



**codex**  
Internetagentur

# SEO TRENDS 2025

Was du 2025 für deine  
Sichtbarkeit tun kannst

Google



# Inhaltsverzeichnis

„Circle to Search“ – einkreisen und lossuchen	02
Voice Search gewinnt weiter in 2025	03
KI und SEO	04
Mobile First – Core Web Vitals	06
Null-Klick-Antworten	08
Video, Video, Video	10
Aktualität	12

# 1. „Circle to Search“ – einkreisen und lossuchen

"Circle to Search" bezieht sich auf eine **neue Funktion von Google**, die es Benutzer:innen ermöglicht, durch **einfache Gesten** wie Umkreisen, Hervorheben oder Wischen direkt auf ihrem Smartphone **nach Informationen zu suchen**, ohne eine andere App öffnen zu müssen.



Diese Funktion wird vor allem auf neueren Android-Geräten wie zum Beispiel der Pixel 8-Serie und dem Samsung Galaxy S24 angeboten. Sie erleichtert die Suche nach Produkten, Dienstleistungen oder Informationen, die auf dem Bildschirm angezeigt werden, indem sie das Web direkt nach dem Umkreisen oder Markierten durchsucht.

Für Unternehmen und Marken bietet diese Funktion neue Möglichkeiten zur Optimierung visueller Inhalte, da hochauflösende Bilder und Videos, die auf Websites verwendet werden, leichter in den Suchergebnissen erscheinen können, wenn sie ordnungsgemäß mit relevanten Metadaten versehen sind. Dies umfasst die Optimierung von Alt-Texten, Beschreibungen und Schlüsselwörtern, die Google helfen, die Inhalte besser zu verstehen und sie Nutzer:innen effektiv zur Verfügung zu stellen, die diese neue Suchmethode verwenden.

## 2. Voice Search gewinnt weiter in 2025

Voice Search bezieht sich auf Suchanfragen, die mittels Spracheingabe statt Texteingabe durchgeführt werden. Diese Art der Suche wird immer beliebter, da sie besonders auf mobilen Geräten praktisch ist.



### Hier sind einige Tipps, wie man eine Website für Voice Search optimieren kann:

#### 01 Verwende natürliche Sprache

Da Voice Search oft in Form von Fragen oder vollständigen Sätzen erfolgt, sollte die Website Inhalte enthalten, die natürliche, gesprochene Sprache verwenden und häufig gestellte Fragen beantworten. Ein FAQ-Bereich kann hier besonders hilfreich sein.

#### 02 Optimierte für lokale Suchanfragen

Viele Sprachsuchanfragen sind lokal orientiert, wie z.B. "Wo ist das nächste Restaurant?". Stelle sicher, dass dein lokales SEO optimiert ist, indem du Ortsangaben, lokale Keywords und Einträge in lokalen Verzeichnissen integrierst.

#### 03 Schnelle Ladezeiten

Sprachsuchanfragen erfolgen häufig unterwegs. Eine schnelle Ladezeit der Website ist daher entscheidend, um die Nutzererfahrung zu verbessern.

#### 04 Schema-Markup verwenden

Durch die Implementierung von strukturierten Daten kann Google relevante Informationen wie Öffnungszeiten, Standorte und Bewertungen besser verstehen und dann auch anzeigen.

# 3. KI und SEO

Die bereits aktuellen Einflüsse der KI auf die Suchmaschinenoptimierung sind:

## Verständnis von Suchanfragen

KI-Technologien wie Google's BERT helfen Suchmaschinen, die Nuancen und den Kontext von Suchanfragen besser zu verstehen. Dies ermöglicht es, relevantere Ergebnisse zu liefern, auch wenn die Anfragen indirekt formuliert sind.

## Inhaltsanalyse

KI kann Texte tiefergehend analysieren und die Qualität des Inhalts besser bewerten. Dies betrifft nicht nur Schlüsselwörter, sondern auch die Gesamtqualität, Relevanz und den Informationsgehalt eines Textes.

## Personalisierung der Suchergebnisse

KI ermöglicht eine stärkere Personalisierung der Suchergebnisse basierend auf den individuellen Präferenzen und dem Suchverhalten der Nutzer:innen.

