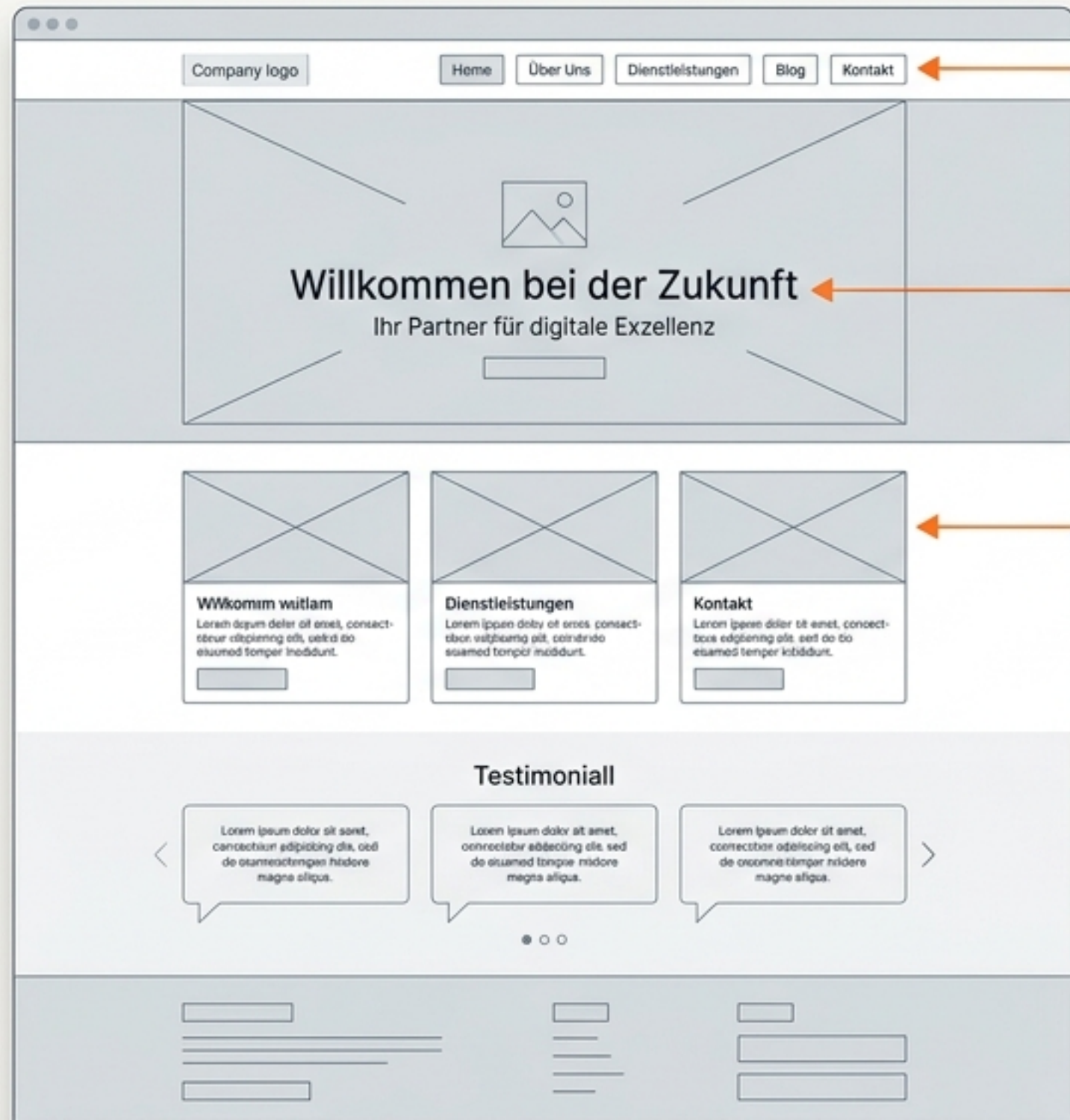


Schema.org für KMU 2026

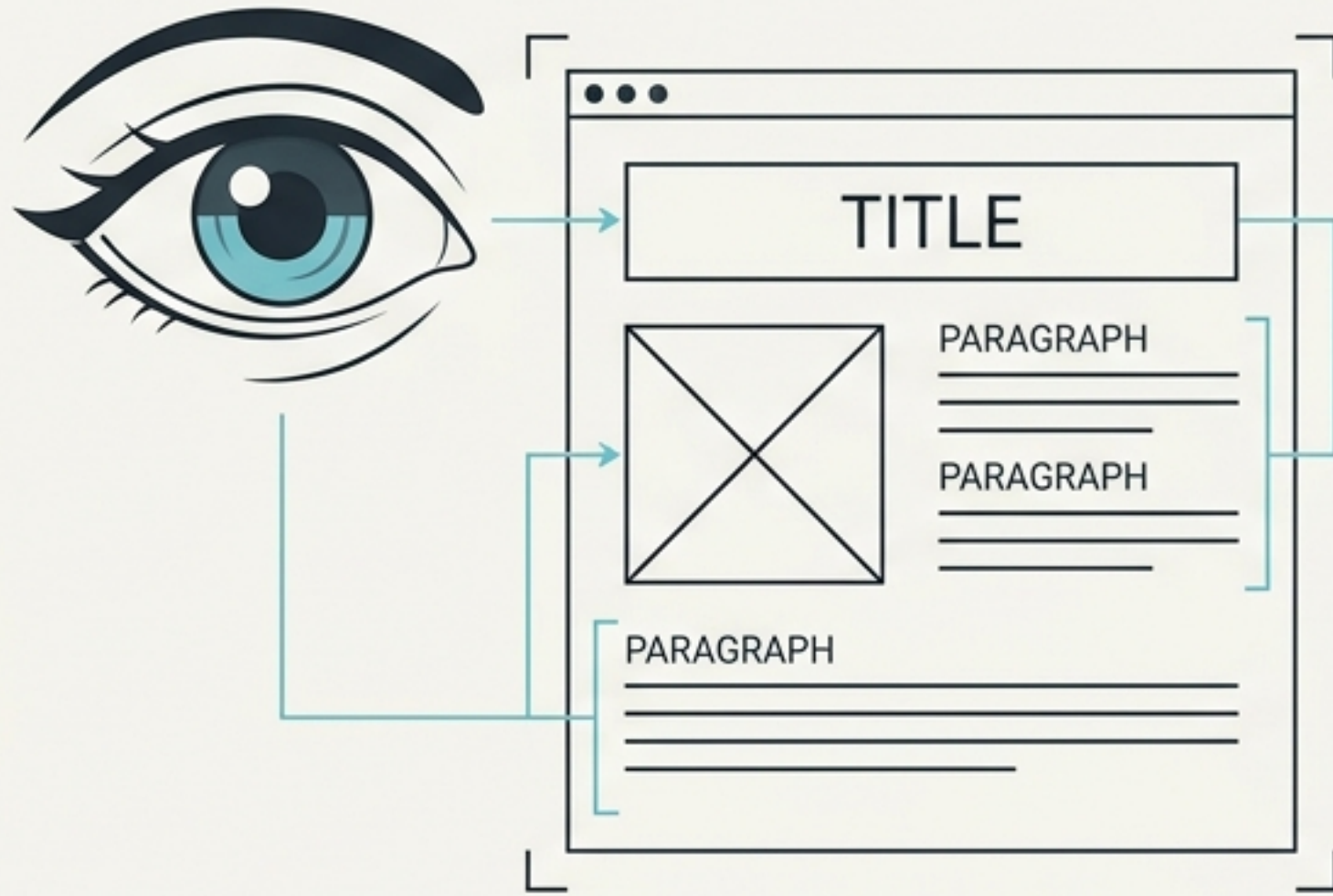
Der JSON-LD Guide für das KI-Zeitalter

Wie Sie Website-Inhalte in maschinenlesbare Daten übersetzen – für Suchmaschinen, ChatGPT und Perplexity.



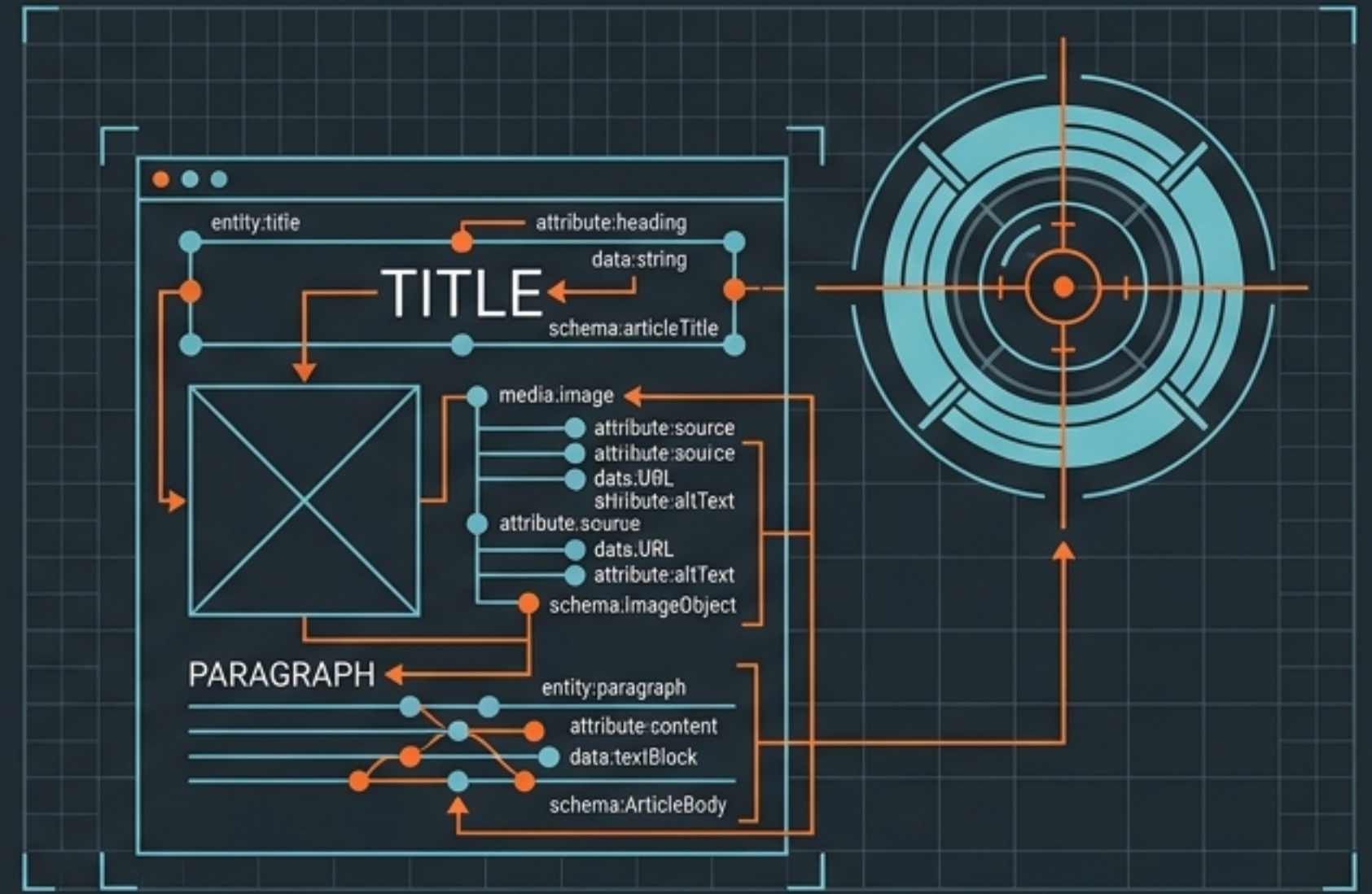
```
{  
  "@context": "https://schema.org",  
  "@type": "Organization",  
  "name": "Musterfirma GmbH",  
  "url": "https://www.musterfirma.de",  
  "description": "Ihr Partner für digitale Exzellenz.",  
  "contactPoint": {  
    "@type": "ContactPoint",  
    "telephone": "+49-123-456789",  
    "contactType": "customer service"  
  },  
  "sameAs": [  
    "https://www.linkedin.com/company/musterfirma",  
    "https://twitter.com/musterfirma"  
  ]  
}
```

Ein Praxis-Guide von
Robert Werkier
(KI-Content Partner)



Menschen sehen Gestaltung

Menschen verstehen Kontexte durch Design, Bilder und Fließtexte intuitiv.

