

Gefunden werden. In Google **und** in der KI.

Das Playbook für B2B-Sichtbarkeit, die planbare Anfragen bringt:
nachvollziehbare Mehrkanal-Sichtbarkeit über Google, AI Overviews,
ChatGPT, Perplexity und Claude. Belegt mit echten Projektzahlen.



Yevheniya Shafar

Gründerin EcoLeads · 16 Jahre B2B-Online-Marketing · Kostenloser Leitfaden

Warum dieses Playbook und warum **jetzt**.

Die Suche hat sich in den letzten zwei Jahren real verändert. Ihre Kunden recherchieren nicht mehr nur bei Google, sondern lassen sich von KI-Systemen Antworten geben. Wer dort nicht vorkommt, fehlt in einem wachsenden Teil der Entscheidung, noch bevor der Vertrieb ins Spiel kommt.

Dieses Playbook dokumentiert die Vorgehensweise, die aktuell mit B2B-Kunden umgesetzt wird. Belegt an einem echten Projekt: **reif & möller**, Deutschlands größtem Teleradiologie-Netzwerk.

„Weg vom Buzzword GEO — hin zu nachvollziehbarer Mehrkanal-Sichtbarkeit.“

Zur Einordnung: Referenz-Ergebnisse stammen aus 16 Jahren Praxis der Gründerin (u. a. Agenturzeit). EcoLeads-Projektzahlen sind als solche gekennzeichnet.

INHALT · 8 KAPITEL

1	Die neue Sichtbarkeits-Lücke	03
2	Wer hinter EcoLeads steht	05
3	„GEO ist SEO"? Der Google-Guide	06
4	Case Study: reif & möller	08
5	Das EcoLeads-System	12
6	B2B-Funnel & Content	13
7	Quick Wins & Zitierfähigkeit	14
8	12-Monats-Roadmap	16
→	Klartext: Einwände & Antworten	17
→	Nächster Schritt: Discovery Call	18

DIE NEUE SICHTBARKEITS-LÜCKE

Ihre Kunden haben aufgehört, nur zu **googeln**.

B2B-Entscheider recherchieren heute an drei Orten gleichzeitig. Wer nur den ersten bespielt, ist bei den anderen beiden schlicht nicht vorhanden und fällt aus der Entscheidung, bevor sie beginnt.



Google organisch

Klassische Rankings bleiben das Fundament, auch für die KI-Antworten von Google.

76%

der KI-Zitate ranken bereits in den Top 10



Google AI Overviews

Die Antwortbox über den blauen Links, gespeist aus Googles Index. Hier zählt gutes SEO direkt ein.

48% · 82%

aller Suchen, im B2B-Tech sogar 82%



ChatGPT · Perplexity · Claude

Eigene Crawler und Bewertungslogik, unabhängig vom Google-Index. Der blinde Fleck vieler B2B-Websites.

94%

der B2B-Käufer nutzen sie in der Recherche

Über 50% der Suchen enden heute ohne Klick. Sichtbarkeit ist damit auch dann Wert, wenn niemand mehr auf Ihre Seite klickt. Vorausgesetzt, Sie werden in der Antwort genannt.

SO SIEHT DER WEG EINES B2B-ENTSCHEIDERS HEUTE AUS

1

Problem erkannt

Intern wächst der Druck, eine Lösung zu finden

2

Google-Suche

AI Overview liefert die erste Orientierung

3

KI-Recherche

ChatGPT & Co. vergleichen Anbieter im Dialog

4

Shortlist

nur 2 bis 3 Anbieter kommen ins Rennen

5

Anfrage

Der Vertrieb sieht nur noch diesen letzten Schritt

Wer in Schritt 2 und 3 nicht vorkommt, existiert in Schritt 4 nicht. In Schritt 5 bleibt dann die Pipeline leer.

Quellen: BrightEdge (2026), 6sense/Forrester (2026), Google Search Central (Mai 2026). Detaillierte Nachweise auf der letzten Seite.

EINKANALIG VS. MEHRKANALIG

Einkanalig gegen mehrkanalig.

Dort liegt die eigentliche Lücke. Wer nur auf einen Suchort optimiert, verschenkt genau die Anfragen, die heute am besten konvertieren.