## Automatisierung im SEO

KI-Tools können SEO-Aufgaben wie Keyword-Recherche, Erstellung von Meta-Tags oder die Analyse von Backlink-Profilen automatisieren, was zu effizienteren SEO-Prozessen führt.

Zukünftig werden die Einflüsse der KI auf SEO aber noch wachsen, aus diesem Grund ist es wichtig regelmäßig seine SEO-Strategien zu überdenken und zu korrigieren. Die Integration von KI in SEO ist ein dynamischer Prozess, der kontinuierliche Anpassungen und Lernen erfordert, um mit den technologischen Entwicklungen Schritt zu halten.

# Ein paar zukünftige Einflüsse könnten sein:

1

## Weiterentwicklung von Sprachsuche und Assistenzsystemen

Da Geräte und Plattformen wie Alexa, Google Assistant und Siri immer verbreiteter werden, könnte KI die Art und Weise, wie Suchanfragen formuliert und verarbeitet werden, weiterhin verändern, indem sie noch natürlichere Sprachinteraktionen ermöglicht.

2

## Visual Search und Augmented Reality

Mit fortschreitender Entwicklung von KI-Technologien könnte Visual Search – die Suche mittels Bildern – an Bedeutung gewinnen. KI könnte dabei helfen, Bilder besser zu verstehen und relevante Informationen oder Produkte zu erkennen.

3

## Prädiktive Analysen

KI könnte zukünftig in der Lage sein, Suchtrends vorauszusagen oder das zukünftige Verhalten von Nutzer:innen zu antizipieren. Dies würde Marketern ermöglichen, ihre Strategien proaktiv anzupassen, noch bevor sich das Interesse der Nutzer:innen ändert.

4

## Verbesserung von User Experience

KI könnte tiefgehende Analysen des Nutzerverhaltens auf Websites ermöglichen und so helfen, die User Experience gezielt zu verbessern, was ein immer wichtiger werdender Faktor für das Ranking ist.

5

## Ethik und Datenschutz

Mit der zunehmenden Rolle von KI werden auch ethische Fragen und Datenschutzbedenken wichtiger. Suchmaschinen und SEO-Expert:innen müssen sicherstellen, dass der Einsatz von KI die Privatsphäre der Nutzer:innen respektiert und ethischen Grundsätzen folgt.

# 4. Mobile First – Core Web Vitals

Zugegeben Mobile First ist jetzt nicht wirklich neu, bereits seit Jahren predigen wir, dass eine mobile Website unerlässlich ist. Was neu ist und auch regelmäßig aktualisiert wird, sind die Core Web Vitals.



## Aber was sind die Core Web Vitals?

Core Web Vitals sind spezifische Faktoren, die Google als Teil der User Experience einer Webseite betrachtet. Sie messen die Geschwindigkeit, Reaktionsfähigkeit und visuelle Stabilität einer Website. Diese Metriken sind:

- ➔ **Largest Contentful Paint (LCP):** Misst die Ladezeit des größten Inhaltsobjekts im Sichtbereich der Seite. Eine gute LCP-Zeit liegt unter 2,5 Sekunden.
- ➔ **First Input Delay (FID):** Misst die Zeit von der ersten Interaktion eines Nutzers mit einer Seite (zum Beispiel Klicken auf einen Link) bis zur Reaktion der Seite darauf. Ein guter Wert für FID ist weniger als 100 Millisekunden.
- ➔ **Cumulative Layout Shift (CLS):** Misst die visuelle Stabilität und wie oft Inhalte auf der Seite unerwartet verschoben werden. Ein guter CLS-Wert ist weniger als 0,1.

## Warum sind die Core Web Vitals wichtig für SEO?

Core Web Vitals sind wichtige Komponenten des Google-Rankingsignals "Page Experience", welches die allgemeine Nutzererfahrung einer Webseite bewertet.

Hier sind einige Gründe, warum sie wichtig für SEO sind:

### Verbesserung der Nutzererfahrung:

Gute Werte bei den Core Web Vitals tragen zu einer besseren Nutzererfahrung bei, was zu höheren Konversionsraten und geringeren Absprungraten führen kann.

### Direkter Einfluss auf das

**Ranking:** Seit dem Update im Jahr 2021 sind Core Web Vitals ein offizieller Rankingfaktor für Google. Websites, die gut in diesen Metriken abschneiden, könnten höher in den Suchergebnissen eingestuft werden.

