationen:

- priceRange: Preiskategorie (€, €, €, €€€)
- paymentAccepted: Akzeptierte Zahlungsmethoden
- currenciesAccepted: Währung

Bewertungen:

- aggregateRating: Durchschnittsbewertung
- review: Einzelne Kundenbewertungen

Qualifikationen:

founderemployee

Vollständiges Beispiel: Malerbetrieb

{

"@context": "https://schema.org",

"@type": "ProfessionalService",

"name": "Malerbetrieb Schmidt - Malermeister München",

"image": "https://www.maler-schmidt-muenchen.de/images/logo.jpg",

"description": "Malerbetrieb in München mit 25 Jahren Erfahrung.

Spezialisiert auf Altbausanierung, Fassadengestaltung und hochwertige Innenraumgestaltung. Malermeister-Betrieb mit Qualitätsgarantie.",

"url": "https://www.maler-schmidt-muenchen.de",

"telephone": "+49-89-12345678",

"email": "info@maler-schmidt-muenchen.de",

"address": {

```
"@type": "PostalAddress",  
  
"streetAddress": "Musterstraße 45",  
  
"addressLocality": "München",  
  
"addressRegion": "Bayern",  
  
"postalCode": "80331",  
  
"addressCountry": "DE"
```

```
},
```

```
"geo": {  
  
  "@type": "GeoCoordinates",  
  
  "latitude": "48.1351",  
  
  "longitude": "11.5820"
```

```
},
```

```
"openingHoursSpecification": [
```

```
{  
  
  "@type": "OpeningHoursSpecification",  
  
  "dayOfWeek": ["Monday", "Tuesday", "Wednesday", "Thursday", "Friday"],  
  
  "opens": "07:00",  
  
  "closes": "17:00"  
  
}  
  
],  
  
  "priceRange": "€€",  
  
  "paymentAccepted": "Bargeld, Überweisung, EC-Karte",  
  
  "currenciesAccepted": "EUR",  
  
  "availableLanguage": ["Deutsch", "Englisch"],  
  
  "areaServed": [  
  
    {
```

```
"@type": "City",
```

```
"name": "München"
```

```
},
```

```
{
```

```
"@type": "City",
```

```
"name": "Unterschleißheim"
```

```
},
```

```
{
```

```
"@type": "City",
```

```
"name": "Garching"
```

```
},
```

```
{
```

```
"@type": "City",
```

```
"name": "Ismaning"

},

{

"@type": "City",

"name": "Unterhaching"

}

],

"sameAs": [

"https://www.facebook.com/malerschmidt",

"https://www.instagram.com/maler_schmidt_muenchen"

],

"aggregateRating": {

"@type": "AggregateRating",
```

```
"ratingValue": "4.9",

"reviewCount": "127",

"bestRating": "5",

"worstRating": "1"

},

"review": [

{

"@type": "Review",

"author": {

"@type": "Person",

"name": "Michael K."

},

"datePublished": "2025-09-10",
```

"reviewBody": "Hervorragende Arbeit! Unsere Altbauwohnung wurde perfekt renoviert. Saubere Ausführung, pünktlich und faire Preise. Absolut empfehlenswert!",

"reviewRating": {

"@type": "Rating",

"ratingValue": "5",

"bestRating": "5",

"worstRating": "1"

}

}

],

"founder": {

"@type": "Person",

"name": "Thomas Schmidt",

"jobTitle": "Malermeister",

"description": "Malermeister mit 25 Jahren Erfahrung. Spezialisierung auf Altbausanierung und Stuckateurarbeiten. Mitglied der Handwerkskammer München.",

"hasCredential": {

"@type": "EducationalOccupationalCredential",

"credentialCategory": "Meisterbrief Maler- und Lackiererhandwerk"

},

"memberOf": {

"@type": "Organization",

"name": "Handwerkskammer für München und Oberbayern"

}

}

}

Vollständiges Beispiel: Tischlerei

{

"@context": "https://schema.org",

"@type": "LocalBusiness",

"name": "Tischlerei Müller - Maßmöbel Hamburg",

"image": "https://www.tischlerei-mueller-hamburg.de/images/werkstatt.jpg",

"description": "Traditionelle Tischlerei in Hamburg mit 30 Jahren Erfahrung. Spezialisiert auf Maßanfertigungen, Einbauküchen und Möbelrestaurierung. Meisterbetrieb mit eigener Werkstatt.",

"url": "https://www.tischlerei-mueller-hamburg.de",

"telephone": "+49-40-98765432",

"email": "kontakt@tischlerei-mueller-hamburg.de",

"address": {

"@type": "PostalAddress",

"streetAddress": "Werkstraße 12",

"addressLocality": "Hamburg",

"addressRegion": "Hamburg",

"postalCode": "22305",

"addressCountry": "DE"

},

"geo": {

"@type": "GeoCoordinates",

"latitude": "53.5511",

"longitude": "9.9937"

```
},
```

```
"openingHoursSpecification": [
```

```
{
```

```
"@type": "OpeningHoursSpecification",
```

```
"dayOfWeek": ["Monday", "Tuesday", "Wednesday", "Thursday"],
```

```
"opens": "08:00",
```

```
"closes": "17:00"
```

```
},
```

```
{
```

```
"@type": "OpeningHoursSpecification",
```

```
"dayOfWeek": "Friday",
```

```
"opens": "08:00",
```

```
"closes": "15:00"
```

```
},  
  
{  
  
  "@type": "OpeningHoursSpecification",  
  
  "dayOfWeek": "Saturday",  
  
  "opens": "09:00",  
  
  "closes": "13:00"  
  
}  
  
],  
  
  "priceRange": "€€€",  
  
  "paymentAccepted": "Überweisung, EC-Karte, Rechnung",  
  
  "currenciesAccepted": "EUR",  
  
  "availableLanguage": ["Deutsch"],  
  
  "areaServed": {
```

```
"@type": "City",  
  
"name": "Hamburg"  
  
},  
  
"aggregateRating": {  
  
  "@type": "AggregateRating",  
  
  "ratingValue": "4.8",  
  
  "reviewCount": "94"  
  
},  
  
"founder": {  
  
  "@type": "Person",  
  
  "name": "Klaus Müller",  
  
  "jobTitle": "Tischlermeister",
```

"description": "Tischlermeister mit 30 Jahren Erfahrung. Spezialisierung auf Maßanfertigungen und hochwertige Holzverarbeitung.",

"hasCredential": {

"@type": "EducationalOccupationalCredential",

"credentialCategory": "Meisterbrief Tischlerhandwerk"

}

}

}

Vollständiges Beispiel: Elektroinstallation

{

"@context": "https://schema.org",

"@type": "Electrician",

"name": "Elektro Weber - Elektroinstallationen Berlin",

"image": "https://www.elektro-weber-berlin.de/images/logo.jpg",

"description": "Elektroinstallationen in Berlin. Spezialisiert auf Smart Home, E-Mobilität und Photovoltaik. VDE-zertifizierter Meisterbetrieb mit 24h-Notdienst.",

