



# Wie japanische Nutzer KI-Suchmaschinen verwenden

# MANAGEMENT SUMMARY

Japans KI-Suchlandschaft ersetzt die traditionelle Suche **nicht** – sie gestaltet sie neu!

- Die Akzeptanz von KI beschleunigt sich rasant.
- Die traditionelle Suche bleibt weiterhin dominant.
- Das Nutzerverhalten ist hybrid, nicht disruptiv.
- Vertrauen und Verifizierung prägen die Interaktionen.

**Konsequenz:** Sichtbarkeit erfordert heute eine duale Optimierung: SEO + AI Citation.

# DER WANDEL AUF EINEN BLICK

## Nutzung generativer KI in Japan

- 2024: 19%
- 2025: 45%

> Verdopplung des Wachstums innerhalb von 12 Monaten

**Erkenntnis:** Japan hat sich schneller als erwartet vom Nachzügler zum Mainstream-Anwender entwickelt.

# DAS ADOPTIONS-PARADOXON

## Private vs. geschäftliche Nutzung

Kategorie	Nutzungsrate
Individuell (Privat)	45%
Unternehmen (Japan)	51%
Globaler Unternehmensdurchschnitt	72%

**Zentrale Erkenntnis:** Die Verhaltensänderung der Nutzer geht voran. Die institutionelle Nutzung hinkt hinterher.

# WARUM DIESER UNTERSCHIED EINE ROLLE SPIELT

**Die B2B-Entscheidungsfindung in Japan bleibt strukturiert und vorsichtig.**

- Einzelpersonen nutzen KI frei und ungezwungen.
- Unternehmen fordern **feste Prozesse + Validierungen**.
- Entscheidungen erfordern einen **breiten Konsens**.

**Ergebnis:** KI beeinflusst die Recherchephase – ersetzt jedoch nicht die formellen Evaluierungskanäle.

# PLATTFORM- LANDSCHAFT (JAPAN)

Nutzung von KI-Plattformen (Dez. 2025)

Plattform	Nutzung	Trend	Status/Marktrolle
ChatGPT	37% → 31%	↘	Plateau/Sättigung
Google Gemini	~30% → 23%	↗	Rasanten Wachstum
Microsoft Copilot	17%	→	Stabil
Perplexity	<4%	-	Nische

# STRATEGISCHER WANDEL: DIE HINTERGRÜNDE

Die entscheidende Nachricht ist nicht die Dominanz von ChatGPT.

## Die eigentliche Dynamik zeigt:

- **ChatGPT:** Führend im kulturellen Diskurs und der Markenwahrnehmung
- **Gemini:** Der strategische Wachstumsmotor im Hintergrund

**Konsequenz:** Zukünftige Sichtbarkeit wird zunehmend von der nahtlosen Ausrichtung auf das Google-Ökosystem abhängen.

# CHATGPT IN JAPAN

Mehr als nur ein Tool – es ist ein **kulturelles Phänomen**.

- Spitzname: „**Chappie**“ (チャッピー)
- Nominiert als „Modewort des Jahres“ (2025)
- Japan ist weltweit die viertgrößte Traffic-Quelle

## Hauptanwendungsbereiche:

- Texterstellung (Writing)
- Übersetzung (Translation)
- Zusammenfassung (Summarization)
- Informationsrecherche (Information lookup)

# PERPLEXITY: KLEIN, ABER ENTSCHEIDEND

**Trotz einer Nutzung von < 4 %:**

- **Hohes Vertrauen** durch direkte Quellenangaben (Citations).
- Perfekt abgestimmt auf das **Rechercheverhalten im B2B-Bereich**.
- Spricht besonders **verifizierungs-orientierte Nutzer** an.

**Erkenntnis:** Geringes Volumen bedeutet nicht gleich geringer Einfluss.

# DIE HYBRIDE SUCHREALITÄT

## Suchverhalten in Japan (2025)

- 91 % nutzen die klassische, traditionelle Suche.
- 31 % nutzen KI für die tägliche Suche.

