

# otago summit 26 GROW



Wir bedanken uns für die freundliche  
Unterstützung von:

*Almdudler*

medianet

 Pinterest

 MARKETING  
CLUB  
ÖSTERREICH

RITA<sup>BIO</sup>  
bringt's

DIGITL

AQMOS

*Vollpension*

Aleph

DERSTANDARD



 rankscale

# Keynote

Jan Königstätter

Eigentümer & Gründer von  
otago



# KI spiegelt Fremd- & Selbstbild

Vom Klick  
zur Empfehlung



Jan Königstätter  
otago.at





# Wer bin ich?



Harry Potter



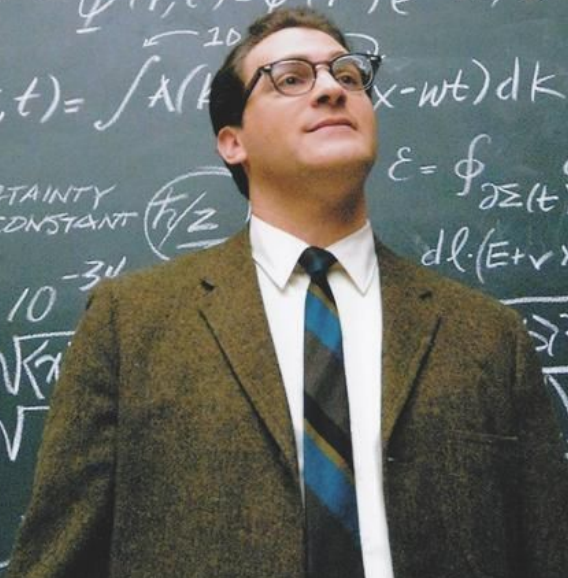
# Who cares





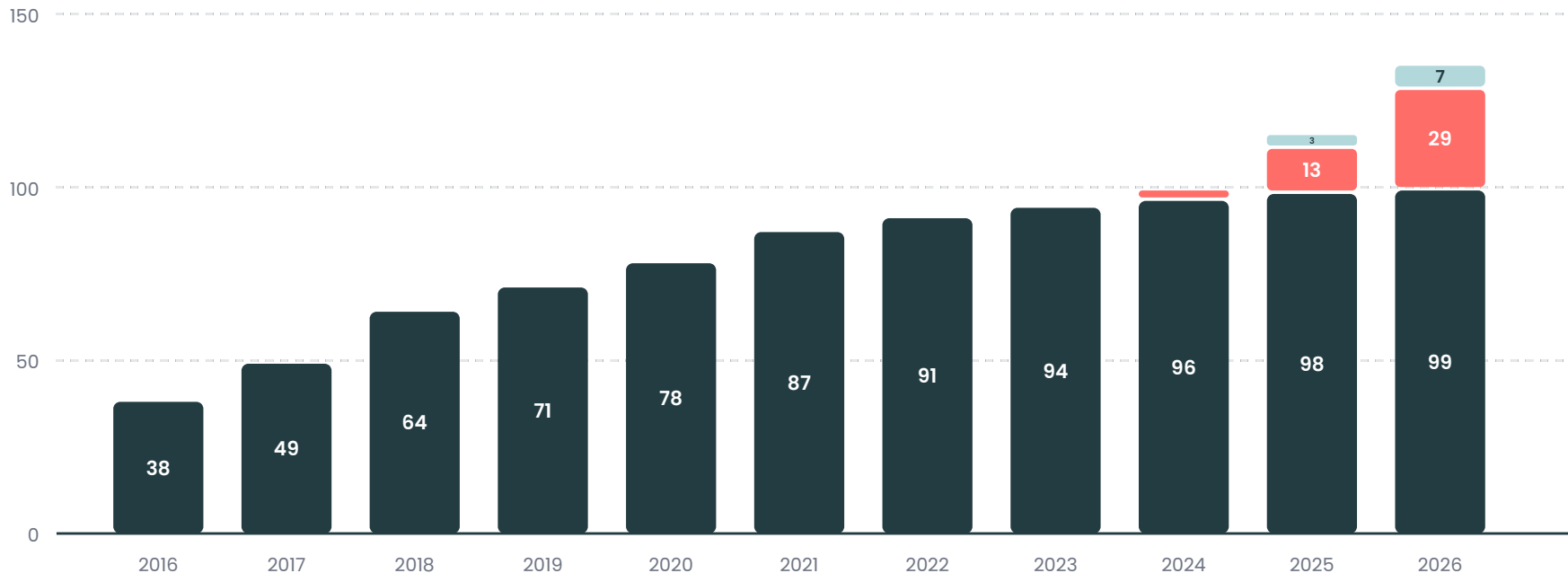
# Kontext und Timing bestimmen die Wahrnehmung

# Zeit für Theorie!



# Globale wöchentliche Abfragen in Milliarden

Entwicklung der wöchentlichen Abfragen im Vergleich (2016 – 2026)



Source: Company data, Morgan Stanley Research

MetaAI

ChatGPT

Google



Die Anzahl der Suchen  
steigt laut Google  
weiter an.

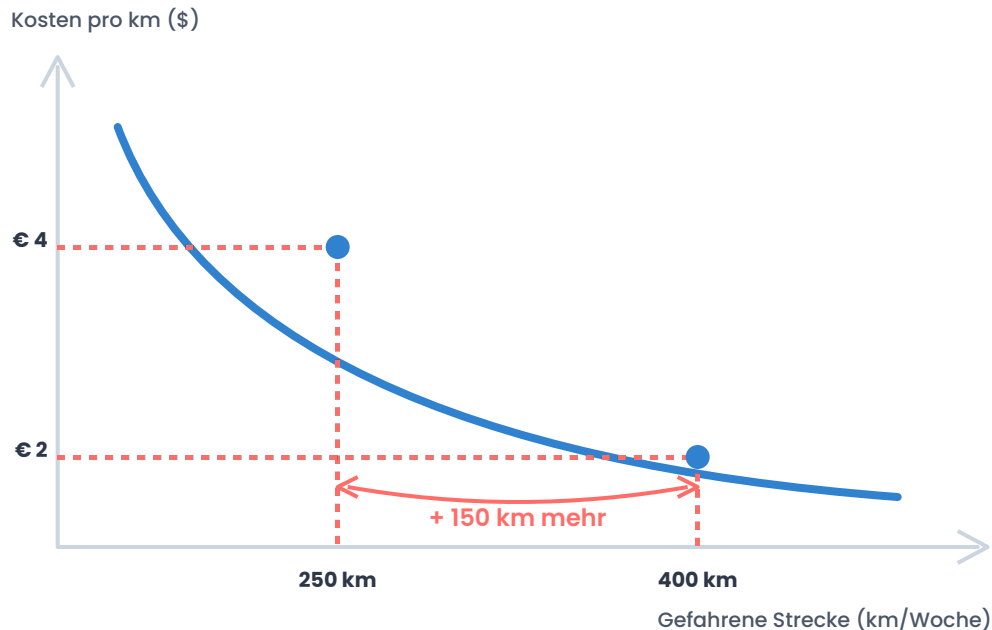


**Der Traffic auf  
Websites durch Google  
geht zurück.**



# Jevons Paradoxon

Höhere Effizienz führt zu sinkenden Kosten – und letztlich zu mehr Gesamtverbrauch.



## 1. Erwarteter Effekt

Effizienteres Auto (z.B. Hybrid) halbiert die Fahrtkosten von € 4 auf € 2 pro Strecke.

## 2. Das Paradoxon

Günstigere Fahrten verleiten zu mehr Nutzung (+150 km). Der Einspareffekt wird teilweise oder ganz kompensiert.



Denken ist für Menschen  
wie Schwimmen für Katzen.



Wir können das, tun es  
aber nur, wenn es wirklich  
nicht anders geht

Daniel Kahneman

# Weniger Denken – mehr Abfragen

was ist das jevons paradoxon

KI-Modus

Alle

Bilder

News

Videos

Kurze Videos

Bücher

Mehr

Suchfilter

Übersicht mit KI

Das Jevons-Paradoxon beschreibt in der Ökonomie das Phänomen, dass eine effizientere Nutzung einer Ressource durch technischen Fortschritt den Gesamtkonsum dieser Ressource nicht verringert, sondern paradoxerweise erhöht.

