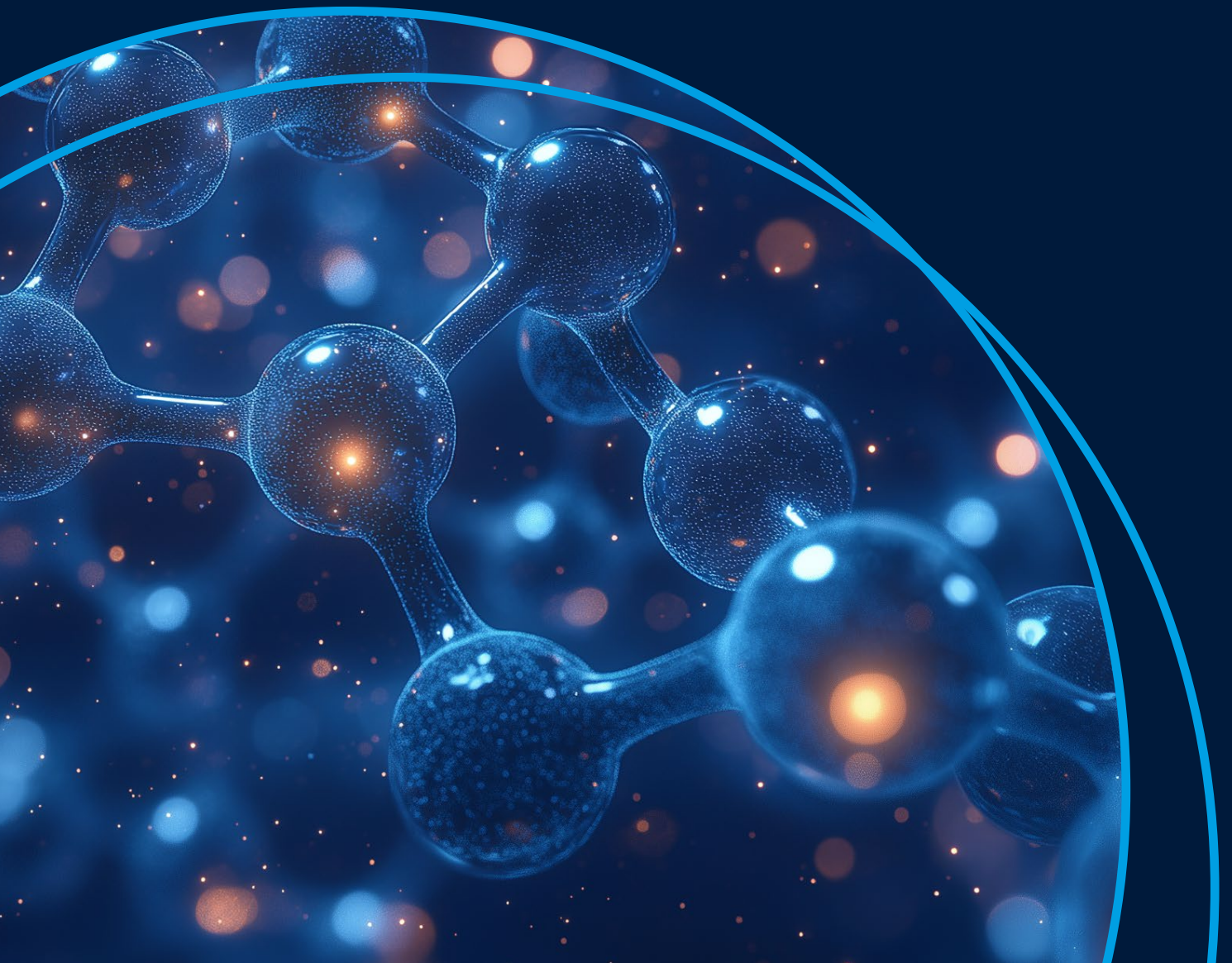


SEO & GEO **im B2B-Marketing** Executive Summary



Inhalt

Executive Summary

Ausgangssituation – Warum klassische SEO allein nicht mehr reicht

Die neue Realität – wie KI-Suchsysteme das Nutzerverhalten verändern

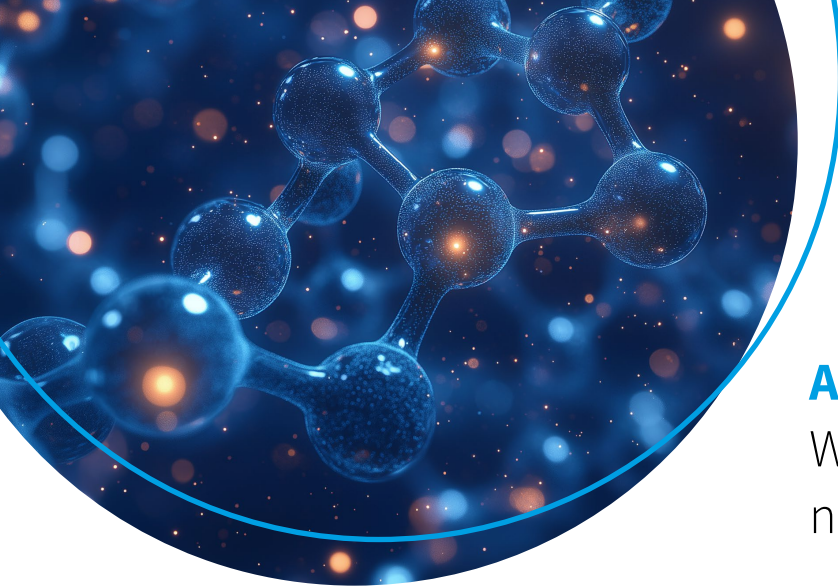
Lösung – SEO & GEO als strategisches Sichtbarkeitssystem

Die 5 Faktoren – für Sichtbarkeit in KI-Suchsystemen

Vorteile & Nutzen – SEO & GEO auf einen Blick

Zukunftsthese – Warum B2B-Suchanfragen bald nicht mehr bei Google beginnen

Wer wir sind



Executive Summary

Die Art, wie Menschen Informationen suchen, verändert sich grundlegend.

KI-Systeme wie ChatGPT, Perplexity, Gemini oder Googles AI Overviews liefern detailgenaue Antworten und nicht mehr nur Links, die vermeintlich zur richtigen Webseite führen.

Für Unternehmen bedeutet das eine neue Realität:

Sichtbarkeit entsteht nicht mehr ausschließlich durch klassische Suchmaschinenoptimierung (SEO). Sie entsteht dort, wo KI-Systeme Informationen finden, verstehen und als vertrauenswürdig bewerten.

Damit verändern sich auch die Spielregeln im B2B-Marketing.

Wer weiterhin ausschließlich auf klassische SEO setzt, optimiert für eine Suchwelt, die gerade verschwindet. Die Zukunft gehört Unternehmen, die ihre Inhalte so strukturieren, dass sie sowohl von Suchmaschinen als auch von KI-Systemen verstanden und gefunden werden.

Die Kombination aus **SEO und Generative Engine Optimization (GEO)** wird damit zu einem strategischen Erfolgsfaktor.

Ausgangssituation:

Warum klassische SEO allein nicht mehr reicht

Über viele Jahre folgte digitale Sichtbarkeit im B2B-Marketing einer klaren Logik:

Unternehmen optimieren Inhalte für Suchmaschinen, verbessern Rankings und generieren organischen Traffic über Google & Co.

Dieses Modell funktioniert mittlerweile weniger gut, weil sich durch KI das Nutzerverhalten verändert hat.

Weitere Gründe sind:

- Die Anzahl an Inhalten im Internet ist massiv – Nutzer werden durch Überladung orientierungslos
- Google verändert seine Suchergebnisse durch KI-generierte Antworten
- Nutzer erwarten direkte Lösungen statt langer Recherche
- Entscheidungsprozesse beginnen immer häufiger in KI-Systemen

Insbesondere im B2B-Bereich verschiebt sich die Informationssuche deutlich. Entscheider stellen komplexe Fragen und erwarten strukturierte Antworten.

Der durchschnittliche Nutzer klickt nicht mehr durch zehn Webseiten, um selbst zu recherchieren und zu Ergebnissen zu kommen. Nutzer erwarten eine klare Antwort auf Fragen bzw. seriöse Empfehlungen. Unternehmen, die in diesen Antworten nicht vorkommen, existieren für potenzielle Kunden schlicht nicht.

Die neue Realität – wie KI-Suchsysteme das Nutzerverhalten verändern

Generative KI verändert nicht nur Technologie, sondern Verhalten. Immer mehr Nutzer nutzen

KI-Systeme als erste Informationsquelle:

- zur Recherche neuer Technologien
- zur Bewertung von Lösungsanbietern
- zur Vorbereitung von Investitionsentscheidungen
- zur Zusammenfassung komplexer Fachthemen

Interessant ist, dass auch Fachexperten bzw. Branchen-Koryphäen immer häufiger simple Fragen in KI-Suchsystemen eingeben, um relevante Quellen zu erhalten.

Der Grund dafür ist simpel:

Weil KI-Systeme anders funktionieren als klassische Suchsysteme, erhalten sie bessere Such- bzw. Rechercheergebnisse.