"url": "https://www.elektro-weber-berlin.de",

"telephone": "+49-30-12345678",

"email": "info@elektro-weber-berlin.de",

"address": {

"@type": "PostalAddress",

"streetAddress": "Elektrostraße 88",

"addressLocality": "Berlin",

"addressRegion": "Berlin",

"postalCode": "10115",

"addressCountry": "DE"

```
},
```

```
"geo": {
```

```
  "@type": "GeoCoordinates",
```

```
  "latitude": "52.5200",
```

```
  "longitude": "13.4050"
```

```
},
```

```
"openingHoursSpecification": {
```

```
  "@type": "OpeningHoursSpecification",
```

```
  "dayOfWeek": ["Monday", "Tuesday", "Wednesday", "Thursday", "Friday"],
```

```
  "opens": "07:30",
```

```
  "closes": "16:30"
```

```
},
```

```
"priceRange": "€€",
```

"paymentAccepted": "Überweisung, EC-Karte, Rechnung",

"availableLanguage": ["Deutsch", "Englisch", "Polnisch"],

"areaServed": [

{

"@type": "City",

"name": "Berlin"

},

{

"@type": "City",

"name": "Potsdam"

}

],

"aggregateRating": {

```
"@type": "AggregateRating",

"ratingValue": "4.9",

"reviewCount": "156"

},

"hasOfferCatalog": {

"@type": "OfferCatalog",

"name": "Elektroleistungen",

"itemListElement": [

{

"@type": "Offer",

"itemOffered": {

"@type": "Service",

"name": "Elektroinstallation Neubau"
```

```
}  
  
,  
  
{  
  
  "@type": "Offer",  
  
  "itemOffered": {  
  
    "@type": "Service",  
  
    "name": "Smart Home Installation"  
  
  }  
  
},  
  
{  
  
  "@type": "Offer",  
  
  "itemOffered": {  
  
    "@type": "Service",
```

```
"name": "Wallbox / Ladestation für E-Autos"

}

},

{

"@type": "Offer",

"itemOffered": {

"@type": "Service",

"name": "24h-Notdienst"

}

}

]

}

}
```

9. Service Schema: Handwerksleistungen strukturiert darstellen

Während das LocalBusiness Schema Ihren Betrieb beschreibt, definiert das Service Schema Ihre einzelnen Handwerksleistungen. Dies ist entscheidend, damit KI-Systeme verstehen, welche spezifischen Leistungen Sie anbieten.

Warum Service Schema für Handwerksleistungen wichtig ist

Kunden suchen nicht nach "Maler", sondern nach "Wohnung streichen lassen" oder "Fassade renovieren". Service Schema hilft KI-Systemen, Ihre Leistungen mit den Kundenbedürfnissen zu matchen.

Vollständiges Beispiel: Wohnung streichen (Maler)

```
{  
  
  "@context": "https://schema.org",  
  
  "@type": "Service",  
  
  "serviceType": "Malerarbeiten Innenraum",  
  
  "name": "Wohnung streichen",
```

"description": "Professionelles Streichen von Wohnungen und Häusern. Wir übernehmen alle Vorarbeiten (Abdecken, Spachteln, Schleifen), verwenden hochwertige Farben und garantieren saubere Ausführung. Inklusive Endreinigung.",

"provider": {

"@type": "ProfessionalService",

"name": "Malerbetrieb Schmidt",

"url": "https://www.maler-schmidt-muenchen.de"

},

"areaServed": [

{

"@type": "City",

"name": "München"

},

```
{  
  
  "@type": "City",  
  
  "name": "Unterschleißheim"  
  
}  
  
],  
  
"offers": {  
  
  "@type": "Offer",  
  
  "priceSpecification": {  
  
    "@type": "PriceSpecification",  
  
    "price": "15-25",  
  
    "priceCurrency": "EUR",  
  
    "unitText": "pro Quadratmeter Wohnfläche"  
  
  },  
  
}
```

"description": "Der Preis variiert je nach Zustand der Wände, Deckenhöhe und Farbwahl. Spachtelarbeiten kosten zusätzlich 5-10 Euro/qm. Kostenlose Besichtigung und Angebot."

},

"serviceOutput": "Perfekt gestrichene Wohnung in Ihrer Wunschfarbe, saubere Ausführung durch Malermeister",

"termsOfService": "Anzahlung 30% bei Auftragserteilung, Restzahlung nach Abnahme. Gewährleistung 2 Jahre."

}

Vollständiges Beispiel: Einbauküche nach Maß (Tischler)

{

"@context": "https://schema.org",

"@type": "Service",

"serviceType": "Möbelbau nach Maß",

"name": "Einbauküche nach Maß",

"description": "Individuelle Einbauküchen nach Ihren Wünschen und Maßen. Von der Planung über die Fertigung in unserer Werkstatt bis zur Montage - alles aus einer Hand. Hochwertige Materialien, präzise Verarbeitung, 5 Jahre Garantie.",

"provider": {

"@type": "LocalBusiness",

"name": "Tischlerei Müller",

"url": "https://www.tischlerei-mueller-hamburg.de"

},

"areaServed": {

"@type": "City",

"name": "Hamburg"

},

"offers": {

```
"@type": "Offer",
```

```
"priceSpecification": {
```

```
"@type": "PriceSpecification",
```

```
"minPrice": "8000",
```

```
"maxPrice": "25000",
```

```
"priceCurrency": "EUR"
```

```
},
```

```
"description": "Der Preis hängt von Größe, Materialwahl und Ausstattung  
ab. Eine 3m-Küche in Eiche massiv mit hochwertigen Geräten kostet ca.  
15.000-20.000 Euro. Kostenlose Beratung und 3D-Planung."
```

```
},
```

```
"serviceOutput": "Maßgefertigte Einbauküche, perfekt an Ihren Raum  
angepasst, montiert und funktionsbereit",
```

```
"additionalType": "https://schema.org/Product",
```

```
"category": "Möbelbau"
```

```
}
```

