



LEISTUNGSBESCHREIBUNG

**BERATUNGS-, SERVICE- UND
UNTERSTÜTZUNGSLEISTUNGEN BEI DEN
INTERNATIONALEN E-COMMERCE-AKTIVITÄTEN
DES GOETHE-INSTITUTS**

**LOS 2:
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)
OPTIMIERUNG KI-BASIERTER SUCH- UND
ANTWORTMASCHINEN (AIO)**

**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis	2
1. Einführung	3
1.1 Los 2.....	3
2. Ist-Situation	3
2.1 Über das Goethe-Institut.....	3
2.2 Vertriebliche Situation.....	3
2.3 Technische Rahmenbedingungen	5
3. Leistungsanforderung und leistungen.....	5
3.0 Ziele der Leistungen.....	5
3.1 Leistungsanforderungen.....	6
4. IT-Sicherheit und Datenschutz.....	8
5. Ort und Art der Leistungserbringung	8

1. EINFÜHRUNG

Das Goethe-Institut führt international E-Commerce-Aktivitäten zur Bewerbung der Sprach- und Kulturangebote für seine internen Kunden, die Goethe-Institute im In- und Ausland, durch und sucht dazu Beratungs-, Service- und Unterstützungsleistungen. Gegenstand der jeweiligen Lose ist:

- Los 1: Service- und Beratungsleistungen im Performance Marketing, Martech und Webanalyse
- Los 2: Service- und Beratungsleistungen im Online-Marketing (SEO/ AIO)

1.1 Los 2

Zu erbringen sind Beratungs- und Unterstützungsleistungen zu Online-Marketing/ SEO/ AIO. Diese umfassen:

- a) ganzheitliche strategische SEO/ AIO-Beratung
- b) Unterstützung bei (operativen) OnPage- und OffPage-Maßnahmen

Der Auftraggeber geht von einem durchschnittlichen **jährlichen** Beratungsbedarf von ca. 40 Personentagen aus. Diese Angaben sind Schätzungen auf Basis der bisherigen Erfahrungswerte und stellen keine verbindliche Größe dar. Es ist beabsichtigt einen Rahmenvertrag für die Dauer von **vier** Jahren zu schließen.

In den folgenden Kapiteln werden die geforderten Leistungen im Detail beschrieben.

2. IST-SITUATION

2.1 Über das Goethe-Institut

Das Goethe-Institut e.V. ist das weltweit tätige Kulturinstitut der Bundesrepublik Deutschland. Es fördert die Kenntnis der deutschen Sprache im Ausland, pflegt die internationale kulturelle Zusammenarbeit und vermittelt ein umfassendes Deutschlandbild durch Information über das kulturelle, gesellschaftliche und politische Leben in Deutschland. Kultur- und Bildungsprogramme fördern den interkulturellen Dialog und ermöglichen kulturelle Teilhabe. Sie stärken den Ausbau zivilgesellschaftlicher Strukturen und fördern weltweite Mobilität.

Mit einem Netzwerk aus Goethe-Instituten, Goethe-Zentren, Kulturgesellschaften, Lesesälen sowie Prüfungs- und Sprachlernzentren ist das Goethe-Institut seit 1951 für viele Menschen der erste Kontakt mit Deutschland. Die langjährige partnerschaftliche Zusammenarbeit mit führenden Institutionen und Persönlichkeiten in über 90 Ländern schafft nachhaltiges Vertrauen in Deutschland. Das Goethe-Institut ist Partner für alle, die sich aktiv mit Deutschland und seiner Kultur beschäftigen und arbeitet eigenverantwortlich und parteipolitisch ungebunden.

Derzeit verfügt das Goethe-Institut über 159 Institute in 100 Ländern, davon 12 Goethe-Institute in Deutschland. Mit Lesesälen, Dialogpunkten, Informationszentren, deutsch-ausländischen Kulturgesellschaften sowie Sprachlern- und Lehrmittelzentren hat das Goethe-Institut derzeit über 1.000 Anlaufstellen in aller Welt.

