

2026 Guide

# Mehr Sichtbarkeit, Leads & Umsatz für Unternehmen

SEO, SEA & KI Marketing



Semtrix GmbH  
Google  
Bewertung  
4,8 ★★★★★



Semtrix GmbH  
ProvenExpert  
Bewertung  
5,0 ★★★★★





# 2026 Guide

## Inhalt

# Übersicht

### **1. Intro**

1.1 *Wer wir sind*

1.2 *Status-Quo 2026*

### **2. Was Unternehmen wissen müssen**

2.1 *Veränderte Suche*

2.2 *Paid Search*

### **3. Die neuen SEO Spielregeln**

3.2 *Content-Strategie*

3.3 *Authority & Brand-Building*

### **4. Die neuen SEA Spielregeln**

4.1 *Smarte Kampagnenarchitektur*

4.2 *Praktische Optimierungshebel*

### **5. Wie Unternehmen 2026 ihre Sichtbarkeit steigern**

5.1 *Grundlagen setzen*

5.2 *SEO Roadmap 2026*

5.3 *SEA Umsetzung 2026*

5.4 *Case Studies*

### **6. SEO / SEA / GAIO 2026 – Quick Checklist**

### **7. Alles zu viel?**



# 2026 Guide

## 1. *Intro*

1.1 Wer wir sind

1.2 Status-Quo 2026





# 2026 Guide

## 1.1 Wer wir sind

# Semtrix

Semtrix steht seit **über 15 Jahren** für individuelle SEO-Strategien, fundiertes Online-Marketing und persönliche Beratung auf Augenhöhe. Mit einem erfahrenen Team aus **+40 Mitarbeiter:innen** begleiten wir Unternehmen in ganz Deutschland – vom Start-up über mittelständische Betriebe bis hin zu großen Marken.

Als Teil der **Eskimoz Group**, einer der führenden europäischen Agenturen für digitales Marketing, ist Semtrix nicht nur lokal stark, sondern auch international bestens aufgestellt. Mit Standorten in **Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien und Italien** sowie Projekterfahrung in 12 Sprachen bieten wir Dir Zugang zu einem Netzwerk, das ganz Europa abdeckt.

**Du findest bei uns wöchentliche Branchen-Topics per Newsletter, regelmäßige Webinare, e-Books, Guides, Educational Videos, eine kostenfreie Website-Analyse, uvm.**

**Let's go!**





## 2026 Guide

### 1.2 Status-Quo 2026

# **Warum dieser Leitfaden 2026 Pflicht ist**

Die Art, wie Menschen nach Informationen, Produkten und Dienstleistern suchen, verändert sich gerade grundlegend. Nicht „irgendwann in der Zukunft“, sondern jetzt.

Suchmaschinen zeigen immer öfter **KI-gestützte Antworten**, bevor jemand überhaupt auf eine Website klickt. Tools wie ChatGPT, Perplexity & Co. werden direkt nach Empfehlungen für Anbieter gefragt. Bild-, Video- und Textsuche verschmelzen und parallel dazu steigen in vielen Branchen die Kosten für **bezahlte Sichtbarkeit (SEA)**.

Für Unternehmen heißt das: Die alten Routinen – „wir machen ein bisschen SEO, schalten ein paar Google Ads und posten ab und zu auf Social Media“ – greifen nicht mehr.

Dieser Guide zeigt dir, wie du in diesem **neuen Umfeld** trotzdem (oder gerade deswegen) **sichtbar, auffindbar und relevant bleibst**.



# Suchverhalten verändert sich radikal

### Früher sah eine typische Suche so aus:

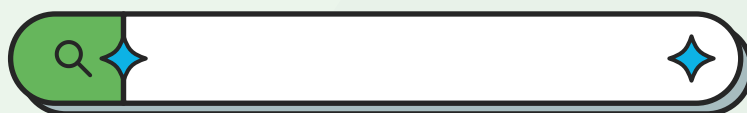
- Begriff eingeben
- Liste mit Links
- Klick auf eine Website
- dort informieren

### Heute passiert viel mehr direkt in der Suche:

- KI-Overviews & Antwortboxen liefern schon auf der Ergebnisseite eine zusammengefasste Antwort.
- Chatbots & Assistenten werden gefragt: „Welcher Anbieter ist der richtige für mein Problem?“
- Multimodale Suche verbindet Text, Bild, Video und teilweise auch Sprache – Nutzer:innen erwarten, dass sie ihre Frage einfach „irgendwie“ stellen können und eine sinnvolle Antwort bekommen.

### Was Sichtbarkeit heute bedeutet:

Du musst nicht nur in den organischen Suchergebnissen vorkommen, sondern auch in KI-Antworten, in bezahlten Formaten (SEA) und in Plattformen, die Suchende parallel nutzen (Social, Vergleichsseiten, Branchenportale).





# ***SEA = Easy dank KI?***

Viele Unternehmen merken es bereits: Klickpreise steigen, der Wettbewerb nimmt zu, Budgets fühlen sich schneller „verbrannt“ an.

Gleichzeitig bieten Werbeplattformen immer mehr **KI-gestützte Lösungen:**

- Automatisierte Kampagnen, die selbst entscheiden, wo Anzeigen ausgespielt werden
- Gebotsstrategien, die auf Ziel-ROAS oder Ziel-CPA optimieren
- Performance-Kampagnen, die aus Text-, Bild- und Video-Assets hunderte Varianten bauen

Für Unternehmen klingt das oft verlockend „Google macht das schon“ – und genau hier beginnt das Risiko.

Richtig eingesetzt kann KI zwar helfen Streuverluste zu reduzieren, auf Basis von echten Nutzerdaten zu optimieren oder schneller herauszufinden, welche Zielgruppen, Botschaften und Creatives wirklich funktionieren – **doch es ist Vorsicht geboten!**



**Ohne klare Strategie passiert genau das Gegenteil:**

- Anzeigen landen in irrelevanten Suchanfragen
- Performance Max jagt günstige, aber unqualifizierte Klicks
- falsche/fehlende Conversion-Daten führen zu schlechter Optimierung
- Budgets werden ineffizient verteilt

Kurz gesagt:

KI kann SEA verbessern – aber sie **benötigt zwingend** Leitplanken, Datenqualität und eine klare Kampagnenarchitektur.



