

branden
burg

Sichtbarkeit im Zeitalter der KI

Marcel Tischer

Welche Fragen beschäftigen Sie zum Wandel der Suche und der Sichtbarkeit der KI-Suchen?

brandenburg



Inhalte

1. Wandel der Suche
2. Sichtbarkeit in der KI-Suche
3. Ziele von KI-SEO
4. Konkrete Maßnahmen zur Sichtbarkeitssteigerung
5. Zusammenfassung und Diskussion

1

Wandel der Suche

Die neue Suchlandschaft

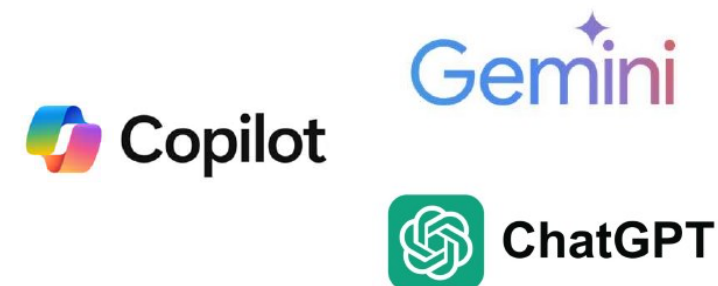
Suchmaschinen mit KI-Übersichten (AI Overviews):

KI-generierte Zusammenfassungen mit direkten Antworten oberhalb der klassischen Suchergebnisse



KI Chatbots:

Spezialisierte Dienste wie ChatGPT, Gemini und Perplexity



Social Search:

YouTube und TikTok werden zunehmend als primäre Rechercheplattformen genutzt,

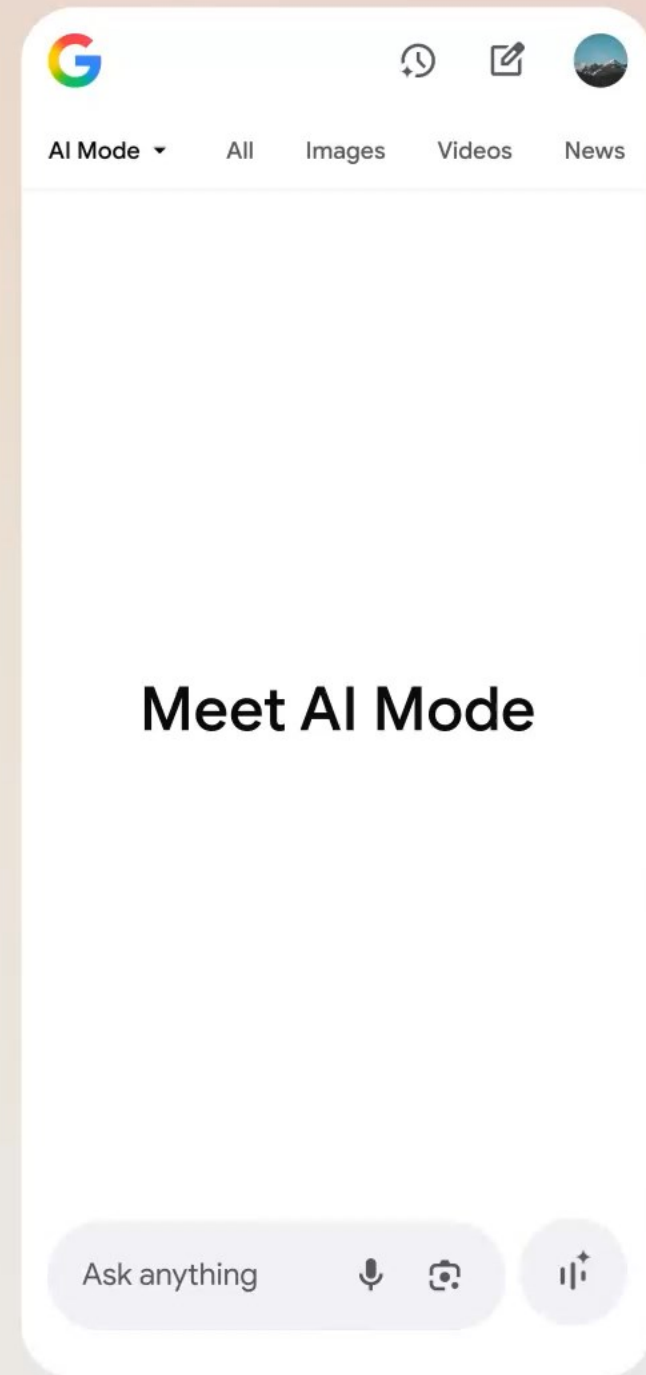


Google AI Mode

Persönliche Agenten

- Dinge einfach erledigen lassen
- Berücksichtigung individueller Präferenzen
- Anbindung an diverse Buchungsplattformen
- Nächster Schritt: automatischer Checkout

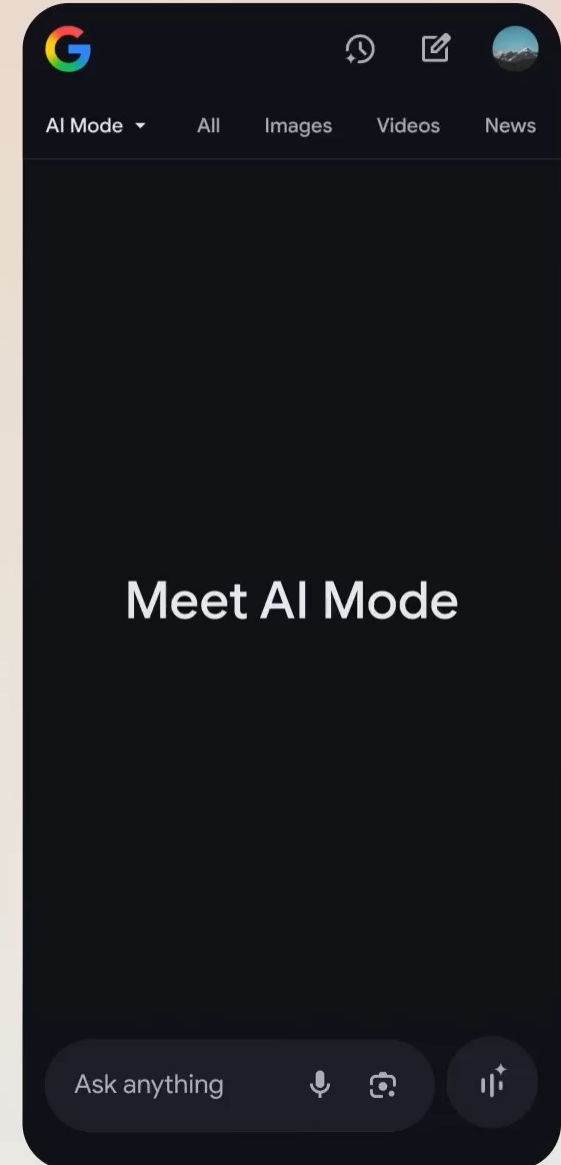
Quelle: <https://blog.google/products/search/ai-mode-agentic-personalized/>