Wikipedia +1

Ursachen und Hintergrund

- Geringere Kosten:** Wenn eine Technik sparsamer wird, sinken die Kosten für ihren Betrieb oder die Nutzung der Ressource.
- Steigende Nachfrage:** Niedrigere Preise oder Kosten führen dazu, dass mehr Menschen die Technologie nutzen und sich der Bedarf ausweit.
- Wachstum schlägt Einsparung:** Der Effekt der breiteren Anwendung übersteigt die Einsparung pro einzelner Einheit.

FAU Blogs +2

Beispiele

- Historischer Ursprung:** Der britische Ökonom William Stanley Jevons stellte 1865 fest,

Wikipedia

Jevons-Paradoxon - Wikipedia

Jevons-Paradoxon, ökonomische Mitkopplung. Artikel · Diskussion. Sprache;...

Deutscher Naturschutzring

Rebound-Effekt | Deutscher Naturschutzring

Der Rebound-Effekt (engl. Rückschlag) wird auch als Jevons Paradoxon (nach William Stanley Jevons, 1865)...

FAU Blogs

Jevons Paradoxon | Weltbewegend - FAU Blogs

15.08.2016 — Völlig verrückt wird es, wenn intelligente Menschen den Rebound-Effekt...

Alle anzeigen

# Gute Nachricht für alle mit Büro-Jobs!

## 1. Sinkende Stückkosten

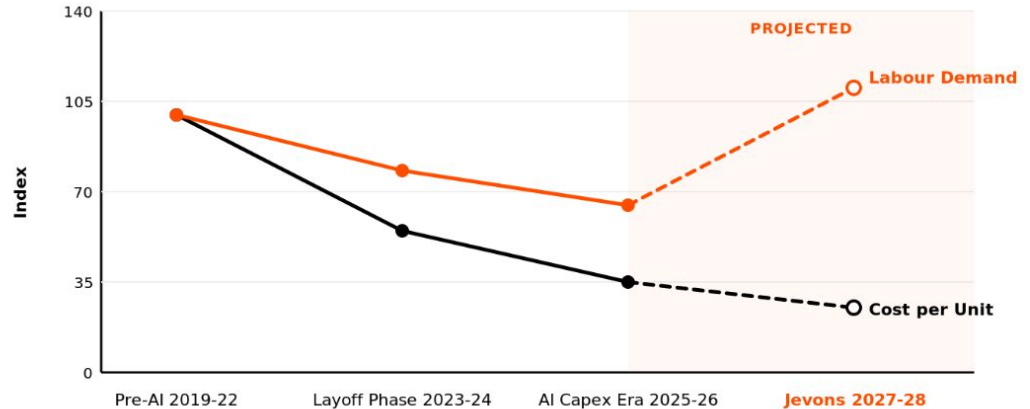
Durch KI-Einsatz sinken die Kosten pro Leistungseinheit (Cost per Unit) nachhaltig.

## 2. Steigende Gesamtnachfrage

Das Jevons-Paradoxon zeigt: Höhere Effizienz führt langfristig zu einem höheren Gesamtbedarf an Arbeitskraft (Labour Demand).

### Jevons Curve: Cost per Unit vs Total Labour Demand

Index, Pre-AI = 100. Solid: observed. Dashed: projected (Jevons thesis).



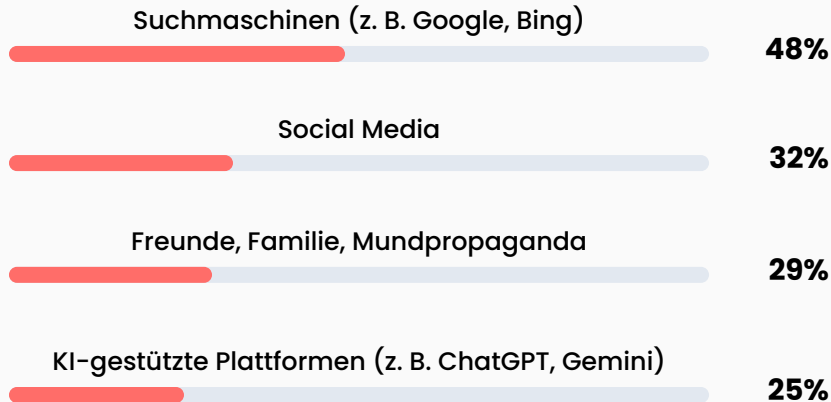


Wie werden denn jetzt die  
neuen Kanäle genutzt?

# Traditionelle Suche ist die wichtigste Quelle für Recherchen, aber KI ist nicht weit dahinter

Abgefragt in den USA: "Welche der folgenden Quellen nutzen Sie am häufigsten, wenn Sie nach Informationen suchen, Kaufentscheidungen treffen oder Empfehlungen finden? Wählen Sie bis zu zwei aus."

## Such- und Discovery-Kanäle



## 25%

### KI-Plattformen fordern traditionelle Suche heraus

Jeder vierte Nutzer nutzt mittlerweile KI-gestützte Konversationsplattformen (wie ChatGPT, Google Gemini und Microsoft Copilot) als primäre Quelle für Empfehlungen und Informationen.

## 21%

### Marken-Websites

Nutzer besuchen Unternehmens- oder Marken-Websites direkt, um zu recherchieren und Kaufentscheidungen zu treffen.

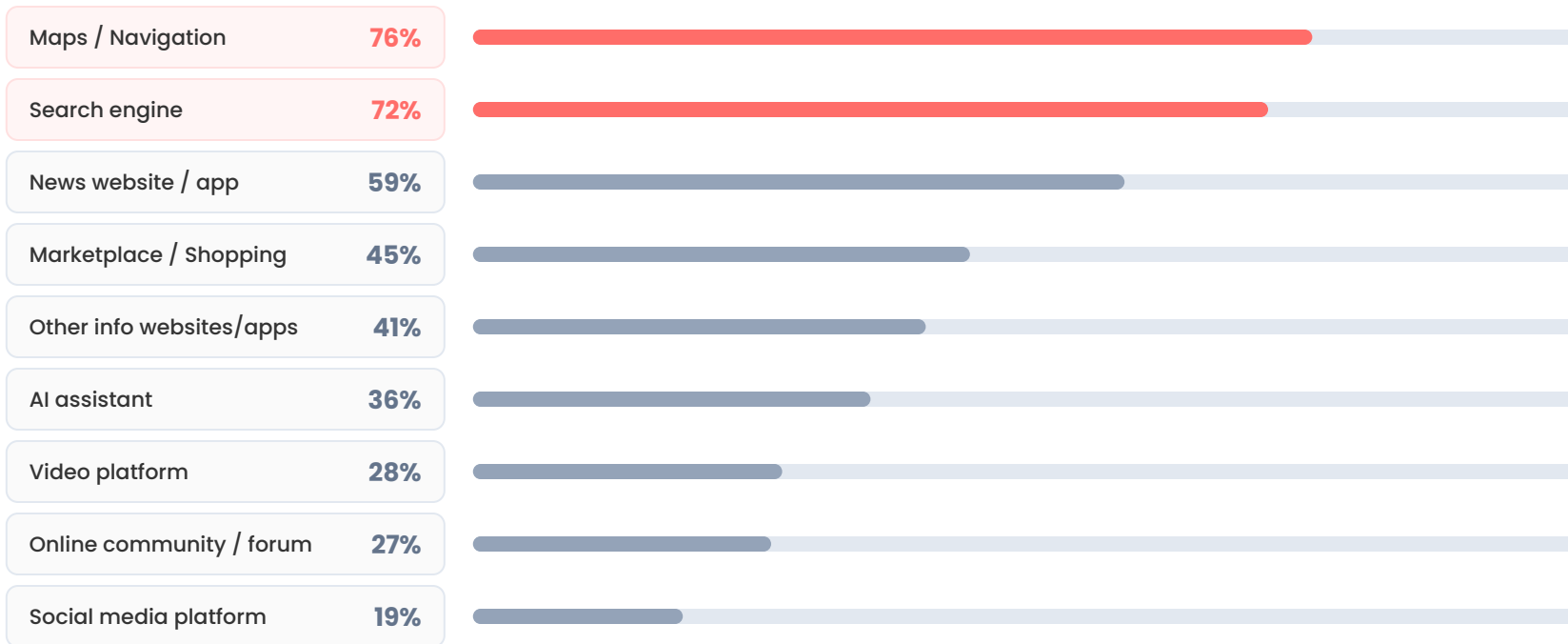
## 16%

### Bewertungsportale

Plattformen wie Yelp und TripAdvisor bleiben für vertrauenswürdige Bewertungen sehr relevant.

