

mai xpose360

SEO im KI-Zeitalter
LLMO für KI-Suchmaschinen



Das sind wir 😊



Matthias Klotz

Group Lead | SEO Consultant

m.klotz@xpose360.de
+49 821 455 289 - 609



Niklas Karl

Junior SEO Consultant

n.karl@xpose360.de
+49 821 455 289 - 662

Was bedeutet LLMO?



GAIO

Generative AI Optimization

AIO

Artificial Intelligence Optimization

LLMO

Large Language Model Optimization



GEO

Generative Engine Optimization

Ist SEO endlich tot?

Breaking down the number of searches received by



1 Billion Messages/Day

Average of 8 messages/prompt

30% of prompts have search-like intent

=

37.5M “searches” per day

SparkToro

Breaking down the number of searches received by



5+ Trillion searches/year

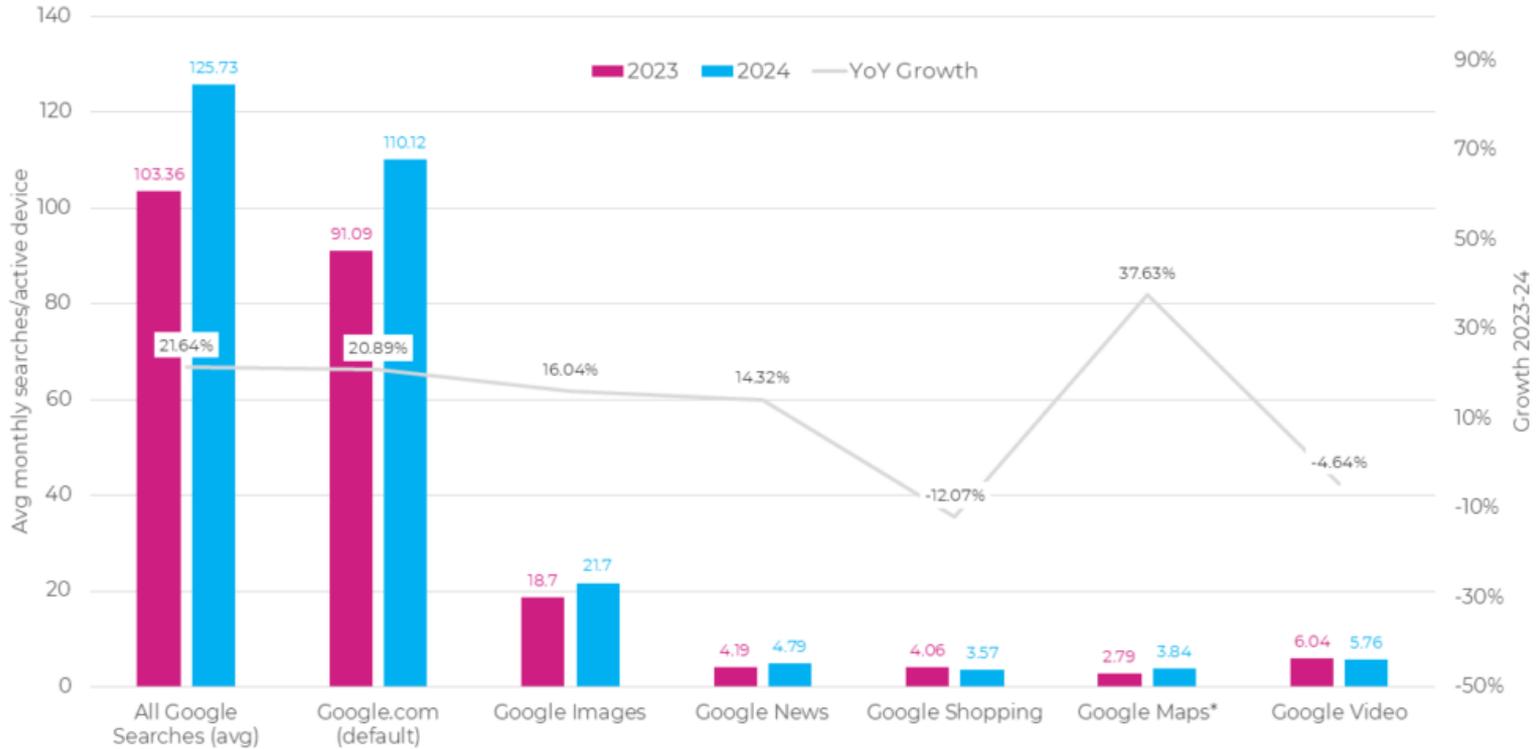
365 days/year

=

14 Billion searches/day

SparkToro

Growth of Google Searches 2023-2024



Source: Analysis of Datos' desktop US panel 2023 and 2024.



