

SEARCHGPT ALS GAMECHANGER

SO VERÄNDERT KI DIE SUCHE



INHALT

Was ist SearchGPT?	4
Die Technologie hinter SearchGPT	7
Aktuelle Entwicklungen & Trends	8
Auswirkungen auf Suchverhalten und SEO	16
Rankingmöglichkeiten in der generativen KI	17
Auswertung von KI-Traffic	27
Herausforderungen & Limitationen	29
Handlungsempfehlungen für Sichtbarkeit in LLMs	30

VORWORT

Die Art und Weise, wie wir Informationen suchen und finden, hat sich grundlegend verändert. Künstliche Intelligenz (KI) spielt eine zunehmend wichtige Rolle in der Online-Suche und beeinflusst sowohl das Suchverhalten als auch die digitalen Strategien von Unternehmen erheblich. SearchGPT ist eine der bedeutendsten technologischen Neuerungen in diesem Bereich und bringt zahlreiche Chancen, aber auch Herausforderungen mit sich. Dieses Whitepaper bietet einen umfassenden Überblick darüber, wie SearchGPT funktioniert, welche Auswirkungen es auf SEO, digitales Marketing und Unternehmensstrategien hat und wie Unternehmen sich optimal auf diesen Wandel vorbereiten können. Du wirst praxisnahe Anwendungsfälle kennenlernen, die potenziellen Risiken und Limitationen verstehen und konkrete Handlungsempfehlungen ableiten können.

WAS IST SEARCHGPT?

SearchGPT ist eine erweiterte Version von GPT-4o, die in der Lage ist, **aktuelle Informationen direkt aus dem Web zu beziehen**. Durch die Integration einer leistungsfähigen Suchfunktion kombiniert sie die Stärken generativer KI mit dem Zugang zu externen Quellen. So kann sie **präzise, kontextuelle Antworten** liefern – auch auf Fragen, die tagesaktuelle Daten oder spezifisches Fachwissen erfordern.

Anstatt nur auf Schlüsselwörter zu setzen, **analysiert SearchGPT den semantischen Kontext einer Anfrage und liefert präzise, kontextbezogene Antworten**. Das **SearchGPT-Modell** ist das Ergebnis des Feedbacks aus den SearchGPT-Prototypen, das in die **ChatGPT-Erfahrung** integriert wurde. Dank dieser Iterationen und der ständigen Weiterentwicklung wird SearchGPT ständig verbessert, insbesondere in Bereichen wie **Shopping** und **Reisen**, und nutzt dabei die **denkende Fähigkeit** der OpenAI **o1-Serie**, um tiefere und fundiertere **Recherche** durchzuführen. Im Gegensatz zu traditionellen Suchmaschinen, die lediglich eine Liste relevanter Links anzeigen, verarbeitet SearchGPT den eingegebenen Text gründlich und generiert direkte Antworten. So erhalten Nutzer nicht nur relevante Informationen, sondern auch maßgeschneiderte Erklärungen und Empfehlungen, die auf ihrem Suchinteresse basieren.

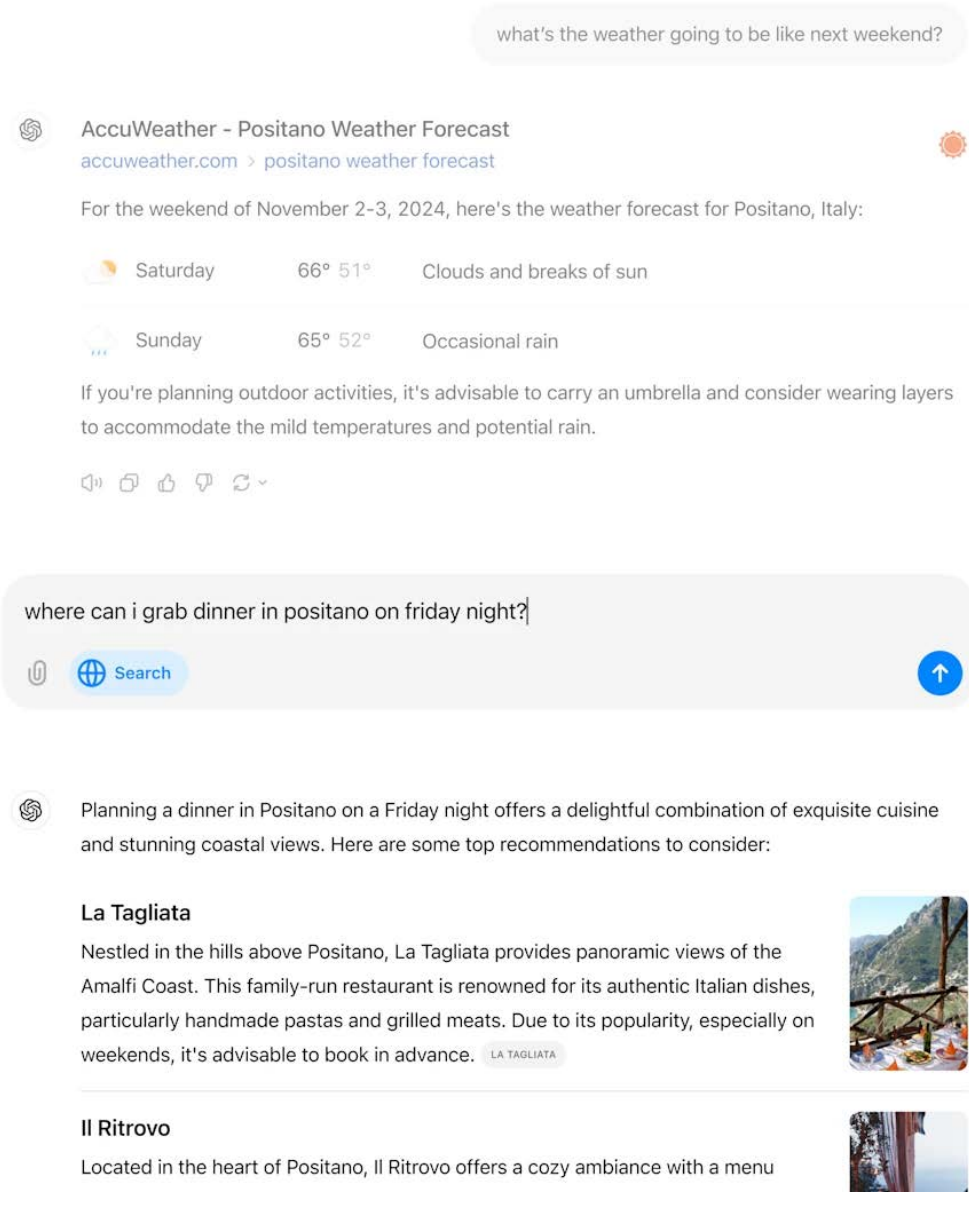


Abbildung 1: SearchGPT Chatverlauf (Quelle openai.com)

WICHTIGE MERKMALE VON SEARCHGPT

- **Semantische Suchabfragen:** Bessere Erfassung der Nutzerintention
- **Detaillierte Antworten statt bloßer Links:** Nutzer erhalten sofort relevante Informationen
- **Interaktive Sucherfahrung:** SearchGPT kann auf Folgefragen reagieren
- **Möglichkeit zur Integration in Unternehmenssoftware:** Optimierung interner Prozesse
- **Automatische Inhaltsgenerierung:** KI erstellt inhaltlich relevante Zusammenfassungen
- **Ständige Weiterentwicklung** durch maschinelles Lernen

RELEVANZ UND BEDEUTUNG FÜR UNTERNEHMEN

Die Einbindung von SearchGPT in Unternehmensabläufe bringt viele Vorteile mit sich, besonders für Firmen, die stark auf digitale Inhalte und ihre Online-Präsenz angewiesen sind. **Unternehmen profitieren insbesondere durch:**

- **Effizientere Informationsbeschaffung:** Mitarbeiter können komplexe Fragen stellen und erhalten sofort präzise Antworten, ohne sich durch lange Artikel oder Webseiten wühlen zu müssen.
- **Optimierung von Kundeninteraktionen:** Mit SearchGPT als Chatbot oder Assistenzsystem können Unternehmen ihren Kundenservice verbessern und beschleunigen.
- **Bessere Auffindbarkeit von Unternehmensinhalten:** Die Art, wie Suchmaschinen Inhalte analysieren und bewerten, verändert sich. Unternehmen müssen unter anderem als Marke im Netz bekannt zu sein, um in den Suchergebnissen von KI-gestützten Suchmaschinen sichtbar zu sein.
- **Wettbewerbsvorteile durch frühe Adaption:** Firmen, die SearchGPT frühzeitig in ihre Abläufe integrieren, können von einer erhöhten Effizienz profitieren und sich von der Konkurrenz abheben.

Da sich das **Suchverhalten der Nutzer stark wandelt**, wird es für Unternehmen entscheidend, sich an diese Veränderungen anzupassen. Die Fähigkeit, KI-gestützte Suchtechnologien sinnvoll in bestehende Marketing- und Geschäftsstrategien zu integrieren, wird zunehmend über den digitalen Erfolg entscheiden.

DIE TECHNOLOGIE HINTER SEARCHGPT

Funktionsweise von SearchGPT

SearchGPT verwendet **fortschrittliche KI-Modelle und Algorithmen**, um die Anfragen der Nutzer zu analysieren und die bestmöglichen Antworten zu liefern. Diese Technologie basiert auf komplexen neuronalen Netzwerken, die in der Lage sind, Texte nicht nur zu lesen, sondern auch zu verstehen und **im Kontext zu interpretieren**.

Die wichtigsten Funktionen von SearchGPT im Überblick:

- **Semantische Analyse:** SearchGPT erfasst die Bedeutung einer Suchanfrage, anstatt sich nur auf genaue Schlüsselwörter zu stützen.
- **Antwortgenerierung in Echtzeit:** Anfragen werden in Bruchteilen von Sekunden verarbeitet und beantwortet.
- **Automatisierte Inhaltsverarbeitung:** Die KI durchsucht und analysiert große Datenmengen, um präzise und relevante Ergebnisse zu liefern.
- **Kontinuierliches Lernen:** SearchGPT verbessert seine Antworten durch fortlaufendes Feedback und Optimierung.

Eingesetzte KI-Modelle und Algorithmen

SearchGPT nutzt fortschrittliche Modelle der natürlichen Sprachverarbeitung (NLP), insbesondere die GPT-4-Architektur. Diese Architektur beruht auf Transformer-Netzwerken, die in der Lage sind, große Textmengen zu analysieren und zu verstehen. Wichtige technologische Aspekte sind:

- **Transformer-Architektur:**
 - Ermöglicht ein tiefes Verständnis der Sprache.
 - Analysiert den Kontext ganzer Sätze und Absätze.
- **Reinforcement Learning mit menschlichem Feedback (RLHF):**
 - Verbessert die Qualität der Antworten durch Rückmeldungen von echten Nutzern.
 - Optimiert das Modell, um verständlichere und relevantere Ergebnisse zu liefern.
- **Große Datenmengen für das Training:**
 - Das Modell wurde mit Milliarden von Texten trainiert, um eine umfassende Wissensbasis zu schaffen.
 - Die Antworten basieren auf einer breiten Palette von öffentlich verfügbaren Informationen und spezifischen Trainingsdaten.