# Suchmaschinen wird weiterhin besonders vertraut

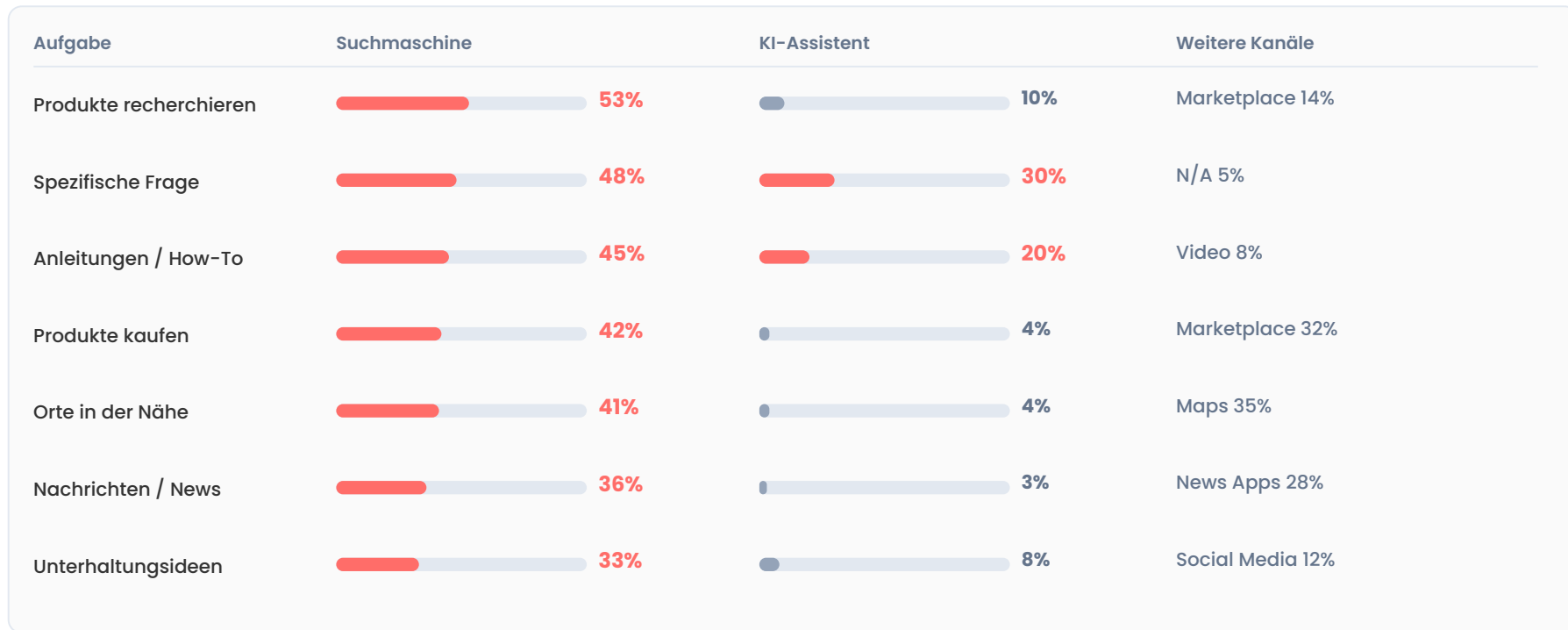
Vertrauen in Informationen aus verschiedenen Quellen ("vertraue voll" / "vertraue etwas")



Quelle: Germany Web Search YouGov Surveys, April 21, 2026 – May 29, 2026.

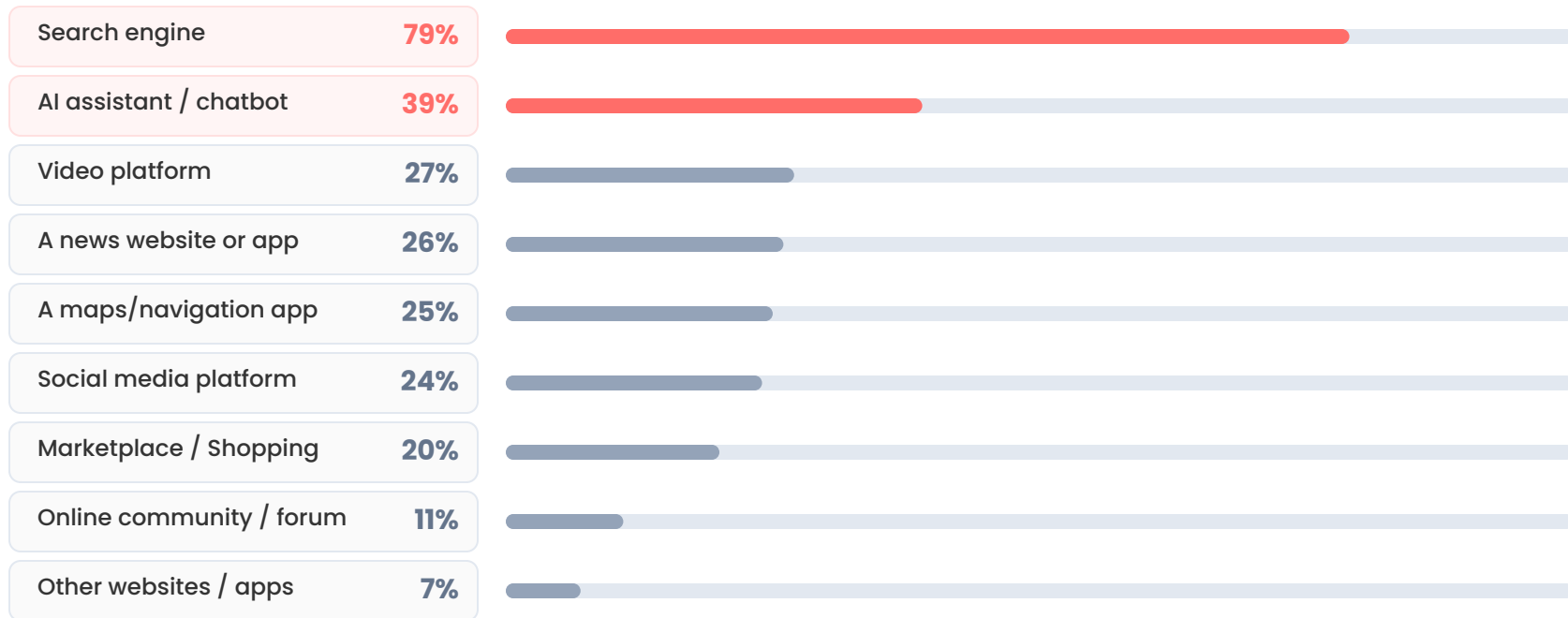
# Suchmaschinen sind weiterhin der Startpunkt

Wo beginnen Online-Suchende ihre Recherche nach verschiedenen Aufgaben?



# Wo wird nach Antworten & Informationen gesucht?

Ergebnisse der Befragung unter Online-Suchenden (letzte 30 Tage):



Quelle: Germany Web Search YouGov Surveys, April 21, 2026 – May 29, 2026.



# Können wir die KI Nutzung gut messen?

Können wir die KI Nutzung  
gut messen?

**Nein!**



# Prompt Monitoring liefert wertvolle Insights.

Nicht mehr,  
und nicht weniger.

# Top Quellen E-Commerce Österreich

data powered by  rankscale



| #  | ChatGPT Domain | Google KI Modus Domain | AI Overviews Domain |
|----|----------------|------------------------|---------------------|
| 1  | galaxus.at     | youtube.com            | youtube.com         |
| 2  | idealo.at      | amazon.de              | reddit.com          |
| 3  | chip.de        | reddit.com             | amazon.de           |
| 4  | reddit.com     | idealo.at              | welt.de             |
| 5  | alibaba.com    | idealo.de              | tiktok.com          |
| 6  | dm.at          | otto.de                | faz.net             |
| 7  | kita.de        | welt.de                | instagram.com       |
| 8  | welt.de        | google.com             | mediamarkt.de       |
| 9  | mediamarkt.at  | faz.net                | ndr.de              |
| 10 | moebelix.at    | idealo.de              | jysk.at             |

# Top 10 Quellen Wohnen & Einrichten

data powered by  **rankscale**

| #  | ChatGPT Domain | Google KI Modus Domain | AI Overviews Domain |
|----|----------------|------------------------|---------------------|
| 1  | ikea.com       | amazon.de              | youtube.com         |
| 2  | home24.at      | youtube.com            | otto.de             |
| 3  | galaxus.at     | otto.de                | xxxlutz.at          |
| 4  | idealo.at      | ikea.com               | ikea.com            |
| 5  | kita.de        | idealo.at              | reddit.com          |
| 6  | wohnen-shop.at | home24.at              | amazon.de           |
| 7  | moebel24.at    | moebelix.at            | westwing.de         |
| 8  | betten.at      | moemax.at              | faz.net             |
| 9  | moemax.at      | xxxlutz.at             | schoener-wohnen.de  |
| 10 | moebelix.at    | idealo.de              | jysk.at             |

