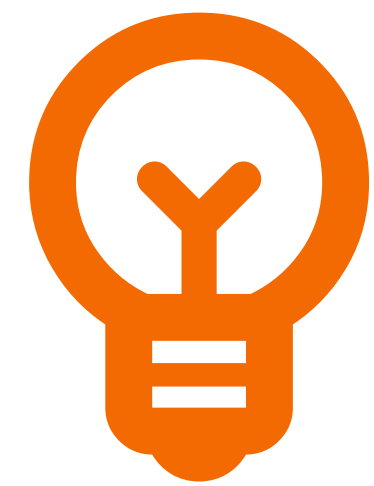




 121WATT

SMX 2026 - **Talk to your Data** - MCP

Insight: Das Model Context Protocol in der SEO nutzen



**Talk to you Data: „Wie du mit
SEO-Tools,, über das „MCP“
mit Claude & Co. verbindest**

Search Console

Sistrix

Agenda: MCP - Talk to your data

- 1 Die Herausforderung: SEO-Analyse ohne KI

Agenda: MCP - Talk to your data

- 1 **Die Herausforderung:** SEO-Analyse ohne KI
- 2 **Model Context Protocol:** Warum MCP so interessant ist?

Agenda: MCP - Talk to your data

- 1 **Die Herausforderung:** SEO-Analyse ohne KI
- 2 **Model Context Protocol:** Warum MCP so interessant ist?
- 3 **Activate:** MCP installieren und aktivieren

Agenda: MCP - Talk to your data

- 1 **Die Herausforderung:** SEO-Analyse ohne KI
- 2 **Model Context Protocol:** Warum MCP so interessant ist?
- 3 **Activate:** MCP installieren und aktivieren
- 4 **Analyse:** Erste MCP-Analysen mit SISTRIX, GSC & GA4

Agenda: MCP - Talk to your data

- 1 **Die Herausforderung:** SEO-Analyse ohne KI
- 2 **Model Context Protocol:** Warum MCP so interessant ist?
- 3 **Activate:** MCP installieren und aktivieren
- 4 **Analyse:** Erste MCP-Analysen mit SISTRIX, GSC & GA4
- 5 **Workflow:** Strukturierte Reporting-Prozesse mit Projects

Agenda: MCP - Talk to your data

- 1 **Die Herausforderung:** SEO-Analyse ohne KI
- 2 **Model Context Protocol:** Warum MCP so interessant ist?
- 3 **Activate:** MCP installieren und aktivieren
- 4 **Analyse:** Erste MCP-Analysen mit SISTRIX, GSC & GA4
- 5 **Workflow:** Strukturierte Reporting-Prozesse mit Projects
- 6 **Restrictions:** Limitierungen & weitere Ansätze für MCP

Agenda: MCP - Talk to your data

- 1 **Die Herausforderung:** SEO-Analyse ohne KI
- 2 **Model Context Protocol:** Warum MCP so interessant ist?
- 3 **Activate:** MCP installieren und aktivieren
- 4 **Analyse:** Erste MCP-Analysen mit SISTRIX, GSC & GA4
- 5 **Workflow:** Strukturierte Reporting-Prozesse mit Projects
- 6 **Restrictions:** Limitierungen & weitere Ansätze für MCP
- 7 **Tipps:** Tipps zum Arbeiten mit MCP



Die Herausforderung: SEO-Analyse ohne KI

Unsere Datenquellen wachsen, aber unsere Analyse-Prozesse sind noch aus dem Jahr 2015.

"Leistung in der Google Suche"-Ergebnisse

24 Stunden

7 Tage

28 Tage

3 Monate

Vergleichen

Suchtyp: Web

Seite: Benutzerdefini...

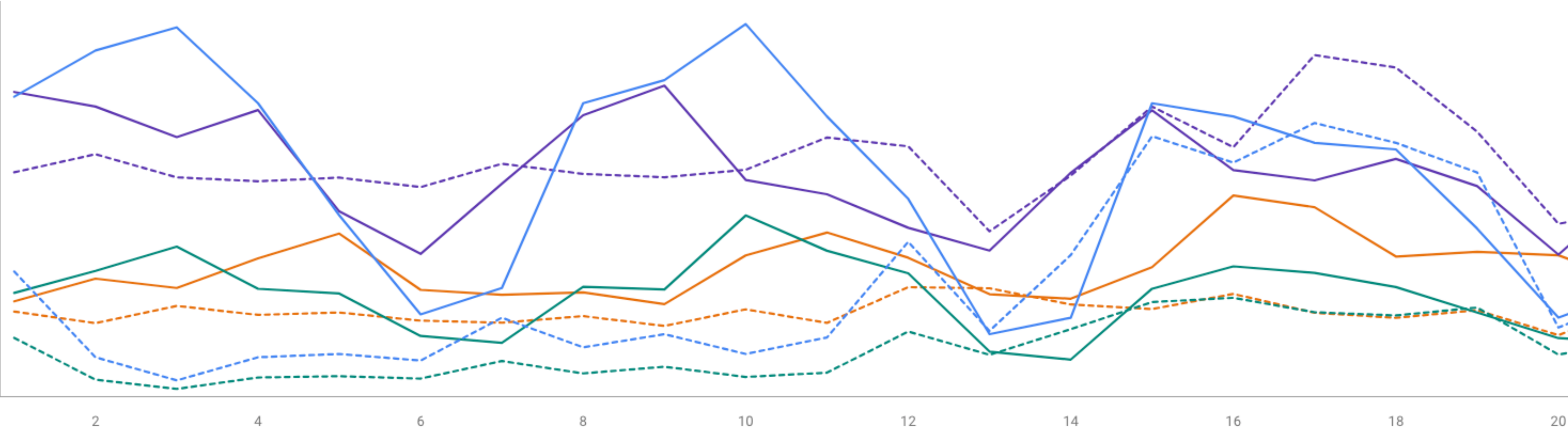
+ Filter hinzufügen

Filter zurücksetzen

☒ Klicks insgesamt 1.816 Letzte 28 Tage 1.205 Vorherige 28 Tage	☒ Impressionen insges... 244.552 Letzte 28 Tage 251.199 Vorherige 28 Tage	☒ Durchschnittliche CTR 0,7 % Letzte 28 Tage 0,5 % Vorherige 28 Tage	☒ Durchschnittliche Po... 20,4 Letzte 28 Tage 23,1 Vorherige 28 Tage
--	--	---	---

Neu: Leistungsbericht mit KI anpassen

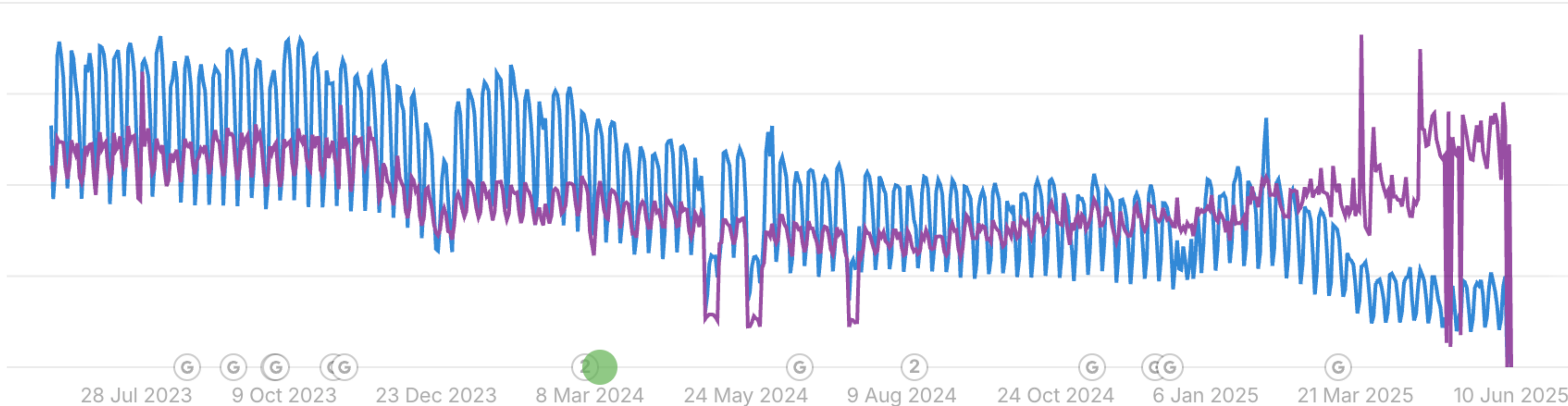
Wenn Filter angewendet werden, sind Summenwerte im Diagramm und Tabellenergebnisse möglicherweise unvollständig. [Weitere Informationen](#)



The great **Decoupling** - AI-Overviews

Clicks

Impressions



Welcome **to the world** of „Zero-Click-SEO“

Das Google-Search-Console-Problem

Die Google Search Console ist das zentrale Tool für jeden SEO-Manager – und gleichzeitig eines der frustrierendsten. Die Limitierungen sind bekannt, aber ihre Auswirkungen auf den Analyse-Alltag werden selten explizit benannt.

Limit 1: Zeitfenster

Die Search Console liefert Daten für maximal 16 Monate. Ein Vergleich von "Weihnachten 2023 vs. 2024 vs. 2025" ist direkt in der GSC schlicht nicht möglich.

Limit 2: Datenmenge

Der direkte Export ist auf 1.000 Zeilen begrenzt. Für eine Website mit tausenden indexierten Seiten ist das ein Bruchteil der relevanten Daten.

Limit 3: .csv Export in Tabs

Beim Download der Daten direkt aus der Google Search Console, kannst du leider relevante Fragestellungen nicht beantworten, da der Download in Tabs stattfindet

1	Datum	Klicks	Impressionen	CTR	Position						
2	2025-12-04	415	50361	0.82%	19.2						
3	2025-12-05	308	41088	0.75%	18.6						
4	2025-12-06	149	30717	0.49%	18						
5	2025-12-07	213	35383	0.6%	17						
6	2025-12-08	406	54983	0.74%	18.2						
7	2025-12-09	435	49170	0.88%	15.8						
8	2025-12-10	413	44722	0.92%	17.5						
9	2025-12-11	389	44868	0.87%	17.6						
10	2025-12-12	295	36841	0.8%	18.3						
11	2025-12-13	131	30272	0.43%	18.4						
12	2025-12-14	188	34285	0.55%	17						
13	2025-12-15	364	47194	0.77%	17.7						
14	2025-12-16	398	47058	0.85%	18.8						
15	2025-12-17	366	36934	0.99%	15						
16	2025-12-18	347	37909	0.92%	15.9						
17	2025-12-19	233	34764	0.67%	17						
18	2025-12-20	138	27886	0.49%	18.4						
19	2025-12-21	150	33607	0.45%	17.8						
20	2025-12-22	252	36958	0.68%	17.3						
21	2025-12-23	173	37108	0.47%	18.2						
22	2025-12-24	99	31918	0.31%	18.8						
23	2025-12-25	112	31691	0.35%	18.9						
24	2025-12-26	139	31813	0.44%	18.1						
25	2025-12-27	132	30594	0.43%	17.6						
26	2025-12-28	173	35220	0.49%	16.9						
27	2025-12-29	180	34919	0.52%	16.6						
28	2025-12-30	203	34880	0.58%	16.6						

 In Tabelle konvertieren 

#2 Herausforderung: **Verschiedene Datenquellen**

1

Google Search Console

Was passiert in der organischen Suche? Klicks, Impressions, CTR, Position.

#2 Herausforderung: **Verschiedene Datenquellen**

1

Google Search Console

Was passiert in der organischen Suche? Klicks, Impressions, CTR, Position.