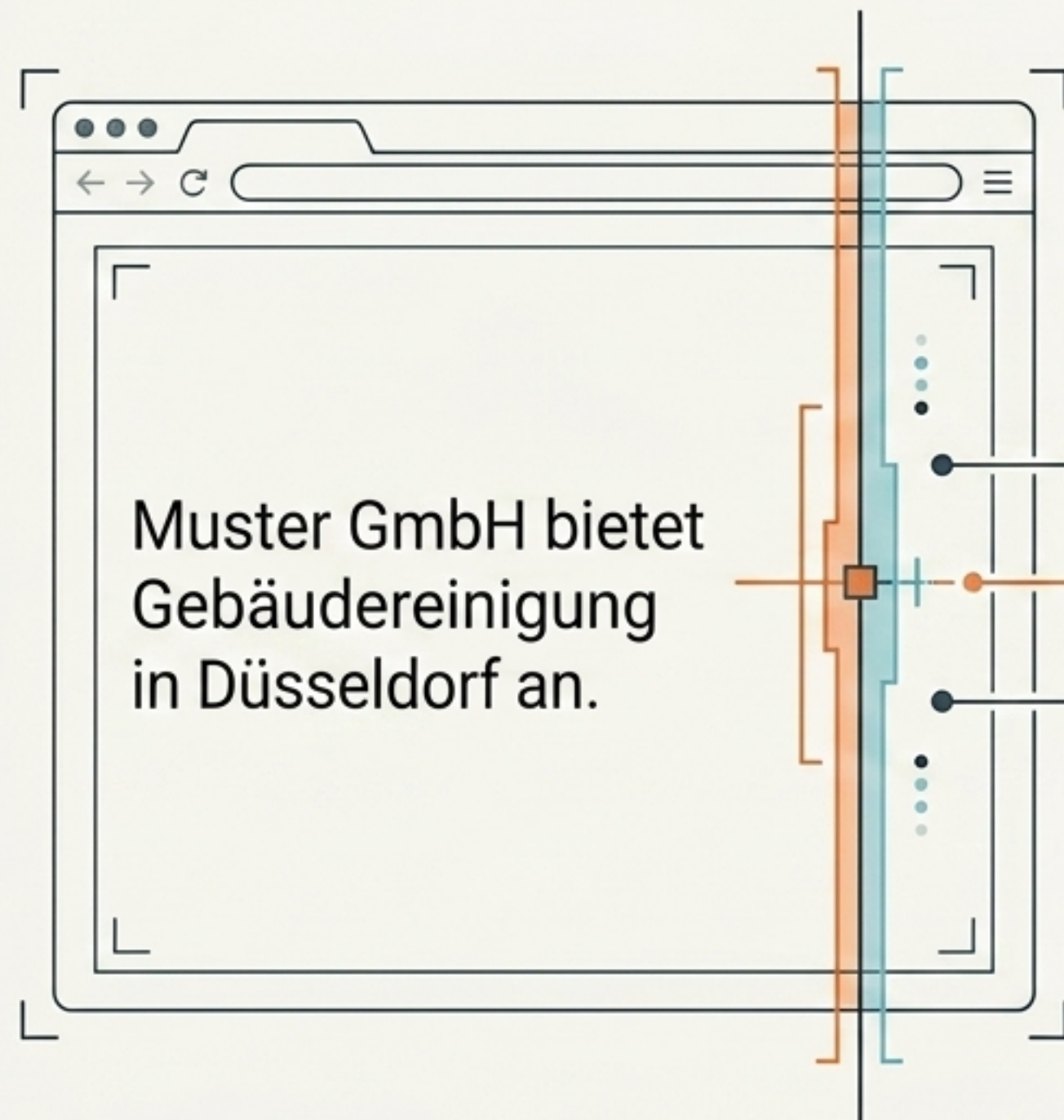


Maschinen brauchen Struktur

KI-Systeme und Suchmaschinen suchen nach eindeutigen Entitäten (Wer? Was? Wo?).

Das Problem 2026: Ohne eine klare **Übersetzungsschicht** riskieren KMU, von **Generativen KIs** (GEO) und Suchmaschinen **missverstanden** oder **übersehen** zu werden. **Fließtext** allein reicht nicht mehr.

Die Übersetzungsschicht: Was ist Schema.org?



```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "LocalBusiness",
  "name": "Muster GmbH",
  "description": "Gebäudereinigung",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "addressLocality": "Düsseldorf",
    "addressCountry": "DE"
  },
  "areaServed": {
    "@type": "City",
    "name": "Düsseldorf"
  }
}
</script>
```

Das ist ein lokales Unternehmen

Dies ist der exakte Standort

Hier wird die Leistung erbracht

JSON-LD ist das von Google empfohlene Format. Es bündelt strukturierte Daten sauber als Script-Block, anstatt den sichtbaren HTML-Code zu überladen.

Die KMU Schema-Diagnose-Matrix

Welcher Seitentyp braucht welches Markup?
(Weniger ist mehr: Markieren Sie nur, was existiert).

Seitentyp	Empfohlenes Schema	Business-Ziel / KI-Nutzen
Startseite	Organization, LocalBusiness, WebSite	Klärt Identität, Marke, Standort und Social Profiles.
Leistungsseite	Service, FAQPage, BreadcrumbList	Beschreibt exakte Dienstleistung und beantwortet Käuferfragen.
Blogartikel	BlogPosting, Person, FAQPage	Zeigt Autor, Datum, Thema und stärkt die Fachkompetenz (E-E-A-T).
Produkt / Paket	Product, Offer	Macht Name, Preis, Währung und Verfügbarkeit direkt auslesbar.
Lokale Seite	LocalBusiness, PostalAddress	Stärkt lokale Zuordnung (Stadt/Region) für lokale Suchanfragen.

Das Unternehmens-Fundament klären



{ Organization }

B2B-Unternehmen, Online-Dienste, übergeordnete Marken ohne Publikumsverkehr.

↳ Marke, Logo, übergreifende Website-Identität.



{ LocalBusiness }

Handwerker, Praxen, Agenturen, Gebäudereinigungen mit realem Standort oder festem Einzugsgebiet.