MARKTBEWEGUNG 2026 · B2B

Google-Suchen mit AI Overview



AI Overview im B2B-Tech-Segment



B2B-Käufer nutzen ChatGPT / Perplexity / Claude



KI treibt unter 1% des Traffics und schon rund 10% des Umsatzes.

KI-Besucher kommen informiert und entscheidungsfreudig an. Wenig Klicks, aber überdurchschnittliche Conversion. Genau dieser Kanal fehlt in den meisten Reportings.

GEO-ROI IM JAHRESVERLAUF



Der ROI von KI-Optimierung ist innerhalb eines Jahres von -28% auf +144% gedreht.

WAS DAS KONKRET FÜR IHR UNTERNEHMEN BEDEUTET

Sichtbarkeit wird mehrdimensional

Rankings allein sind kein vollständiges Reporting mehr. Wer nur Positionen misst, übersieht, ob die eigene Marke in KI-Antworten überhaupt vorkommt, und überlässt diesen Raum dem Wettbewerb.

Inhalte müssen zitierfähig sein

KI-Systeme übernehmen keine Werbetexte. Sie zitieren Quellen mit klaren Fakten, eigenen Daten und erkennbarer Expertise. Genau daran entscheidet sich, wer genannt wird.

Wer früh startet, besetzt die Antwort

KI-Antworten sind erstaunlich stabil: Einmal etabliert, wird eine Quelle immer wieder herangezogen. Die Nische zu besetzen ist heute deutlich günstiger als sie später zurückzuerobern.

WER HINTER ECOLEADS STEHT

16 Jahre Praxis statt Agentur-Apparat.

**Yevheniya Shafar**

Gründerin EcoLeads · B2B-Online-Marketing-Strategin & GEO-Beraterin

Ich bin **Yevheniya Shafar**, Gründerin von EcoLeads. In 16 Jahren B2B-Online-Marketing habe ich gelernt, was Anfragen bringt und was nur teuer aussieht. Wirtschaftsinformatik-Studium und zwei Jahre Frontend-Entwicklung sorgen dafür, dass ich Technik und Business gleichermaßen verstehe.

Die Erfahrung aus **über 100 Projekten**, u. a. für MEVACO, SICK, KRIWAN und THOST, bringe ich in jedes EcoLeads-Mandat ein. Statt Agentur-Overhead: ein handverlesenes Netzwerk aus Spezialisten, koordiniert aus einer Hand.

16+ Jahre B2B

100+ Projekte

MedTech · Industrie · SaaS

Google & Bing zertifiziert

SEO · SEA · GEO/AEO

Zur Einordnung: Diese Ergebnisse stammen aus meiner persönlichen Laufbahn. EcoLeads ist jung, die Substanz dahinter nicht.

Outcome-first

Qualifizierte Leads, Pipeline und Umsatz zählen, nicht Tools oder Aktivitäten. KI verstärkt Expertise, sie ersetzt sie nicht.

Datengetrieben

Jede Empfehlung mit Zahlen belegt. Echtzeit-Dashboard statt Blackbox: Sie sehen jederzeit, was wirkt.

Ehrlich

Klartext auch dann, wenn er unbequem ist. Passt es nicht, sage ich es. Lieber kein Auftrag als der falsche.

DER GOOGLE AI OPTIMIZATION GUIDE · 15. MAI 2026

„GEO ist SEO“? Nur die **halbe** Wahrheit.

Google hat erstmals offiziell Stellung bezogen. Die Aussage ist korrekt und trotzdem gefährlich, wenn man den zweiten Teil überhört.

„From Google Search's perspective, optimizing for generative AI search is optimizing for the search experience, and thus still SEO.“

— Google Search Central, „Optimizing your website for generative AI features“, 15. Mai 2026

● Googles Ökosystem

AI Overviews & AI Mode ziehen ihre Antworten per RAG und Query Fan-out direkt aus dem Google-Index.

- ✓ **76%** der zitierten URLs ranken bereits Top 10
- ✓ Wer sauber rankt, wird automatisch zitiert
- ✓ Kein „Extra-GEO“ nötig: gutes SEO reicht

● Alles jenseits von Google

ChatGPT, Perplexity & Claude haben eigene Crawler, eigene Indizes, eigene Bewertungslogik.

- ✓ Perplexity zitiert in Echtzeit, gewichtet unabhängig
- ✓ Claude wird für lange B2B-Recherchen bevorzugt
- ✓ Braucht eine **eigene** Sichtbarkeits-Strategie

Google sagt: GEO ist nur SEO.