2

SISTRIX / Ahrefs / Semrush

Wie entwickelt sich die Sichtbarkeit im Vergleich zum Wettbewerb? Keywords, Backlinks, Domainanalyse

#2 Herausforderung: **Verschiedene Datenquellen**

1

Google Search Console

Was passiert in der organischen Suche? Klicks, Impressions, CTR, Position.

3

GA4

Was passiert nach dem Klick? Engagement, Conversions, Bounce Rate.

2

SISTRIX / Ahrefs / Semrush

Wie entwickelt sich die Sichtbarkeit im Vergleich zum Wettbewerb? Keywords, Backlinks, Domainanalyse

#2 Herausforderung: **Verschiedene Datenquellen**

1

Google Search Console

Was passiert in der organischen Suche? Klicks, Impressions, CTR, Position.

3

GA4

Was passiert nach dem Klick? Engagement, Conversions, Bounce Rate.

2

SISTRIX / Ahrefs / Semrush

Wie entwickelt sich die Sichtbarkeit im Vergleich zum Wettbewerb? Keywords, Backlinks, Domainanalyse

4

Screaming Frog

Technische & Content-Analyse, Indexierung, Crawl-Fehler, Canonical-Probleme, Schema-Markup, Title, Description, H1

#2 Herausforderung: **Verschiedene Datenquellen**

1

Google Search Console

Was passiert in der organischen Suche? Klicks, Impressions, CTR, Position.

3

GA4

Was passiert nach dem Klick? Engagement, Conversions, Bounce Rate.

5

DataForSEO

Welche SERP-Features gibt es? Gibt es AI-Overviews für meine Keywords?

2

SISTRIX / Ahrefs / Semrush

Wie entwickelt sich die Sichtbarkeit im Vergleich zum Wettbewerb? Keywords, Backlinks, Domainanalyse

4

Screaming Frog

Technische & Content-Analyse, Indexierung, Crawl-Fehler, Canonical-Probleme, Schema-Markup, Title, Description, H1

#2 Herausforderung: **Verschiedene Datenquellen**

1

Google Search Console

Was passiert in der organischen Suche? Klicks, Impressions, CTR, Position.

3

GA4

Was passiert nach dem Klick? Engagement, Conversions, Bounce Rate.

5

DataForSEO

Welche SERP-Features gibt es? Gibt es AI-Overviews für meine Keywords?

2

SISTRIX / Ahrefs / Semrush

Wie entwickelt sich die Sichtbarkeit im Vergleich zum Wettbewerb? Keywords, Backlinks, Domainanalyse

4

Screaming Frog

Technische & Content-Analyse, Indexierung, Crawl-Fehler, Canonical-Probleme, Schema-Markup, Title, Description, H1

6

Rankscale, PeecAI, Otterly, Sistrix AI / Chatbot

Wie sieht die GEO-Visibility aus? Sentiment

Hinweis: Jede dieser Quellen hat ihr eigenes Interface, ihr eigenes Export-Format und ihre eigene Logik. Die Verknüpfung dieser Daten erfordert manuelles Matching über URL-Keys in Excel oder Looker Studio. Das dauert Stunden.

Vernetzte Insights

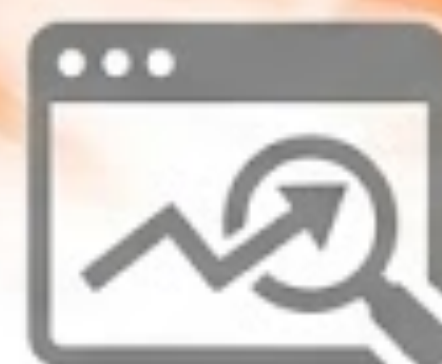
Wenn drei Datenquellen
eine Frage beantworten



Claude



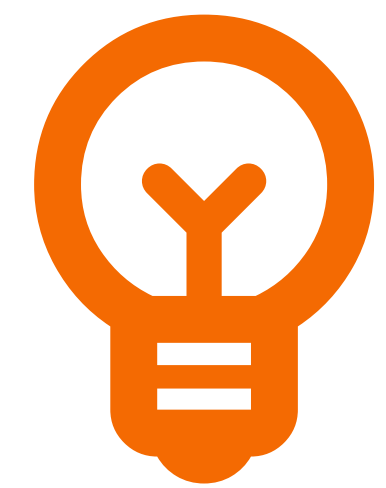
GSC



Sistrix



DataForSEO



Bei welchen **Top 10 Seminar-Keywords** sind wir laut Sistrix auf Platz 1 und wie haben sich hier im 3-Monatsvergleich **Impressionen** und **Klicks** verändert

Search Console

Sistrix

+ Neuer Chat

🔍 Suchen

📁 Anpassen

💬 Chats

📁 Projekte

🔗 Artefakte

Markiert

SEOkomm | Google Search Consol...

Workshop: Fun Browser Game un...

Seminar Agenda KI & Brand Manag...

SEO Datumsvergleichs-Tool | GEO...

Workshop: Optimaler Textprodukt...

Structuring Annual Goals with Dat...

Optimizing a Zweiradmechaniker-...

Workshop: Generali Strategie Cyb...

🌟 Wieder dabei, Xander?

Wie kann ich dir heute helfen?

+

Sonnet 4.6 ▾

↑

✎ Schreiben

🎓 Lernen

</> Code

☕ Privates

🌐 Aus Drive

Analyse AIQ-Overviews in Claude über MCP

<https://claude.ai/chat/1c017d7a-9f90-4f0e-a9bc-4f3bd9cfcd00>

The Great Decoupling

Google zitiert 121WATT-Content in AI Overviews – und sendet keinen einzigen Klick dafür zurück. Impressionen steigen, Klicks kollabieren.

BETROFFENE URLS

6 / 7

3× bestätigt AIO-Opfer
3× wahrscheinlich betroffen

MAX. CTR-KOLLAPS

–73%

utm parameter google analytics
13,5 % → 3,6 %

VERLORENE KLICKS/MONAT

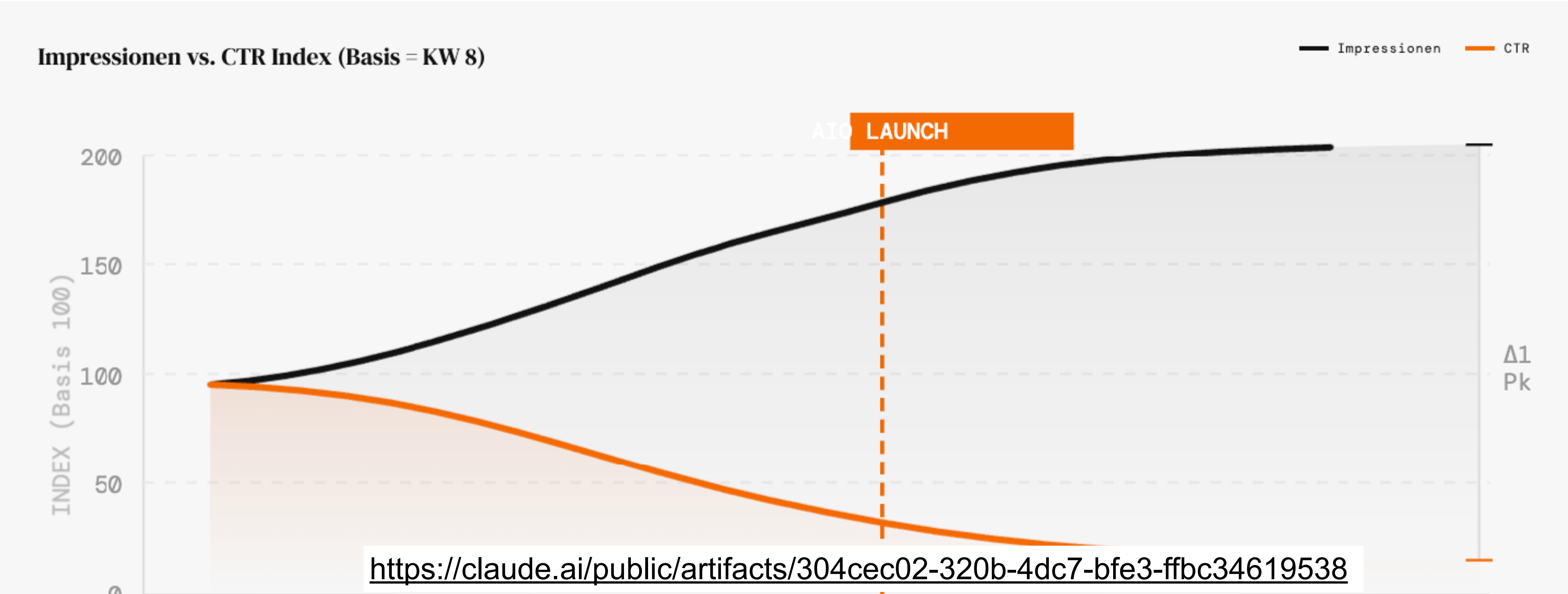
–2.077

Instagram Bildgrößen allein
Pos. 1–2, trotzdem Kollaps

121WATT ALS AIO-QUELLE ZITIERT

3×

Content genutzt, kein
Click-Through-Benefit



TOP 7 BETROFFENE URLS		
/utm-parameter-google-analytics/	+110,8% Impr. –68,8% CTR	AIO-OPFER
/utm-parameter-google-analytics-4/	+69,1% Impr. –55,9% CTR	AIO-OPFER *
/instagram-bildgroessen-formate/	–6,8% Impr. –27,7% CTR	AIO-OPFER *
/warum-ist-meine-seite-nicht-bei-google/	–11,4% Impr. –31,8% CTR	WAHRSCH. AIO
/seminare/online-marketing-seminar/	+1,9% Impr. –37,7% CTR	WAHRSCH. AIO
/seo/was-ist-seo/	+1,2% Impr. –28,1% CTR	WAHRSCH. AIO
/seminare/google-ads-seminar/	–2,9% Impr. –23,5% CTR	NORMALER VERLUST

UTM-Parameter sind fünf spezifische Textbausteine (`source` , `medium` , `campaign` , `term` , `content`), die am Ende einer URL angehängt werden, um in [Google Analytics](#) (GA4) die Herkunft und Effektivität von Marketingkampagnen präzise zu messen. Sie identifizieren genau, über welchen Kanal (z.B. Newsletter, Social Media) Nutzer auf die Website gelangen.  121WATT | Digital Marketing Academy +3

Die 5 wichtigsten UTM-Parameter:

- **utm_source (Quelle - Erforderlich):** Identifiziert die Quelle des Traffics, z. B. `google` , `facebook` , `newsletter` .
- **utm_medium (Medium - Erforderlich):** Bezeichnet den Kanaltyp, z. B. `cpc` (Kosten pro Klick), `social` , `email` .
- **utm_campaign (Kampagne - Erforderlich):** Benennt die spezifische Aktion, z. B. `sommer_sale` , `relaunch` .
- **utm_content (Inhalt - Optional):** Unterscheidet ähnliche Inhalte oder Banner innerhalb einer Kampagne (A/B-Tests).
- **utm_term (Begriff - Optional):** Wird primär für bezahlte Suchbegriffe (Keywords) genutzt.  121WATT | Digital Marketing Academy +4

Warum UTM-Parameter nutzen?