Vollständiges Beispiel: Elektroinstallation Neubau (Elektriker)

```
{
```

```
"@context": "https://schema.org",
```

```
"@type": "Service",
```

```
"serviceType": "Elektroinstallation",
```

```
"name": "Elektroinstallation Neubau",
```

```
"description": "Komplette Elektroinstallation für Neubauten nach aktuellen VDE-Normen. Planung, Verlegung aller Leitungen, Installation von Schaltern und Steckdosen, Verteilung, Prüfung und Abnahme. Optional: Smart Home Integration.",
```

```
"provider": {
```

```
"@type": "Electrician",
```

```
"name": "Elektro Weber",  
  
"url": "https://www.elektro-weber-berlin.de"  
  
},  
  
"areaServed": [  
  
  {  
  
    "@type": "City",  
  
    "name": "Berlin"  
  
  },  
  
  {  
  
    "@type": "City",  
  
    "name": "Potsdam"  
  
  }  
  
],
```

```
"offers": {  
  
  "@type": "Offer",  
  
  "priceSpecification": {  
  
    "@type": "PriceSpecification",  
  
    "price": "80-120",  
  
    "priceCurrency": "EUR",  
  
    "unitText": "pro Quadratmeter Wohnfläche"  
  
  },  
  
  "description": "Durchschnittlich 100 Euro/qm für Standard-Ausstattung.  
Smart Home und zusätzliche Netzwerkverkabelung kosten extra.  
Festpreisangebot nach Planungsphase."  
  
},  
  
"serviceOutput": "Vollständige, geprüfte und abgenommene  
Elektroinstallation nach VDE-Normen",
```

```
"additionalProperty": [  
  
  {  
  
    "@type": "PropertyValue",  
  
    "name": "Zertifizierung",  
  
    "value": "VDE-zertifiziert"  
  
  },  
  
  {  
  
    "@type": "PropertyValue",  
  
    "name": "Garantie",  
  
    "value": "5 Jahre Gewährleistung"  
  
  }  
  
]  
  
}
```

10. FAQ Schema: Kundenfragen professionell beantworten

FAQ-Bereiche sind für Handwerksbetriebe besonders wertvoll. Kunden haben vor der Beauftragung viele Fragen, und KI-Systeme lieben strukturierte Frage-Antwort-Formate.

Vollständiges Beispiel: FAQ für Malerarbeiten

```
{  
  
  "@context": "https://schema.org",  
  
  "@type": "FAQPage",  
  
  "mainEntity": [  
  
    {  
  
      "@type": "Question",  
  
      "name": "Was kostet es, eine 3-Zimmer-Wohnung streichen zu lassen?",  
  
      "acceptedAnswer": {  
  
        "@type": "Answer",
```

"text": "<p>Die Kosten für das Streichen einer 3-Zimmer-Wohnung liegen zwischen 1.500 und 3.500 Euro, abhängig von der Wohnungsgröße und dem Zustand der Wände.</p><p>Als Faustregel rechnen wir mit 15-25 Euro pro Quadratmeter Wohnfläche. Eine 80qm Wohnung kostet also ca. 1.200-2.000 Euro für das reine Streichen. Spachtelarbeiten kosten zusätzlich 5-10 Euro/qm.</p><p>Wir erstellen nach kostenloser Besichtigung ein detailliertes Festpreisangebot.</p>"

}

},

{

"@type": "Question",

"name": "Wie lange dauert es, eine Wohnung zu streichen?",

"acceptedAnswer": {

"@type": "Answer",

```
"text": "<p>Eine 80qm Wohnung streichen wir in der Regel in <strong>3-5 Arbeitstagen</strong>.</p><p>Die genaue Dauer hängt ab von:</p><ul><li><strong>Vorarbeiten</strong>: Spachteln und Schleifen verlängert die Dauer um 1-2 Tage</li><li><strong>Anzahl der Anstriche</strong>: Dunkle Farben erfordern 2-3 Anstriche</li><li><strong>Trocknungszeiten</strong>: Zwischen Anstrichen muss die Farbe trocknen (4-6 Stunden)</li><li><strong>Teamgröße</strong>: Mit 2 Malern sind wir schneller als alleine</li></ul><p>Wir nennen Ihnen bei der Angebotserstellung einen verbindlichen Fertigstellungstermin.</p>"
```

```
}
```

```
},
```

```
{
```

```
"@type": "Question",
```

```
"name": "Muss ich beim Streichen ausziehen?",
```

```
"acceptedAnswer": {
```

```
"@type": "Answer",
```

```
"text": "<p><strong>Nein, Sie müssen nicht ausziehen.</strong> Wir  
arbeiten Raum für Raum, sodass Sie während der Arbeiten in der Wohnung  
bleiben können.</p><p>Was Sie tun sollten:</p><ul><li>  
<strong>Möbel</strong>: Kleine Gegenstände und Dekoration wegräumen.  
Große Möbel können wir in die Raummitte rücken und abdecken.</li><li>  
<strong>Böden</strong>: Wir decken alle Böden mit Malervlies ab.</li><li>  
<strong>Lüften</strong>: Moderne Farben sind geruchsarm, trotzdem  
empfehlen wir regelmäßiges Lüften.</li></ul><p>Viele Kunden nutzen die  
Gelegenheit, um tagsüber zur Arbeit zu gehen, während wir streichen.</p>"
```

```
}
```

```
},
```

```
{
```

```
"@type": "Question",
```

```
"name": "Welche Farbe verwenden Sie?",
```

```
"acceptedAnswer": {
```

```
"@type": "Answer",
```

```
"text": "<p>Wir verwenden standardmäßig <strong>hochwertige  
Dispersionsfarben</strong> von Markenherstellern (z.B. Caparol, Brillux,  
Alpina). Diese sind:</p><ul><li>Geruchsarm und lösemittelfrei</li><li>Gut  
deckend (meist reicht ein Anstrich)</li><li>Strapazierfähig und  
abwaschbar</li><li>Für Allergiker geeignet</li></ul><p>Auf Wunsch bieten  
wir auch:</p><ul><li><strong>Premium-Farben</strong> mit besonders  
hoher Deckkraft</li><li><strong>Feuchtraumfarben</strong> für Bad und  
Küche (schimmelresistent)</li><li><strong>Mineralfarben</strong> für  
Allergiker</li><li><strong>Kreidefarben</strong> für besondere Optik</li>  
</ul><p>Wir beraten Sie gerne zur optimalen Farbwahl für Ihre Räume.</p>"
```

```
}
```

```
},
```

```
{
```

```
"@type": "Question",
```

```
"name": "Bieten Sie auch Tapezierarbeiten an?",
```

```
"acceptedAnswer": {
```

```
"@type": "Answer",
```

```
"text": "<p>Ja, wir bieten alle Tapezierarbeiten an:</p><ul><li>  
<strong>Alte Tapeten entfernen</strong>: 5-8 Euro/qm</li><li>  
<strong>Raufaser tapezieren</strong>: 8-12 Euro/qm (inkl. Material)</li>  
<li><strong>Vliestapeten tapezieren</strong>: 10-15 Euro/qm (inkl.  
Material)</li><li><strong>Designtapeten</strong>: Nach Aufwand, ab 20  
Euro/qm</li></ul><p>Tapezieren ist oft sinnvoll bei unebenen oder rissigen  
Wänden, da Tapete kleine Unebenheiten kaschiert. Wir beraten Sie, ob in  
Ihrem Fall Tapezieren oder direktes Streichen besser ist.</p>"
```

```
}
```

```
}
```

```
]
```

```
}
```

