

Von SEO zu GEO: Die Zukunft der Suchoptimierung

 von Stefan von Gagern





Accenture

<https://www.accenture.com> › ai-artificial-intelligence-index

KI-Beratung für Unternehmen

Warum künstliche Intelligenz? Unsere KI-Beratung sorgt unter anderem für Datenanalysen in Ihrem Unternehmen. Mehr erfahren.



KI-Beratung-Deutschland

<https://ki-beratung-deutschland.de>

Ki-Agentur Ki-Beratung Deutschland Ki-Lösungen u

Profitieren Sie von unserer Expertise in KI-Beratung, Training, MVP-Entwicklung. Wir steigern Ihre Effizienz und fördern ...



valantic

<https://www.valantic.com> › kuenstliche-intelligenz-ki-b...

KI-Beratung – Künstliche Intelligenz optimal nutzen

Eine valide KI-Strategie generiert heute schon konkrete Business-Mehrwert. valantic Künstliche Intelligenz jetzt optimal nutzen!



Fraunhofer-Gesellschaft

<https://www.iais.fraunhofer.de> › leistungsportfolio

Unsere Leistungen für alle Branchen: Von KI bis Nach

Der erste Schritt: Wir beraten Sie zu Künstlicher Intelligenz (KI), Digitalisierung. Identifizieren Sie mit uns Use Cases und wir planen ...



statworx

<https://www.statworx.com> › data-science-und-ki-beratung

KI-Beratung (AI Consulting) für Ihr Unternehmen

Als führendes Unternehmen für KI-Beratung unterstützen wir Organisationen bei der Identifikation geeigneter Anwendungsgebiete, ...

Wann hast du das letzte mal gegoogelt?

30 Jahre altes Prinzip:

Suchbegriff > Liste von Links >

Seiten besuchen > Antwort oder Lösung finden

Lohnt sich das neue iPhone

Ob es sich *lohnt*, auf das neue iPhone 17 umzusteigen, hängt stark davon ab, welches Modell du aktuell nutzt und welche Features dir wichtig sind. Hier ist eine Übersicht der wichtigsten Neuerungen – und in welchen Fällen ein Upgrade Sinn macht:

Was ist neu am iPhone 17?

1. ProMotion-Display (bis 120 Hz)

Das normale iPhone 17 bekommt erstmals ein adaptives 120 Hz-Display – flüssigeres Scrollen, reaktionsschneller für Spiele und Animationen. The Times of India +1

2. Always-on-Display

Informationen wie Uhrzeit, Widgets bleiben sichtbar, auch wenn das Display gesperrt ist. Macwelt

3. Helleres Display (Outdoor)

Spitzenhelligkeit im Freien steigt auf ca. 3 000 Nits – deutlich besser ablesbar bei Sonnenlicht. Golem Ratgeber +1

4. Kamerasystem

- **Haupt- & Ultraweitwinkelkamera:** 48 MP "Dual Fusion" – statt 12 MP beim Ultraweitwinkel iPhone 16. Verbesserte Bildqualität bei Weitwinkelaufnahmen. Golem Ratgeber +1
- **Frontkamera:** 18 MP mit Center Stage – bessere Selfies, auch in Gruppen. Golem Ratgeber +1
- **Video:** 4K bei 60 fps, simultane Front-/Rückkamera-Recordings ("Dual Capture"). Apple

5. Leistung und Akku

- **Neuer A19-Chip:** bis zu ca. 50 % schneller als der A16. Apple +1
- **Akku:** Bis zu 30 h Videowiedergabe (Standard-Modell), iPhone Air: ca. 27 h. Golem Ratgeber +2

6. Schnelleres Laden

Bis zu 40 W USB-C-Laden → ca. 50 % Akku in 20 Minuten. Golem Ratgeber +1

7. Robusteres Glas

Ceramic Shield 2 mit dreimal besserer Kratzfestigkeit an der Vorderseite. Apple

8. Netzwerk-Technik

Apple setzt erstmals auf den eigenen *N1-Chip* für Wi-Fi, Bluetooth & Thread sowie den neuen 5G Modem *C1X*. The Verge