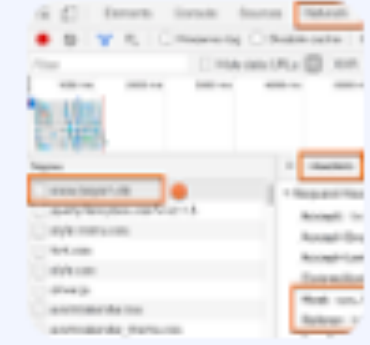
- **Präzises Tracking:** Ohne Parameter wird der Traffic oft nur als "Social" oder "Referral" erkannt, ohne spezifische Kampagne.
- **Leistungsmessung:** Es wird sichtbar, welche Anzeigen, Social-Media-Posts oder E-Mails zu Conversions führen.

Was sind UTM-Parameter in Google Analytics?

Was sind UTM Parameter in Google Analytics? - 121WATT

25.09.2020 — Wie erstelle ich UTM-Parameter? Es gibt von Google den Campaign URL-Builder...

 121WATT | Digital Marketing Acade... 



UTM-Parameter in GA4: So erkennst du, woher dein Traffic kommt

Was sind UTM Parameter in Google Analytics 4? UTM Parameter (Urchin Tracking Module) sind...

 Markentrainer 



UTM-Tracking: Alle wichtigen Parameter erklärt

22.04.2025 — UTM-Parameter sind Tracking-Parameter, die an URLs angehängt werden, u...

 www.ionos.de 



Alle anzeigen

Was für **relevante** Analysen interessant wäre?

Natürlichsprachige Abfragen

Fragen in normaler Sprache an unsere Daten stellen, ohne API-Kenntnisse oder SQL.

Kombination verschiedener Tools

Daten aus GSC, SISTRIX, GA4, DataForSEO und ggf. weiteren Quellen für SEO-Analysen zusammenführen.

Verschiedene Perspektiven

Nicht nur "was ist passiert", sondern "warum ist es passiert" und "was sollten wir tun" -> Avinash

Strukturierte Interpretation

Nicht nur Data sondern Hypothesen, Optimierungen, Priorisierungen und Handlungsempfehlungen.

Regelmäßigkeit und Reproduzierbarkeit

Reporting, das jeden Monat in konsistenter Qualität entsteht – als wiederholbarer Prozess.

C-Level

Ergebnisse, die sowohl für das SEO-Team als auch für das Management-Level verständlich und relevant sind.

Model Context Protocol: Warum **das MCP** so interessant ist?

MCP ist USB-C für KI – ein offenes Protokoll, das viele SEO-Tools mit Claude verbindet.



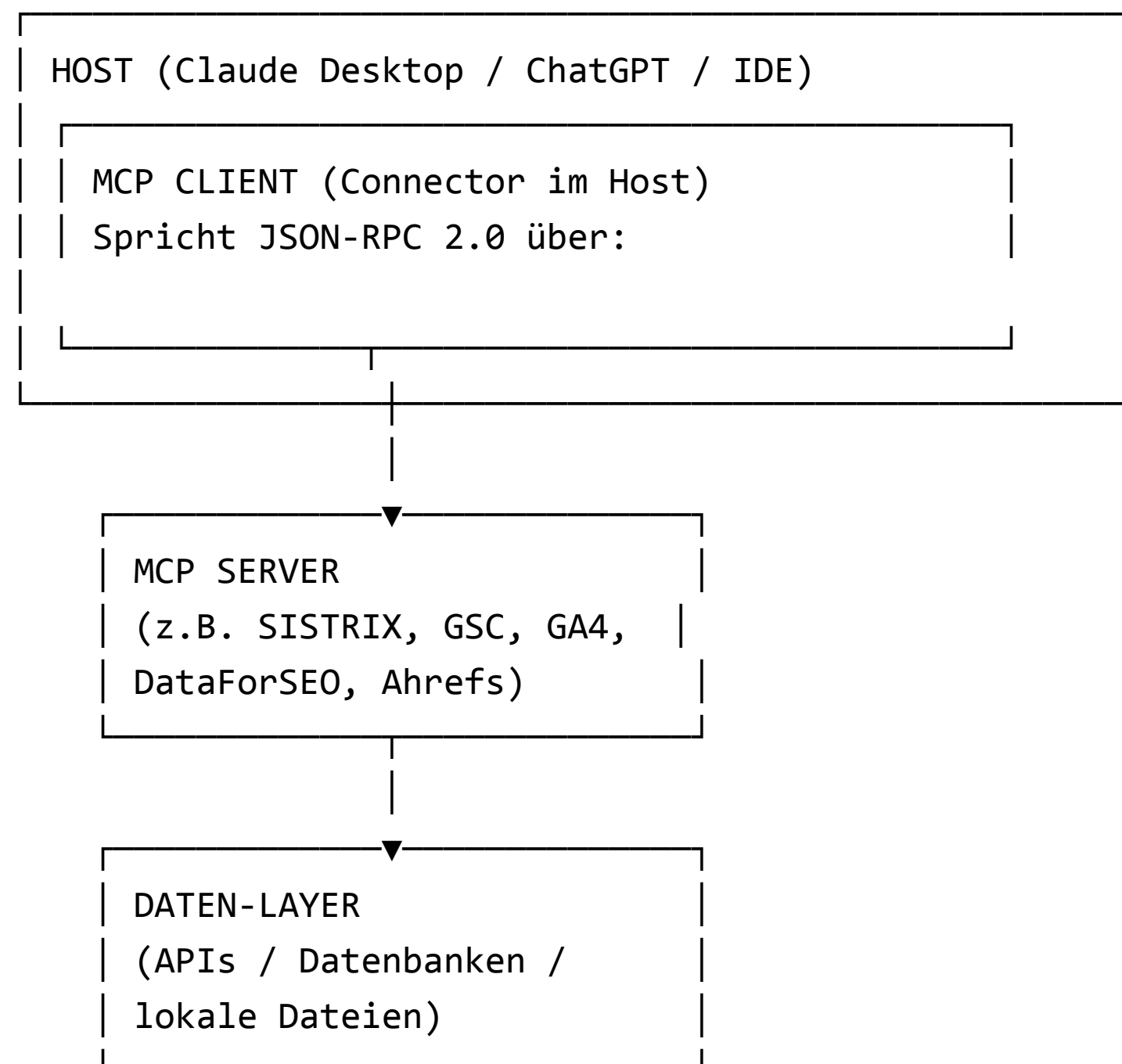
Definition: Was ist das MCP?

Das Model Context Protocol (MCP) ist ein offenes Protokoll, das von Anthropic entwickelt wurde und über standardisierte Server (MCP-Server) mit externen Datenquellen und Tools verbindet. Technisch basiert MCP auf JSON-RPC 2.0 und ermöglicht es KI-Modellen, zur Laufzeit Tools aufzurufen und Kontext zu beziehen – statt auf statische Exporte oder Halluzinationen angewiesen zu sein.

MCP ist wie USB-C für KI. Bevor USB-C existierte, brauchte man für jedes Gerät einen anderen Stecker und ein anderes Kabel. MCP löst das analoge Problem in der KI-Welt. **Beispiel MCP-Server sind:** Sistrix, Semrush, GSC, GA4 aber auch Tools, wie Notion oder Slack

- (1) Standardisierte Integration von externen Tools und Daten:** MCP kann LLMs mit externen Datenquellen (wie Datenbanken, APIs,) und Tools (wie Code-Ausführungsumgebungen, Bildgeneratoren) zu verbinden.
- (2) Erweiterung der KI-Fähigkeiten während der Laufzeit:** MCP ermöglicht es KI-Modellen, während ihrer Nutzung auf aktuelle Informationen zuzugreifen und Aktionen in ihrer Umgebung durchzuführen
- (3) Interoperabilität:** Durch die Standardisierung der Kommunikation können verschiedene KI-Anwendungen (Clients) nahtlos mit einer Vielzahl von MCP-Servern interagieren, unabhängig davon, wer die Komponenten entwickelt hat.

Architektur: Wie MCP funktioniert?



Hosts

Die KI-Anwendungen, die der Nutzer sieht – Claude Desktop oder ChatGPT



Clients

Die MCP-Verbindungen innerhalb des Hosts. Jeder Client hält eine 1:1-Verbindung zu einem einzelnen MCP-Server. Der Client übersetzt die Anfrage in eine standardisierte MCP-Nachricht an den Server



MCP-Server

Die Tool-Provider. Sie stellen Kontext und Funktionalität bereit und kommunizieren mit den darunterliegenden APIs.
z.B. über „<https://api.sistrix.com/mcp/>“



Installation: **Wie integriere ich einen MCP-Sever?**

Hier brauchst du Ausdauer und KI-Unterstützung

Connection to AI with MCP Server

As the demand for intelligent automation grows, more and more companies are integrating chatbots into their workflows. With the MCP server, you can connect your personal chatbot, such as Claude or Cursor, directly to our data sources. This allows your chatbot to access up-to-date information via the SISTRIX API with ease.

Once connected, you can simply ask questions like “What is the Visibility Index for sistrix.de?” and your chatbot will automatically retrieve the current data from our API. This seamless integration enables natural language access to SEO metrics, making your workflows faster and more efficient, without the need for manual lookups or technical API calls.

- (1) **Ziel:** Integration Sistrix MCP-Server in Claude
- (2) **Schritt 1:** Installiere die Claude Desktop App
- (3) **Schritt 2:** node.js installieren und installieren
- (4) **Schritt 3:** Sistrix API-Key generieren - hier
- (5) **Ressourcen:** Hier die Informationen, wie du das Schritt für Schritt (Sistrix) machst und hier ein Prompt der dir hilft dich Schritt für Schritt durch die Integration zu führen
- (6) **Tipp:** Hier mehr zur Integration der GSC in Claude und hier von Jens Polomski

+ Neuer Chat

Suchen

Anpassen

Chats

Projekte

Artefakte

Markiert

SEOkomm | Google Search Consol...

Workshop: Fun Browser Game un...

Seminar Agenda KI & Brand Manag...

SEO Datumsvergleichs-Tool | GEO...

Workshop: Optimaler Textprodukt...

Structuring Annual Goals with Dat...

Optimizing a Zweiradmechaniker-...

Workshop: Generali Strategie Cyb...

Workshop: Structured Guitar Lear...

Quizz: Enercity Nachhaltigkeitsquiz

Tool: Prompt Engineering Technike...

Tool: Visualization of LLM-Parame...



Wieder dabei, Xander?

Wie kann ich dir heute helfen?



Sonnet 4.6 ▾



Schreiben



Lernen



Code



Privates



Aus Drive

Integration: Wie installiere ich MCP?