Vollständiges Beispiel: FAQ für Tischlerarbeiten

```
{
```

```
"@context": "https://schema.org",
```

```
"@type": "FAQPage",
```

```
"mainEntity": [
```

```
{
```

```
"@type": "Question",
```

```
"name": "Was kostet eine Einbauküche nach Maß?",
```

```
"acceptedAnswer": {
```

```
"@type": "Answer",
```

```
"text": "<p>Eine maßgefertigte Einbauküche kostet zwischen  
<strong>8.000 und 25.000 Euro</strong>, abhängig von Größe, Material  
und Ausstattung.</p><p><strong>Beispielkalkulationen:</strong></p><p>  
<strong>Einfache 3m-Küche</strong> (Korpus Spanplatte, Front  
Kunststoff, Basis-Geräte): ca. 8.000-12.000 Euro</p><p>  
<strong>Mittelklasse 4m-Küche</strong> (Korpus beschichtet, Front  
Echtholzfurnier, gute Geräte): ca. 15.000-20.000 Euro</p><p>  
<strong>Premium 5m-Küche</strong> (Massivholz, High-End-Geräte,  
Kochinsel): ab 25.000 Euro</p><p>Wir erstellen nach Beratung und 3D-  
Planung ein detailliertes Festpreisangebot.</p>"
```

```
}
```

```
},
```

```
{
```

```
"@type": "Question",
```

```
"name": "Wie lange dauert die Anfertigung einer Maßküche?",
```

```
"acceptedAnswer": {
```

```
"@type": "Answer",
```

```
"text": "<p>Von der Planung bis zur Montage dauert es in der Regel  
<strong>8-12 Wochen</strong>.</p><p><strong>Ablauf:</strong></p><p>  
<strong>Woche 1-2</strong>: Beratung, Aufmaß, 3D-Planung,  
Angebotserstellung</p><p><strong>Woche 3-8</strong>: Fertigung in  
unserer Werkstatt (Massivholz braucht länger als Spanplatte)</p><p>  
<strong>Woche 9-10</strong>: Oberflächenbehandlung,  
Qualitätskontrolle</p><p><strong>Woche 11-12</strong>: Montage vor Ort  
(2-4 Tage), Anschluss von Geräten, Einweisung</p><p>In dringenden Fällen  
können wir die Fertigung beschleunigen. Planen Sie aber besser 3 Monate  
Vorlauf ein.</p>"
```

```
}
```

```
},
```

```
{
```

```
"@type": "Question",
```

```
"name": "Welches Holz eignet sich für eine Küche?",
```

```
"acceptedAnswer": {  
  
  "@type": "Answer",  
  
  "text": "<p>Für Küchen eignen sich besonders <strong>harte,  
unempfindliche Hölzer</strong>:</p><p><strong>Eiche</strong>: Sehr hart,  
robust, zeitlose Optik. Ideal für Küchen. Preis: €€€</p><p>  
<strong>Buche</strong>: Hart, helle Optik, preisgünstiger als Eiche. Preis: €  
€</p><p><strong>Nussbaum</strong>: Edel, dunkel, sehr hochwertig.  
Preis: €€€€</p><p><strong>Kirsche</strong>: Warm, rötlich, mittelharte  
Holzart. Preis: €€€</p><p>Wir empfehlen <strong>geölte oder lackierte  
Oberflächen</strong>, da diese feuchtigkeitsbeständig und leicht zu  
reinigen sind. Wir beraten Sie ausführlich zur optimalen Holzwahl für Ihre  
Küche.</p>"  
  
}  
  
}  
  
]  
  
}
```



11. Google My Business: Die Basis für lokale KI-Sichtbarkeit

Google My Business (GMB, jetzt "Google Unternehmensprofil") ist **die wichtigste Grundlage** für Ihre lokale Sichtbarkeit – sowohl in traditionellen Google-Suchen als auch in KI-Systemen. Ein vollständig optimiertes GMB-Profil ist Pflicht für jeden Handwerksbetrieb.

Warum Google My Business so wichtig ist

1. Lokale Suchanfragen dominieren im Handwerk Über 90% der Kunden suchen nach "Handwerker + Ort" (z.B. "Maler München", "Elektriker Berlin"). GMB ist der Hauptkanal für diese Suchen.

2. KI-Systeme nutzen GMB-Daten ChatGPT, Perplexity und Google AI Overviews greifen auf GMB-Daten zu, um lokale Empfehlungen zu geben. Ein unvollständiges Profil bedeutet: Sie werden nicht empfohlen.

3. Vertrauenssignal Bewertungen, Fotos und vollständige Informationen signalisieren Vertrauenswürdigkeit – sowohl für Kunden als auch für KI-Systeme.

4. Kostenlos und effektiv GMB ist kostenlos und hat oft mehr Impact als teure Werbung.

Die 10 Säulen eines perfekten Google My Business Profils

Säule 1: Vollständige Basis-Informationen

Was Sie ausfüllen müssen:

- **Unternehmensname:** Exakt wie im Handelsregister/Gewerbeschein
- **Kategorie:** Wählen Sie die präziseste Kategorie (z.B. "Malerbetrieb" statt nur "Dienstleister")
- **Zusatzkategorien:** Fügen Sie bis zu 9 weitere Kategorien hinzu (z.B. "Fassadenreinigung", "Trockenbau")
- **Adresse:** Vollständige, korrekte Adresse (muss mit Website übereinstimmen)
- **Telefonnummer:** Lokale Festnetznummer (wirkt vertrauenswürdiger als Handy)
- **Website:** Link zu Ihrer Website
- **Öffnungszeiten:** Präzise Geschäftszeiten, auch Sonderzeiten (Feiertage)

Tipp für Handwerker: Wenn Sie keine Laufkundschaft haben, können Sie "Dienstleistungen am Kundenstandort" aktivieren und Ihre Adresse verbergen. Geben Sie dann Ihr Einzugsgebiet an.

Säule 2: Einzugsgebiet definieren

Sehr wichtig für Handwerker!

Definieren Sie präzise, wo Sie tätig sind:

- **Option 1:** Umkreis um Ihren Standort (z.B. 30km um München)
- **Option 2:** Spezifische Städte/Stadtteile auswählen

Beispiel Maler München: Einzugsgebiet: München, Unterschleißheim, Garching, Ismaning, Unterhaching, Grünwald, Pullach, Planegg, Gräfelfing

Warum wichtig? KI-Systeme nutzen diese Information, um Sie bei lokalen Anfragen zu empfehlen. Wenn jemand in Garching nach einem Maler sucht und Sie Garching nicht als Einzugsgebiet angegeben haben, werden Sie nicht angezeigt.

