

Strukturierte Daten: Wie Google und KI dein Unternehmen verstehen

Die Websuche funktioniert heute anders als noch vor ein paar Jahren. Suchmaschinen wie Google und KI-Systeme (Sprachmodelle) wie [ChatGPT](#) versuchen stärker, den tatsächlichen Sinn hinter deinen Inhalten zu verstehen – nicht nur einzelne Keywords. In diesem Beitrag erfährst du, warum strukturierte Daten eines deiner wichtigsten Werkzeuge sind, um ihnen genau dabei zu helfen. Stell dir vor, deine Website ist für eine Suchmaschine wie ein Raum voller loser Zettel. Auf einem steht eine Telefonnummer, auf einem anderen eine Adresse oder ein Preis. Ein Mensch bekommt das mit etwas Zeit sortiert, eine Maschine muss jedoch raten, welche Information wozu gehört.

Strukturierte Daten sind wie ein sauber ausgefülltes Formular, das du deinen Inhalten mitgibst. Du kennzeichnest im Code klar: „Das hier ist mein Firmenname. Das ist meine Dienstleistung. Das hier ist meine Adresse.“ Technisch geschieht das meist über JSON-LD, ein standardisiertes Format, das Google explizit empfiehlt.



Abbildung: Strukturierte Daten

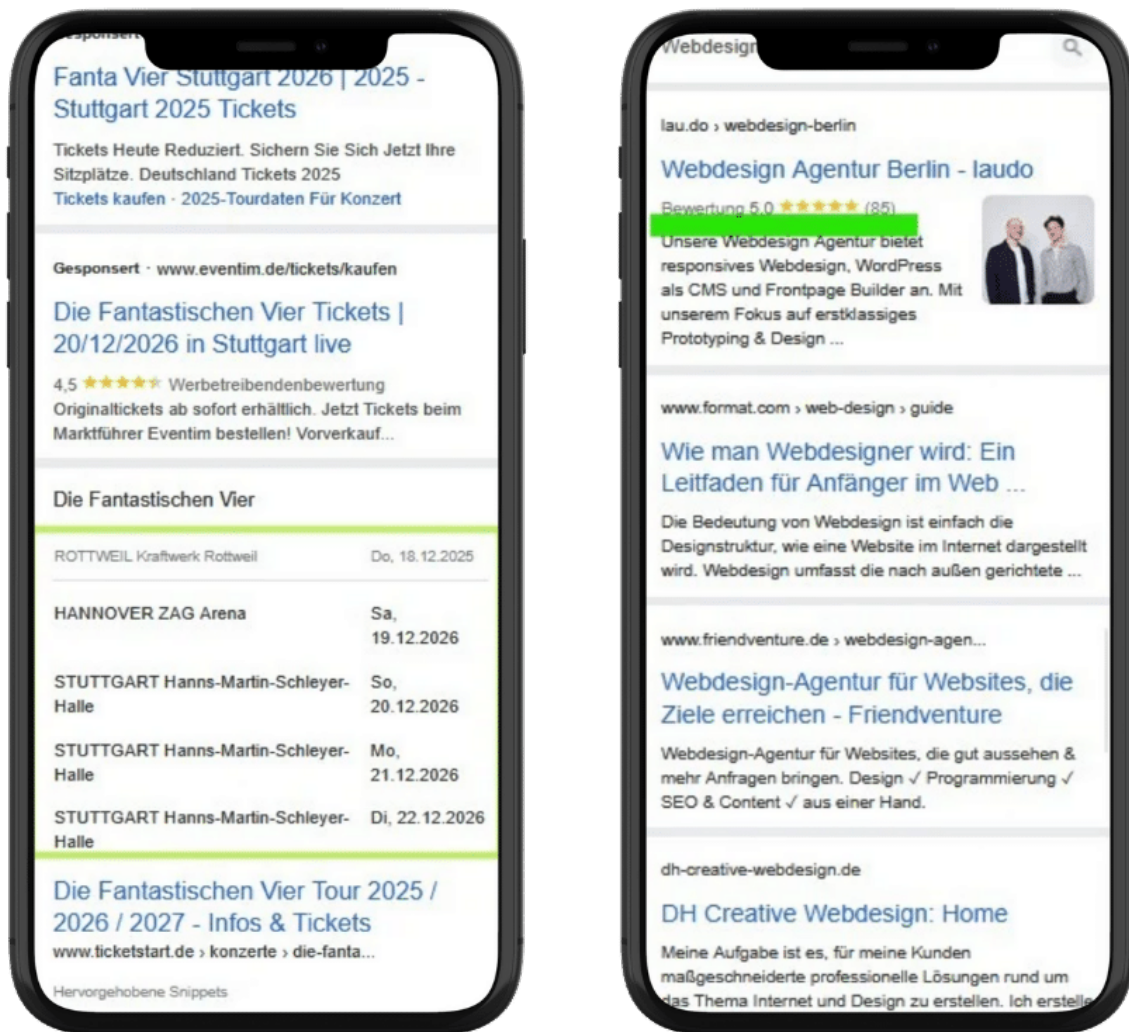
Zusammenfassung: Die Brücke zwischen Content und KI
Informationen können grob auf **drei Arten** vorliegen:

- **Unstrukturiert:** Freier Text wie ein normaler Blogartikel oder eine simple Textseite ohne klar ausgezeichnete Felder.
- **Semi-strukturiert:** Inhalte mit gewissen Feldern, etwa Betreffzeilen, Datumsangaben oder Tabellen – etwa bei vielen E-Mails oder Dokumenten
- **Strukturiert:** Klar definierte Felder nach einem Standard, z.B. JSON-LD mit [schema.org](#)-Eigenschaften für Name, Adresse, Preis, Veranstaltungstermin und mehr.

Je besser deine Daten strukturiert sind, desto weniger müssen Suchsysteme und KI-Modelle interpretieren – sie können Informationen schneller und zuverlässiger als **Fakten** auslesen. Das spart Rechenaufwand, reduziert Missverständnisse und erhöht die Chance, dass deine Inhalte korrekt verstanden und angezeigt werden. Wenn du strukturierte Daten korrekt einsetzt und die allgemeinen Richtlinien einhältst, kannst du in Google für sogenannte Rich Results in Frage kommen. Das sind erweiterte Suchergebnisse, die über den einfachen blauen Link hinausgehen, zum Beispiel:

- **Bewertungssterne** unter Produkten oder Dienstleistungen.
- **Termine** für Events direkt in der Ergebnisliste.
- **Preise, Verfügbarkeit** oder **andere Details** zu Artikeln und Angeboten.

Solche Elemente ziehen Aufmerksamkeit auf sich, **erhöhen** häufig die **Klickrate** und lassen dein Unternehmen **professioneller** wirken. Eine **Garantie auf Rich Snippets gibt es nicht**, aber ohne sauberes Markup bist du von vornherein aus vielen Darstellungsformen ausgeschlossen.



Strukturierte Daten Mobil

Zwei Smartphones zeigen Google-Suchergebnisse mit hervorgehobenen Rich-Snippets.

Moderne KI-Modelle wie [ChatGPT](#), [Gemini](#) oder [Perplexity](#) denken stark in Entitäten: eindeutig identifizierbare „Dinge“ wie Personen, Orte, Organisationen oder Marken. Strukturierte Daten helfen diesen Systemen dabei, dein Unternehmen, deine Angebote und dich selbst als Autorin eindeutig zu erkennen und mit anderen Quellen zu verknüpfen.

Damit trägst du dazu bei, dass deine Marke in Wissensgraphen und thematischen Netzwerken der KI sauber verortet wird – also in den Strukturen, auf denen viele generative Antworten aufbauen. Das hat für dich mehrere Effekte:

- **Höhere Genauigkeit:** KI-Systeme können präziser antworten, wenn sie auf klar ausgezeichnete Fakten zu deinem Unternehmen zugreifen.
- **Glaubwürdigkeit:** Saubere Entitäten-Signale zählen auf das ein, was Google als [E-E-A-T](#) (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) als Qualitätsrahmen beschreibt, auch wenn [E-E-A-T](#) selbst kein einzelner Rankingfaktor ist.