## 2026 Guide

# Warum „nur SEO“ oder „nur SEA“ nicht mehr reicht

Lange Zeit war die Frage: „Machen wir SEO oder schieben wir lieber Budget in SEA?“

2026 ist die ehrliche Antwort:

**Du brauchst beides** (+ Content & KI-Kompetenz).

- SEO sorgt für langfristige Sichtbarkeit, Vertrauen und organische Reichweite.
- SEA sichert dir planbare Reichweite, Tests und schnelle Ergebnisse.
- Content verbindet die Punkte – er beantwortet Fragen, erklärt, positioniert dein Angebot.
- **Neu: GAIO** (Generative AI Optimization) GAIO beschreibt, wie Websites, Inhalte und Marken so aufbereitet werden, dass KI-Systeme sie verstehen, verarbeiten und in AI Overviews, Chatbots und smarten Suchergebnissen berücksichtigen.

Kurz:

Es geht nicht mehr um einzelne Taktiken, sondern um eine Such- & Sichtbarkeitsstrategie, in der alles **zusammenspielt**.



# ***Warum sich viele gerade überfordert fühlen***

Vielleicht erkennst du dich in einem oder mehreren dieser Punkte wieder:

- Du weißt nicht, wie du endlich (wieder) mehr Besucher auf deine Website bekommst.
- Du hast das Gefühl, ständig neuen Begriffen, Updates und Features hinterherzujagen.
- Du liest von KI, AI Overviews, GAIO, GEO, AIO (...) neuen Kampagnentypen und Tracking-Einschränkungen – aber es fehlt der Durchblick und der rote Faden.
- Du fragst dich, ob deine bisherige SEO-/SEA-Strategie überhaupt noch zeitgemäß ist.
- Du willst nicht „den Anschluss verpassen“.

**Genau an dieser Stelle setzt dieser Guide an.**





## 2026 Guide

# ***Für wen dieser Guide gedacht ist***

### **Dieser Guide ist für dich, wenn du:**

- als Marketing- oder Geschäftsleitung Verantwortung für Sichtbarkeit & Leads trägst,
- wissen willst, was 2026 wirklich wichtig ist, ohne dich durch zig Fachblogs zu kämpfen,
- endlich deinen/euren Online-Auftritt professionalisieren willst, um Leads und Umsatz wieder anzukurbeln.

### **Er ist nicht für dich, wenn du:**

- auf der Suche nach „Tricks“ bist, die Suchmaschinen „austricksen“,
- rein kurzfristig denkst („Wir brauchen nur schnell ein paar Klicks“),
- KI als Ersatz für jede Form von Strategie und Qualität einsetzen möchtest.





# 2. Was Unternehmen wissen müssen

2.1 Veränderte Suche

2.2 Paid Search





# 2026 Guide

## 2.1 Veränderte Suche

# Von Keywords zur KI-Suche

Google, Bing, Meta, Apple und KI-Plattformen wie ChatGPT verändern, wie Menschen Fragen stellen, wie sie Antworten bekommen und wie sie Entscheidungen treffen.

2026 ist die Suche dialogorientiert, KI-gestützt, multimodal und oft bereits vorstrukturiert, bevor jemand eine einzelne Website von der Liste der **Snippets** tatsächlich besucht.

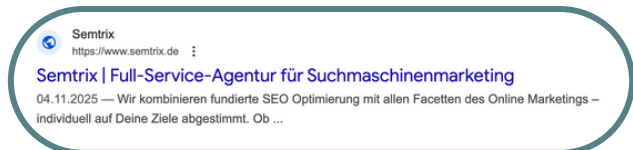
Die wichtigste Veränderung: KI-Antworten stehen oft über allem in Form von **Featured Snippet**, **AI Overview** oder in **People Also Ask Boxen**.

Google integriert KI-Overviews (AIOs) und KI-Zusammenfassungen direkt über den Suchergebnissen.



### Featured Snippet

oft an Position 0



### Snippet

„normales“ Ergebnis



# 2026 Guide

Weitere Fragen :

- Welche SEO-Agentur ist die beste in Deutschland?
- Wie viel kostet eine SEO-Agentur?
- Hat SEO noch Zukunft?
- Wer macht SEO-Optimierung?

[Feedback](#)

## People Also Ask

thematisch relevante Fragen

Übersicht mit KI

Der SEO-Contest von Agenturtipp, auch bekannt als "Keywordkönig", wurde von der Düsseldorfer Agentur [Semtrix laut Agenturtipp.de](#) gewonnen. Auf dem zweiten Platz landete die Online-Marketing-Agentur ARISE aus Stuttgart, gefolgt von der Bremer SEO-Agentur HECHT INS GEFECHT laut [Agenturtipp.de](#) auf dem dritten Platz. HECHT INS GEFECHT erhielt zudem einen Zusatzpreis für die höchste Sichtbarkeit in KI-Suchmaschinen.

[Mehr anzeigen](#)

## AI Overview

KI-Zusammenfassung



# Zero-Click-Search

Wenn KI-Antworten direkt im Suchergebnis stehen, entsteht oft ein „Zero-Click“-Ergebnis:

Die Frage wird beantwortet, ohne dass jemand auf eine Website klicken muss. Der erste Berührungspunkt hat sich damit verschoben.

# Chatbots & KI-Assistenten

Immer mehr Menschen stellen Fragen auch an **KI-Assistenten** (z.B. beim Shopping), **Voice-Assistenten** und Tools, die bereits in **Arbeitsprozesse** integriert sind (Office, CRM-Systeme, Browser).

Auch dafür werden Webinhalte, Datenbanken, Markeninformationen und strukturierte Daten genutzt, um Antworten zu generieren. Wenn du dort nicht vorkommst, bist du für viele Suchvorgänge schlicht **unsichtbar**.

