

# Senkt KI den Wert meiner Website? | Themenabend 20.03.2025

Mit Aufkommen der KI-Sprachmodelle verändert sich das Suchverhalten nach Informationen und Produkten im Internet. Statt zu Googeln fragt man öfter ChatGPT, Copilot, Perplexity, Gemini und andere KI-Assistenten. Gleichzeitig werden diese KI-Tools immer öfter in Marketingabteilungen genutzt, um mal eben schnell neue Inhalte für die Unternehmenswebsite zu generieren. Ganze Produktbeschreibungen aus der Entwicklung werden in ChatGPT hochgeladen, um daraus eine Quintessenz für die Website erstellen zu lassen. Und in der Tat, das geht weit schneller, als selbst alles zu lesen, zu verstehen und eine sinnhafte, substanzhaltige Kurzfassung zu erstellen. Zwischenzeitlich kommt die Frage auf, ob Unternehmen überhaupt noch eine Website brauchen, die bei Google auf Seite 1 ganz vorn punkten soll.

Referent **Jan Krösche** erklärte den Teilnehmenden dieses online Themenabends des VDI Arbeitskreises „Unternehmer + Führungskräfte“ seine Erkenntnisse über den Umgang und die Effekte mit KI-Tools und den Einfluss auf die Sichtbarkeit einer Website. Diese drei Zitate seiner Kunden lassen vermuten, dass die Nutzung von KI-Tools hohe Effizienz und Sparpotenziale schafft:

- „Anfang des Jahres haben wir vier TexterInnen entlassen, weil wir alle Website-Texte mit KI generieren.“  
Marketing-Leiter eines mittelständischen Software-Unternehmens
- „Unser Geschäftsführer ist ein totaler Fan von KI und möchte, dass wir im Marketing mehr Content damit erstellen.“  
Marketing-Leiterin eines Dichtungsunternehmens
- „Wir erstellen die Texte künftig mit KI, weil KI das besser macht als ich und sich das total menschlich anhört.“  
Inhaber eines kleinen Maschinenbauunternehmens

Auf Knopfdruck lassen sich auch technisch-fachliche Texte erstellen. Zurecht löst das Erstaunen und Begeisterung aus. Doch sind eigentlich die Risiken von KI-generierten Texten klar und den Entscheidern bewusst? Und wie reagiert Google auf KI-Texte, die auf einer Website eingebunden werden?

In dieser interaktiven VDI-Runde wurden vor allem die Aspekte rund um KI-generierte Texte hinsichtlich der Google-Sichtbarkeit beleuchtet und diskutiert. Aha-Momente kamen bei den Teilnehmenden bei der näheren Beleuchtung einiger Aussagen der offiziellen Google-Dokumente auf. Google formuliert nämlich ganz klar: Der falsche Einsatz von KI-Texten kann als Spam gewertet werden und zu massiven Abstrafungen in der Google-Suche [und damit zu Rankings in hinteren Plätzen] führen. Hinzukommt, dass KI-generierte

Texte auf einer Website dem Nutzer kenntlich zu machen sind. Ein Fakt, das aktuell nur wenigen Akteuren und Entscheidern in Unternehmen überhaupt bekannt, geschweige denn bewusst ist. Reine KI-Schöpfungen unterliegen nicht den Urheberrechten eines verwendenden Unternehmens.

Weitere Aha-Momente gab es, als die negativen Effekte bei der Verwendung KI-generierter Texte auf einer Unternehmens-Website vorgestellt wurden. Die Sichtbarkeitsgrafik zeigt, dass und wie hart ein Unternehmen die Konsequenzen von Google am eigenen Leib erfuhr. Mit KI-generierten Texten erreichte die Website zwischen Januar und Oktober 2024 extreme Wachstumsraten hinsichtlich der Google-Sichtbarkeit. Das spiegelte sich auch äußerst positiv in der Geschäftsentwicklung. Im Herbst 2024 kam das böse Erwachen: Ein Algorithmen-Update bei Google hat die Website drastisch abgestraft und die Sichtbarkeit der Website um rund 90 Prozent reduziert. Ein Totalschaden für das Unternehmen, das für die Vermarktung seiner Leistungen auf die Website angewiesen war. Der betriebliche Ausbau ließ sich so schnell nicht zurückbauen.

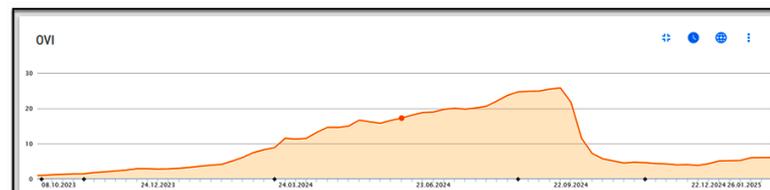


Bild: Entwicklung der Sichtbarkeit einer Website, die kundenseitig mit KI-Inhalten gefüllt wurde. (Quelle: XQVI / madmen)

Jan Krösche gab allen dieses Credo für den Umgang mit eigenen Webseiten-Inhalten mit:

Gewinn durch	Verlust durch
Expertise	Substanzarme Inhalte
Echte Erfahrungen	Veraltete Inhalte
Originalität	Falsche Inhalte
Mehrwert	Geklaute Inhalte

Die Teilnehmenden diskutierten an diesem Themenabend die Chancen und Risiken im Umgang mit KI-Texten und welche Maßnahmen den Wert ihrer Website langfristig erhalten und steigern.

Jan Krösche,  
SEO-Experte und Geschäftsführer madmen onlinemarketing GmbH

Dipl.-Ing. Christa Holzenkamp,  
Leitung VDI Arbeitskreis Unternehmer und Führungskräfte