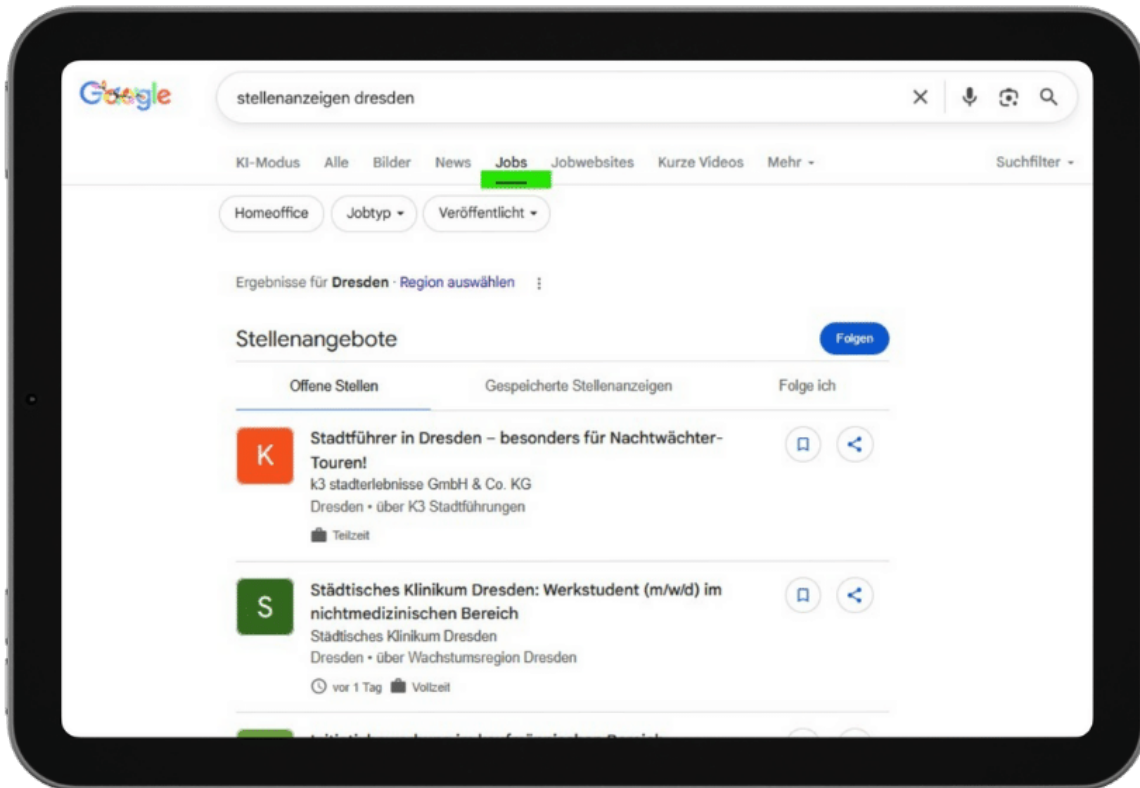
Empfehlungen: Wenn dein Name und deine Marke konsistent mit deinem Fachgebiet in strukturierten Quellen auftauchen (Website, Profile, etc.), steigt die Chance, dass KI-Systeme dich eher als vertrauenswürdige Quelle heranziehen.

Für kleine und mittlere Unternehmen sind vor allem folgende **Schema-Typen** relevant:

- **LocalBusiness:** Ideal für lokale Firmen. Hinterlege hier Name, Adresse, Telefonnummer, Öffnungszeiten und ggf. Geo-Koordinaten, damit Google dich eindeutig zuordnen kann.
- **Service:** Beschreibe deine konkreten Dienstleistungen als Service-Objekte, oft in Kombination mit LocalBusiness oder Offer, um Leistungen klar benennbar und verknüpfbar zu machen.
- **Person:** Markiere dich als Autorin bzw. Experte mit Person-Markup, z.B. auf Über-mich-Seiten oder bei Blogartikeln. Das unterstützt die Zuordnung von Expertise und Autorenprofil.
- **JobPosting:** Zeichne Stellenanzeigen als JobPosting aus, damit sie in Google-Jobs-Boxen erscheinen können und besser auffindbar sind.

Je konsistenter du diese Typen einsetzt und miteinander verknüpfst, desto klarer entsteht ein zusammenhängendes Bild

deines Unternehmens im „Datenmodell“ von Suchmaschinen und KIs.



Strukturierte Daten Tablet

Tablet mit Google-Suche nach ‚Stellenanzeigen Dresden‘; im Reiter ‚Jobs‘ erscheinen strukturierte Stellenangebote mit Titel, Arbeitgeber, Standort und Jobdetails.

Du musst kein:e Expert:in sein, um zu starten. Diese Schritte helfen dir beim Einstieg:

- **Website prüfen:** Nutze den „[Rich Results Test](#)“ von Google und/oder den [Schema Markup Validator](#), um zu sehen, welche strukturierten Daten bereits vorhanden sind und ob Fehler auftreten.
- **Werkzeuge nutzen:** In WordPress unterstützen dich Plugins wie [RankMath*](#) oder [Yoast](#) dabei, gängige Schema-Typen (Organisation, LocalBusiness, Article, Person etc.) automatisch im JSON-LD-Format auszugeben.
- **Kontrolle behalten:** Behalte die Google Search Console im Blick. Dort siehst du unter „Verbesserungen“, welche Markups erkannt werden und ob es Warnungen oder Fehler gibt.