### Die Frageform ist dialogisch geworden.

Weg von der Suche nach Einzelbegriffen, hin zu:

„Was ist die beste Lösung für X?“

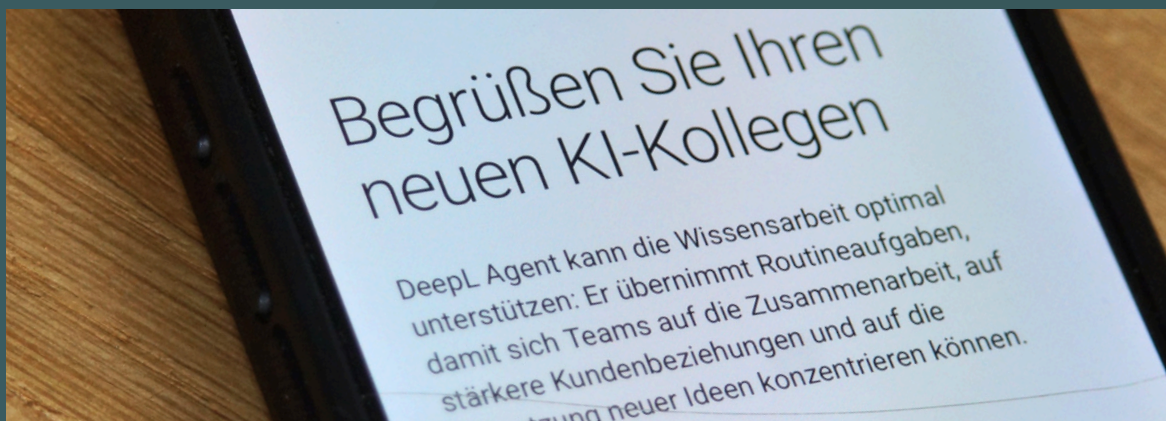
„Welcher Anbieter ist geeignet für Y?“

„Erstelle mir eine Übersicht der Top-Optionen für Z.“

Diese Fragen sind stärker entscheidungsorientiert als früher.

Das bedeutet:

Deine Inhalte müssen Antworten liefern, die **vergleichbar, klar, strukturiert und vertrauenswürdig** sind.





# Multimodale Suche

Google, KI-Assistenten und Social-Plattformen verarbeiten neben Text auch Bilder, Videos, Screenshots, Audio, etc. – und Kombinationen daraus.

### Beispiele:

- Jemand lädt ein Foto eines Produkts hoch und fragt: „Welche Alternative ist günstiger?“
- Ein Nutzer zeigt per Video seine defekte Maschine und fragt: „Was könnte das Problem sein?“
- Eine Person fotografiert eine Website-Sektion und sagt: „Erstelle daraus eine bessere Version.“

# Folgen für Unternehmen

- Deine Inhalte müssen nicht nur ranken, sondern auch von KI-Systemen **verstanden und zitiert werden** können.
- Inhalte, die nur oberflächliche Fragen beantworten, verlieren an Wert.
- **Entscheidend wird:** Wirst du zur Quelle, die KI empfiehlt oder referenziert?

### Unternehmen brauchen:

- klare visuelle Assets
- aussagekräftige Bilder und Videos
- strukturierte Produkt- und Leistungsinformationen
- Inhalte, die maschinenlesbar sind



### 2.2 Paid Search

# ***KI-basierte Kampagnenstrukturen***

**SEA entwickelt sich weg von manuellen Keyword-Kampagnen hin zu:**

- Performance Max
- Automatisierten Suchkampagnen
- Asset-Kombinationen, die KI dynamisch erstellt
- Echtzeit-Optimierung über alle Kanäle hinweg

Was das bedeutet:

Erfolg hängt weniger davon ab, wie viele Keywords du hinterlegst – sondern wie gut deine Zieldefinitionen, Creatives, Daten und Assets sind.

# ***Automatisierung & menschliche Kontrolle***

**KI übernimmt vielleicht:**

- Gebotsstrategien
- Ausspielung
- Keyword-Matching
- Creative-Kombinationen

**Doch der Mensch steuert:**

- Strategie
- Zielgruppenpriorisierung
- Messaging
- Budgetverteilung
- Qualitätskontrolle



**Ohne strategische Führung wird Automatisierung jedoch teuer.**



# ***First-Party-Daten als Vorteil***

Früher konnte Google viel über Nutzer\*innen über Cookies und Drittanbieter-Daten herausfinden. 2026 ist das schwerer möglich – z.B. auch wegen optionalen Cookies, die auch abgelehnt werden können.

Darum werden eigene Unternehmensdaten (First-Party-Daten) zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

### **Was sind First-Party-Daten ganz konkret?**

- Daten aus deinem CRM
- echte Lead- oder Kaufhistorien
- wiederkehrende Käufer
- Zielgruppenlisten (z. B. „Personen, die Demo gebucht haben“)
- reale Conversion-Daten aus deiner Website
- Newsletter-Abonnenten
- Warenkorb-Aktivitäten

Das sind Daten, die dir gehören — nicht Google.

Warum sind diese Daten so wichtig für SEA? Weil KI nur dann gut optimiert, wenn sie weiß, wer ein wertvoller Kunde ist.

### **Mit First-Party-Daten versteht Google zum Beispiel:**

- Welche Leads am Ende wirklich im Verkauf landen
- Welche Nutzergruppen die besten Kunden sind
- Welche Merkmale hochwertige Käufer haben
- Welche Suchanfragen eher „Zeitfresser“ sind
- Welche Creatives zu besseren Kund\*innen führen



# 2026 Guide

Die KI lernt also nicht nur „wer klickt?“, sondern „wer am Ende wirklich etwas bringt?“

## Das ist der Unterschied zwischen:

- ✗ „Wir haben viele Klicks, aber wenig Umsatz.“ und
- ✓ „Google findet automatisch die Nutzer, die am ehesten kaufen.“

## Was ist der praktische Nutzen?

Mit guten First-Party-Daten kann Google:

- präziser bieten
- unqualifizierte Klicks meiden
- Budgets zu den richtigen Zielgruppen schieben
- effizientere PMax-Cluster bilden
- teure Tests vermeiden
- Creatives besser zuordnen

### Kurz gesagt:

Unternehmen mit guten Daten kaufen bessere Klicks günstiger ein.  
Unternehmen ohne Daten zahlen drauf — weil Google raten muss.



## To-Do für Unternehmen

- Kundendaten gut strukturiert und regelmäßig pflegen
- Verbinde Google Ads mit deinen echten Unternehmensdaten.

