

Marktanteil LLM-getriebener Websuchen in Deutschland (2024–2025)

Anteil in Deutschland im internationalen Vergleich

Der Suchmaschinenmarkt wird nach wie vor von klassischen Suchmaschinen dominiert: In Deutschland hält Google rund 87–90 % Marktanteil, während Bing etwa 4–6 % ausmacht ¹. Weltweit liegt Google mit ca. 89,5 % ähnlich hoch, gefolgt von Bing mit knapp 4 % ². **LLM-getriebene Websuchen** – also Suchanfragen über KI-gestützte Chatbots wie ChatGPT, Bing Chat oder Perplexity – stellen derzeit nur einen kleinen Bruchteil des gesamten Suchvolumens dar. Laut einem Bericht von *Datos* hatte Google im Mai 2024 **290-mal mehr Suchanfragen als Perplexity**, und **99 % der Nutzer, die LLM-Suchen verwenden, nutzen weiterhin auch herkömmliche Suchmaschinen** ³. Auch 2023/24, nach Einführung von Bing Chat und dem Durchbruch von ChatGPT, konnten ChatGPT & Co. die Google-Nutzung **kaum merklich schmälern** ⁴.

Im **globalen AI-Suchsegment** entfallen rund **über 50 % des Traffics auf ChatGPT und ~30 % auf Perplexity** (weitere ~18 % auf Googles KI-Suche „Gemini“) ⁵. Deutschland spielt dabei im internationalen Vergleich eine bedeutende Rolle: Etwa **4 % der weltweiten ChatGPT-Nutzer stammen aus Deutschland**, was die größte Nutzerbasis in Europa darstellt ⁶. Zum Vergleich: Aus den USA kommen rund 15 % der ChatGPT-Nutzer ⁶. Insgesamt ist Deutschland gemessen an seiner Bevölkerung also überproportional an der Nutzung von LLM-Suchen beteiligt. Dennoch bleibt der absolute Anteil dieser KI-Suchen am gesamten Suchmaschinenmarkt gering – eine Analyse ergab Anfang 2025, dass **nur etwa 0,17 % aller Website-Besuche auf KI-Chatbot-Verweis zurückgingen** (bei Top-Websites max. 6 %) ⁷. Google Search hatte Ende 2024 immer noch eine rund **zehnmal größere** monatliche Nutzerschaft als ChatGPT weltweit (6,5 Milliarden vs. 0,566 Milliarden Unique Visitors im Dez 2024) ⁸ ⁹. In Europa zählte ChatGPTs Suchfunktion Anfang 2025 etwa **41 Mio. aktive Nutzer im Monat**, wohingegen Google Search im selben Zeitraum rund **770 Mio.** monatlich aktive Nutzer verzeichnete – Google ist also noch gut **20-mal größer** als ChatGPT in der Suche ¹⁰ ¹¹.

Wachstum von Januar 2024 bis Juni 2025

Trotz des momentan kleinen Anteils wachsen LLM-basierte Suchanfragen rasant. In Deutschland und Europa ist die Nutzerbasis im vergangenen Jahr stark gestiegen. Eine TÜV-Studie ergab, dass im April 2023 erst 23 % der Deutschen generative KI ausprobiert hatten, im Oktober 2023 rund 37 %, und im November 2024 bereits **53 %** – also über die Hälfte der Bevölkerung ¹² ¹³. Besonders Bing profitierte früh von der Integration von ChatGPT: Auf dem Desktop-Suchmarkt stieg Bings Anteil weltweit von ~8,8 % (Jan 2023) auf ~12 % (Jan 2025) ¹⁴. In Deutschland wuchs Bing im Jahr 2024 ebenfalls um einige Prozentpunkte (von ca. 3–4 % in 2023 auf ~6 % in 2025) ¹, was teils auf das neue KI-gestützte *Bing Chat* zurückgeführt wird.

Die Nutzung von **ChatGPT als Suchalternative** hat sich binnen 18 Monaten vervielfacht. OpenAI meldete, dass die wöchentliche ChatGPT-Nutzerzahl von etwa **100 Mio. Ende 2023 auf rund 800 Mio. im Mai 2025** gestiegen ist ¹⁵. In der EU verzeichnete ChatGPTs Suchfunktion zwischen Oktober 2024 und März 2025 **viermal mehr aktive Nutzer** als im Halbjahr davor (Anstieg von 11,2 Mio. auf 41,3 Mio. monatliche Nutzer) ¹⁰. Entsprechend nimmt der **Anteil von KI-Suchen** am gesamten Suchvolumen

allmählich zu: Schätzungen zufolge wurden Anfang 2025 schon **0,17% aller Website-Besuche durch KI-Chatbots generiert** ⁷ – noch ein sehr kleiner Anteil, aber mit steiler Wachstumskurve. Allein zwischen Juli und November 2024 hat sich die Reichweite von ChatGPT als Traffic-Lieferant drastisch erhöht: Die Zahl der unterschiedlichen Domains, auf die ChatGPT Nutzer weiterleitete, stieg von unter 10.000 pro Tag (Juli) auf **über 30.000 pro Tag im November 2024** ¹⁶. Semrush-Daten zeigen zudem, dass **ChatGPT-Verweise auf Websites in nur vier Monaten um 60% zunahmen** (Juni–Okt 2024) ¹⁷.