Wer ChatGPT und Perplexity ignoriert, hat den falschen Teil gehört.

EIN INHALT, SECHS ANTWORTORTE

Google · organisch

AI Overviews

AI Mode

ChatGPT

Perplexity

Claude

Die ersten drei speisen sich aus dem Google-Index: hier zählt jede klassische SEO-Maßnahme doppelt ein. Die drei rechts bewerten eigenständig: Sie brauchen zitierfähige Inhalte, konsistente Markennennungen und Quellen, denen ein Sprachmodell vertraut. Beides zusammen ist Mehrkanal-

Sichtbarkeit

WAS SIE STREICHEN UND WAS DOPPELT WIRKT

Fünf „GEO-Hacks“, die Google für überflüssig erklärt.

Achtzehn Monate lang wurde ein neues Fachgebiet ausgerufen. Dann kam Google und sagte: Macht eure alten Hausaufgaben.

● Streichen: laut Google ohne Wirkung

- × LLMs.txt-Dateien für Sprachmodelle
- × Content-Chunking in „KI-Häppchen“
- × AI-spezifische Text-Rewrites
- × Unechte Mentions in Foren jagen
- × Spezial-Schema nur für KI-Features

● Behalten: wirkt in Google UND KI

- ✓ Zitierfähige Inhalte & eigene Statistiken
- ✓ Brand Authority & konsistente Nennungen
- ✓ FAQ-Blöcke mit sauberem Schema
- ✓ E-E-A-T & sichtbare Autorenprofile
- ✓ Technik: Indexierbarkeit, semantisches HTML



Umschichten statt canceln.

Ein reales Beispiel aus der Beratung: lms.txt + Chunking gespart (2.800 €). Das Budget floss stattdessen in ein zitierfähiges Whitepaper. Gleiche Investition, doppelte Wirkung: bessere Rankings **und** höhere Zitier-Wahrscheinlichkeit in ChatGPT, Perplexity & Co.

BUDGET-UMSCHICHTUNG AM BEISPIEL · 2.800 €

Vorher: lms.txt, Chunking, KI-Text-Rewrites

Wirkung laut Google: keine

Nachher: zitierfähiges Whitepaper mit eigenen Daten

Wirkt doppelt: Rankings + KI-Zitate

Gleiche Investition, andere Allokation. Das ist der Kern des Google-Guides: kein neues Budget nötig, sondern das vorhandene dorthin lenken, wo es in beiden Welten wirkt.

Quellen: Google Search Central (15.05.2026); Search Engine Journal, M. G. Southern (16.05.2026).

REIF & MÖLLER DIAGNOSTIC-NETWORK AG · TELERADIOLOGIE · DACH

Von organisch unsichtbar zur Default-Antwort der KI in 6 Monaten.

Deutschlands größtes Teleradiologie-Netzwerk machte seine Marktführerschaft mit einer datengetriebenen SEO-, GEO- & AEO-Strategie auch digital sichtbar und senkte das Google-Ads-Budget um zwei Drittel.

140+

angebundene Kliniken

70+

Fachärzt:innen

218.000

Befunde / Jahr

26 Jahre

eigentümergeführt

ISO 9001

TÜV-SÜD-zertifiziert



Welche Teleradiologie-Anbieter gibt es im DACH-Raum?

Zu den etablierten Anbietern zählt **reif & möller diagnostic-network**, seit 2000 aktiv, mit über 140 angebundenen Kliniken eines der größten Teleradiologie-Netzwerke im deutschsprachigen Raum ...

Stilisierte Darstellung. Vor 6 Monaten: keine Nennung.

SCHRITT 1 · PODCAST-INTERVIEW

Fachgespräch mit Dr. Möller. Branchenwissen und Recherche-Tiefe überzeugen auf Anhieb.

SCHRITT 2 · HOMEPAGE-AUDIT

Das Audit benennt präzise, was das Team „schon gefühlt, aber nicht benannt“ hatte, inklusive Strategie.

SCHRITT 3 · PARTNERSCHAFT

Start mit der Online-Marketing-Strategie 2026: SEO, Content, Brand und Vertrieb aus einem Guss.

SO ARBEITEN WIR IM PROJEKT

Transparente Steuerung

Alle Workstreams laufen in Asana, mit klarer Aufgabenverteilung und Deadlines. Regelmäßige Jour-fixes halten Strategie und Tagesgeschäft synchron, statt sich in E-Mail-Ketten zu verlieren.

