

# Jährlicher Brief an SEO Investoren

## 2024 - 2025

Wenn du in Aktien investierst, dann kennst du vermutlich das Konzept der Shareholder Letters. Das ist ein jährlicher Brief, den Unternehmen an ihre Shareholder schreiben, um sie zu informieren, wie so das Jahr lief, was so die grössten Herausforderungen sind und wie es nächstes Jahr so weiter geht.

Eine der Bekanntesten sind dabei jene von [Warren Buffett an die Investoren von Berkshire Hathaway](#). Und weisst du was? Genau dasselbe werde ich nun machen, für alle, die in SEO investieren, um ihre Webseite in Suchmaschinen nach vorne zu bringen.

Denn viel zu viel geschieht in einem Jahr in der SEO Welt, von dem du vielleicht nicht mal etwas mitbekommst. Aber lass uns starten mit einem kleinen Rückblick an 2024.

## Rückblick auf das Jahr 2024

Seit ich SEO mache, ist jedes Jahr gefühlt noch mehr passiert. Und was alles in nur 4 Jahren passiert ist. Seit ChatGPT als Sprachmodell plötzlich generierende künstliche Intelligenz für uns alle zugänglich machte, kann man sich fast nicht mehr auch nur ein paar Wochen Urlaub gönnen, ohne dass man was verpasst.

Aber das ist wohl unser Leben tagein, tagaus nun, oder? FOMO (Fear of Missing out) wohin man nur schaut. Genau deshalb hat Aleyda Solis vermutlich ihren Newsletter so genannt.

2024 stand den Jahren davor in nichts nach. Es wirkt schon fast absurd, was alles in einem Jahr passieren kann. ChatGPT 4o, neues Sprachmodell, Gemini 2.0, Sora kann jetzt sogar dein eigenes Musikvideo erstellen.

Weisst du noch, wie wir angefangen haben? Vermutlich nicht mehr, aber manchmal ist es spannend sich anzusehen, wie sich in nur einem Jahr (2022) die [Generierung von Bildern entwickelt hat](#).

Vom reinen Content erstellen sind wir auch schon sehr weit weg. Aber nichtsdestotrotz ist in den letzten Jahren soviel Content im Internet entstanden wie noch nie zuvor. Dabei haben einige die Frage gestellt: Ist das wirklich noch sinnvoll? [Zerstören wir SEOs das Internet](#) mit unseren unendliche langen-Blogposts, die eigentlich nur ein kleines bisschen besser sind wie alles, was eh schon rankt? Aber dazu mehr in meiner Vorschau auf 2025.

Google hat heuer wieder einige Updates gegen Spam rausgebracht. Was aber am spannendsten waren, dass sie zu ganz neuen Massnahmen gegriffen haben. Nämlich zu ["Manuel Action"](#). Das heisst manuelle Abstrafungen. Meines Wissens hatten wir das Jahr schon nicht mehr so extrem.

Was ich daraus verstehe ist das Google nicht genau weiss wie sie mit einem Algorithmus all den Spam bekämpfen, ohne dass unschuldige Unternehmen dabei draufgehen. Denn es gibt da draussen mehr Firmen als du dir denkst, die abhängig davon sind auf Google gefunden zu werden, um überhaupt Umsatz zu machen.

Im Juni gabs dann noch das [grosse Google Leak](#), das uns Einblicke in die Programmierung des Algorithmus gegeben hat. Das war mal ein Drama in der SEO Welt. Wenn man es aber nun nüchtern betrachtet, hat es eigentlich nur Dinge bestätigt, die wir SEOs seit Jahren predigen. Jetzt haben wir halt den Beweis, ist ja auch schön.

## Was ist aus meinen 2024 Vorhersagen geworden?

Anfang 2024 hab ich mal ins Blaue geraten, was so alles passieren wird im Jahr. Was aber viel interessanter ist als die Vorhersage, ist es sich nun, 1 Jahr später, anzusehen, was

wirklich eingetroffen ist. Die kompletten [SEO Vorhersagen 2024](#) kannst du im Beitrag von letztem Jahr lesen, hier gehts nun nur mehr um meine Auflösung.

### **1. Grosse Seiten werden 2024 weiter Traffic verlieren**

2024 war definitiv das schlechteste Jahr für viele grosse Publisher. Allerdings nicht ganz so, wie ich mir das, Anfang dieses Jahres vorgestellt habe. Vor allem Google hat hier den Stecker gezogen, mit einigen manuellen Action, dass man nicht mehr mit jedem Scheiss ranken kann, nur, weil man viel Domain Autorität hat. Viele Seiten haben verloren, wie Forbes mit ihrem Forbes Advisor. Was viele ihren SEO Ansatz überdenken lässt.