SEO-News

Google Gemini inklusive AI Overviews AI Mode werden mit Suche-Rankingfaktoren trainiert

Christian Kunz | 02. Juni 2025 | Zuletzt aktualisiert: 02. Juni 2025



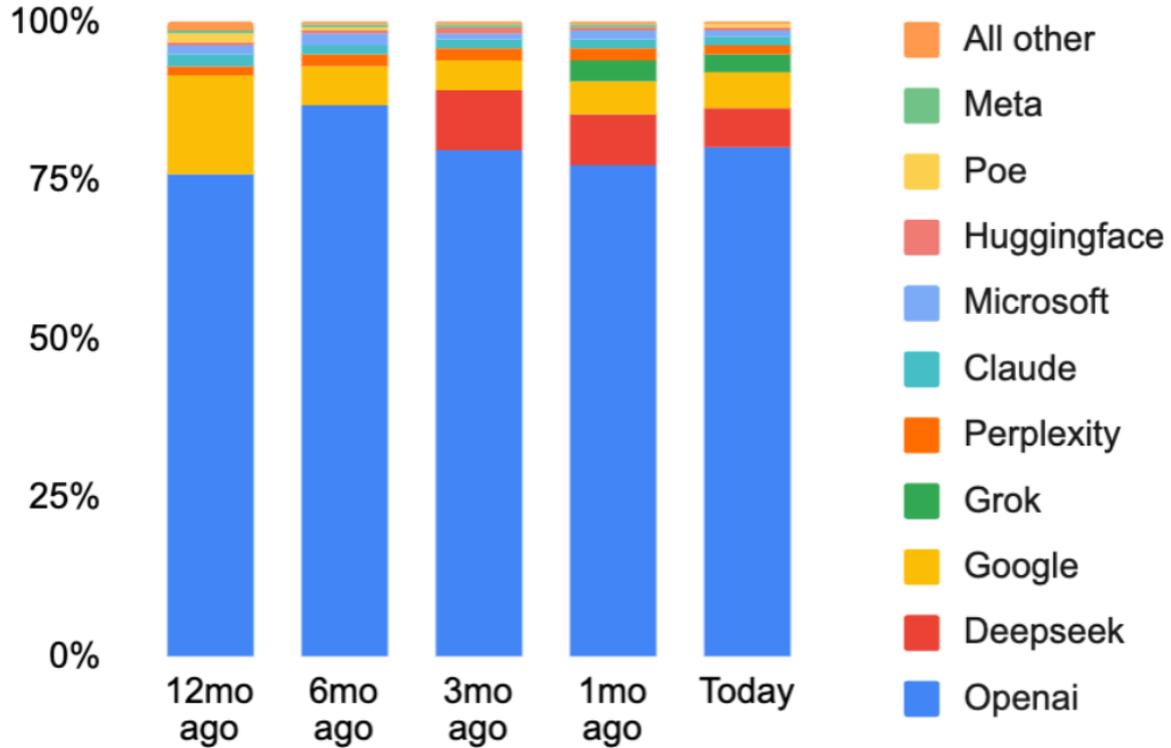
Google nutzt zum Pretraining seines Modells 'Gemini' auch Rankingfaktoren aus der Suche. Weil Gemini die Grundlage für die Google AI Overviews und den AI Mode bildet, werden diese dadurch zusätzlich von klassischen Rankingfaktoren der Suche beeinflusst. Interessant dabei ist, dass wohl vor allem Rankingfaktoren zum Einsatz kommen, die sich auf die Qualität der Seiten und ganzer Websites beziehen.

ANZEIGE

Premium-Partner (Anzeige)

Was bedeuten LLMs für die SEO-Zukunft?

Generative AI Traffic Share



Traffic Share

Seit 26. März AIO
nun auch offiziell in
DE!



Google AIO & AI Mode

SEO-Potenziale:

- Bietet die höchste Anzahl an Quellenverweisen, jedoch nur, wenn ein AI Overview verfügbar ist (bei 33,38 % der Anfragen).



AI Mode All Images Videos News Shopping More



Ask Anything



Wie kann ich dir helfen?

Stelle irgendeine Frage

+ Anhängen

Suche

Starte Reasoning für

Audio

Nachrichten Aktuell Heute

Bvg Streik Berlin

Vardi Tarifverhandlungen 2025

Tarifvertrag Öffentlicher Dienst

Durch das Austauschen von Nachrichten mit ChatGPT stimmst du unseren [Nutzungsbedingungen](#) zu und bestätigst, dass du unsere [Datenschutzerklärung](#) gelesen hast.

ChatGPT Search

SEO-Potentiale:

- Fokussiert sich auf Markenerwähnungen, weniger auf Quellenverweise.

finde mir die besten gaming notebooks. bitte auf deutsch

Pro Suche

- Suche nach den besten Gaming Notebooks
- Finde die neuesten Tests und Bewertungen der Gaming Notebooks
- Erstelle eine Übersicht der empfohlenen Gaming Notebooks

Quellen



Antwort

Hier sind einige der besten Gaming-Notebooks auf dem deutschen Markt:

High-End-Modelle

- Asus ROG Zephyrus G16 (2024)**
 - Hervorragende Leistung mit AMD Ryzen 9 oder Intel Core Ultra Prozessoren
 - NVIDIA GeForce RTX 4070/4080/4090 Grafikkarten
 - 16 Zoll OLED-Display mit 2560x1600 Auflösung und 240 Hz
 - Schlankes und leichtes Design für ein leistungsstarkes Gaming-Notebook
- Razer Blade 16**
 - Intel Core i9 Prozessor
 - NVIDIA GeForce RTX 4090 Grafikkarte
 - 16 Zoll Mini-LED Display mit 4K Auflösung und 120 Hz
 - Hervorragende Verarbeitung und Premium-Design