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN & TRENDS

INTEGRATION VON KI IN SUCHTECHNOLOGIEN UND DEREN EINFLUSS AUF DAS NUTZERVERHALTEN

Die zunehmende Integration von **KI-Überblicken** in die Suchmaschinenalgorithmen bietet neue Chancen für Publisher, über die traditionellen **Top-10-Ergebnisse** hinaus sichtbar zu werden. Besonders im Hinblick auf Google's AI-Überblicke eröffnet sich für Unternehmen und Publisher die Möglichkeit, in den sogenannten **AIOs (AI Overviews)**, also den KI-generierten Antwortbereichen, an oberster Stelle zu erscheinen. Dies bedeutet, dass **hochwertiger Content** und der Aufbau von **Vertrauen und Autorität** immer wichtiger werden. Wer in den AIOs erscheinen möchte, sollte sich darauf konzentrieren, Inhalte zu erstellen, die nicht nur informativ, sondern auch **qualitativ hochwertig** und **relevant** sind.

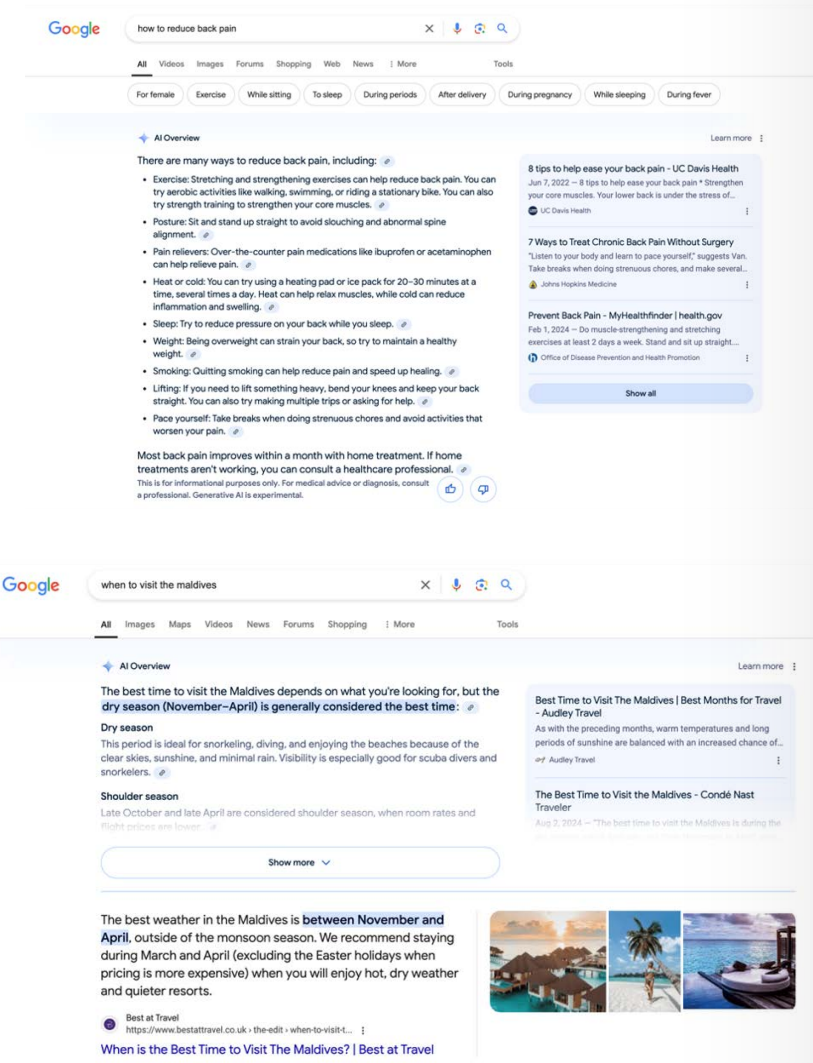


Abbildung 2: AI Overview in den Google Suchergebnissen (Quelle: blog.google)

WICHTIGE FAKTEN ÜBER AI OVERVIEWS

- Nur 12,4 % der analysierten Keywords zeigen AI Overviews an.
- Im Durchschnitt erscheinen AI Overviews in 7,4 % der Fälle neben Featured Snippets.
- AI Overviews enthalten im Durchschnitt 7,2 Links, wenn sie erweitert werden.
- 33,4 % der AI Overview Links rangieren in den Top 10 der organischen Ergebnisse für die jeweilige Suchanfrage.
- Suchanfragen mit fünf Wörtern lösen am häufigsten ein AI Overview aus.
- Suchbegriffe aus den Bereichen Gesundheit und Sicherheit lösen am ehesten AI Overviews aus.
- Bei markenbezogenen Suchanfragen werden keine AI Overviews angezeigt.
- Bei Suchbegriffen mit Navigationsabsicht ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass AI Overviews angezeigt werden.
- Shopping Ads werden fast nie zusammen mit AI Overviews angezeigt. Wenn doch, erscheinen sie immer unterhalb des AI Overviews.

Quelle: www.advancedwebranking.com/blog/ai-overview-study / Stand: Juli 2025

Einführung von SearchGPT durch OpenAI und dessen Prototyp-Status

Einführung von SearchGPT durch OpenAI und dessen Prototyp-Status **OpenAI** hat SearchGPT als eine leistungsstarke, KI-gestützte Suchtechnologie entwickelt. Der derzeitige Prototyp-Status zeigt, dass die Integration von KI in die **Suchtechnologie** einen neuen Standard etabliert. Unternehmen testen SearchGPT, um die Effizienz bei der Informationssuche zu verbessern und genauere Suchergebnisse zu erzielen.

Veränderung des Suchverhaltens

Das Suchverhalten hat sich durch KI-gestützte Modelle wie SearchGPT verändert. Während traditionelle Suchmaschinen Nutzer auf externe Links verweisen, bietet SearchGPT direkte und präzisere Antworten.

Vorteile der semantischen Abfrage

- Genaue und relevante Ergebnisse ohne die Notwendigkeit, mehrere Seiten zu durchsuchen.
- Verbesserte Nutzererfahrung durch dialogorientierte Interaktionen.
- Optimierung für längere Suchanfragen (Long-Tail-Keywords), die oft schwer zuzuordnen waren.

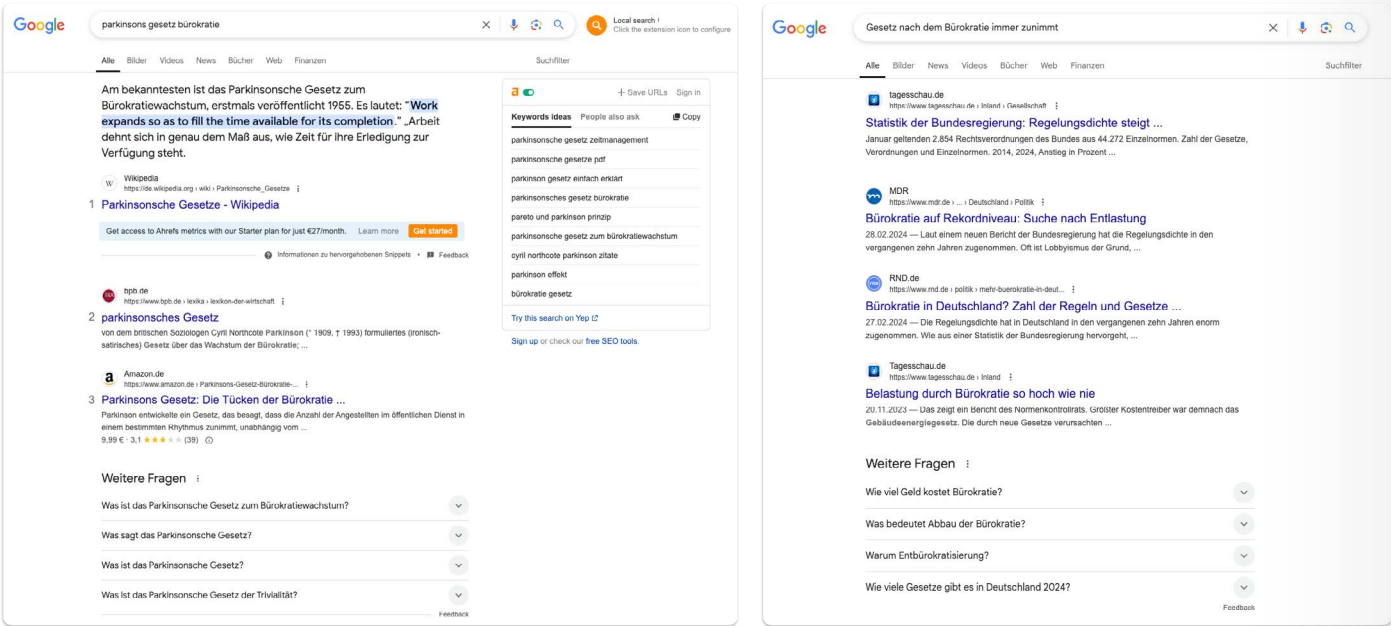


Abbildung 3: Beispiel keywordbasierte Suche - Parkinsons Gesetz

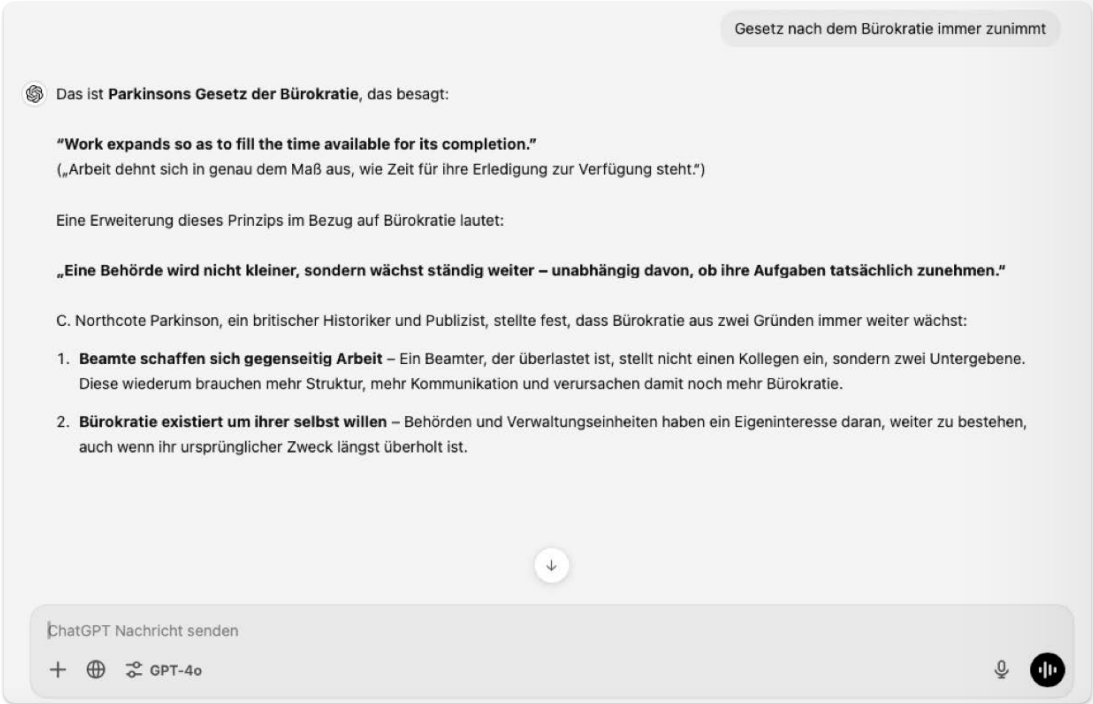


Abbildung 4: Beispiel sensitive Suche - Parkinsons Gesetz

VERGLEICH: SEARCHGPT VS. KLASSISCHE SUCHMASCHINEN

Ein direkter Vergleich zeigt die grundlegenden Unterschiede zwischen SearchGPT und herkömmlichen Suchmaschinen wie Google:

Search Engine Host Market Share Worldwide März 2025

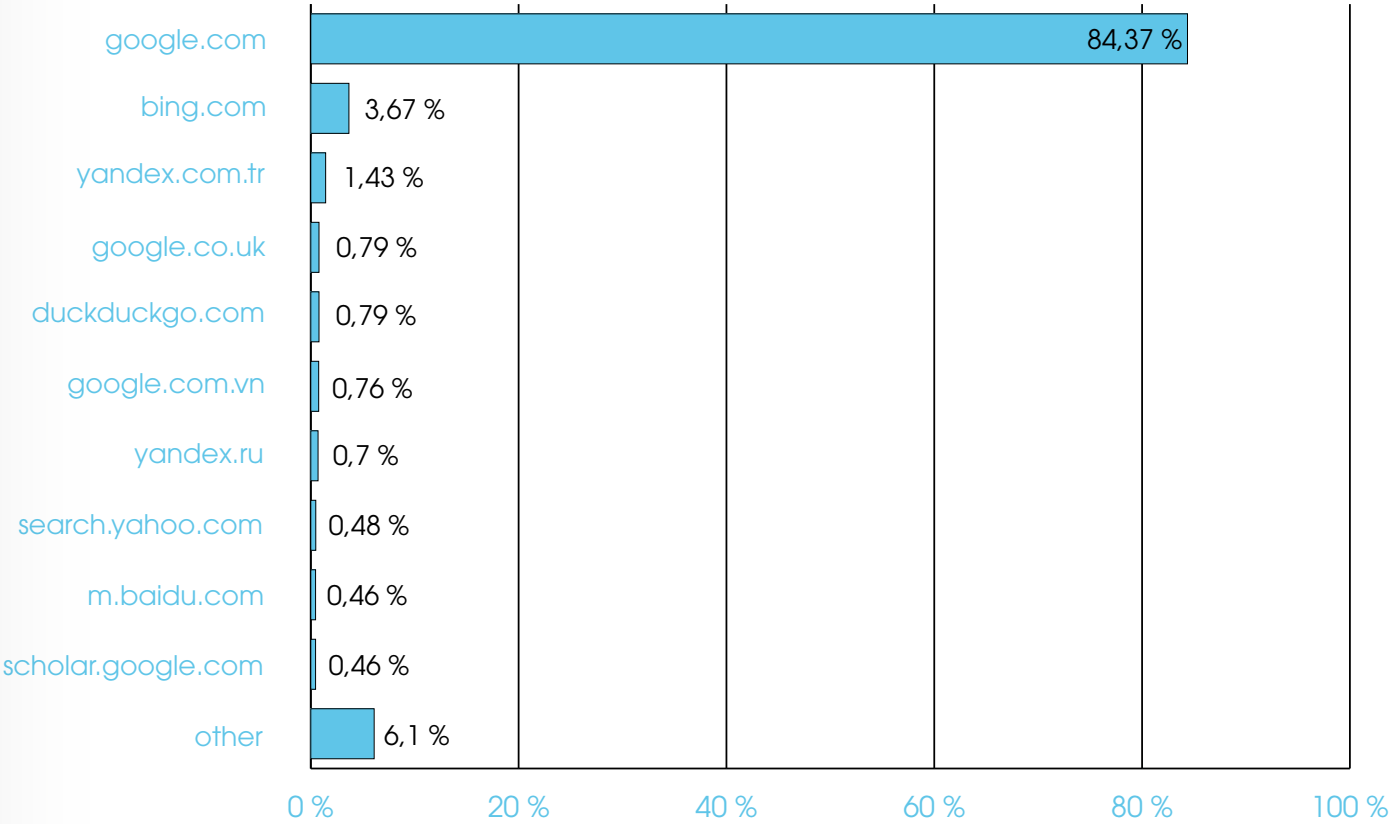


Abbildung 5: Search Engine Host Market Share Worldwide März 2025 Quelle: StatCounter Global Stats

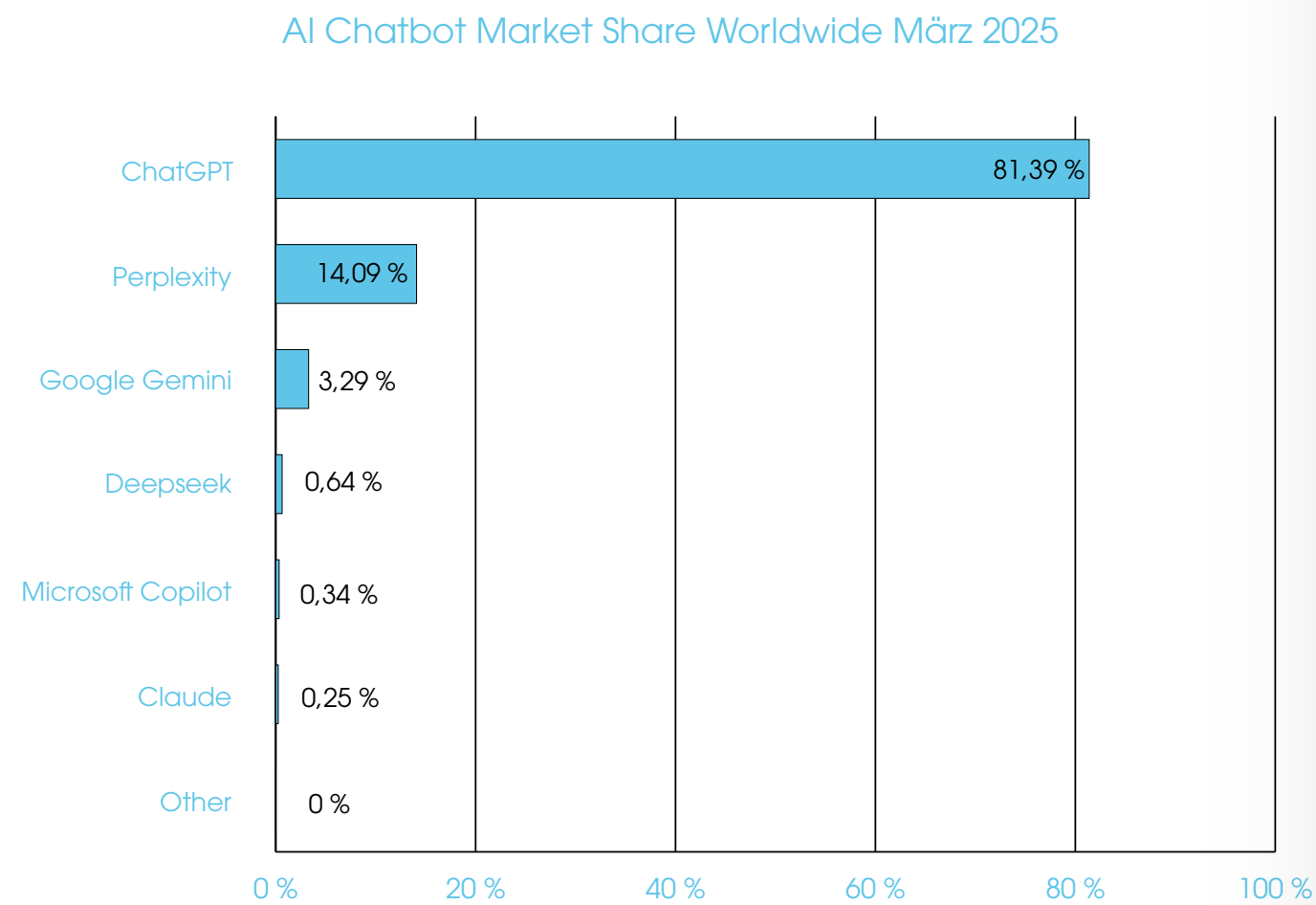


Abbildung 6: AI Chatbot Market Share Worldwide März 2025 Quelle: StatCounter Global Stats

Kriterium	Google	ChatGPT
Suchanfragen	14 Billionen Suchen pro Tag	37,5 Millionen Suchen pro Tag
Suchweise	Basiert auf der Indexierung von Webseiten und liefert eine Liste von Links.	Nutzt semantische Suche , um direkte, kontextualisierte Antworten zu liefern.
Nutzer- erfahrung	Nutzer müssen zwischen verschiedenen Links und Quellen wählen.	Nutzer erhalten direkte Antworten , die schnell und präzise auf die Frage abgestimmt sind.
Suchen auf Websites	Google zeigt eine Liste von Webseiten basierend auf Keywords und Relevanz.	ChatGPT liefert Antworten , ohne dass der Nutzer eine Webseite besuchen muss.
Datenquelle	Google greift auf Milliarden von Webseiten zurück, um die besten Links zu finden.	ChatGPT nutzt trainierte KI-Modelle und Webinhalte , um relevante Antworten zu generieren.
Echtzeit- Informationen	Google bietet Echtzeit-Informationen, die ständig durch Webseitenaktualisierungen optimiert werden.	ChatGPT kann ebenfalls in Echtzeit auf aktuelle Daten zugreifen, wenn die Browsing-Funktion aktiviert ist.
Besondere Merkmale	Google hat Zugang zu riesigen Daten-banken , bietet jedoch keine direkte Antwort.	ChatGPT bietet interaktive Konversationen und die Möglichkeit, komplexe Fragen direkt zu beantworten.
Verwendete Quellen	Websites und SEO-Optimierung für die Auswahl der besten Ergebnisse.	Zitate und Quellenangaben , die aus relevanten Datenbanken und öffentlich zugänglichen Quellen stammen.
Vorteil für den Nutzer	Bietet eine breite Ergebnissuche und detaillierte Website-Optionen .	ChatGPT spart Zeit durch direkte Antworten und reduziert die Notwendigkeit für zusätzliche Klicks.

- Google erhält ca. 373-mal so viele Suchanfragen wie ChatGPT.
- KI-Tools sind nur ein winziger Teil der „Suche“.
- Sie senden weniger als ein Zehntausendstel der Datenmenge von Google.
- Es ist unsinnig, die Nutzung von KI mit der Nutzung von Google zu vergleichen, da es nur wenige Überschneidungen gibt.