Google AI Mode

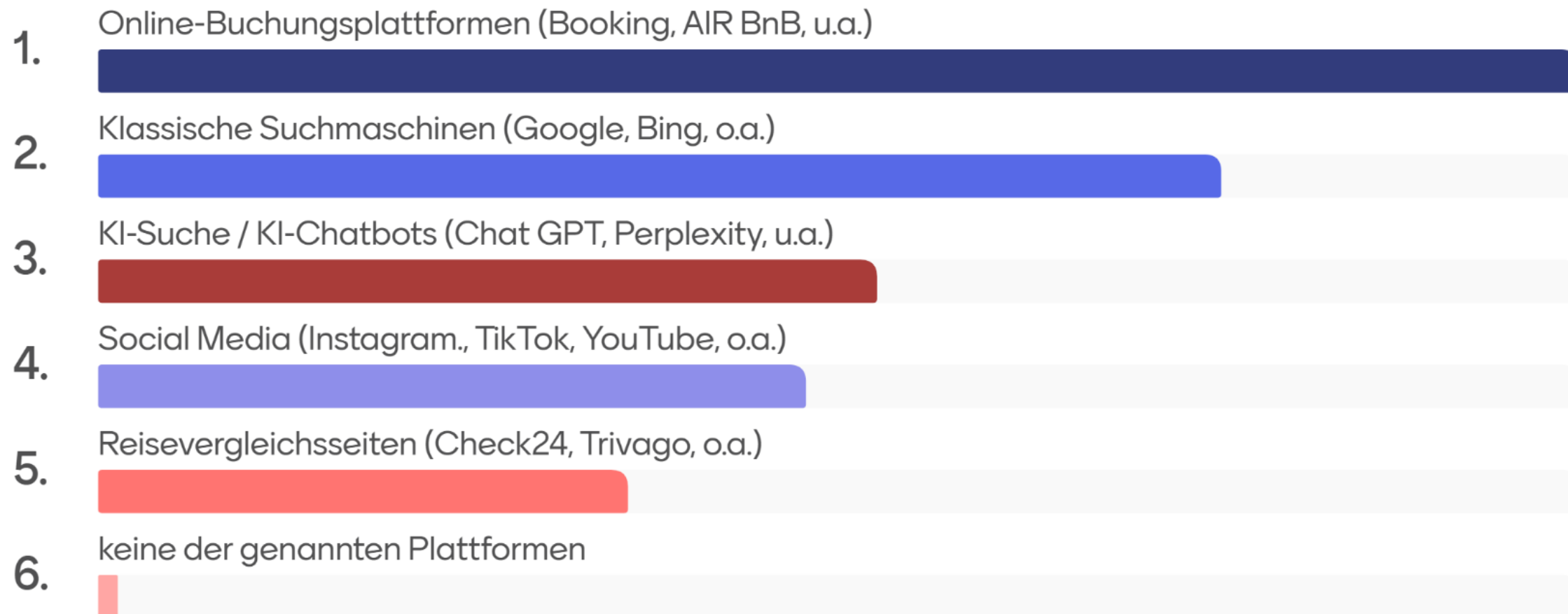
Personalisierte Empfehlungen

- Auf persönliche Vorlieben und Interessen zugeschnitten
- Berücksichtigung früherer Unterhaltungen und gesuchte Orte
- Multimodale Integration von Text, Bild und Video in einer nahtlosen Benutzererfahrung

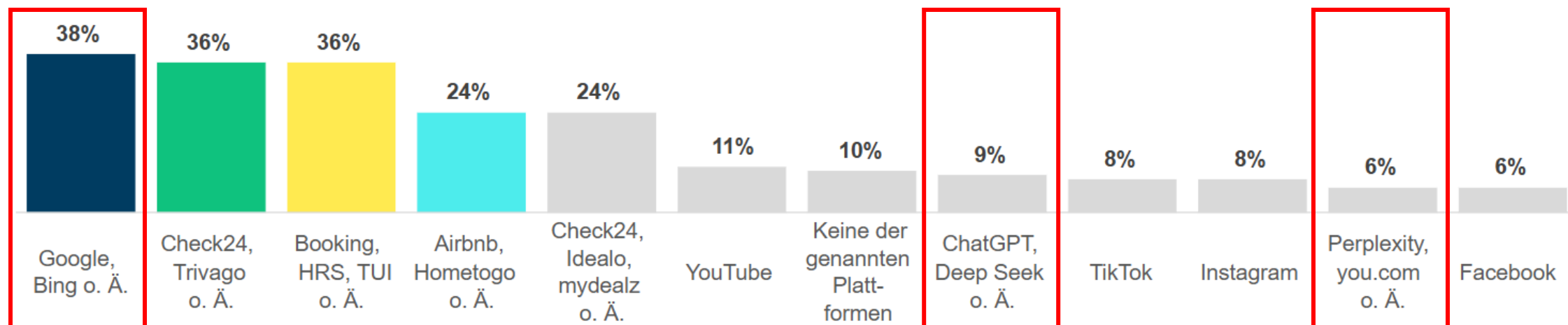


Also, wo müssen wir nun sichtbar sein?

Welche Plattformen nutzen Sie für die Urlaubs- und Ausflugsplanung?