Mittelklasse

- Acer Nitro 16 (2024)**
 - Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
 - AMD Ryzen 7 Prozessor

Fragen Sie nach

- Lange Akkulaufzeit für ein Gaming-Notebook

- Bilder suchen
- Videos suchen
- Bild generieren

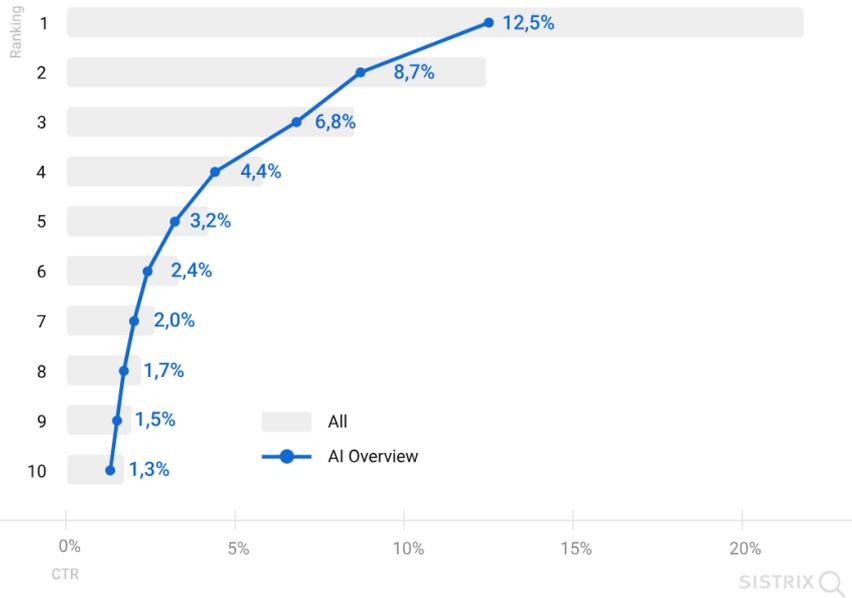
Perplexity

SEO-Potentiale:

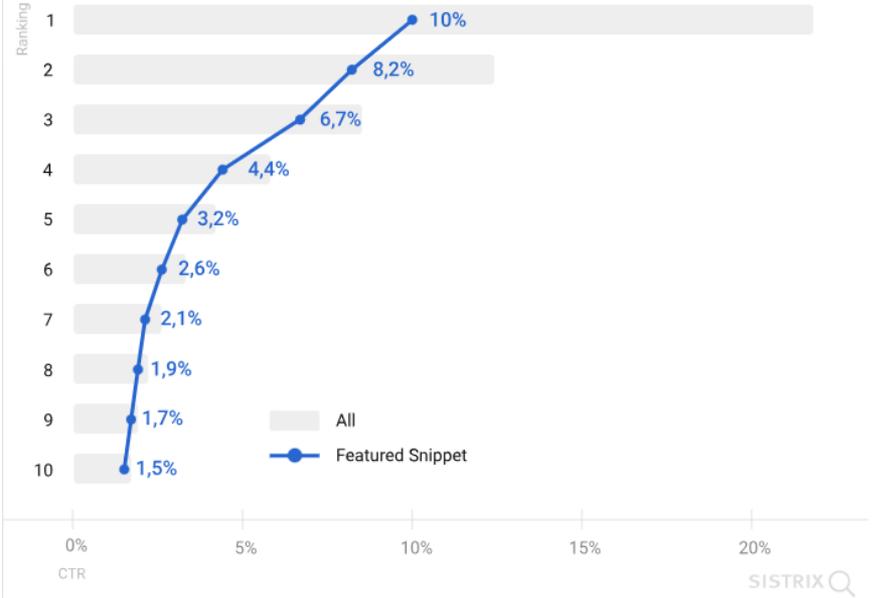
- Ausgewogene Mischung aus Markenerwähnungen und Quellenverweisen.
- Stark für referenzlastige SEO-Strategien macht.

Musst Du jetzt Angst
haben vor LLMs?