### Mobile First:

Da immer mehr Nutzer:innen über mobile Geräte auf das Internet zugreifen, sind schnelle Ladezeiten und reaktionsfähige Interaktionen besonders wichtig, was durch die Core Web Vitals gemessen wird.



## Und wie optimiert man die Core Web Vitals für SEO?

Um die Core Web Vitals zu optimieren, können Webseitenbetreiber:innen folgende Maßnahmen ergreifen:

### 01 Optimierung der Ladezeiten

Verbesserung der Serverantwortzeiten, Reduzierung der Dateigrößen durch Komprimierung von Bildern und Texten sowie Einsatz von Caching-Strategien.

### 03 Vermeidung von Layout Verschiebungen

Stellen Sie sicher, dass alle visuellen Elemente auf der Seite stabile Abmessungen haben und dass Werbung oder Einbettungen die Layout-Stabilität nicht beeinträchtigen.

### 02 Minimierung des First Input Delay

Reduzierung der JavaScript-Ausführungszeit, was zu einer schnelleren Reaktionsfähigkeit der Webseite führt.

Die Beachtung dieser Core Web Vitals und ihre Optimierung können signifikant zur Sichtbarkeit und Nutzerfreundlichkeit einer Website beitragen und somit ihre Position in den Suchergebnissen verbessern.



# 5. Null-Klick-Antworten

Null-Klick-Antworten sind Suchergebnisse, bei denen Nutzer:innen direkt auf der Ergebnisseite von Google (Search Engine Results Page, SERP) Antworten auf ihre Suchanfragen erhalten, ohne auf eine Website klicken zu müssen. Diese Funktion ist dafür gedacht, die Informationssuche schneller und effizienter zu machen, indem sie direkt Antworten liefert, die häufig gestellte Fragen betreffen oder klare Daten und Definitionen enthalten.

## Unterschiedliche Arten von Null-Klick-Antworten



### Featured Snippets

Kurze Textausschnitte, die direkt auf der Google-Suchergebnisseite angezeigt werden und die Frage der Nutzer:innen beantworten. Diese Snippets können aus Listen, Absätzen oder Tabellen bestehen.

### Knowledge Panels

Informationsboxen, die spezifische Daten über Personen, Orte oder Dinge zusammenfassen. Diese erscheinen oft bei Suchanfragen nach berühmten Persönlichkeiten, Unternehmen oder Orten.

### Local Packs

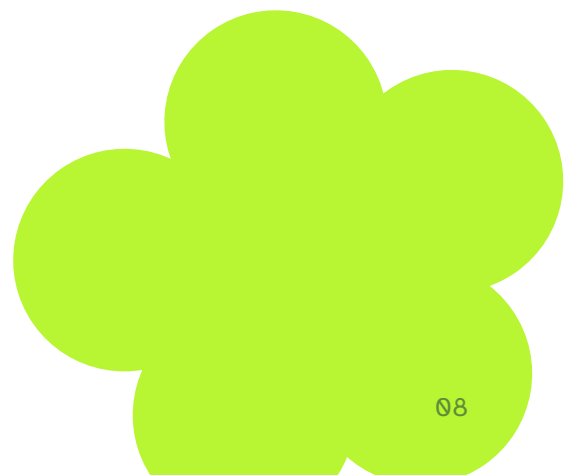
Zeigen lokale Suchergebnisse an, wie zum Beispiel Geschäfte oder Dienstleistungen in der Nähe der Nutzer:innen, basierend auf deren Standort.

### Rich Snippets

Erweiterte Snippets, die zusätzliche Informationen, wie Bewertungen, Preise oder Verfügbarkeit enthalten können, häufig genutzt für Produkte oder Rezepte.

### Antwortboxen

Diese enthalten direkte Antworten wie Definitionen, Umrechnungen (z.B. Währungen oder Maßeinheiten) und andere schnelle Fakten.



# Entscheidungsprozess von Google

Google entscheidet basierend auf verschiedenen Faktoren, ob eine Suchanfrage eine Null-Klick-Antwort wird:

## Relevanz der Frage

Google analysiert, ob die Suchanfrage eine konkrete Antwort erfordert, die effektiv in einem kurzen Format präsentiert werden kann.

