

Google SGE

Was ist Google SGE?

[Google SGE](#) (Search Generative Experience), die Integration generativer KI in Google-Suchanfragen, wurde erstmals auf der Google I/O 2023 vorgestellt. US-Nutzer haben über das Search Lab Zugang zur Beta-Version erhalten, was Einblicke in die Funktionsweise der Technologie bietet. Für Interessierte außerhalb der USA sind das Design und bestimmte Features von Google SGE im Video [A look at what's next for AI and Google Search](#) vorgestellt worden.

Aktuell ist Google SGE in Deutschland noch nicht verfügbar. Es ist zudem anzunehmen, dass es bis zu finalen Veröffentlichung noch Änderungen an den Funktionen oder am Design geben wird.

Wie funktioniert Google SGE?

Google SGE zielt darauf ab, schnelle und genaue Antworten auf Suchanfragen zu liefern, um das Durchforsten langer Einträge zu vermeiden. Die Frage ist jedoch, ob SGE wirklich bei allen Anfragen überlegen ist. Während traditionelle Suchergebnisse bei einer Anfrage wie "angesagte Restaurants in Berlin" die Top-Unternehmensprofile direkt anzeigen, generiert Google SGE mittels generativer KI eine zusammenfassende Antwort auf solche Anfragen.

Anscheinend wird jedoch nicht für jeden Suchanfrage eine KI-Antwort erstellt. Klassische No-Klick-Anfragen wie "Wetter München" werden ohne KI-Einbindung beantwortet.

Die Google Search Generative Experience bringt drei innovative Features in die Suchergebnisseiten (SERPs) ein:

- AI Snapshot
- Conversational Mode
- Vertical Experiences

AI-Snapshot (KI-Schnappschuss)

Der KI-Schnappschuss in Google SGE bündelt Informationen aus verschiedenen Quellen für jede

Anfrage, um Nutzern möglichst rasch eine umfassende Antwort zu bieten. Ziel ist es, eine breitere Palette an Fragen zu beantworten, als es mit einem einzelnen herkömmlichen Suchergebnis machbar wäre.

Google bereichert diese Ergebnisse zunehmend mit Videos und Bildern, um den Nutzen zu maximieren.

Es ist davon auszugehen, dass diese Antworten durch den Einsatz generativer KI, die durch Retrieval Augmented Generation erweitert wird – also die Verknüpfung von Sprachmodellen mit externen Datenquellen – erstellt werden, um die Genauigkeit zu erhöhen und die Risiken von KI-Halluzinationen und Falschinformationen zu minimieren.

Zusätzlich zur Textantwort präsentiert der Schnappschuss ein Karussell von Links, aus denen die Informationen stammen. Dieses Feature wird für die [Suchmaschinenoptimierung \(SEO\)](#) von großer Bedeutung sein, obwohl aktuell noch unklar ist, nach welchen Kriterien Links in diesem Karussell erscheinen.

Die im Schnappschuss gezeigten Ergebnisse stimmen nicht immer mit den obersten organischen Suchergebnissen überein.

Über dem [Link](#)-Karussell gibt es zudem einen Button, der es Nutzern ermöglicht, in einer detaillierteren Ansicht der Antwort zu sehen, aus welchen Quellen die Informationen im Schnappschuss stammen.

Conversational Mode (Konversationsmodus)

SGE ermöglicht es Nutzerinnen und Nutzern, ihre Suche wie einen Dialog zu gestalten

Unterhalb des KI-Schnappschusses findet sich eine Möglichkeit, zusätzliche Fragen einzugeben (inklusive einiger Vorschläge für Folgefragen). Die ursprüngliche Anfrage wird dabei berücksichtigt, was bedeutet, dass man als Fragender den Kontext nicht erneut erläutern muss.

Vertical Mode (Branchenspezifische Erlebnisse)

SGE zielt darauf ab, die branchenspezifische Suche neu zu definieren. Durch den Einsatz von Googles Shopping Graph werden Angebote zusammengestellt, die genau zu der gestellten Suchanfrage passen.