Google CTR: AI Overview



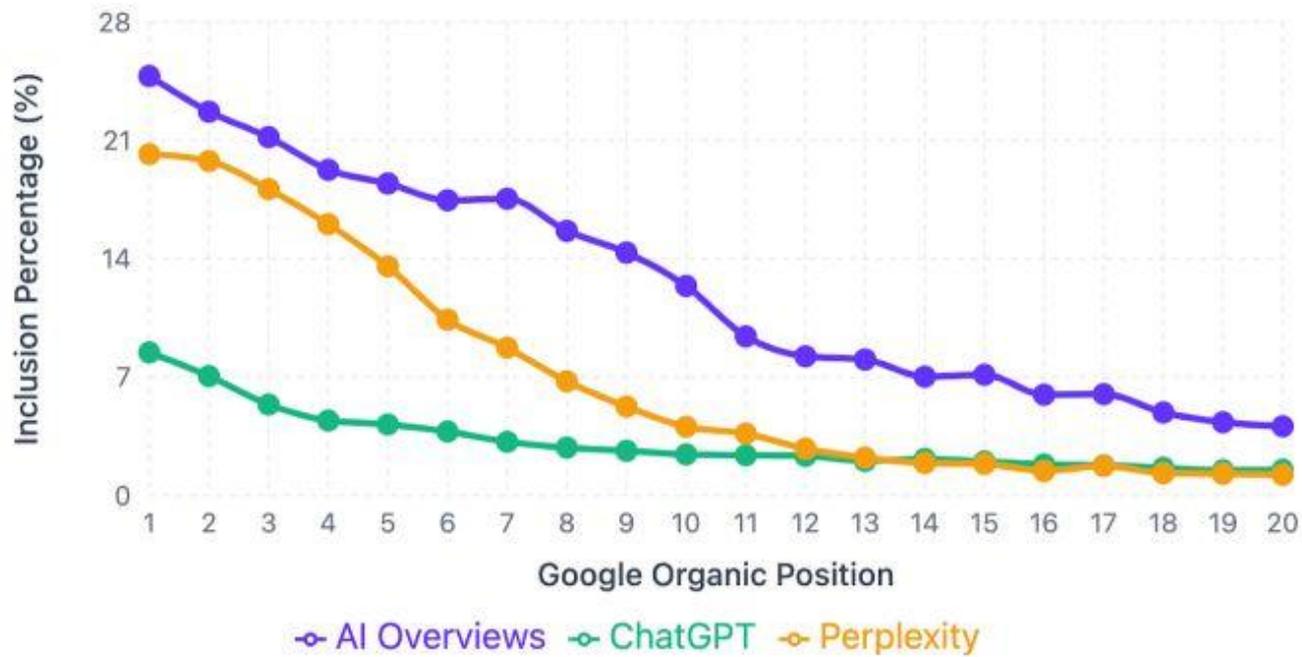
Google CTR: Featured Snippet



🔍 **AI Chatbots:** Wie häufig wird auf Quellen verlinkt?



AI Search Source Selection



Start ▶ [Google AI Overviews gehen über die Top-10 hinaus und bieten zusätzliche Ranking-Chancen](#)

SEO-News

Google AI Overviews gehen über die Top-10 hinaus und bieten zusätzliche Ranking-Chancen

👤 Christian Kunz | 📅 23. März 2025 | ⌚ Zuletzt aktualisiert: 23. März 2025

SEJ · Generative AI

The First-Ever UX Study Of Google's AI Overviews: The Data We've All Been Waiting For

We tracked 70 users across eight tasks to deeply understand their behavior, thoughts, and motions when engaging with Google's AI Overviews and other SERP Features. The findings paint a new picture of SEO.



VIP CONTRIBUTOR
Kevin Indig

May 13, 2025 · 20 min read

56 SHARES 3.1K READS



Join 75,000+ Digital Leaders.

Learn how to connect search, AI, and PPC into one unstoppable strategy.

Subscribe Now →

SEJ Webinar

How To Save PPC Campaigns From Poor Conversions & Wasted Budget



Quelle: <https://www.searchenginejournal.com/ux-study-of-goggles-ai-overviews/546580/>

Outgoing Traffic chatgpt.com

	Domain (3,216)	Industry	Global Rank	Traffic Share ↓
1	openai.com (12)	Computers Electronics and Technology > ...	#90	68.09%
2	google.com (27)	Computers Electronics and Technology > ...	#1	2.89%
3	youtube.com (5)	Arts and Entertainment > TV Movies and ...	#2	1.98%
4	files.oaiusercontent.com	Computers Electronics and Technology > ...	-	1.51%
5	bing.com (2)	Computers Electronics and Technology > ...	#21	1.04%
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17	facebook.com (4)	Computers Electronics and Technology > ...	#3	0.23%
18	canva.com (2)	Computers Electronics and Technology > ...	#36	0.23%
19	sciencedirect.com	Reference Materials > Dictionaries and En...	#463	0.18%
20	wikipedia.org (6)	Reference Materials > Dictionaries and En...	#9	0.17%
21	infobae.com	News and Media	#150	0.16%
22	live.com (3)	Computers Electronics and Technology > ...	#20	0.16%
23	login.microsoftonline.com	Computers Electronics and Technology > ...	-	0.15%
24	gptinf.com (2)	Science and Education > Education	#62,409	0.14%
25	twitter.com (3)	Computers Electronics and Technology > ...	#39	0.14%
26	bit.ly	Unknown	-	0.13%
27	researchgate.net	Science and Education > Science and Edu...	#378	0.13%

ChatGPT:
<2%
of sessions end with a
click to the open web.

Bei LLMO geht es um Brand-
Awareness und Reputation,
(vorerst) weniger um Traffic!

Und wie optimierst Du jetzt für
LLMs?

Focus on unique, valuable content for people

People often ask how to make content that's "what Google wants". Our answer is that Google wants to show content that fulfills peoples' needs. Focus on making unique, non-commodity content that visitors from Search and your own readers will find helpful and satisfying. Then you're on the right path for success with our AI search experiences, where users are asking longer and more specific questions — as well as follow-up questions to dig even deeper. (By the way, unique and valuable content is also important for our blue link results as well). Our [creating helpful, reliable, people-first content](#) page may help you self-evaluate your content efforts.