2.2 Vertriebliche Situation

Am Goethe-Institut koordinieren zwei Vertriebsteams (Team der zentralen Verwaltung für die Goethe-Institute in Ausland und regionales Deutschland-Team für die Goethe-Institute in Deutschland) die

überregionalen Marketing- und E-Commerce-Aktivitäten mit gemeinsamer internationaler Strategie.

Vertrieben werden vorrangig Sprachprodukte (Online- und Offline-Deutschkurse und -Deutschprüfungen). Der Verkauf der Produkte läuft entweder über einen Webshop (Eigenentwicklung des Goethe-Instituts mit Anbindung an den Systemverbund) (in Abbildung 1: Goethe-Institut 1) oder über ein Web-Anmeldeformular (in Abbildung 1: Goethe-Institut 2).

Die Erhöhung der Sichtbarkeit dieser Produkte sowie von Kulturangeboten und der Marke Goethe-Institut in den organischen/ unbezahlten Suchergebnissen erfolgt über Suchmaschinenoptimierung (SEO) hauptsächlich für Google, aber an vereinzelten Standorten auch für Bing, Yandex, Naver, Baidu, etc. und Optimierung für KI-basierte Such- und Antwortmaschinen (AIO) wie AI Overview, Gemini, ChatGPT, Copilot, Perplexity etc.

Die weltweite SEO-Strategie wird in der Zentrale konzipiert und, in OnPage- und OffPage-Maßnahmen unterteilt, für die Umsetzung vorbereitet bzw. umgesetzt. Parallel werden die Goethe-Institut im Ausland (GIA) punktuell und auf Anfrage individuell zu SEO/ AIO-Themen beraten (in der Regel: Lokales SEO, Empfehlungen zur Portfolio-Ausrichtung auf Basis des lokalen Suchverhaltens). Ziel ist, zentrale SEO/ AIO-Standards und einen Wissensaufbau zu etablieren, um die GIA im Rahmen der Möglichkeiten zu eigenständigen Akteuren innerhalb einer einheitlichen SEO/ AIO-Strategie zu machen. Gleichzeitig sollen in der Zentrale bestmögliche technische Voraussetzungen (Plattform, CMS, Zurverfügungstellung relevanter Keyword-Sets etc.) geschaffen werden, um die GIA hinsichtlich SEO/ AIO zu unterstützen.

Die Aufgabenbereiche (in der Zentrale des Goethe-Instituts) der Keyword- und Wettbewerbsanalyse, der Content-Produktion, der technischen OnPage-Optimierung und der OffPage-Optimierung verteilen sich hierbei auf verschiedene Teams der Zentrale. Der größte Teil der Content-Produktion liegt außerdem bei den Instituten im Ausland (GIA) und den zentralen Fachbereichen selbst.

Erfolgreiches SEO/AIO am Goethe-Institut mit all seinen Komplexitäten hinsichtlich Dezentralität, Internationalität und Diversität digitaler Angebote erfordert eine entsprechend holistische SEO/ AIO-Strategie, die auf die unterschiedlichen Geschäftsmodelle und -ziele des digitalen Goethe-Kosmos (transaktionsbasiert, reichweitenbasiert, Corporate/ Brand, B2B und B2G – Business to Governance) gleichermaßen einzahlt. Die GIA haben je nach Standort und Größe unterschiedliche Schwerpunkte und Ausrichtung (Fokus auf Sprachkurse, Prüfungsbetrieb oder Kulturarbeit) und müssen daher auf Ihre individuellen Bedürfnisse hinsichtlich SEO/AIO-Strategie und -Maßnahmen geprüft werden.

Teil des Services der Vertriebsteams an die internen Kunden ist neben der Erstellung relevanter Keyword-Sets, der Content-Produktion, der Zurverfügungstellung von CMS (Contents) und technischer Infrastruktur die datengetriebene, gesamtinstitutionelle E-Commerce-Beratung. D.h. durch regelmäßige Auswertung der Performance über Sistrix, Google Search Console, Google Analytics, mapp Intelligence und weitere Tools können die Vertriebsteams Empfehlungen und Vorschläge für die Online-Marketing-Maßnahmen der Goethe-Institute ableiten. Um dieses weiter zu optimieren, benötigen die Teams strategische Unterstützung.

