T.O.D. AGENCY

Gefunden *werden.*

KOSTENLOSES PLAYBOOK · AUSGABE 2026

Das KI-Sichtbarkeits-Playbook für spirituelle Unternehmen: wie Google, ChatGPT und Gemini dich verstehen und nennen.

VORWORT

Warum dieses *Playbook?*

Menschen suchen nicht mehr nur bei Google. Sie fragen ChatGPT, Gemini oder die KI-Übersicht in der Google-Suche: „Wo finde ich ein gutes Yin-Yoga-Studio in Zürich?“ oder „Welcher Rosenquarz ist echt?“.

Diese Assistenten lesen Websites und fassen sie zusammen. Wer klar, belegbar und gut strukturiert schreibt, wird zitiert. Wer nur schöne Bilder und vage Sätze hat, kommt in den Antworten oft nicht vor.

Wir betreiben selbst einen spirituellen Onlineshop mit über 1.200 Produkten und einem Fachmagazin mit über 1.400 Artikeln. Alles in diesem Playbook setzen wir dort jeden Tag um. Hier ist die Kurzfassung, die du ohne Technikstudium anwenden kannst.

Was sich gerade verschiebt

Laut Pew Research klicken Google-Nutzer seltener auf Links, wenn eine KI-Zusammenfassung erscheint: bei 8 % der Besuche statt bei 15 % ohne Zusammenfassung. Sichtbar ist also zunehmend, wer in der Antwort selbst vorkommt.

01

Yoga, Klang & Therapie

Studios und Praxen, die vor Ort und online gefunden werden wollen.

02

Spirituelle Shops & Hersteller

Marken, die Produkte erklären und online verkaufen.

03

Ausbildungen & Kurse

Schulen, deren Angebot erklärungsbedürftig ist.

04

Retreats & Seminarhäuser

Anbieter, die direkt statt über Portale gebucht werden wollen.

Quelle: Pew Research Center, „Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results“, 22.07.2025.

GRUNDLAGEN

Wen Google und KI *nennen.*

Suchmaschinen und KI-Assistenten arbeiten unterschiedlich, belohnen aber dieselben fünf Dinge:

01 **Verständlich**

Auf jeder wichtigen Seite steht in einfachen Sätzen, was du anbietest, für wen und wo.

02 **Eindeutig**

Name, Adresse, Angebot und Preise stimmen überall überein: Website, Google-Profil, Verzeichnisse.

03 **Belegt**

Du zeigst Erfahrung: echte Namen, Ausbildung, Jahre, Beispiele, Quellen. Keine leeren Superlative.

04 **Strukturiert**

Überschriften, kurze Antworten, FAQ und Strukturdaten helfen Maschinen, deine Seite richtig einzuordnen.

05 **Erwähnt**

Andere seriöse Seiten nennen dich: Partnerartikel, Verbände, Presse, Verzeichnisse.

DIE CHECKLISTE

10 Punkte, *heute prüfbar.*

Hake ab, was bei dir schon stimmt. Jeder Punkt ist in einer Stunde oder weniger erledigt.

- [ ] **1. Kurzantwort ganz oben**
  Die ersten zwei Sätze jeder Angebotsseite beantworten: Was ist das, für wen, wo, zu welchem Preis oder wie buchbar.

- [ ] **2. Eine Seite pro Angebot**
  Yin Yoga, Klangreise und Ausbildung bekommen je eine eigene Seite statt einer langen Sammelseite.

- [ ] **3. Überall gleiche Angaben**
  Name, Adresse, Telefon und Öffnungszeiten sind auf Website, Google-Profil und Verzeichnissen identisch.

- [ ] **4. Google-Unternehmensprofil vollständig**
  Kategorie, Leistungen, Fotos, Öffnungszeiten, Link zur Buchung. Antworte auf jede Bewertung.

- [ ] **5. FAQ mit echten Fragen**
  Sammle die Fragen, die dir Kunden per Mail und am Telefon stellen, und beantworte sie auf deiner Seite.