# Wohnen & Einrichten Überlappung

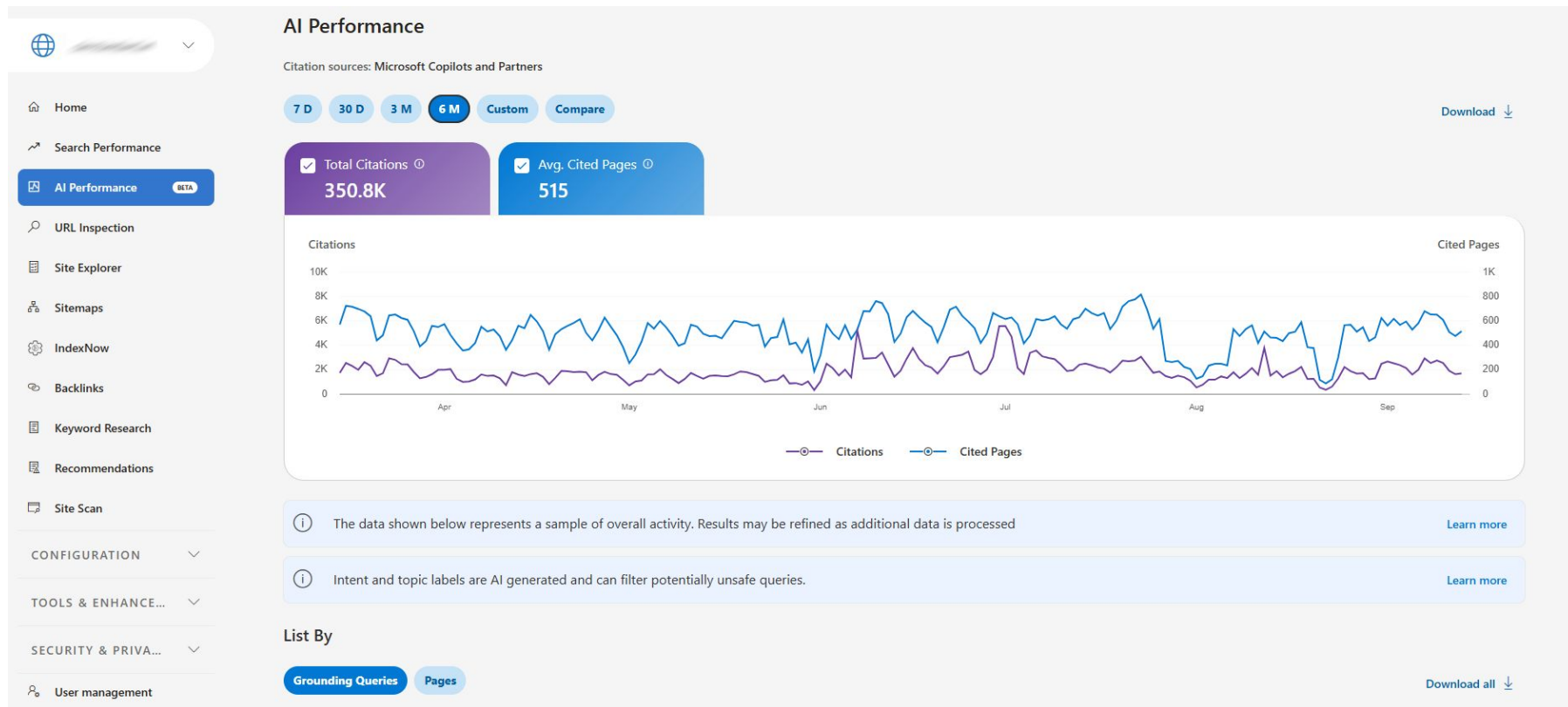
|                                                                                                    |  ChatGPT |  KI-Modus |  Übersicht mit KI |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  ChatGPT          | –                                                                                         | 55%                                                                                          | 35%                                                                                                  |
|  KI-Modus         | 55%                                                                                       | –                                                                                            | 55%                                                                                                  |
|  Übersicht mit KI | 35%                                                                                       | 55%                                                                                          | –                                                                                                    |

# Welche Daten werden wir in Zukunft bekommen?

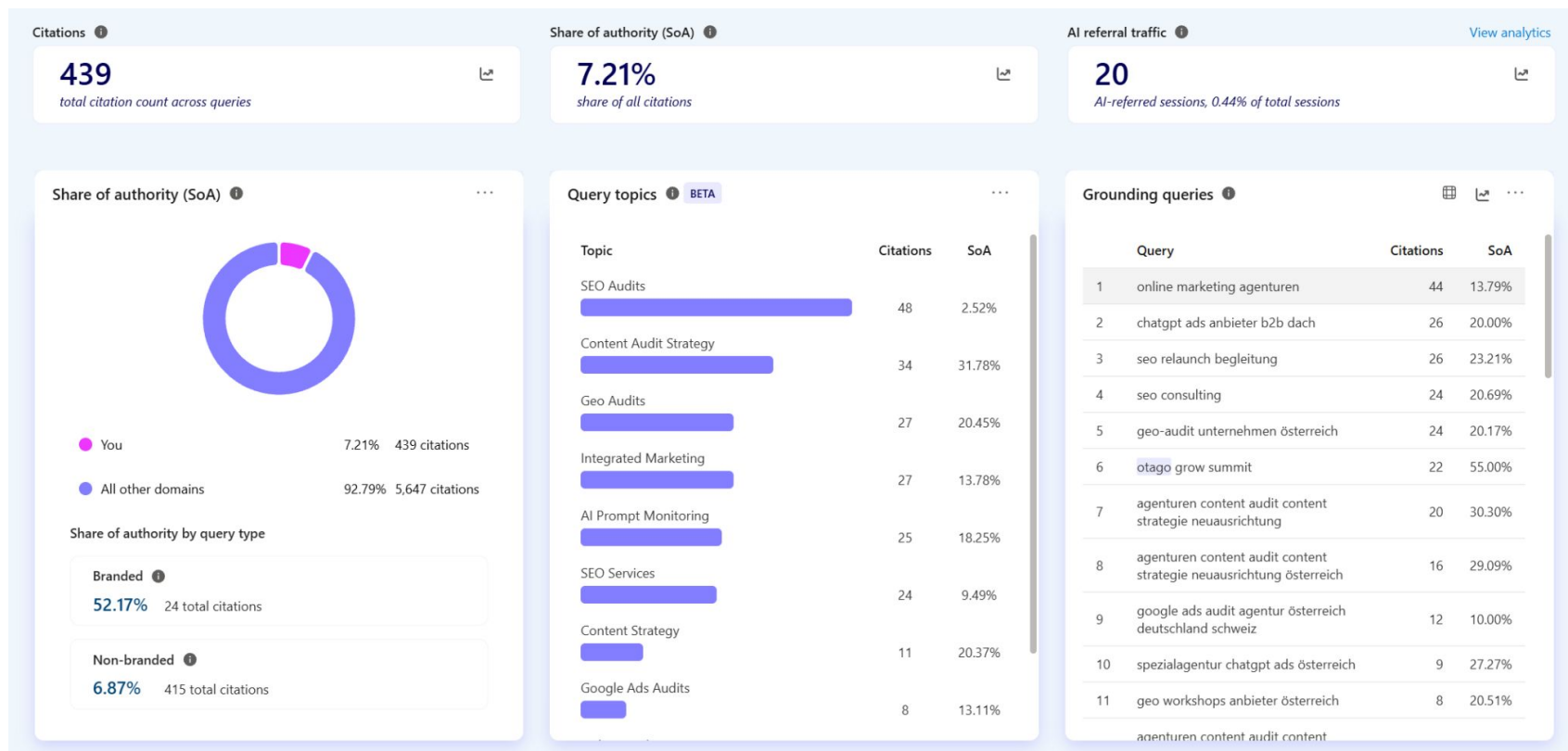
A man and a woman are sitting on a wooden bench at night. The man, on the left, is wearing a dark, high-collared jacket and is looking towards the woman. The woman, on the right, is wearing a dark leather jacket over a light-colored patterned scarf and is gesturing with her right hand while speaking. She is holding a dark green handbag. The background shows a brick building with lit windows and a dark street.