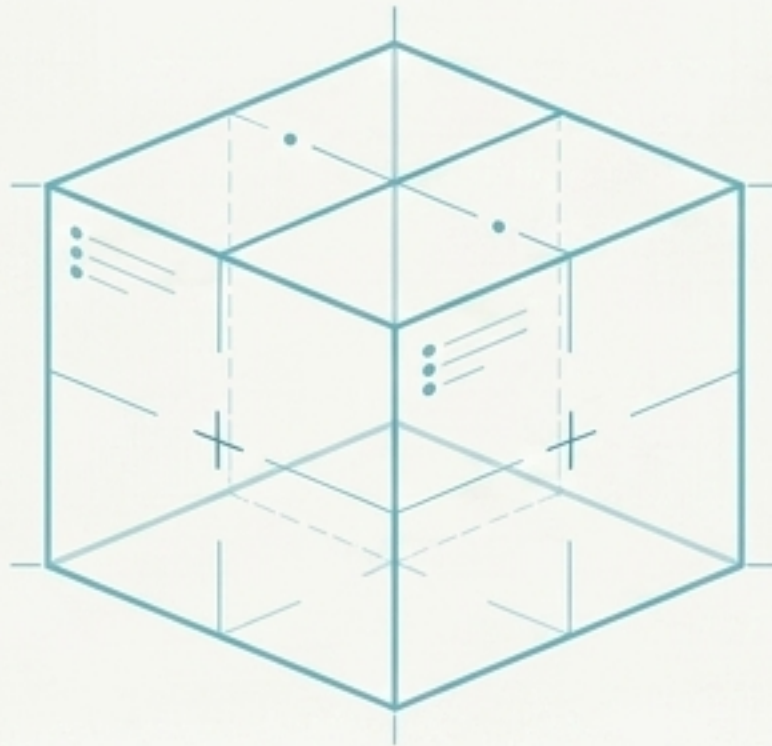
↳ Exakte Adresse, Telefonnummer, Öffnungszeiten, areaServed.



Achtung: Name, Adresse und Telefonnummer müssen zwingend mit dem Google Business Profile und Branchenverzeichnissen übereinstimmen!

Angebote für Maschinen verpacken

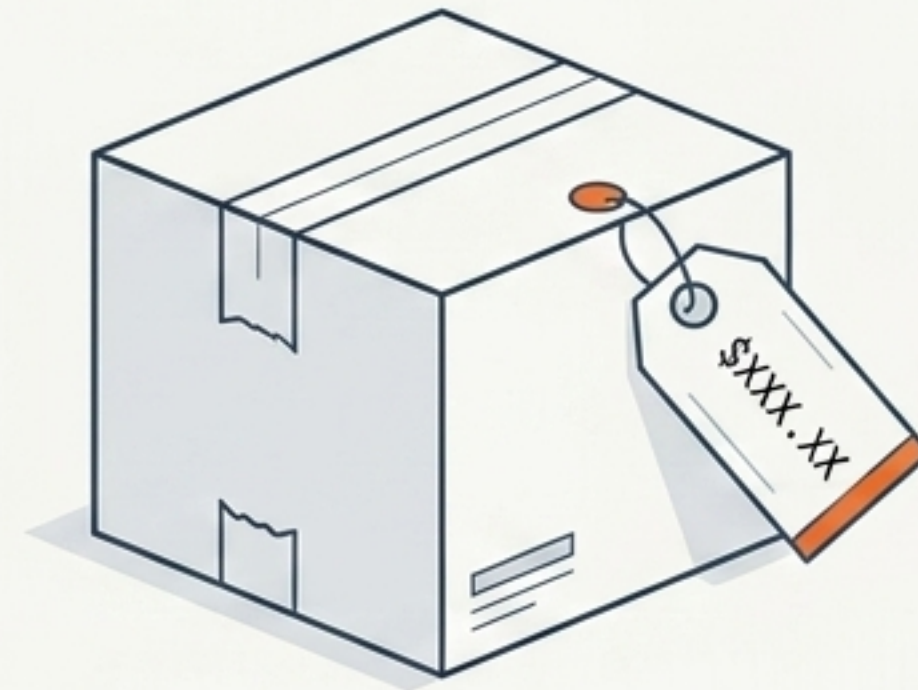
{ Service }



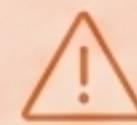
Für konkrete Dienstleistungen ohne festes 'Warenkorb'-Element (z.B. SEO-Beratung, Zahnreinigung, Immobilienbewertung).

Verbindet das Unternehmen mit einer fachlichen Kompetenz.

{ Product } & { Offer }



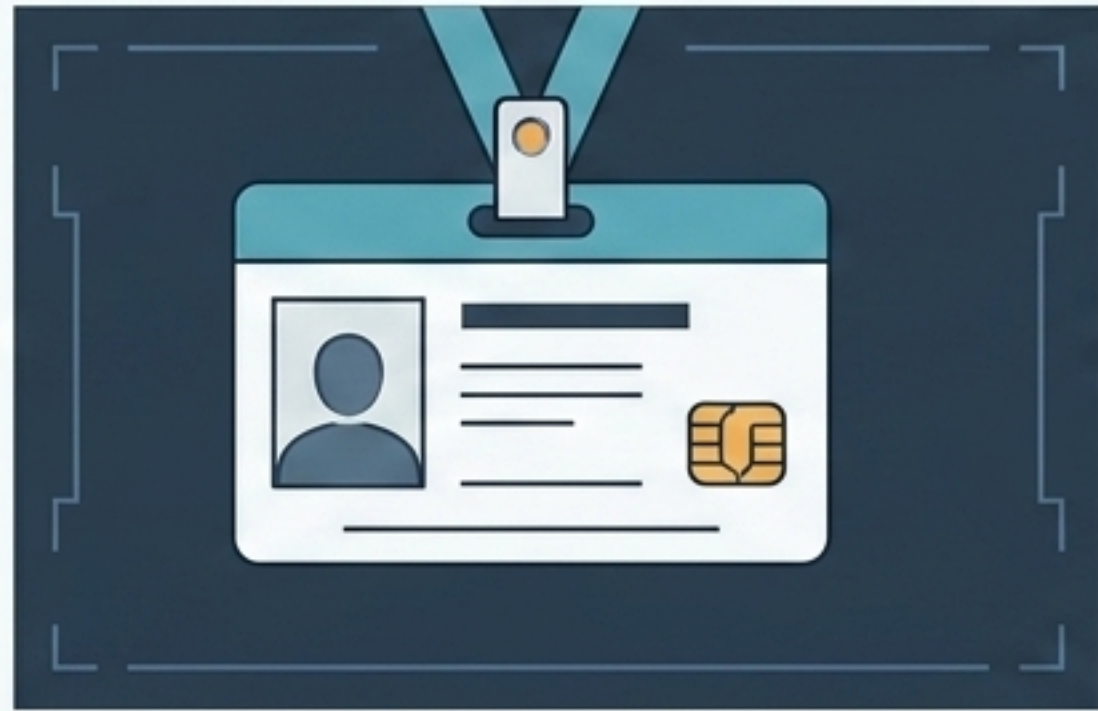
Für digitale Produkte, feste Pakete, Kurse oder Downloads.



