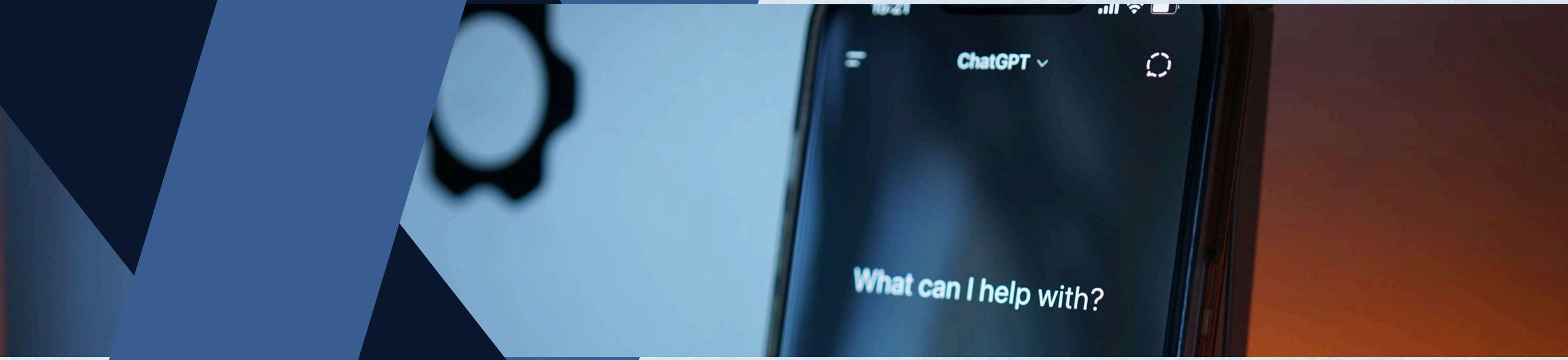
SEO maker TOKYO



ChatGPT-Suche in Japan optimieren

MANAGMENT SUMMARY

Japan ist gemessen am Web-Traffic bereits der viertgrößte Markt für ChatGPT. Doch die Marktgröße allein erzählt nur einen Teil der Geschichte.

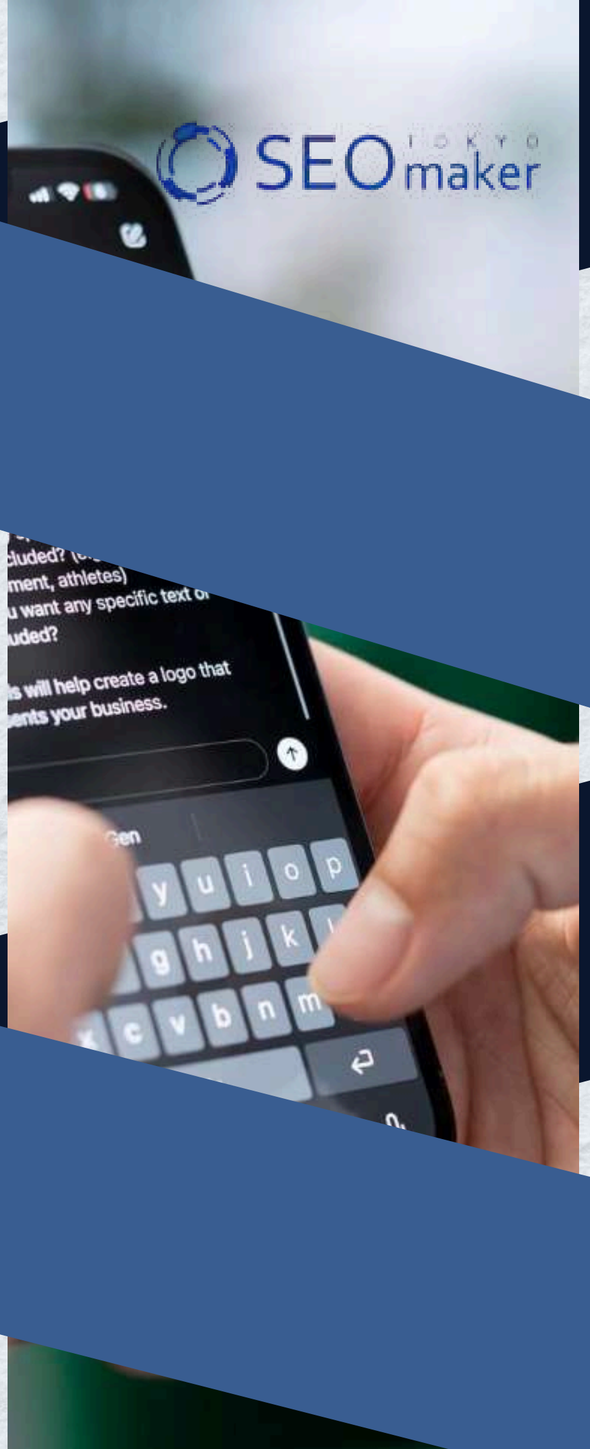
Japan im Vergleich zum globalen Durchschnitt:

ca. 4,11 % des weltweiten monatlichen ChatGPT-Web-Traffics

6 % tägliche Nutzung laut Umfrage (global: 17 %)

51 % generative KI-Nutzung am Arbeitsplatz (global: 72 %)

Die größten Chancen liegen bei Rechercheanfragen mit konkreter Kaufabsicht und der Bewertung potenzieller Anbieter.





SEO TOKYO maker

GROSSER MARKT, ABER EHER GELEGENTLICHE NUTZUNG

Warum verzeichnet Japan einen hohen Web-Traffic, obwohl die tägliche Nutzung vergleichsweise niedrig ist?

Vertrauen und Zurückhaltung: Japanische Verbraucher und Unternehmen sind bei der Einführung generativer KI traditionell zurückhaltender.

Verzögerte Einführung in Unternehmen: Die Nutzung von KI am Arbeitsplatz liegt weiterhin unter dem globalen Durchschnitt.

Hohe Markenbekanntheit: ChatGPT, in Japan häufig auch „チャッピー“ (Chappie) genannt, ist selbst bei gelegentlichen Nutzern weithin bekannt.

Wettbewerb durch Gemini: Gemini gewinnt Marktanteile, unter anderem durch die Integration in das Google-Suchökosystem.

Strategische Bedeutung: Japanische ChatGPT-Nutzer setzen KI möglicherweise nicht für jede Frage ein. Wenn sie das Tool jedoch für Recherchen nutzen, verfolgen sie häufig ein konkretes Anliegen.



SEO TOKYO maker

DIE WICHTIGSTEN ZAHLEN AUF EINEN BLICK

Kennzahl	Japan	Globaler Vergleich/Kontext
Anteil am ChatGPT-Web-Traffic	ca. 4,11%	Weltweit Platz 4
Tägliche ChatGPT-Nutzung	6%	17%
Generative KI-Nutzung am Arbeitsplatz	51%	72%
KI-Nutzung bei Erwachsenen in ihren 20ern	44.70%	—
Wirtschaftlicher Wert von KI-vermitteltem Traffic	4.4-mal höher	—

Was bedeutet das für das Marketing?
Japan bietet möglicherweise eine Chance im Bereich der KI-Suche, bei der Nutzer KI zwar seltener einsetzen, dafür aber mit einer konkreteren Rechercheabsicht. Das gilt insbesondere für B2B-Unternehmen, deren potenzielle Kunden Informationen recherchieren und Anbieter vergleichen.

SEO TOKYO maker

SO FUNKTIONIERT DIE SUCHE MIT CHATGPT



SEO TOKYO maker

DIE CHATGPT-SUCHE FUNKTIONIERT ANDERS ALS DIE KLASSISCHE SUCHE

Wenn Nutzer eine Frage stellen, für deren Beantwortung aktuelle oder webbasierte Informationen erforderlich sind, startet ChatGPT einen Rechercheprozess.

Vereinfacht dargestellt:
Nutzerfrage
↓
Suchanfrage umformulieren
↓
Suche und Informationsabruf
↓
Relevante Webseiten abrufen
↓
Informationen zusammenführen
↓
Antwort mit Quellenangaben

ChatGPT nutzt dafür hauptsächlich den Suchindex von Bing, ergänzt durch eigene Webcrawler von OpenAI.



SEO TOKYO maker

DREI FAKTOREN FÜR CHATGPT-ZITATIONEN

1. Technische Zugänglichkeit

Kann ChatGPT auf die Seite zugreifen?

2. Inhaltsstruktur

Kann ChatGPT die gesuchte Antwort erkennen und extrahieren?

3. Autoritätssignale

Bestätigen auch andere Quellen im Internet Ihre Glaubwürdigkeit?