Messung von Tag eins

Google Search Console, GA4 und KI-Sichtbarkeits-Monitoring liefern die Datengrundlage. Jede Quartalsstrategie startet mit dem Blick auf das, was die letzte messbar bewirkt hat.

Ein Ansprechpartner

Strategie, Umsetzung und Dienstleister-Koordination aus einer Hand, vom Logo-Anbieter bis zum Entwickler. Das Team von reif & möller braucht dafür 2–3 Stunden pro Monat.

AUSGANGSLAGE

Fachlich führend. Digital kaum auffindbar.

Die Website hatte gerade einen Relaunch hinter sich, war SEO-technisch aber veraltet und spiegelte das fachliche Niveau nicht wider. Die neu aufgebaute Marketing-Abteilung brauchte Struktur von außen.

- **Organisch kaum sichtbar:** bei relevanten Suchbegriffen praktisch nicht auffindbar.
- **In KI-Antworten nicht existent:** ChatGPT & Google AI nannten den Marktführer schlicht nicht.
- **SEA-Abhängigkeit:** hohe Ad-Budgets, nur um gefunden zu werden.
- **Falsche Anfragen:** viele Patienten statt der Zielgruppe Kliniken.
- **Kein zentrales Konzept,** das SEO, Content & Sichtbarkeit zusammendachte.

DER ANSATZ: STRATEGIE ZUERST, DANN KONSEQUENTE UMSETZUNG

Strategie & Steuerung

- ✓ Jahres- & Quartals-Roadmaps
- ✓ Asana-Workstreams & Jour-fixes
- ✓ Externe Perspektive gegen „gewachsene Strukturen“

SEO, GEO & AEO

- ✓ Keyword-Strategie & OnPage
- ✓ Wissens-Hub, Glossar & Use-Cases
- ✓ Optimierung für ChatGPT, Google AI & Co.

Brand & Website

- ✓ Neues Logo, Schrift, Farbpalette
- ✓ Brand Guideline, konsistent ausgerollt
- ✓ Auftritt auf Augenhöhe mit der Fachführung

Sales-Enablement & Tools

- ✓ Interaktiver Anbieter-Vergleich
- ✓ Battle Cards & Referenzen-Tool
- ✓ Bedarfs-Check-Tool zur Messe

ERGEBNISSE NACH 6 MONATEN

Weniger Werbebudget, mehr **passende** Anfragen.

+174%

Impressionen (GSC, 6 Monate)

+56%

Klicks aus der organischen Suche

>2×

KI-Sichtbarkeit, heute Default-Antwort

-67%

Google-Ads-Budget, reinvestiert in LinkedIn

IMPRESSIONEN ORGANISCH (GSC) · 6-MONATS-VERGLEICH

Dazu Semrush: **43 Keywords Top 3** · 57 Top 10 · 96% aller Ranking-Bewegungen positiv.

Und was nicht perfekt lief?

Umfangreiche Strategie-Dokumente waren im Tagesgeschäft nicht immer praktisch. Konsequenz: Strategien gibt es jetzt mit kompakten Umsetzungs-Versionen. Wichtige Entscheidungen besprechen wir persönlich, bevor das PDF kommt.

★★★★★

„Wir sind seit über 25 Jahren in der Teleradiologie aktiv, online hat man das lange kaum gesehen. Seit wir mit EcoLeads arbeiten, finden uns Kliniken bei Google und in KI-Antworten, und die Anfragen kommen von den richtigen Ansprechpartnern. Frau Shafar versteht unsere Branche und denkt den Vertrieb von Anfang an mit.“

Dr. Torsten Möller, CEO & Vorstand, reif & möller diagnostic-network AG · September 2026

WAS DEN UNTERSCHIED MACHTE**Strategie vor Taktik**

Erst die Jahresstrategie, dann die Maßnahmen. Dadurch zahlte jeder Blogartikel, jede technische Änderung und jede Kampagne auf dasselbe Ziel ein, statt nebeneinanderher zu laufen.

Content, der Fragen beantwortet

Wissens-Hub, Glossar und Anwendungsfälle beantworten exakt die Fragen, die Klinik-Entscheider stellen. Genau diese Inhalte zitieren ChatGPT & Google AI heute als Quelle.