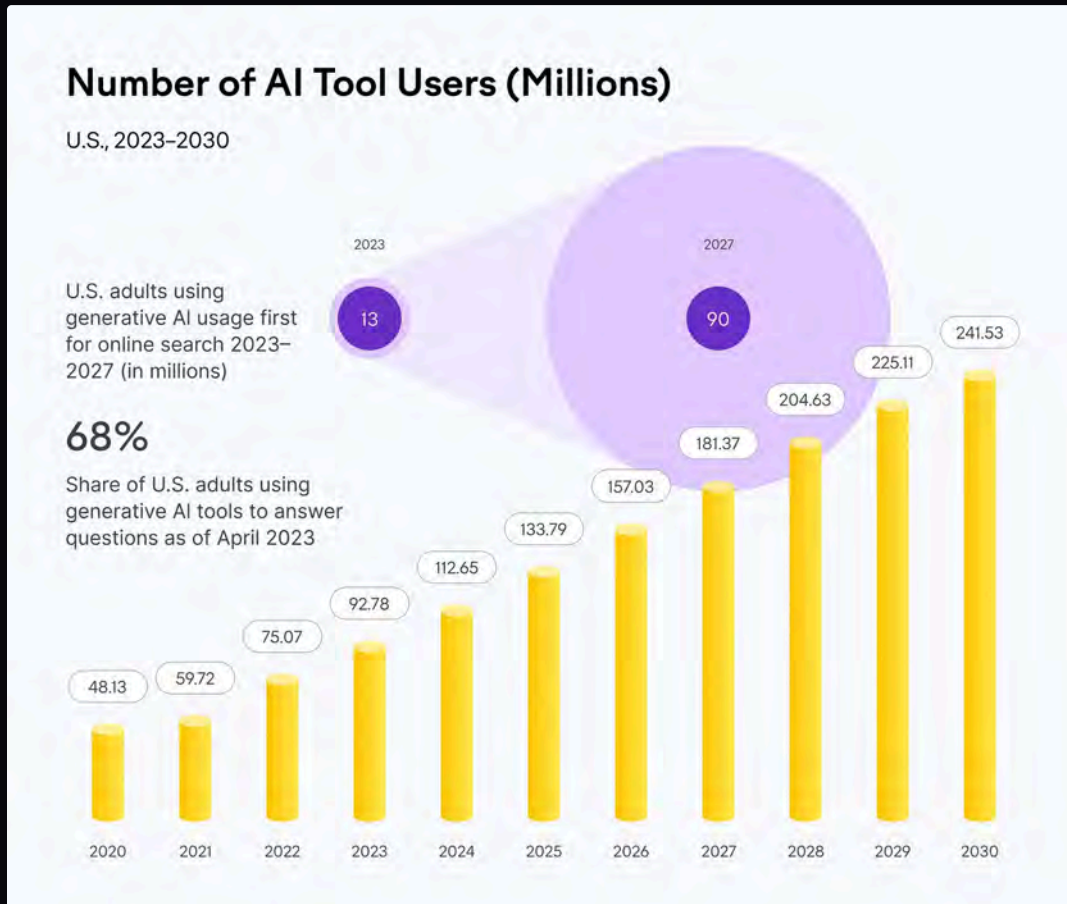
9. Grundzubehör & Design

- Dünnere Rahmen und konturierteres Design. Apple +1
- Mindestspeicher steigt auf **256 GB** (kein 128 GB mehr). Wikipedia

...oder fragst du schon?

Neu: Frage direkt in ChatGPT stellen > Antwort bekommen

KI-Suche: Der neue Standard



USA KI-Suchnutzer:

13 Millionen (2023)

90 Millionen (bis 2027)

= 7x in nur wenigen Jahren.

