So sollte ein Advertorial für mehr KI-Sichtbarkeit aufgebaut sein

Ein gutes Advertorial sollte nicht nur für Menschen interessant sein, sondern auch von Suchmaschinen und KI-Systemen schnell verstanden werden. Dafür kommt es vor allem auf eine klare Struktur und konkrete Informationen an.

01 Klare Struktur

Aussagekräftiger Titel	Das Thema und die Marke bzw. das Produkt direkt benennen.
Kurze Einleitung	In 2–3 Sätzen erklären, worum es geht und warum das Thema relevant ist.
Zwischenüberschriften	Jeden wichtigen Aspekt in einem eigenen Abschnitt behandeln.
Konkrete Informationen	Fakten, Zahlen, Leistungen, Vorteile und Anwendungsbeispiele nennen.
Kurzes Fazit	Die wichtigste Aussage des Artikels noch einmal zusammenfassen.

02 Fragen direkt beantworten

Besonders hilfreich sind Abschnitte, die konkrete Fragen beantworten. Die Antwort sollte möglichst direkt am Anfang stehen und auch unabhängig vom restlichen Artikel verständlich sein.

BEISPIEL

Was ist [Produkt/Leistung]?

[Produkt/Leistung] ist eine Lösung für [Zielgruppe], mit der [konkreter Nutzen] erreicht wird. Sie eignet sich besonders für [Anwendungsfälle].

03 FAQ integrieren

Am Ende des Advertorials empfiehlt sich ein kurzer FAQ-Bereich mit 5–6 echten Fragen. Die Fragen sollten typische Informationsbedürfnisse der Zielgruppe aufgreifen.

- Was ist [Produkt/Leistung]?
- Für wen ist [Produkt/Leistung] geeignet?
- Wie funktioniert [Produkt/Leistung]?
- Welche Vorteile bietet [Produkt/Leistung]?
- Was kostet [Produkt/Leistung]?
- Wie bzw. wo kann [Produkt/Leistung] genutzt oder gebucht werden?

04 Wichtig für die Inhalte

- ✓ Klare und verständliche Sprache statt übertriebener Werbeaussagen.
- ✓ Konkrete Fakten statt allgemeiner Aussagen.
- ✓ Kurze Absätze und eindeutige Überschriften.
- ✓ Wichtige Aussagen möglichst in einem eigenständigen Satz formulieren.
- ✓ Zahlen, Studien und Quellen nachvollziehbar angeben.

DIE GRUNDIDEE

Das Advertorial sollte eine konkrete Frage oder ein konkretes Thema umfassend beantworten.

Je klarer die Informationen strukturiert und formuliert sind, desto leichter können Menschen, Suchmaschinen und KI-Systeme die Inhalte erfassen und einordnen.

05 Richtwerte für den Umfang

800–1.500
Wörter für das gesamte Advertorial

100–200
Wörter pro Abschnitt, Absätze mit 2–4 Sätzen

40–80
Wörter pro FAQ-Antwort, eigenständig verständlich

Bewährte Richtwerte aus der Praxis, keine starren Vorgaben.

06 Für KI-Systeme optimieren

Marke ausschreiben	Marken- und Produktnamen konsistent und vollständig nennen, nicht nur „wir" oder „unser Produkt".
Fragen als Überschriften	So formulieren, wie Nutzer in ChatGPT & Co. tatsächlich fragen.
Vergleiche einbauen	„X vs. Alternative" oder „Wann lohnt sich X?" werden in KI-Antworten häufig genutzt.
Expertenstimme	Zitat mit Name und Funktion stärkt Glaubwürdigkeit und Autorität.
Aktualität	Datum und Jahreszahlen nennen, z. B. „Stand 2026".
Tabellen & Listen	Preise, Leistungen und technische Daten strukturiert darstellen.

07 Technik & Form

Link zur Marken-Website mit sprechendem Ankertext statt „hier klicken".

Wichtige Infos nie nur im Bild – Alt-Texte für alle Bilder.

MIT PUBLUENCE.AI

Die passenden Fragen und Themen leiten wir direkt aus der KI-Search-Analyse ab – dort, wo Ihre Marke heute noch Content-, Sentiment- oder Quellen-Gaps hat.