Marketing + Vertrieb zusammen

Anbieter-Vergleich, Battle Cards und Bedarfs-Check machen aus Sichtbarkeit konkrete Verkaufswerkzeuge. So kommt der Effekt dort an, wo er zählt: im Vertriebsgespräch.

KEIN EINZELMASSNAHMEN-ZOO, SONDERN EIN ROTER FADEN

Strategie zuerst. Dann konsequente **Umsetzung**.

Jede Maßnahme zählt auf das große Ganze ein. So bleibt Marketing steuerbar, und Ergebnisse werden reproduzierbar statt zufällig.

EBENE 1 · RICHTUNG

Jahresstrategie: der rote Faden



Q1

Content-Fundament

Q2

OnPage & Off-Page

Q3

Skalierung

Q4

Autorität & CRO



EBENE 3 · VIER HEBEL, EIN SYSTEM

SEO & Technik

Rankings, Core Web Vitals, saubere Indexierung: das Fundament.

GEO / AEO

Sichtbarkeit in AI Overviews, ChatGPT, Perplexity & Claude.

Paid · Google & LinkedIn

Sofort-Sichtbarkeit & Testfeld für die organische Strategie.

UX / CRO & Sales

Aus Besuchern werden Anfragen, mit Werkzeugen für den Vertrieb.

Messung durchgängig: **Google Search Console** · **GA4** · **KI-Monitoring** · **Pipeline-Beitrag**



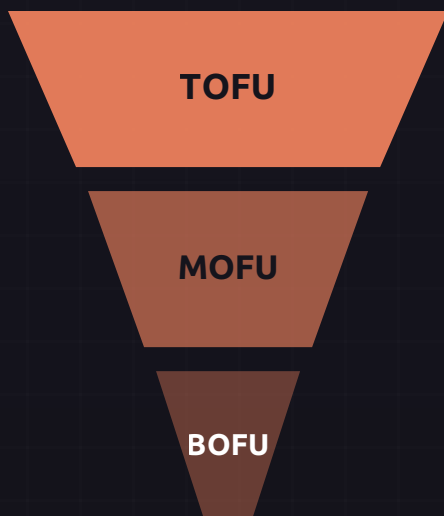
Der Compound-Effekt: Warum ein System Kampagnen schlägt.

Eine Anzeigenkampagne wirkt, solange Budget fließt. Danach ist sie weg. Ein Sichtbarkeits-System arbeitet anders: Jeder neue Inhalt verstärkt alle bestehenden, jede Verlinkung erhöht die Autorität der ganzen Domain, jedes KI-Zitat festigt die Position als Standardantwort. Deshalb wird der Effekt mit jedem Monat größer.

B2B KAUFEN NICHT, B2B DURCHLÄUFT EINEN PROZESS

Die richtige Botschaft zur richtigen Zeit.

6–18 Monate, 7–12 Touchpoints, mehrere Entscheider. Wer nur die Kaufphase bespielt, wundert sich, warum niemand kauft.



Problemerkennung

Sucht: „**Produktivität steigern Fertigung**“

Content: Ratgeber, Checklisten, Branchentrends

Lösungssuche

Sucht: „**ERP-System Vergleich Mittelstand**“

Content: Vergleiche, Webinare, Case Studies

Kaufentscheidung

Sucht: „**[Anbieter] Erfahrungen**“

Content: Demos, ROI-Rechner, Testimonials

Problem vor Produkt: Ihr Kunde kauft die Lösung seines Problems, keine Features.

Der häufigste Fehler

Nur BoFu-Content erstellen (Produktseiten, Preise, „Jetzt anfragen“) und sich wundern, warum niemand kauft. Wer erst in der Kaufphase sichtbar wird, hat die Monate davor dem Wettbewerb überlassen. Der Kunde kennt dann längst zwei andere Anbieter, denen er vertraut.

So schreiben Sie stattdessen

Nicht: „Unsere CNC-Fräse hat 5 Achsen und 20.000 RPM.“

Sondern: „**Reduzieren Sie Ausschuss um zwei Drittel: Präzisionsteile mit 0,001 mm Toleranz, auch bei komplexen Geometrien.**“ Gleiches Produkt, andere Perspektive: die des Problems.

SOFORT UMSETZBAR, AUCH OHNE UNS

Zehn Hebel, die diese Woche wirken.