### **2. Domain Autorität wird weniger wichtig werden**

Wenn wir dabei einfach am letzten Punkt fortsetzen, hat das natürlich sofort einen Einfluss auf die Domain Autorität. Zumindest was sie dir noch wirklich bringt. Indem Google immer mehr darauf setzt, sich genau anzusehen, worum es auf deiner Webseite geht (Topical Authority) wird auch die Domain Autorität nicht mehr universell sein. Wenn du also Links aufbauen willst, solltest du vor allem auf eines schauen: Dass diese so relevant wie nur möglich sind, sei es um deine Marke zu bilden, über den Link Traffic zu generieren und vor allem 100 % zu deinem Thema, um deine Expertise aufzubauen.

### **3. Links von Gastbeiträgen verlieren an Wert**

Von allen Vorhersagen ist das vermutlich jener, den ich am wenigsten sehe. Gastbeiträge sind immer noch sehr viel Wert, und ich hab in diesem Punkt meine Meinung geändert. Allerdings nicht alle Gastbeiträge. Es geht nicht mehr nur um den Link, den man unbedingt braucht, sondern um das worüber man schreibt. Wenn der Gastbeitrag für dich eine Möglichkeit ist deine Expertise einer Zielgruppe zu zeigen, die das interessiert, wird, dieser auch zukünftig super wichtig sein. Vor allem mit den neuen Möglichkeiten das Internet zu durchsuchen, mit Künstlicher Intelligenz hilft es dir auf den grossen Plattformen und Blogs deiner Nische vertreten zu sein.

#### **4. Social Media Shares gewinnen an Bedeutung**

Auch dieser Punkt glaube ich das mehr von Bedeutung ist für deine Expertise und für künstliche Intelligenz als der traditionellen Suche. Denn auch hier geht es darum, deine Marke zu bilden. Würde ich nun 2025 alles auf Social Media setzen? Nein, noch sind wir nicht so weit.

#### **5. Themen Autorität (Topical Authority) wird immer wichtiger**

Dieser Punkt hängt direkt mit den ersten 2, grosse Plattformen und Domain Autorität, zusammen und ist 2024 definitiv immer wichtiger geworden. Meiner Meinung nach ist das Thema auch vor allem für die Suchmaschinen mit künstlicher Intelligenz von sehr grosser Relevanz, denn je mehr du über ein Thema abdeckst, desto lieber werden die KI Suchmaschinen deine Seite als Quelle verwenden. Aber auch bei Google war diese Schifft sehr offensichtlich, wenn wir uns die ganzen Updates von 2024 genauer anschauen. Da es für einen Algorithmus nicht ganz so einfach ist, zu erkennen, wann man einfach nur eine bekannte Webseite ausnutzt, um etwas anders zu machen, oder ob man wirklich einfach einen Themen wechsel macht, muss Google immer mehr auf ein Konzept wie Themen Autorität setzen.

#### **6. Mehr Content wird publiziert, aber schlechterer**

Dieser Punkt war so offensichtlich bereits 2023, dass es gar nicht anders hat kommen können. Bereits im März gab es ein Riesen Core-Update und ein Spam Update gleichzeitig von Google. Es gibt immer mehr Content online, das einfach auch nicht mehr alles Ranken kann. Daher ist es auch so wichtig, eine Content-Strategie zu haben. Was ich allerdings finde, das 2024 sich geändert hat, ist das KI immer besser wurde, auch im Texte schreiben, und Leute immer mehr verstehen wie man KI nutzen kann, um bessere Qualität zu produzieren und nicht nur eine unglaubliche Menge an sinnlosen Content.

## **7. Google wird noch mehr Updates machen, aber weniger ankündigen**

2024 hat Google ziemlich lange gebraucht, um Updates auszuspielen. Im September sah es noch so aus, als hätten wir ein relativ ruhiges Jahr gehabt, bis dann Schlag auf Schlag das November-Core-Update und die Dezember Updates gekommen sind. Weihnachten wurde heuer nicht so ganz respektiert. Es gab am Ende nicht mehr Updates, aber ein paar richtig grosse. Und diese werden auch immer noch brav angekündigt von Google. Diese Vorhersage war also nicht ganz korrekt.

## **8. SGE kommt auch in Europa**

Das war definitiv ein Wunschdenken von mir, denn noch ist es zwar mal gesehen worden, aber nicht offiziell hier meines Wissens. Schauen wir, ob wir 2025 mehr Glück haben in Europa.