Der Preis muss sichtbar auf der Seite stehen und mit dem Markup exakt übereinstimmen.

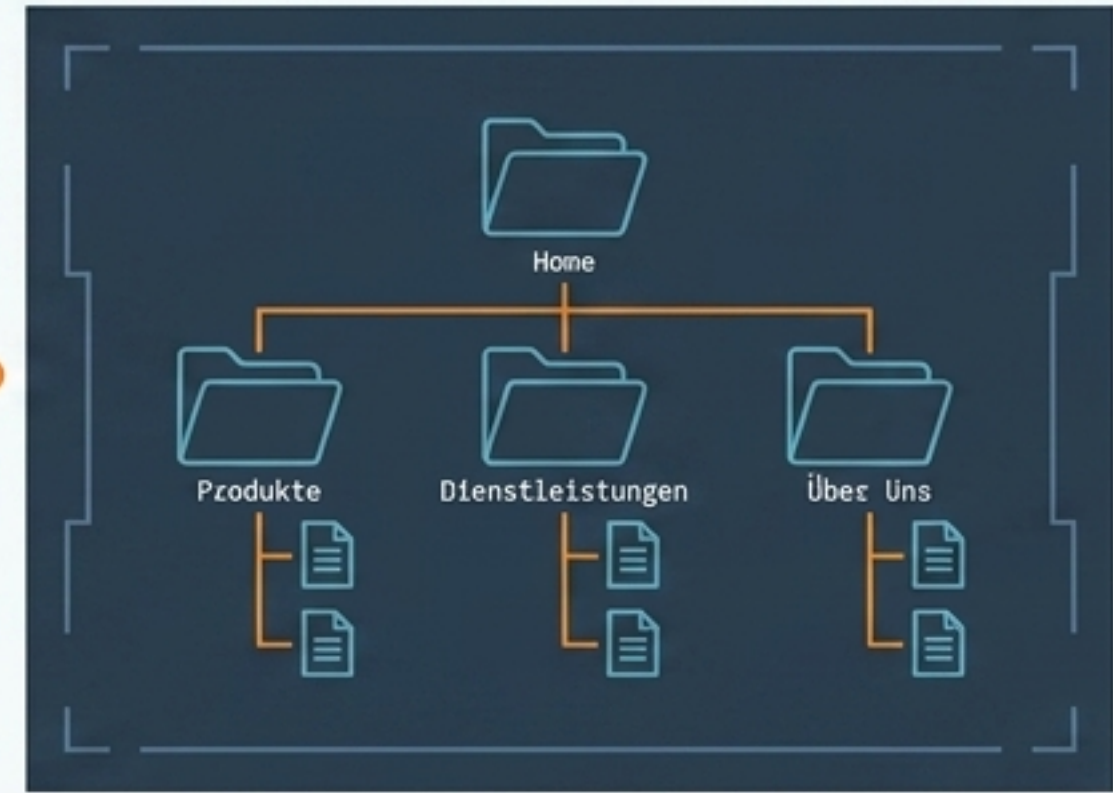
Expertenstatus und Architektur beweisen (E-E-A-T)

[{ BlogPosting } / { Article }]



Redaktionelle Inhalte brauchen Kontext.
KI-Systeme werten den Autor stark aus.
Wichtige Datenpunkte: Veröffentlichungsdatum,
Änderungsdatum, Publisher und eine
eindeutige Autor-URL (Person).

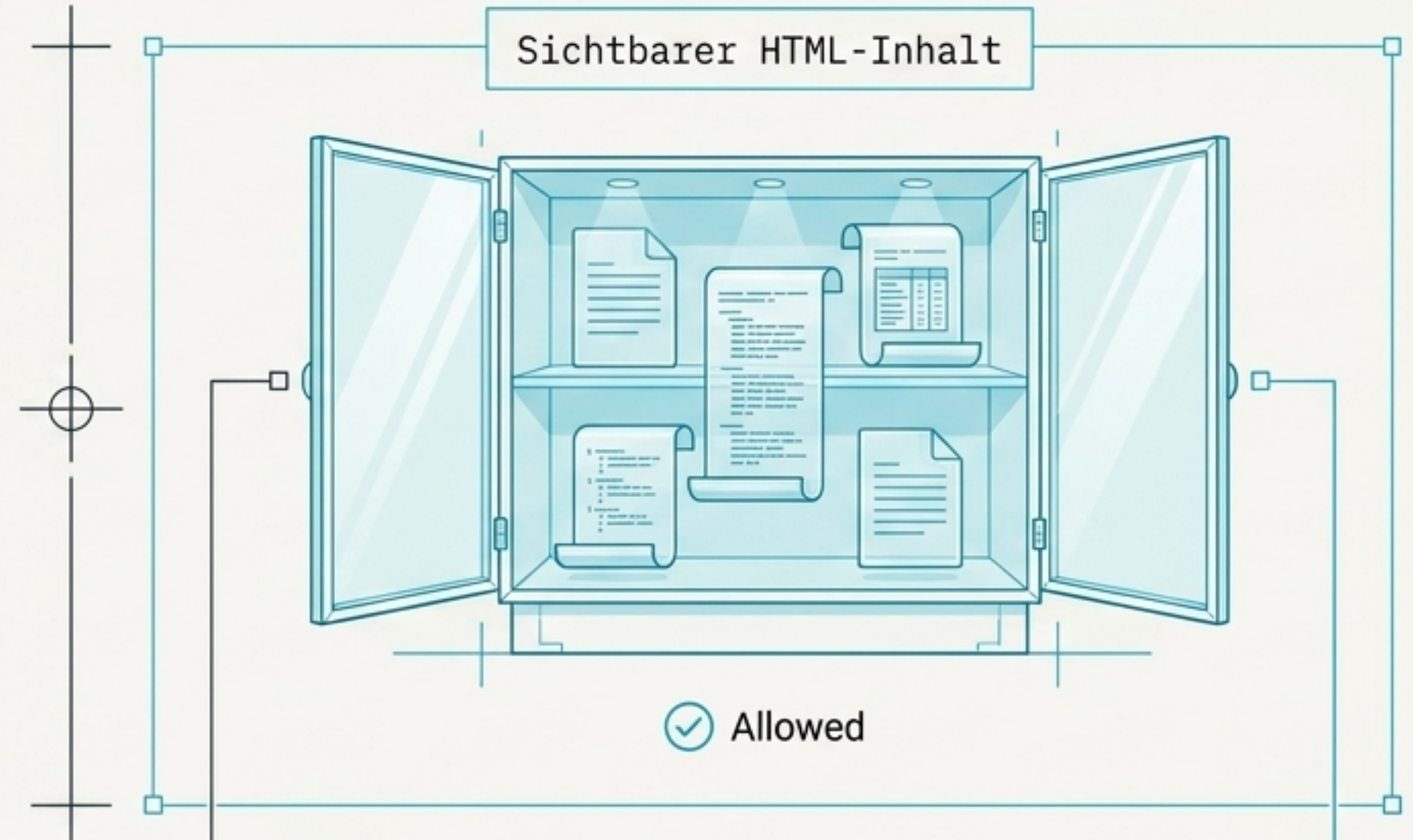
[{ BreadcrumbList }]