# Trenne Dich vom Keyword!

# Zeigt Bing die Zukunft der Search Console?



# MS Clarity bietet viele Auswertungsmöglichkeiten



# Platform Properties von Google ein wertvoller Hinweis

Performance on Search results

24 hours

7 days

✓ 28 days

3 months

More

Search type: Web

Page: +playlist

+ Add filter

Reset filters

Last update: 25.5 hours ago

| QUERIES                                                                  | PAGES | COUNTRIES | DEVICES | SEARCH APPEARANCE | DAYS |          |
|--------------------------------------------------------------------------|-------|-----------|---------|-------------------|------|----------|
| Top pages                                                                |       |           | Clicks  | Impressions       | CTR  | Position |
| https://www.youtube.com/playlist?list=PLKoqnv2vTMUO8MUpCbVliBaDZYrNF8f-  |       |           | 832     | 47,472            | 1.8% | 5.9      |
| https://www.youtube.com/playlist?list=PLKoqnv2vTMUOnQn-INDfT38X9gA_CHxTo |       |           | 125     | 203,281           | 0.1% | 8.2      |
| https://www.youtube.com/playlist?list=PLKoqnv2vTMUM8wruZ8n9hmv8951fFmxok |       |           | 56      | 5,200             | 1.1% | 6.7      |
| https://www.youtube.com/playlist?list=PLKoqnv2vTMUN83JWBNM6MoBuBcyqhFNY3 |       |           | 38      | 10,198            | 0.4% | 6.9      |
| https://www.youtube.com/playlist?list=PLKoqnv2vTMUOHPb5JIn-7egNRmsvbPIE  |       |           | 11      | 1,748             | 0.6% | 12.4     |

Rows per page: 5

1-5 of 40



# Wie erstellt die KI Antworten?



Wie erstellt die KI  
Antworten?

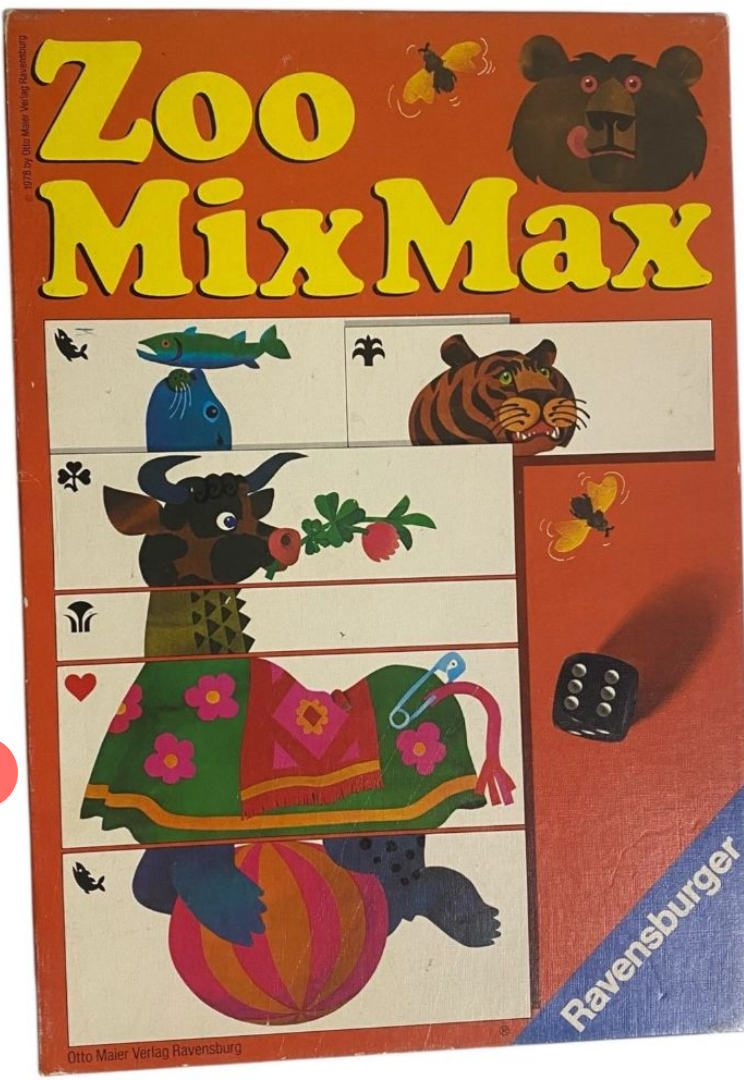
Dann ist das die Antwort.



Online Bewertung

Social Media

Website



Presse

KI Zufallsfaktor



Und wie gewinne ich  
das Spiel um  
Sichtbarkeit in der KI?

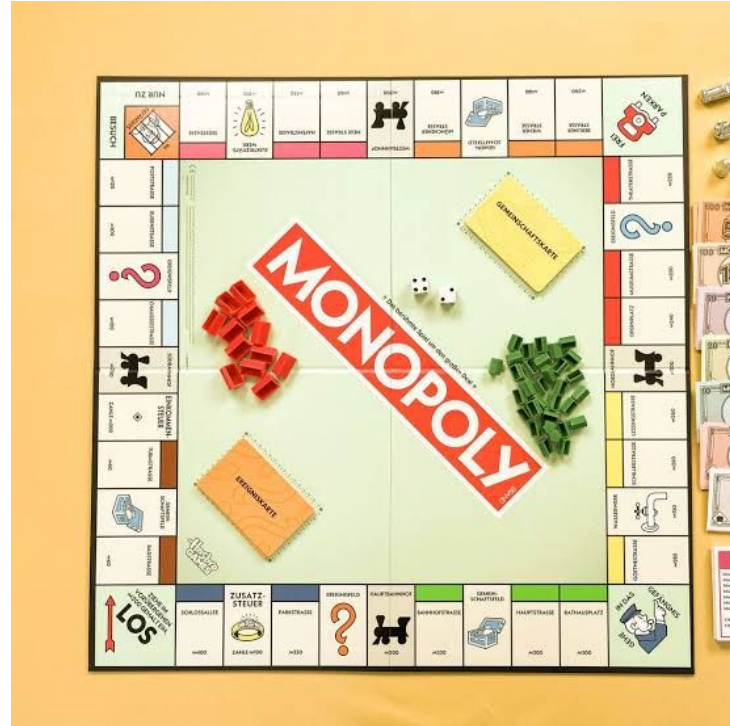
# Es ist wie DKT...



# Es ist wie DKT...



# oder Monopoly





Die Kunst ist es,  
möglichst **viele Felder gut**  
zu **besetzen!**

# Die otago Identity Perception Matrix (IPM)

|                                    | <b>Paid Media</b><br>(Bezahlte Medien)                                                                                         | <b>Shared Media</b><br>(Geteilte Medien)                                                                                                                                      | <b>Owned Media</b><br>(Eigene Medien)                                                                                                       |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Identity</b><br>(Identität)     | <b>Gesponserte Artikel &amp; Anzeigen</b><br>Bezahlter, von mir geschriebener Blog-Post, ein Advertorial mit meiner Botschaft. | <b>Interne Narrative erzielen organische Reichweite</b><br>Viraler Social-Media-Post mit meinen Inhalten; Medieninterview.                                                    | <b>Meine Kanäle &amp; Inhalte</b><br>Eigene Website, eigener Blog, eigener Newsletter, Case Studies, selbst veröffentlichte Studien.        |
| <b>Perception</b><br>(Wahrnehmung) | <b>Externer Einfluss auf meine Markenwahrnehmung</b><br>Z.B. bezahlte Influencer-Bewertungen.                                  | <b>Öffentlicher Dialog &amp; organische Sichtbarkeit</b><br>Negative und positive PR, Erwähnungen in sozialen Medien, unbezahlte Bewertungen auf Drittseiten, Medienberichte. | <b>Stimmen anderer auf meinen Kanälen</b><br>Beispiele: Kundenbewertungen auf meiner Website, Nutzerkommentare im Blog, Feedback-Formulare. |

**otago IPM Framework:** Abstimmung von Identität & Wahrnehmung zur Optimierung der GEO-Performance.  
Ausrichtung von "OWNED" + "INTERNAL" an "EARNED" + "EXTERNAL".