*Quelle: Semrush AI Search Report 2024

ChatGPT, bereits unter den Top 5 Websites weltweit, erlebt **explosives Wachstum:**

- **Dez. 2024: 300 Mio. Nutzer**
- **Aug. 2025: 800 Mio. Nutzer**
- **Jahresende 2025: 1 Mrd. Nutzer**

Quelle: Semrush

"Da generative KI zur bevorzugten Quelle für die Online-Suche wird, müssen Marketer ihre SEO- und Content-Strategien entsprechend anpassen." – Semrush

Für wen lohnt sich das iPhone17 am meisten?

Perplexity Bilder Quellen · 20 Schritte

IT-Onlineportal von IT Ma...

Apple Event: So sieht das neue iPhone 17 aus

Janado

Lohnt sich das iPhone 16 oder lieber zum iPhone 17...

COMPUTEC MEDIA G...

iPhone 17 vs. iPhone 16 - Alle Modelle im Vergleich

Apple (Deutschland)

iPhone 17 - Technische Daten

KI steht bei komplexen Fragen Rede und Antwort

Suche einer Dienstleistung, Produkt, Software, Business Partner, Lösung für ein Problem...

- Direkte Antworten von Experten, Vergleiche
- Direkte Beratung, Nachfragen möglich
- Spart langwierige Recherche
- Löst fast jedes Problem in Minuten



ical mit google kalender synchronisieren



Alle

Videos

Bilder

Kurze Videos

News

Bücher

Web

Mehr ▾

Suchfilter ▾

◆ Übersicht mit KI

Um iCal mit Google Kalender zu synchronisieren, fügen Sie die iCal-Adresse (URL) in den Google Kalender im Webbrowser ein, indem Sie im linken Menü auf das Pluszeichen neben "Weitere Kalender" klicken und "Über URL

Apple und Google Kalender synchronisieren - Apple Community

Selbst Google liefert direkte Antworten

zahlreiche Content-Projekte für bekannte Unternehmen wie Adobe, Amazon, PayPal, Sage oder OMR umgesetzt. [linkedin +4](#)

Beruflicher Hir

- Stefan von G
im Content M

Quellen • 5

-  Stefan von Gagern – KI + Conten... de.linkedin
-  Stefan von Gagern stefanvongagern

ng von künstlicher Intelligenz
Effizienzsteigerung.

Problem: Zero click, zero traffic

- Zero-Click-Suchen (das Besuchen und Lesen der Seiten fällt weg)
- Bei Perplexity und ChatGPT tauchen Seitenbetreiber nur noch als Quelle auf - **die wenigsten klicken darauf (nur 4-5%)***
- 90% verlassen sich auf die KI-Antwort

Quelle: *arcintermedia

Unsichtbarkeit oder falsche Sichtbarkeit

- Wenn ich **gar nicht** in einer solchen KI-Suche auftauche
- Wenn ich nicht **mit den richtigen Quellen** auftauche
- Wenn ich **nicht mit der richtigen oder veralteten Botschaft** auftauche

"Being ignored by AI is like being on page 5 of a Google SERP in the old days." Jakob Nielsen, Usability Pioneer

Kurzer Selbsttest

Stefan von Gagern

Perplexity Bilder Quellen · 10 Schritte

AdobePortfolio
Stefan von Gagern

linkedin
Stefan von Gagern – KI +
Content ...

digitalbash.de
Stefan von Gagern

Wuv
Stefan von Gagern



Stefan von Gagern ist ein deutscher KI- und Content-Consultant, Speaker, Tech-Journalist und B2B-Copywriter mit über 15 Jahren Erfahrung in Content-Marketing sowie mehr als 20 Jahren im Tech-Journalismus. [stefanvongagern +2](#)