Zeigt die exakte Position einer Seite
in der Website-Hierarchie. Fast immer
sinnvoll für KMU mit verschiedenen
Leistungs- und regionalen Unterseiten.

Die Goldene Regel der Sichtbarkeit

Das Markup darf nichts versprechen,
was der Nutzer auf der Seite nicht sieht.



{ FAQPage }

Status 2026: Google zeigt FAQ-Rich-Results in der normalen Suche nicht mehr an.
Nutzen: Trotzdem extrem wertvoll für GEO, um Inhalte maschinenlesbar zu strukturieren.
Bedingung: Fragen und Antworten müssen als Text auf der Seite stehen.

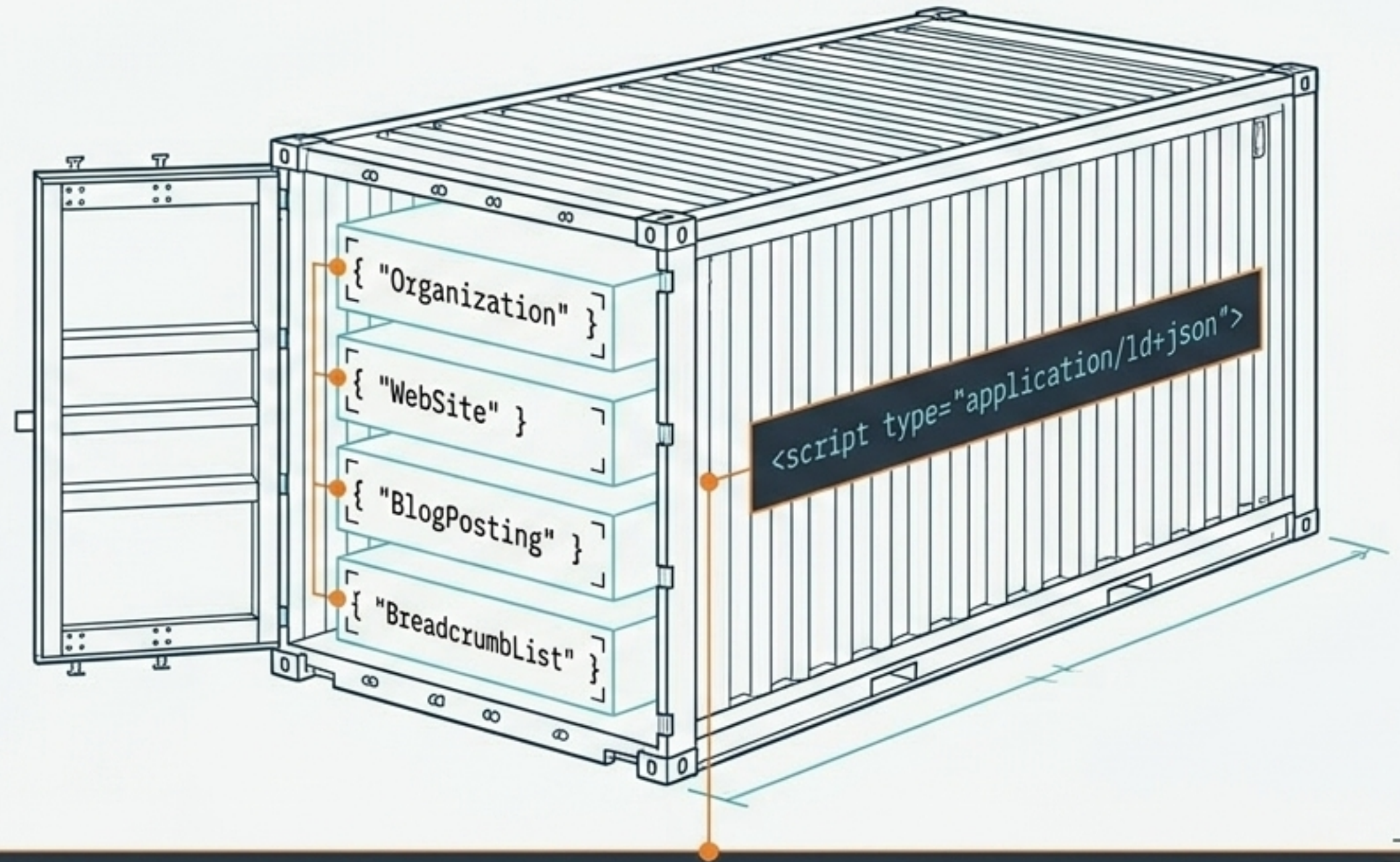
{ HowTo }

Für echte Schritt-für-Schritt-Anleitungen (z.B. 'Google Profile optimieren'). Die Einzelschritte müssen im sichtbaren HTML vorhanden sein.

