

SEO Sonderthemen & Phänomene



Der **Streisand-Effekt** beschreibt ein Phänomen, bei dem der Versuch, Informationen zu unterdrücken oder zu verbergen, das Gegenteil bewirkt: Die Infos bekommen noch **mehr Aufmerksamkeit** und verbreiten sich stärker als vorher.

Herkunft des Begriffs:

Der Name geht auf die Sängerin **Barbra Streisand** zurück.

Sie wollte verhindern, dass Fotos ihres Hauses veröffentlicht werden.

Durch ihre Klage wurde das Thema jedoch erst richtig bekannt und die Bilder verbreiteten sich im Internet massiv.

Warum ist der Streisand-Effekt wichtig zu kennen?

- Für **PR und Marketing**: Versuche, etwas zu vertuschen, können nach hinten losgehen.
- Für **Unternehmen**: Ein unüberlegtes Vorgehen gegen Kritik im Netz kann mehr Schaden anrichten als die Kritik selbst.
- Für **Online-Reputation**: Besser ist oft, ruhig und professionell mit Problemen umzugehen, statt sie aggressiv zu unterdrücken.

Weitere Hintergründe und Beispiele zum Streisand Effekt findest du hier: <https://www.datenschutz.org/streisand-effekt/>

Stell dir vor, jemand will ein Gerücht löschen, indem er laut ruft: „Darüber reden wir nicht!“ Genau das macht andere erst neugierig – und plötzlich reden alle darüber.

Eine **Zero Click Search** ist eine Suchanfrage, bei der der Nutzer **nicht mehr auf eine Website klicken muss**, weil Google die Antwort direkt in den Suchergebnissen anzeigt.

Das bedeutet: Die Frage wird bereits auf der Google-Seite beantwortet.

Typische Beispiele für Zero Click Searches

- **Direkte Antworten**: „Wie viel ist 5 + 7?“ oder „Wetter Berlin“.
- **Wissenskarten (Knowledge Panels)**: Infos zu Personen, Orten, Unternehmen.
- **Featured Snippets**: Kurze Textauszüge aus Websites, die direkt die Antwort geben.
- **Lokale Infos**: Öffnungszeiten, Adresse, Telefonnummer eines Geschäfts.
- **AI Overview / Search Generative Experience**: Mit KI-generierten Antworten zeigt Google eine Zusammenfassung, die oft alle Infos enthält – ohne dass Nutzer noch klicken müssen.

Warum ist das wichtig für SEO?

- **Weniger Klicks**: Auch wenn deine Seite sichtbar ist, bekommst du nicht unbedingt mehr Besucher.

- **Markenbekanntheit:** Dein Name oder deine Website können trotzdem präsent sein, auch ohne Klick.
- **Vertrauen:** Wer es schafft, im Featured Snippet oder AI Overview zu erscheinen, wird als **Autorität** wahrgenommen.

Chancen trotz Zero Click:

- Inhalte so aufbereiten, dass sie **direkt in Snippets** erscheinen.
- **Fragen beantworten:** Besonders häufig gestellte Fragen in den Content einbauen.
- **Marke sichtbar machen:** Auch wenn kein Klick folgt, bleibt der Name hängen.

Eine wichtige Studie zu den Folgen von AIO auf die Klickrate: [PEW Research: AI Overviews halbieren die Klickrate](#)

Stell dir vor, du gehst in eine Bibliothek, stellst eine Frage und der Bibliothekar antwortet dir sofort, ohne dass du ein Buch aufschlagen musst. Praktisch für dich, aber die Bücher bleiben unberührt, genauso wie viele Webseiten bei Zero Click Searches.



SEO-Wissen - dein Wettbewerbsvorteil

Lerne, wie du deine Rankings verbesserst und KI-Tools gezielt einsetzt, um Inhalte zu optimieren.
[Mehr zum SEO-Training!](#)

Schreibe einen Kommentar

Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit * markiert

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte gib eine gültige E-Mail-Adresse ein.

Name, E-Mail-Adresse und Website in diesem Browser für meinen nächsten Kommentar speichern.

Sie müssen den Bedingungen zustimmen, um fortzufahren.

Kommentar abschicken