Auch **andere KI-Suchplattformen** wachsen: Der spezialisierte KI-Suchdienst *Perplexity* etwa verzeichnete 2023 rund 10 Millionen Anfragen pro Monat und steigerte sein Traffic bis Mitte 2024 massiv ¹⁸. Allerdings bleibt ihr Volumen gering im Vergleich zu Google – **Perplexitys Web-Traffic liegt unter 1% des Google-Niveaus** ³. Insgesamt kann man festhalten, dass der Anteil LLM-getriebener Suchen von Anfang 2024 bis Mitte 2025 zwar *relativ* stark gewachsen ist (um ein Vielfaches), aber auf *absolutem* Niveau noch von wenigen Prozentpunkten hin zu immer noch einstelligen Prozentanteilen des Suchmarktes gestiegen ist. Experten betonen, dass Nutzer LLM-Suchen derzeit meist **ergänzend zu Google verwenden** – so nutzen z.B. **über 71% der ChatGPT-Anwender den Chatbot für Suchen, aber ohne Google ganz zu ersetzen** ¹⁹. Der Trend geht jedoch klar nach oben: OpenAI selbst prognostiziert bis Ende 2025 eine **Milliarde ChatGPT-Nutzer weltweit** ⁶, und Marktanalysen erwarten im **generativen KI-Markt ~24% jährliches Wachstum** bis 2030 ²⁰.

Bevorzugte Suchthemen via LLM

Nutzer greifen bei LLM-basierten Suchen oft zu anderen Themen und Zielen als bei klassischen Suchmaschinen. **Bildung und Lernen** stehen dabei im Vordergrund: In der EU konzentriert sich **die Mehrheit der ChatGPT-Konversationen auf Lern- und schulische Themen** ²¹. Semrush-Analysen bestätigen, dass ChatGPT überproportional viel Traffic auf **Bildungs- und Forschungsseiten** lenkt – akademische Verlage, E-Learning-Plattformen und technische Doku-Portale profitieren besonders ²². So entfielen in einem Datensatz (80 Mio. Clickstream-Daten) knapp **9 Mio. ChatGPT-Sitzungen auf Bildung & E-Learning**, weitere **7,8 Mio. auf IT- und Software-Themen**, während klassisch kommerzielle Bereiche wie **Einzelhandel (1,9 Mio.), Finanzen (1,6 Mio.) oder Gesundheit (1,5 Mio.)** deutlich geringer vertreten waren ²³ ²⁴. Die Zahlen zeigen, dass Chatbots Nutzer **häufig zu praktischen Tools und Lernressourcen** führen ²⁵ – beispielsweise Dokumentationen (z.B. *Python.org*), Forschungseinrichtungen oder Uni-Webseiten ²⁶ ²⁷. Auch **Technologie- und KI-Plattformen** selbst erhalten viel Zulauf durch AI-Suchen (OpenAI-Domains, AI-Foren usw.) ²⁸.

Die bevorzugten **Anwendungsgebiete** von KI-Suchen spiegeln dies wider. Laut TÜV-Umfrage 2024 nutzen 50% der KI-Anwender Chatbots, um **Texte zu verfassen oder zu korrigieren**, 48% für **allgemeine Recherche als Alternative zur klassischen Suche** ²⁹. Über ein Drittel nutzt sie für **kreative Ideenfindung (36%)** und **Lösungen von Problemen (34%)**, ein Viertel generiert **Bilder/Videos (24%)**, jeder Fünfte übersetzt damit Texte (20%) ²⁹. Zudem gaben **44% an, KI aus Spaß oder zur Unterhaltung** zu nutzen ³⁰. Diese breite Palette an Themen zeigt: Gerade für **Wissensfragen, Bildung, Programmierung und kreative Aufgaben** werden LLM-Suchen bevorzugt eingesetzt. Traditionelle Informationssuche (z.B. einfache Faktenfragen) spielt zwar auch eine Rolle, macht aber nur rund **30% der ChatGPT-Queries aus – 70% der Eingaben sind einzigartig für ChatGPT** und gehen über herkömmliche Keyword-Suchen hinaus ²². Typische ChatGPT-Prompts sind länger und komplexer formuliert (durchschnittlich 23 Wörter ohne Websuche, vs. ~4 Wörter bei klassischer Suche) ²². Dies unterstreicht, dass Nutzer KI vor allem für **ausführliche, beratende oder kreative Fragestellungen** einsetzen, die über die reine Navigations- oder Transaktionssuche hinausgehen.