Tätigkeitsbereiche und Spezialisierungen

- Schwerpunkte sind **Künstliche Intelligenz**, Content-Strategie, Copywriting, LinkedIn Ghostwriting und die praxisorientierte Anwendung moderner KI-Tools im Marketing. [linkedin +2](#)
- Er unterstützt Unternehmen und Einzelpersonen beim Aufbau von KI-Kompetenzen, gibt Schulungen, berät zu Content-Marketing-Strategien und hilft, komplexe Technologien leicht verständlich zu vermitteln. [digitalbash +1](#)
- Zu seinen Kunden zählen namhafte Brands wie **Adobe, Amazon, PayPal, Sage, Salesforce** und OMR. [omr +2](#)

Medienpräsenz und Publikationen

- Stefan von Gagern ist als Speaker auf Events wie Digital Bash aktiv und betreibt auch einen eigenen Podcast („Taking Care of Content“). [video.jom-group +1](#)
- Als Autor und Journalist hat er für Medien wie T3N, W&V, Netzpiloten, MacLife sowie das OMR Magazin geschrieben. [wuv +3](#)
- Seine Themen umfassen Digitalisierung, Kreativität, Cloud, SaaS, Marketing-Automation, Publishing, Social Media und digitale Gadgets. [netzpiloten +2](#)

Auszeichnungen und Kundenfeedback

- Als **Coach und Berater** ist er bekannt für klar verständliche, fachlich fundierte und auf die Zielgruppe zugeschnittene Inhalte. [stefanvongagern +1](#)

Redaktionelle Expertise + KI + Content + GEO -Expertise

Stefan von Gagern

- ✓ **20 Jahre Tech-Journalist:** T3N WuV OMR Reviews
- ✓ Erfahrung in Webdesign, Usability, SEO, CX, E-Commerce
- ✓ **15 Jahre Copywriter / Content Strategie / PR** für Unternehmen
- ✓ **5 Jahre LinkedIn Ghostwriter** für CEOs / Vertriebsteams / Marketing Teams
- ✓ **2 Jahre KI + Content Consultant**, über 50 Bootcamps in 5 Ländern
- ✓ **2 Jahre Leiter der Contentbird KI Content Akademie**
- ✓ **KI-Sprechstunden für Executives**

Kunden: Adobe, Amazon, BMW, Paypal, Sage, Salesforce, Ionos

Über 7.500 Follower auf LinkedIn

www.stefanvongagern.com





Was ist Generative Engine Optimization (GEO) ?

"Generative Engine Optimization is the way for your company to be seen in the age of AI."
Jakob Nielsen

- **AEO (Answer Engine Optimization)** – Fokus auf direkte Antworten, z. B. Snippets
- **(G)AIO ((Generative) – AI Optimization oder Google AI Overviews)**
- **CEO (Chat Engine Optimization)** – Optimierung für Chatbots
- **LLMO (Large Language Model Optimization)** – Technische Sicht auf LLMs

👉 **GEO (Generative Engine Optimization)** ist alles zusammen.



Mindset: GEO vs. traditionelles SEO

SEO = Keywords first

- Zielt auf traditionelle Suchmaschinen
- **Rankt Webseiten in Suchergebnissen**
- Nutzer klicken auf Webseiten
- **Fokus: Keywords, Backlinks**

Eigene Website: Onpage, Technisches SEO, Content.

GEO = Answers first

- Zielt auf **KI-Suchmaschinen**
- **Generiert direkte Antworten mit Quellenangaben**
- Nutzer erhalten Zusammenfassungen
- **Fokus: Kontext, Autorität, strukturierte Daten**

Überall: Foren, Communities, Social Media - der komplette Auftritt im Web.



Was mögen die KI-Suchmaschinen?

Zauberformel: Relevanz + Expertise + Zugänglichkeit

- Je besser (vertrauenswürdiger) die Quellen , desto besser sind die Antworten.
- **Google:** Indexierung nach Keywords
- **KI-Suchmaschinen: Synthese, bauen nach Kontext** passende Antworten, mögen schnelle und starke Antworten



**QUALITY
CONTENT**

**CREATE HELPCUL,
RELEVANT, AND
ENGAGING
INFORMATION!**

Was ist Quality Content?