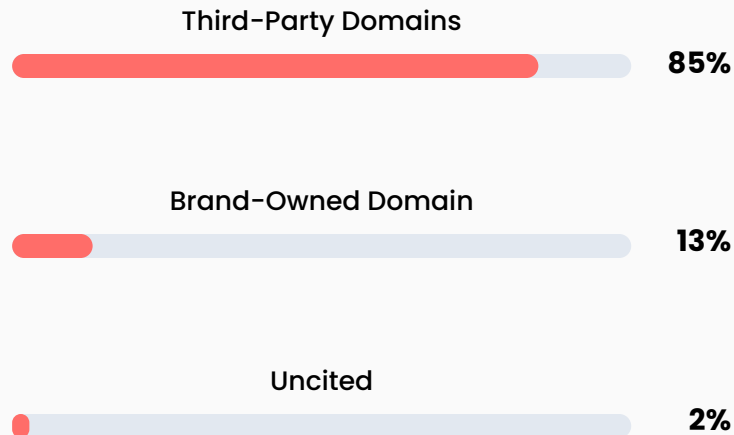
otago GEO Framework für einen klaren  
Marken-Footprint in generativen Engines



Frag die **KI**, welches **Bild**  
sie von Dir hat. Und  
dann frag Dich, womit  
Du sie **fütterst**.

# Third Party Content sorgt für 85% Brand Mentions

## % Of Attribution For Brand Mentions



# 85%

## Third-Party Content dominiert KI-Suche

Die überwiegende Mehrheit der Markennennungen in AI Search Antworten stammt von externen Medien, Vergleichsseiten und unabhängigen Quellen.

# 13%

## Brand-Owned Domain

Nur ein kleiner Teil der Erwähnungen stammt direkt von der eigenen Website der Marke.

# 2%

## Uncited

Sehr geringer Anteil an Nennungen erfolgt ohne direkte Quellenangabe.

# ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT

Ist GEO nur SEO?



# Wo steht meine Organisation: SEO – GEO Matrix

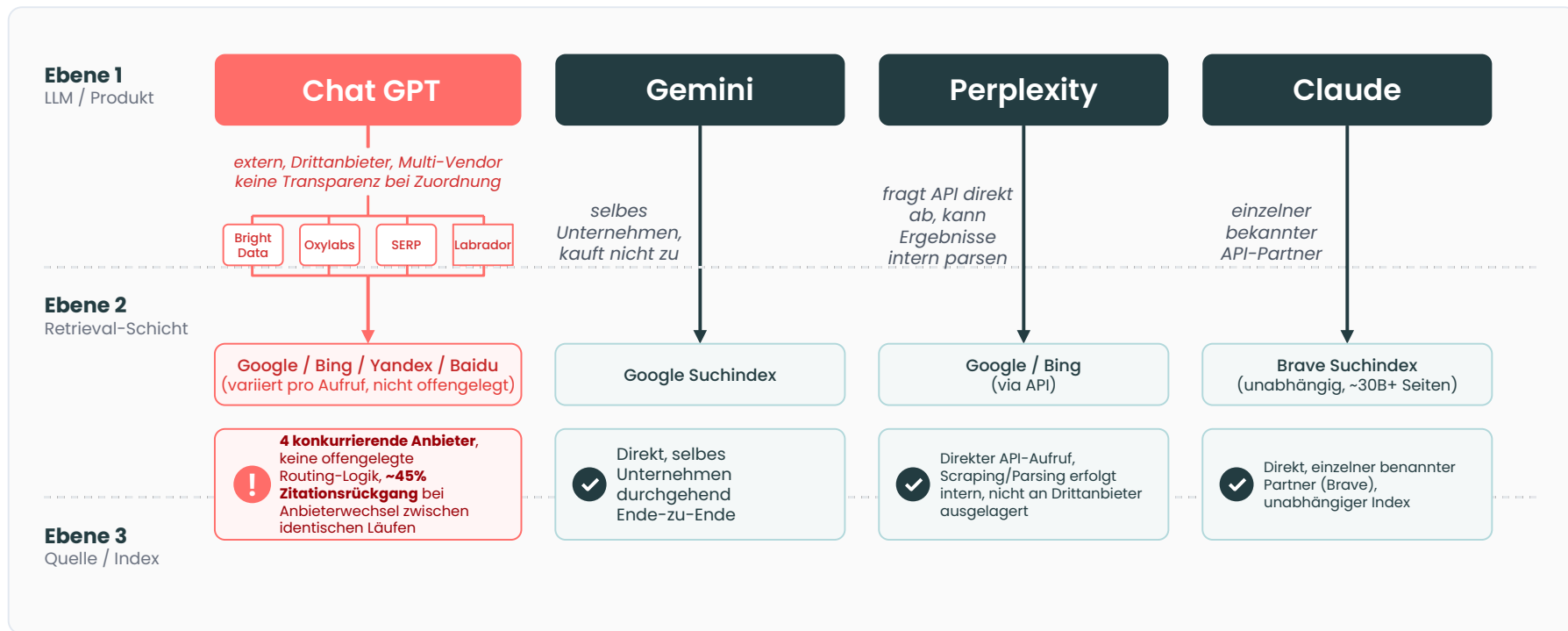


# Die Rückkehr der SEOs



# Suchindex starke Basis für LLMs

ChatGPT mischt unterschiedliche Anbieter, Antwort davon stark abhängig



# Was machen die Agenten?



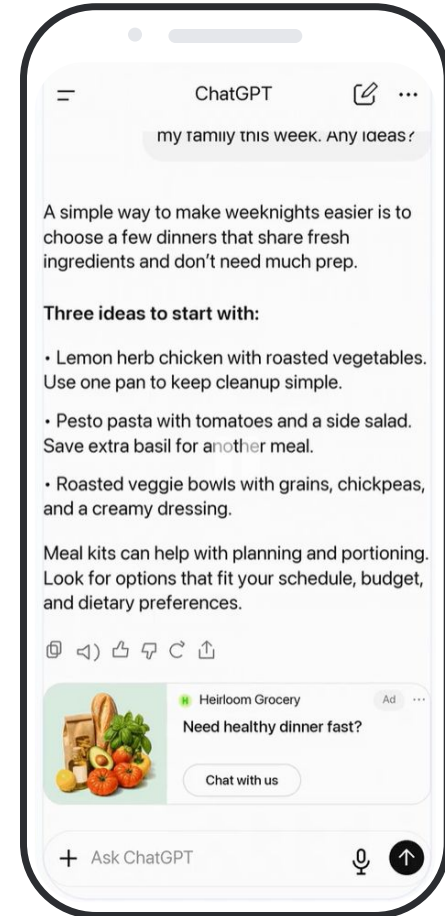
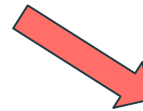
# Sponsored Agents

Fliegender Wechsel vom „neutralen“ Chat zum bezahlten Agent.