VERGLEICH DER SUCHTECHNOLOGIEN: GPT, PERPLEXITY, DEEP-SEEK UND BING AI

Die Entwicklung generativer KI hat zu einer Vielzahl spezialisierter Suchtechnologien geführt. Im Folgenden findest du eine tabellarische Übersicht, die die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen **GPT (ChatGPT)**, **Perplexity AI**, **DeepSeek AI** und **Bing AI** verdeutlicht.

Kriterium	ChatGPT (GPT-4)	Perplexity AI	DeepSeek AI	Microsoft Bing AI
Leistung	Sehr leistungsfähig bei Textgenerierung, Konversation und Problemlösung.	Fokussiert auf präzise, schnelle Antworten und Faktenprüfung.	Sehr leistungsfähig bei Echtzeitdaten und semantischer Suche.	Hohe Leistung bei Echtzeit-Websuche und integrierter Webinteraktion.
Anpassungsfähigkeit	Sehr flexibel in der Textgenerierung, unterstützt verschiedene Anwendungsfälle und Integration in Microsoft-Produkte.	Eingeschränkt, da es hauptsächlich auf Fakten und strukturierte Antworten fokussiert ist.	Bietet flexible Anpassungen durch Open-Source-Modelle und spezialisierte Datenanalyse.	Flexibel durch Integration in Microsoft-Umgebungen und Unterstützung für verschiedene Webanfragen.
Wissensgenauigkeit	Kann im Internet nach Informationen suchen, liefert jedoch manchmal eher zusammengefasste Antworten als Details.	Sehr genau, da es Webdaten in Echtzeit abrufen und Quellen auswählt, wodurch detaillierte Antworten generiert werden.	Sehr genau, da es Echtzeitdaten verarbeitet und kontextuelle Suchergebnisse liefert.	Sehr präzise bei Echtzeit-Websuchen und zeigt korrekte Quellen an.

Kriterium	ChatGPT (GPT-4)	Perplexity AI	DeepSeek AI	Microsoft Bing AI
Hauptzweck	Unterstützung bei der Konversation, beim Schreiben und bei der Problemlösung.	Fokussiert auf die schnelle, präzise Beantwortung von Fragen durch eine KI-gesteuerte Suchmaschine.	Bietet kontextuelle und semantische Suchlösungen, besonders für Unternehmen und Forscher.	Echtzeit-Websuche, Chat-Erlebnisse und Inhaltsgenerierung.
Suchfunktion	Kann im Internet suchen und zusammengefasste Antworten liefern.	Ruft Webdaten in Echtzeit ab und ermöglicht den Nutzern die Auswahl der Quellen.	Starke Echtzeitsuche, sammelt Daten aus verschiedenen Quellen und bietet umfassende Analyse.	Sehr gute Websuche in Echtzeit, integriert von Microsoft und bietet anpassbare Suchergebnisse.
Einzigartige Funktionen	Unterstützt kreative Aufgaben wie Textgenerierung und Bildbearbeitung, nutzt GPT-4o, Claude 3.	Bietet die Möglichkeit, die Recherche zu organisieren und verschiedene KI-Modelle zu wählen .	Bietet umfassende Datenanalyse in Echtzeit, basierend auf KI-Modellen und offenen Quellen.	Integriert in Microsoft-Produkte, bietet Websuche, Inhaltsgenerierung und einfache Interaktion durch die Copilot-Funktion.
Bild- und Audiounterstützung	Unterstützt Bild- und Audiogenerierung, fokussiert aber hauptsächlich auf Text.	Unterstützt Text und zusammengefasste Antworten, bietet keine Bild- oder Audiounterstützung.	Unterstützt Bildanalyse und -generierung sowie sprachgesteuerte Datenverarbeitung .	Unterstützt die Analyse und Generierung von Bildern und Audio und kann Daten visuell interpretieren.
Preis	Kostenlose Version mit einer Pro-Version für 20 USD/Monat.	Kostenlos, Pro-Version mit erweiterten Funktionen verfügbar.	Kostenlos, Open-Source-Modelle, kommerzielle Lizenzierung für erweiterte Funktionen.	Kostenlos, Premium-Version für erweiterte Funktionen verfügbar (Preisstruktur ähnlich wie bei Perplexity).
Am besten geeignet für	Kreative Nutzer, die Textgenerierung, Konversationshilfe und integrierte Microsoft-Produkte benötigen.	Forscher und Studierende , die Faktenprüfung und präzise Antworten auf häufige Suchanfragen benötigen.	Unternehmen und Forscher im Bereich Datenanalyse, KI-Entwicklung und Echtzeitdaten .	Allgemeine Nutzer, Microsoft-Nutzer , Unternehmen, Entwickler, die eine integrierte Suchlösung mit AI benötigen.

AUSWIRKUNGEN AUF SUCHVERHALTEN UND SEO

Es gibt nicht mehr DIE Suchmaschine, sondern es kommt auf die Suchanfrage an. Entscheidend sind Intention und Motivation sowie das Alter des Nutzers, welche davon die im Moment passendste ist. Die **AI Overviews** sind direkte, kontextualisierte Antworten, die von KI-gestützten Suchmaschinen wie **SearchGPT** generiert werden und nicht mehr auf klassische Listen von Suchergebnissen zurückgreifen.

Für Unternehmen bedeutet dies, dass sie ihre Inhalte so gestalten müssen, dass sie in diesen **KI-generierten Antwortbereichen** erscheinen. Um dies zu erreichen, müssen Inhalte jetzt gezielt auf **antwortorientierte Formate** wie FAQ-Abschnitte, **kurze und prägnante Antworten** oder strukturierte **Daten und Markups** ausgerichtet werden. Diese Formate ermöglichen es den KI-Systemen, **relevante Informationen** schnell und genau zu extrahieren und in den **AI Overviews** darzustellen.

Die **Schaffung von Content, der für AI Overviews optimiert ist**, hat auch direkte Auswirkungen auf das **klassische SEO**. Denn während traditionelle SEO-Methoden weiterhin wichtig bleiben, gewinnen **Semantik, Relevanz** und **strukturierte Daten** zunehmend an Bedeutung. Unternehmen, die in **AI Overviews** erscheinen möchten, müssen ihre **Inhalte fokussiert auf die Intention der Nutzer** ausrichten.

SEO-Traffic von Google wird sinken

Die Daten sprechen eine klare Sprache: Zero-Click Searches nehmen zu, und damit sinkt der klassische SEO-Traffic. Rand Fishkin, einer der bekanntesten Experten im Bereich SEO, stellte bei der SMX im März 2025 fest:

„The way we've done organic for 25 years is dying. Traffic can no longer be the goal. Zero-Click search is growing!“

„AI Overviews likely reduced organic clicks in Google by 20–40% even as total searches grew.“

Diese Trends verdeutlichen einen grundlegenden Wandel in der Suche. Die neue Technologie ermöglicht neue Suchvarianten und bietet andere Sucherlebnisse.

RANKINGMÖGLICHKEITEN IN DER GENERATIVEN KI

Interessanterweise ist bei den KI-Suchmaschinen **nicht nachvollziehbar**, wie das Ranking der Anbieter zustande kommt. Die Rankings stimmen weder mit den Google SERPs überein, noch finden sie sich in einer der zitierten Quellen wieder. Es scheint, als würden die KI-Systeme **verschiedene Quellen, Informationen und Erwähnungen kombinieren**. Die logische Schlussfolgerung: **Es ist wichtig, als Marke im Netz bekannt zu sein**.

Auch wenn **generative KI** und **AI Overviews** zunehmend Einfluss auf das Suchverhalten und die SEO-Strategien haben, bleiben die grundlegenden SEO-Prinzipien nach wie vor unverzichtbar. Die **Ansätze** und **umfassenderen Konzepte in der Suchmaschinenoptimierung**, die Du für Dein Unternehmen verfolgst, sollten auch weiterhin im Fokus stehen. SEO-Faktoren wie **relevanter und hochwertiger Content, Autorität, Trust, Usability** und **Accessibility** sind nicht nur für klassische Suchmaschinenoptimierung von Bedeutung, sondern spielen auch eine zentrale Rolle in der **Generative Engine Optimization (GEO)**. Dazu gehören unter anderem auch **technische SEO-Optimierungen**, die **Content-Qualität** und die **On-Page-Optimierung**. Diese Konzepte sind nach wie vor ein zentraler Bestandteil jeder erfolgreichen SEO-Strategie, unabhängig davon, ob KI-gesteuerte Suchmaschinen und **AI Overviews** eine Rolle spielen. **Gute SEO-Arbeit** basiert auf einer **soliden Struktur**, relevanten **Inhalten** und **benutzerfreundlichen Web-Erfahrungen**, die nicht nur von klassischen Suchmaschinen wie Google, sondern auch von generativen KI-Modellen verstanden und belohnt werden.

Daher ist es entscheidend, die **Balance zwischen traditionellen SEO-Methoden und den neuen Anforderungen von KI-gesteuerten Suchsystemen** zu finden, um langfristig in den Suchergebnissen sichtbar und wettbewerbsfähig zu bleiben.

- **Suchmaschinenoptimierung (SEO) verbessern:** Optimiere Deine Website für relevante Keywords und Sorge dafür, dass Deine Inhalte hochwertig sind und die Bedürfnisse Deiner Zielgruppe ansprechen.
- **Erstelle hochwertige, kontextuelle Inhalte:** Biete wertvolle Informationen und Antworten, die speziell auf häufig gestellte Fragen oder häufige Suchanfragen in Deinem Bereich abzielen.
- **Verwendung von strukturierten Daten (Schema Markup):** Setze **Schema Markup** ein, damit KI-Systeme die relevanten Informationen auf Deiner Seite besser verstehen und korrekt indizieren können.
- **Regelmäßige Aktualisierungen:** Halte Deinen Content immer aktuell, damit Deine Website als vertrauenswürdige Quelle für generative KI gilt, die auf aktuelle Daten zugreift.
- **Backlinks und externe Erwähnungen:** Sichere Dir **hochwertige Backlinks** von relevanten und vertrauenswürdigen externen Quellen, da diese von KI-Tools als vertrauenswürdigeren Antwortquellen berücksichtigt werden.
- **Integration auf relevanten Plattformen:** Veröffentliche Inhalte auf Plattformen wie **LinkedIn, Crunchbase** oder **Wikipedia**, die von generativen KI-Modellen für Trainingsdaten genutzt werden können.
- **Optimierung für Featured Snippets:** Achte darauf, Inhalte zu erstellen, die leicht in **Featured Snippets** von Suchmaschinen aufgenommen werden, da diese auch oft in AI-gesteuerten Suchergebnissen angezeigt werden.

- **Verwendung von Natural Language:** Formuliere Deine Inhalte in natürlicher Sprache, die eine einfachere Verarbeitung durch KI-Systeme wie **ChatGPT** und **Perplexity** ermöglicht.
- **Stärkung der Autorität und des Vertrauens:** Stelle sicher, dass Deine Website als **relevante und vertrauenswürdige Quelle** in Deinem Bereich wahrgenommen wird, indem Du Fachwissen teilst und positive Kundenbewertungen einholst.