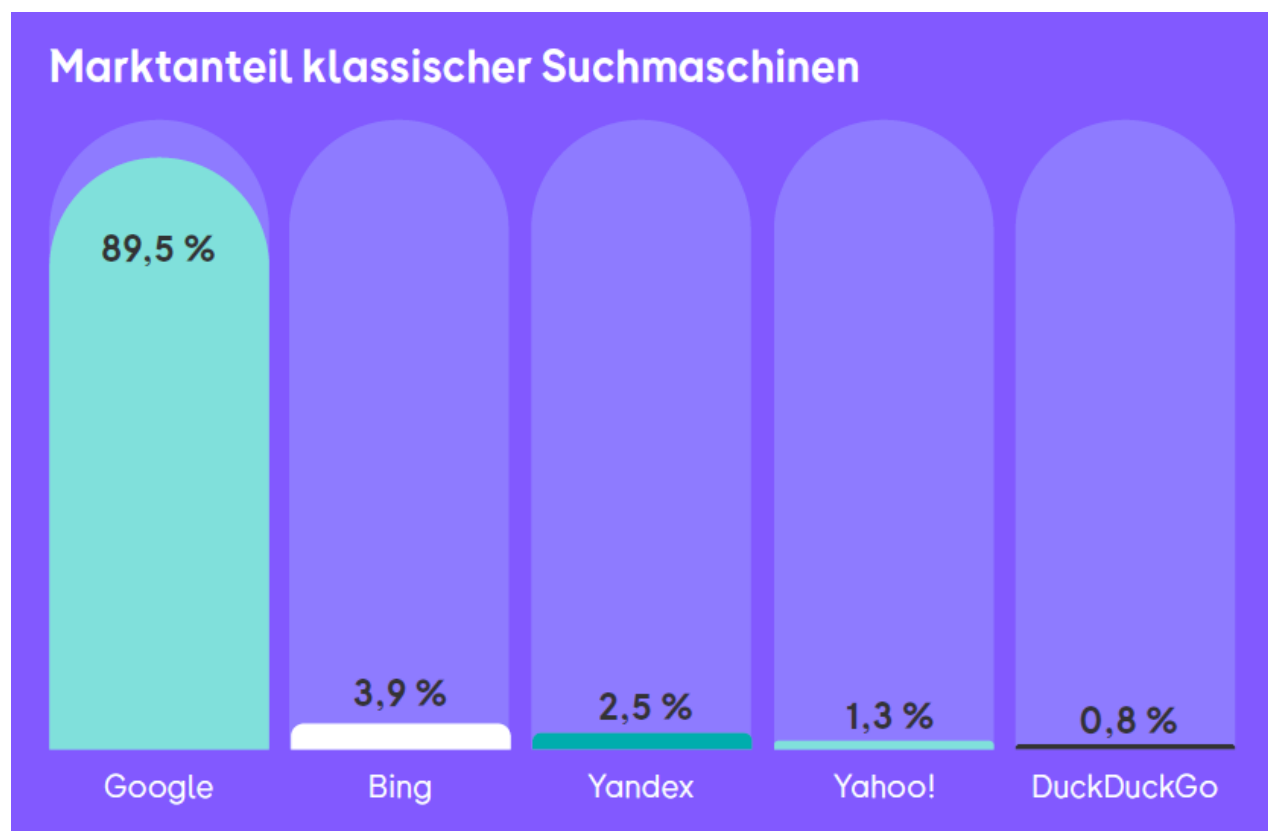


Welche Plattformen werden genutzt?