2.3 Technische Rahmenbedingungen

Da die technische Infrastruktur den GIA von der Zentrale zur Verfügung gestellt wird, werden (technische) SEO/AIO-Audits in erster Linie vom zentralen SEO-/ AIO-Team durchgeführt. Manche GIA beauftragen jedoch lokale Agenturen, die Empfehlungen auf der Verzeichnisebene /ins/ geben. Da Verbesserungen hinsichtlich (technischem) OnPage SEO/AIO jedoch ausschließlich zentral umgesetzt werden können, bleiben den GIA lediglich Optimierungshebel hinsichtlich Nutzung von Content- und Keywordpotenzialen sowie bei OffPage.

Bis auf einige wenige Subdomains (z. B. <https://www.pasch-net.de/de/index.html>, <https://www.litrix.de/de/index.cfm>) liegen alle digitalen Angebote (Globale Kernangebote, Services, Magazine, Strategische Projekte) als Verzeichnisse unter der zentralen Site <https://www.goethe.de/de/index.html>. Die Länderauftritte der GIA liegen ebenfalls als Verzeichnisse unter der zentralen Site, z. B. <https://www.goethe.de/ins/fr/de/index.html> für Frankreich.

Zentrale digitale Angebote werden in der Zentrale konzipiert und erstellt. Lokale Digitalangebote (der GIA) werden in der Zentrale konzipiert (Templates) und teils durch sie, teils durch die Mitarbeiter*innen der GIA erstellt, veröffentlicht und gepflegt. Zu diesem Zweck haben die GIA Zugriff auf bestimmte SEO/AIO-relevante Funktionen des CMS (z.B. Meta Title & Description, Alt Tag, H-Überschriften, Setzen interner Links, Löschen von Seiten, Seitentitel).

Die große Varianz und Vielzahl der eingesetzten Templates sowie deren unterschiedlichen Einsatzgebiete führen dazu, dass die Templates für die Digitalangebote teilweise nicht so konzipiert sind, dass sie alle wichtigen SEO-/AIO-Kriterien im Hinblick auf die Core Web Vitals berücksichtigen (Beispiel: zwei H1-Überschriften in einem Template). Da diese Templates für die lokalen Digitalangebote der GIA und die Unterseiten der Länderauftritte immer wieder verwendet werden, multiplizieren sich solche SEO-/AIO-Fehler. Durch teilweise mangelnde Expertise der Mitarbeiter*innen an den GIA kann es zudem vorkommen, dass im CMS verfügbare SEO-/AIO-relevante Hinweise nicht ausreichend verstanden oder inkorrekt angewendet werden, z. B. wenn gelöschte Seiten nicht weitergeleitet werden.

Der Anspruch an den Bieter ist daher, strategischen Input zu diesen Themen zu geben und SEO/AIO-Daten so zu nutzen, dass entsprechende Handlungsempfehlungen abgeleitet werden können. Das Ziel ist, aufgrund von Daten zum Such- und Nutzerverhalten in den unterschiedlichen Märkten und Ländern proaktiv mit Empfehlungen auf die GIA zugehen zu können. Für die internen Kunden stellen die Vertriebsteams Performance Dashboards (Google Looker Studio) bereit.

3. LEISTUNGSANFORDERUNG UND LEISTUNGEN

3.0 Ziele der Leistungen

Der Bieter unterstützt das Goethe-Institut durch eine ganzheitliche strategische SEO-, AIO- und datenbasierte Beratung sowie durch begleitende operative Maßnahmen bei der Erreichung folgender Ziele:

- nachhaltige Steigerung der organischen Sichtbarkeit der digitalen Angebote des Goethe-Instituts und der Goethe-Institute im Ausland über klassische Suchmaschinen sowie KI-basierte Such- und Antwortsysteme

- Verbesserung der Auffindbarkeit, Verständlichkeit und Relevanz zentraler Angebotsbereiche wie Sprachkurse, Prüfungen, Kultur- und Informationsangebote durch Content- und Klickstreckenoptimierung hinsichtlich SEO-, AIO- und UX-Standards
- kontinuierliche Optimierung und skalierbare Standards für Länderportale und zentrale Angebote sowie Aufbau einer messbaren, transparenten und zukunftsfähigen SEO- und AIO-Governance inklusive geeigneter KPIs, Monitoring- und Reporting-Formate.

