

Initiative KMU fit für KI & Agentic E-Commerce

17.08.2026, 18:56 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *GEO Agentur Wien & Österreich* - <https://seo-textagentur.at/>

www.seo-textagentur.at - GEO Agentur Wien & Österreich mit Herz

GEO-Agentur Wien-Österreich

Die digitale Landschaft verändert sich grundlegend, und während viele Unternehmen noch damit beschäftigt sind, ihre SEO-Strategien zu optimieren, hat die nächste Entwicklungsstufe bereits begonnen: Generative Engine Optimization (GEO) und Agentic E-Commerce. Für kleine und mittlere Unternehmen in Österreich ist es jetzt entscheidend, den Anschluss nicht zu verlieren, denn die Art, wie Kunden Produkte entdecken und kaufen, wird von KI-Systemen neu definiert. Generative Engine Optimization ist die logische Weiterentwicklung der Suchmaschinenoptimierung für das KI-Zeitalter.

Während klassisches SEO darauf abzielt, in den blauen Links der Google-Suchergebnisse möglichst weit oben zu stehen, geht es bei GEO darum, in den Antworten von KI-Systemen wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity als vertrauenswürdige Quelle zitiert zu werden. Die SEO-Textagentur aus Österreich beschreibt diesen Wandel prägnant: "GEO ersetzt SEO nicht, sondern baut darauf auf." Unternehmen müssen heute Inhalte so strukturieren, dass sie von KI-Modellen leicht verstanden, verarbeitet und als relevante Informationsquelle genutzt werden können, und das Ziel ist nicht mehr nur ein Klick, sondern die Zitation in einer KI-Antwort - ein Paradigmenwechsel, der weitreichende Konsequenzen hat.

Parallel zur Entwicklung von GEO entsteht mit dem Agentic Commerce ein völlig neues Einkaufserlebnis, bei dem KI-Agenten den gesamten Einkaufsprozess für den Nutzer übernehmen: von der Suche über den Preisvergleich bis hin zur Bezahlung. Der Nutzer gibt nur noch ein Ziel vor - etwa "bestelle Laufschuhe unter 150 Euro, Lieferung bis Freitag" - und der KI-Agent erledigt den Rest. Große Player wie OpenAI, Stripe, Google, Visa und Mastercard haben bereits konkrete Protokolle für diesen agentenbasierten Handel gestartet. Für KMU bedeutet das: Wer maschinenlesbar und "agentenfähig" ist, wird gekauft - wer es nicht ist, taucht in den Agenten-Entscheidungen gar nicht erst auf.

Die Initiative "KMU fit für KI & Agentic E-Commerce" muss daher mehrere Ebenen adressieren, beginnend mit den technischen Grundlagen. Agenten lesen keine hübschen Bilder, sondern strukturierte Produktdaten, daher sind vollständige Attribute wie Preis, Verfügbarkeit, Varianten und Lieferzeit Pflicht. Die Implementierung von Schema-Markup, klaren Preis- und Lagerangaben sowie einer API oder eines Feeds, den Agenten konsumieren können, ist die Basis. Darüber hinaus müssen Inhalte sowohl für Menschen als auch für Maschinen optimiert werden, denn die SEO-Textagentur betont: "People First Content mit einer klaren Content-DNA, der rankt, verkauft und sichtbar ist, da er nach EEAT-Richtlinien maßgeschneidert wird.

"EEAT steht für Experience, Expertise, Authoritativeness und Trustworthiness - Kriterien, die sowohl Google als auch KI-Systeme zur Bewertung von Inhalten heranziehen. Konkret bedeutet das: präzise Antworten auf User-Fragen in den ersten 100 Wörtern, eine klare Struktur mit aussagekräftigen Überschriften, FAQs, Listen und Tabellen, die KI-Systemen die Extraktion von Informationen erleichtern, sowie zitierfähige Statements mit Daten und Quellen. Ein weiterer entscheidender Aspekt ist der Aufbau von Markenautorität, denn KI-Systeme erkennen Muster: Eine Marke, die regelmäßig gemeinsam mit einem Thema auftaucht, Fachbegriffe konsistent verwendet und auf mehreren Domains präsent ist, wird als Autorität wahrgenommen. Die SEO-Textagentur spricht von "Entity-Building" - dem Aufbau einer unumstößlichen Fachautorität in der Datenwelt der KI. Ein zentraler Punkt der Initiative muss jedoch sein, dass KI ein Werkzeug und kein Ersatz für menschliche Expertise ist.