Zum Beispiel:

- CRM ↔ Google Ads verknüpfen (z. B. HubSpot, Pipedrive, Salesforce)
- Conversions nach Lead-Qualität unterscheiden (z. B. „Lead“, „MQL“, „SQL“, „Kunde“)
- Wertbasierte Conversion-Optimierung aktivieren → Google optimiert nicht nur auf Leads, sondern auf gute Leads.
- Wiederkehrende Käufer / Abonnenten als eigene Zielgruppen hochladen

**Ohne diese Signale weiß die KI nicht, wer ein echter Wunschkunde ist.**



2026 Guide

# ***3. Die neuen SEO Spielregeln***

3.2 Content-Strategie

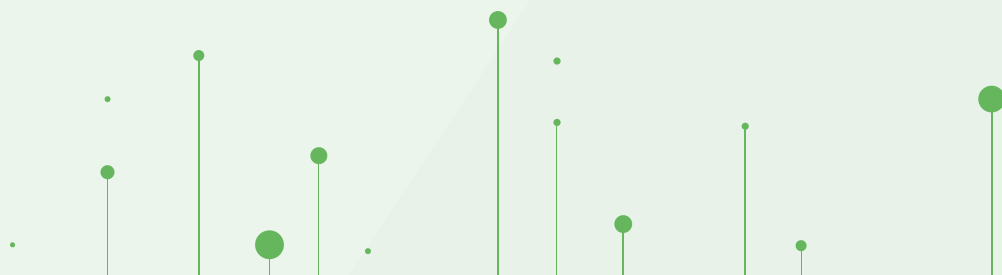
3.3 Authority & Brand-  
Building





# ***Für eine KI-geführte Suchwelt aufrüsten***

SEO hat sich in den letzten Jahren stark verändert, ist allerdings alles andere als "tot". Es ist relevanter denn je – es hat sich weiterentwickelt. Was früher ein Mix aus Keywords, Technik und Backlinks war, ist heute ein ganzheitlicher Sichtbarkeitsansatz, der Menschen und Maschinen gleichzeitig überzeugen muss.



**Dieses Kapitel zeigt dir die Spielregeln, die 2026 wirklich zählen.**



### 3.1 Technisches SEO

# ***Crawlability & Indexing unter KI-Druck***

Suchmaschinen crawlen selektiver.

Mit mehr KI-generierten Suchergebnissen steigt der Druck, nur die besten, klar strukturiertesten Inhalte zu indexieren.

#### **Wichtige Hebel:**

- Saubere Seitenarchitektur
- Reduzierte Tiefenebenen (flache Struktur)
- Arbeiten mit Canonicals & Pagination um Duplicate Content zu vermeiden
- Klare Priorisierung im Crawl-Budget
- Rückbau veralteter Seiten („Content Decay Management“)

Wenn Google deine Inhalte nicht effizient crawlen kann, tauchst du weder im Ranking noch in KI-Antworten auf.



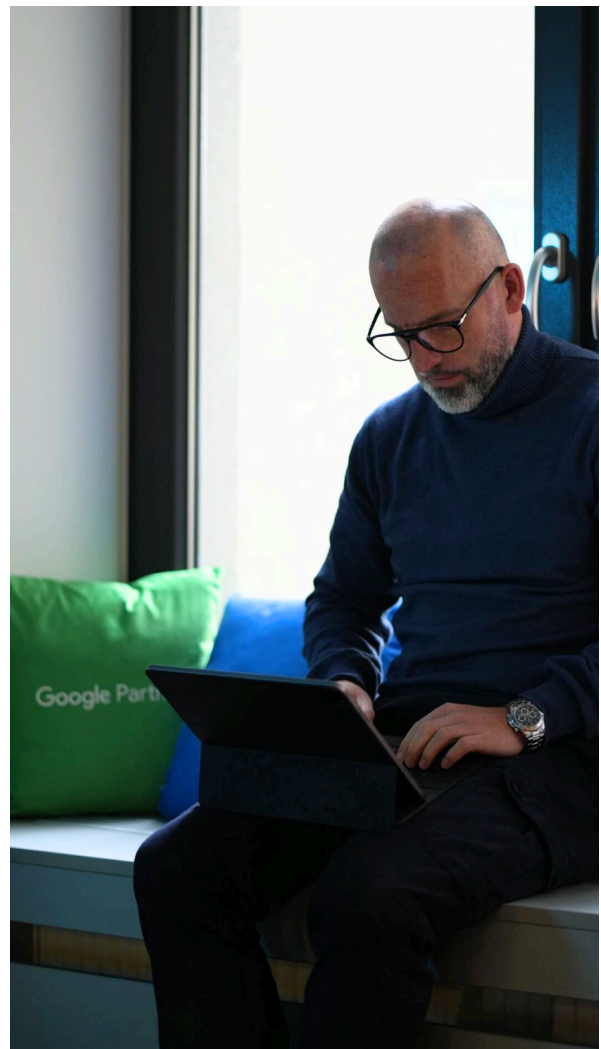
# Page Experience & Core Web Vitals

**Nutzerfreundlichkeit** ist ein Top Ranking-Faktor — und beeinflusst Conversionrates direkt.

## Worauf es 2026 ankommt:

- **Ladezeit:** schnelle Reaktionszeit und stabiler Seitenaufbau
- **Visuelle Stabilität:** keine springenden Elemente
- **Mobile Experience** bleibt entscheidend
- **Barrierefreiheit** gewinnt an Relevanz

Gute UX unterstützt auch KI-Systeme, weil sie von klaren, strukturierten Interfaces profitieren.



# ***Datenqualität & strukturierte Daten***

**(extrem wichtig für AIO)**

Strukturierte Daten (Schema Markup) helfen Suchmaschinen, Inhalte korrekt einzuordnen.



### **To-Dos:**

- klare Produkt-/Leistungsbeschreibungen
- eindeutige Begriffe statt Marketing-Sprech
- konsistente Daten über alle Kanäle
- strukturierte FAQ-Datenbank

### Warum:

Wenn KI-Systeme Infos nicht finden oder nicht eindeutig zuordnen können, werden Unternehmen nicht empfohlen.  
Das ist NEU und wurde bisher nicht erklärt.