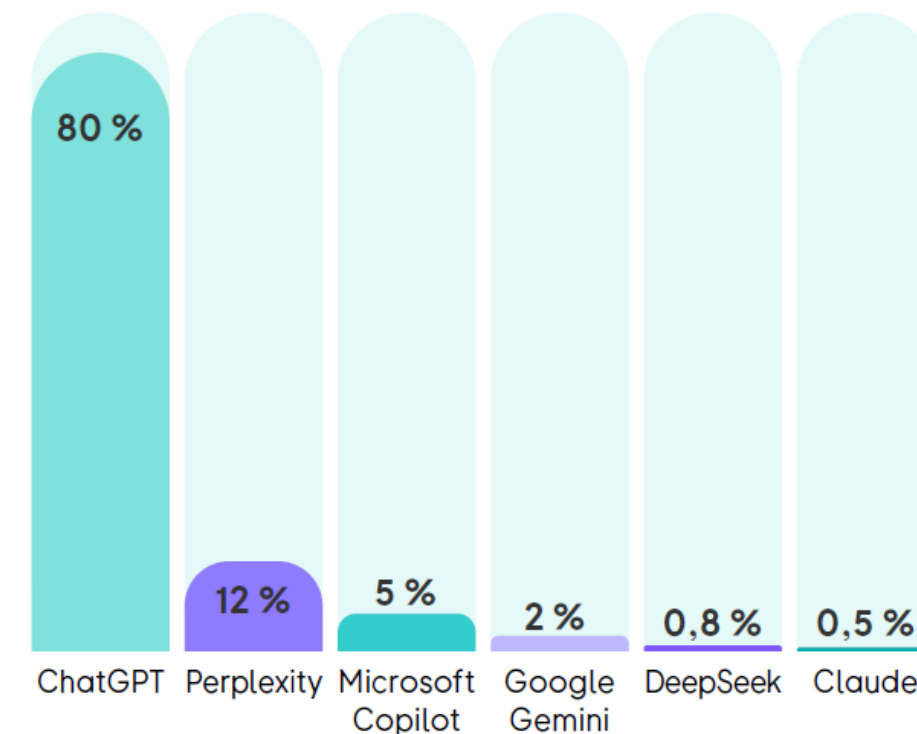


CLANEO

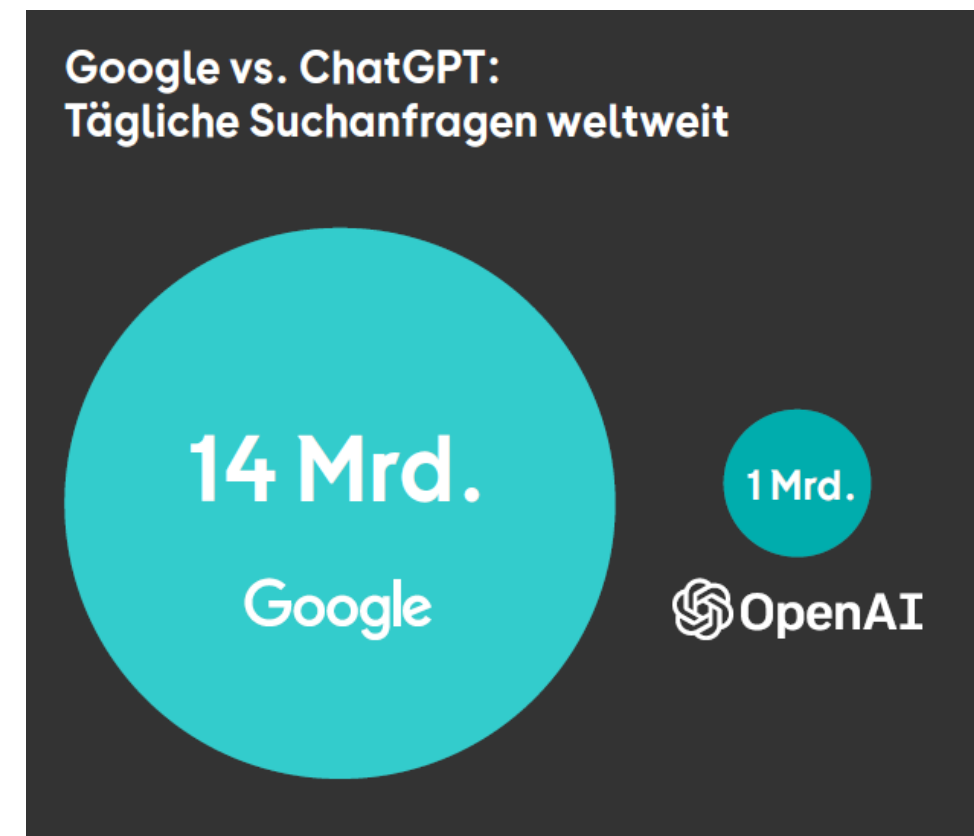
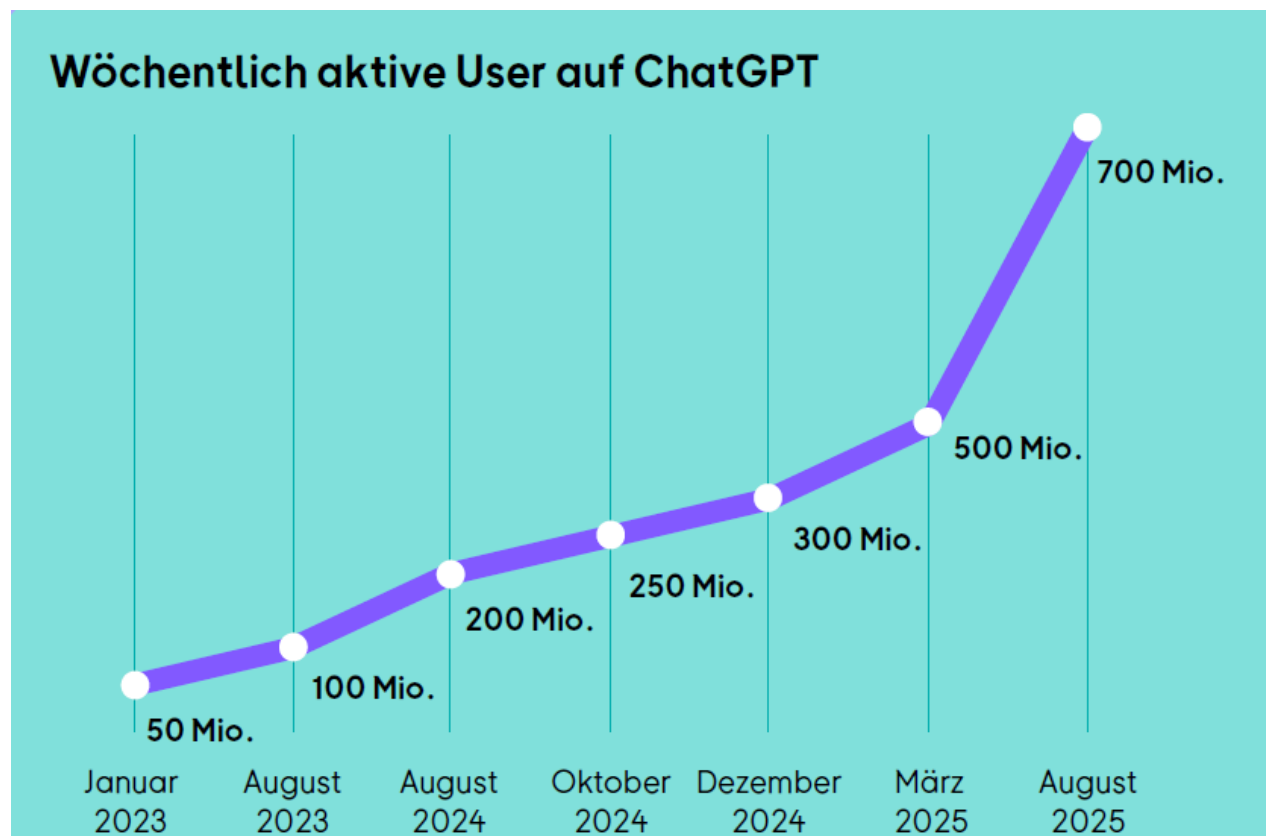
Marktanteile der (KI-)Suchen



Anteil der KI-Chatbots



KI-Suche in Zahlen





2

Sichtbarkeit in der KI-Suche

Verändertes Suchergebnisse

Google search results for "Urlaub Brandenburg". The search bar shows "Urlaub Brandenburg" with a microphone icon. Below the search bar are tabs for "Alle", "Bilder", "News", "Websites zu Orten", and "Orte". There are also filters for "Am See", "Kinder", "Jetzt geöffnet", and "See Bungalow". A location filter shows "Brandenburg · Region auswählen". The first result is "Reiseland Brandenburg" with the URL "https://www.reiseland-brandenburg.de". Below this is a description: "Erlebe einen Urlaub oder Ausflug in Brandenburg: 3000 Seen, TOP Wanderwege und ein perfektes Fahrradnetz sowie unberührte Natur, unweit von...". There are buttons for "Unterkünfte", "Unterkünfte & Angebote", and "Veranstalt". At the bottom, it says "Wird auch oft gesucht" and shows four small images: a map of Brandenburg, a church, a bridge, and a building.

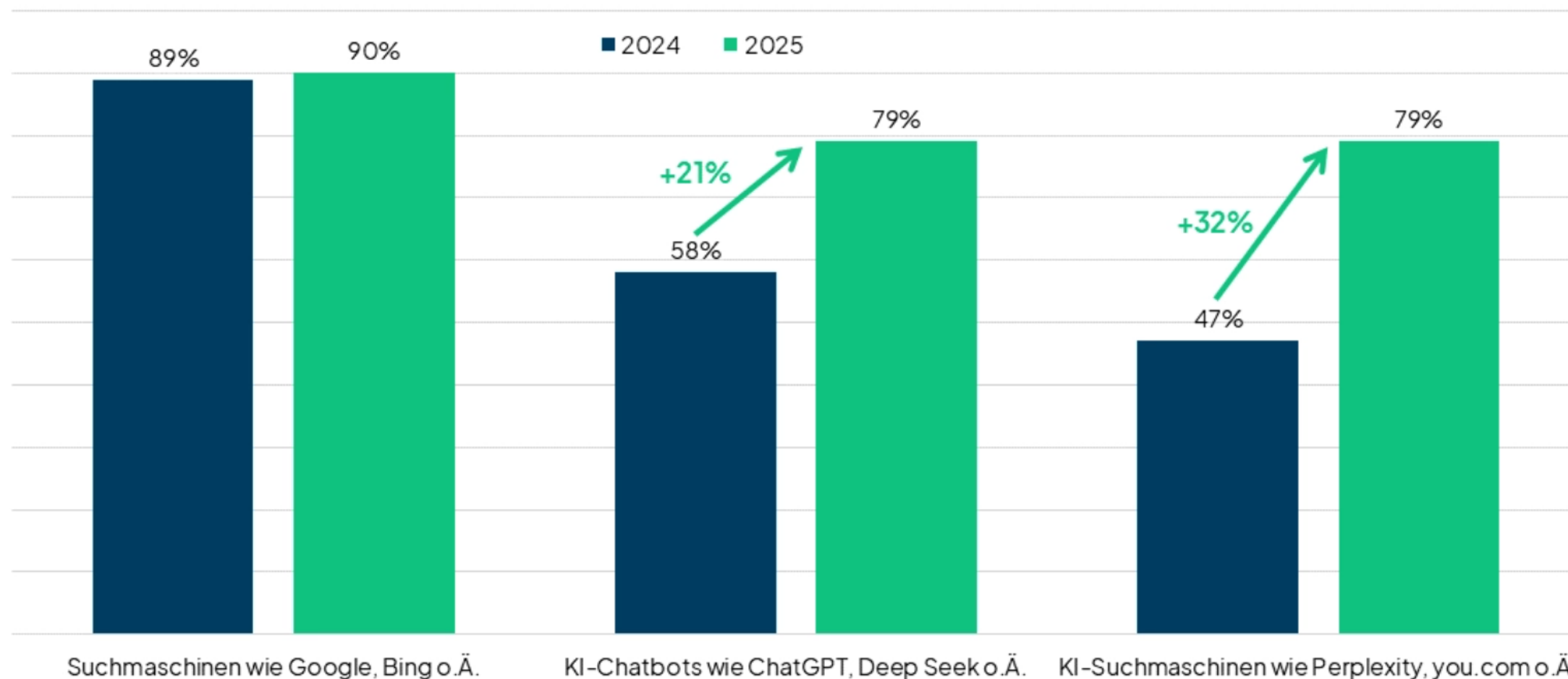
vs.