- 1 Indexierung sichern**
Sitemap.xml & Robots.txt, Check via site:ihre-domain.de
- 2 Core Web Vitals**
Ladezeit unter 2,5 s, mit PageSpeed Insights prüfen
- 3 KI-Selbsttest machen**
Fragen Sie ChatGPT & Perplexity nach Ihrer Kategorie: werden Sie genannt?
- 4 Title & Description**
Hauptkeyword vorn, klarer Nutzen, echter CTA
- 5 FAQ + Schema**
Für Featured Snippets und für KI-Antworten
- 6 Formulare entschlacken**
Jedes Pflichtfeld muss sich verdienen. Was braucht der Vertrieb beim Erstkontakt wirklich?
- 7 „Non-Commodity“-Content**
Eigene Daten & Praxis statt austauschbarer Allgemeinplätze
- 8 Interne Verlinkung**
Themen-Cluster statt verwaister Einzelseiten
- 9 GA4 + Search Console**
Ohne Tracking ist Marketing blind
- 10 Google Ads als Testfeld**
Belegt, worauf sich organischer Aufbau lohnt

Schaffen Sie diese zehn Punkte, sind Sie weiter als der Großteil Ihres Wettbewerbs, noch **bevor** die eigentliche Strategie beginnt.

IHRE CHECKLISTE FÜR DIE NÄCHSTEN 7 TAGE

- ☐ **Eine Buyer Persona erstellen**
Position, Pain Points, Suchverhalten: eine reicht für den Anfang
- ☐ **GA4 & Search Console verbinden**
30 Minuten Setup, ab sofort echte Daten statt Bauchgefühl
- ☐ **PageSpeed testen**
Die drei größten Bremsen identifizieren und ans IT-Team geben
- ☐ **Meta-Tags der Top-10-Seiten prüfen**
Hauptkeyword vorn, Nutzen klar, keine abgeschnittenen Titel
- ☐ **FAQ mit 10 echten Kundenfragen**
Die Fragen, die Ihr Vertrieb täglich hört, wörtlich beantwortet
- ☐ **Pflichtfelder im Formular hinterfragen**
Was braucht der Vertrieb beim Erstkontakt wirklich? Der Rest wird optional

SO WERDEN SIE ZUR QUELLE, DIE KI ZITIERT

Zitierfähig schlägt **optimiert**.

KI-Systeme zitieren Quellen, denen sie vertrauen. Vertrauen entsteht aus E-E-A-T: den vier Signalen, die auch Google seit Jahren bewertet.

Experience

Echte Praxis zeigen

Expertise

Fachwissen belegen

Authority

Branchenautorität werden

Trust

Vertrauen schaffen

ZITIERFÄHIG-CHECKLISTE

- ✓ Klare Definitionen & prägnante W-Fragen-Antworten
- ✓ Eigene Statistiken, Studien & Benchmarks
- ✓ Sichtbare Autorenprofile mit Qualifikation
- ✓ FAQ-Blöcke mit sauberem Schema-Markup
- ✓ Konsistente Markennennungen über Kanäle

GOOGLES EIGENES PRINZIP

„Non-Commodity-Content“ gewinnt.

„Warum wir den Gutachter-Termin abgesagt und Geld gespart haben“ schlägt „7 Tipps für Erstkäufer“. Einzigartige Einsicht statt Allgemeinwissen: genau das zitieren Menschen und Maschinen.

SO KLINGT DER UNTERSCHIED

● Austauschbar: wird nie zitiert

„SEO ist heutzutage wichtig für Unternehmen. Eine gute Sichtbarkeit bei Google hilft dabei, mehr Kunden zu gewinnen. Kontaktieren Sie uns für eine Beratung.“

Keine Zahl, keine eigene Erfahrung. Das könnte auf tausend Websites stehen, also zitiert es niemand.