Alterskohorten und Nutzungsverhalten

Die Daten zeigen deutliche **altersbedingte Unterschiede** bei der Nutzung von LLM-Suchen. Vor allem **junge Nutzer greifen verstärkt zu ChatGPT & Co.**: In Deutschland haben **78 % der 16–35-Jährigen** bereits generative KI genutzt, aber nur **26 % der 56–75-Jährigen** ³¹. Entsprechend dominiert bei ChatGPT die junge Zielgruppe – *nahezu 80 % der Nutzer sind unter 35 Jahre alt* ²¹, und die Plattform hat einen besonders hohen Anteil an **Studierenden und jungen Berufsanfängern** ³² ³³. Demgegenüber ist das Publikum von Google deutlich breiter gefächert über alle Altersgruppen; dort sind auch viele Vollzeit-Berufstätige, Hausfrauen/-männer und Rentner vertreten ³⁴. Diese demografische Schieflage erklärt teilweise die beobachteten Themenpräferenzen: Die hohe Nutzung durch Schüler, Studierende und junge Fachkräfte führt dazu, dass **Lerninhalte, akademische Informationen und technische Hilfestellungen** überproportional nachgefragt werden ³⁵. Ältere Generationen nutzen KI-Chatbots bislang seltener und bleiben häufiger bei etablierten Suchgewohnheiten.

Interessant ist auch, dass Männer etwas häufiger LLM-Tools verwenden als Frauen – in Deutschland lag der KI-Nutzeranteil Ende 2024 bei **60 % der Männer vs. 45 % der Frauen** ³¹. Jüngere User tendieren dazu, KI-Anfragen in ihren Alltag zu integrieren (z.B. für Ausbildung, Studium, technische Probleme), während ältere User oft zurückhaltender sind und mögliche Fehler der KI skeptischer sehen ³⁶ ³⁷. Dennoch zeichnet sich ein allgemeiner Trend ab: KI-Anwendungen werden **generationenübergreifend zunehmend zum Alltagswerkzeug**, ähnlich wie E-Mail oder Navigation ³⁸ ³⁹. Die „Heavy User“ findet man aber vor allem unter den Jüngeren – etwa **26 % der KI-Nutzenden verwenden ChatGPT & Co. täglich oder mehrmals pro Woche** ³¹, und viele davon gehören zur jungen Alterskohorte.

Prognosen, Marktanalysen und Ausblick

Experten sind sich einig, dass LLM-getriebene Suche langfristig an Bedeutung gewinnen wird, auch wenn sie klassische Suchmaschinen kurzfristig nicht ablöst. **Generative KI-Suche etabliert sich als neuer Kanal**, über den Inhalte Sichtbarkeit bekommen können, beispielsweise als direkte Antworten in Chatbot-Dialogen ⁴⁰. Unternehmen und Marken analysieren bereits, wie sie in AI-Antworten präsent sein können, um früh einen **First-Mover-Advantage** zu sichern – ähnlich wie in den Anfangszeiten der Suchmaschinenoptimierung ⁴¹ ⁴². Marktforscher schätzen den Marktwert generativer KI 2024 auf rund **\$67 Mrd.** und prognostizieren bis 2030 jährliche Zuwächse von ~24 % ²⁰. Laut **Semrush** entfielen Stand Anfang 2025 schon **0,17 % des gesamten Webtraffics auf KI-Chatbots** und bei manchen Webseiten bis zu 6 % ⁷ – kleine Werte, die jedoch ein **rapides Wachstum** anzeigen (viele Websites erhalten inzwischen zumindest einige Besucher über ChatGPT ⁷).

Für Deutschland deuten Umfragen darauf hin, dass die Mehrheit der Bevölkerung KI-Anwendungen künftig als hilfreiche Alltagshelfer ansieht und deren Nutzung weiter steigen wird ⁴³. OpenAI selbst hat ambitionierte Ziele und möchte die Nutzerzahl von ChatGPT bis Ende 2025 auf **1 Milliarde Menschen** erhöhen ⁶ – was etwa jeder achten Person weltweit entspräche. Sollte dieses Wachstum eintreten, würde sich auch der Anteil der LLM-Suchen entsprechend vervielfachen. Gleichzeitig reagieren die etablierten Player: Google testet mit der **Search Generative Experience (SGE)** eine KI-gestützte Suche, und Microsoft baut Bing mit Chat-Funktionen aus – diese **Plattform-basierten KI-Systeme** (*Bing Chat, Perplexity, YouChat* etc.) funktionieren nach dem gleichen Prinzip und werden im Wettbewerb um Nutzeranteile berücksichtigt. Branchenbeobachter gehen davon aus, dass KI-Suchen vor allem ein **ergänzender Kanal** bleiben, zumindest mittelfristig: So nutzen laut einer Umfrage **71,5 % der Konsumenten ChatGPT zum Suchen nur als Komplement zu Google, nicht als Ersatz** ¹⁹. Auch 2025 ist Google noch der primäre Einstiegspunkt für die meisten Nutzer, doch man *"kann das rasante*