Wichtig ist, dass deine strukturierten Daten zu den tatsächlichen Inhalten der Seite passen – falsches oder übertriebenes Markup kann dazu führen, dass Google deine Angaben ignoriert oder Rich Results entzieht.

Hinweis: Ich arbeite seit Jahren mit Rank Math und empfehle es aus Überzeugung. Der obenstehende Link () ist ein Affiliate-Link – bei einem Kauf erhalte ich eine Provision, der Preis bleibt für dich gleich.*

Unterstützt deine Seite Rich-Suchergebnisse?

🌐 URL <> CODE

URL zum Testen eingeben

📱 Google-Prüftool (Smartphone) URL TESTEN

Was sind Rich-Suchergebnisse?

Rich-Suchergebnisse sind Darstellungsvarianten von bestimmten Inhalten auf Google-Plattformen oder -Produkten wie der Suche, die mehr als nur den standardmäßigen blauen Link enthalten. Sie können Karussells, Bilder oder andere nicht textbasierte Elemente erhalten.

Was wird getestet?

Teste deine öffentlich zugängliche Seite, um herauszufinden, welche Rich-Suchergebnisse über die darin enthaltenen strukturierten Daten generiert werden können.

[WEITERE INFORMATIONEN](#) →


Galerie für strukturierte Daten

Referenzdokumentation für von Google unterstützte strukturierte Daten

[DOKUMENTE LESEN](#) →

Google Rich Results Test Tool


Screenshot des Google-Testtools für Rich-Suchergebnisse mit Eingabefeld zur Überprüfung einer URL und kurzen Erläuterungen.

 **2 gültige Elemente erkannt**
Für gültige Elemente sind Rich-Suchergebnisse in der Google Suche möglich.
[Weitere Informationen](#)



GETESTETE SEITE ANZEIGEN VORSCHAU DER ERGEBNISSE ANZEIGEN

Details

Crawling

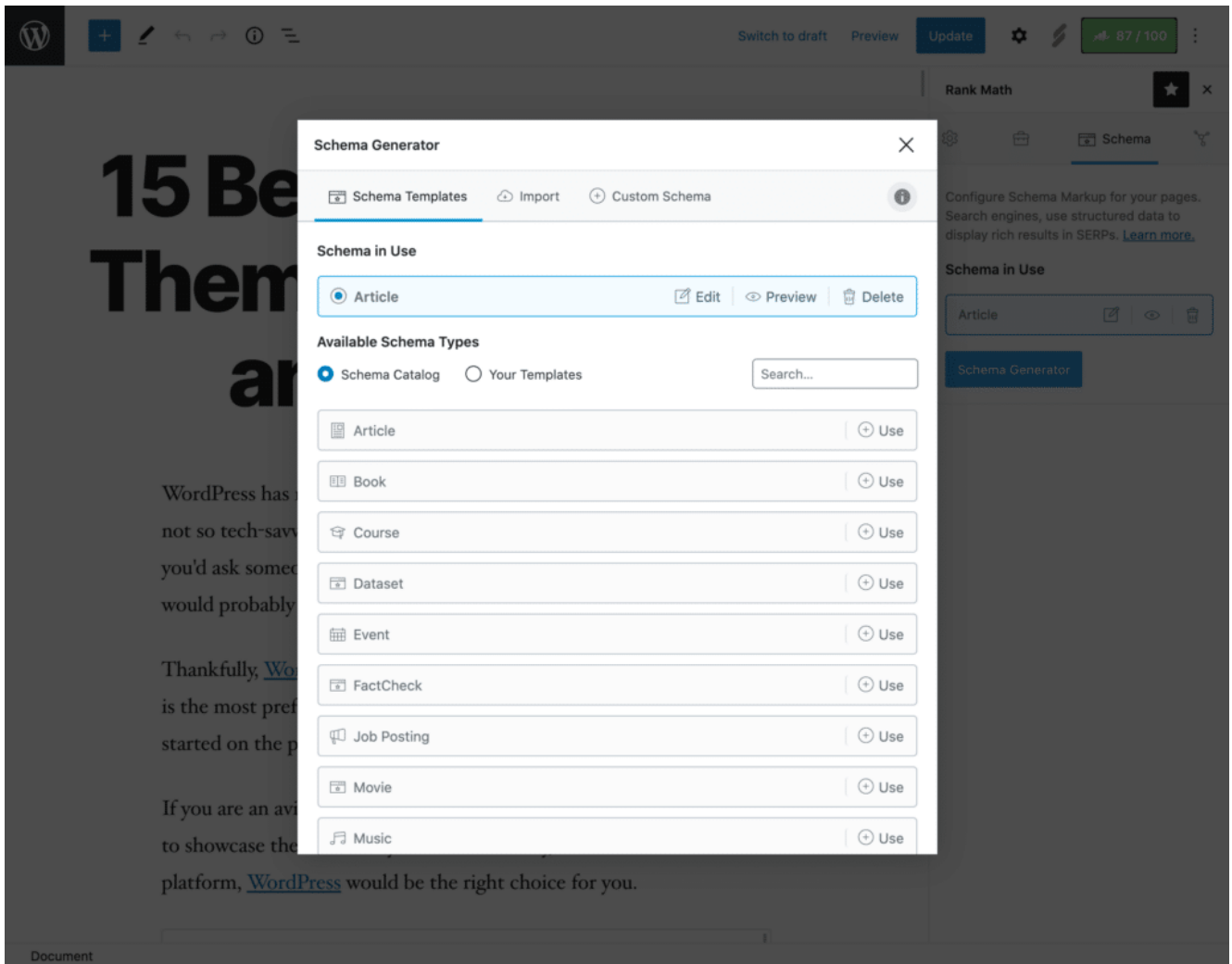
 Erfolgreich gecrawlt am 03.12.2025, 09:41:27