- [ ] **6. Strukturdaten**
  LocalBusiness, Product, FAQ und Article als Schema-Daten. Viele Shopsysteme können das, oft ist es nur nicht vollständig.

- [ ] **7. Echte Autorin, echter Autor**
  Artikel tragen einen echten Namen mit kurzer Vita: Ausbildung, Jahre der Praxis, Schwerpunkt.

- [ ] **8. Ohne Heilversprechen**
  Beschreibe Erfahrungen und Wirkung vorsichtig und ehrlich. Das schützt rechtlich und wirkt glaubwürdiger (siehe Seite 8).

- [ ] **9. Artikel zu gesuchten Fragen**
  Schreibe zu Fragen, die tatsächlich gesucht werden. Welche das sind, zeigt dir die Search Console (siehe Seite 7).

- [ ] **10. Erwähnungen außerhalb**
  Partnerartikel, Verbände, Veranstaltungskalender und Branchenverzeichnisse verlinken und nennen dich.

Auswertung

8–10 Haken: Du bist gut aufgestellt, jetzt geht es um Inhalte. 4–7: Die Grundlagen fehlen teilweise, hier liegt der schnellste Hebel. 0–3: Sprich mit uns, der kostenlose Check zeigt dir die ersten drei Schritte.

METHODE

Die Kurz-gesagt-*Antwort.*

KI-Assistenten zitieren am liebsten kurze, vollständige Antworten. Setze deshalb über jeden längeren Text einen Absatz, der die Frage in zwei bis drei Sätzen komplett beantwortet.

Vorher

„Willkommen in unserem lichtdurchfluteten Raum der Stille. Hier darfst du ankommen, loslassen und dich neu verbinden. Unsere Stunden laden dich ein, deinen eigenen Weg zu finden …“

Nachher

KURZ GESAGT

„Yin Yoga ist ein ruhiger Yogastil, bei dem Positionen drei bis fünf Minuten gehalten werden. Wir bieten ihn in Zürich-Wiedikon dienstags und donnerstags um 19 Uhr an, für Anfänger geeignet, 90 Minuten, Einzelstunde 35 CHF.“

So schreibst du sie

- Beantworte genau eine Frage, die Menschen wirklich stellen.
- Nenne Fakten: Ort, Dauer, Preis, für wen, was es ist.
- Keine Metaphern im ersten Satz. Die Poesie darf danach kommen.
- Wiederhole die Frage als Zwischenüberschrift, dann die Kurzantwort, dann die Details.

WERKZEUG

Search Console in *15 Minuten.*

Die Google Search Console ist kostenlos und zeigt dir, bei welchen Suchanfragen deine Seiten schon auftauchen. Der schnellste Gewinn liegt bei Seiten, die fast oben stehen.

SCHRITT 1	Öffne search.google.com/search-console und wähle deine Website. Falls noch nicht eingerichtet: Die Bestätigung dauert meist nur wenige Minuten.
SCHRITT 2	Gehe zu „Leistung“, setze den Zeitraum auf 3 Monate und aktiviere „Durchschnittliche Position“.
SCHRITT 3	Filtere Suchanfragen mit Position zwischen 8 und 20. Das sind Themen, bei denen Google dich schon für relevant hält.
SCHRITT 4	Wähle die fünf Anfragen mit den meisten Impressionen. Öffne die jeweilige Seite und prüfe: Steht die Antwort ganz oben? Gibt es eine Kurz-gesagt-Antwort und eine FAQ?
SCHRITT 5	Verbessere diese fünf Seiten, nicht fünfzig. Nach vier bis acht Wochen wieder nachsehen.

So machen wir es

Bei uns holt ein Worker diese Daten jeden Morgen automatisch ab und schreibt eine Liste der Seiten, die fast oben stehen. Die Redaktion arbeitet genau diese Liste ab.