**Je klarer die Datenqualität, desto mehr Vertrauen bekommt deine Seite — sowohl im klassischen SEO als auch in KI-basierten Antwortformaten.**



# ***Entity-basierte Optimierung***

## **(Knowledge Graph Thinking)**

Keywords sind wichtig, aber 2026 steht auch im Fokus: Wie versteht Google dein Unternehmen als Entität?

### **Google möchte wissen:**

- Wer bist du?
- Wofür stehst du?
- Welche Themen gehören zu dir?
- Mit wem bist du verbunden? (Partner, Autoren, Marken, Produkte)

### **Dazu gehören:**

- Eindeutige Unternehmensinfos (Name, Adresse, Leistungen)
- Konsistenz über alle Plattformen hinweg
- Inhalte, die deine Kern-Entitäten klar definieren
- Interne Verlinkung, die Themen sauber strukturiert

KI-Modelle arbeiten mit Wissensgraphen. Wer dort nicht vorkommt, verliert Sichtbarkeit.

## 3.2 Content-Strategie

# **EEAT bleibt wichtig**

Expertise und Vertrauen sind 2026 relevanter denn je.

Der Unterschied: GenAI kann viel (Vor-)Arbeit übernehmen, aber die Expertise, Persönlichkeit und Authentizität der Unternehmensauftritte muss vom Menschen kommen.

**E** = Erfahrung → echte Einblicke

**E** = Expertise → Fachkompetenz

**A** = Autorität → Erwähnungen, Glaubwürdigkeit

**T** = Vertrauen (Trust) → Transparenz, Qualität, Markenstärke



**KI kann Inhalte generieren, aber keine Glaubwürdigkeit.**





# ***Content für Menschen vs. Content für KI***

Beides ist notwendig – und unterscheidet sich deutlich.

### **Content für Menschen:**

- Storytelling
- Beispiele
- Emotionen
- Praxisnähe
- Klarer Nutzen

### **Content für KI:**

- Struktur (H2, Listen, kurze Absätze)
- Eindeutig definierte Begriffe
- Präzise Formulierungen
- Daten, Fakten, Entities

**Der beste Content erfüllt beide Perspektiven gleichzeitig.**



# ***Evergreen & Real-Time Content***

Jedes Unternehmen benötigt:

### ✓ **Evergreen-Content**

Themen, die stabil bleiben:

„Wie funktioniert...“, „Was kostet...“, „Welche Optionen gibt es...“.

→ Evergreen sichert langfristige Sichtbarkeit.

### ✓ **Real-Time Content**

Updates, Trends, Antworten auf aktuelle Veränderungen.

→ Real-Time sichert Relevanz und Autorität.

**Eine moderne Content-Strategie kombiniert beides in einem Themen-Cluster.**



## 2026 Guide

# Microcontent für Social & Search

(Shorts, Reels, LinkedIn)

Social Content wird nicht nur in den sozialen Medien, sondern zunehmend auch in der Suche angezeigt.

### Microcontent umfasst:

- kurze Videos
- Reels & Shorts
- LinkedIn-Snippets
- Slide-Karussells
- Mini-Erklärungen

### Dieser Content wird von:

- KI-Modellen verarbeitet
- Suchmaschinen ausgewertet
- Nutzer\*innen bevorzugt konsumiert



**Microcontent ist kein Social-Gimmick – er ist ein SEO-Baustein.**



 @semtrix  @\_semtrix\_  @SemtrixDe  Semtrix GmbH

### 3.3 Authority & Brand-Building

# ***Warum Brand Signals immer wichtiger werden***

#### **Brand Signals sind:**

- steigende Marken-Suchanfragen & hohe Klickraten
- Erwähnungen in Social Media
- positive Nutzersignale
- klare Positionierung

#### **Suchmaschinen interpretieren das als:**

„Diese Marke ist relevant, beliebt und vertrauenswürdig.“

Marken mit starken Signalen werden bei umkämpften Themen bevorzugt.

## ***Autorenprofile & Expertenpages***

#### **Google möchte erkennen:**

- Wer steht hinter diesem Inhalt?
- Welche Expertise hat diese Person?
- Wo wurde sie noch erwähnt?
- Wie konsistent ist diese Expertenidentität?

#### **To-Do:**

- Erstelle Expertenprofile mit Foto, Qualifikation, Social Links
- Erstelle Unternehmens-Expertensites für Autor\*innen
- Erstelle klare Zuordnung zu Themen (z. B. im Knowledge Graph)

**Authentische Expertise & Persönlichkeit sind Wettbewerbsvorteile im KI-Zeitalter.**



## 2026 Guide

# ***Social Signals beeinflussen Search stärker***

Nicht in Form eines direkten Rankingfaktors, sondern indirekt:

- Social Content beeinflusst die **Markenbekanntheit**
- Markenbekanntheit beeinflusst **Suchverhalten**
- Suchverhalten beeinflusst **SEO-Daten**
- Erwähnungen stärken die **Entity** deiner Marke

### Kurz gesagt:

Aktive Marken in Social Media werden in der Suche häufiger „ausgewählt“.

## ***Wie man Trust digital aufbaut***

### **Vertrauen entsteht durch:**

- klare, ehrliche Kommunikation
- konsistente Botschaften
- Transparenz (Preise, Abläufe, Team)
- Erfahrungsberichte & Cases
- hochwertige visuelle Inhalte
- authentische Über-uns-Seiten
- echte Fotos statt Stockbilder
- Trust-Badges



**Vertrauen ist der Kern von SEO – und der Schlüssel für gute KI-Antworten.**



2026 Guide

# 4. Die neuen *SEA Spielregeln*

4.1 Smarte Kampagnenarchitektur

4.2 Praktische Optimierungshebel





# 4.1 Smarte Kampagnenarchitektur

## **Struktureller Aufbau**

Eine performante Struktur enthält typischerweise:

### **Brand Campaign**

Maximale Kontrolle, maximale Qualität. Kosteneffizient und unverzichtbar.

### **Non-Brand Search**

Broad Match + Smart Bidding + klare Zieldefinition (CPA/ROAS).

### **Performance Max**

Für skalierbare Reichweite, Neukundengewinnung und kanalübergreifende Optimierung.