## **9. Affiliate-Marketing wird wieder kommen**

Auch dieser Trend war bisher noch nicht zu sehen, eher das Gegenteil. Affiliate hat noch mehr verloren 2024. Es heisst, immer wieder, warum sollte es einen Mittelman brauchen, wenn Google und KI das alles direkt anzeigen kann. Ich glaub, du hasst immer noch gute Chancen als Affiliate Seite so lange du dich super spezialisiert - und eben Topical Authority aufbaust. Vor allem glaub ich, dass Leute immer mehr auf Reviews und ehrliches Feedback setzen - denn selbst auf Amazon kannst du dir heute nicht mehr sicher sein, ob die ersten die auftauchen nicht einfach billiges China Zeugs ist. Was nicht mehr möglich sein wird ist das schnelle und einfache Geld mit Affiliate zu machen, so eine Seite wird einfach viel Arbeit bleiben trotz ChatGPT & Co.

# Vorhersagen für das Jahr 2025

Das nächste Jahr wird dem letzten sicher um nichts nachstehen. Gut ich glaube nicht, dass es noch einen Google Leak gibt, aber es bleibt spannend. Seit dem ersten ChatGPT Boom passiert so viel in einem Jahr, dass man fast nicht mehr nachkommt. Aber das ist schön, denn es gibt immer wieder was Neues zum Lernen. Daher gibt es nun meine Vorhersagen für 2025.

## Topical Authority wird noch wichtiger

Starten wir gleich mit meiner stärksten Meinung. Die ich bereits das ganze Jahr 2024 vertrete. Aber ganz ehrlich nun nur noch mehr. Topical Authority wird noch wichtiger. Ich glaub ganz ehrlich, das ist die einzige Lösung für Google, um wirklich garantieren zu können, dass eine Quelle vertrauenswürdig ist und auch genug Expertise hat. Und natürlich, dass keine Webseite einfach so seine Autorität ausnutzt, um einfach für andere Sachen zu ranken.

Dasselbe wird auch das Ende für die Domain Autorität sein. Denn die Autorität von Backlinks wird Themenabhängig sein. Es kann sein, dass du eine neue Kategorie / Unterseite in deiner Webseite startest, die mit einer Autorität von 0 anfängt. Dabei können wir dann nicht mehr von der Autorität der ganzen Domain reden, sondern nur mehr von einem Thema.

## Im Digital-PR gehts nicht mehr um Backlinks

Auch wenn wir keine Domain Autorität mehr haben werden in Zukunft, werden Backlinks immer noch wichtig sein. Aber digital PR wird nicht mehr nur Backlinks heißen.

Wenn du ein bisschen mit Suchmaschinen auf Basis von LLMs spielst wie ChatGPT Search, Perplexity oder AI Overviews, ist dir vielleicht schon aufgefallen, dass die Quellen von

überall her genommen werden. Diese künstliche Intelligenz kann viel einfacher sich anschauen, wo dein Unternehmen überall erscheint und Verknüpfungen machen.

Dabei wird eben nicht nur deine Webseite angesehen, sondern auch alles drumherum. Während dabei nicht immer unbedingt ein Backlink dabei sein muss, geht es um die Erwähnung. Ich seh das ganze als Teil von Markenbildung, dass du kontrollierst, wie du in anderen Medien aufscheinst und hoffentlich dabei auch gleich noch einen Backlink bekommst.

## Content Strategie wird wichtiger als das eigentliche Content schreiben

Alle Content Writer werden mich jetzt sicherlich hassen, mit dieser Aussage. Aber wir werden immer besser damit LLMs zu verwenden, um wirklich auch hochqualitative Texte zu schreiben.

Je mehr man dabei über Copywriting versteht, desto besser werden auch die Texte. Das ganze Know-How ist daher nicht umsonst. Meiner Meinung nach ist das also nicht das Ende von Copywriter, ganz im Gegenteil. Aber ein LLM wie ChatGPT wird teil der täglichen Arbeit sein.

Nachdem man nun viel schneller Texte erstellen kann, ist das nicht mehr unser Bottleneck, sondern die richtige Strategie dahinter. Sei es eine Topcial Authority Strategie, wie ich das so gern vertrete, oder eine andere. Ohne Strategie brauchen wir eigentlich gar nicht anzufangen, Content zu publizieren.

Und weisst du, was wir SEOs richtig gut können? Content Strategien entwickeln, just saying.

## Wir steuern auf die AI-Bubble zu

So wie die Dotcom-Blase 2000, steuern wir direkt auf eine AI Bubble zu. Ich meine, jedes verdammte Tool hat heutzutage irgendwo "Künstliche Intelligenz" stehen - aber wie viel davon ist wirklich sinnvoll?

Da ich mich ein bisschen in der Start-up-Szene in der Schweiz bewege, fällt mir das nur noch mehr auf. Im Oktober bei den Start-up Fights in Winterthur (Schweiz) hörte ich nur eins: "Das macht man jetzt nicht mehr, das macht die KI". Noch sind wir sehr weit weg von dieser Welt, in der wir den ganzen Tag nur Spass haben, während die KI arbeitet.