**Fazit:** KI erweitert die Suche, anstatt sie zu ersetzen.

# AUFTEILUNG NACH NUTZUNGSSZENARIEN

Aufgabe	Bevorzugter Kanal
Definitionen / „Was ist...“-Fragen	KI
Anbieter-Recherche (Vendor Research)	Klassische Suche
Lokale Suchanfragen	Klassische Suche
Texterstellung / Übersetzung	KI
Vergleiche / Abwägungen	Beide Kanäle (Hybrid)

# DER "SEO-IMPACT"

Nicht alle Inhalte sind gleichermaßen betroffen.

## **Hohes Risiko / Stark betroffen:**

- Informationsgetriebener Content (〇〇とは / „Was ist...“-Inhalte)

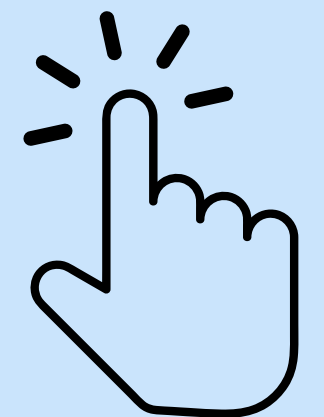
## **Stabiler Wert / Kaum betroffen:**

- Kommerzielle Seiten
- Serviceseiten / Dienstleistungsseiten
- Fallstudien

# GOOGLE AI OVERVIEWS (AIO)

- In Japan sowohl in der Google-Suche als auch bei Yahoo! Japan integriert.
- Erscheint weltweit bereits bei **ca. 25 % aller Suchanfragen**.
- Tief in das gesamte Such-Nutzungserlebnis (UX) eingebettet.

**Kritischer Wandel:** Nutzer erhalten Antworten zunehmend direkt, ohne auf eine Website zu klicken (**Zero-Click-Searches**).



# DIE ZERO-CLICK- REALITÄT

## Marktdaten Japan:

- **63 %** beenden die Suche gelegentlich, ohne auf ein Ergebnis zu klicken.

## Die Auswirkungen:

- Klickrate (CTR) bei **Informations-Inhalten**: ↓ ca. 50 %
- Klickrate (CTR) bei **kommerziellen Seiten**: Weitgehend stabil

Ein gutes Ranking allein reicht nicht mehr aus.

## Das alte Modell:

Ranking → Klick → Website-Besuch

## Das neue Modell:

Erwähnung (Citation) → Sichtbarkeit → Vertrauen

# CHATGPT VS GOOGLE AIO

## Unterschiede im Zitierverhalten

Kriterium	ChatGPT	Google AIO
Präferenz bei den Quellen	Breit gefächert	Top-Rankings der Websuche
Bedeutung des Rankings	Gering	Hoch
Autoritäts-Signale	Kontextbasiert	SEO-getrieben

# DIE VERTRAUENSEBENE IN JAPAN

**Japanische Nutzer verifizieren intensiver.**

- KI-Ergebnisse werden durch **Gegenrecherchen** (Cross-Checking) überprüft.
- Es werden grundsätzlich **mehrere Quellen miteinander verglichen**.
- **Nachvollziehbare und belegbare Informationen** werden klar bevorzugt.

**Die Konsequenz:** Reine Sichtbarkeit in KI-Antworten allein reicht nicht aus.

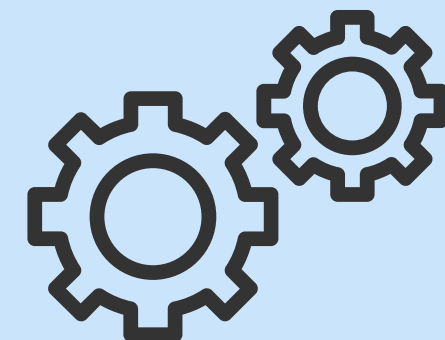
# DER DUAL-ENGINE-MARKT

## Der japanische Markt ist einzigartig:

- **Google** ist die dominierende Kraft.
- **Yahoo! Japan** hält weiterhin einen bedeutenden Marktanteil (~15–20 %).

Beide Plattformen implementieren und nutzen eigene KI-Funktionen.