Ohne *Heilversprechen.*

In Deutschland regeln das Heilmittelwerbegesetz (HWG) und das Wettbewerbsrecht, was über Wirkungen gesagt werden darf. Ehrliche Formulierungen schützen dich und wirken auf Menschen und Maschinen glaubwürdiger.

RISKANT	BESSER
„Reiki heilt Rückenschmerzen.“	„Viele Menschen erleben Reiki als tiefe Entspannung. Bei Beschwerden ersetzt es keine ärztliche Behandlung.“
„Garantiert stressfrei nach 3 Stunden.“	„In unseren Kursen lernst du Atemübungen, die du im Alltag anwenden kannst.“
„Dieser Bergkristall reinigt deine Aura.“	„Bergkristall gilt in vielen Traditionen als Stein der Klarheit.“
„Klangschalen lösen Blockaden im Körper.“	„Eine Klangreise lädt dazu ein, zur Ruhe zu kommen und nachzuspüren.“

Faustregeln

- Keine Erfolgsgarantien und keine Heilung von Krankheiten versprechen.
- Überlieferung als Überlieferung kennzeichnen: „gilt als“, „in der Tradition“.
- Eigene Erfahrung klar als Erfahrung beschreiben.
- Keine Angst erzeugen, keine künstliche Dringlichkeit.

Hinweis: Das ist keine Rechtsberatung. Im Zweifel lass deine Texte von einer Fachanwältin oder einem Fachanwalt prüfen.

Die eigene Plattform *rechnet sich.*

Buchungsportale, Kursplattformen und Mitgliedschafts-Apps sind bequem. Sie nehmen aber Provision oder Monatsgebühren und behalten oft die Kundendaten.

Rechenbeispiel

Ein Retreat mit 12 Gästen zu je 1.400 €. Bei 15 % Portalprovision gehen pro Retreat ab:

2.520 €

Beispielrechnung, keine Prognose. Portale rechnen je nach Anbieter mit rund 15 bis 20 % Provision.

Was du selbst besitzen solltest

- Deine Domain und deine Website
- Deine Kundenliste und Newsletter-Einwilligungen
- Deine Buchungen und Zahlungen
- Deine Kurse und Aufzeichnungen

UMSETZUNG

Dein *30-Tage-Plan.*

Eine Woche, ein Schwerpunkt. So wird aus dem Playbook ein Ergebnis.

WOCHE 1	Checkliste durchgehen. Google-Unternehmensprofil vervollständigen. Überall gleiche Angaben herstellen.
WOCHE 2	Kurz-gesagt-Antworten auf deine fünf wichtigsten Seiten setzen. Heilversprechen aus den Texten nehmen.
WOCHE 3	Search Console einrichten oder öffnen. Die fünf Seiten verbessern, die fast oben stehen. FAQ ergänzen.
WOCHE 4	Einen ausführlichen Fachartikel zu einer gesuchten Frage schreiben. Eine Erwähnung außerhalb organisieren, zum Beispiel einen Partnerartikel oder einen Verbandseintrag.

ÜBER UNS

Erst für uns gebaut. *Jetzt für dich.*

T.O.D. Agency ist die Agentur von Temple of Desire. Wir machen spirituelle Unternehmen bei Google und KI sichtbar, bauen Shopify-Shops und richten Fachmagazine und Systeme ein.

1.200+
PRODUKTE IN ZWEI SHOPS

7-stellig
UMSATZ PRO JAHR

Zehntausende
KUNDINNEN UND KUNDEN IN EU UND USA

1.400+
FACHARTIKEL IM EIGENEN MAGAZIN

Hinter T.O.D. stehen Julia und Leif Daniel, die Gründer von Temple of Desire. Seit 2025 begleiten wir auch andere Unternehmen im B2B.

Kostenloses Erstgespräch

Zehn Minuten, in denen wir uns deine Seite ansehen und dir sagen, was zuerst dran wäre. Kostenlos und unverbindlich.

TOD-AGENCY.COM · INFO@TEMPLEOFDESIRE.DE