Verschiedene Suchmaschinen eignen sich für unterschiedliche Arten von Suchen

Suche	Navigational (z.B. Marken-suche)	Quick-Informational (z.B. „Ab wann E-Rechnungspflicht?“)	Complex-Informational (z.B. „erholsam schlafen“)	Quick-Trans-aktional (z.B. „Nagellack rot“)	Complex-Transak-tional (z.B. „Terrassen-überdachung“)
Klassische Such-maschinen	Primär Google	Google	Google	Google, Amazon	Google
LLM Such-maschinen	zunehmend auch Perplexity und ChatGPT	Gemini, Perplexity	Gemini, Perplexity,	-	Perplexity, ChatGPT, Gemini
Social Such-maschinen	-	-	TikTok, Instagram, YouTube	-	YouTube, TikTok, Instagram

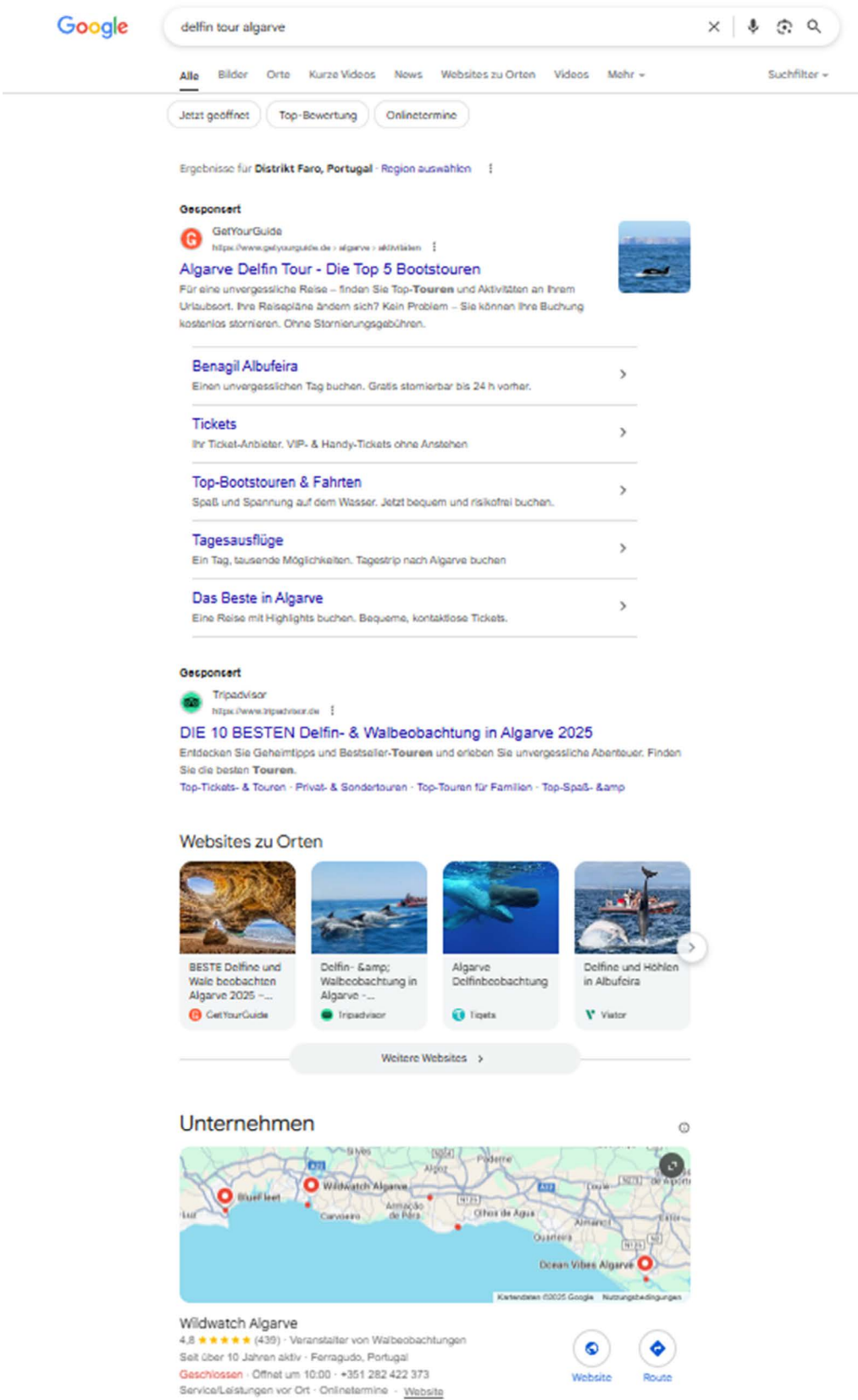


Abbildung 7: Google Suchergebnisse „Delfin Tour Algarve“

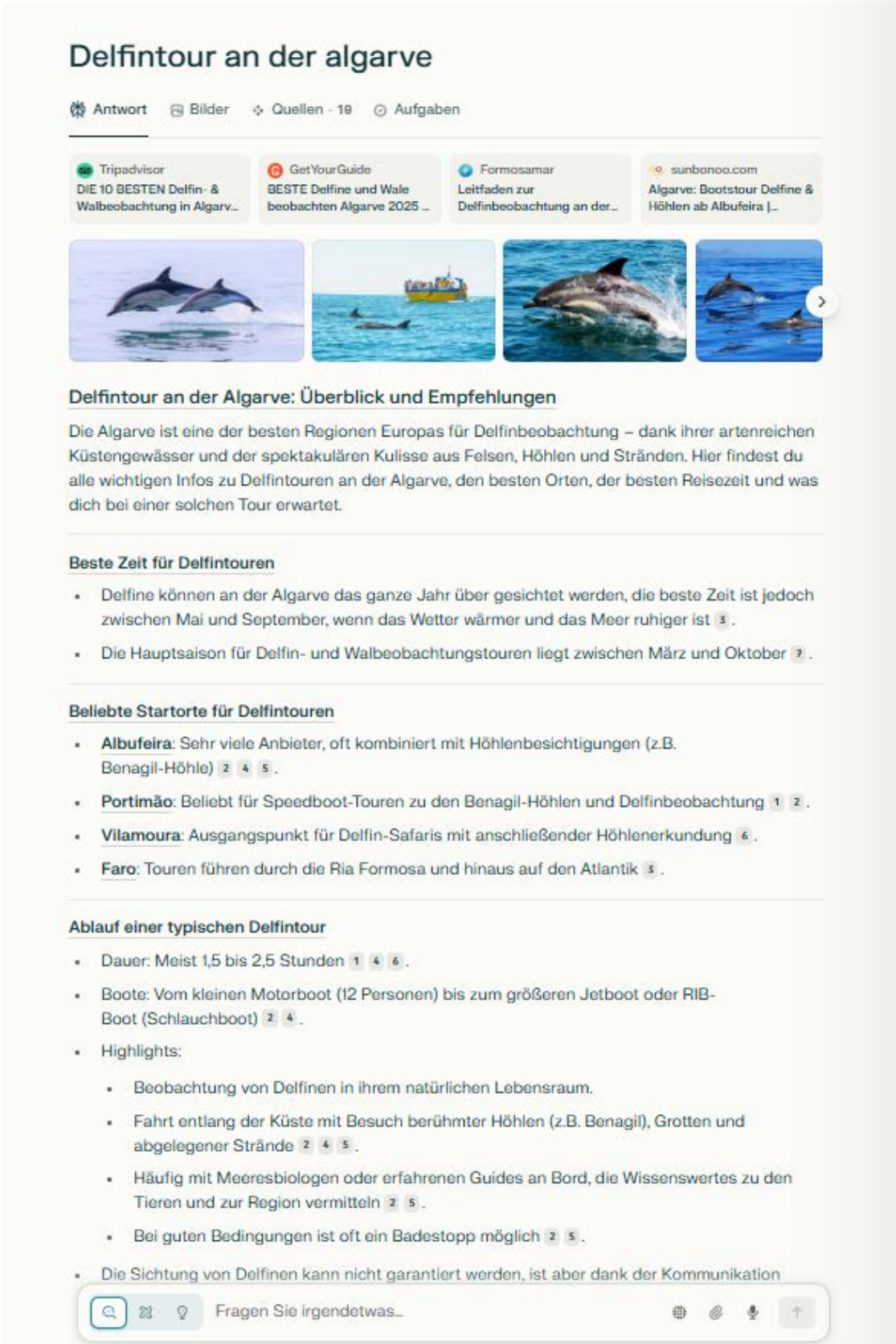


Abbildung 8: Suchergebnisse Perplexity Delfin Tour Algarve

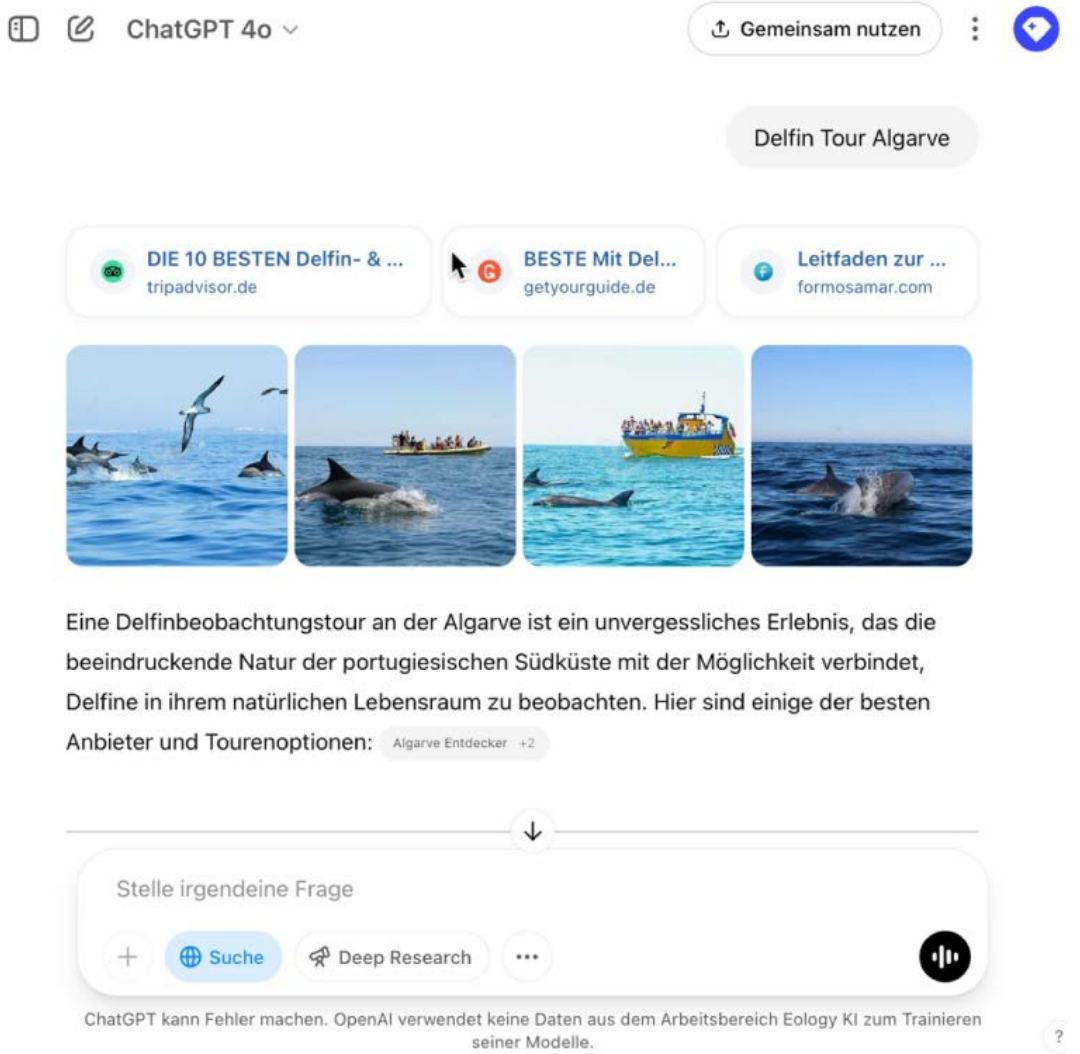


Abbildung 9: Suchergebnisse ChatGPT Delfin Tour Algarve

BEDEUTUNG VON QUALITATIV HOCHWERTIGEM UND KONTEXTREICHEM CONTENT

Für Unternehmen, die ihre SEO-Strategien an **SearchGPT** und andere KI-gesteuerte Systeme anpassen möchten, bleibt es entscheidend, **Inhalte mit hoher Qualität und relevantem Kontext** zu erstellen. Diese Inhalte sind nicht nur für **Google-Rankings** von großer Bedeutung, sondern auch für **SearchGPT** und andere KI-gesteuerte Systeme.

KI-gestützte Systeme wie **ChatGPT** können **wertvolle Partner** bei der Texterstellung sein, da sie schnell Ideen liefern und Inhalte generieren können. Dennoch können sie derzeit nicht die **kreative Tiefe** und die **individuelle Note** eines erfahrenen Texters vollständig ersetzen. Daher ist es ratsam, die von der KI generierten Texte zu überarbeiten und mit der eigenen Expertise und Perspektive zu ergänzen, um sicherzustellen, dass der Text authentisch und einzigartig bleibt.



Erfahre mehr über die KI-Texterstellung und unsere Untersuchung zur Rankingfähigkeit von KI-generierten Texten.



Was ist wichtig bei Deiner Content- & SEO-Strategie?

KI kann massenhaft durchschnittliche SEO-Texte liefern – doch genau diese Art von Inhalten wird immer weniger relevant. Es geht nicht mehr um SEO-Texte, sondern darum, beste Inhalte bereitzustellen:

- Inhalte brauchen etwas Eigenes → Zusammenfassungen kann KI selbst erstellen
- Blick auf die gesamte Customer Journey: Über welche Touch Points kann ich meine Zielgruppe erreichen?
- Kurze Antworten → KI / AI Overviews
- Komplexe Themen → hier zählt immer noch tiefgehende Information
- Longtails fokussieren: Themen bedienen, wo Kaufentscheidungen beeinflusst werden können
- Vom Wettbewerb differenzieren mit einzigartigen Inhalten

Was macht erfolgreichen Content aus?

- Themenautorität schafft Vertrauen → spielt eine immer wichtigere Rolle bei KI
- Mehrwertinhalte liefern, weitere Content-Formate (Video, etc.) und Kanäle einsetzen
- Authentisches Storytelling, emotionale Intelligenz & Empathie
- Echte Erfahrungen, von denen man berichten kann
- Experten bzw. Influencer / Content Creator ins Boot holen

BEZUG ZU TRAININGSDATEN (OPENSOURCE/KOMMERZIELL)

Ein weiterer Punkt, den Unternehmen bei der SEO-Optimierung für SearchGPT und ähnliche KI-gestützte Systeme berücksichtigen müssen, ist der **Bezug zu Trainingsdaten**. KI-Modelle wie SearchGPT werden mit riesigen Mengen an Daten trainiert, die entweder aus öffentlich zugänglichen (Open Source) Quellen oder kommerziellen Quellen stammen.

- **Open-Source-Ansatz:** Wenn Unternehmen Inhalte veröffentlichen, die öffentlich zugänglich sind, können diese Inhalte auch von offenen KI-Modellen (wie OpenAI's GPT) für das Training verwendet werden. Dabei sollten Unternehmen darauf achten, dass ihre **Inhalte gut strukturiert und allgemein zugänglich** sind, um von diesen offenen Trainingsmodellen effektiv genutzt zu werden.
- **Kommerzielle Quellen:** Einige Unternehmen ziehen kommerzielle Modelle vor, bei denen sie die Kontrolle über ihre Trainingsdaten behalten. In diesem Fall müssen Unternehmen sicherstellen, dass ihre Inhalte in einem privaten Kontext veröffentlicht werden.

Google-Ranking als Grundlage: In den meisten Fällen überschneiden sich die von **SearchGPT** bevorzugten Ergebnisse mit den **Top 10 Rankings** von Google. Inhalte, die bereits gut auf Google ranken, haben daher auch eine höhere Chance, in den **AI Overviews** angezeigt zu werden. Achte darauf, dass Deine Inhalte sowohl für traditionelle Suchmaschinen als auch für **generative KI** optimiert sind.

Zitate

qonto.com