Wichtig: Selbst hochwertige Inhalte können nicht als Quelle herangezogen werden, wenn ChatGPT nicht auf sie zugreifen oder ihre Inhalte nicht erfassen kann. Deshalb gehört technisches SEO ebenfalls zur Optimierung für die ChatGPT-Suche.



SEO TOKYO maker

TECHNISCHE BESONDERHEITEN JAPANISCHER WEBSITES

Japanische Unternehmenswebsites setzen häufig auf:

- Individuell entwickelte CMS-Plattformen
- JavaScript-Frameworks
- Stark visuell geprägte Layouts
- Cookie-Einwilligungssysteme
- Komplexe Rendering-Verfahren

Mögliche technische Probleme:

- Inhalte, die von JavaScript abhängig sind
- Blockierung durch Crawler
- Cookie-Schranken
- Unzureichend strukturiertes HTML
- Kaum ausgeprägte Überschriftenstrukturen

Bevor Sie Ihre Inhalte optimieren, sollten Sie sicherstellen, dass KI-Crawler und Suchmaschinen überhaupt darauf zugreifen und sie erfassen können.
.

SEO TOKYO maker

VORTEILE JAPANISCHSPRACHIGER INHALTE



SEO TOKYO maker

JAPANISCHSPRACHIGE INHALTE ALS CHANCE

Das japanischsprachige Internet ist im Vergleich zum englischsprachigen Web in den Trainingsdaten von ChatGPT weniger stark vertreten. Daraus ergibt sich eine wichtige Chance.

Hochwertige japanischsprachige Inhalte können strategisch besonders wertvoll sein, da der Wettbewerb um die Aufmerksamkeit von KI-Systemen geringer sein kann.

Für ausländische Unternehmen bedeutet das: **Übersetzen Sie Ihre englischsprachige Website nicht einfach ins Japanische.**

Entwickeln Sie stattdessen eigenständige japanischsprachige Inhalte, die gezielt auf die Bedürfnisse und Erwartungen japanischer Nutzer zugeschnitten sind.



SEO TOKYO maker

ÜBERSETZEN IST KEINE JAPAN-STRATEGIE

Reiner Übersetzungsprozess

Englische Inhalte
↓
Maschinelle Übersetzung
↓
Leichte redaktionelle Überarbeitung
↓
Japanische Website

Eigenständige Content-Strategie für Japan

Recherche zur japanischen Zielgruppe
↓
Analyse des japanischen Such- und Frageverhaltens
↓
Entwicklung eigenständiger japanischsprachiger Inhalte
↓
Optimierung für KI-Suche und klassische Suchmaschinen

Der Unterschied ist strategischer Natur. Übersetzte Inhalte können typische Schwächen der Übertragung aus einer anderen Sprache beibehalten:

- Unnatürliche Satzstrukturen
- Unpassende oder ungewohnte Fachbegriffe
- Westliche Marketingansätze, die nicht zum japanischen Markt passen
- Falsche oder im japanischen Fachkontext unübliche Terminologie

SEO TOKYO maker

WIE JAPANISCHE NUTZER SUCHEN



SEO TOKYO maker

JAPANISCHE SUCHANFRAGEN FUNKTIONIEREN ANDERS

Japanische Nutzer formulieren ihre Suchanfragen häufig höflicher und vollständiger.

Englischer Suchstil: „best cloud ERP Japan“

Japanischer Suchstil: 日本の中小企業向けにおすすめのクラウドERPシステムはどれですか？ (Welches Cloud-ERP-System eignet sich besonders für kleine und mittelständische Unternehmen in Japan?)

Wichtige Konsequenz für Ihre Inhalte: Optimieren Sie auf vollständige Fragen und konkrete Informationsbedürfnisse statt ausschließlich auf einzelne Keywords.



SEO TOKYO maker

DIE JAPANISCHE B2B-SUCHREISE MIT KI

Japanische Nutzer gehen bei ihrer Recherche möglicherweise folgendermaßen vor:

ChatGPT befragen
↓
Zitierte Quellen prüfen
↓
Unternehmensinformationen verifizieren
↓
Anbieter vergleichen
↓
Intern abstimmen
↓
Eine Entscheidung treffen

Deshalb sind die Qualität der Quellen und ihre Glaubwürdigkeit besonders wichtig. Für B2B-Unternehmen kann eine von der KI zitierte Webseite der Ausgangspunkt eines deutlich längeren Recherche- und Entscheidungsprozesses sein.



