

Statement of Work

Projekt: SEO + GEO Strategy Audit — Sichtbarkeit in Google & KI-Suche
Beispiel-Kunde (redacted): Nordlicht Connect — B2B-Branchenverzeichnis
Domain (redacted): `https://client-example.com`
Datum: 30. Juli 2026
Methodik-Referenz: [Data-Driven SEO with the SISTRIX MCP](#) (öffentlicher Case-Study-Ansatz, Kundendaten hier anonymisiert)

PARTEIEN

Auftragnehmer	Martin Müller, Freiberuflicher Softwareentwickler, Schweriner Str. 6, 19288 Ludwigslust, office@martinmueller.dev, +49 172 3724621
Auftraggeber	Nordlicht Connect GmbH, <code>[STRASSE]</code> , <code>[PLZ ORT]</code> , Ansprechpartner: <code>[NAME]</code> , <code>[EMAIL]</code>

Vertraulichkeit: Vertraulich — nur zur Projektplanung. Kundendaten in diesem Dokument sind **fiktiv/redacted**. Vor Projektstart kann eine separate NDA geschlossen werden.

1. WAS SIND SEO UND GEO — UND WARUM LOHNT SICH DAS?

SEO — Search Engine Optimization

SEO bedeutet: Ihre Website so aufstellen, dass sie bei **Google & Co.** für relevante Suchanfragen gefunden wird — **ohne** für jeden Klick zu bezahlen (im Gegensatz zu Google Ads).

Beispiel Nordlicht Connect: Ein Nutzer sucht „Branchenverzeichnis Ausland Immobilien“ oder „Makler Kolumbien finden“. SEO beantwortet die Frage: *Erscheint unsere Seite dafür — und auf welcher Position?*

Was SEO bringt:

- **Planbarer Traffic** — Besucher kommen von selbst, wenn die Seite rankt
- **Vertrauen** — organische Treffer wirken glaubwürdiger als Anzeigen
- **Skalierung** — guter Content und Struktur arbeiten Monate/Jahre weiter
- **Kosten** — kein Budget pro Klick, aber Investition in Struktur & Inhalte

Typische SEO-Themen (vereinfacht):

- Ranken wir für die richtigen Suchbegriffe in den richtigen Ländern?
- Finden Google & Nutzer unsere wichtigsten Seiten (Verzeichnis, Profile)?
- Verweisen andere Websites auf uns (Backlinks)?
- Ist die Website technisch suchmaschinenfreundlich aufgebaut?

GEO — Generative Engine Optimization

GEO (auch **AEO** — Answer Engine Optimization) ist das **neue SEO für KI-Assistenten**: ChatGPT, Perplexity, Google AI Overviews, Copilot.

Statt nur in der blauen Linkliste zu erscheinen, geht es darum: **Wird unsere Marke in KI-Antworten erwähnt oder empfohlen?**

Beispiel: „Welche Plattformen verbinden internationale Makler?“ — nennt die KI Nordlicht Connect — oder einen Wettbewerber?

Warum GEO jetzt relevant ist:

- Immer mehr Nutzer fragen **KI statt Google** — besonders bei Recherche & Vergleichen
- KI-Antworten **ersetzen oft den ersten Klick** auf Websites
- Wer früh sichtbar ist, baut **Markenbekanntheit** auf, bevor der Markt gesättigt ist
- GEO baut auf derselben Basis wie SEO: **klare Struktur, vertrauenswürdige Inhalte, erkennbare Marke**

GEO ist kein Ersatz für SEO — sondern die logische Erweiterung. Ohne solide SEO-Grundlage (findbare Seiten, klare Marke, gute Inhalte) funktioniert GEO kaum.

Warum ein Strategy Audit — und nicht gleich „machen“?

Viele Unternehmen investieren in Content oder Ads, **ohne zu wissen**, wo das eigentliche Problem liegt:

Symptom	Häufige Ursache (Beispiel)
„Wir bloggen, aber niemand kommt aufs Verzeichnis“	Sichtbarkeit sitzt auf der falschen Subdomain
„LatAm ist unser Markt, Google kennt uns dort nicht“	Nie gezielt pro Land gemessen
„Wettbewerber ranken, wir nicht“	Struktur- oder Technik-Themen, nicht nur Content-Menge
„KI kennt unsere Marke nicht“	Keine klare Online-Präsenz als vertrauenswürdige Quelle

Dieses Projekt liefert zuerst Klarheit: Wo stehen wir? Was lohnt sich zuerst? Was kann warten?

→ **Datenbasierte Prioritätenliste** statt Bauchgefühl oder Agentur-Pitch.

2. ZIEL DES PROJEKTS

Für **Nordlicht Connect** (`client-example.com`) erstellen wir eine **verständliche SEO- und GEO-Strategie** auf Basis echter Marktdaten — anonymisiertes Beispiel aus einem vergleichbaren Directory-Audit.