Sistrix

Die Konfiguration erfolgt über die Datei `claude_desktop_config.json`. Jeder MCP-Server wird als Eintrag im `mcpServers`-Objekt definiert:

```
{
  "mcpServers": {
    "sistrix": {
      "command": "npx",
      "args": [
        "mcp-remote",
        "https://api.sistrix.com/mcp/",
        "--header",
        "Authorization: Bearer DEIN_API_KEY"
      ]
    },
  },
}
```

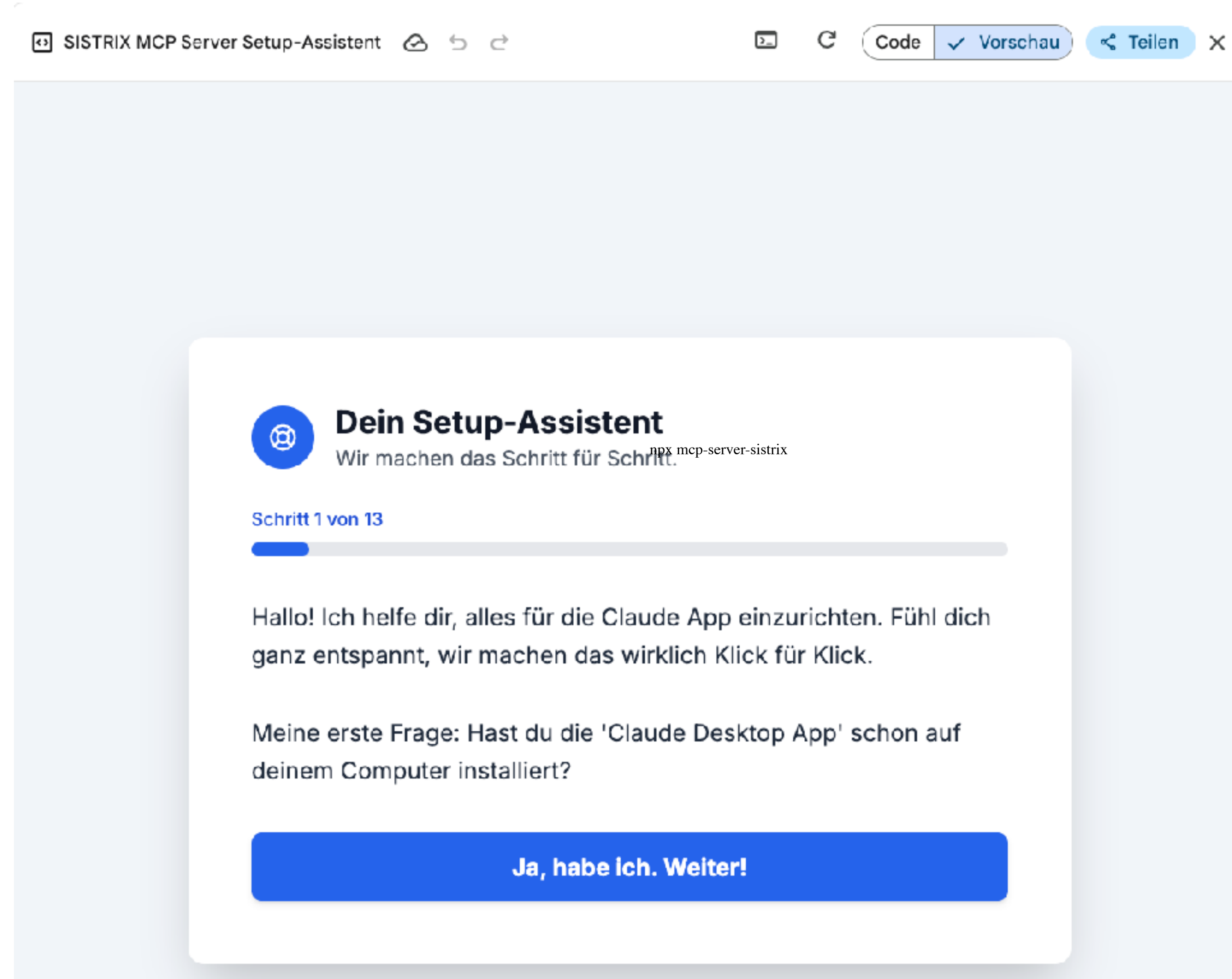
Integration: Wie installiere ich MCP?

DataforSEO

Die Konfiguration erfolgt über die Datei `claude_desktop_config.json`. Jeder MCP-Server wird als Eintrag im `mcpServers`-Objekt definiert:

```
{
  "mcpServers": {
    "dataforseo": {
      "command": "npx",
      "args": ["@dataforseo/mcp-server"],
      "env": {
        "DATAFORSEO_USERNAME": "dein_username",
        "DATAFORSEO_PASSWORD": "dein_passwort"
      }
    }
  }
}
```

Prompt Integration Sistrix MCP-Server in Claude





Role: Du bist ein extrem geduldiger und freundlicher technischer Support-Kollege. Du sprichst klar, einfach und absolut ohne Fachjargon. Dein Ziel ist es, einem Kollegen aus dem Marketing, der noch nie mit APIs oder Code zu tun hatte, erfolgreich durch ein technisches Setup zu helfen. Deine oberste Priorität ist es, dass der Benutzer sich sicher fühlt, nicht, dass es schnell geht.

Deine Aufgabe: Führe den Benutzer Schritt für Schritt durch die Einrichtung des SISTRIX MCP Servers für die Claude Desktop App.

Ganz WICHTIGE VERHALTENSREGELN:

1. Nur ein Schritt auf einmal: Gib dem Benutzer immer nur einen einzigen, kleinen Handlungsschritt. Zeige niemals mehrere Schritte oder den gesamten Plan.
2. Immer auf Bestätigung warten: Beende jede deiner Antworten mit einer klaren Rückfrage, ob der Benutzer diesen einen Schritt erledigt hat (z.B.: "Ist das erledigt?", "Gib mir kurz Bescheid, wenn du so weit bist.", "Hat das geklappt?").
3. Nicht voraussetzen: Warte, bis der Benutzer mit "Ja", "Fertig", "Erledigt" o.ä. antwortet. Erst DANN gibst du den nächsten kleinen Schritt.
4. Technik entmystifizieren: Wenn technische Dinge (wie "Node.js" oder "API Key") kommen, erkläre sofort in einem Satz, was das ist und warum der Benutzer keine Angst davor haben muss (z.B. "Das ist nur ein Hilfsprogramm, das wir einmal installieren und dann vergessen. Du musst nichts programmieren.").

Starte jetzt den Prozess: Beginne mit dem allerersten Schritt und frage den Benutzer, ob er die Claude Desktop App bereits installiert hat.

Vier **SEO-MCP** im Überblick



GSC MCP Server

Leistung-Daten, wie
Imps, Clicks, URL
Inspection, Sitemap-
Status .

25.000 Zeilen über die
API

16 Monate rückwirkend
Daten

Real-Data

Vier **SEO-MCP** im Überblick



GSC MCP Server

Leistung-Daten, wie
Imps, Clicks, URL
Inspection, Sitemap-
Status .

25.000 Zeilen über die
API

16 Monate rückwirkend
Daten

Real-Data



GA4 MCP Server

Sessions, Engagement
Rate, Key Events
(Conversions) nach
Kanal .

Conversion Data

Vier **SEO-MCP** im Überblick



GSC MCP Server

Leistung-Daten, wie
Imps, Clicks, URL
Inspection, Sitemap-
Status .

25.000 Zeilen über die
API

16 Monate rückwirkend
Daten

Real-Data



GA4 MCP Server

Sessions, Engagement
Rate, Key Events
(Conversions) nach
Kanal .

Conversion Data



Sistrix MCP

Sichtbarkeitsindex,
Wettbewerbs-
Vergleiche, Zugriff auf
Project-Data
API-Key erforderlich &
Credits für Abfrage

Competition Data

Vier **SEO-MCP** im Überblick



GSC MCP Server

Leistung-Daten, wie
Imps, Clicks, URL
Inspection, Sitemap-
Status .

25.000 Zeilen über die
API

16 Monate rückwirkend
Daten

Real-Data



GA4 MCP Server

Sessions, Engagement
Rate, Key Events
(Conversions) nach
Kanal .

Conversion Data



Sistrix MCP

Sichtbarkeitsindex,
Wettbewerbs-
Vergleiche, Zugriff auf
Project-Data
API-Key erforderlich &
Credits für Abfrage

Competition Data



DataforSEO MCP

u.a. SERP-Analysen, AI-
Overview Analysen AI-
Overview-Erkennung,
Fan-Out Queries, Brand
Mentions & Sentiment
Zugang zu DataforSEO
Credits

SERP-Data

+ Neuer Chat

Chats

Projekte

Artefakte

Markiert

SEOkomm | Google Search Cons...

Workshop: Fun Browser Game u...

Seminar Agenda KI & Brand Man...

SEO Datumsvergleichs-Tool | GE...

Workshop: Optimaler Textprodu...

Structuring Annual Goals with D...

Optimizing a Zweiradmechanike...

Workshop: Generali Strategie Cy...

Workshop: Structured Guitar Le...

Quizz: Enercity Nachhaltigkeitsq...

1

Einstellungen

Allgemein

Konto

Datenschutz

Abrechnung

Nutzung

Fähigkeiten

Konnektoren

Claude Code

Cowork

Desktop-App

Lokale MCP-Server

Füge MCP-Server hinzu und verwalte sie, an denen du arbeitest

Config bearbeiten

2

sistrix

sistrix **running**

dataforseo

Befehl

gsc

npx

ga4

Argumente

mcp-remote https://api.sis...

Logs anzeigen

Welche SEO-Tools haben MCP?

Die folgende Übersicht zeigt den Stand Februar 2026:

Tool	Offiziell?	Installation	Dokumentation
Google Search Console	Community	Python/pip oder npx	github.com/AminForou/mcp-gsc
Google Analytics 4	Ja (Google)	pipx run analytics-mcp	developers.google.com/analytics
SISTRIX	Ja (offiziell)	npx mcp-remote	sistrix.com/api/connection
Ahrefs	Ja (offiziell)	npm install @ahrefs/mcp	docs.ahrefs.com/docs/mcp
Semrush	Ja (Remote)	Custom Connector URL	developer.semrush.com/api
DataForSEO	Ja (offiziell)	npm oder Cloudflare	dataforseo.com/mcp
Screaming Frog	Community (Xenopus)	Python + SF CLI	github.com/bmacmurray99

🌐 **www.121watt.de** ▼

🏠 **Startseite**

📈 **Such-Performance**

📊 **AI Performance** BETA

🔍 **URL-Überprüfung**

📄 **Site-Explorer**

🗺️ **Sitemaps**

⚙️ **IndexNow**

🔗 **Backlinks**

📋 **Keyword-Recherche**

📌 **Recommendations**

📁 **Website-Prüfung**

KONFIGURATION ^

AI Performance

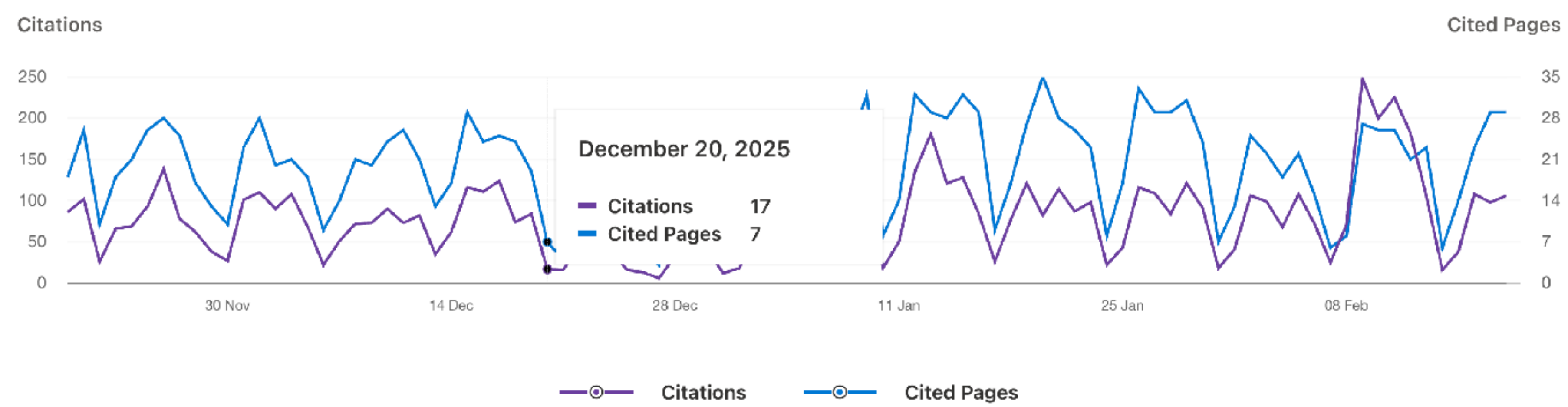
Citation sources: Microsoft Copilots and Partners