SEO TOKYO maker

JAPANISCHE UND ENGLISCHE SUCHANFRAGEN IM VERGLEICH

Englischsprachige Märkte	Jaspanischer Markt
Kurze Keyword-Kombinationen	Vollständige, höflich formulierte Fragen
Schnellere Akzeptanz von KI-Antworten	Stärkere Überprüfung der Quellen
Individuelle Recherche	Bewertung durch mehrere Beteiligte
Informelle Content-Formate	Formelle Struktur und fundierte Inhalte
Informationen vorrangig auf Englisch	Informationen im japanischen Sprach- und Marktkontext

Ihre Inhalte sollten der Art und Weise entsprechen, wie Ihre Zielgruppe Fragen stellt.

SEO TOKYO maker

LEITFADEN ZUR SUCHMASCHINEN-OPTIMIERUNG



SEO TOKYO maker

DAS 5-PUNKTE-FRAMEWORK FÜR DEN JAPANISCHEN MARKT

01 – Technischer Zugriff: Sorgen Sie dafür, dass Ihre Seiten von Suchmaschinen und KI-Systemen gecrawlt werden können.

02 – Antwortorientierte Struktur: Bereiten Sie Inhalte so auf, dass Antworten leicht erkannt und extrahiert werden können.

03 – Muttersprachliche japanische Inhalte: Richten Sie Ihre Inhalte am tatsächlichen Suchverhalten japanischer Nutzer aus.

04 – Autorität im gesamten Web: Bauen Sie Glaubwürdigkeit auch außerhalb Ihrer eigenen Website auf.

05 – Kontinuierliche Erfolgsmessung: Beobachten Sie Zitationen, Erwähnungen und Verweise auf Ihre Website.

Diese fünf Grundlagen bilden die Basis einer erfolgreichen ChatGPT-Suchstrategie für den japanischen Markt.



SEO TOKYO maker

01: MACHEN SIE IHRE WEBSITE FÜR CRAWLER ZUGÄNGLICH

Prüfen Sie Ihre robots.txt-Datei

Erlauben Sie den relevanten OpenAI-Crawlern den Zugriff, darunter:

- OAI-SearchBot
- ChatGPT-User

Überprüfen Sie außerdem:

- JavaScript-Rendering
- Cookie-Einwilligungsabfragen
- Anmeldesperren
- CMS-Ausgabe
- Semantisches HTML
- Zugänglichkeit der Inhalte im Seitenquelltext

Prüffrage für japanische Websites:
Kann ChatGPT die tatsächlichen japanischen Seiteninhalte abrufen, ohne dass eine Nutzerinteraktion erforderlich ist?



SEO TOKYO maker

02: STRUKTURIEREN SIE INHALTE FÜR DIE VERARBEITUNG DURCH KI

Antworten zuerst: Platzieren Sie die direkte Antwort bereits in den ersten beiden Absätzen.

Verwenden Sie fragebasierte Zwischenüberschriften
Beispiel: Welche SEO-Dienstleistungen bietet [Unternehmen] Firmen an, die in den japanischen Markt eintreten möchten?

Gestalten Sie in sich geschlossene Abschnitte
Jeder Abschnitt sollte auch unabhängig vom restlichen Text verständlich sein.

Ergänzen Sie strukturierte Daten
Verwenden Sie Schema-Markup für:

- Organisationen
- Dienstleistungen
- FAQs
- Artikel

Belegen Sie Aussagen mit Quellen
Statistiken von Regierungsstellen und fundierte Studien stärken die Informationsbasis Ihrer Inhalte.



SEO TOKYO maker

03: BAUEN SIE AUTORITÄT IM JAPANISCHSPRACHIGEN WEB AUF

Ihre Website ist nur ein Teil Ihres gesamten Autoritätsprofils. Sorgen Sie für eine konsistente Präsenz auf verschiedenen Plattformen und in unterschiedlichen Quellen, darunter:

- **Japanische Branchenmedien**
- **Wikipedia**
- **Regierungsdatenbanken**
- **Branchenverbände**
- **Partnerverzeichnisse**
- **Weitere vertrauenswürdige Quellen Dritter**

Die Sichtbarkeit in KI-Suchsystemen hängt zunehmend auch davon ab, in welchem Informationsumfeld Ihre Marke außerhalb der eigenen Website präsent ist.