Provide a great page experience

Even the best content can be disappointing to people if they arrive at a page that's cluttered, difficult to navigate or makes it hard to find the main information they're seeking. Ensure that you're providing a [good page experience](#) for those who arrive either from classic or AI search results, such as whether your page displays well across devices, latency of your experience, and whether visitors can easily distinguish main content from other content.

Ensure we can access your content

Make sure your pages meet our [technical requirements for Google Search](#), so that we can find them, crawl them, index them, and consider them for showing in our results. This includes making sure that Googlebot isn't blocked, the page works (Google receives an HTTP 200 (success) status code), and the page has indexable content. Meeting the technical requirements covers you for search generally, including AI formats.

Manage visibility with preview controls

Search enables site owners to control what appears in our listings, including in our AI formats. Make use of [nosnippet](#), [data-nosnippet](#), [max-snippet](#), or [noindex](#) to set your display preferences. More restrictive permissions will limit how your content is featured in our AI experiences.

SEO-Basics bleiben laut
Google auch weiterhin
sehr relevant für die KI-
Suche

Make sure structured data matches the visible content

[Structured data](#) is useful for sharing information about your content in a machine-readable way that our systems consider and makes pages eligible for [certain search features and rich results](#). If you're using structured data, be sure to [follow our guidelines](#), such as making sure that all the content in your markup is also visible on your web page and that you [validate the structured data markup](#).

Go beyond text for multimodal success

Through the power of our AI, people can perform [multimodal searches](#) where they snap a photo or upload an image, ask a question about it and get a rich, comprehensive response with links to dive deeper. For success with this, support your textual content with high-quality [images](#) and [videos](#) on your pages, and ensure that your [Merchant Center](#) and [Business Profile](#) information is up-to-date.

Understand the full value of your visits

We've seen that when people click to a website from search results pages with AI Overviews, these clicks are higher quality, where users are more likely to spend more time on the site. Why is this? Our AI results may give people more context about a topic overall, and display more relevant supporting links, than with classic Search. This may provide a more engaged audience and new opportunities with visitors, but you might not optimize for these if you focus too much on clicks instead of the overall value of your visits from Search. Consider looking at various indicators of conversion on your site, be it sales, signups, a more engaged audience, or information lookups about your business.

Evolve with your users

The only thing predictable in Search is that it always evolves because people's needs are always evolving. The classic "ten blue links" format changed to handle the needs of those seeking visual, video, news, and other types of content. Desktop displays evolved to mobile-friendly ones. Search evolved to handle voice queries, or "multimodal" queries, such as taking a picture of a flower and having Search identify it from the photos.

Our AI experiences represent yet another evolution with Search, so that we continue to best meet shifting user needs. This evolution also means new opportunities for site owners. With AI Overviews and AI Mode, people are using Search more often, asking new and more complex questions, and are more satisfied with their results. AI Overviews display links in a range of ways, and show a wider range of sources on the results page so it's easy for people to click out and explore content on the web.

Schwerpunkte in der LLM-Optimierung



Der Fokus verschiebt sich von Keyword-Häufigkeit auf Nähe, Ähnlichkeit und Kontext!

Beispiel: Textoptimierung

Experience

Die besten Joggingsschuhe X und Y bieten beide Komfort und Halt auf langen Strecken.

optimiert

Als begeisterter Ausdauersportler habe ich die letzten drei Jahre verschiedene Joggingsschuhe getestet und kann sagen, dass die Modelle X und Y besonders für lange Strecken und alle Straßenverhältnisse bestens geeignet sind – sie bieten hervorragenden Komfort und Halt.

Expertise

Die richtigen Joggingsschuhe sind essenziell für Komfort, Verletzungsprävention und eine optimale Laufleistung.

optimiert

Als Laufexperte mit über 10 Jahren Erfahrung in der Beratung empfehle ich Joggingsschuhe, die eine Kombination aus guter Dämpfung, Stabilität und Atmungsaktivität bieten, um langfristig gesund und effizient zu laufen.

Beispiel: Globetrotter Magazin



Philip Baues (41)

... war früher Leistungssportler, hat Sportwissenschaften studiert und trainiert inzwischen meist nach dem Motto »Du kannst aus einem

Was passiert bei einem Blitzschlag?

In dem Wolkenturm werden die warmen Wassertröpfchen und Eispartikel aus den kalten Schichten wild umhergewirbelt werden. Es entsteht Reibung und dadurch Energie. Diese, so wird vermutet, lagert sich in positiver und negativer Energie in verschiedenen Bereichen der Wolke an, bis es letztendlich, an Stellen wo sich diese durch fallende Eispartikel vermischt, zu einem gigantischen Spannungsabbau kommt. Es blitzt. Durch den Blitz kommt es zu einer gewaltigen Verdrängung der Luft, ähnlich einer Explosion. Daher knallt es im Moment des Blitzschlages, was wir als Donner wahrnehmen. Da Licht schneller als Schall ist, sehen wir entfernte Blitze zuerst, bevor es donnert. Umso kürzer der Abstand zwischen Donner und Blitz, desto näher das Gewitter.

Wie genau der Prozess der Entladung zwischen Wolke und Erde zustande kommt, ist noch immer nicht final geklärt. Klar ist aber, welche Zerstörungskräfte ein Blitz haben kann.