ChatGPT conversation. The user asks: "Wo lohnt sich ein Herbsturlaub mit Familie in Brandenburg?". The assistant responds: "Was ist auch besonders gut bei schlechtem Wetter geeignet?". The user then asks: "Erstelle mir eine kompletten Kurztrip für 3 Tage.". The assistant responds: "Sehr gerne 😊 – ich stelle dir einen **3-Tage-Kurztrip für eine Familie mit einem 5-jährigen Kind in Brandenburg im Herbst** zusammen. Ziel: eine gute Mischung aus Bewegung, Natur, Spiel & Kultur – und immer mit **Schlechtwetter-Optionen**."

vs.

Google search results for "Herbsturlaub Brandenburg". The search bar shows "Herbsturlaub Brandenburg" with a microphone icon. Below the search bar are tabs for "Alle", "Bilder", "Kurze Videos", "News", "Videos", and "We". There is a filter for "Übersicht mit KI" with a "fam" icon and "+7". The first result is a text snippet: "Für den Herbsturlaub mit Kindern in Brandenburg eignen sich der Kletterwald in Lübben, Karls Erlebnis-Dorf in Elstal, der Filmpark Babelsberg, der Spreeweltenbad in Lübbenau (mit Pinguinen) oder der Baumkronenpfad Beelitz. Auch die Naturparks und Seen laden zu Wanderungen und Fahrradtouren ein, während Museen wie das Naturkundemuseum Potsdam und historische Stätten wie das Mitmachmuseum NANO Abwechslung bieten. Für schlechtes Wetter gibt es Indoor-Spielplätze wie die Indoorspielplatz Rappelkiste in Brandenburg an der Havel." Below this is a link to "Outdoor-Aktivitäten für die ganze Familie" and a partially visible link "Natur und Tierwelt".

steigendes Vertrauen in KI-Systeme



KI-Suche ersetzt Google nicht, sondern erweitert die Suche

Eine Studie von Semrush hat das Klickverhalten von US Nutzern ausgewertet.

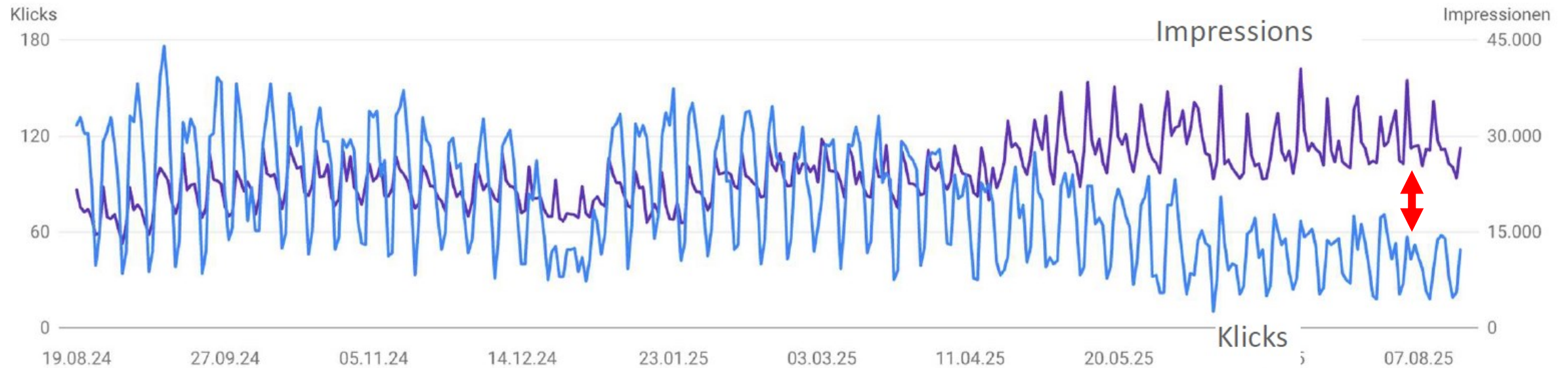
Ergebnis: Wer im ersten Quartal 2025 erstmals ChatGPT nutzte, suchte in den 90 Tagen danach nicht weniger bei Google.

Die Zahl der Google-Sessions blieb stabil.