Buchhaltungssoftware-Vergleich 2025: Die 9 besten Anbieter

oberlo.com

Buchhaltungssoftware: 5 Top-Anbieter im Vergleich (2023)

fuer-gruender.de

Buchhaltungssoftware-Vergleich: 12 beste Tools im Test

Mehr

oberlo.com

Buchhaltungssoftware: 5 Top-Anbieter im Vergleich (2023)

fuer-gruender.de

Buchhaltungssoftware-Vergleich: 12 beste Tools im Test

Quellen

Ich suche eine Buchhaltungssoftware für ein deutsches Unternehmen, kannst du mir eine passende Lösung empfehlen?

Für deutsche Unternehmen stehen verschiedene Buchhaltungssoftware-Lösungen zur Verfügung, die je nach Unternehmensgröße und spezifischen Anforderungen variieren. Hier sind einige empfohlene Optionen:

sevDesk

Eine cloudbasierte Lösung, die sich besonders für Selbstständige, Gründer und kleine Unternehmen eignet. Sie bietet eine intuitive Benutzeroberfläche und ermöglicht den Zugriff von überall. Funktionen umfassen unter anderem Rechnungsstellung, Belegerfassung und eine automatische Belegzuordnung. Die Preise beginnen bei 8,90 € pro Monat.

qonto.com

Lexware

Eine etablierte Software, die sowohl als lokale Installation als auch mit Cloud-Funktionalität verfügbar ist. Sie richtet sich an kleine bis mittelständische Unternehmen und bietet umfangreiche Funktionen wie Finanzbuchhaltung, Lohnabrechnung und Warenwirtschaft. Die Preise starten bei 6,90 € pro Monat.

qonto.com

BuchhaltungsButler

Diese Software nutzt künstliche Intelligenz, um bis zu 95 % der Buchhaltungsprozesse zu automatisieren, was zu erheblicher Zeitersparnis führt. Sie eignet sich für Unternehmen, die Wert auf Automatisierung legen, und bietet Funktionen wie automatische Belegerkennung und -zuordnung sowie Integration von Online-Banking. Die Preise beginnen bei 14,95 € pro Monat.

fuer-gruender.de

DATEV

Ein Industriestandard in der Finanzbuchhaltung, der sich an professionelle Buchhalter und Steuerberater richtet. DATEV bietet umfassende Funktionen für die Finanzbuchhaltung und ist besonders geeignet für Unternehmen mit eigener Buchhaltungsabteilung oder in Zusammenarbeit mit Steuerberatern. Die Preise sind auf Anfrage erhältlich.

fuer-gruender.de

Abbildung 10: Rankingmöglichkeiten in ChatGPT

SEARCHGPT ALS GAMECHANGER

Ich suche eine Buchhaltungssoftware, kannst du mir eine passende Lösung empfehlen?

Bei der Wahl der passenden Buchhaltungssoftware spielen die individuellen Bedürfnisse eine entscheidende Rolle. Bist du Freiberufler, ein kleines oder mittelständisches Unternehmen oder vielleicht sogar ein Großunternehmen? Benötigst du eine einfache Lösung für die Einnahmen- und Ausgabenrechnung oder eine umfassende Software mit Warenwirtschaftssystem und Anlagenbuchhaltung?

Hier sind einige beliebte Optionen auf dem Markt:

Für Freiberufler und kleine Unternehmen:

- **sevdesk:** Eine cloudbasierte Lösung mit einem breiten Funktionsumfang, ideal für E-Rechnungen und die Zusammenarbeit mit Steuerberatern.
- **Lexware:** Eine etablierte Software mit verschiedenen Varianten für unterschiedliche Bedürfnisse, sowohl als Cloud-Lösung als auch für die Installation auf dem Computer.
- **WISO MeinBüro:** Eine benutzerfreundliche Software, die sowohl für Freiberufler als auch für kleine Unternehmen geeignet ist und eine Vielzahl von Funktionen bietet.

Für mittlere und große Unternehmen:

- **DATEV:** Eine umfassende Lösung, die vor allem bei Steuerberatern und größeren Unternehmen sehr beliebt ist.
- **SAP:** Eine Enterprise-Resource-Planning-Software, die eine breite Palette von Funktionen für alle Geschäftsbereiche bietet.

auf welche quellen berufst du dich?

Die Informationen, die ich in meiner vorherigen Antwort gegeben habe, basieren auf einer Vielzahl von Quellen, darunter:

- **Websites von Anbietern von Buchhaltungssoftware:** Ich habe die Websites verschiedener Anbieter wie sevdesk, Lexware, WISO, DATEV und SAP besucht, um Informationen über ihre Produkte und Funktionen zu sammeln.
- **Testberichte und Vergleiche:** Ich habe Testberichte und Vergleiche von Buchhaltungssoftware auf Websites wie Für-Gründer.de, Qonto und OMR gelesen, um einen Überblick über die verschiedenen Optionen und ihre Vor- und Nachteile zu erhalten.
- **Brancheninformationen:** Ich habe Brancheninformationen und Statistiken über den Markt für Buchhaltungssoftware recherchiert, um die beliebtesten und am häufigsten verwendeten Lösungen zu identifizieren.

Abbildung 11: Rankingmöglichkeiten in Gemini

Ich suche eine Buchhaltungssoftware, kannst du mir eine passende Lösung empfehlen?