Und nachdem jedes noch so dumme Start-up mit KI sein muss, schreit das nur nach einer Bubble, die irgendwann explodieren wird. Persönlich würde ich eher in bodenständige Start-ups mit langweiligen Produkten investieren als in ein Start-up mit künstlicher Intelligenz über den ganzen Pitch geschrieben.

## Die nächste Suchmaschine wurde noch nicht erfunden

Und wird es auch nicht 2025 sein. Nicht ChatGPT Search, nicht Perplexity, vielleicht nicht mal Google. Ich glaub alles, was wir heute als bahnbrechend sehen und uns so sicher sind das es Google aus dem Markt wirft, wird in ein paar Jahren tot sein.

Ganz ehrlich, die Suchmaschine und Art der Recherche online von der Zukunft wurde noch nicht erfunden. Heisst das du solltest aufhören an SEO zu arbeiten? Definitiv nicht, denn alles, was wir machen wird, auch relevant sein für alles was kommt. Und ganz abgesehen davon, wer weiss wann die neue Suchmaschine kommt, willst du bis dahin kein Geld machen und einfach abwarten?



## Die Suchergebnisse werden sich extrem verändern

Ich glaub der Kampf mit den grossen Seiten ist noch nicht vorbei. Es tut mir echt leid um die Kleinen, die mitgerissen werden, aber wir sind in einem Umschwung, der noch nicht beendet ist. Google arbeitet fest daran, ihre Suchergebnisse zu überarbeiten. Und dabei kommen einige, die heute super gut ranken, mit super Schrott, unter die Räder.

Was nichts Schlechtes ist. Denn aktuell kann man manche Suchergebnisse wirklich vergessen. Ich weiss, es gibt viele da draussen, die sagen wir SEOs sind schuld an dem, was man heute findet. Und vielleicht muss ich ihnen recht geben.

Für viele Sachen ist es heute sinnvoller ChatGPT zu verwenden, als einen dummen SEO optimierten Text zu lesen, der einfach nicht auf den Punkt kommt. Und irgendwann müssen wir uns auch diesem Trend anpassen mit unseren Texten - mehr ist einfach nicht immer besser, auch wens besser rankt bisher.

## Informativer Inhalt wird sich weiter zu LLMs bewegen

So wie vorher bereits erwähnt, ich glaub, es gibt zu viel scheisse im Internet. Und dabei meine ich nicht die mit ChatGPT geschriebenen Texte. Ich mein eigentlich sogar ziemlich viel was einfach nur geschrieben wurde um zu ranken.

Ein Text über etwas Bestimmtes, der zuerst mit der allgemeinen Einleitung zu "Was ist..." anfängt, ist nun wirklich nicht das, wonach man sucht. Oder die ganzen Rezeptseiten, die eine Einleitung haben, mit der ganzen Geschichte und man das Rezept fast gar nicht findet (vor allem, weil dauernd Werbebanner aufpoppen).

Ja, das ist SEO optimierter Text. Und genau diese Suchanfragen werden sich langsam aber sicher Richtung LLMs (d.h. ChatGPT aktuell) bewegen. Denn da bekomme ich die Antwort auf was ich will, nicht auf alles was einem einfällt nur, um mehr Wörter als die Konkurrenz zu schreiben.

## Wird SEO 2025 sterben?

Diese ganze Vorhersage klingt jetzt vielleicht etwas extrem, und du denkst dir jetzt: Ja gut, soll ich dann überhaupt noch in SEO investieren?

Und klar werd ich als SEO Experte sagen: absolut!

Aber ich sag dir ganz ehrlich: nicht in jedes SEO!

Wenn wir mit SEO etwas machen ist es eigentlich dein Angebot auf die Nachfrage abstimmen. Herausfinden, wie wir dich und dein Unternehmen in deinem Markt online positionieren. Wie deine Webseite gefunden werden kann. Wie du klarer kommunizierst, was du anbietest und deine Webseite optimieren kannst.

Zusätzlich zu all dem können wir deine Webseite besser strukturieren, sie besser lesbar für Algorithmen machen, bestimmen, von wem sie aufgefunden und gelesen wird, wo Seiten aufscheinen sollten (auf Google, auf ChatGPT, etc.).

Ich hab es im letzten Jahr schon oft gesagt, wir brauchen meiner Meinung nach einen neuen Namen für SEO. Denn richtiges SEO ist so viel mehr als nur bescheuerte Blogbeiträge zu schreiben, die dir die Geschichte vom Röstli erzählen, bevor wir überhaupt zu den Zutaten kommen.

*Wenn du mehr von mir und meiner Meinung hören willst, auch unter dem Jahr, dann solltest du dich zum Newsletter anmelden. Er heisst, Google hasst dich. Warum? Das erfährst du in einer der Willkommensmails: <https://danileitner.ch/seo-newsletter/>*

Greifensee, 12.01.2025

Dani Leitner

SEO Consultant