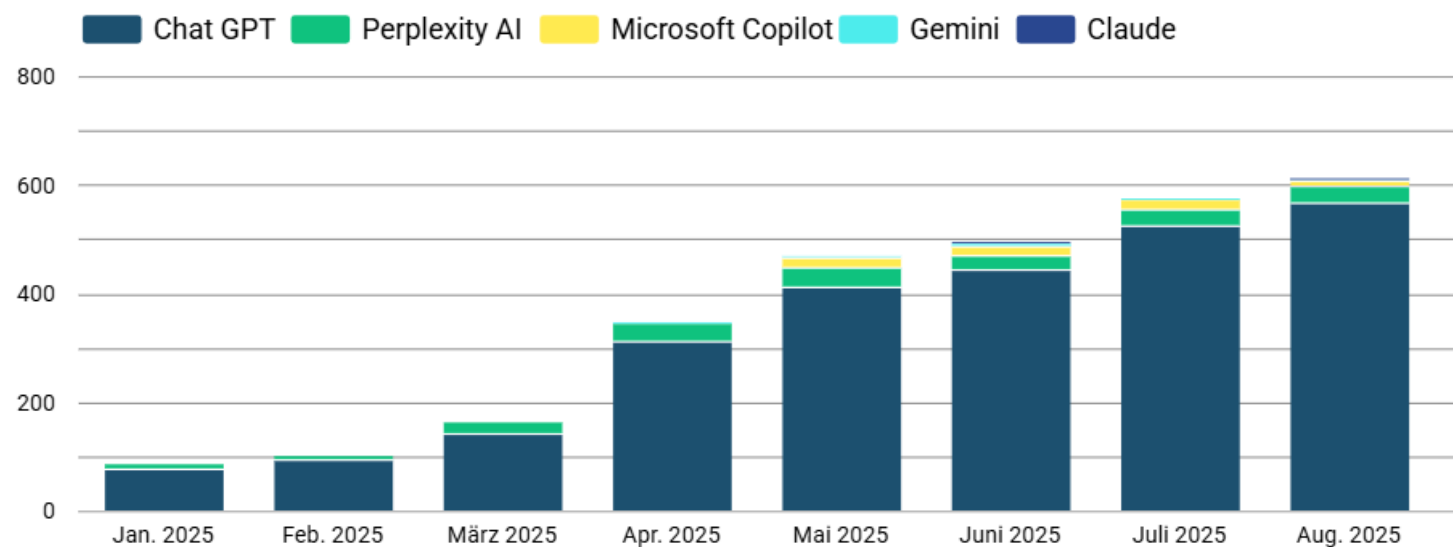
Von Google kommen aber weniger Klicks

brandenburg

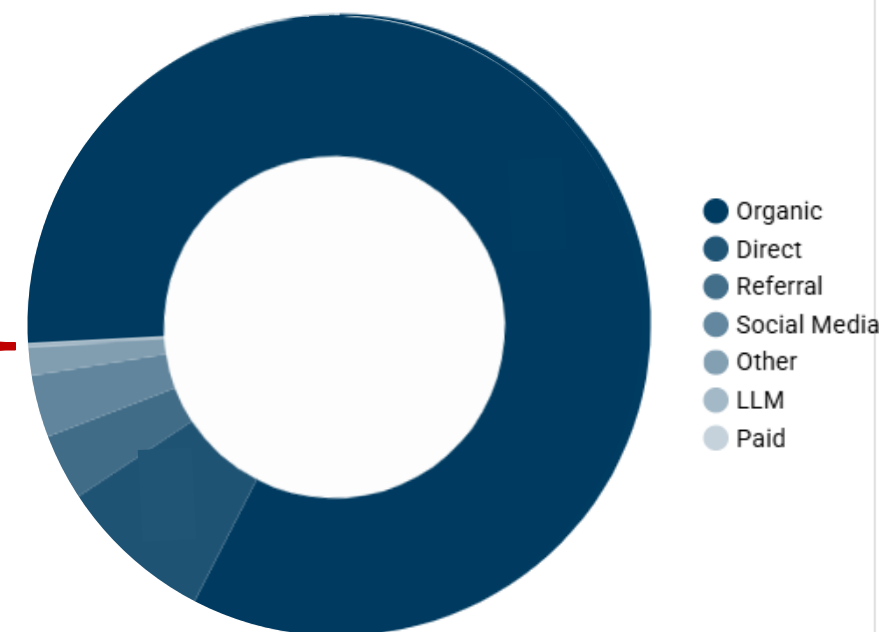


KI-Systeme ersetzen die Lücke im Traffic nicht

Entwicklung der Websitezugriffe von KI-Systemen



Quellenverteilung im August Gesamt



Die neue Customer Journey



Klassische Suche

Keine Zugriffe auf unseren Websites

Zugriffe auf unseren Websites

Mit KI-Suchen

Keine Zugriffe auf unseren Websites

Zugriffe auf unseren Websites

Mit erweiterten KI-Assistenten / Agenten

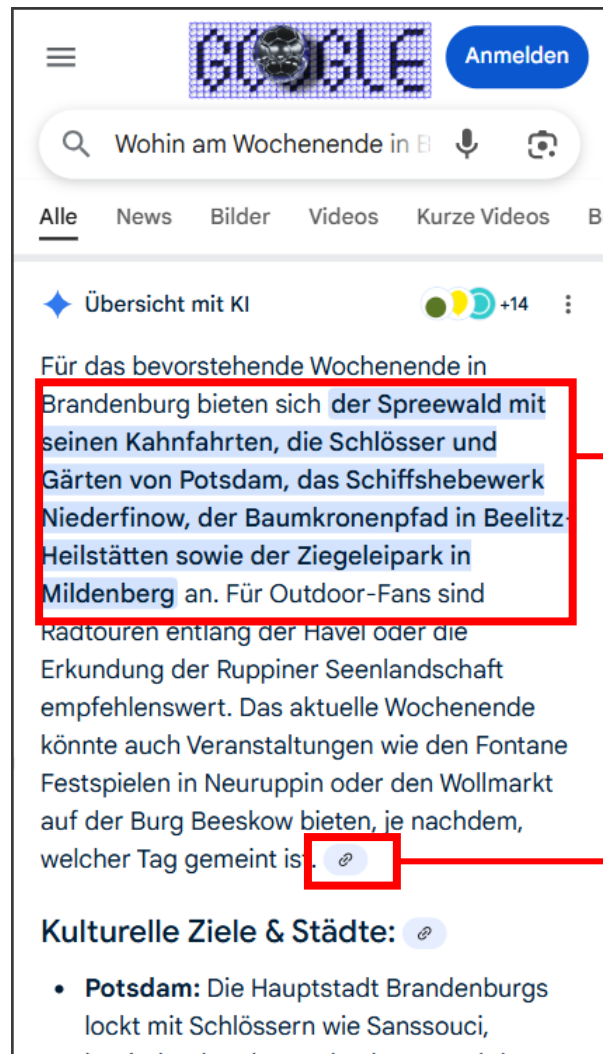
Keine Zugriffe auf unseren Websites

Zugriffe auf unseren Websites ?

3

Ziele von KI-SEO

Ziele von SEO in KI-Systemen



Brand Mentions:

Positive Nennung der Marke, des Unternehmens, der Produkte in den generierten KI-Antworten

Quellenreferenz / Citations:

Zitierung und Verlinkung eigener Inhalte als Quelle der KI-Antworten.

Ziele von SEO in KI-Systemen

Welche Location eignet sich zum Tagen im Berliner Umland?

Das Berliner Umland hat einige echt reizvolle Locations zum Tagen — je nachdem, wie weit außerhalb, wie viel Natur, wie luxuriös oder budgetfreundlich du es möchtest. Damit ich gezielter vorschlagen kann: Wie viele Teilnehmer, wie viel Budget, wie wichtig ist Nähe zu ÖPNV oder auto-Erreichbarkeit, und soll Übernachtung möglich sein? Vorab ein paar gute Optionen:

Gute Tagungslocations im Berliner Umland

Name	Vorteile / Besonderheiten	Kapazität / Ausstattung
Seehotel Zeuthen	Ruhige Lage direkt am See, viel Natur, gute Anbindung an Berlin (~ 35 Min zum Potsdamer Platz) gruener-ring.ber...	13 flexibel gestaltbare Veranstaltungsräume, größter Raum für ~ 288 Teilnehmer. gruener-ring.ber...
Hotel & Spa Sommerfeld	Am Beetzsee, „Tagen im Grünen“, modern eingerichtet, ruhig gelegen. tagen-im-gruen...	Für Meetings / Seminare von ca. 4 bis 100 Personen. tagen-im-gruen...

Marken- und Produkterwähnungen:

Die Nennung in KI-Antworten kann früh im Entscheidungsprozess beeinflussen, welche Anbieter, Leistungen in Betracht gezogen werden.

Quellenreferenz / Citations:

Zitierung und Verlinkung eigener Inhalte als Quelle der KI-Antworten.