Säule 3: Unternehmens-Beschreibung optimieren

Sie haben **750 Zeichen** für Ihre Beschreibung. Nutzen Sie sie optimal:

Schlechtes Beispiel: "Wir sind ein Malerbetrieb in München und bieten alle Malerarbeiten an."

Gutes Beispiel: "Malerbetrieb Schmidt – Ihr Malermeister in München seit 1998. Wir sind spezialisiert auf Altbausanierung, Fassadengestaltung und hochwertige Innenraumgestaltung. Unser Team aus 5 erfahrenen Malern und Stuckateuren garantiert saubere, termingerechte Ausführung. Wir verwenden ausschließlich hochwertige, schadstoffarme Farben. Kostenlose Besichtigung und Festpreisangebot. Tätig in München und Umgebung (30km). Mitglied der Handwerkskammer München. Rufen Sie uns an: 089-12345678"

Was enthalten sein sollte:

- Spezialisierungen
- Erfahrung (Jahre im Geschäft)
- Teamgröße
- Qualitätsversprechen
- Einzugsgebiet
- Call-to-Action
- Qualifikationen/Mitgliedschaften

Säule 4: Leistungskatalog anlegen

GMB erlaubt es, Ihre Leistungen strukturiert darzustellen. **Nutzen Sie das unbedingt!**

Beispiel Maler:

- Wohnung streichen (ab 15 €/qm)
- Fassade streichen (ab 30 €/qm)
- Tapezieren (ab 10 €/qm)
- Spachtelarbeiten (ab 8 €/qm)
- Trockenbau (ab 50 €/qm)
- Stuckarbeiten (auf Anfrage)

Warum wichtig? KI-Systeme können so verstehen, welche spezifischen Leistungen Sie anbieten. Ein Kunde, der nach "Fassade streichen München" sucht, findet Sie so leichter.

Tipp: Geben Sie realistische Preisspannen an. "Auf Anfrage" ist weniger hilfreich als "ab 30 €/qm".

Säule 5: Hochwertige Fotos hochladen

Bilder sind **extrem wichtig** für Vertrauen und Sichtbarkeit. Profile mit vielen Fotos werden deutlich häufiger kontaktiert.

Was Sie hochladen sollten (mindestens 20 Fotos):

Für Maler:

- Vorher-Nachher-Bilder von Projekten
- Team bei der Arbeit
- Werkzeuge und Ausstattung (Gerüste, Spritzpistolen)
- Farbmuster und Materialien
- Firmenfahrzeug mit Logo
- Teamfoto
- Meisterbrief (als Vertrauenssignal)

Für Tischler:

- Fertige Möbelstücke (Küchen, Schränke, Tische)
- Werkstatt von innen
- Holzmaterialien
- Team bei der Arbeit
- Detailaufnahmen (Verbindungen, Oberflächen)
- Montage beim Kunden

Für Elektriker:

- Schaltschränke und Verteilungen
- Smart Home Installationen
- Wallboxen für E-Autos
- Team bei der Arbeit
- Firmenfahrzeug
- Werkzeuge und Messgeräte

Technische Anforderungen:

- Format: JPG oder PNG
- Auflösung: Mindestens 720px breit
- Dateigröße: Maximal 5 MB
- Qualität: Scharf, gut beleuchtet, professionell

Tipp: Laden Sie regelmäßig neue Fotos hoch (mindestens 1x pro Monat). Das signalisiert Aktivität.

Säule 6: Bewertungen sammeln und managen

Bewertungen sind **das wichtigste Vertrauenssignal** für Handwerksbetriebe.

Ziele:

- Mindestens 20 Bewertungen (besser 50+)
- Durchschnitt mindestens 4,5 Sterne
- Regelmäßig neue Bewertungen (zeigt Aktivität)

Wie Sie Bewertungen sammeln:

1. Direkt nach Projektabschluss fragen "Wir würden uns sehr über eine Google-Bewertung freuen. Hier ist der Link: [Direktlink zu GMB-Bewertung]"

Tipp: Erstellen Sie einen Kurzlink (z.B. mit bit.ly), den Sie leicht weitergeben können.

2. Per E-Mail nachfassen Senden Sie 1-2 Tage nach Projektabschluss eine freundliche E-Mail mit Bitte um Bewertung.

3. Auf Rechnung hinweisen Fügen Sie auf Ihre Rechnungen einen Hinweis ein: "Zufrieden mit unserer Arbeit? Wir freuen uns über Ihre Bewertung auf Google."

4. QR-Code nutzen Erstellen Sie einen QR-Code, der direkt zur Bewertungsseite führt. Drucken Sie ihn auf Visitenkarten oder zeigen Sie ihn auf dem Smartphone.

Auf Bewertungen antworten – So geht's richtig:

Positive Bewertung: "Vielen Dank für Ihre tolle Bewertung, Herr Müller! Es freut uns sehr, dass Sie mit dem Ergebnis zufrieden sind. Wir wünschen Ihnen viel Freude mit Ihrer frisch gestrichenen Wohnung. Ihr Team vom Malerbetrieb Schmidt"

Negative Bewertung: "Vielen Dank für Ihr Feedback, Herr Meyer. Es tut uns leid, dass Sie nicht vollständig zufrieden waren. Wir würden das Problem gerne lösen. Bitte kontaktieren Sie uns unter 089-12345678, damit wir eine Lösung finden können. Mit freundlichen Grüßen, Thomas Schmidt, Malermeister"

Wichtig:

- Antworten Sie auf ALLE Bewertungen (auch positive)
- Antworten Sie innerhalb von 24-48 Stunden
- Bleiben Sie professionell und höflich (auch bei unfairen Bewertungen)
- Bieten Sie bei Problemen eine Lösung an

Säule 7: Google Beiträge regelmäßig posten

GMB erlaubt es, "Beiträge" zu posten – ähnlich wie Social Media Posts.

Nutzen Sie das!

Was Sie posten sollten (mindestens 1x pro Woche):

Projekt-Updates: "Heute haben wir eine 120qm Altbauwohnung in Schwabing fertiggestellt. Perfekt glatte Wände in modernem Grau. Der Kunde ist begeistert! 🎨 #MalerMünchen #Altbausanierung"

Angebote: "Herbst-Aktion: 10% Rabatt auf Fassadenarbeiten im Oktober! Jetzt Termin sichern. ☎️ 089-12345678"

Tipps für Kunden: "Tipp: Lüften Sie nach dem Streichen regelmäßig, auch wenn moderne Farben geruchsarm sind. So trocknet die Farbe optimal. 🌬️"

Saisonale Hinweise: "Jetzt ist die beste Zeit für Fassadenarbeiten! Milde Temperaturen und wenig Regen. Wir haben noch Kapazitäten frei. 🏠"

Warum wichtig? Beiträge zeigen Aktivität und erscheinen in den Suchergebnissen. Sie erhöhen Ihre Sichtbarkeit.