Die Architektur: Das @graph Prinzip

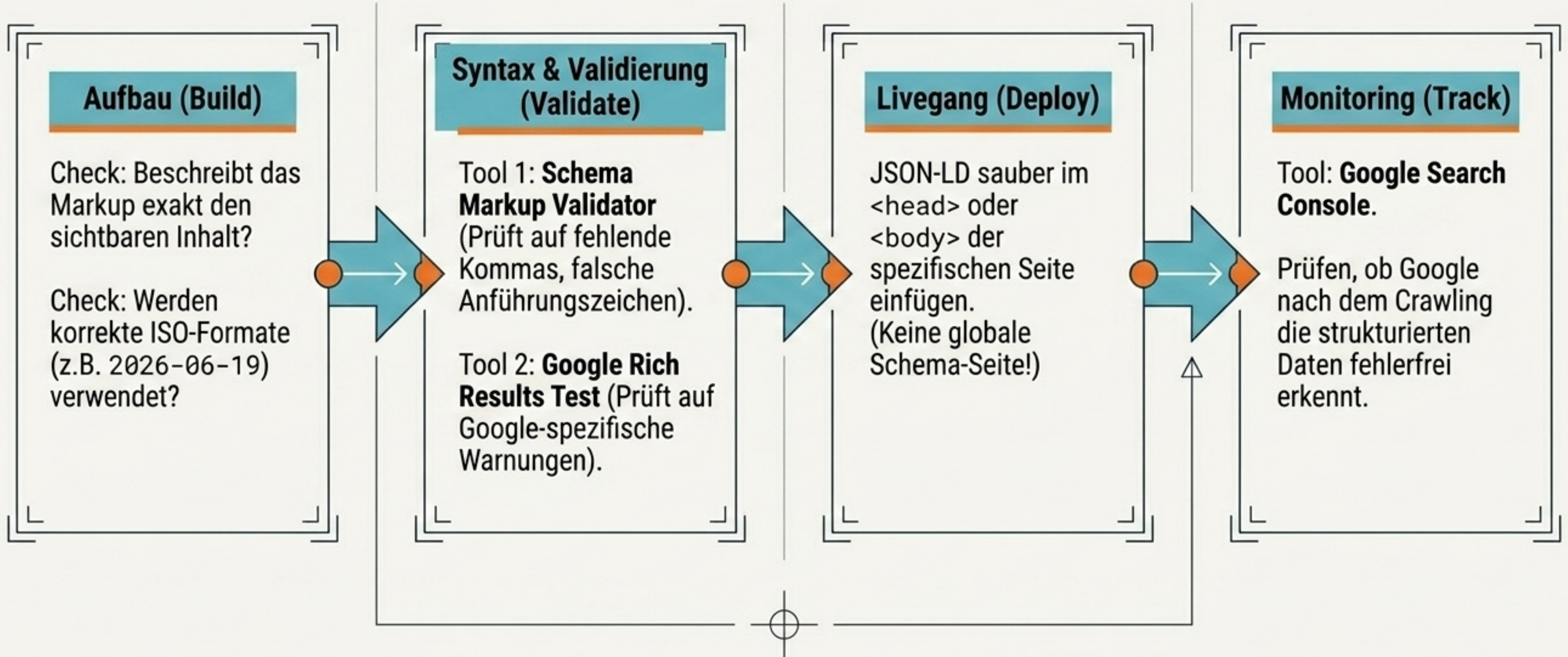
In der Praxis benötigen Seiten oft mehrere Schema-Typen gleichzeitig (z.B. ein Unternehmen, eine Website, einen Artikel und Breadcrumbs). Lose verteilte Script-Blöcke führen zu Fehlern und widersprüchlichen Signalen.

Die Lösung: Der @graph Container.



Mit @graph werden alle relevanten Entitäten sauber verpackt und in einem einzigen JSON-LD-Block ausgeliefert.