KI-Systeme bewerten Inhalte nach:

- Kontext
- Relevanz
- Autorität
- Struktur
- Vertrauenswürdigkeit

Für Unternehmen bedeutet das:

Es reicht nicht mehr, gefunden zu werden. Man muss **als Quelle für fachspezifische Fragen dienen.**

Lösung – SEO & GEO als strategisches Sichtbarkeitssystem

SEO bleibt ein zentraler Baustein digitaler Sichtbarkeit.

Doch erst in Kombination mit GEO entsteht ein System, das in der neuen Suchrealität funktioniert.

SEO sorgt dafür, dass Inhalte in Suchmaschinen auffindbar sind. GEO sorgt dafür, dass Inhalte auch von KI-Systemen verstanden, zitiert und empfohlen werden.

Gemeinsam entsteht ein neues Sichtbarkeitsmodell:

- strukturierte Inhalte statt isolierter Artikel
- klare thematische Autorität statt Keyword-Sammlung
- relevante Antworten statt reine Marketingtexte
- Datenstruktur statt Content-Chaos

Unternehmen, die dieses System früh aufbauen, sichern sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Denn KI-Systeme greifen bevorzugt auf Quellen zurück, die bereits strukturiert und vertrauenswürdig sind.

Die 5 Faktoren

für Sichtbarkeit in KI-Suchsystemen

Damit Inhalte in generativen Suchsystemen sichtbar werden, müssen fünf Faktoren erfüllt sein.

1 Themenautorität

KI-Systeme bevorzugen Quellen, die ein Thema umfassend und konsistent behandeln.

2 Strukturierte Inhalte

Klare Überschriften, logische Inhalte und semantische Zusammenhänge erhöhen die Lesbarkeit für Maschinen.

3 Vertrauenswürdigkeit

Quellen mit klarer Expertise, Referenzen und Autorität werden bevorzugt zitiert.

4 Kontextuelle Relevanz

Inhalte müssen konkrete Fragen beantworten, nicht nur Keywords bedienen.

5 Technische Auffindbarkeit

Saubere Website-Strukturen und semantische Daten erleichtern das Verständnis durch Suchsysteme.

Unternehmen, die diese Faktoren konsequent umsetzen, erhöhen ihre Wahrscheinlichkeit, in KI-Antworten aufzutauchen.

Vorteile & Nutzen – SEO & GEO auf einen Blick

- Höhere Sichtbarkeit in Suchmaschinen und KI-Systemen
- Mehr qualifizierte Besucher statt unspezifischem Traffic
- Bessere Positionierung als Experte in komplexen Themenfeldern
- Nachhaltige Leadgenerierung ohne steigende Werbebudgets

Statt Reichweite um jeden Preis entsteht gezielte Sichtbarkeit bei den richtigen Entscheidern.



Zukunftsthese –

Warum B2B-Suchanfragen bald nicht mehr bei Google beginnen

Die Informationssuche verschiebt sich. Immer mehr Nutzer beginnen ihre Recherche direkt in KI-Systemen.

Dort können sie komplexe Fragen stellen und konkrete Antworten erhalten. Dieser Trend verändert die digitale Sichtbarkeit fundamental. Unternehmen, die heute ihre Inhalte nur für Suchmaschinen optimieren, riskieren, morgen von KI-Systemen ignoriert zu werden.

Die entscheidende Frage lautet daher nicht mehr:

Wie ranken wir bei Google?

Sondern:

Wie werden wir zur vertrauenswürdigen Quelle für fachspezifische Fragen?

Fazit –

Sichtbarkeit wird strategisch

SEO bleibt wichtig. Doch erst in Kombination mit GEO entsteht eine nachhaltige Strategie für digitale Sichtbarkeit.

Unternehmen, die diese Entwicklung früh verstehen, sichern sich einen entscheidenden Vorteil:

Sie werden zur Referenzquelle in ihrer Branche. Für:

1. Suchmaschinen und
2. für KI-Systeme



Wer wir sind

TEMA Technologie Marketing AG

- über 30 Jahre Erfahrung im Technologie-Marketing
- 58-köpfiges Expertenteam mit Fokus auf B2B-Kommunikation
- strategische Beratung für Marketing und Vertrieb im Technologiebereich
- Entwicklung datenbasierter Marketing- und Content-Strategien
- Integration von KI in Marketingprozesse und digitale Sichtbarkeit

Wir unterstützen Unternehmen dabei, komplexe Technologien verständlich zu kommunizieren und nachhaltig sichtbar zu machen.



TEMA Technologie Marketing AG

Fabio Löber

Content Manager

+49 241 88970-424

loeber@tema.de