Säule 8: Fragen & Antworten pflegen

Kunden können in GMB Fragen stellen. Sie sollten diese schnell beantworten – aber noch besser: **Stellen Sie selbst Fragen und beantworten Sie diese!**

Beispiele für selbst gestellte Fragen (Maler):

F: "Bieten Sie auch Fassadenarbeiten an?" **A:** "Ja, Fassadenarbeiten sind eine unserer Spezialitäten. Wir streichen, sanieren und dämmen Fassaden. Kostenlose Besichtigung unter 089-12345678."

F: "Wie lange dauert es, eine 3-Zimmer-Wohnung zu streichen?" **A:** "Eine 80qm Wohnung streichen wir in der Regel in 3-5 Arbeitstagen, abhängig vom Zustand der Wände. Wir nennen Ihnen bei der Angebotserstellung einen verbindlichen Termin."

F: "Arbeiten Sie auch am Wochenende?" **A:** "Nach Absprache können wir auch samstags arbeiten. Sonntags arbeiten wir nicht. Sprechen Sie uns einfach an!"

F: "Welche Zahlungsmethoden akzeptieren Sie?" **A:** "Wir akzeptieren Überweisung, EC-Karte und Barzahlung. Anzahlung 30% bei Auftragserteilung, Rest nach Abnahme."

Warum wichtig? Diese Fragen erscheinen prominent in Ihrem GMB-Profil und beantworten häufige Kundenfragen proaktiv. KI-Systeme können diese Informationen nutzen.

Säule 9: Attribute und Besonderheiten angeben

GMB bietet verschiedene Attribute an, die Sie aktivieren sollten:

Für Handwerksbetriebe relevant:

- ☒ "Vom Inhaber geführt" (Vertrauenssignal)
- ☒ "Kostenloses WLAN" (falls Sie Büro/Ausstellung haben)
- ☒ "Kostenlose Beratung"
- ☒ "Kostenvoranschlag verfügbar"
- ☒ "Barrierefrei" (falls zutreffend)
- ☒ "Parkplätze verfügbar"
- ☒ "Notdienst" (falls Sie 24h-Service anbieten)

Tipp: Aktivieren Sie alle zutreffenden Attribute. Sie erscheinen in den Suchergebnissen und helfen Kunden bei der Entscheidung.

Säule 10: GMB Insights nutzen und optimieren

GMB bietet detaillierte Statistiken. Nutzen Sie diese zur Optimierung:

Wichtige Metriken:

- **Suchanfragen:** Wie Kunden Sie finden (direkt, Entdeckung, Markensuche)
- **Aktionen:** Anrufe, Website-Besuche, Routenplanung
- **Fotos:** Wie oft Ihre Fotos angesehen werden
- **Bewertungen:** Anzahl und Entwicklung

Was Sie tun sollten:

- Prüfen Sie monatlich Ihre Insights
- Identifizieren Sie erfolgreiche Inhalte (welche Fotos werden oft angesehen?)
- Optimieren Sie basierend auf Daten (z.B. mehr Fotos von gefragten Leistungen)
- Reagieren Sie auf Trends (z.B. vermehrte Anfragen nach bestimmten Leistungen)

GMB-Optimierung: Checkliste für Handwerker

Aufgabe	Erledigt	Ja	Nein
Alle Basis-Informationen vollständig ausgefüllt		☐	☐
Unternehmens-Beschreibung optimiert (750 Zeichen)		☐	☐
Leistungskatalog mit Preisen angelegt		☐	☐
Mindestens 20 hochwertige Fotos hochgeladen		☐	☐
Auf alle Bewertungen geantwortet		☐	☐
Mindestens 5 Beiträge gepostet		☐	☐
Mindestens 5 Fragen selbst gestellt und beantwortet		☐	☐
Alle relevanten Attribute aktiviert		☐	☐
GMB Insights monatlich geprüft		☐	☐

Ziel: Alle Punkte sollten erledigt sein. Ein vollständig optimiertes GMB-Profil ist die Basis für Ihre lokale KI-Sichtbarkeit.

12. Best Practices für handwerkliche Inhalte

Über strukturierte Daten und GMB hinaus gibt es spezielle Best Practices für Handwerker-Websites, die Ihre KI-Sichtbarkeit erhöhen.

1. Preistransparenz zeigen

Kunden wollen wissen, was Leistungen kosten. "Preis auf Anfrage" ist frustrierend und hilft KI-Systemen nicht.

Besser: Realistische Preisspannen nennen

Beispiel Maler: "Wohnung streichen: 15-25 Euro pro Quadratmeter Wohnfläche, abhängig vom Zustand der Wände und der Deckenhöhe."

Beispiel Elektriker: "Elektroinstallation Neubau: 80-120 Euro pro Quadratmeter Wohnfläche für Standard-Ausstattung."

Warum wichtig? KI-Systeme können so präzisere Antworten geben, wenn Kunden nach Preisen fragen.

2. Ablauf Schritt-für-Schritt beschreiben

Kunden wollen wissen, was auf sie zukommt. Beschreiben Sie den Ablauf Ihrer Leistungen detailliert.

Beispiel Maler (Wohnung streichen):

Schritt 1: Kostenlose Besichtigung (30 Min) Wir besichtigen Ihre Wohnung, prüfen den Zustand der Wände und besprechen Ihre Farbwünsche.

Schritt 2: Angebot (1-2 Tage) Sie erhalten ein detailliertes Festpreisangebot mit allen Positionen und einem verbindlichen Termin.

Schritt 3: Vorbereitung (0,5 Tage) Wir decken Böden und Möbel ab, kleben Fenster und Steckdosen ab.

Schritt 4: Vorarbeiten (0,5-1 Tag, falls nötig) Risse spachteln, Unebenheiten ausgleichen, schleifen.

Schritt 5: Grundierung (0,5 Tage) Bei stark saugenden oder unterschiedlich farbigen Wänden grundieren wir.

Schritt 6: Streichen (1-2 Tage) Wir streichen Wände und Decken mit hochwertiger Farbe. Bei Bedarf zweiter Anstrich.

Schritt 7: Endreinigung (0,5 Tage) Wir entfernen alle Abdeckungen, reinigen Farbspritzer und übergeben die Wohnung besenrein.

Schritt 8: Abnahme Sie prüfen das Ergebnis. Bei Beanstandungen bessern wir nach. Dann erfolgt die Rechnungsstellung.

3. Referenzen mit Details zeigen

Konkrete Projektbeispiele sind wertvoller als allgemeine Aussagen.

Schwach: "Wir haben schon viele Küchen gebaut."

