

Sichtbarkeit im Zeitalter von GenAI

1. GenAI verändert Suchverhalten

Immer mehr Nutzer starten ihre Suche in GenAI-Tools wie ChatGPT. Besonders in der Informations- und Vergleichsphase werden Antworten direkt aus KI-Systemen erwartet — und weniger über klassische Suchklicks.

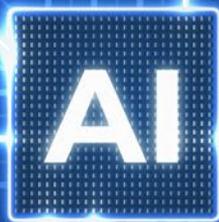


2. AI Overviews bei Google

Mit den AI Overviews zeigt Google häufig bereits die Antwort im Suchergebnis — ohne dass Nutzer klicken müssen. Unternehmen müssen lernen, Inhalte so zu gestalten, dass sie dennoch sichtbar bleiben und Vertrauen schaffen.

3. Sichtbarkeit in GenAI steigern

Inhalte, die gut strukturiert, autoritativ und verständlich sind, haben grössere Chancen, in KI-Antworten oder AI Overviews zu erscheinen. FAQ-Seiten, How-to-Content und semantische Klarheit zahlen direkt darauf ein.



4. Google bleibt weiterhin zentral

Trotz AI bleibt Google für viele Suchanfragen, insbesondere bei konkreten Käufen und lokalen Themen, der wichtigste Kanal. Vertrauenswürdige Portale und gut optimierte klassische SEO-Inhalte bleiben weiterhin unverzichtbar.

Fazit: GenAI und Google entwickeln sich parallel —

wer frühzeitig Inhalte und Technik darauf ausrichtet, sichert sich nachhaltige Sichtbarkeit und Reichweite.



5. Handlungsempfehlungen

Unternehmen sollten Inhalte konsequent auf die veränderte Suche ausrichten: Fragen präzise beantworten, strukturierte Daten einsetzen, Autorität stärken und das Nutzerverhalten kanalübergreifend beobachten.

mediaschneider



Haben Sie Fragen? Bitte kontaktieren Sie uns:

info@mediaschneider.com | +41 44 387 52 72