Fokus:

Einfluss auf die Informationslandschaft, statt Rankings und Klicks.

4

Konkrete Maßnahmen

Inhalte für Menschen und Maschinen



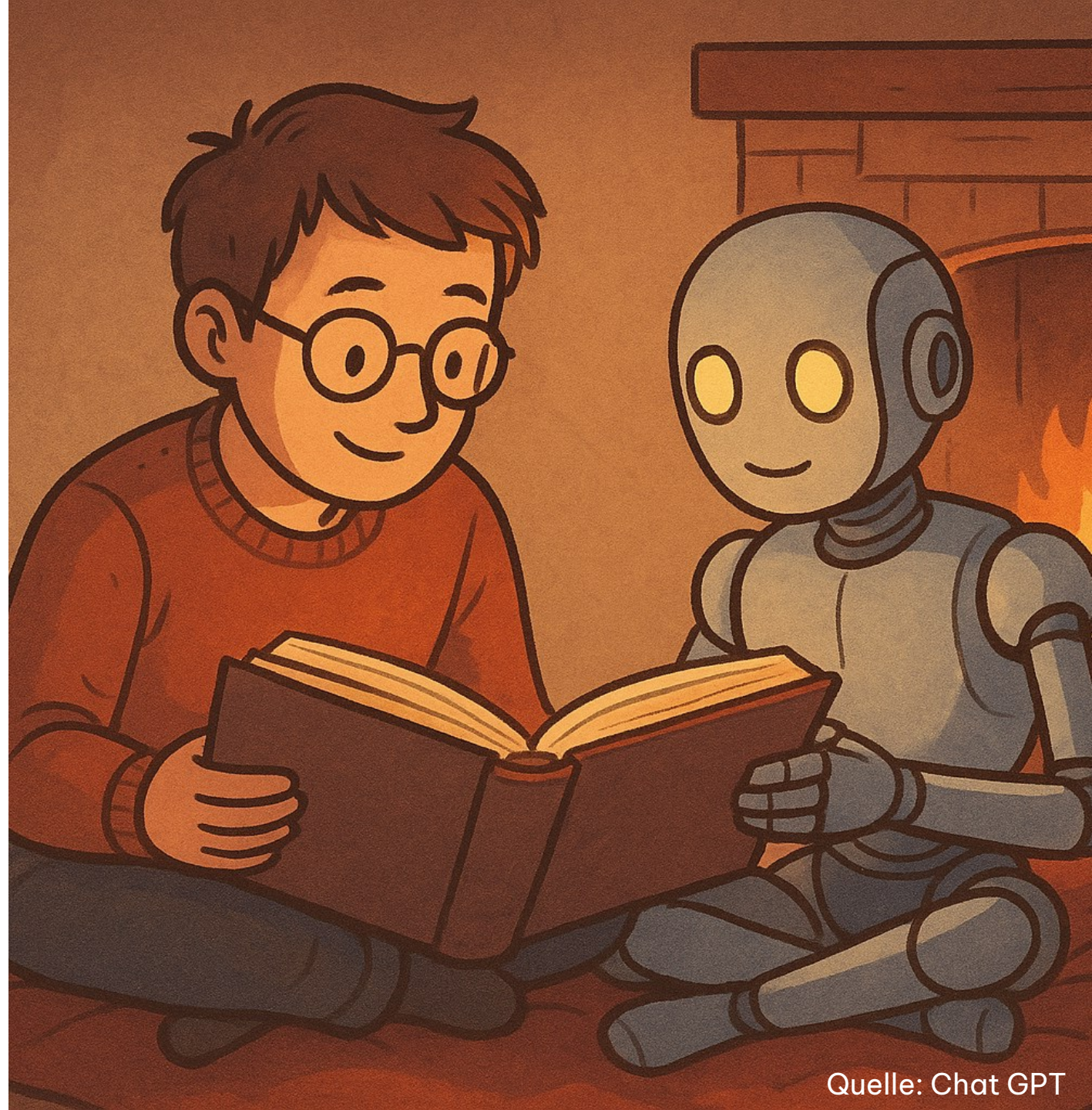
Digitale PR



Content



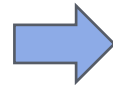
Technik



Inhalte für Menschen und Maschinen



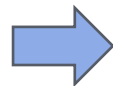
Digitale PR



Genannt werden



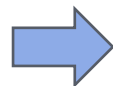
Content



Zitiert werden



Technik



Grundvoraussetzung

„traditionelles“ technisches SEO



Die Eintrittskarte in die KI-Suche

- **Snippets:** Titles, Meta Descriptions können den Ausschlag geben tiefer analysiert zu werden
- **Bilder und Videos beschreiben:** Medien mit Alt-Texten, Beschreibungen und Transkripten für KIs verständlich machen
- **Maschinenlesbarkeit mit strukturierten Daten:** Schema.org – Markup-Auszeichnungen erleichtern es KI-Suchen, wichtige Informationen zu extrahieren
- **Zugänglichkeit:** Zugriff für KI-Systeme durch robots.txt / lms.txt regeln, Sitemap aktuell halten
- **Technische Aspekte:** Performance (Ladezeit), Mobile-Optimierung, klare Überschriftenstruktur, saubere Seitenarchitektur

Basis für die Auffindbarkeit von KI-Systemen: Traditionelles SEO schafft die technischen Grundlagen für das Verständnis der Inhalte von KI-Systemen. Es bedeutet aber nicht automatisch die Sichtbarkeit in Antworten.

Contentdesign

Optimierung der Zitierfähigkeit

Sichtbarkeit in Suchmaschinen

Rankings in den ersten drei Suchergebnislisten erhöhen die Chance auf eine KI-Zitation

LLM-Lesbarkeit

Eindeutige Strukturierung und KI-freundliche Gestaltung des Contents für Sprachmodelle

Chunk-Relevanz

Relevante Aussage in kompakten, eigenständigen Abschnitten zur Kontextkompatibilität.

Autorität und Vertrauen

Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit der Inhalte (E-E-A-T)

Optimierung der Zitierfähigkeit

- **Natürliche Qualität:** klare einfache Sprache ohne Keyword-Stuffing, ein Gedanke pro Satz, Menschliche und KI-Inhalte sinnvoll kombinieren, wichtige Begriffe eindeutig benennen
- **Strukturierung:** Überschriften-Hierarchien, Absätze, Listen, Tabellen, FAQ-Bereiche, Hervorhebungen,
- **Nutzerintention:** klare Adressierung typischer Fragen und Suchintentionen, Headlines auf typische Prompts abstimmen, Content für plattformübergreifende Nutzung optimieren
- **Informationshierarchie:** Wichtige Aussagen / Antworten zuerst, logische Reihenfolge aus Zusammenfassung > Detaillierte Erklärung > Unterstützende Belege > Zusätzlicher Kontext
- **Kontextmanagement:** hohe Informationsdichte aber gut lesbar, Zu wenig Kontext = fehlende Informationen, Zu viel Kontext = Verwässerung wichtiger Fakten, „verlorene Mitte“ vermeiden
- **Aktualität & Multimedia:** Zeitstempel bei Inhalten zur Signalisierung der Aktualität, verschiedene Medienformate nutzen, YouTube-Präsenz stärken, Videos mit Transkripten

Optimierung der Zitierfähigkeit

- **Ein klarer Gedanke pro Abschnitt:** prägnante Info-Nuggets und thematische Cluster
Jeder Absatz behandelt nur ein Thema.
- **Thematische Geschlossenheit:** kein Sprung in neuen Themen
- **W-Fragen als Überschriften:** „Welche Radwege eignen sich für Familien?“
- **Segmente (Sätze / Klauseln) klar erkennbar machen**
Beispiel: semantische Marker wie „Zum Beispiel“, „Ein weiterer Vorteil“ nutzen
- **Headline und Inhalt müssen zusammenpassen**

Optimierung von Autorität und Vertrauen nach E-E-A-T

Vertrauenswürdigkeit

Wie glaubwürdig ist die Quelle?