1 E-E-A-T Prinzipien sind entscheidend

Erfahrung, Expertise, Autorität und Vertrauenswürdigkeit (Trust) sind der Schlüssel.

2 Qualität vor Quantität

Fundierte Inhalte werden belohnt, Massenproduktion ignoriert.

3 Hoher Ressourcenbedarf

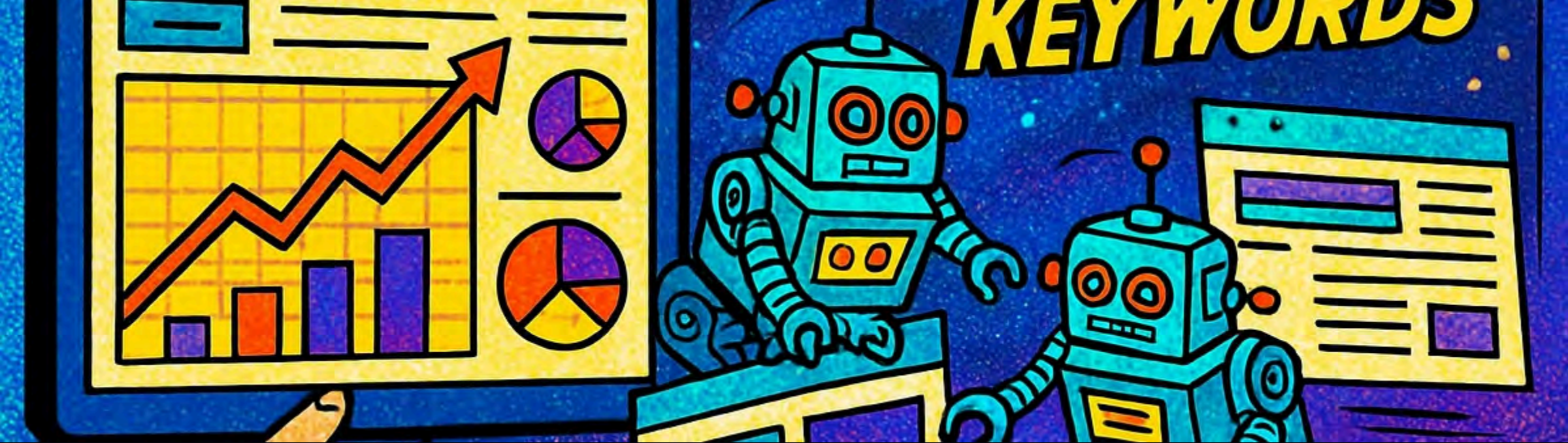
Qualitative Inhalte sind kein "Ein Prompt und Fertig".



Wer kann GEO?

Es ist ein **Mix aus 5 Disziplinen:**

- Content-Strategie
- Technik
- Redaktionelles Denken
- Content-Optimierung
- KI-Verständnis, SEO-Verständnis



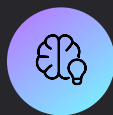
GEO als Business-Motor

Von "Klick is King" zu "Mentions are Money"



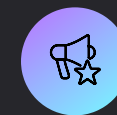
Wettbewerbsvorteil

Große Wirkung schnell und auch ohne riesige Budgets möglich (im Vergleich zu klassischer Werbung)



Thought Leadership

Mehr Fachwissen = mehr Sichtbarkeit.



Maximale Zielgruppe

Statt Pressemeldung >

Journalisten > Zielgruppe.

Direkter Dialog mit der Zielgruppe = weltweit.

GEO & PR: ein ideales Team

Generative Engine Optimization (GEO) und Public Relations (PR) ergänzen sich perfekt!



Zitierfähigkeit & Storytelling

PR schafft Relevanz, GEO sorgt für KI-Zitate.



Reputation & Vertrauen

PR fördert Vertrauen, KI priorisiert anerkannte Marken.



Content-Strategie

PR liefert Themen, GEO integriert strukturierte Inhalte.



Thought Leadership

PR etabliert Themenführerschaft, stärkt GEO-Daten für KI.