### **Remarketing / Demand Capture**

Für User, die bereits Interesse gezeigt haben (Website-Besuch, Add-to-Cart, Demo-Buchung).

### **Demand Generation / YouTube / Discovery**

Für Zielgruppen, die noch nicht aktiv suchen, aber affin sind.



# ***Landingpages müssen KI-readiness erfüllen***

Wichtige Kriterien:

### ✓ **Klare, eindeutige Positionierung**

Die Seite muss sofort vermitteln:

- Was machst du?
- Für wen ist es?
- Warum bist du die beste Option?

### ✓ **Strukturierte Informationen**

KI-Modelle arbeiten besser mit:

- klaren H1/H2-Strukturen
- eindeutigen Leistungsbeschreibungen
- Bullet Points
- visuellen Elementen mit Textkontext

### ✓ **Schnelligkeit & Mobilfreundlichkeit**

Performance beeinflusst Qualitätsfaktoren und Conversion.

### ✓ **Emotion + Klarheit**

Menschen entscheiden emotional – KI evaluiert strukturell.

Beide müssen abgeholt werden.

**Eine Landingpage ist heute SEO- und SEA-Asset gleichzeitig —  
und muss maschinenlesbar sein.**

# ***KI für Keyword Expansion***

## **Broad Match + KI sorgt dafür, dass Google:**

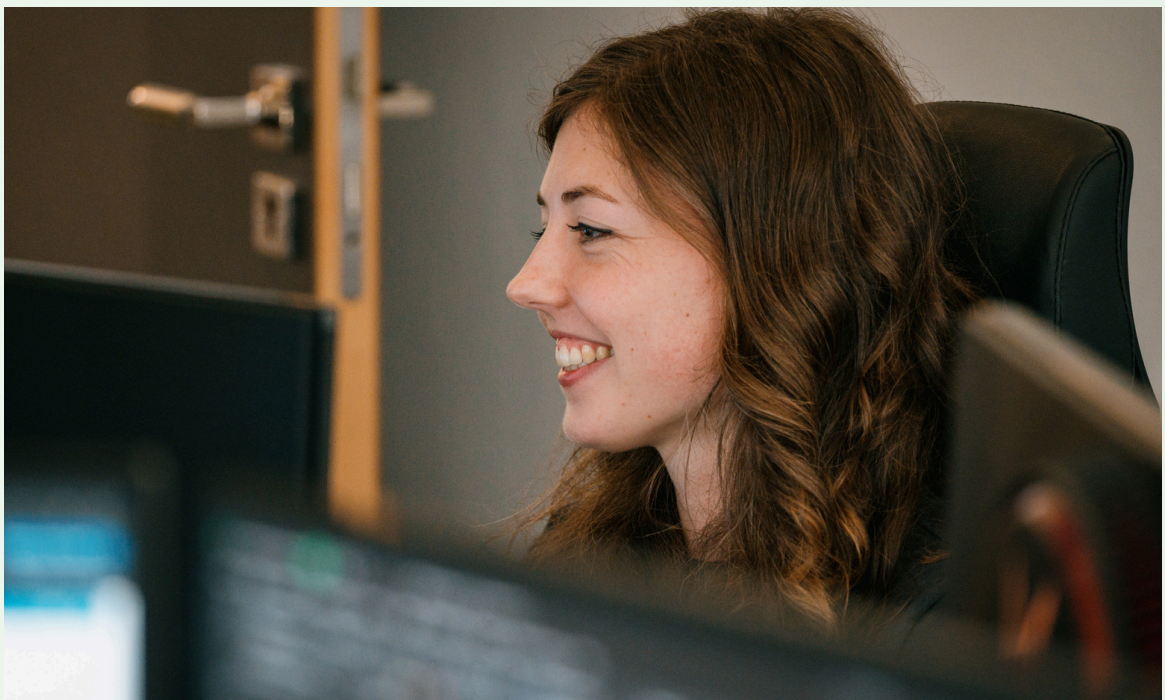
- neue Suchanfragen,
- Synonyme,
- thematisch verwandte Begriffe

automatisch mittestet.

## **Das ist ein Vorteil – wenn du die KI richtig steuerst:**

- Klare Conversion-Ziele definieren
- Negative Keywords pflegen
- Suchbegriffe regelmäßig analysieren
- Irrelevante Cluster konsequent ausschließen

**Keyword-Expansion ist kein Risiko, sondern ein Wachstumshebel – mit klarer Steuerung.**





### 4.2 Praktische Optimierungshebel

# ***Ausschlussstrategien***

**Automatisierung heißt nicht, dass du Google alles erlauben musst.**

**Wichtige Ausschlüsse:**

- Irrelevante Themencluster
- Branchenferne Zielgruppen
- Unpassende Suchintentionen (z. B. Jobsuche bei B2B-Dienstleistung)
- Platzierungen (Display-Exclusions, YouTube-Kanäle)

**Besonders wichtig bei Performance Max:**

- Brand Exclusions (wenn sinnvoll)
- Placeholders / Domain Exclusions
- Asset-Anpassungen nach Zielgruppen



**Gute Ausschlusslisten verbessern Performance stärker als jede CPC-Optimierung.**



# ***Bidding-Strategien: Wann sind sie sinnvoll?***

Modernes SEA wird nicht mehr ausschließlich manuell geboten. Bei Smart Bidding musst du allerdings ganz genau wissen, wann welche Strategie Sinn macht.

### ✓ **Ziel-CPA**

Für Leadgenerierung mit klaren Conversionzahlen.

### ✓ **Ziel-ROAS**

Für Shops oder Angebote mit messbarem Umsatz.

### ✓ **Maximale Conversions**

Für frühe Lernphasen oder bei engem Budget.

### ✓ **Maximale Conversion-Werte**

Für Kampagnen mit Produktpriorisierung.

### Wichtig:

- Zielwerte realistisch setzen
- Strategie nicht zu früh umstellen
- Lernphasen respektieren
- Conversion-Daten sauber halten

**Smart Bidding ist mächtig — aber nur, wenn die Daten, Ziele und Landingpages stimmig sind.**



# ***Performance-Metriken, die wirklich zählen***

### **→ Conversion Rate**

Wie gut performt die Landingpage?