## Nutzerintention

Google versucht, die Absicht hinter der Suchanfrage zu verstehen. Suchanfragen, die nach spezifischen Fakten, Definitionen oder schnellen Daten fragen, sind eher Kandidaten für Null-Klick-Antworten.

## Qualität des Inhalts

Die Algorithmen bewerten die Qualität des Inhalts auf den Webseiten, die für die Antwort in Frage kommen. Hochwertige und vertrauenswürdige Quellen werden bevorzugt.

## Verfügbarkeit von Daten

Google nutzt strukturierte Daten und Markup auf Websites, um relevante Informationen schnell zu identifizieren und anzuzeigen.

Diese Art von Antworten ist besonders nützlich für Nutzer:innen, die schnelle Antworten suchen, aber sie kann für Webseitenbetreiber:innen eine Herausforderung darstellen, da sie potenziell weniger Traffic auf die tatsächlichen Websites lenken. Trotzdem bietet sie eine effiziente Möglichkeit, Informationen schnell und direkt bereitzustellen.



# 6. Video, Video, Video

Videos können dir auf verschiedene Weise bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO) deiner Website helfen, um deine Sichtbarkeit und das Nutzerengagement zu verbessern. Hier findest du einige Vorteile und Methoden, wie Videos dein SEO fördern können:

## 01 Erhöhung der Verweildauer

Videos binden Besucher:innen und können dazu führen, dass diese länger auf Ihrer Webseite verweilen. Suchmaschinen wie Google interpretieren eine längere Verweildauer oft als ein Zeichen dafür, dass die Webseite wertvollen und relevanten Inhalt bietet, was positiv für das Ranking sein kann.

## 02 Verbesserung der Content-Qualität

Videos bieten eine weitere Dimension des Inhalts, die Texte und Bilder ergänzt. Ein gut produziertes Video kann die Qualität des Gesamtinhalts der Seite erhöhen und sie informativer und ansprechender für User machen.

## 03 Erhöhung der Klickrate (CTR)

Ein ansprechendes Vorschaubild für ein Video kann die Klickrate auf der Google-Suchergebnisseite erhöhen. Eine höhere CTR (Click-through-rate) kann ein positiver Rankingfaktor sein.

## 04 Erweiterung der Content-Reichweite

Videos können auf verschiedenen Plattformen geteilt werden, wie YouTube, sozialen Medien und anderen Websites. Dies erhöht die Reichweite des Inhalts und kann zusätzlichen Traffic auf deine Webseite lenken.

## 05 Stärkung der Backlinks

Wenn dein Video wertvollen und einzigartigen Inhalt bietet, können andere Seiten darauf verlinken. Diese Backlinks sind vorteilhaft für SEO, da sie die Autorität und Glaubwürdigkeit deiner Homepage in den Augen von Suchmaschinen erhöhen.

## 06 Verbesserung der mobilen Nutzererfahrung

Da immer mehr Nutzer:innen über mobile Geräte auf das Internet zugreifen, bietet die Integration von Videos eine verbesserte Erfahrung auf mobilen Plattformen. Suchmaschinen favorisieren Webseiten, die eine optimale mobile Nutzer:innen Erfahrung bieten.



## Hier ein paar Tipps zur Optimierung von Videos für SEO

- Verwenden relevante Keywords in den Video-Titeln, Beschreibungen und Tags.
- Hoste Videos auf einer eigenen Domain, um sicherzustellen, dass der Traffic zu deiner Website geleitet wird und nicht zu Video-Hosting-Plattformen, wie YouTube.
- Erstelle eine Video-Sitemap und reiche diese bei Suchmaschinen ein, um sicherzustellen, dass deine Videos leicht gefunden und indiziert werden können.
- Verwende Transkripte und Untertitel, um den Inhalt für Suchmaschinen zugänglich zu machen und die Barrierefreiheit zu verbessern.
- Achten Sie auf die Ladezeiten Ihrer Webseite, auch wenn Videos eingebunden sind. Optimieren Sie die Videogröße und das Format, um negative Auswirkungen auf die Seitenladegeschwindigkeit zu vermeiden.