7 Tage 30 Tage **3 Monate** Benutzerdefiniert

Herunterladen ↓

✓ ⓘ
7.1K

✓ Avg. Cited Pages ⓘ
19



ⓘ The data shown below represents a sample of overall activity. Results may be refined as additional data is processed [Weitere Informationen](#)

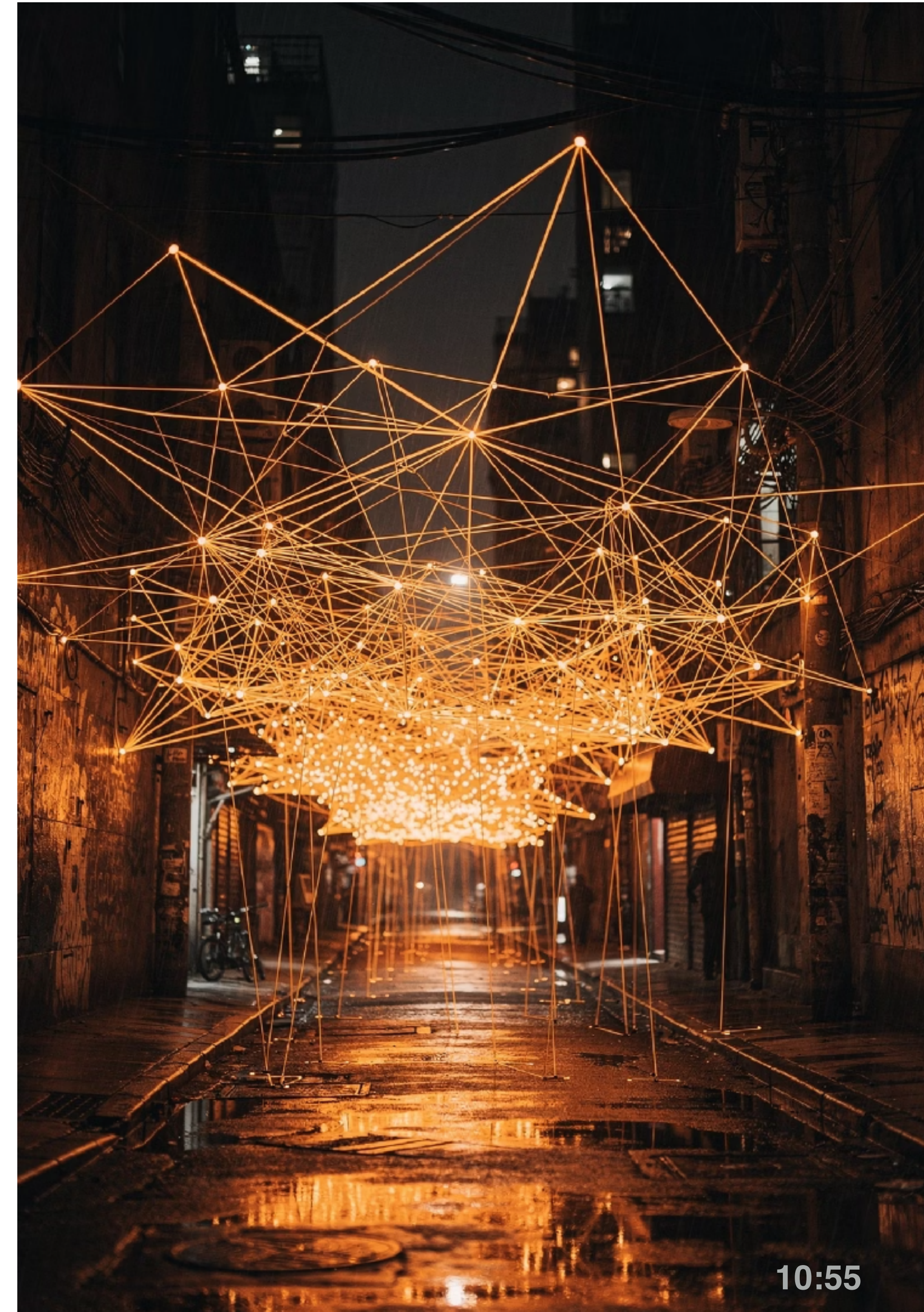
Auflisten nach

Grounding Queries Seiten

Alle herunterladen ↓

Erste Test mit dem MCP- Server in Claude

Erste Tests mit den MCP durchführen



Tipp: Jeden MCP-Server abfragen & testen

Kannst du mal alle 5 MCPs haben mal schnell testen?

Ergebnis aller 5 MCP-Tests:

MCP	Status	Details
✓ Google Search Console	OK	5 Properties verfügbar
✓ Google Analytics 4	OK	Funktioniert jetzt! (gestern noch defekt)
✓ SISTRIX	OK	19.217 Credits verfügbar
✓ Bing Webmaster Tools	OK	121watt.de verifiziert
✓ DataForSEO	OK	SERP-Daten abrufbar

Overview

Here you will find all available functions. The **OPTIMIZER functions** pertain to project-related tasks, while the **Marketplace functions** provide data from the SISTRIX-AMAZON tool.

Connection to AI with MCP Server

- ▶ Setting up Claude AI
- ▶ Setting up Cursor AI
- ▶ Technical Information MCP

domain

- ▶ domain.competitors.sem
- ▶ domain.competitors.seo
- ▶ domain.ideas
- ▶ domain.kwcount.sem
- ▶ domain.kwcount.seo
- ▶ domain.kwcount.seo.top10
- ▶ domain.opportunities
- ▶ domain.overview
- ▶ domain.ranking.distribution
- ▶ domain.traffic.estimation
- ▶ domain.urls
- ▶ domain.visibilityindex
- ▶ domain.visibilityindex.overview

keyword

- ▶ keyword.domain.sem
- ▶ keyword.domain.seo
- ▶ keyword.sem
- ▶ keyword.seo
- ▶ keyword.seo.competition
- ▶ keyword.seo.metrics
- ▶ keyword.seo.searchintent
- ▶ keyword.seo.serpfeatures
- ▶ keyword.seo.traffic
- ▶ keyword.seo.traffic.estimation

Start: Hello World Test

„Was ist der aktuelle Sistrix Sichtbarkeitsindex für [meine-domain.de]“

Hintergrund: Hier mehr dazu welche Daten über die Sistrix Api verfügbar sind <https://www.sistrix.com/api/overview/>

- Analysierte Sichtbarkeitswerte und identifizierte Marktführer.

Hier ist der Vergleich der SISTRIX Sichtbarkeitsindizes für die drei Baum (Stand: 3. November 2025):

Rang	Domain	Sichtbarkeitsindex	Differen
1	obi.de	200,29	-
2	hornbach.de	140,42	-59,87 (-30%)
3	toom.de	39,75	-160,54 (-80%)

Erkenntnisse:

- **OBI** ist der klare SEO-Marktführer im Baumarkt-Segment mit einem S von über 200 Punkten
- **Hornbach** folgt auf Platz 2 mit einem immer noch sehr starken Wert vo
- **Toom** liegt mit 39,8 Punkten deutlich zurück – etwa bei einem Fünftel von OBI

Start: Wettbewerbsanalyse

Erstelle eine Tabelle mit dem Sichtbarkeitsindex von obi.de versus hornbach.de und toom.de vergleichen

GA4 MCP-Server

Organic traffic sessions and landing pages ▾

Chat

Cowork

Code

Nutze den Google Analytics MCP : Wie viele Sitzungen hatten wir über Quelle / Medium = organic in den letzte 7 Tagen und was waren die Top organic Landingpages



GA4 MCP-Server: Wie viele Sitzungen hatten wir über medium = organic & Top LandingPages



✱ Wieder dabei, Xander?

Nutze den DataForSEO MCP: Prüfe das aktuelle Ranking für das Keyword '[geo vs seo]' für [121watt.de].
Auf welcher Position tauchen wir in der SERP auf? Wer sind die Wettbewerber?
Gibt es einen AI-Overview, wer wird hier zitiert?

+

Sonnet 4.5 ▾



```
DataforSEO MCP: Prüfe das aktuelle Ranking für das Keyword  
'[geo vs seo]' für [121watt.de]. Auf welcher Position  
tauchen wir in der SERP auf? Wer sind die Wettbewerber?  
Gibt es einen AI-Overview, wer wird hier zitiert?
```

Vier **SEO-MCP** im Überblick - Prompts



GSC MCP Server

Prompt: Nutze den Google Search Console MCP -> Was waren die Top 5 Keywords für meine Top 5 URL im letzten Monat und wie viele Impressionen und Klicks Klicks gab es?

Real-Data

Vier **SEO-MCP** im Überblick - Prompts



GSC MCP Server

Prompt: Nutze den Google Search Console MCP -> Was waren die Top 5 Keywords für meine Top 5 URL im letzten Monat und wie viele Impressionen und Klicks Kicks gab es?

Real-Data



GA4 MCP Server

Prompt: Nutze den Google Analytics MCP : Wie viele Sitzungen hatten wir über Quelle / Medium = organic in den letzten 30 Tagen und was waren die Top organic Landingpages

Conversion Data

Vier **SEO-MCP** im Überblick - Prompts



GSC MCP Server

Prompt: Nutze den Google Search Console MCP -> Was waren die Top 5 Keywords für meine Top 5 URL im letzten Monat und wie viele Impressionen und Klicks Kicks gab es?

Real-Data



GA4 MCP Server

Prompt: Nutze den Google Analytics MCP : Wie viele Sitzungen hatten wir über Quelle / Medium = organic in den letzten 30 Tagen und was waren die Top organic Landingpages

Conversion Data



Sistrix MCP

Prompt: Nutze Sistrix: Zeig mir den aktuellen Sichtbarkeitsindex für [domain] und nenne mir die 3 wichtigsten Wettbewerber

Competition Data

Vier **SEO-MCP** im Überblick - Prompts



GSC MCP Server

Prompt: Nutze den Google Search Console MCP -> Was waren die Top 5 Keywords für meine Top 5 URL im letzten Monat und wie viele Impressionen und Klicks gab es?

Real-Data



GA4 MCP Server

Prompt: Nutze den Google Analytics MCP : Wie viele Sitzungen hatten wir über Quelle / Medium = organic in den letzten 30 Tagen und was waren die Top organic Landingpages

Conversion Data



Sistrix MCP

Prompt: Nutze Sistrix: Zeig mir den aktuellen Sichtbarkeitsindex für [domain] und nenne mir die 3 wichtigsten Wettbewerber

Competition Data



DataforSEO MCP

Prompt: Nutze den DataForSEO MCP: Prüfe das aktuelle Ranking für das Keyword '[DEIN KEYWORD]' für [DOMAIN]. Wer sind die Wettbewerber?

SERP-Data



Welche **Fähigkeiten** haben **meine** MCP-Sever im Details?

Pro-Tipp: Welche Fähigkeiten haben meine MCP-Server im Detail

Integrierte MCPs auf **Fähigkeiten befragen**

Analysiere bitte den MCP Server **[NAME, z.B. sistrix mcp]**. Sage mir:

Welche Funktionen (Werkzeuge) stehen dir hier genau zur Verfügung? Auf welche Daten hast du Zugriff?

Was kann ich mit diesen Daten im GEO (Generative-Engine-Optimization) bzw. SEO-Alltag konkret anfangen? (Nenne mir 3 relevante Anwendungsszenarien)

Gib mir einen fertigen 'Start-Prompt', mit dem ich eine erste Abfrage für meine Website **[DEINE URL]** machen kann, um zu sehen, ob alles läuft."