### **→ Kosten pro Lead / Sale (CPA)**

Zielkosten nicht überschreiten.

### **→ Leadqualität**

Weniger Leads, aber bessere Leads = mehr Umsatz.

### **→ ROAS**

Umsatz in Relation zu Werbekosten.

### **→ Incrementality**

Welche Kampagnen liefern wirklich zusätzlichen Wert?

### **→ Customer Lifetime Value (CLV)**

First-Party-Daten werden hier entscheidend.



2026 Guide

# ***5. Wie Unternehmen 2026 ihre Sichtbarkeit steigern***

- 5.1 Grundlagen setzen
- 5.2 SEO Roadmap 2026
- 5.3 SEA Umsetzung 2026





# 2026 Guide

## 5.1 Grundlagen setzen

### **Ziele definieren**

Leads? Verkäufe? Bewerbungen? Markenbekanntheit?

→ **Ein Ziel pro Kampagne. Ein Fokus pro Phase.**

### **Zielgruppen verstehen**

- Welche Probleme hat die ZG?
- Welche Suchintention steckt dahinter?
- Welche Informationen brauchen sie vor einer Entscheidung?

→ **Die Customer Journey bestimmt die Inhalte und Anzeigen.**

### **Keyword- / Topic-Cluster definieren**

- Hauptthema (Pillar)
- Unterthemen (Cluster)
- FAQ / Entscheidungsfragen
- Content-Lücken identifizieren

→ **Grundlage für SEO, Content, SEA und KI-gestützte Recherchen.**

### **Technische Basis prüfen**

Ladezeit, Mobilfreundlichkeit, Indexierung, Fehlerseiten, Strukturierte Daten, Konsistente Unternehmensinfos

→ **Ohne technische Stabilität keine Sichtbarkeit.**



### 5.2 SEO Roadmap 2026

#### **0–30 Tage: Analyse & Priorisierung**

- Fokus-Themen identifizieren
- Content-Hubs planen
- Bestehende Inhalte bewerten (halten, verbessern, löschen)
- Technische Quick-Fixes umsetzen

#### **31–60 Tage: Umsetzung & Content-Produktion**

- 3–5 hochwertige, strategisch relevante Inhalte erstellen
- KI nutzen für Gliederungen, Recherche, Varianten
- Mensch übernimmt Tonalität, Beispiele, Differenzierung
- Interne Verlinkung optimieren

#### **61–90 Tage: Authority & Brand stärken**

- Expertenprofile anlegen oder optimieren
- FAQ- und Decision-Content ausbauen
- Erwähnungen in externen Quellen (Branchenportale, Partnersites)
- Social Media nutzen, um Brand-Signale zu stärken

Ziel nach 90 Tagen:

**Ein klarer Themenfokus, stabile technische Basis, erste hochwertige Inhalte, bessere Signale für Google & KI.**

### 5.3 SEA Umsetzung 2026

Eine starke SEA-Umsetzung besteht aus:

#### **1 Kampagnen-Setup**

- Brand-Campaign
- Non-Brand Search (breit + smart bidding)
- Performance Max (für Skalierung)
- Remarketing / Demand Capture

#### **2 Tracking & Consent**

- Consent Management prüfen
- Enhanced Conversions (EC) aktivieren
- Server-Side Tracking, wenn möglich
- Conversion-Ziele klar definieren (1–3 max.)

#### **3 Laufende Optimierung**

- Suchbegriffe analysieren → irrelevantes ausschließen
- Assets optimieren → mehr Varianten testen
- Gebotsstrategien nicht zu früh umstellen
- Landingpages regelmäßig verbessern
- Budget auf Top-Performer verschieben



2026 Guide

# 6. *SEO / SEA / GAIO* 2026 – *Quick Checklist*





# 6. SEO / SEA / GAIO 2026 – Quick Checklist

## 1. Fundament & Technik

- Website lädt schnell & stabil (Core Web Vitals im grünen Bereich)
- Mobile First Experience einwandfrei
- Wichtige Seiten sauber indexierbar (klare interne Struktur)
- Keine Duplicate-Content-Probleme
- Strukturierte Daten vorhanden (Organization, Product, Article, FAQ etc.)
- Konsistente Unternehmensinformationen (NAP) über alle Plattformen

## 2. Content & Sichtbarkeit

- Themen-Cluster statt einzelner Keywords
- Inhalte klar gegliedert (H1/H2, Listen, Tabellen, FAQ)
- Inhalte mit echter Expertise, Beispielen & Praxiswissen
- Mischung aus Evergreen + aktuellen Inhalten
- Mikrocontent für Such-/Social-Plattformen vorhanden
- Inhalte beantworten konkrete Nutzerfragen (Problem → Lösung → Ergebnis)

## 3. Authority & Marke

- Expertenprofil(e) mit echten Personen sichtbar
- Über-uns-Seite glaubwürdig, mit Team & Kompetenz
- Relevante Erwähnungen/Backlinks vorhanden
- Social-Media-Signale stärken Markenbekanntheit
- Klare Positionierung & konsistente Messaging-Linie



### 6. SEO / SEA / GAIO 2026 – Quick Checklist

## 4. SEA-Struktur & Performance

- Kampagnen konsolidiert (Brand, Non-Brand, PMax, Remarketing)
- Broad Match + Smart Bidding sinnvoll eingesetzt
- Klare Conversion-Ziele definiert (1–3 max.)
- Starke Assets für Anzeigen (Visuals & Texte)
- Ausschlussstrategien aktiv gepflegt
- Landingpages klar, schnell und auf Conversion optimiert

## 5. Tracking & Datenqualität

- Consent Management funktionsfähig
- Enhanced Conversions aktiv
- Server-Side Tracking eingerichtet oder in Planung
- Conversion-Daten vollständig & plausibel
- Klare Dashboards zur Performance-Analyse (Looker/GA4)