(Quelle: Max-Planck-Institut)

»FRÜHLING!« SPECIAL UNTERWEGS **BERATUNG** INSIDE GLOBETROTTER NACHHALTIGKEIT PODCAST

ZU FUSS
MIT DEM FAHRRAD
AUF DEM WASSER
AUF VIER RÄDERN
AN BERG UND FELS
MIT KIND UND KEGEL
FRAUEN UNTERWEGS
REISEPLANER
TRAUMTOUR
INTERVIEWS
WEITERE INSPIRATION

Trang – was ist
entlich?



Was ist trailrunning?



Alle Bilder Videos Produkte Produktwebsites News Kurze Videos Mehr

Suchfilter

Übersicht mit KI

Weitere Informationen

Trailrunning ist das Laufen in der freien Natur, abseits von befestigten Straßen. Es wird auch als Geländelauf oder Waldlauf bezeichnet.

Wo findet Trailrunning statt?

- In der Hügellandschaft
- Im Flachland
- In alpinem Gelände
- In Wäldern und auf Wiesen
- Auf Singletrails
- Auf befestigten Steigen
- Auf Stein- und Geröllpfaden

Was trainiert Trailrunning? Beine, Oberkörper, Konzentration, Vorsicht.

Traillauf - Wikipedia
Der Traillauf (von englisch trail = ‚Pfad‘ oder ‚Weg‘; auch Trailrunning oder Waldlauf) ist eine Form des...
Wikipedia

Trailrunning – Was ist das eigentlich? - Globetrotter
Was ist Trailrunning? Beim Trailrunning handelt es sich um das Laufen in der freien Natur, im Gelände. Wörtlich übersetzt, ...
Globetrotter



ChatGPT 4o

Gemeinsam nutzen

Was ist Trailrunning?

Trailrunning, auch als Traillauf oder Geländelauf bezeichnet, ist eine Form des Laufens, die abseits asphaltierter Straßen in der freien Natur stattfindet. Der Begriff "Trail" stammt aus dem Englischen und bedeutet so viel wie Pfad oder Spur. Dabei bewegen sich Läufer auf unterschiedlichen Untergründen wie Wald- und Wiesenwegen, Schotterpfaden oder alpinem Gelände. Im Gegensatz zum Straßenlauf, der auf befestigten Wegen mit gleichmäßigem Untergrund stattfindet, zeichnet sich Trailrunning durch abwechslungsreiches Terrain mit Steigungen, Gefällen und natürlichen Hindernissen aus. Dies erfordert von den Läufern eine erhöhte Konzentration, Koordination und Anpassungsfähigkeit.



Globetrotter +1 Wikipedia – Die freie Enzyklopädie

Umfragen & Statistiken



Quellenangabe:
„Laut einer Umfrage...“

Verbesserung der Sichtbarkeit:
132,4%



Statistikerweiterung:
„mit einem beeindruckenden
Anstieg...“

Verbesserung der Sichtbarkeit:
65,5%



Autoritative Formulierungen:
„Es ist wichtig zu erwähnen,
dass ...“

Verbesserung der Sichtbarkeit:
89,1%

Verwendung von Semantic Triples



Statt: SEO hilft Unternehmen, mehr Traffic zu erzielen.

Besser: SEO (Subjekt) erhöht (Prädikat) den organischen Traffic (Objekt) für Unternehmen.

Kontextreiche Keywords und Entitäten nutzen



Statt: KI-Tools können bei SEO helfen.

Besser: KI-Tools wie ChatGPT, Claude und Google Gemini verbessern SEO-Workflows durch Automatisierung von Keyword-Recherche, Meta-Description-Erstellung und SERP-Intent-Analyse.