Konkret liefern wir:

1. **Ist-Analyse** — Wie sichtbar ist die Website heute? In welchen Ländern? Für welche Themen?
2. **Diagnose** — Warum kommen Besucher nicht auf die wichtigen Seiten (Verzeichnis, Profile)?
3. **Wettbewerb & Chancen** — Wo liegen schnelle Gewinne, wo langfristige Baustellen?
4. **GEO-Baseline** — Wird die Marke in KI-Antworten schon erwähnt?
5. **90-Tage-Roadmap** — Was zuerst, was später (priorisiert nach Aufwand & Wirkung)

Wichtig: In der Basis-Variante **setzen wir nichts um** — kein Content-Schreiben, keine Website-Änderungen. Ergebnis ist ein **Strategy-Dokument (PDF)**.

Dieses Dokument ist ein **SoW-Beispiel** für vergleichbare Branchenverzeichnisse / Marketplaces. Alle Kennzahlen sind **anonymisiert**.

3. AUSGANGSLAGE (BEISPIEL — REDACTED)

Nordlicht Connect betreibt ein internationales B2B-Verzeichnis mit Profilen, Listings und Ratgeber-Content. Organische Suche soll ein zentraler Akquisitionskanal sein — tut es aber heute kaum.

Typische Befunde aus vergleichbarem Audit:

Was wir sehen	Was das für das Business bedeutet
Sichtbarkeit in DE stark gefallen (vs. Peak 2019)	Früher mehr organischer Traffic — Potenzial liegt brach
In Kernmärkten LatAm (CO, MX) quasi unsichtbar	Geschäftsfokus ≠ Google-Realität
Fast alle Rankings auf dem Blog , nicht im Verzeichnis	Nutzer lesen Ratgeber, finden aber keine Profile/Listings
Wenig echte Empfehlungen von anderen Websites	Schwieriger, Vertrauen & Autorität aufzubauen
Marke in KI-Antworten (noch) nicht etabliert	Wettbewerber könnten diesen Kanal besetzen

Kern-Erkenntnis: Es fehlt oft nicht an Content — sondern an **Struktur, Prioritäten und Messung**. Genau das liefert das Audit.

4. GRUNDSATZ: STRATEGIE ZUERST, UMSETZUNG OPTIONAL

In diesem Projekt	Nicht in diesem Projekt
Analyse & Empfehlungen	Website-Änderungen umsetzen
Priorisierte Roadmap	Blog-Artikel schreiben
Stakeholder-PDF	Google Ads schalten
—	Garantierte Ranking-Verbesserung

Umsetzung (Technik, Content, Migration) kann **danach** als separates Projekt beauftragt werden.

5. SCOPE — WAS WIR KONKRET MACHEN

Workstream 1: SEO Ist-Analyse (Marktdaten)

Frage: *Wo stehen wir heute — und wo nicht?*

- Sichtbarkeit **pro Land** (z. B. DE, US, ES, CO, MX) — nicht nur „global“
- Welche Seiten ranken wirklich? Blog vs. Verzeichnis vs. Startseite
- **Schnelle Chancen** — Suchbegriffe, bei denen wir schon auf Seite 2 stehen (fast geschafft)
- Wer rankt für dieselben Themen? (Wettbewerber-Überblick)
- Wie sehen unsere **Backlinks** aus — seriös vs. Spam?
- **Management-Zusammenfassung** pro Markt in verständlicher Sprache

Datenquelle: SISTRIX (professionelle SEO-Plattform, DACH-Markt stark). Recherche datenbasiert und reproduzierbar — kein Bauchgefühl.

Workstream 2: Website- & Struktur-Check

Frage: *Warum profitieren unsere wichtigsten Seiten nicht von dem, was wir schon haben?*

- Passt die **Website-Struktur** zu dem, was Google belohnen kann?
- Werden **mehrsprachige Inhalte** richtig zugeordnet (Deutsch, Spanisch, ...)?
- Findet Google alle relevanten Seiten (Sitemap, Indexierung)?
- Sitzen Blog und Verzeichnis so zusammen, dass **Besucher vom Ratgeber zum Produkt** kommen?
- Kurze, verständliche Erklärung der Befunde — **ohne** Entwickler-Jargon im Hauptreport

Technische Details (falls gewünscht) als Anhang für das Dev-Team.

Workstream 3: GEO / KI-Sichtbarkeit

Frage: Kennt die KI-Welt unsere Marke — und unter welchen Themen?

- Baseline: Wird **Nordlicht Connect** in KI-Antworten zu relevanten Fragen genannt?
- Sind die Signale da, die KI-Systeme als **vertrauenswürdige Quelle** nutzen?
- Empfehlungen: Was muss zuerst stehen (meist SEO-Grundlagen), bevor GEO messbar wird?
- Ausblick: Wie können wir in 90 Tagen erneut messen?