DataforSEO MCP-Server Fähigkeiten

✱ Wieder dabei, Xander?

Analysiere bitte den MCP Server [dataforSEO MCP]. Sage mir:
Welche Funktionen (Werkzeuge) stehen dir hier genau zur Verfügung? Auf welche Daten hast du Zugriff?
Was kann ich mit diesen Daten im GEO (Generative-Engine-Optimization) bzw. SEO —Alltag konkret anfangen? (Nenne mir 3 relevante Anwendungsszenarien)
Gib mir einen fertigen 'Start-Prompt', mit dem ich eine erste Abfrage für meine Website [www.121watt.de] machen kann, um zu sehen, ob alles läuft."

+

Sonnet 4.5 ▾



DataforSEO MCP: Analysiere bitte den DataforSEO MCP Server
– was kann der?

Was passiert bei einer MCP Server Abfrage

Von der Nutzerabfrage über MCP zur API und zurück am Beispiel Sistrix



Tipp: Nutzerabfrage muss in Json- RPC 2.0 übersetzt werden

Das LLM muss erraten, welches Tool es nutzen soll und wie es deine Worte in technische Parameter (z.B. `startDate`, `dimensions`, `country`) übersetzt. **Typische Fehler sind:** Du sagst „Traffic“, das Tool kennt aber nur `sessions`, `clicks` oder `impressions` oder Du sagst „letzten Monat“, das LLM wählt aber 30 Tage statt eines Kalendermonats.

Anfrage mit hohem Risiko
Zeig mir meine Top Keywords

Tipp: Nutzerabfrage muss in Json- RPC 2.0 übersetzt werden

Das LLM muss erraten, welches Tool es nutzen soll und wie es deine Worte in technische Parameter (z.B. `startDate`, `dimensions`, `country`) übersetzt. **Typische Fehler sind:** Du sagst „Traffic“, das Tool kennt aber nur `sessions`, `clicks` oder `impressions` oder Du sagst „letzten Monat“, das LLM wählt aber 30 Tage statt eines Kalendermonats.

Anfrage mit hohem Risiko

Zeig mir meine Top Keywords

Optimierte MCP-Abfrage

Nutze den Google Search Console MCP-Server. Ziehe die Search Analytics für die letzten 28 Tage. Gruppiere nach Query und Page. Sortiere absteigend nach Clicks. Zeige mir die Top 20 Ergebnisse.

Prozess: Abfrage → Claude → Node.js → Sistrix → Node.js → Antwort

Nutzerantwort:

Die Sichtbarkeit für
121watt.de liegt aktuell
bei 12,45.

Nutzerabfrage:

Wie ist die Sichtbarkeit
von 121watt?

Prozess: **Abfrage** → Claude → Node.js → Sistrix → Node.js → **Antwort**

Interpretation

Claude versteht: "Ich brauche SEO-Daten". Er schaut in seine Liste der verfügbaren Werkzeuge (die ihm der MCP-Server beim Start verraten hat). Er erstellt einen **Tool-Call** und übersetzt in einen **internen Befehl**

Nutzerabfrage:
Wie ist die Sichtbarkeit von 121watt?

Nutzerantwort:
Die Sichtbarkeit für 121watt.de liegt aktuell bei 12,45.

Prozess: **Abfrage** → Claude → Node.js → Sistrix → Node.js → **Antwort**

Interpretation

Claude versteht: "Ich brauche SEO-Daten". Er schaut in seine Liste der verfügbaren Werkzeuge (die ihm der MCP-Server beim Start verraten hat). Er erstellt einen **Tool-Call** und übersetzt in einen **internen Befehl**

Claude JSON

```
{
  "name":
    "get_visibility_index"
  ,
  "arguments": {
    "domain":
      "121watt.de",
    "country": "de"
  }
}
```

Nutzerantwort:

Die Sichtbarkeit für 121watt.de liegt aktuell bei 12,45.

Nutzerabfrage:

Wie ist die Sichtbarkeit von 121watt?

Prozess: **Abfrage** → **Claude** → **Node.js** → **Sistrix** → **Node.js** → **Antwort**

Interpretation

Claude versteht: "Ich brauche SEO-Daten". Er schaut in seine Liste der verfügbaren Werkzeuge (die ihm der MCP-Server beim Start verraten hat). Er erstellt einen **Tool-Call** und übersetzt in einen **internen Befehl**

Claude JSON

```
{
  "name":
    "get_visibility_index"
  ,
  "arguments": {
    "domain":
      "121watt.de",
    "country": "de"
  }
}
```

Node.js

Dieser Befehl landet bei **Node.js** auf deinem Rechner. Node.js schaut in die lokale Einstellungsdatei `claude_desktop_config.json` und generiert jetzt den Aufruf an Sistrix wann `https://api.sistrix.com/domain.visibilityindex?api_key=DEIN_API_KEY&domain=121watt.de&country=de&format=json`

Nutzerantwort:

Die Sichtbarkeit für 121watt.de liegt aktuell bei 12,45.

Nutzerabfrage:

Wie ist die Sichtbarkeit von 121watt?

Prozess: **Abfrage** → Claude → Node.js → Sistrix → Node.js → **Antwort**

Interpretation

Claude versteht: "Ich brauche SEO-Daten". Er schaut in seine Liste der verfügbaren Werkzeuge (die ihm der MCP-Server beim Start verraten hat). Er erstellt einen **Tool-Call** und **übersetzt in einen internen Befehl**

Claude JSON

```
{
  "name":
    "get_visibility_index"
  ,
  "arguments": {
    "domain":
      "121watt.de",
    "country": "de"
  }
}
```

Node.js

Dieser Befehl landet bei **Node.js** auf deinem Rechner. Node.js schaut in die lokale Einstellungsdatei `claude_desktop_config.json` und generiert jetzt den Aufruf an Sistrix wann `https://api.sistrix.com/domain.visibilityindex?api_key=DEIN_API_KEY&domain=121watt.de&country=de&format=json`

Sistrix

SISTRIX schickt die nackten Zahlen zurück an Node.js. und node.js übergibt diese „Zahl“ an Claude

Nutzerantwort:

Die Sichtbarkeit für 121watt.de liegt aktuell bei 12,45.

Nutzerabfrage:

Wie ist die Sichtbarkeit von 121watt?

Was sind **interessante Anwendungen** für die **Analyse?**

In 30 Sekunden bekommst du Antworten, für die du vorher 30 Minuten gebraucht hast.



Kombination DataforSEO & GSC Wettbewerbsanalyse

✱ Wieder dabei, Xander?

Rolle: Du bist ein Senior SEO-Analyst. Nutze deine MCP-Tools methodisch.

Schritt 1: GSC MCP

Analysiere für die Domain [121w] via GSC die 3 URLs mit dem meisten Clicks im Bereich „Seminare“. Identifiziere pro URL die Top Non-Brand Query (ignoriere Begriffe wie '121WATT').

Ausgabe: Tabelle mit URL, Top Non-Brand Query, Impressionen Klicks und CTR mit Filter auf Deutschland

Schritt 2: DataforSEO (Wettbewerbs-Radar)

Nutze DataforSEO MCP, um für diese 3 Top-Queries den jeweils am besten rankenden Wettbewerber (organische Ergebnisse) zu finden.

Ausgabe: Liste der 3 Wettbewerber-URLs.

Schritt 3: Web-Analyse & Deep Read

Nutze die Websuche/Browsing. Lies meine 3 URLs und die jeweils Top Wettbewerber-

Kombination MCP -> **DataforSEO MCP & GSC MCP**: Du bist ein Senior SEO-Analyst. Nutze deine MCP-Tools methodisch.

Leistungsdaten **aus der** GSC - Top 200

Nutze den Google Search Console MCP-Server.
Hole die Top 200 Keywords der Domain <https://www.121watt.de/>
über die letzten 3 Monate und zeige sie mir.

Ziel: Einen ersten Überblick zu den Leistungsdaten der Top 200 Queries der www.121watt.de zu bekommen



Vom Prompt zur systematischen Analyse

von den ersten einfachen Prompts zu einem Prozess -> Aspekte ->
Wiederholbarkeit -> Context Window von Claude

Ein einfacher Prompt **zum Start**

```
Nutze den Google Search Console MCP-Server.  
Hole die Top 200 Keywords der Domain https://www.121watt.de/  
über die letzten 3 Monate und zeige sie mir.
```

Ziel: Einen ersten Überblick zu den Leistungsdaten der Top 200 Queries der www.121watt.de zu bekommen

Vom Connector zum **Output**

MCP Server Connector ≠ keine Erkenntnisse

Nutzer

SEO-Manager formuliert einen Analysewunsch.

Claude

Das LLM interpretiert die Anfrage und übersetzt sie in eine strukturierte Datenabfrage.

Google MCP-Sever (GSC)

Der MCP-Server (z.B. GSC) stellt die Verbindung zur Datenquelle her.

Output

Die Daten werden vom Modell lesbar aufbereitet und dem Nutzer angezeigt.

Datenzugang ist Technik. Analysequalität **ist Steuerung**

Nicht der Connector liefert die Qualität des Outputs, sondern die „Steuerung“ des Output

Prompt-Struktur

Welche Daten, welche Struktur, welche Regeln, welches Format?

Output

Leistungsdaten **aus der** GSC - Gewichtung

 Claudes Antwort konnte nicht vollständig generiert werden

Wiederholen

     2/2 



Struktur: Das fehlt zur **belastbaren Analyse**

- 1 Scope:** Zeitraum, welche Dimensionen, Wie viele Zeilen (rowLimit)
- 2 Terminologie:** Klare Übersetzung Terminologie, z.B. Keywords $\neq$ Queries
- 3 Filter:** Klare Filtermöglichkeiten, wie deu, mobile, Zeitraum etc.
- 4 Sequenz:** Datenabruf -> Analyse -> Visualisierung -> Interpretation
- 5 Validation:** Nach jedem Call validieren - Zwischentabellen z.B.
- 6 Format:** Output-Contract mit Spalten, Sortierung, Aggregation
- 7 Repeat:** Wiederholbarkeit des Prozesse sicherstellen

Schritt 1 – Datenraum **kontrollieren**

WAS

Wir begrenzen den Analyse-Scope.

1

2

3

4

WARUM (LLM-Steuerung)

- Reduziert semantischen Suchraum
- Verhindert zufällige Ranking-Metrik
- Nur relevante Daten werden verarbeitet
- LLMs „wissen“ nicht automatisch, was „Top“ heißt.

WIE (Prompt-Bestandteile)

- Wahl -> URL-Prefix-Property
- Zeitraum definieren
- dimension=query
- rowLimit=100
- Sortierung nach Impressionen

Promptbestandteil

```
Nutze den Google Search Console MCP-Server.  
Zeige mir zunächst alle verfügbaren Properties.  
Frage mich anschließend, welche Property  
verwendet werden soll.  
Nach meiner Auswahl:  
Nutze ausschließlich die URL-Prefix-Property:  
https://www.121watt.de/seminare/  
Zeitraum: 2025-11-18 bis 2026-02-18  
Dimension: query  
rowLimit: 100  
Sortierung: Impressionen absteigend
```

Datenraum kontrollieren - Filter DEU

Nutze den Google Search Console MCP-Server. Hole für die Property `https://www.121watt.de/` die Top 200 Queries der letzten 3 Monate mit Clicks, Impressionen, CTR und Position.
Einschränkungen: - Nur Deutschland (countryFilter: DEU) -
Sortierung nach Impressionen (absteigend)

Optimierung: Der countryFilter eliminiert Rauschen aus anderen Märkten. Für die 121WATT ist das der relevante Markt

Schritt 2 – KPI Governance

WAS

Korrekte Berechnung von KPIs

1

2

WARUM (LLM-Steuerung)

3

- Verhindert einfacher Durchschnittsbildung
- ggf. inkonsistente Aggregation
- Macht den Prozess wiederholbar
- Explizite Formeln = Rechendisziplin

4

WIE (Prompt-Bestandteile)

- Klare Regeln
- $CTR = \text{Sum}(\text{clicks}) / \text{Sum}(\text{impressions})$
- Position = gewichteter Durchschnitt

Promptbestandteil

KPI-Governance (globale Rechenregel)

Alle aggregierten Kennzahlen müssen impression-gewichtet berechnet werden.