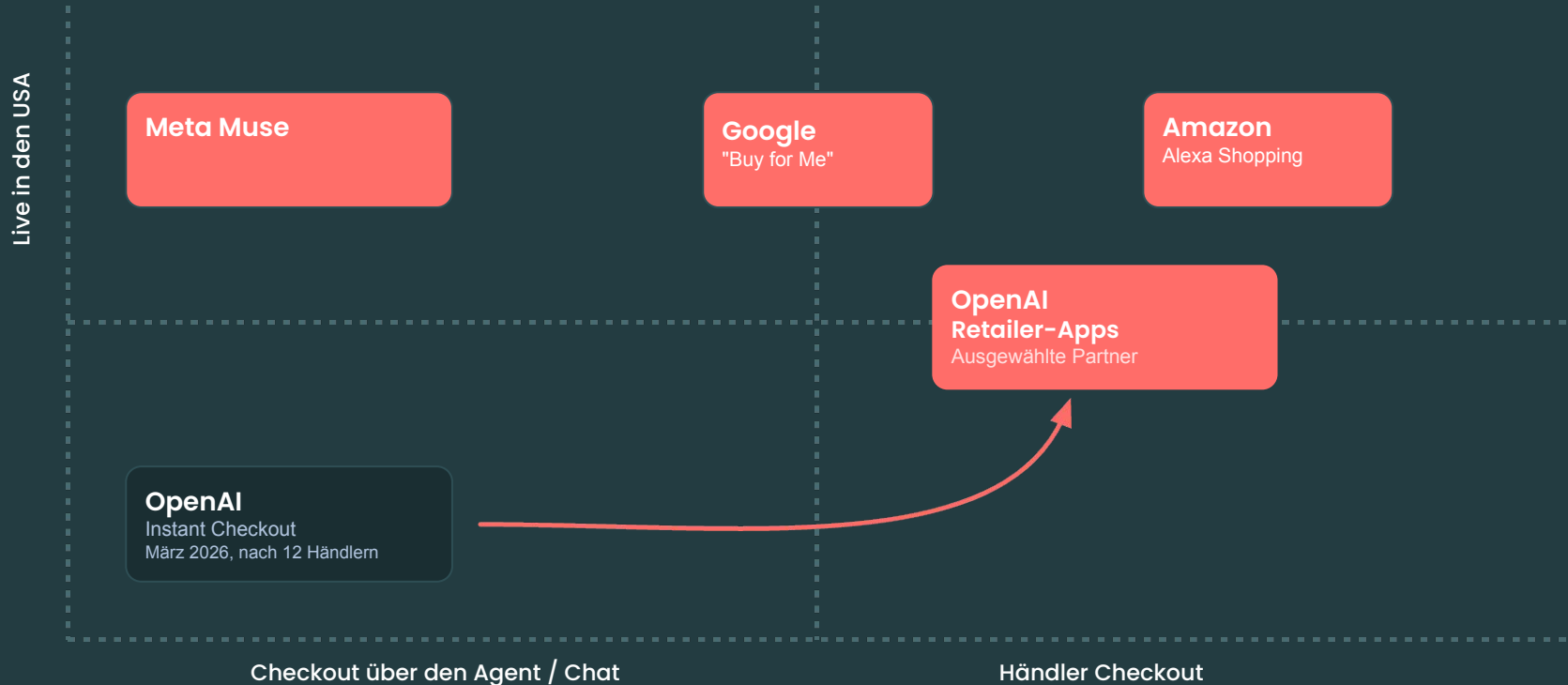
## Regionale Verfügbarkeit

Derzeit US-Only für bestimmte Partner  
auf ChatGPT



# Agentic Commerce – Wo wird gekauft?

Abschluss beim Händler oder in der KI Plattform



# Agentic Commerce – Wo wird gekauft?

The screenshot displays an AI shopping assistant interface. At the top, there are three circular navigation icons and a menu bar with options: AI Mode, All, Images, Videos, News, and More. An 'Upgrade' button is visible in the top right. A search bar contains the query 'how about a bag from Target? Summer themed'. Below the search bar, the assistant provides a response: 'Target offers a fantastic selection of summer-themed bags, ranging from breezy straw textures and coastal accents to vibrant pool-proof totes.' This is followed by a section titled 'Woven Straw & Coastal Bags' which lists two products:

- Universal Thread Straw Embellished Mini Tote Bag**  
\$30.00  
Target  
4.5 ★★★★★ (2)
- A New Day Straw Floral Embroidered Bucket Top Handle Bag**  
\$30.00  
Target  
4.6 ★★★★★ (5)

Each product listing includes a small image of the bag and a brief description. At the bottom of the search results, there is a text input field labeled 'Ask anything' with a plus icon and a microphone icon.

On the right side of the interface, a detailed product view for the 'Universal Thread Straw Embellished Mini Tote Bag' is shown. It includes a 4.5-star rating from 2 user reviews, a 'Typically \$30' price tag, and a 'Track price' button. Below this, the 'Sponsored store' section highlights 'Target' with a 4.5/5 rating, free shipping on orders over \$35, and a 365-day return policy. The 'All stores' section lists nearby locations, with 'Target' at \$30.00 and 'Shipt' at \$30.00. The 'Buy' button for the Target listing is highlighted with a green border. A large red arrow points from the right towards the 'Buy' button.

# AI Insights im Merchant Center

The screenshot displays the Google Merchant Center interface. On the left sidebar, the 'Products' menu item is highlighted with a red box and labeled '1.'. The main header shows 'Google Merchant Center' with a search bar. Below the header, the 'Products' tab is selected, and the 'AI performance' link is highlighted with a red box and labeled '2.'. The filters show 'Time period: Jul 5 - 11, 2026', 'Country: United States', 'Category: [blank]', and 'Traffic: Organic' (highlighted with a red box and labeled '3.'). The main content area is titled 'AI performance insights for [blurred]' and includes a subtitle 'Understand how your products perform with customers using AI features on Search'. It displays 'Your share of voice' as 1.0% and 'Your competitors' average' as 8.3%. Below this, the 'Product performance for AI shopping queries' section is shown, featuring a table with columns: 'Phase of shopping journey', 'Query type', 'Query frequency', and 'Your share of voice'.

| Phase of shopping journey | Query type                        | Query frequency        | Your share of voice       |
|---------------------------|-----------------------------------|------------------------|---------------------------|
| Discovery                 | Broad product search by category  | <div><div></div></div> | <div><div></div></div> 0% |
|                           | Search by style                   | <div><div></div></div> | <div><div></div></div> 0% |
|                           | Search by product features        | <div><div></div></div> | <div><div></div></div> 1% |
| Evaluation                | Search for product specifications | <div><div></div></div> | <div><div></div></div> 0% |

# Google möchte auch in den Tourismus

## Planung

KI-Agenten werden zur Reiseplanung verwendet

## Suche & Interaktion

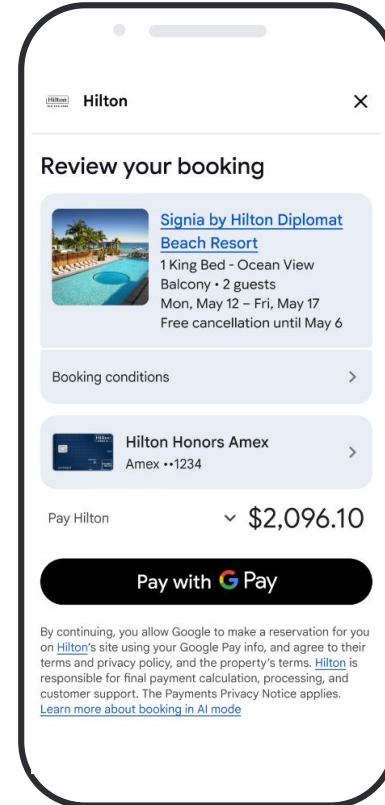
Der Agent sucht und interagiert mit Hotels auf Basis der Kundenanfrage

## Integration

Buchung und Zahlung können direkt innerhalb der KI-Interaktion erfolgen

## Kundenbeziehung

Das Hotel bleibt Merchant of Record und behält die direkte Kundenbeziehung



# Beispiel Werbung Copilot

## Feed Ads

○ ○ ○

I'm attending a party next April and the dress code is "elegant early 2000s", what do you think I could dress like?

Alright, let's channel that early 2000s chic. Think of timeless icons like Gwyneth Paltrow and Kate Moss. Here's the vibe:

- **Dresses:** Go for a slip dress with delicate straps or a sleek halter-neck dress. Satin or silk fabrics are perfect for that era's elegance.
- **Shoes:** Strappy heels or delicate sandals to keep it classy and stylish.
- **Accessories:** Small shoulder bags, chokers, and minimalistic jewelry to complement the look. Maybe even a touch of glitter on the eyes for that subtle glam.

You're going to nail it. Ready to strut down memory lane?

 Microsoft Advertising

Here are some inspiring picks for an early 2000s party look in spring. Depending on what you're looking for you can go for colorful and airy, or maybe you prefer a two-piece suit that's more formal.

Sponsored ---

|                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |
| <b>Satin Kimono Midi Dress</b><br>\$119.97 \$154<br>Contoso.com                   | <b>Black and White Midi Dress</b><br>\$87<br>Fabrikam                             | <b>Halter Tie Neck Midi Dress</b><br>\$122.99<br>Contoso.com                      | <b>Muse Dropped Hem Mini Dress</b><br>\$155.97<br>Contoso.com                     | <b>Classic White Dress</b><br>\$176.50<br>Fabrikam                                |

 + Message Copilot 

## Multimedia Ads

○ ○ ○

What vacation rentals would you recommend in Leavenworth?

Leavenworth is such a charming place, like stepping right into Bavaria! Here are a few vacation rentals to consider:

1. **Icicle Village Resort:** A great spot with a nice balance of comfort and amenities. Perfect for families or couples.
2. **Sleeping Lady Mountain Resort:** If you're into eco-friendly stays and a more rustic vibe, this place has cozy cabins and beautiful scenery.
3. **Pine River Ranch:** Offers a more romantic and secluded setting, ideal for couples looking for a quiet getaway.
4. **Haus Hanika:** Right on the river and only a short walk to downtown. It has that authentic Bavarian feel.

Each of these places has its own charm and appeal, depending on what kind of experience you're after. How does that sound?

 Microsoft Advertising

Contoso.com may be worth considering: with its unique rentals, easy booking, and verified reviews, you're sure to find the perfect stay in the charming Bavarian village of Leavenworth. Discover your ideal getaway today.