**Das Ergebnis:** Die Optimierung muss zwingend zwei verschiedene KI-Ökosysteme abdecken.



# SPRACHE ALS WETTBEWERBSVORTEIL

**KI-Modelle weisen im Japanischen nach wie vor Schwächen auf.**

- **Geringere Antwortqualität** im direkten Vergleich zu Englisch.
- **Höhere Skepsis** auf Nutzerseite gegenüber KI-generierten Texten.
- **Stärkere Abhängigkeit** der KI von fundierten, verlässlichen Quellen.

**Die Chance:** Qualitativ hochwertige, menschliche Japanisch-Inhalte gewinnen überproportional an Sichtbarkeit und Vertrauen.

# DER STRATEGISCHE RAHMEN

Wie Sie in Japan Sichtbarkeit gewinnen

Priorität	Konkrete Maßnahme
AIO-Optimierung	Strukturierte, prägnante Antworten liefern
Sichtbarkeit in ChatGPT	Entitäten-Präsenz und Marken-Relevanz aufbauen
Gemini-Bereitschaft	Konsequent an der klassischen Google-SEO ausrichten
Zero-Click-Strategie	Direkte Antworten innerhalb des Contents bieten
Lokalisierung	Natürliche, muttersprachliche Japanisch-Inhalte erstellen

# CONTENT-DESIGN FÜR KI

## KI-freundliche Content-Struktur:

- **Klare Hierarchie** bei den Überschriften (H2/H3-Struktur)
- **Kompakte Antwort-Blöcke** (< 600 Zeichen)
- Gezielte Nennung von **Entitäten**
- Nachweisbare **Autoren-Glaubwürdigkeit** (E-E-A-T)
- Einsatz von **strukturierten Daten** (Schema Markup)

# DAS "MEASUREMENT FRAMEWORK"

## Erfolg messen jenseits von Rankings:

- **Inklusionsrate in AI Overviews** (Wie oft taucht die Marke in Googles KI-Antworten auf?)
- **Markenerwähnungen in LLMs** (Präsenz in ChatGPT, Perplexity & Co.)
- **KI-Referral-Traffic** (Besucherströme direkt aus KI-Quellenverweisen)
- **Zero-Click-Impressionen** (Sichtbarkeit direkt auf der Suchergebnisseite)
- **Wachstum des Brand-Traffics** (Anstieg der gezielten Markensuchen)

# DAS "WINDOW OF OPPORTUNITY"

**Zögerliche Adaption in Unternehmen = Ihr Vorteil!**

- **Geringerer Wettbewerb** um die Sichtbarkeit in KI-Systemen
- Das Nutzerverhalten befindet sich **aktuell noch in der Formungsphase**
- Eine frühzeitige Positionierung sorgt für einen **Zinseszinsseffekt beim Markenaufbau**

**Die Erkenntnis:** Wir befinden uns mitten in der Phase des Pionier-Vorteils (First-Mover-Advantage).

# ZUSAMMENFASSUNG

1. Japan ist ein **hybrider Suchmarkt**.
2. KI transformiert informationsgetriebene Suchanfragen zuerst.
3. Vertrauen erfordert kanalübergreifende Sichtbarkeit.
4. Das Wachstum von Gemini wird die Marktlandschaft grundlegend verändern.
5. KI-Quellenangaben (Citations) werden so wertvoll wie klassische Rankings.

## **Der Schlüssel zum Erfolg in Japans KI-Suchlandschaft:**

Es ist kein Entweder-oder (SEO vs. KI-Optimierung), sondern ein Miteinander: **Klassische SEO und KI-Sichtbarkeit müssen als Einheit Hand in Hand greifen!**

# Über uns



Tokyo SEO Maker unterstützt globale B2B-Unternehmen dabei, ihre digitale Strategie für den japanischen Markt anzupassen – von Lokalisierung und SEO-Architektur bis hin zu Plattformstrategie und Conversion-Optimierung.

## **MÖCHTEN SIE STRATEGISCH IN DEN JAPANISCHE MARKT EINSTEIGEN?**

Jetzt [Tokyo SEO Maker](#) kontaktieren und Ihre Marktbereitschaft überprüfen lassen.

**WIR STEHEN IHNEN MIT ERSTKLASSIGEM SUPPORT ZUR SEITE**