Technik & OnSite Hebel im Überblick

Optimierungen

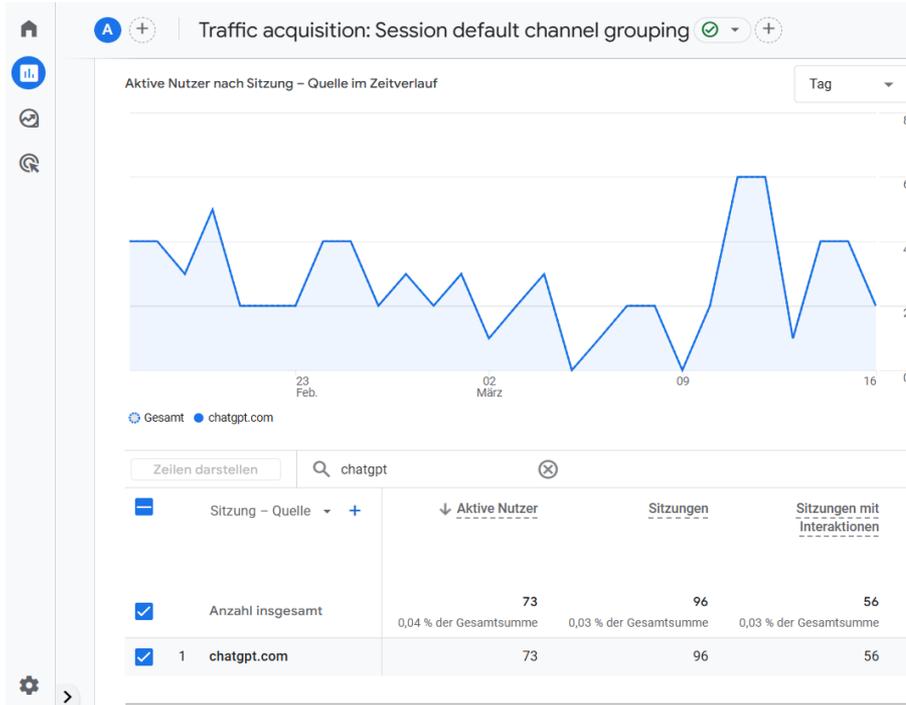
Maßnahme	Impact
Erlaube AI Assistants & AI Search Bots das Crawling deiner Website.	Erhöht Sichtbarkeit in AI-basierten Suchsystemen – Inhalte können in AI-Antworten integriert werden.
Sorge für eine gute interne Verlinkung & Seitenarchitektur.	Verbessert das Crawling & die Kontextverständlichkeit für AI und klassische Suchmaschinen.
Content nicht ausschließlich per JavaScript anbieten. Wichtige Elemente sollten im initialen HTML-Code vorhanden sein. JavaScript mit ServerSideRendering verwenden.	Stellt sicher, dass Inhalte von AI- und Such-Bots korrekt erfasst werden können , auch ohne JS-Rendering.
Crawler-Steuerung über robots.txt (LLM/AI Data Scraper wie Google-Extended nein , AI Assistants ja , AI Search Bots wie OAI-SearchBot ja)	Gezielte Kontrolle darüber, welche Bots Zugriff erhalten – verhindert unerwünschtes Scraping, ermöglicht AI-Relevanz.
Inhaltsstruktur über lms.txt (Struktur-Dokument für LLM-Crawler, Ablage im Stammverzeichnis, Markdown-Format, Verlinkung in robots.txt)	Erleichtert es AI-Systemen, Inhalte korrekt zu erfassen und einzuordnen – unterstützt gezielte Indexierung.
Fehlerbehebungen und Ergänzungen der wichtigsten Markups (z. B. Breadcrumb, Autor)	Fördert bessere semantische Erkennung von Inhalten , was AI und SEO gleichermaßen hilft.
Optimierung der Core Web Vitals	Verbessert Nutzererlebnis und Ranking , sowohl in klassischen Suchsystemen als auch in AI-Bewertungen.
Content leichter auslesbar und ausspielbar machen (z. B. HTML-Tabellen und -Listen)	Erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Inhalte in AI-Antworten direkt zitiert werden , z. B. in strukturierter Form.

Content-Hebel im Überblick

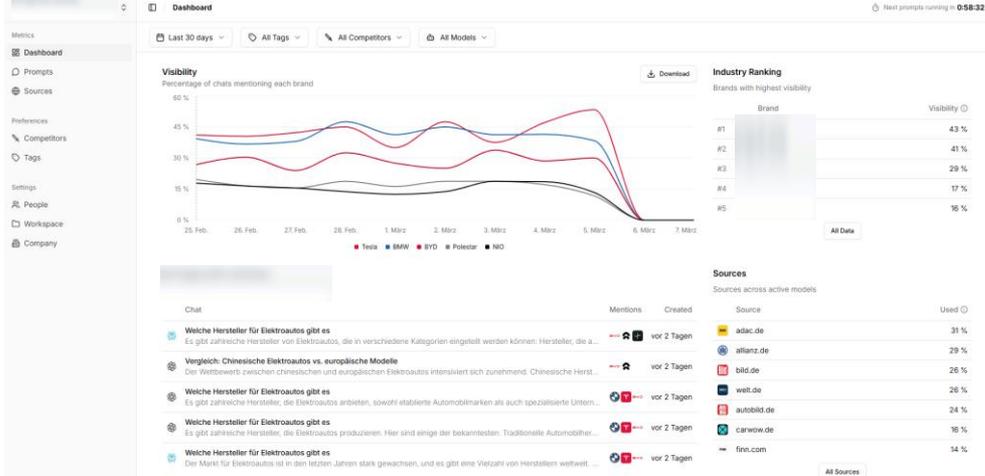
Optimierungen

<i>Maßnahme</i>	<i>Impact</i>
Problemlösender Content Semantisch ähnlich Themen abdecken und intern verlinken	Mehr Sichtbarkeit in der Zielgruppe Topical Authority
Hochwertige Backlinks generieren User Generated Content nutzen Aktives Review-Management betreiben	Höhere Reichweite Mehr Sichtbarkeit in der Zielgruppe Mehr Traffic im Blog
Suchintention-basierter Aufbau von Inhalten, um die Zielgruppe auf der Seite zu behalten.	Höhere Verweildauer Niedrigere Absprungrate Bessere Rankings
Erwähnung des Autors zu Beginn des Artikels sowie Ergänzung einer Autorenbox.	Einzahlen auf E-E-A-T Mehr Sichtbarkeit
Multimediale Inhalte (Videos, Bilder, Grafiken, Studien, Interviews)	Höhere Reichweite Mehr Sichtbarkeit in der Zielgruppe Einzahlen auf E-E-A-T

Wie kannst Du Deine aktuelle
Performance in LLMs
herausfinden?