Wachstum nicht ignorieren" – klassische SEO bleibe zwar wirksam, aber es entstehe parallel ein neuer Bereich, in dem **frühe Adopter von AI-Suche Vorteile erzielen** ⁴⁴ ⁴⁵ .

Fazit: LLM-getriebene Websuchen haben in Deutschland ihren Anteil seit Anfang 2024 deutlich ausgebaut, bleiben aber im Vergleich zum klassischen Suchmaschinenmarkt noch klein. Vor allem junge Nutzer verwenden ChatGPT & Co. als Alternative für komplexe Fragen, Lernen und kreative Aufgaben. Themen rund um Bildung, Technik und Problemlösung dominieren die AI-Suchen, während triviale Webrecherchen weiterhin über Google laufen. Experten erwarten, dass dieser Trend sich fortsetzt – KI-Suche wird als zusätzlicher Kanal immer wichtiger, ohne kurzfristig die etablierten Suchmaschinen zu verdrängen. Vielmehr entsteht ein **hybrides Suchökosystem**, in dem Nutzer je nach Bedarf zwischen konventioneller Suche und dialogorientierter KI-Unterstützung wechseln ⁴⁰ . Unternehmen und Content-Anbieter sind gut beraten, **ihre Inhalte auch für LLMs auffindbar** zu machen, um im kommenden „KI-Zeitalter“ der Suche sichtbar zu bleiben ⁴⁶ ²² .

Quellen: Die obigen Zahlen und Einschätzungen basieren auf aktuellen Statistiken (u.a. von StatCounter, Semrush, OpenAI) sowie Umfragen und Expertenanalysen ¹ ³ ⁵ ⁶ ⁷ ¹⁰ ¹¹ ¹² ¹³ ¹⁶ ¹⁷ ²⁹ ²³ ²⁴ ²⁹ ²² ³¹ ²¹ ¹⁹ ⁶ ²⁰ ⁷ ⁴³ ¹⁹ ⁴⁴ . Diese zeigen ein konsistentes Bild: Der Wandel hin zu LLM-Suchen ist in vollem Gange, aber das **Suchmaschinenmonopol von Google** ist kurzfristig noch nicht ernsthaft gefährdet – langfristig jedoch formiert sich ein **neues Such-Paradigma**, in dem konversationelle KI eine feste Größe darstellt.

¹ Search Engine Market Share Germany | Statcounter Global Stats

<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/Germany>

² Search Engine Market Share Worldwide | Statcounter Global Stats

<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

³ ⁴ ¹⁴ How Many Google Searches Are There Per Day? March 2025

<https://explodingtopics.com/blog/google-searches-per-day>

⁵ ⁷ ¹⁶ ¹⁷ ¹⁹ ²⁰ ⁴⁴ The State of AI Chatbots and SEO - by Kevin Indig

<https://www.growth-memo.com/p/the-state-of-ai-chatbots-and-seo>

⁶ ¹⁰ ¹¹ ¹⁵ ²¹ ⁴⁰ ChatGPT Nutzerzahlen (Stand Juni 2025)

<https://www.sh-digital.ch/blog/chatgpt-nutzerzahlen>

⁸ ⁹ ²² ²³ ²⁴ ²⁵ ²⁶ ²⁷ ²⁸ ³² ³³ ³⁴ ³⁵ ⁴¹ ⁴² ⁴⁵ ⁴⁶ Investigating ChatGPT Search: Insights from 80 Million Clickstream Records

<https://www.semrush.com/blog/chatgpt-search-insights/>

¹² ¹³ ²⁹ ³⁰ ³¹ ³⁶ ³⁷ ³⁸ ³⁹ ⁴³ Zwei Jahre ChatGPT: Erstmals nutzt eine Mehrheit KI-Anwendungen – Sorge vor Wahlmanipulation und Desinformation - TÜV-Verband

<https://www.tuev-verband.de/pressemitteilungen/zwei-jahre-chatgpt>

¹⁸ How Perplexity Hacked Its Growth – Everything You Can Adopt from It

<https://www.productgrowth.blog/p/how-perplexity-hacked-its-growth>