Monitoring & Issues Management

KI-Monitoring durch PR erkennt Trends und Risiken.

Stolpersteine und Fails



Redaktionelles Denken fehlt

Mangelnde redaktionelle Fähigkeiten verhindern, dass Inhalte von KIs als vertrauenswürdig erkannt werden.



Viel hilft viel

Ausschließlich KI-generierte Inhalte ohne redaktionelle Überarbeitung sind oft oberflächlich und werden abgewertet.



Mangelnde KI-Kompetenz

Ohne Verständnis der KI-Suchmaschinen können Inhalte nicht optimal aufbereitet werden.



GEO ist NICHT SEO

Reine Keyword-Optimierung oder technische Tricks sind im GEO-Zeitalter unzureichend.



Einmalige Aktion

GEO-Optimierung wird fälschlicherweise als einmalige Aktion statt als ganzheitliche Strategie betrachtet.

GEO ist nicht DIY und keine Einheitslösung

Generative Engine Optimization (GEO) ist komplex und erfordert einen strategischen, maßgeschneiderten Ansatz.

Individuelle Beratung

GEO erfordert maßgeschneiderte Ansätze für Markenauftritte.

Erfahrung und Expertise

Der Erfolg bei GEO hängt stark von fundiertem Wissen über **Content und viele Nebenschauplätze** ab:

- Customer Experience
- Thought Leadership
- Personal Branding
- Webdesign, UX Design
-

Dies erfordert Spezialisten.

Umfassende Content-Strategie auf vielen Plattformen

Eine durchdachte Content-Strategie, die auf **Vertrauen, Autorität und Relevanz** abzielt, ist unerlässlich, um von KI-Suchmaschinen priorisiert zu werden.



3 Zielgruppen, 3 Herausforderungen bei GEO

- **Google:** Klassisches SEO ist immer noch relevant
- **Menschen:** Menschen wollen auch noch Seiten besuchen
- **KI-Suchmaschinen:** Brands brauchen Sichtbarkeit in KI-Suchmaschinen

7 bewährte GEO Strategien

1

Mehr Struktur, weniger Chaos

2

Weniger Blabla, mehr Klarheit

3

Mehr Original, weniger Mee-Too

4

Show, don't tell

5

Mehr User, weniger ich

6

Weniger alt, mehr neu

7

Mehr Beratung, weniger Verkaufen

Werben ohne zu Werben

Erfolg in GEO hängt von **echter redaktioneller Expertise** ab.

- tiefgreifendes Wissen
- sorgfältige Recherche
- wertvolle, hilfreiche Inhalte
- weniger verkaufen, mehr beraten

denen KI vertraut und die sie zitiert (und von Menschen gelesen wird).

Diese Fähigkeit stellt sicher, dass Content sowohl **bei Menschen als auch bei KI-Engines** gleichermaßen Anklang finden.

Problem: Viele Inhalte sind aber immwer noch werblich.





Messbare Ergebnisse

40%

Erhöhte Sichtbarkeit

innerhalb kurzer Zeit* (wenige Wochen bis Monate)

[arXiv-Paper von 2023](#)



Kein Hype, kein Trend, kein Zukunftsthema

*"Brands ohne GEO verlieren täglich Umsatz"**

*Jakob Nielsen, Usability Experte

- 👉 Das **reine Keyword-getriebene SEO** verliert in der Ära der generativen KI rapide an Bedeutung.
- 👉 Transformation von **keyword-zentrierten Strategien zu kontextreichen, autoritativen Inhalten**
- 👉 **GEO ist Überlebensstrategie – hier und jetzt.**

Lass uns jetzt starten 🚀

Kostenloser GEO-Check:
Was könnte GEO für deine Kunden und Marken tun?

Bonus:

Die ersten 10 Anfragen bekommen einen kostenfreien **GEO-Strategie Call** mit ersten GEO-Hebeln für deine Marke.



Jetzt buchen:

[Bit.ly/geo-check](https://bit.ly/geo-check)