Die SEO-Textagentur stellt klar: "KI folgt Mustern, orientiert sich am Durchschnitt und schreibt nach statistischer Wahrscheinlichkeit, nicht nach Wirkung. Der AI Slop nimmt überhand. Der Index wird in immer kürzeren Abständen

vom KI-Masseneinheitsbrei gereinigt." Gerade in einer Zeit, in der das Internet zunehmend mit generischem KI-Content geflutet wird, gewinnen authentische, von Experten erstellte Inhalte an Wert. Die EEAT-Kriterien sind der Schlüssel, um sich von der Masse abzuheben, und Unternehmen müssen Inhalte schaffen, die echten Mehrwert bieten und eine unverwechselbare Perspektive einbringen - etwas, das KI-Systeme nicht leisten können.

Die Umsetzung dieser Strategie folgt einem klaren Praxisleitfaden: In der ersten Phase stehen Analyse und Strategie im Mittelpunkt, beginnend mit einem GEO-Audit zur Analyse der aktuellen Sichtbarkeit in KI-Systemen, einer Wettbewerbsanalyse, um zu verstehen, wie Konkurrenten in KI-Antworten positioniert sind, und der Identifikation von Content-Lücken, also Fragen der Zielgruppe, die noch nicht beantwortet werden. Die zweite Phase konzentriert sich auf die technische Umsetzung mit der Implementierung strukturierter Daten wie Schema-Markup für Produkte, FAQ und HowTo, der Optimierung von Produktdaten mit vollständigen Attributen für agentenbasierten Einkauf und der Sicherstellung der Crawlbarkeit durch Werkzeuge wie lms.txt für KI-Crawler. Die dritte Phase umfasst die Content-Optimierung durch die Stärkung von EEAT-Signalen wie Autorenprofile, Experteninhalte und Praxisbeispiele, die Nutzung von Antwortformaten wie FAQ-Blöcken, Definitionen und Schritt-für-Schritt-Anleitungen sowie regelmäßige Updates, da aktuelle Inhalte von KI-Systemen häufiger zitiert werden.

Die vierte Phase schließlich besteht aus Monitoring und kontinuierlicher Optimierung, wobei die KI-Sichtbarkeit durch das Tracken von Erwähnungen in KI-Antworten gemessen wird und Anpassungen an die sich rasant weiterentwickelnden KI-Systeme vorgenommen werden. Die Initiative "KMU fit für KI & Agentic E-Commerce" ist kein Zukunftsthema, sondern eine unmittelbare Notwendigkeit, denn die Weichen für die nächste Generation des digitalen Handels werden jetzt gestellt. Unternehmen, die frühzeitig auf die Anforderungen von GEO und Agentic Commerce reagieren, sichern sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Die SEO-Textagentur von Mag. Wolfgang Jagsch Bakk. BEd. formuliert es treffend: "GEO markiert den Übergang von der Optimierung für Algorithmen zur Integration in maschinelles Wissen. Sichtbarkeit entsteht nicht durch Positionen, sondern durch Relevanz im Denken der KI." Die gute Nachricht ist, dass die notwendigen Maßnahmen - strukturierte Daten, hochwertiger Content, klare Autoritätssignale - sofort auch auf klassisches SEO einzahlen. Für österreichische KMU geht es nun darum, diesen Wandel aktiv zu gestalten, denn die Werkzeuge und Strategien sind verfügbar und die Expertise ist vorhanden. Jetzt kommt es darauf an, zu handeln - denn die KI wartet nicht.

GEO Agentur Wien & Österreich - <https://seo-textagentur.at/>

Neubruckstr. 23
4060 Leonding

Wolfgang Jagsch

+43 650 46 46 498

geo@texter-linz.at

seo-textagentur.at/

Portrait

GEO Agentur Wien Österreich

Initiative KMU fit für KI & Agentic E-Commerce

GEO Agentur Wien & Österreich

Lukas Pugstaller & Mag. Wolfgang Jagsch

Tags; GEO Agentur, AI SEO, LLMO, AEO, KI SEO, AI Search, Google AI Overviews, ChatGPT SEO, Perplexity SEO, Gemini SEO, Entity SEO, Semantic SEO, Knowledge Graph, GEO Content Marketing, GEO Growth Marketing, GEO Online Marketing, GEO Online PR, GEO Inbound Marketing

News-ID: 1320901 • Views: 83 (Stand: 24.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1320901/Initiative-KMU-fit-fuer-KI-Agentic-E-Commerce.html>