Workstream 4: Strategie-Dokument & Roadmap

Frage: Was machen wir in welcher Reihenfolge?

- **90-Tage-Roadmap** in vier Prioritätsstufen (sofort / kurzfristig / mittelfristig / langfristig)
- **Stakeholder-PDF** — Executive Summary für Geschäftsführung + Detailteil für Marketing/IT

Beispiel-Roadmap (redacted, vereinfacht)

Sofort (Wochen 1–4) — Messen & Grundlagen

Maßnahme	Nutzen
Google Search Console einrichten & Baseline	Endlich wissen, was passiert
Eine klare Haupt-Domain festlegen	Google stoppt, „Kraft zu verteilen“
Von erfolgreichen Blog-Artikeln aufs Verzeichnis verlinken	Bestehende Leser werden zu Nutzern

Kurzfristig (Wochen 4–16) — größter Hebel

Maßnahme	Nutzen
Artikel optimieren, die fast auf Seite 1 stehen	Schnellste Ranking-Gewinne
Blog und Hauptseite stärker verbinden	Ratgeber-Traffic kommt beim Produkt an
Klare Struktur für internationale Märkte	Voraussetzung für ES/LatAm-Wachstum

Langfristig

Maßnahme	Nutzen
Automatisierte Landingpages pro Land/Stadt	Nur sinnvoll mit genug Inhalt — sonst Risiko

6. WAS WIR VON IHNEN BRAUCHEN

Zugang	Warum
SISTRIX (SEO-Tool)	Live-Marktdaten für die Analyse
Google Search Console	Offizielle Google-Daten zu Klicks & Indexierung
Google Analytics (optional)	Kontext: wie viel Traffic kommt woher

Zugang	Warum
Einblick in Website / Code (Read-only)	Struktur-Check
45 Min. Gespräch (optional)	Ihre Geschäftsprioritäten (welche Märkte zuerst?)

7. DELIVERABLES

Vollständiges Paket (SEO + GEO):

- Strategy-Dokument (PDF) mit Ist-Analyse, Diagnose, Wettbewerb, GEO-Baseline
- 90-Tage-Roadmap (priorisiert)
- Executive Summary (1–2 Seiten für Entscheider)

Scope-Optionen (ohne Festlegung hier):

Option	Enthalten	Nicht enthalten
SEO + GEO	WS1–4 komplett	—
Nur SEO	WS1, WS2, WS4	GEO-Kapitel (WS3)
Nur GEO	WS3 + Kurz-SEO-Snapshot	Tiefe SEO-Analyse

8. RAHMENBEDINGUNGEN

- Start nach Zugängen + Kickoff-Call
- **Keine Ranking-Garantie** — wir liefern Strategie & Prioritäten, kein Performance-Marketing
- Report = Stand zum Audit-Zeitpunkt
- Umsetzung separat beauftragbar

9. ABNAHME

Abnahme, wenn Strategy-PDF übergeben wurde.

10. NICHT ENTHALTEN

- Website-Änderungen, Content-Produktion, Übersetzungen
- Linkbuilding-Kampagnen, Google Ads
- Laufendes Monitoring nach Projektende
- Rechtsberatung / DSGVO

11. MÖGLICHE FOLGEPROJEKTE (OPTIONAL, SEPARATES SOW)

- **Umsetzungs-Sprint** — erste Roadmap-Punkte technisch umsetzen
- **Content-Paket** — Near-Win-Artikel optimieren oder neu schreiben
- **GEO Re-Check** nach 90 Tagen
- **Team-Workshop** — wie intern SEO-Daten selbst auswerten

12. OFFENE PUNKTE

- Ansprechpartner & finale Kundendaten?
 - Prioritätsmärkte (max. 5)?
 - Gewünschter Scope (SEO + GEO / nur SEO / nur GEO)?
 - Internes Team für Umsetzung vorhanden?
 - Geplanter Projektzeitraum?
-

ANHANG (OPTIONAL — FÜR IT-TEAMS)

Dieser Anhang ist nicht Teil der Stakeholder-Zusammenfassung. Er beschreibt die technische Methodik hinter dem Audit.

- Datenerhebung via **SISTRIX** (Visibility Index, Keyword-Rankings, Opportunities, Competitors, Backlinks) — optional agent-gestützt via SISTRIX MCP
- Code-Review: Canonicals, hreflang, sitemaps, i18n-Patterns, Structured Data, Subdomain-Architektur
- GEO: SISTRIX AI Entity / AI Visibility Tools, robots.txt für KI-Crawler
- Referenz-Workflow: martinmueller.dev/sistrix-mcp-hallocasa-seo