**Durch die Integration von Videos auf deiner Website und die Berücksichtigung dieser Optimierungstipps kannst du die Sichtbarkeit deiner Webseite verbessern und ein besseres Nutzer:innenerlebnis bieten.**



# 7. Aktualität

Die Aktualität der Inhalte spielt nicht erst 2025 eine wichtige Rolle bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO), besonders in dynamischen und schnelllebigen Branchen wie Nachrichten, Unterhaltung, Technologie und Finanzen. Hier sind ein paar Gründe, warum aktuelle Inhalte für die Suchmaschinenoptimierung wichtig sind:

## 01 Relevanz und Nutzer:innenerfahrung

Aktuelle Inhalte sind oft relevanter für die Suchanfragen der Nutzer:innen. Suchmaschinen wie Google bevorzugen Inhalte, die die neuesten Informationen bieten, besonders wenn es um zeitkritische Themen geht. Frische Inhalte können die Nutzer:innenerfahrung verbessern, indem sie aktuelle und genaue Informationen liefern.

## 02 Häufigkeit der Indexierung

Websites, die regelmäßig aktualisiert werden, ziehen Suchmaschinen-Crawler öfter an. Dies kann dazu führen, dass die Website häufiger gecrawlt wird, was die Chancen erhöht, dass neue Inhalte schneller in den Suchergebnissen erscheinen.

## 03 Signale für Suchmaschinen

Regelmäßige Aktualisierungen senden positive Signale an Suchmaschinen, die darauf hindeuten, dass die Website aktiv gepflegt wird. Dies kann die Glaubwürdigkeit und Autorität deiner Website stärken.

## 04 Verbesserung der Keyword-Relevanz

Die Aktualisierung von Inhalten bietet Gelegenheiten, neue Keywords einzubinden und bestehende Inhalte zu optimieren. Dies kann dazu beitragen, die Sichtbarkeit für ein breiteres Spektrum von Suchanfragen zu erhöhen.

## 05 Wettbewerbsvorteile

In vielen Fällen können aktuelle Inhalte einen Wettbewerbsvorteil darstellen. Websites, die regelmäßig aktualisiert werden und die neuesten Informationen bieten, können sich als führend in ihrer Branche positionieren und mehr Vertrauen bei den Nutzer:innen gewinnen.

## Hier noch ein paar Tipps zur Optimierung der Aktualität von Inhalten

- **Regelmäßige Überprüfungen und Updates:** Plane regelmäßige Überprüfungen deiner Inhalte, um sicherzustellen, dass sie aktuell und genau sind. Aktualisiere veraltete Informationen und ergänze neue Erkenntnisse.
- **Verwendung von Datumsangaben:** Zeigen das Veröffentlichungsdatum und das Datum der letzten Aktualisierung auf deinen Seiten an, um den Nutzer:innen und den Suchmaschinen die Relevanz und Frische der Inhalte zu signalisieren.
- **Erstellung zeitloser Inhalte:** Ergänze deine Strategie um Evergreen-Inhalte, die zeitlos relevant bleiben, aber dennoch gelegentlich aktualisiert werden sollten, um ihre Genauigkeit und Relevanz zu gewährleisten.
- **Reaktion auf Trends:** Beobachte Branchentrends und aktuelle Ereignisse, um Inhalte zu erstellen, die auf aktuelle Anfragen und Interessen abzielen.

Durch die Pflege aktueller Inhalte können Websites nicht nur ihre SEO verbessern, sondern auch die Bindung und Zufriedenheit der Nutzer:innen erhöhen.

## Fazit

Die Suchmaschinenoptimierung ist trotz KI nicht tot zu kriegen und wird Website- und Webshop-Betreiber:innen auch in 2025 weiter auf Trab halten. Insgesamt zeigt sich, dass die Diversifikation deines Contents eine immer wichtige Rolle einnimmt. Neben Texten und Bildern müssen nun auch Videos, Sprachanfragen und weiteres für die Suchmaschinen optimiert werden. Falls du Fragen zu SEO und anderen Digital Marketing Themen hast, ist code-x gerne für dich da.

## Wir sind für dich da

Für weitere Informationen oder direkte Unterstützung, schreib uns eine Mail oder ruf uns an. Schau auch auf unserer Website oder Social Media vorbei! Außerdem kannst du dort **unseren Newsletter abonnieren**, um regelmäßig News und Tipps zu erhalten.