3.1 Leistungsanforderungen

Internationale SEO- und AIO-Strategie

Der Bieter unterstützt das Goethe-Institut bei der Konzeption, Weiterentwicklung und operativen Begleitung einer internationalen SEO- und AIO-Strategie für eine komplexe Multi-Markt- und Multi-Sprach-Architektur mit mehr als 500.000 URLs. Die Leistungen umfassen insbesondere:

- strategische Beratung zu internationalen SEO-Strukturen (u. a. hreflang, Sprach- und Marktlogik, Domain- und Verzeichnisstrukturen)
- die Berücksichtigung unterschiedlicher Suchmaschinen und regionaler Besonderheiten außerhalb von Google
- die Ableitung skalierbarer Standards für Länderportale und zentrale digitale Angebote
- die regelmäßige Einordnung internationaler SEO- und AIO-Entwicklungen (z. B. AI Search, SGE, Release-Notes relevanter Suchmaschinen).

Keyword-, Intent- und Contentstrategie (SEO & AIO)

Der Bieter entwickelt und pflegt eine skalierbare Keyword-, Intent- und Contentstrategie für unterschiedliche Geschäftsmodelle des Goethe-Instituts (z. B. Kurse, Prüfungen, Kultur, Reichweitenangebote). Die Leistungen umfassen insbesondere:

- die Durchführung von Keyword- und Suchintent-Analysen inklusive Clustering und Marktvergleichen, die Ableitung von Content-Strukturen, Themenclustern und Entity-Sets (z. B. Programme, Prüfungen, Standorte)
- die Beratung zur EEAT-konformen Content-Gestaltung sowie die Unterstützung bei der Automatisierung von Keyword-Sets, Content-Briefings sowie Prompt- und Strukturvorlagen.

Technisches SEO und AIO-Readiness

Der Bieter unterstützt das Goethe-Institut bei der Sicherstellung und Weiterentwicklung der technischen SEO- und AIO-Fähigkeit der Webplattformen. Die Leistungen umfassen insbesondere:

- technisches SEO (u. a. Crawling, Indexierung, Core Web Vitals, Page Experience, Logfile-Analysen)
- die Beratung zur Optimierung strukturierter Daten unter Berücksichtigung von Entity SEO und Knowledge-Graph-Anforderungen
- die Unterstützung beim Indexierungs- und Qualitätsmanagement (z. B. Priorisierung relevanter Inhalte)
- die Mitwirkung bei der Konzeption eines Website-Quality-Frameworks (Checklisten, Standards, Prüfmechanismen).

AIO und Optimierung für KI-basierte Suchsysteme

Der Bieter verfügt über nachweisliche Erfahrung in der Optimierung von Webinhalten für KI-basierte Such- und Antwortsysteme. Die Leistungen umfassen insbesondere:

- die Analyse und Optimierung von Inhalten für AI Search, SGE, Copilot und vergleichbare Systeme

- die Beratung zu semantischer Struktur, Content-Anforderungen für AI-Responses sowie Brand- und Entity-Visibility
- die Unterstützung bei der Optimierung externer AIO-relevanter Signale, insbesondere Wikipedia / Wikimedia / Wikidata sowie weitere relevante Plattformen (z. B. Foren, Community-Plattformen).