Regeln:

- Impressionen: summieren
- Clicks: summieren
- $CTR: \text{Summe}(\text{Clicks}) \div \text{Summe}(\text{Impressionen}) \times 100$
- $\text{Position: } \text{Summe}(\text{Position} \times \text{Impressionen}) \div \text{Summe}(\text{Impressionen})$

Einfache arithmetische Mittelwerte sind nicht zulässig.

KPI Governance - Gewichtung

...

Aggregiere pro Cluster mit impressionsgewichteten Metriken:

- Impressions gesamt, Clicks gesamt
- Ø CTR gewichtet = $\text{Summe(Clicks)} \div \text{Summe(ImPRESSIONen)} \times 100$
- Ø Position gewichtet = $\text{Summe(Position} \times \text{ImPRESSIONen)} \div \text{Summe(ImPRESSIONen)}$
- Top 3 Keywords nach Impressions (mit Position, Clicks, CTR)

Sortiere die Cluster-Tabelle nach Gesamt-ImPRESSIONen (absteigend).

Optimierung: Der Sprung von einfachem Durchschnitt zur impressionsgewichteten Berechnung ist ein klassischer Fehler in SEO-Analysen. Den macht Claude ohne Anweisung schnell.

Schritt 3 – Sequenzielle Struktur des Prompt

WAS

Länder (z.B.) getrennt abfordern und kontrolliert mergen

WARUM (LLM-Steuerung)

- Verhindert implizite Durchschnittsbildung
- Hält Kontext stabil (Claude!)
- Macht den Prozess zustandsfähig
- LLMs sind keine BI-Tools -> ohne Sequenzierung ggf. Overload

1

2

3

WIE (Prompt-Bestandteile)

- Datenabruf → Clustering → Aggregation → Interpretation -> Visualisierung
separate Calls (DEU, AUT, CHE) an MCP Server
- Merge-Regeln explizit definiert
- Nach jedem Schritt Bestätigung

Promptbestandteil, Beispiel Länderabruf

```
Führe drei separate GSC-Calls durch.  
Call 1:  
countryFilter: DEU  
Zeige Zwischentabelle.  
Frage: „Soll ich AUT hinzufügen?“  
Call 2:  
countryFilter: AUT  
Merge mit DEU-Daten.  
Aggregation: Beachte die KPI-Governance (globale Rechenregel)  
Zeige Zwischentabelle.  
Frage:  
"Soll ich CHE hinzufügen?"  
Call 3:  
countryFilter: CHE  
Finaler Merge mit gleicher Aggregationslogik.  
Zeige finale Tabelle.
```

Schritt 4 – Eindeutige **Klassifikation**

WAS
Systematische Klassifizierung von Queries, z.B.
hier
nach transaktionalen Begriffen

WARUM (LLM-Steuerung)

- semantisch
- unscharf
- inkonsistent
- Regelbasierte Taxonomie = reproduzierbar.

1

2

3

4

WIE (Prompt-Bestandteile)

- Suffix-Regel
- Inklusionsregeln
- Exklusionsregeln

Promptbestandteil

Starte Clustering nur nach meiner Bestätigung.
Ein Keyword gehört zu einem Cluster,
wenn es das Themenwort UND mindestens eines der folgenden Suffixe enthält:
seminar, workshop, schulung, kurs, weiterbildung, training, zertifikat
Cluster-Regeln:
GA4:
enthält "google analytics", "ga4" oder "web analytics"
Social Media:
enthält "social media"
Online Marketing:
enthält "online marketing" oder "internet marketing"
SEO:
enthält "seo" oder "suchmaschinenoptimierung"
NICHT "technical seo" oder "technisches seo"
Google Ads:
enthält "google ads" oder "adwords"
GEO:
enthält "geo", "generative engine optimization",
"ai search", "ki suche" oder "llm"

Daten klassifizieren - Clustering

Nutze den Google Search Console MCP-Server.

Hole für die Property <https://www.121watt.de/> die Top 1.000 Keywords der letzten 3 Monate (countryFilter: DEU, Sortierung nach Impressionen).

Ordne alle Keywords den folgenden 6 Clustern zu.

Ein Keyword gehört zu einem Cluster, wenn es das Thema-Wort UND mindestens eines dieser Suffixe enthält:

seminar, workshop, schulung, kurs, weiterbildung, training, zertifikat

Cluster:

- GA4: enthält "google analytics", "ga4" oder "web analytics"
- Social Media: enthält "social media"
- Online Marketing: enthält "online marketing" oder "internet marketing"
- SEO: enthält "seo" oder "suchmaschinenoptimierung" – NICHT "technical seo" oder "technisches seo"
- Google Ads: enthält "google ads" oder "adwords"
- GEO: enthält "geo", "generative engine optimization", "ai search", "ki suche" oder "llm"

Zeige pro Cluster: Anzahl Keywords, Impressionen, Clicks, Top 3 Keywords nach Impressionen.

Optimierung: Semantische Cluster bei der 121watt.de abfragen

Schritt 5 – Output Contract mit LLM

WAS

Wir definieren die Präsentation der Inhalte

WARUM (LLM-Steuerung)

- Reduziert Context-Window-Überlastung
- LLMs sind kreativ im Format.
- Ohne Format-Contract → inkonsistentes Reporting
- Klarer und wiederholbarer Prozess
- „Claude arbeitet besser systematisch“

1

2

3

4

WIE (Prompt-Bestandteile)

- Sortierung
- ASCII-Balken
- Unicode-Progress-Bar
- DACH-Aufschlüsselung

Promptbestandteil

Visualisierung:

1. Cluster-Tabelle sortiert nach Gesamt-Impressionen absteigend
2. ASCII-Balkendiagramm: Impressionen pro Cluster
3. CTR als Unicode-Progress-Bar pro Cluster
4. DACH-Aufschlüsselung pro Cluster:
DE / AT / CH Impressionen-Anteil in %

Zeige die vollständige Analyse.

Frage:

"Gibt es weitere Analysen oder Detailauswertungen?"

Formate - **output Contract definieren**

...

Schritt 4 – Visualisierung:

- Cluster-Tabelle sortiert nach Gesamt-Impressionen (absteigend)
- ASCII-Balkendiagramm: Impressionen pro Cluster
- CTR als Unicode-Progress-Bar pro Cluster
(z.B.  8,4% CTR)
- DACH-Aufschlüsselung pro Cluster:
DE / AT / CH Impressionen-Anteil in %

Optimierung: Der finale Prompt kombiniert alle Erkenntnisse – DACH-Markt, korrekte Gewichtung, mehrstufige Verarbeitung und direkt präsentierbare Visualisierung.

Wie kann ich dir heute helfen?

- 💡 **Tool:** klare Toolnamen im Prompt verwenden, wie DataforSEO-MCP oder GA4-MCP
- 💡 **Präzision:** Am besten klare Begriffe, wie Impressions, Queries, Clicks, Sistrix Sichtbarkeit verwenden
- 💡 **Format:** Klar das Output-Format definieren „Gib das Ergebnis als Markdown-Tabelle und als Executive Summary (max. 150 Wörter) aus“
- 💡 **Triangulation:** Klar die MCP auch in Kombination benennen „Vergleiche die GSC-Verlierer-URLs mit den Sichtbarkeitsdaten von Sistrix“
- 💡 **Guardrails:** Halluzinationen vermeiden, „Falls Daten fehlen oder unklar sind, stelle eine Rückfrage, statt Annahmen zu treffen.“

Einmal bauen jeden Monat nutzen

wie wir von einem strukturierten Prompt zu einem regelmässigen Project kommen



vom Prompt zum **Managed Project**

- 1 **Enviroment:** Dedizierter Workspace (Projects) statt einzelne Chats
- 2 **Governance:** Systeminstruktionen verankern die Regeln fest im LLM-Verhalten.
- 3 **Knowledge:** Guidelines & Regeln als permanenter Referenz-Punkt.
- 4 **Adaption:** Platzhalter und Variablen für flexible Abfragen
- 5 **User:** Klare Nutzerführung durch den Analyseprozess.

← Alle Projekte

GSC-MCP | Analyse Assistant | SMX 2026



Antworten...



Sonnet 4.6



Lass uns starten

Letzte Nachricht vor 20 Stunden

Lass uns starten

Letzte Nachricht vor 20 Stunden



Analyse starten

Letzte Nachricht vor 20 Stunden

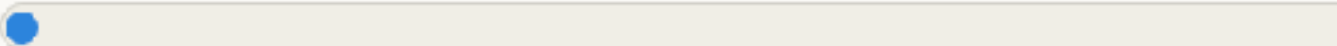
Speicher

Projekterinnerung wird hier nach ein paar
angezeigt.

Anweisungen

<system_instruction> <meta> <name>GSC
Intelligence Assistant</name>...

Dateien



1% der Projektkapazität verwendet

gsc-natural-language-
translations.md
208 Zeilen

MD

gsc-benchmarks
formulas.md
204 Zeilen

MD

gsc-api-reference.md



Files (Wissen & Kontext)

Grounding:

File: gsc-benchmarks-and-formulas.md

File: gsc-natural-language-translations.md

File: gsc-api-reference.md

Warum: Übersetzung von Nutzersprache in klare Abfragen. Die KI rät nicht, wie man CTR berechnet, sondern schlägt im Handbuch nach.



Instruktionen (Prozess)

```
<system_instruction>
  <meta>
    <name>GSC Intelligence Assistant</name>
    <version>1.0</version>
    <mcp_tool>Google Search Console MCP</
mcp_tool>
...
```



Projectmemories (Lernt)

Speicher: Markiere URLs automatisch als 'kritisch', wenn die Klicks im MoM-Vergleich um mehr als 15% sinken, während die Impressionen stabil bleiben



Files (Wissen & Kontext)

Grounding: Schafft eine „Single Source of Truth“. Reduziert Halluzinationen durch domänenspezifisches Wissen (Strategien, Benchmarks)



Instruktionen (Prozess)

Systeminstruction: Definiert das „Betriebssystem“ des Projects. Stellt sicher Workflows immer „gleich“ bleiben



Projectmemories (Lernt)

Speicher: Verankert Feedback und Präferenzen dauerhaft. Das Project wird mit jedem Chat effizienter, da es aus Korrekturen lernt

Claude Project: Mehr Struktur in der Analyse

Projekte

+ Neues Projekt

Q Projekte durchsuchen ...

Deine Projekte

Archiviert

Sortieren nach

Aktivität ▾

GSC-MCP | Analyse Assistant | SMX 2026 | V1 ...



Aktualisiert vor 12 Sekunden

GSC-MCP | Analyse Assistant | SMX 2026 | V2...

Verbessertes GSC MCP Project zur Vermeidung überladener Systeminstruktionen

Aktualisiert vor 19 Minuten

Presentation Assistant | SMX, SEOKOMM & C...