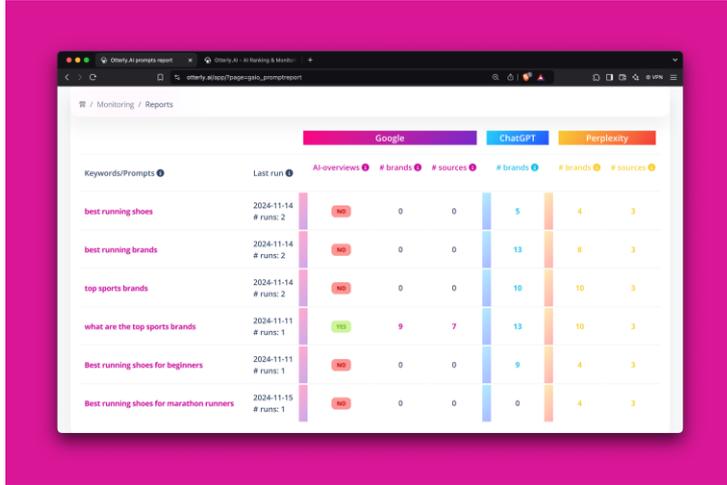


Referral Traffic – Google Analytics

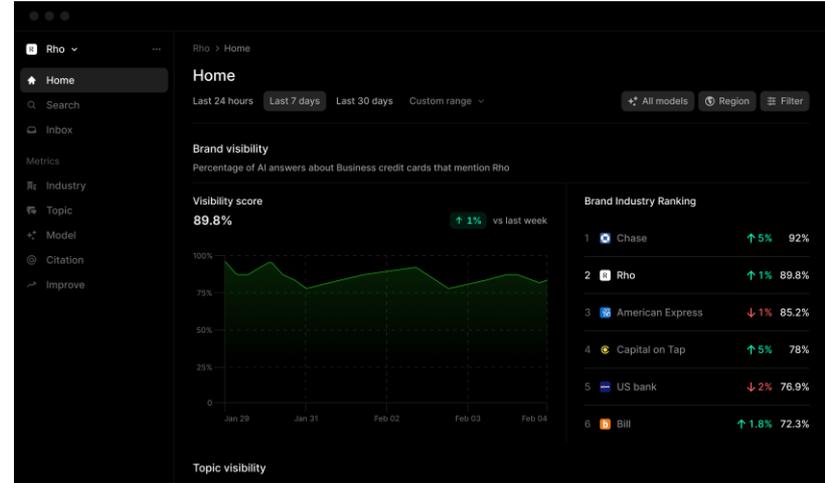


LLM-Monitoring Tools - Peec.ai

Weitere Tools: Otterly.AI & Profound



Otterly.AI



Profound



Key Take Aways

Key Take Aways



Die SEO-Landscape wächst, bleibe auf dem Laufenden – LLMO läuft parallel zu SEO!



Strategische Optimierung des Contents (EEAT!)



Zeige Deine Expertise auf vielen Plattformen und monitore diese (Topical Authority!)

Womit Du direkt starten kannst!

Analysiere den *Status Quo Deiner Performance in LLMs und Deines Contents*

Integriere Deinen *Referral Traffic in das Reporting*

Entwickle daraus eine *Strategie* und setze diese um! (Contentplan, Onsite Optimierungen, ...)

Beobachte monatlich die *Entwicklung der KPIs*



Whitepaper und Checkliste zum Download

mai xpose360



— WHITEPAPER

LLMO für SEOs

Ist Deine Domain *LLM*-ready?



mai xpose360

mai xpose360

Die *LLMO* Checkliste



- OnSite & Tech**
 - Meta-Daten
 - Strukturierte Daten
 - Interne Links zu semantischen Themen
 - Überschriften-Struktur
 - Core Web Vitals
 - Ladezeiten
 - Crawlersteuerung
 - Referral-Traffic auswerten
 - First Party Daten nutzen
- UX & User Intent**
 - Klare CTAs
 - Interaktive Elemente (FAQs, Rechner & Quizzes)
 - Responsive Design
 - Lesbarkeit
 - Usability
 - Conversion Elemente
 - Hochwertige (Produkt)-Bilder
 - Strukturierte Darstellung
- PR & Reputation**
 - Qualitative Backlinks
 - Auseinandersetzung mit aktuellen Inhalten
 - Nutzung von User-Generated Content
 - Aktive Medienarbeit & Kollaborationen
 - Social Proof & Rezensionen
 - Foren & Communities
 - Review Management
 - Fokus auf Earned Media
 - Brand Monitoring
 - Thought Leadership
- Content**
 - Multimediale Inhalte (Videos, Bilder, Text etc.)
 - Autorenprofile
 - Experteninterviews
 - Einziger Content (Emotionen & EEAT)
 - Studien nutzen
 - Multi-Channel Content-Bespielung
 - Semantisch ähnliche Themen
 - Ausführlicher Content auf PDPs
 - Natürliche Sprache

<https://heartandbrain.xpose360.de/llmo-fuer-seos>



Vielen Dank! 😊