Einsatz von Agentic AI zur Unterstützung von SEO- und AIO-Prozessen

Der Bieter setzt KI-gestützte, agentenbasierte Workflows zur Unterstützung von SEO- und AIO-Prozessen ein. Die Leistungen umfassen insbesondere

- den Einsatz von Agentic-AI-Workflows als Assistenzsysteme für Analyse und Priorisierung von Maßnahmen, Content-Vorbereitung (z. B. Briefings, Strukturen, Entwürfe)
- Monitoring und Qualitätssicherung sowie die transparente Dokumentation der eingesetzten Agenten, Logiken, Prompts und Entscheidungsregeln

Monitoring, KPIs und Reporting (SEO & AIO)

Der Bieter berät das Goethe-Institut bei der Definition, Weiterentwicklung und Messbarkeit von KPIs zur Erfolgsmessung von SEO- und AIO-Maßnahmen. Die Leistungen umfassen insbesondere

- die Nutzung und Integration bestehender Tools (Search Console, Sistrix, Webanalyse Tools Mapp Intelligence, Ahrefs inkl. AIO-Erweiterungen, GA4)
- die Beratung zur Entwicklung neuer KPIs (u. a. AIO-Visibility, Brand- und Entity-Presence sowie Abdeckung relevanter Suchintentionen)
- die Konzeption skalierbarer, verständlicher Reporting-Formate für Zentrale und Regionen.

Lokales SEO und Listings Management

Der Bieter unterstützt das globale lokale SEO für ca. 160 Standorte des Goethe-Instituts. Die Leistungen umfassen insbesondere

- die Beratung zur Einführung, Nutzung und Weiterentwicklung eines globalen Listings-Management-Tools
- die Entwicklung und Pflege verbindlicher Qualitätsstandards für Google Business Profiles
- die Erstellung skalierbarer Leitfäden zur lokalen Optimierung (z. B. Inhalte, Veranstaltungen, Bewertungen).

UX, Templates und CMS-nahe Beratung

Der Bieter berät hinsichtlich UX- und Template-Gestaltung unter SEO- und AIO-Gesichtspunkten. Die Leistungen umfassen insbesondere

- die Beratung zur SEO- und AIO-konformen Gestaltung von Templates und Informationsarchitekturen, die Analyse und Optimierung von Klickstrecken und Conversion-Relevanz
- die Qualitätssicherung in Bezug auf SEO-Standards im CMS.

Wissenstransfer und Enablement

Ziel ist der nachhaltige Kompetenzaufbau bei gleichzeitig hoher Fluktuation in den Instituten. Die Leistungen umfassen insbesondere:

- die Konzeption und Durchführung von Schulungen
- die Erstellung und Pflege von Leitfäden und Dokumentationen

- die Bereitstellung übergabefähiger, skalierbarer Workflows zur Unterstützung der Institute
- die Unterstützung beim Aufbau einer zentralen Wissensbasis.

4. IT-SICHERHEIT UND DATENSCHUTZ

Die DSGVO und die einschlägigen Schutzmaßnahmen (T.O.M) sind vom Bieter einzuhalten. Der Bieter/ Auftragnehmer stellt sicher bzw. unterstützt dabei, dass die Grundsätze der EU-DSGVO mit den Datenschutzgrundprinzipien Rechtmäßigkeit, Transparenz, Zweckbindung, Datenminimierung, Speicherbegrenzung, Integrität und Vertraulichkeit sowie Übermittlung an Dritte umgesetzt werden. Der Datenschutz ist darüberhinaus für alle Beratungsleistungen im SEO/AIO Aktivitäten immanent, auch über die Grenzen der Europäischen Union hinaus, da das Goethe-Institut e.V. den Sitz in München hat. In Einzelfällen (zB außereuropäische Länder) kann der Datenschutz strenger sein, als die DSGVO.

5. ORT UND ART DER LEISTUNGSERBRINGUNG

Die Kommunikation zwischen Dienstleister und dem Fachbereich in deutscher Sprache wird bevorzugt. Gegebenenfalls kann es notwendig sein mit anderen Fachabteilungen, Goethe-Instituten im Ausland oder dritten Dienstleistern zu kommunizieren. Bei Bedarf erfolgt die Kommunikation in diesem Fall neben Deutsch auch auf Englisch.

Der Bieter/ Auftragnehmer muss die genannten Schwerpunkte dieser Leistungsbeschreibung mit Stammpersonal besetzen.

Die Erbringung der Leistung soll im Regelfall nicht vor Ort erfolgen. Ausgenommen davon sind Leistungen wie Schulungen, Workshops und Besprechungen, die bei Bedarf in der Zentrale des Goethe-Instituts abgehalten werden können.