Quellen

Die 7 besten Buchhaltungssoftware Vergleich - OMR

Buchhaltungssoftware Vergleich: 5 Empfehlungen für KMU

Buchhaltungssoftware 2025: Die 9 besten Tools im Vergleich

Alle anzeigen

Antwort

Basierend auf den aktuellen Vergleichen für 2025 gibt es mehrere empfehlenswerte Buchhaltungssoftware-Lösungen. Hier sind die Top-Empfehlungen:

1. sevDesk Buchhaltung

- Sehr benutzerfreundlich und intuitiv, ideal für Einsteiger
- Cloudbasiert, ermöglicht Zugriff von überall
- Umfangreiche Funktionen wie automatische Belegerkennung und Bankanbindung
- Preis: 19,90 € pro Monat
- Besonders geeignet für Gründer, Selbstständige und kleine Unternehmen

2. Lexware Office (früher lexoffice)

- Vollständige doppelte Buchhaltung mit hohem Automatisierungsgrad
- Viele Integrationen zur Vereinfachung und Erweiterung
- Gut geeignet für Unternehmen mit vielen Belegen
- Preis: 29,90 € pro Monat

3. BuchhaltungsButler

- Hoher Automatisierungsgrad durch selbstlernende Algorithmen
- Cloudbasiert mit Fokus auf Zeitersparnis
- Zahlreiche Anbindungen (z.B. Online-Banking, Amazon, Stripe)
- Spezielles Angebot für junge Startups
- Preis: 29,95 € pro Monat (regulär)

Alle diese Lösungen bieten moderne Funktionen wie automatische Belegerfassung, Bankanbindung und Auswertungen. Die Wahl hängt von Ihren spezifischen Bedürfnissen, der Unternehmensgröße und Ihrem Budget ab. sevDesk scheint besonders für Einsteiger und kleine Unternehmen geeignet zu sein, während Lexware Office und BuchhaltungsButler umfangreichere Funktionen für wachsende Unternehmen bieten.

Abbildung 12: Rankingmöglichkeiten in Perplexity

eology | Seite 24

eology | Seite 25

WIE SCHLIESSE ICH KI AUS, DAMIT KEINE DATEN AUSGELESEN WERDEN?

Für Unternehmen, die **sicherstellen möchten, dass ihre Inhalte nicht von KI-Crawlern ausgelesen werden**, gibt es verschiedene Möglichkeiten, dies zu steuern. Ein gängiger Ansatz ist die Verwendung von **robots.txt**, um bestimmte Bereiche einer Website für Crawler zu sperren.

- **robots.txt:** Durch gezielte Einträge in der **robots.txt**-Datei können Unternehmen verhindern, dass bestimmte Seiten oder Inhalte von Suchmaschinen, einschließlich KI-Crawlern, indiziert werden.

Diese Option gibt Unternehmen die Kontrolle darüber, welche Daten zugänglich sind und welche nicht. Die Entscheidung, welche Inhalte blockiert werden sollen, sollte jedoch sorgfältig getroffen werden, da dies auch die Sichtbarkeit der Website in herkömmlichen Suchmaschinen beeinflussen kann.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR SEO

Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass die zunehmende Präsenz von KI-generierten Antworten in den Suchergebnissen zu einer **Reduzierung des organischen Traffics** führen kann, da Nutzer direkt mit den KI-Antworten interagieren, ohne auf externe Websites zu klicken.

- **Weniger organische Klicks:** Da Nutzer Antworten direkt erhalten, könnte der Traffic auf Websites sinken.
- **Veränderung der Ranking-Faktoren:** Traditionelle SEO-Strategien müssen um neue Ansätze ergänzt werden.
- **Technische Optimierung für KI-Crawler:** Strukturierte Daten und semantische Markups werden immer wichtiger.

AUSWERTUNG VON KI-TRAFFIC

Der Traffic von ChatGPT, Gemini und anderen generativen KI-Anwendungen kann bereits teilweise in Webanalyse-Software wie Google Analytics, Econda und ähnlichen Tools nachvollzogen werden.

Die **Auswertung des Traffics, der durch KI generiert wird**, ist für Unternehmen von großer Bedeutung, um die Qualität ihrer Web-Daten sicherzustellen. KI-gestützte Systeme wie **ChatGPT, Perplexity und Claude** können automatisierte Besuche auf Websites erzeugen, welche die Analyseergebnisse verfälschen. Um solche Verzerrungen zu vermeiden, sollten Unternehmen spezifische Filter in ihren Analysetools einrichten, um den KI-generierten Traffic zu erkennen und gegebenenfalls auszuschließen.

Ein effektiver Ansatz ist die Verwendung von **regulären Ausdrücken (Regex) in Google Analytics 4 (GA4)**, um Besuche von bekannten KI-Quellen zu filtern. Ein Beispiel für einen solchen **Regex-Filter** könnte folgendermaßen aussehen:

```
^https://(www\.meta\.ai|www\.perplexity\.ai|chat\.openai\.com|claude\.ai|chat\.mistral\.ai|gemini\.google\.com|bard\.google\.com|chatgpt\.com|copilot\.microsoft\.com)(\/.*)?$
```

Dieser Filter unterstützt dabei, den Traffic von bekannten KI-Chatbots zu **identifizieren und zu klassifizieren**. Durch die Implementierung solcher Filter können Unternehmen sicherstellen, dass ihre Web-Analysedaten die tatsächlichen Nutzerinteraktionen widerspiegeln, was ihnen ermöglicht, fundierte Entscheidungen auf Basis verlässlicher Daten zu treffen.

USE CASE LEXWARE.DE

Referrer

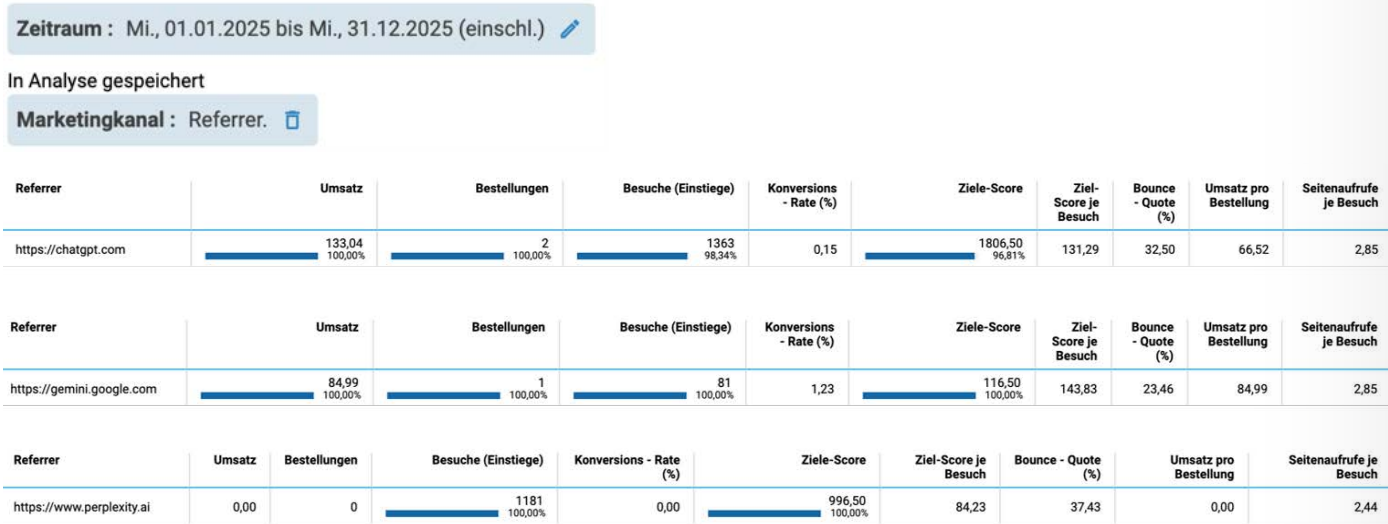


Abbildung 13: Econda, Referrer Report, Domain: lexware.de, 03.02.2025

ChatGPT generiert UTM-Parameter nur dann automatisch, wenn die Anfrage des Nutzers nicht vertraulich ist und ein Zitat verlinkt wird – bei Links aus generierten Suchergebnissen hingegen nie. Fehlen UTM-Parameter oder Verweisdaten, wird der daraus resultierende Traffic in Google Analytics dem Kanal „Direkt“ zugeordnet. Für eine präzise Attribution ist es daher entscheidend, Inhalte so zu gestalten, dass sie als zitierfähig gelten und mit klar definierten UTM-Parametern versehen sind.

WIE KANNST DU DEN TRAFFIC MESSEN?

Für das **Tracking und Monitoring von AI-Traffic** bieten verschiedene Tool-Anbieter spezialisierte Lösungen an, die es ermöglichen, den Einfluss von **generativen KI-Anwendungen** auf den Website-Traffic nachzuvollziehen. Ein Beispiel hierfür ist **Peec AI**, ein Tool, das speziell darauf ausgelegt ist, den Traffic von AI-Modellen wie **ChatGPT** und **Gemini** zu messen und zu analysieren. Solche Tools ermöglichen es, detaillierte Einblicke in den **Verkehr von KI-gesteuerten Quellen** zu erhalten, einschließlich der Herkunft des Traffics und seiner Auswirkungen auf die Conversion-Rate. Weitere Anbieter bieten ähnliche Funktionen, die Unternehmen helfen, **KI-getriebenen Traffic** zu verstehen und gezielt zu optimieren.

HERAUSFORDERUNGEN & LIMITATIONEN

Der Einsatz von KI-gesteuerten Suchmaschinen wie SearchGPT bietet **viele Vorteile**, bringt jedoch auch einige **Herausforderungen und Einschränkungen** mit sich, die Unternehmen beachten sollten. Es ist wichtig, diese Aspekte zu verstehen und sich darauf vorzubereiten, um die Technologie **verantwortungsvoll und rechtssicher** zu nutzen.

DATENSCHUTZBEDENKEN UND -ANFORDERUNGEN

Datenschutz ist ein zentrales Anliegen im Umgang mit **KI-gesteuerten Suchmaschinen**, da diese Systeme auf **große Datenmengen** zugreifen und diese analysieren. Für Unternehmen ergeben sich daher wichtige Fragen zur **Datenverarbeitung** und **Datenhoheit**. Um sicherzustellen, dass sensible Daten nicht für Trainingszwecke missbraucht werden, bieten **Enterprise-Versionen** der KI-Systeme oft **zusätzliche Sicherheitsvorkehrungen** und gewährleisten, dass keine vertraulichen Informationen für die Verbesserung der KI-Modelle verwendet werden. Diese Versionen sind jedoch in der Regel teurer. Unternehmen müssen sicherstellen, dass sie die **geltenden Datenschutzgesetze**, wie die **DSGVO** (Datenschutz-Grundverordnung der EU), einhalten. Es wird empfohlen, regelmäßig eine **Datenschutzberatung** durch die Rechtsabteilung oder einen externen Anwalt in Anspruch zu nehmen, um sicherzustellen, dass der Schutz der Privatsphäre gewährleistet bleibt und keine sensiblen Daten in unzulässiger Weise verwendet werden.