Ein herausragendes Merkmal dabei ist, dass die bereitgestellten Informationen nicht ausschließlich von



Produktseiten stammen, sondern auch aus Bewertungen und anderen verfügbaren Inhalten im Shopping Graph gezogen werden.

In Googles Keynote-Präsentation wurde zudem demonstriert, wie Nutzer zwischen verschiedenen Anbietern für ein spezifisches Produkt vergleichen können:

Ebenso sollen lokale Suchanfragen, eine weitere Form der branchenspezifischen Erlebnisse, durch SGE verbesserte Ergebnisse liefern. Beispielsweise wurde in der I/O-Präsentation gezeigt, wie die KI verschiedene Restaurants miteinander vergleichen kann.

Was bedeutet Google SGE für SEO?

Google unternimmt mit SGE einen entscheidenden Schritt hin zu einem ambitionierten Ziel: sich von einer Suchmaschine zu einer Antwortplattform zu wandeln.

Zwar ist zum jetzigen Zeitpunkt noch unklar, in welcher Form SGE letztlich implementiert wird, dennoch lassen sich einige Annahmen treffen:

Durch die Einbindung generativer KI könnte Google effizienter auf Long-Tail-Suchanfragen reagieren. Es ist zu erwarten, dass Suchbegriffe länger werden, da Nutzerinnen und Nutzer dazu übergehen, umfangreichere und präzisere Fragen zu formulieren.

Die Vorstellung von SGE kurz nach der Aktualisierung von Google E-E-A-T deutet darauf hin, dass E-E-A-T-Signale bei der Search Generative Experience eine zentrale Rolle spielen werden. Mit der Einführung von Perspectives wird zudem die Bedeutung von belegbarem Fachwissen oder persönlichen Erfahrungen für die Suchmaschinenoptimierung unterstrichen.

Google wird besondere Sorgfalt walten lassen, um die Verbreitung von Falschinformationen zu minimieren. Das bedeutet, dass etablierte Marken wahrscheinlich einen Vorteil haben werden, in den AI Snapshots hervorgehoben zu werden, während weniger bekannte Marken sich stärker auf den Aufbau von Autorität und OffPage-SEO konzentrieren müssen.

Je komplexer das Thema und die Anfrage, desto begrenzter sind die verfügbaren Daten für die KI. Obwohl die AI Snapshots einfache und grundlegende Fragen effektiv beantworten können, werden bei tiefergehenden Recherchen zu Themen ohne klare Antworten die [organischen Suchergebnisse](#) weiterhin im Vordergrund stehen.

Google SGE: Auswirkungen auf die Suchmaschinenoptimierung

Die Einführung der Search Generative Experience verändert die SEO-Landschaft, indem sie eine bereits bekannte Herausforderung verstärkt: [Organische Suchergebnisse rücken zunehmend weiter nach unten](#), was ihre Sichtbarkeit für die Nutzer reduziert und somit die Klickzahlen für organisch hochplatzierte Seiten verringert.

Bislang waren hauptsächlich SERP-Features wie Featured Snippets und Local Snack Packs für diese Verschiebung verantwortlich. Mit der Integration von KI werden diese Entwicklungen nun verstärkt oder bestehende SERP-Elemente sogar ersetzt.

Für SEO-Experten bedeutet dies, dass einfache Definitions- und FAQ-Inhalte in vielen Fällen keinen signifikanten Traffic mehr generieren werden.

Stattdessen sollten sich SEOs auf die Erstellung von Inhalten für komplexere Anfragen konzentrieren, die weniger klare Antworten haben und somit für die KI hinter Google SGE schwieriger zu adressieren sind.

Zudem ist es für alle, die in den Grundlagen der SEO noch Nachholbedarf haben, ratsam, sich schnellstmöglich auf den neuesten Stand in Sachen Google Bard und künstlicher Intelligenz zu bringen. Insbesondere reichhaltige strukturierte Daten werden für den E-Commerce wahrscheinlich noch wichtiger.