Stark: "In den letzten 5 Jahren haben wir über 150 Einbauküchen gefertigt und montiert. Hier einige Beispiele: [3-5 Projekte mit Fotos, Beschreibung, Kundenfeedback]"

4. Lokale Signale verstärken

Zeigen Sie Ihre lokale Verwurzelung:

- Erwähnen Sie lokale Stadtteile/Orte in Ihren Texten
- Zeigen Sie Projekte mit Ortsangabe ("Altbausanierung in München-Schwabing")
- Erwähnen Sie lokale Besonderheiten ("Wir kennen die Herausforderungen von Münchner Altbauten")
- Mitgliedschaft in lokaler Handwerkskammer erwähnen

5. Mobile Optimierung ist Pflicht

Über 70% der lokalen Suchen erfolgen mobil. Ihre Website muss auf Smartphones perfekt funktionieren:

- Große, klickbare Telefonnummer (Click-to-Call)
- Einfache Navigation
- Schnelle Ladezeiten
- Lesbare Schrift ohne Zoomen
- Kontaktformular mobiloptimiert

6. Call-to-Action klar formulieren

Sagen Sie Kunden genau, was sie tun sollen:

Gut: "Rufen Sie uns jetzt an für eine kostenlose Besichtigung: 089-12345678" "Fordern Sie jetzt Ihr unverbindliches Angebot an" "Schreiben Sie uns eine WhatsApp: 0151-12345678"

Schlecht: "Kontaktieren Sie uns" (zu unspezifisch)

13. Priorisierung: Was zuerst umsetzen?

Die Optimierung Ihrer Handwerker-Website für KI-Suche kann überwältigend wirken. Hier ist eine priorisierte Roadmap speziell für Handwerksbetriebe.



Phase 1: Google My Business optimieren (Woche 1-2)

Maßnahme	Aufwand	Impact	Priorität
GMB-Profil vollständig sfüllen	Mittel	Sehr Hoch	★★★★★
20+ hochwertige Fotos hochladen	Mittel	Sehr Hoch	★★★★★
Leistungskatalog mit Preisen anlegen	Gering	Hoch	★★★★
Mindestens 20 Bewertungen sammeln	Gering	Hoch	★★★★
Leistungskatalog mit Preisen anlegen	Gering	Sehr Hoch	★★★★★
5 Fragen selbst stellen und beantworten	Gering	Mittel	★★★★

Fokus: GMB ist die Basis. Ohne optimiertes GMB-Profil werden Sie in lokalen Suchen kaum gefunden.

Phase 2: Strukturierte Daten implementieren (Woche 3-4)

Maßnahme	Impact	Aufwand	Preriorität
Service Schema für Hauptleistungen (3-5)	Sehr Hoch	Mittel	★★★★★
FAQ Schema für häufigste Fragen	Hoch	gering	★★★★★



KI-Suchmaschinenoptimierung für Handwerksbetriebe: Der Leitfaden für Maler, Tischler, Elektriker & Co

Fokus: Strukturierte Daten machen Ihren Betrieb für KI-Systeme verständlich.

Phase 3: Website-Inhalte aufwerten (Woche 5-8)

Maßnahme	Impact	Aufwand	Priorität
Detaillierte Leistungsseiten erstellen (500+ Wörter)	Hoch	Sehr Hoch	★★★★★
Fragenbasierte Überschriften einführen	Gering	Mittel	★★★
Referenzprojekte mit Details zeigen	Mittel	Hoch	★★★★
Preistransparenz einbauen	Mittel	Hoch	★★★★
Ablauf-Beschreibungen Schritt-für-Schritt	Mittel	Hoch	★★★★

Fokus: Umfassende, kundenorientierte Inhalte für Ihre 3-5 Hauptleistungen.

Maßnahme	Impact	Aufwand	Priorität
Preistransparenz einbauen	Mittel	Hoch	★★★★

Phase 4: Laufende Optimierung (fortlaufend)

Maßnahme	Impact	Aufwand	Priorität
GMB-Beiträge wöchentlich posten	Hoch	Hoch	★★★★
Neue Bewertungen sammeln	Mittel	Hoch	★★★★★
Auf Bewertungen antworten (innerhalb 24h)	Gering	Hoch	★★★★
Neue Projektfotos hochladen (monatlich)	Gering	Hoch	★★★★
GMB Insights monatlich prüfen	Gering	Hoch	★★★★

Fokus: Kontinuierliche Pflege und Optimierung. KI-Sichtbarkeit ist ein Marathon, kein Sprint.

Spezielle Empfehlungen nach Gewerk

Maler:

- Vorher-Nachher-Fotos sind extrem wichtig
- Preistransparenz (€/qm) erhöht Anfragen
- Spezialisierungen hervorheben (Altbau, Fassade, Stuck)

Tischler/Schreiner:

- Hochwertige Fotos von Maßanfertigungen
- Materialauswahl erklären (Holzarten)
- Fertigungsprozess zeigen (Werkstatt-Fotos)

Elektriker:

- Moderne Themen betonen (Smart Home, E-Mobilität, Photovoltaik)
- Zertifizierungen hervorheben (VDE)
- Notdienst prominent platzieren (falls angeboten)

Sanitär/Heizung:

- Energieeffizienz betonen (Wärmepumpen, Solarthermie)
- Notdienst prominent (Rohrbruch, Heizungsausfall)
- Fördermöglichkeiten erwähnen (BAFA, KfW)

14. Fazit und Ausblick

Die Optimierung für KI-Suchmaschinen ist für Handwerksbetriebe kein vorübergehender Trend, sondern eine fundamentale Veränderung in der Art, wie Kunden Handwerker finden. Betriebe, die jetzt handeln, sichern sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil im Kampf um lokale Aufträge.

Die drei Säulen des Erfolgs für Handwerksbetriebe

1. Google My Business: Die absolute Basis. Ohne vollständig optimiertes GMB-Profil bleiben Sie in lokalen Suchen unsichtbar – sowohl in traditionellen Google-Suchen als auch in KI-Systemen.

2. Strukturierte Daten: Der technische Grundpfeiler. LocalBusiness Schema und Service Schema machen Ihren Betrieb und Ihre Leistungen für KI-Systeme verständlich.

3. Kundenorientierte Inhalte: Demonstrieren Sie Ihre handwerkliche Expertise durch umfassende, transparente Inhalte, die Kundenfragen vollständig beantworten. Zeigen Sie Preise, Abläufe und Referenzen.

Der Weg nach vorne

Die gute Nachricht: Sie müssen nicht alles auf einmal umsetzen. Beginnen Sie mit den Quick Wins – vollständiges GMB-Profil und 20+ Bewertungen sammeln. Bauen Sie dann schrittweise aus.