SEO TOKYO maker

04: KONSISTENTE ANGABEN STÄRKEN IHRE KI-SICHTBARKEIT

Achten Sie darauf, dass Ihre Marken- und Unternehmensinformationen auf allen japanischsprachigen Online-Plattformen übereinstimmen. Prüfen Sie insbesondere:

- **Unternehmensname**
- **Japanische Unternehmensbezeichnung**
- **Schreibweise in Katakana und lateinischen Buchstaben**
- **Adresse**
- **Kontaktinformationen**
- **Dienstleistungen**
- **Qualifikationen und Referenzen**
- **Unternehmensbeschreibungen**

Widersprüchliche Angaben können zu Unklarheiten führen. Ein einheitlicher Auftritt im gesamten Web bietet KI-Systemen eine verlässlichere Grundlage, um Informationen über Ihr Unternehmen zusammenzuführen.

SEO TOKYO maker

CHATGPT & GEMINI IN JAPAN



SEO TOKYO maker

OPTIMIEREN SIE NICHT NUR FÜR CHATGPT

Gemini gewinnt auch in Japan an Bedeutung und profitiert von der bestehenden Google-Suchinfrastruktur.

ChatGPT

Darauf sollten Sie achten:

- Klar strukturierte Inhalte
- Autoritative Informationsseiten
- Präzise Antworten
- Glaubwürdigkeit durch externe Quellen

Gemini / Google KI

Darauf sollten Sie achten:

- Solide Grundlagen für die Google-Suche
- Hochwertige und vertrauenswürdige Inhalte
- Vielfältige Quellen
- Signale aus Online-Communities

Die strategischen Überschneidungen sind groß. SEO und GEO sollten daher Hand in Hand gehen.



SEO TOKYO maker

EIN GROSSER MARKT MIT EHER GELEGENTLICHER NUTZUNG

Warum verzeichnet Japan hohe Zugriffszahlen, obwohl die tägliche Nutzung vergleichsweise gering ist?

Vertrauen und Zurückhaltung: Japanische Verbraucher und Unternehmen haben generative KI in der Vergangenheit eher vorsichtig angenommen.

Verzögerte Einführung in Unternehmen: Die Nutzung von KI am Arbeitsplatz liegt weiterhin unter dem globalen Durchschnitt.

Hoher Bekanntheitsgrad: ChatGPT, in Japan umgangssprachlich auch 「チャッピー」(Chappie) genannt, ist selbst bei gelegentlichen Nutzern weithin bekannt.

Wettbewerb durch Gemini: Durch die Integration in das Google-Suchökosystem gewinnt Gemini zunehmend Marktanteile bei der Nutzung.

Strategische Bedeutung: Japanische ChatGPT-Nutzer stellen möglicherweise nicht zu jedem Thema KI-Anfragen. Wenn sie KI jedoch für Recherchen einsetzen, verfolgen sie oft ein konkretes Informationsziel.

SEO TOKYO maker

ERFOLGSMESSUNG



SEO TOKYO maker

SO MESSEN SIE DEN ERFOLG IN DER CHATGPT-SUCHE

Klassische Rankings allein reichen nicht aus. Behalten Sie vier Bereiche im Blick:

01 — Manuelle Prompt-Tests
Testen Sie realistische B2B-Suchanfragen auf Japanisch.

02 — Verweiszugriffe
Erfassen Sie den Traffic, der über ChatGPT auf Ihre Website gelangt, in GA4.

03 — Markenerwähnungen
Beobachten Sie, wie häufig Ihre Marke in folgenden KI-Systemen genannt wird:

- ChatGPT
- Gemini
- Perplexity

04 — Zitationsrate nach Content-Typ
Vergleichen Sie, welche Inhaltsformate besonders häufig als Quelle herangezogen werden:

- FAQs
- Whitepaper
- Fallstudien
- Vergelichsseiten



SEO TOKYO maker

DER FAKTOR VERTRAUEN

In Japan reicht Sichtbarkeit allein nicht aus. Japanische Fach- und Führungskräfte prüfen möglicherweise zunächst die von ChatGPT zitierten Quellen, bevor sie Entscheidungen treffen.