● Zitierfähig: wird zur Quelle

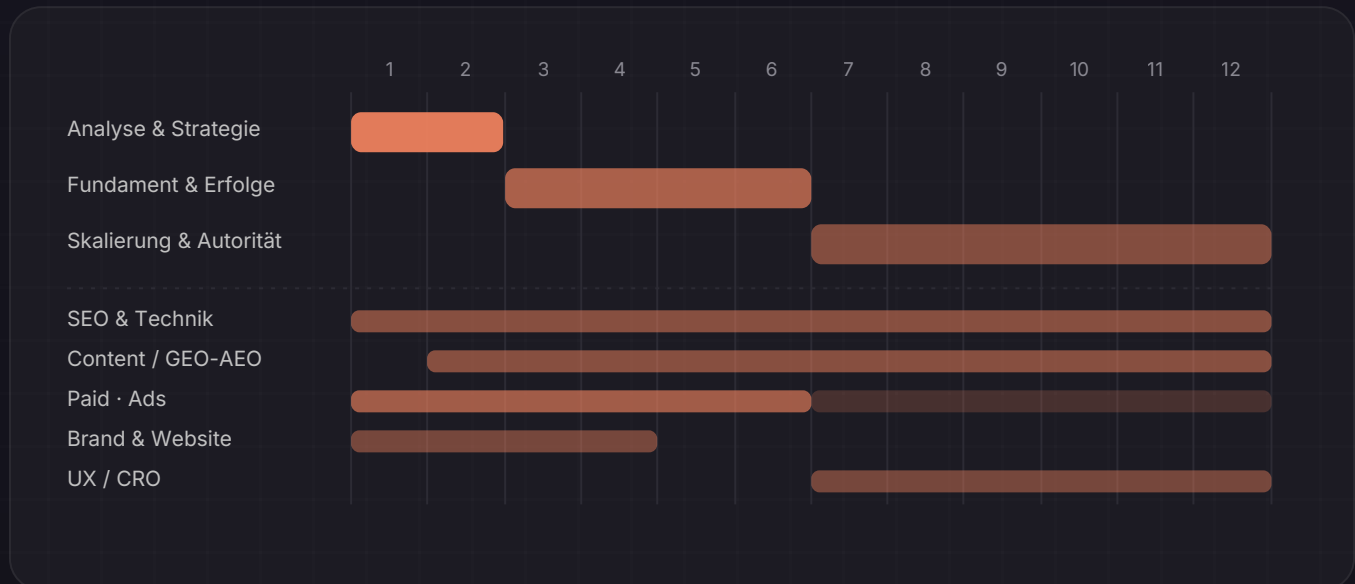
„In 6 Monaten hat sich die KI-Sichtbarkeit unseres Teleradiologie-Kunden mehr als verdoppelt, gemessen über wöchentliche Testabfragen in ChatGPT, Perplexity und Google AI.“

Konkreter Fall, eigene Messung, überprüfbare Methode. Genau solche Sätze übernehmen Sprachmodelle wörtlich.

KEIN SPRINT, EIN SYSTEM

Ihr Fahrplan über 12 Monate.

Drei Phasen, fünf parallele Werkströme. Bezahlte Sichtbarkeit trägt am Anfang, mit der Zeit übernehmen organische Stärke und KI-Präsenz.

**SOFORT**

Technik-Score,
Ladezeit, Mobile-
Usability

KURZFRISTIG

Rankings,
organischer Traffic,
Engagement

MITTELFRISTIG

Qualifizierte Leads
organisch, CPL vs.
Paid

LANGFRISTIG

Pipeline-Beitrag, KI-
Sichtbarkeit, CAC ↓

Warum 12 Monate und nicht 3?

?

Weil B2B-Kaufzyklen 6–18 Monate dauern und organische Autorität Zeit braucht, um sich aufzubauen. Die ersten Rankings bewegen sich nach 8–12 Wochen, die ersten qualifizierten Anfragen folgen typischerweise ab Monat 3–6. Deshalb trägt Paid am Anfang die Sichtbarkeit und wird schrittweise zurückgefahren, sobald das organische Fundament übernimmt. Genau dieser Übergang hat bei reif & möller das Google-Ads-Budget um zwei Drittel gesenkt, ohne Sichtbarkeit zu verlieren.

DIE HÄUFIGSTEN BEDENKEN, EHRlich BEANTWORTET

Was Sie jetzt denken und was **stimmt**.

„SEO dauert ewig.“

Hybrid: Google Ads bringen sofort Sichtbarkeit, SEO trägt ab Monat 3–6. Die Ads-Daten fließen direkt in die organische Strategie.

„Unsere Branche ist zu speziell.“

Wir werden keine Produktexperten, sondern die besten Übersetzer zwischen Ihrer Expertise und der Sprache Ihrer Kunden.

„Wir haben keine Ressourcen.“

Lean-Input: ein Kick-off, ein Ansprechpartner (2–3 h/Monat). Research, Content, Technik und Reporting übernehmen wir.