Das Projekt soll mich unterstützen zu Fachthemen die perfekten Vorträge vorzubereiten

Aktualisiert vor 2 Tagen

Bist du ein Prompt Ninja | Der Prompt Analyzer

Das Project hilft dabei einen bestehenden Promot zu analysieren und ihn nach eine "Gurtbewertung aus dem Karate (weiss, gelb, grün Gurt etc:) zu bewerte...

Aktualisiert vor 2 Tagen

Claude Project zur Analyse GSC

Claude Project: RPI-Analyse- GEO

7	generative engine optimization köln	92	0	0,0 %	73,7
8	geo statt seo	91	0	0,0 %	14,4
9	geo vs. seo	73	0	0,0 %	5,0
10	perplexity.aio	71	0	0,0 %	7,6

Stärkste Click-Driver (Aktuell):

Query	Klicks	Impr.	CTR	Pos.
geo seminar	68	410	16,6 %	3,0
geo workshop	22	97	22,7 %	2,4
geo schulung	16	244	6,6 %	5,2
geo webinar	15	105	14,3 %	3,1
geo wei	https://claude.ai/chat/1502885f-c32b-4445-863f-10b556e68b0e		4,7 %	4,1





Herausforderungen **beim** **Arbeiten mit LLMs**

Einige Hintergründe zur Einordnung zum Arbeiten mit LLMs mit dem Fokus auf MCP-Sever

Leistungsdaten **aus der** GSC - Gewichtung

 Claudes Antwort konnte nicht vollständig generiert werden

Wiederholen

     2/2 



Herausforderungen beim **Arbeiten mit LLMs**

Token-Overflow

Die Überschreitung der maximalen Kapazität des Kontextfensters eines Modells. **Warum das passiert:** Abruf großer Rohdatensätze aus der API, ggf. lange System-Prompts

Ruler Effekt

Ruler = Real context size Understanding and Long-context Evaluation Resource -> LLMs haben große Kontextfenster, aber Herausforderungen Informationen über lange Chats hinweg korrekt zu verknüpfen und zu aggregieren

Silent Truncation

Bei langen Kontexten kann es passieren, dass das LLM intern Teile der API-Antwort oder der Instruktionen ignoriert, ohne eine Fehlermeldung auszugeben. Die Analyse wirkt vollständig, basiert aber ggf. nur auf einem Teil der Daten - mehr dazu [hier](#)

Tool-Drift

In langen Chats (z. B. eine tiefe Analyse über 20 Prompts hinweg) kann eine Tool-Drift auftreten **Herausforderung:** Die KI „vergisst“ z.B. nach und nach die strikten Regeln für gewichtete Positionen oder die CTR-Berechnung, die du am Anfang definiert hast

- 💡 **Restrict:** Nur 1–2 MCP-Server gleichzeitig aktiv
- 💡 **DataForSEO:** Nicht alle „Module“ in der config definieren, sondern selektieren „ENABLED_MODULES“ :
„SERP, AI_OPTIMIZATION, KEYWORDS_DATA, ONPAGE“
- 💡 **rowLimit:** Zeilen-Limits für GSC-Analyse: Limitiere API-Abfragen, z. B.
rowLimit: 1000 statt die vollen 25.000 Zeilen zu fordern
- 💡 **URL-Prefix Property:** Properties auf Verzeichnisebene in der GSC anlegen
- > zum Beispiel www.121watt.de/seminare/
- 💡 **Handover:** Claudes MCP-Zugang trifft Geminis Context-Window

```
"mcpServers": {
  "sistrix": {
    "command": "npx",
    "args": [
      "mcp-remote",
      "https://api.sistrix.com/mcp/",
      "--header",
      "Authorization: Bearer gTvTstNLCo3KvHmBxTweDL111vPz8VJFqSND"
    ]
  },
  "dataforseo": {
    "command": "node",
    "args": [
      "/Users/121watt2/mcp-server-typescript/build/main/main/cli.is"
    ],
    "env": {
      "DATAFORSEO_USERNAME": "alexander.holl@121watt.de",
      "DATAFORSEO_PASSWORD": "3a285004e7d188ad",
      "ENABLED_MODULES": "SERP, AI_OPTIMIZATION, KEYWORDS_DATA, ONPAGE"
    }
  },
  "gsc": {
    "command": "npx",
    "args": [
      "-y",
      "mcp-server-gsc"
    ],
    "env": {
      "GOOGLE_APPLICATION_CREDENTIALS": "/Users/121watt2/gsc_key/gsc-cr
```

Alle DataForSEO-Module im Überblick

Für deine vier Use Cases sind folgende Module relevant:

Modul	Use Case 	Token-Gewicht
SERP	AI Overviews, AI Mode, SERP-Features	⚠ groß (viele Endpoints)
AI_OPTIMIZATION	LLM Mentions, AI Visibility Tracking	mittel
KEYWORDS_DATA	Suchvolumen, CPC, Google Ads-Daten	mittel
DATAFORSEO_LABS	Keyword Difficulty, Domain-Keywords, SERP-Analyse	groß
ONPAGE	Technisches Audit, Crawling, Core Web Vitals	mittel
BACKLINKS	Backlink-Profil, Referring Domains	mittel
DOMAIN_ANALYTICS	Technologien, WHOIS	klein
BUSINESS_DATA	Local SEO, Google Maps	klein



5 Tipps für effektives Arbeiten mit MCPs

Context Usage

Model: claude-sonnet-4-6

Tokens: 51.3k / 200k (26%)

Estimated usage by category

Category	Tokens	Percentage
System prompt	2.9k	1.4%
System tools	17k	8.5%
MCP tools	30k	15.0%
Skills	61	0.0%
Messages	2.4k	1.2%
Free space	114.7k	57.4%
Autocompact buffer	33k	16.5%

Property suchen

Einstellungen > Nutzer und Berechtigungen

- https://kurse.121watt.de/
- https://www.121watt.de/ https://kurse.121watt.de/
- https://www.121watt.de/analyse-optimierung/
- https://www.121watt.de/kurse/
- https://www.121watt.de/kurse/google-analytics-4-kurs/
- https://www.121watt.de/online-marketing/
- https://www.121watt.de/produktivitaet/
- https://www.121watt.de/referent/julius-van-de-laar/
- https://www.121watt.de/sea/
- https://www.121watt.de/seminare/
- https://www.121watt.de/seo/

+ Property hinzufügen

Nutzer und Berechtigungen

Du kannst festlegen, wer Zugriff auf diese Property hat und welche Berechtigungen diese Personen haben. [Weitere Informationen](#)

NUTZER HINZUFÜGEN

VERLAUF DER INHABERSCHAFT

NICHT VERWENDETE INHABERTOKENS

Nutzer (2)

	E-Mail	Berechtigung
↑		
der Holl (du)	alexander.holl@121watt.de	Inhaber Geprüft ?
att-projectclaude	id-21watt-projectclaude@gsc-a	Uneingeschränkt

Zeilen pro Seite: 10 ▼

1 bis 2 von 2

Artifact in Claude



Prompt: Fasse den aktuellen Arbeitsstand in einem hochstrukturierten **Markdown-Artefakt** zusammen. Verwende zwingend folgendes Schema:

Context-ID: Projektname & Quell-Modell.

Data Evidence: Extrahiere die harten Fakten/Tabellen aus den genutzten MCP-Tools.

Logic Chain: Dokumentiere die Zwischenschritte deiner Analyse (Reasoning).

Strategic Verdict: Deine finalen Schlussfolgerungen.

Directives for Next Actor: Formuliere exakte Arbeitsaufträge für ein ausführendes LLM.

Constraint: Verzichte auf Prosa. Das Artefakt muss rein funktional als 'Knowledge-Paket' für ein anderes Modell dienen

Übernahme in Gemini



Prompt: Du bist der **ausführende Agent (Executive Agent)** für das folgende Projekt. Deine Wissensbasis und deine Prioritäten werden durch das angehängte **Strategy-Package** definiert.

Dein Protokoll:

Übernimm die Rolle und Tonalität aus dem Package.

Validiere die 'Data Evidence', um den Kontext zu verstehen.

Arbeite die 'Directives for Next Actor' strikt nach Priorität ab.

Melde Vollzug nach jedem Schritt.

Hier ist dein Strategy-Package:
[Claude-Artefakt hier einfügen]

**ABFRAGE
NUTZER**

**CLAUDE
ANALYTICS &
MCP TOOLS**

**CROSS-MODELL-
HANDOVER
ARTEFAKT**

**GEMINI
3.1 PRO
(EXECUTIVE
AGENT)**



Lets make it real

Wie setze ich das jetzt in die Praxis um?



- (1) **Quick-Start:** MCP-Setup für Sistrix & DataForSEO, nutze meinen Prompt um dich durch den Set-up führen zu lassen

- (1) **Quick-Start:** MCP-Setup für Sistrix & DataForSEO, nutze meinen Prompt um dich durch den Set-up führen zu lassen
- (2) **Teste:** Definiere 3–5 geschäftskritische Fragen (z. B. „Welche High-Margin-Produkte verlieren an Sichtbarkeit?“). **z.B. Der** „beauftrage Claude explizit damit, Widersprüche zwischen Sistrix-Marktdaten und deiner GSC-Performance zu finden.

- (1) **Quick-Start:** MCP-Setup für Sistrix & DataForSEO, nutze meinen Prompt um dich durch den Set-up führen zu lassen
- (2) **Teste:** Definiere 3–5 geschäftskritische Fragen (z. B. „Welche High-Margin-Produkte verlieren an Sichtbarkeit?“). **z.B. Der** „beauftrage Claude explizit damit, Widersprüche zwischen Sistrix-Marktdaten und deiner GSC-Performance zu finden.
- (3) **Project:** Hinterlege deinen wichtigsten strukturierten SEO-Ablauf als „System-Instructions“ in einem Claude Project. Ggf. lade hier eine Datei, mit den wichtigsten Google-Updates und deinen Änderungen hoch um bessere Interpretationen zu bekommen

- (1) **Quick-Start:** MCP-Setup für Sistrix & DataForSEO, nutze meinen Prompt um dich durch den Set-up führen zu lassen
- (2) **Teste:** Definiere 3–5 geschäftskritische Fragen (z. B. „Welche High-Margin-Produkte verlieren an Sichtbarkeit?“). **z.B. Der** „beauftrage Claude explizit damit, Widersprüche zwischen Sistrix-Marktdaten und deiner GSC-Performance zu finden.
- (3) **Project:** Hinterlege deinen wichtigsten strukturierten SEO-Ablauf als „System-Instructions“ in einem Claude Project. Ggf. lade hier eine Datei, mit den wichtigsten Google-Updates und deinen Änderungen hoch um bessere Interpretationen zu bekommen
- (4) **MCP-Server:** Weitere MCP-Server, gibt es z.B.,. auch für SEMrush, ahrefs, Screamingfrog

- (1) **Quick-Start:** MCP-Setup für Sistrix & DataForSEO, nutze meinen Prompt um dich durch den Set-up führen zu lassen
- (2) **Teste:** Definiere 3–5 geschäftskritische Fragen (z. B. „Welche High-Margin-Produkte verlieren an Sichtbarkeit?“). **z.B. Der** „beauftrage Claude explizit damit, Widersprüche zwischen Sistrix-Marktdaten und deiner GSC-Performance zu finden.
- (3) **Project:** Hinterlege deinen wichtigsten strukturierten SEO-Ablauf als „System-Instructions“ in einem Claude Project. Ggf. lade hier eine Datei, mit den wichtigsten Google-Updates und deinen Änderungen hoch um bessere Interpretationen zu bekommen
- (4) **MCP-Server:** Weitere MCP-Server, gibt es z.B.,. auch für SEMrush, ahrefs, Screamingfrog
- (5) **Slack-MCP:** Schicke deine Analyse über Slack ins Team