### 6. SEO / SEA / GAIO 2026 – Quick Checklist

## 6. KI-Readiness der Website (GAIO)

- Inhalte sind maschinenlesbar (klare Struktur, kurze Absätze, eindeutige Begriffe)
- Seiten enthalten präzise, verlässliche Infos, die KI leicht zitieren kann
- FAQs vorhanden → KI kann konkrete Frage-Antwort-Paarungen nutzen
- Entity-Optimierung vorhanden (Unternehmen, Leistungen, Personen klar definiert)
- Strukturierte Daten vollständig & korrekt
- Leistungs- & Produktseiten enthalten klare Parameter, Beispiele, Anwendungsfälle
- Brand Signals stark (KI erkennt das Unternehmen als vertrauenswürdige Quelle)
- Inhalte differenziert genug, um nicht als „Standardantwort“ unterzugehen
- Medien / Assets klar beschriftet (Alt-Texte, Dateinamen, kontextuelle Einbettung)
- Website liefert Antworten, die über das hinausgehen, was KI selbst generieren kann (z. B. Erfahrungswissen, konkrete Prozesse, Problemlösungswege)



# 2026 Guide

## 7. Alles zu viel?





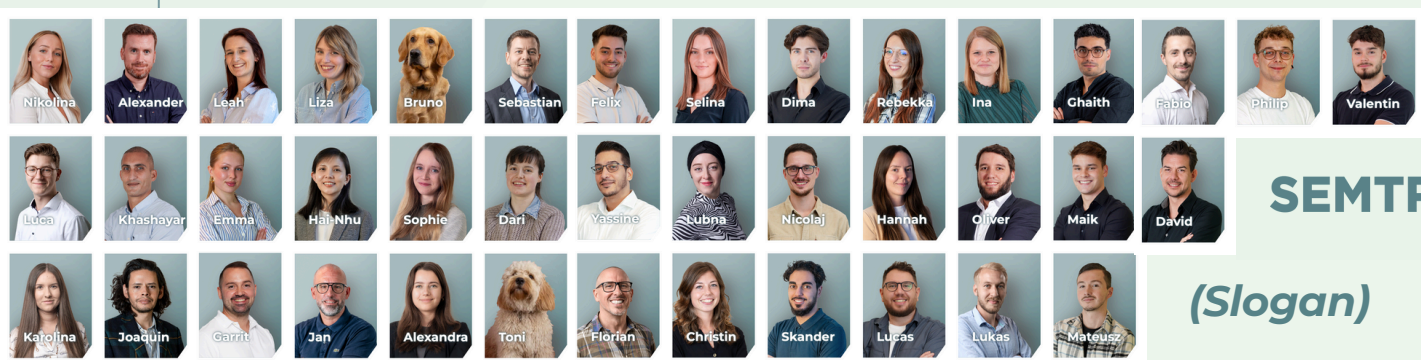
# 2026 Guide

## 7. Alles zu viel?

# ***Deshalb gibt's uns – Wir helfen dir!***

### KI-SEO-Analyse

- Wir prüfen, wie sichtbar deine Marke aktuell in generativen Suchsystemen ist.
- Wir identifizieren Chancen und Lücken (z. B. Themen, die KI nicht erkennt).
- Wir erstellen eine maßgeschneiderte Roadmap: Was bleibt aus der klassischen SEO-Strategie, was muss neu gedacht werden.
- Wir stellen eine optimale Strategie aus SEO, GEO und SEA für dich auf.



**SEMTRIX**

*(Slogan)*



# 2026 Guide

## 7. Alles zu viel?

# ***Deshalb gibt's uns – Wir helfen dir!***

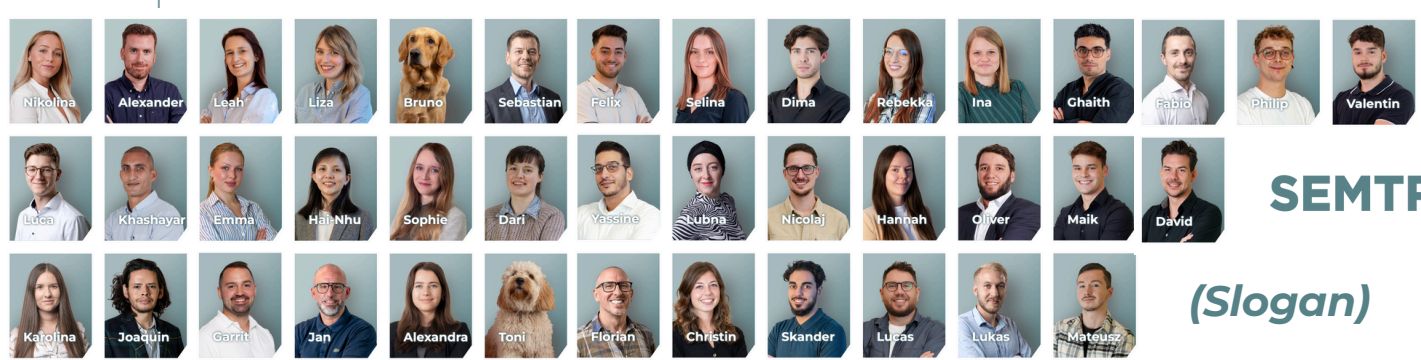
### Technisches Setup & Umsetzung

- Wir kümmern uns um die Implementierung strukturierter Daten, Content-Cluster, Markup-Optimierung.

### Content-Upgrade

- Wir entwickeln KI-freundliche Inhalte, die gleichzeitig menschlich und markenstark sind.
- Wir legen den Fokus auf Fragen, Nutzen und klare Botschaften.

Wir testen und optimieren selbstverständlich kontinuierlich und nehmen dir das Thema digitale Sichtbarkeit langfristig ab, sodass du dich auf dein Kerngeschäft konzentrieren kannst.



**SEMTRIX**

*(Slogan)*



## 2026 Guide

### 7. Alles zu viel?

***Deshalb gibt's uns  
– Wir helfen dir!***

**Sichere dir jetzt deine kostenlose  
& unverbindliche Beratung!**

+49 211 688 535-0  
info@semtrix.de  
[www.semtrix.de](http://www.semtrix.de)

**Jetzt kostenlos starten →**



[132 Bewertungen auf ProvenExpert.com](https://www.provenexpert.com)

**AGB**

**Impressum**

**Datenschutz**



# SEMTRIX

SEARCH ENGINE MARKETING



Semtrix GmbH  
Google  
Bewertung  
4,8 ★★★★★



Semtrix GmbH  
ProvenExpert  
Bewertung  
5,0 ★★★★★