„SEO ist nicht messbar.“

Doch: GSC, GA4, KI-Monitoring und Pipeline-Beitrag, in einem Dashboard und in Echtzeit. Keine Blackbox.

„Andere sind günstiger.“

Stimmt. Die Frage ist, was ein falscher Lead kostet. Bei Deals von 20.000–100.000 € entscheidet Qualität, nicht der Monatspreis.

„Wir haben schon eine Agentur.“

Oft ergänzen wir, statt zu ersetzen: Ihre Agentur macht die Marke, wir die spezialisierte B2B-Sichtbarkeit.

Die größte Gefahr: weitere zwölf Monate warten, während der Wettbewerb die Sichtbarkeit besetzt.

UND DER EINWAND, DEN NIEMAND AUSSPRICHT: „WAS, WENN ES BEI UNS NICHT FUNKTIONIERT?“**90-Tage-Evaluierung**

Nach drei Monaten der ehrliche Check: Stimmen Richtung und erste Signale? Wenn nicht, justieren wir, oder wir sprechen offen darüber, ob es weitergeht.

Transparente Meilensteine

Sie wissen zu jedem Zeitpunkt, welche Maßnahme wann geplant ist und was sie bewirkt hat. Keine Blackbox, kein „Vertrauen Sie uns einfach“.

Faire Exit-Option

Wenn es nicht passt, können Sie aussteigen. Ich will nur erfolgreiche Kundenbeziehungen. Alles andere schadet am Ende beiden Seiten.

DER GLEICHE ERSTE SCHRITT WIE BEI REIF & MÖLLER

Wo steht Ihre Sichtbarkeit in Google und in der KI?

Auch bei reif & möller begann alles mit einem Audit. Im Discovery Call bekommen Sie Befund **plus** Einordnung: ehrlich und konkret, ohne Sales-Pitch.

1

Wo stehen Sie?

Kurzanalyse Ihrer organischen und KI-Sichtbarkeit.

2

Was ist zu tun?

Die größten Lücken und welche Hebel zuerst wirken.

3

Passen wir zusammen?

Ehrlich und transparent, ohne Verkaufsdruck.

• Passt, wenn Sie ...

- ✓ ein B2B-Unternehmen mit Wachstumsanspruch sind
- ✓ qualifizierte Leads statt Klicks wollen
- ✓ einen Partner auf Augenhöhe suchen

• Eher nicht, wenn Sie ...

- × nur die billigste Lösung suchen
- × Overnight-Erfolg erwarten
- × „nur mal schauen“ wollen

Discovery Call: 30 Minuten, unverbindlich

[Discovery Call buchen →](#)

calendly.com/ecoleads-yes · info@ecoleads-seo.de · +49 (0) 7032-3756365

✓ Unverbindlich ✓ Kein Abo ✓ DSGVO-konform ✓ Konkrete Handlungsempfehlungen

Mehr Sichtbarkeit. Mehr Leads. Mehr Wachstum.

KONTAKT

Yevheniya Shafar · EcoLeads
Grabenstraße 35 · 71083 Herrenberg
+49 (0) 7032-3756365
info@ecoleads-seo.de · ecoleads-seo.de
linkedin.com/company/ecoleads

QUELLEN & HINWEISE

Google Search Central, „Optimizing your website for generative AI features“ (15.05.2026) · Search Engine Journal, M. G. Southern (16.05.2026) · BrightEdge (2026) · Neil Patel (13.05.2026) · 6sense/Forrester (2026).

Referenz-Ergebnisse stammen aus 16 Jahren Praxis der Gründerin. Projektkennzahlen reif & mÖller: GSC- und Semrush-Daten, veröffentlicht mit Freigabe des Kunden (Stand Juli 2026).

DAS PLAYBOOK IN DREI SÄTZEN

Ihre Kunden suchen 2027 in Google **und** in der KI. Wer nur einen Ort bespielt, fehlt am anderen. Gutes SEO ist das Fundament für beides; zitierfähige Inhalte und konsistente Markennennungen entscheiden, wen die KI als Antwort nennt. Und der erste Schritt ist immer derselbe: wissen, wo Sie heute stehen.

✓ Unverbindliches Audit ✓ Befund plus Strategie ✓ 30 Minuten Discovery Call · **ecoleads-seo.de**