- ❖ AutorInnen und Profil
- ❖ Konsistente Qualität
 - ❖ Vertrauensumfeld
- ❖ Verlinkung / Nennung mit starken Marken

Autorität

Wie anerkannt ist die Marke im Thema?

- ❖ Erwähnungen in renommierten Medien
- ❖ Präsenz in autoritativen Datenbanken
 - ❖ Zitate durch andere Quellen
- ❖ Branchenpreise und Auszeichnungen
- ❖ Starke Backlinks bzw. Empfehlungen

Expertise

Wie fundiert ist das Fachwissen?

- ❖ tiefe, gut strukturierte Inhalte
 - ❖ Themenführerschaft
- ❖ Spezialisierung auf Themenbereiche

Relevanz

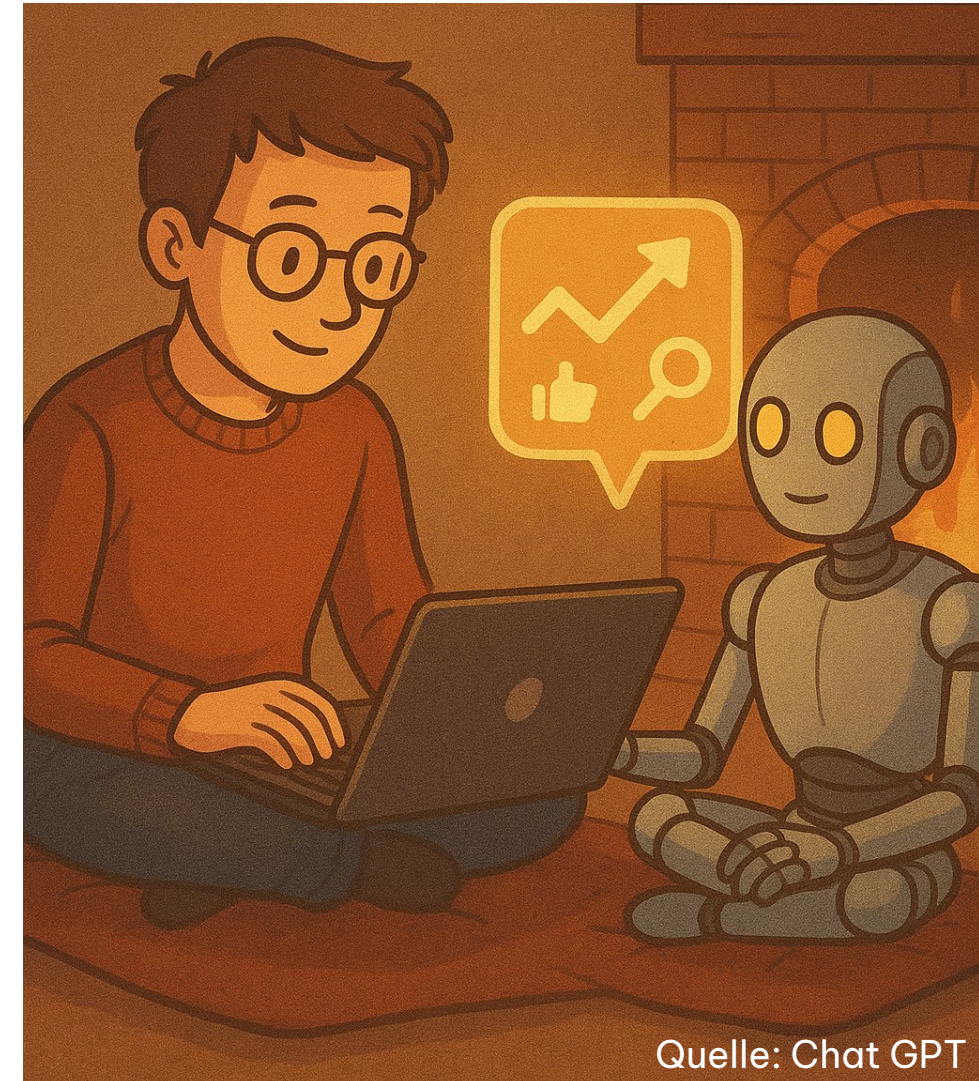
Wie gut passt der Content zur Nutzerfrage?

- ❖ Hohe inhaltliche Passgenauigkeit
 - ❖ Aktualität der Inhalte
- ❖ Positive Nutzersignale (z.B. Verweildauer)
 - ❖ Kontextnahe Inhaltsnutzung
- ❖ Beitrag zum thematischen Content-Pool

Digitale Reputation

Optimierung der Markensichtbarkeit

- **Präsenz in High-Authority-Publikationen:** Erwähnungen und Beiträge in Branchenpublikationen
- **Listicles und Rankings anvisieren:** Erwähnungen in „Best of“-Listen und Produktvergleichen
- **Q&A Plattformen:** Teilnahme auf Reddit, Quora, u.a.
- **Bewertungen und User Generated Content sammeln**
- **Backlinks und Erwähnungen aufbauen**
- **Marken-Attribut-Verknüpfung:** Auftritt der Marke mit ihren Eigenschaften und USPs optimieren, konsistente Natural-Language-Processing gerechte Beschreibung auf allen Kanälen



Quelle: Chat GPT



5

Zusammenfassung

Konsistente Informationen in allen Kanälen



Suchmaschinen + KI Chatbots + Social Search

1

**Traditionelle
Suchmaschinen-
sichtbarkeit**

2

**Sichtbarkeit in KI
Chatbots und
Assistenten**

3

**(Marken)content
Kanalüber-
greifend
orchestrieren**

4

**Social Media
Inhalte mit
Informations-
wert**

branden
burg

**Vielen Dank für den
Austausch**



brandenburg

Kontakt

Marcel Tischer
Teamleiter Digitales Management
[marcel.tischer@reiseland-
brandenburg.de](mailto:marcel.tischer@reiseland-brandenburg.de)
[linkedin.com/in/marcel-tischer/](https://www.linkedin.com/in/marcel-tischer/)