Ihr Ziel sollte deshalb nicht nur darin bestehen, in KI-Antworten aufzutauchen. Vielmehr sollten die Informationen, die ChatGPT über Ihr Unternehmen findet, folgende Kriterien erfüllen:

- **Korrekt**
- **Einheitlich**
- **Aktuell**
- **Vertrauenswürdig und fundiert**

Die Optimierung für die KI-Suche ist somit auch eine Strategie für ein professionelles Informationsmanagement.

SEO TOKYO maker

HÄUFIGE FEHLER



SEO TOKYO maker

5 TYPISCHE FEHLER AUSLÄNDISCHER UNTERNEHMEN

1. Nur auf Englisch veröffentlichen: Verlassen Sie sich nicht darauf, dass ChatGPT fehlende japanische Inhalte ausgleichen kann.

2. Marketingtexte einfach übersetzen: Eine natürliche Fachsprache und die richtige Terminologie sind entscheidend.

3. Bing ignorieren: Die ChatGPT-Suche greift hauptsächlich auf den Bing-Index zurück.

4. SEO und GEO getrennt behandeln: Beide Disziplinen haben wichtige technische Grundlagen gemeinsam.

5. Einmal optimieren und dann nichts mehr tun: Die ChatGPT-Suche entwickelt sich kontinuierlich weiter.



SEO TOKYO maker

CHECKLISTE FÜR DIE CHATGPT-SUCHE IN JAPAN

Technik

- ☐ OAI-SearchBot hat Zugriff
- ☐ ChatGPT-User hat Zugriff
- ☐ Japanische Inhalte sind crawlbar
- ☐ JavaScript-Rendering ist geprüft
- ☐ Semantisches HTML ist implementiert

Inhalte

- ☐ Muttersprachliche japanische Inhalte
- ☐ Antwortorientierte Struktur
- ☐ Fragebasierte Zwischenüberschriften
- ☐ In sich geschlossene Abschnitte
- ☐ FAQ-Inhalte
- ☐ Statistiken mit Quellenangaben

Autorität

- ☐ Erwähnungen in japanischen Branchenmedien
- ☐ Einheitliche Unternehmensinformationen
- ☐ Einträge in relevanten Verzeichnissen
- ☐ Externe Referenzen von vertrauenswürdigen Quellen

Erfolgsmessung

- ☐ Tests mit japanischen Suchanfragen
- ☐ Tracking von ChatGPT-Verweiszugriffen
- ☐ Monitoring von KI-Markenerwähnungen
- ☐ CTracking von Zitationen



SEO TOKYO maker

DAS STRATEGISCHE MODELL

Klassische SEO: Werden Sie auffindbar.
↓

GEO: Machen Sie Ihre Inhalte leicht erfassbar.
↓

Japanische Lokalisierung: Schaffen Sie sprachlich und kulturell relevante Inhalte.
↓

Autorität im gesamten Web: Bauen Sie unabhängige Glaubwürdigkeit auf.
↓

KI-Suche

Werden Sie zu einer Quelle, die ChatGPT zitiert.
Das ist der zentrale strategische Gedanke des gesamten Whitepapers.



SEO TOKYO maker

DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

Japan ist ein großer, aber noch wachsender Markt für die KI-Suche.
Um sich erfolgreich zu positionieren, sollten Sie:

1. Ihre japanischen Seiten für Crawler zugänglich machen.

2. Ihre Inhalte so strukturieren, dass KI-Systeme relevante Informationen leicht extrahieren können.

3. Originäre japanische Inhalte erstellen.

4. Ihre Autorität auch außerhalb der eigenen Website aufbauen.

5. Ihre Inhalte auf vollständige japanische Suchanfragen ausrichten.

6. Sowohl ChatGPT als auch Gemini berücksichtigen.

7. Zitationen kontinuierlich beobachten.

Besonders relevant sind diese Chancen für ausländische Unternehmen, die japanische B2B-Kunden erreichen möchten.

Über uns

Tokyo SEO Maker unterstützt globale B2B-Unternehmen dabei, ihre digitale Strategie für den japanischen Markt anzupassen – von Lokalisierung und SEO-Architektur bis hin zu Plattformstrategie und Conversion-Optimierung.

MÖCHTEN SIE STRATEGISCH IN DEN JAPANISCHE MARKT EINSTEIGEN?

Jetzt Tokyo SEO Maker kontaktieren und Ihre Marktbereitschaft überprüfen lassen.

WIR STEHEN IHNEN MIT ERSTKLASSIGEM SUPPORT ZUR SEITE