Erkannte strukturierte Daten

 Artikel	1 gültiges Element erkannt	>
 FAQs	1 gültiges Element erkannt	>

Anzeige in der Google Search Console

Screenshot der Ansicht erkannter Markups in der Google Search Console



Quelle: <https://rankmath.com/kb/schema-generator/>
Screenshot vom Schema-Generator bei Rank Math

SEO und die Optimierung für KI-gestützte Suche sind ein Marathon, kein Sprint. Sichtbare Effekte von strukturierten Daten und Entity-Aufbau können je nach Wettbewerb mehrere Monate dauern, bewegen sich aber heute im Zentrum moderner Such- und KI-Strategien. Mit sauber gepflegten strukturierten Daten gibst du Google und KI-Systemen im wahrsten Sinne eine Landkarte in die Hand, damit sie dein Unternehmen verstehen, einordnen und bevorzugt anzeigen können – heute in den Suchergebnissen und morgen in generativen Antwortboxen.

Mein Tipp: Starte mit deiner Startseite und einem zentralen Leistungs- oder Profil-Artikel, teste sie im Rich Results Test und baue dein Schema-Setup dann Stück für Stück aus, statt alles auf einmal umzustellen

Dein erster Schritt: Teste jetzt deine Startseite mit dem Rich Results Test. Was zeigt er an?

Strukturierte Daten sind keine Raketenwissenschaft. Sie sind dein Werkzeug, um in der digitalen Welt klar und deutlich zu kommunizieren - mit Maschinen, die immer wichtiger werden.

Falls du dabei Unterstützung brauchst, melde dich gerne. Gemeinsam machen wir dein Unternehmen und dein Angebot für Google und KI verständlich.



Strukturierte Daten sind der erste Schritt - aber noch nicht die ganze Strategie.

Lerne, wie du deine Rankings verbesserst und KI-Tools gelm 4-Stunden-Workshop verbinden wir dein Markup mit klaren Inhalten, damit KI dich als Entität und verlässliche Quelle erkennt.

[Trag dich auf die Warteliste ein.](#)

Google Search Central - [Einführung in das Markup für strukturierte Daten in der Google Suche](#)

Google Support - [Rich Results Test Anleitung](#)

Eine **Benchmark-Studie von data.world** belegt, dass der Einsatz von Knowledge Graphs (Wissensnetzwerken) in Unternehmen die Genauigkeit von Large Language Models (LLMs) wie ChatGPT um bis zu 300 % steigern kann. Dies unterstreicht die Wichtigkeit klarer,

strukturierter Fakten für zuverlässige KI-Antworten: [Generative AI Benchmark: Increasing the Accuracy of LLMs in the Enterprise with a Knowledge Graph](#)

Schreibe einen Kommentar

Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit * markiert

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte gib eine gültige E-Mail-Adresse ein.

Name, E-Mail-Adresse und Website in diesem Browser für meinen nächsten Kommentar speichern.

Sie müssen den Bedingungen zustimmen, um fortzufahren.

Kommentar abschicken