Der Quality-Assurance-Prozess

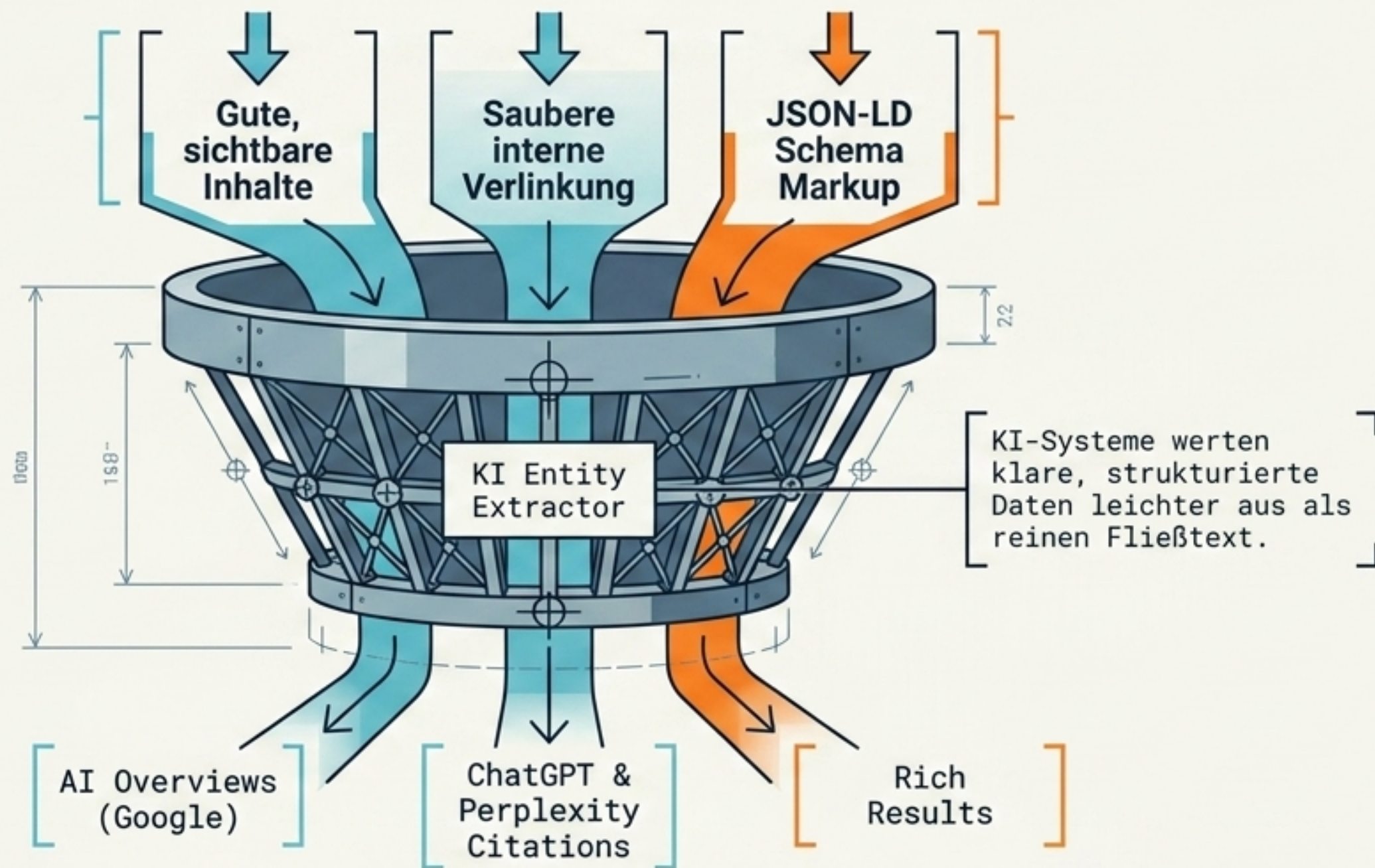


Die 6 Todsünden beim KMU-Markup

Wunschdenken (Falsches JSON)	Die harte Realität	Konsequenz
Unsichtbare FAQ im Code.	Nutzer sieht keine Fragen auf der Seite.	⚠ Abstrafung / Ignorieren des Markups.
Erfundene { <code>AggregateRating</code> }.	Keine echten Bewertungen vorhanden.	⚠ Search Console Fehler.
Veraltete Paketpreise.	Im JSON steht 99€, auf der Website 149€.	⚠ Vertrauensverlust bei Suchmaschinen.
Falscher Seitentyp.	Normale Leistungsseite als { <code>Article</code> } markiert.	⚠ Verwirrung der KIs.
Schema-Spamming.	Alle Schema-Typen auf jeder Unterseite.	⚠ Markup wird als irreführend entwertet.
Blindes Copy-Paste.	Musterwerte nicht durch echte Daten ersetzt.	⚠ Syntax-Fehler, ungültige URLs.

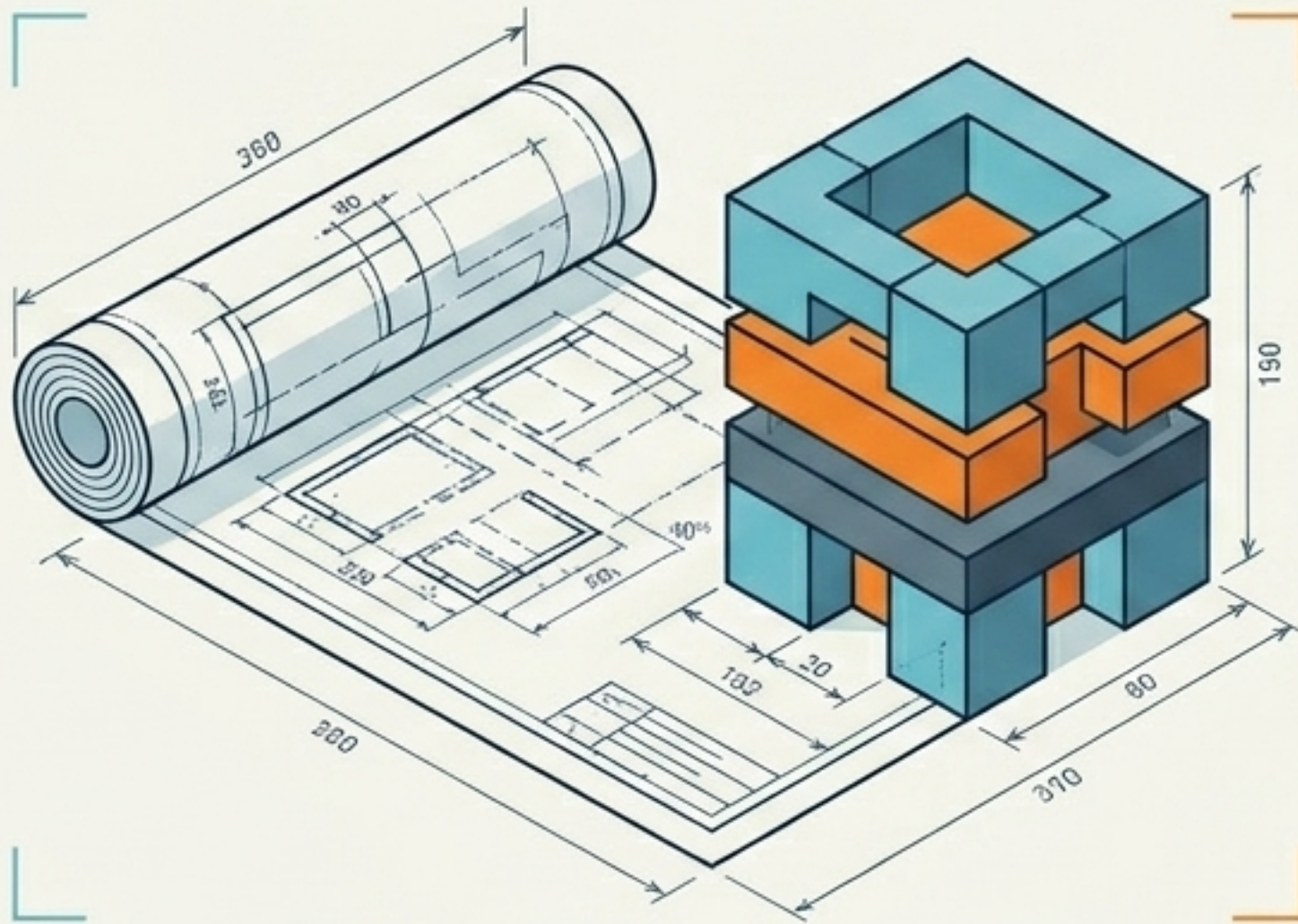
Der GEO-Trichter: Hilft Schema bei ChatGPT?

The GEO Synthesis Funnel



Schema.org ist kein Ranking-Hack. Es ist der essenzielle Baustein der Generative Engine Optimization (GEO).

Professionelle Umsetzung statt Copy-Paste



Falsches Markup schadet mehr, als es nützt. Strukturierte Daten erfordern einen **Abgleich** mit Ihrer **Content-Struktur**, **SEO-Zielen** und dem **Google Business Profile**.

Robert Werkier – KI-Content Partner für KMU

- Online-Marketing-Berater mit 20+ Jahren Erfahrung.
- Praxisnah, DSGVO-bewusst und ohne Ranking-Märchen.

Lassen Sie uns Ihre wichtigsten Seiten prüfen und ein maßgeschneidertes JSON-LD-Fundament aufbauen.

beratung@ki-content-partner.de | ki-content-partner.de