Die Investition in KI-Optimierung zahlt sich mehrfach aus:

- **Höhere Sichtbarkeit** bei Kunden, die aktiv nach Handwerkern suchen
- **Qualifiziertere Anfragen**, da Kunden bereits vorinformiert sind (Preise, Leistungen)
- **Bessere Conversion-Raten**, da KI-Systeme Sie als vertrauenswürdigen lokalen Experten hervorheben
- **Wettbewerbsvorteil** gegenüber Betrieben, die noch nicht optimiert haben
- **Zukunftssicherheit** für die nächste Generation der Kundengewinnung

Besondere Bedeutung für Handwerksbetriebe

Im Handwerk ist Vertrauen alles. Kunden suchen nicht nur nach einem Maler oder Elektriker, sondern nach jemandem, dem sie ihr Zuhause anvertrauen können. KI-Systeme, die Ihren Betrieb als vertrauenswürdigen, qualifizierten lokalen Dienstleister erkennen und empfehlen, sind die beste digitale Empfehlung, die Sie bekommen können.

Die Zukunft der Kundengewinnung ist KI-gestützt und lokal. Die Frage ist nicht, ob Sie optimieren sollten, sondern wann Sie damit beginnen.

**Starten Sie heute mit der Optimierung Ihres Google My Business Profils
– es ist kostenlos und hat den größten sofortigen Impact!**

15. Über den Autor

Henk du Bruyn – Online Marketing Spezialist mit Unternehmer-DNA Henk du Bruyn ist Spezialist für Online Marketing und Suchmaschinenoptimierung mit einer einzigartigen Kombination aus digitaler Expertise und praktischer Unternehmenserfahrung.

Die Unternehmer-Perspektive

Bevor Henk in die Welt des Online Marketings eintauchte, baute er über 20 Jahre lang ein erfolgreiches Filialunternehmen auf und führte es durch alle Phasen – vom Start-up über das Wachstum bis zur etablierten Marke mit mehreren Standorten. In dieser Zeit lernte er alle Facetten des Unternehmertums kennen:

- Kundengewinnung und -bindung im lokalen Markt
- Aufbau und Führung von Teams
- Finanzmanagement und Profitabilität
- Skalierung und Expansion
- Marketing in der Offline-Welt

Diese Erfahrung prägt seine Arbeit bis heute. Henk weiß, dass Marketing kein Selbstzweck ist, sondern echte Geschäftsergebnisse liefern muss: mehr Anfragen, mehr Kunden, mehr Umsatz.

Die digitale Transformation Seit 2010 spezialisiert sich Henk auf Online Marketing und Suchmaschinenoptimierung.

Er erkannte früh, dass die Zukunft der Kundengewinnung digital ist – und dass viele Unternehmer Unterstützung brauchen, um diese Transformation erfolgreich zu meistern.

Seine Expertise umfasst:

- Suchmaschinenoptimierung (SEO): Klassisches SEO und moderne KI-Optimierung (GEO)
- Lokales Marketing: Google My Business, lokale Sichtbarkeit
- Content-Strategie: Inhalte, die sowohl Menschen als auch KI-Systeme überzeugen
- Strukturierte Daten: Schema Markup für maximale Sichtbarkeit
- E-Commerce-Optimierung: Online-Shops für Conversions optimieren

Die einzigartige Kombination

Was Henk von vielen SEO-Spezialisten unterscheidet: Er versteht nicht nur die technischen Aspekte der Optimierung, sondern auch die geschäftlichen Herausforderungen seiner Kunden.

Er kennt die Fragen, die Unternehmer nachts wachhalten: "Wie gewinne ich mehr Kunden?", "Wie hebe ich mich vom Wettbewerb ab?", "Wie skaliere ich mein Geschäft?" Diese Doppelperspektive – offline und online, Unternehmer und Marketing-Spezialist – macht seine Beratung besonders wertvoll.

Er liefert keine theoretischen Konzepte, sondern praxiserprobte Strategien, die funktionieren.

Heute: Maler Marketing

Als Inhaber von Maler Marketing hilft Henk heute Unternehmen aller Größen und Branchen:

- Lokale Handwerksbetriebe, die mehr Aufträge gewinnen wollen
- Medizinische Praxen, die neue Patienten suchen
- E-Commerce-Shops, die ihre Produkte sichtbar machen möchten
- Dienstleister, die ihre Expertise online demonstrieren wollen

Sein Fokus liegt auf der Optimierung für die neue SEO und Generation von KI-Suchmaschinen (ChatGPT, Perplexity, Google AI Overviews) – ein Bereich, in dem er als Pionier gilt.

Kontakt

Maler Marketing

Inhaber: Henk du Bruyn

 E-Mail: kontakt@malermarketing.net

 Website: www.malermarketing.net

Kostenlose Beratung für Handwerksbetriebe buchen

Möchten Sie erfahren, wie Ihr Handwerksbetrieb für KI-Suchmaschinen optimiert werden kann? Buchen Sie jetzt ein kostenloses 30-minütiges Beratungsgespräch:

 [Jetzt kostenlosen Termin vereinbaren](#)

In diesem Gespräch analysieren wir:

- Den aktuellen Stand Ihres Google My Business Profils
- Die größten Optimierungspotenziale für Ihr Gewerk
- Einen konkreten Fahrplan für Ihre ersten Schritte
- Spezielle Strategien für lokale Handwerksbetriebe

Wir freuen uns darauf, Sie auf Ihrem Weg zur lokalen KI-Sichtbarkeit zu begleiten und Ihnen zu helfen, mehr qualifizierte Aufträge zu gewinnen!

Referenzen

[1] Google Search Central. (2025, May 21). *Top ways to ensure your content performs well in Google's AI experiences on Search.*

<https://developers.google.com/search/blog/2025/05/succeeding-in-ai-search>

[2] ToTheWeb. (2025, August 25). *GEO: The Complete Guide to AI-First Content Optimization 2025.* <https://totheweb.com/blog/beyond-seo-your-geo-checklist-mastering-content-creation-for-ai-search-engines/>

[3] Schema.org. *LocalBusiness.* <https://schema.org/LocalBusiness>

[4] Schema.org. *Service.* <https://schema.org/Service>

[5] Google Search Central. *Mark Up FAQs with Structured Data.*
<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/faqpage>

[6] Google Business Profile Help. *Optimize your Business Profile on Google.*
<https://support.google.com/business/>

© 2025 Onmarx Marketing. Alle Rechte vorbehalten.

Dieses E-Book darf für persönliche und geschäftliche Zwecke verwendet werden. Eine Weitergabe an Dritte ist mit Quellenangabe gestattet.

"KI-Suchmaschinenoptimierung für Handwerksbetriebe" ist der umfassende Leitfaden für Maler, Tischler, Elektriker und weitere Handwerker, um ihre Online-Sichtbarkeit in der Ära der KI-gestützten Suche zu maximieren. Lernen Sie, wie Sie Ihre Website so strukturieren, dass KI-Systeme Ihre Dienstleistungen verstehen und Sie als vertrauenswürdigen lokalen Anbieter empfehlen. Mit praxisnahen Strategien und konkreten Umsetzungsschritten verwandeln Sie Ihr Handwerksunternehmen in einen gefragten Dienstleister in Ihrer Region.