MÖGLICHE VERZERRUNGEN UND FEHLERQUELLEN IN AI-GENERIERTEN SUCHERGEBNISSEN

Trotz der fortschrittlichen Algorithmen können KI-gesteuerte Suchmaschinen wie SearchGPT Fehler oder Verzerrungen in ihren Ergebnissen aufweisen. Da diese Systeme auf umfangreichen Datenmengen trainiert werden, besteht die Möglichkeit, dass sie Antworten auf der Grundlage unvollständiger, verzerrter oder sogar falscher Informationen generieren. **Verzerrungen** in den Trainingsdaten können dazu führen, dass bestimmte Perspektiven oder Informationen in den **Suchergebnissen** bevorzugt und andere ignoriert werden. Unternehmen müssen sich dieser Fehlerquellen bewusst sein und sicherstellen, dass ihre KI-gestützten **Systeme kontinuierlich überprüft und angepasst** werden, um die Qualität und Objektivität der generierten Suchergebnisse zu gewährleisten.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR SICHTBARKEIT IN LLMS

Die **Entwicklung und Einführung von SearchGPT** und anderen **KI-gesteuerten Suchtechnologien** hat das Potenzial, die **Suchlandschaft** und das **digitale Marketing** nachhaltig zu verändern. Während in den USA bereits fortschrittliche Anwendungen dieser Technologien sichtbar sind, wird es in **Deutschland** vermutlich noch einige Zeit dauern, bis **wirklich spürbare Ergebnisse** erzielt werden. Unternehmen, die sich frühzeitig mit diesen Technologien befassen, können jedoch **Wettbewerbsvorteile** erlangen, indem sie sich auf die **Zukunft der Suche vorbereiten**. Es ist jedoch wichtig, die **Herausforderungen** und **Risiken**, die mit der Nutzung von **KI-Systemen** verbunden sind, zu berücksichtigen. Dazu gehören unter anderem **Datenschutzbedenken**, **ethische Fragestellungen** und potenzielle **Fehlerquellen** in den **KI-generierten Suchergebnissen**.

POTENZIELLE WEITERENTWICKLUNGEN VON SEARCHGPT

SearchGPT befindet sich noch in der Anfangsphase seiner Entwicklung, doch die **zukünftigen Fortschritte** könnten die **Semantik** und **Präzision** der Suchergebnisse weiter verbessern. Dies würde dazu führen, dass **relevantere** und **genauere** Antworten geliefert werden, die besser auf die Bedürfnisse der Nutzer abgestimmt sind. Zudem ist es wahrscheinlich, dass **SearchGPT** zunehmend in verschiedene **Geschäftsprozesse** integriert wird. Anwendungsbereiche wie **Kundenservice**, **Wissensmanagement** und **Marketingautomatisierung** könnten davon profitieren, indem die Technologie effizientere und genauere Lösungen bietet, die die Unternehmensabläufe optimieren. Die kontinuierliche Weiterentwicklung von **SearchGPT** verspricht also nicht nur eine Veränderung der Suchlandschaft, sondern auch eine tiefgreifende Transformation in der Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden interagieren und interne Prozesse gestalten.

CHANCEN FÜR UNTERNEHMEN DURCH FRÜHZEITIGE ADAPTION

Unternehmen, die Technologien wie SearchGPT frühzeitig nutzen, können sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil verschaffen. Durch die prompte Integration dieser Technologien haben sie die Möglichkeit, ihre **Abläufe zu optimieren**, die **Nutzererfahrung zu verbessern** und innovative Marketingstrategien zu entwickeln. Besonders in den Bereichen Kundensupport, Content Marketing und SEO ergeben sich zahlreiche Chancen zur **Steigerung der Effizienz und Kundenzufriedenheit**.

Das sollten Unternehmen jetzt tun:

1. SEO-Strategien optimieren: Die SEO-Strategien bleiben weiterhin relevant, da auch KI-Systeme wie SearchGPT großen Wert auf hochwertige Inhalte legen, genau wie traditionelle Suchmaschinen.
2. Content-Qualität steigern: Inhalte erstellen, die sowohl wertvolle Informationen bieten als auch den Kontext der Nutzerfragen berücksichtigen.
3. Frühzeitig mit KI-gestützten Tools experimentieren: SearchGPT und ähnliche Technologien in den eigenen Prozessen testen, um die Effizienz zu steigern.
4. Schulung der Mitarbeiter: Die Teams sollten im Umgang mit KI-gestützten Systemen geschult werden, um die Technologie effektiv zu nutzen.

EMPFEHLUNGEN FÜR DIE INTEGRATION VON SEARCHGPT IN DIE UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Die Integration von SearchGPT in die Unternehmensstrategie sollte **sorgfältig geplant und schrittweise umgesetzt werden**. Unternehmen müssen sich zunächst mit den technologischen Möglichkeiten dieser KI-gestützten Suchtechnologie vertraut machen, um geeignete Anwendungsbereiche zu identifizieren. Es ist entscheidend, dass Mitarbeiter im Umgang mit **SearchGPT** geschult werden. Dies fördert nicht nur die Akzeptanz der Technologie, sondern ermöglicht auch eine effektive Nutzung in verschiedenen Geschäftsbereichen.

In der **Early-Adapter-Phase** liegt der strategische Vorteil für Unternehmen, die frühzeitig auf diese Technologie setzen. Durch die **aktive Teilnahme an der dynamischen Entwicklung** von **SearchGPT** können Unternehmen langfristig ihre **Marktposition** festigen. Dabei ist es entscheidend, die **rechtlichen Rahmenbedingungen** wie den **AI-Act** sowie datenschutzrechtliche Anforderungen zu beachten, um Risiken zu minimieren und gleichzeitig **flexibel auf Marktveränderungen** reagieren zu können.

Keine Angst vor Gen AI Search & AI Overviews

Die Entwicklung bringt sowohl Herausforderungen als auch Chancen:

- SEO wandelt sich in Richtung „Answer Engine Optimization“ bzw. „Generative Engine Optimization“
- Neue SEO-Ziele: Sichtbarkeit in der KI-Antwort, nicht nur im Ranking der Suchergebnislisten
- Generationenwandel: Jüngere sind KI-affiner; daher sollten neue Suchmaschinen nicht im Online-Marketing vernachlässigt werden
- AI Overviews betrifft vor allem die informationale Suchintention
- Traffic verlagert sich – er reduziert sich in der Quantität, ist aber qualitativer, wenn er aus der KI-Antwort kommt, da die Nutzer bereits einen Touchpoint in der Marke hatten
- Branding-Effekte durch Mentions in der KI-Antwort sind wertvoll!

KLASSISCHES SEO VS. KI SEO

Traditionelles SEO und SEO für KI-gesteuerte Suchsysteme teilen viele Grundprinzipien: Keyword-Recherche, technische Optimierung, qualitativ hochwertiger Content und Backlinks bleiben auch in der KI-Suche wichtig. Der Unterschied liegt in der Gewichtung: KI-Systeme bevorzugen semantisch strukturierte Inhalte, kurze, klare Abschnitte, FAQ-Formate und direkt beantwortete Fragen. Zudem werden zitierfähige Quellen und Schema-Markup bevorzugt. Wer klassisches SEO gut umsetzt, hat auch in der KI-Suche eine solide Basis.

Bereiche	Maßnahmen
SEO-Basis	• Crawlbarkeit sicherstellen (z. B. mit Verwendung von llms.txt) • Strukturierte Daten einsetzen für besseres Verständnis • Ladegeschwindigkeit (Page Speed) optimieren
Kontext & Content Strategie	• Chunk-Level Optimization: Inhalte so aufbereiten, dass jeder Abschnitt zitierbar ist • Q&A-Formate nutzen: Direkte und klare Antworten bereitstellen • Fokus auf Nutzerfragen entlang der Customer Journey

Vertrauens- und Autoritätssignale	• Aufbau hochwertiger Backlinks • Markenerwähnungen stärken • Social Signals gezielt ausbauen
-----------------------------------	---



UNSERE MISSION:
WIR ERSCHAFFEN SICHTBARKEIT IN EINER DIGITALEN WELT UND REALISIEREN VISIONEN DURCH SMARTE UND GANZHEITLICHE KONZEPTE.

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Wir entwickeln eine durchdachte SEO-Strategie, beraten kompetent bei der Umsetzung, übernehmen das Monitoring der SEO-Erfolge und erstellen aussagekräftige Reports. So schaffen wir organische Reichweite.

BRAND & PERFORMANCE MARKETING

Mit Brand & Performance Marketing erreichen wir Marketingziele zielsicher. Wir wählen die richtigen Kanäle (Search, Social, Display Ads) aus und steuern die Anzeigen kreativ und datengesteuert.

CONTENT CREATION

Wir helfen dabei, die richtige Content-Strategie für Websites, Onlineshops oder Content-Marketing-Kampagnen zu definieren. Unsere erfahrenen Redakteure erstellen Inhalte genau nach den Kundenbedürfnissen.

CONTENT OUTREACH

Wir sind Spezialisten für die Verbreitung von Inhalten und nutzen Online-PR, Content-Seeding-Kampagnen und Linkmarketing, um sicherzustellen, dass die Website, Marke oder Kampagne unserer Kunden im Internet wahrgenommen wird.

SOCIAL MEDIA MARKETING

Wir entwickeln eine klare Social Media Strategie, erstellen Social Content und schalten Anzeigen auf den verschiedenen Plattformen. So nutzen wir die Synergien von organischen und bezahlten Inhalten perfekt und erreichen die Zielgruppe da, wo sie sich aufhält.

TRACKING & ANALYTICS

Daten sind die Grundlage für unsere Arbeit in allen Bereichen. Deshalb ist ein sauberer Aufbau extrem wichtig. Denn nur so können wir die Auswirkungen unserer gemeinsamen Arbeit richtig nachvollziehen. Wir unterstützen unsere Kunden kompetent.

DEIN ANSPRECHPARTNER
BEI EOLOGY



CHRISTIAN STEPHAN

Head of Search Engine Optimization
c.stephan@eology.de
09381 / 58 290 - 03

AUTOREN

Olga Fedukov
Roman Gronbach

KONTAKT

eology GmbH

Spitalstraße 23
97332 Volkach
09381/58290 00

info@eology.de
www.eology.de

AUSKUNFT ÜBER DIE GESELLSCHAFT

Registergericht: Amtsgericht Würzburg

HRB-Nr: 10610
UST-Nr: 257/125/70116
USD-ID: DE-270186142

GESCHÄFTSFÜHRER

Daniel Unger
Axel Scheuering

BILDQUELLENNACHWEISE

eology GmbH
ChatGPT
Gemini
Perplexity
Google
OpenAI



DISCLAIMER: Die Inhalte dieses Whitepapers wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Die eology GmbH übernimmt jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit und Aktualität der bereitgestellten Informationen. Die Nutzung der Inhalte erfolgt auf eigene Gefahr des Nutzers. Alle Inhalte unterliegen dem deutschen Urheber- und Leistungsschutzrecht. Jede Verwendung bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch die eology GmbH. Die unerlaubte Vervielfältigung oder Weitergabe einzelner oder kompletter Inhalte ist nicht gestattet. Änderungen, auch ohne vorherige Bekanntgabe, vorbehalten. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen etc. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zur Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

© 2025 eology GmbH