Sponsored ---

 Book your Hotel in Leavenworth WA online with no reservation costs. Benefit from great rates.

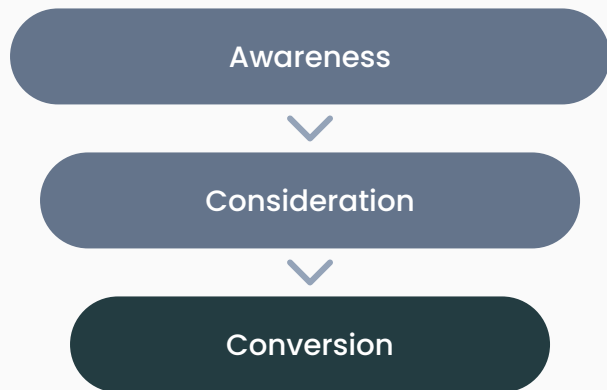
 Leavenworth Vacation Rentals | Book with Contoso  
<https://www.contoso.com>

[Book Now](#)

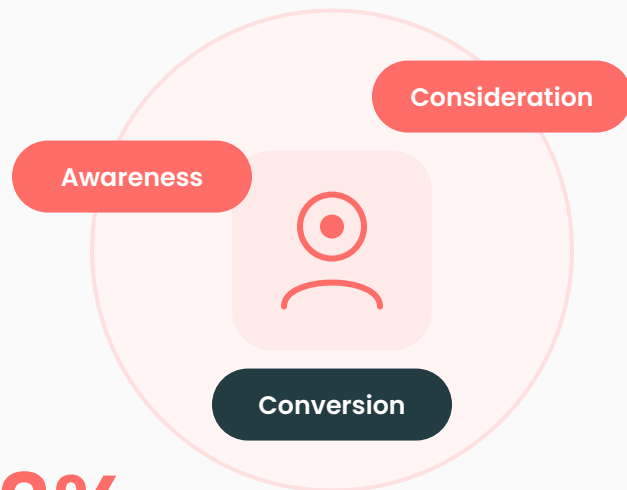
 + Message Copilot 

# Marketing Funnel wird komprimiert

## Klassischer Funnel



## Neue KI-Erfahrung



**33%**

Kürzere Customer Journey

# Erleben wir gerade den Beginn von Zero UI?



# Wearables sind **24/7** an



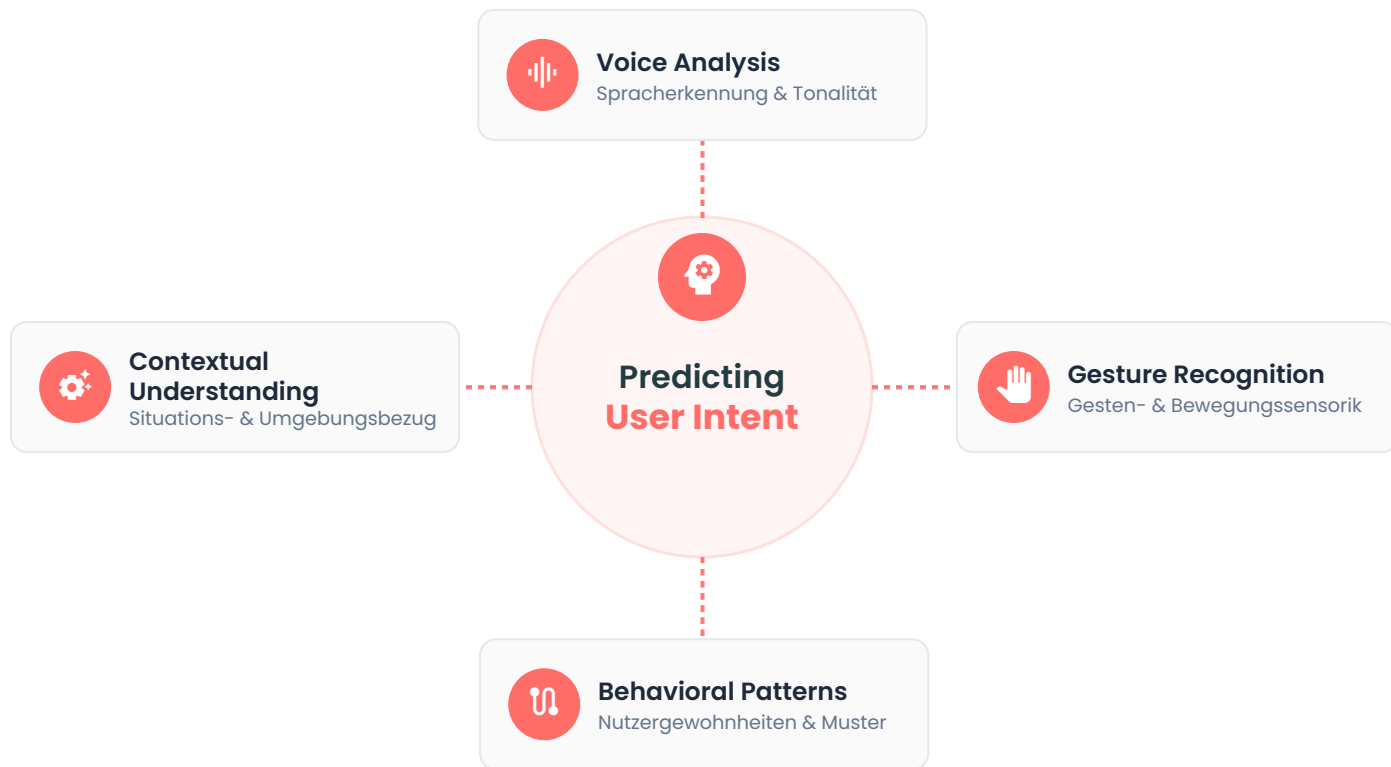
# The future is private.





Spracheingabe beginnt die  
Tastatur abzulösen

# Für Routine & Steuerung ist Zero UI der Endpunkt





Wichtige Entscheidungen  
bleiben menschlich.

Emotionaler und finanzieller  
Wert wesentlich.



Wenn Touchpoints zu  
Menschen abnehmen,  
müssen wir auch  
Maschinen überzeugen.

# Zusammengefasst



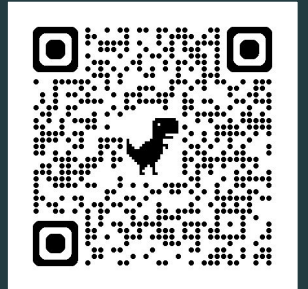
- |    |                                         |                                                              |
|----|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 1. | Mehr Abfragen heißen nicht mehr Traffic | Der Funnel wird weiter komprimiert                           |
| 2. | GEO ist nicht SEO                       | SEO ist weiter relevant und wichtige Erfolgsbasis.           |
| 3. | KI verschmilzt eigene & Fremde Inhalte  | Frag Dich, ob Du die richtigen Nachrichten verbreitest       |
| 4. | Agentic Web & Zero UI erst am Anfang    | Wichtig ist, von einer Nennung zu einer Empfehlung zu werden |

# Vielen Dank!



Jan Königstätter  
jan.koenigstaetter@otago.at

Follow me on 



# otago summit 26 GROW



Vis à vis im 1. Stock

# GROW Lab

Website Content  
mit KI erstellen

Maria Beck, otago



↓ Hier ↓

# GROW Stage

Vom Wiener Startup  
zum Global Player

Patrick Paluch & Cornelia Lenz, woom





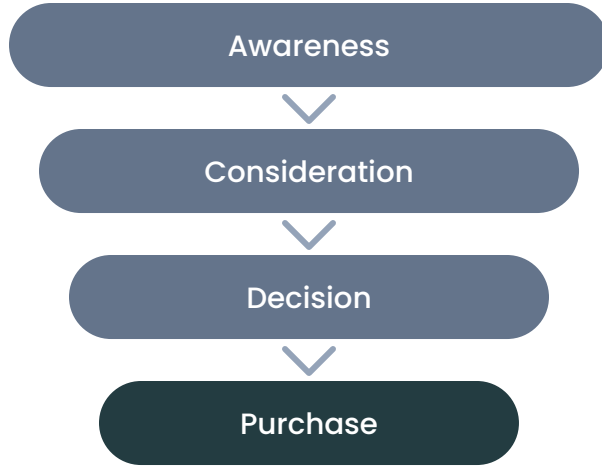
Für eure Fragen:

QR-Code scannen oder beitreten  
über [slido.com](https://www.slido.com)

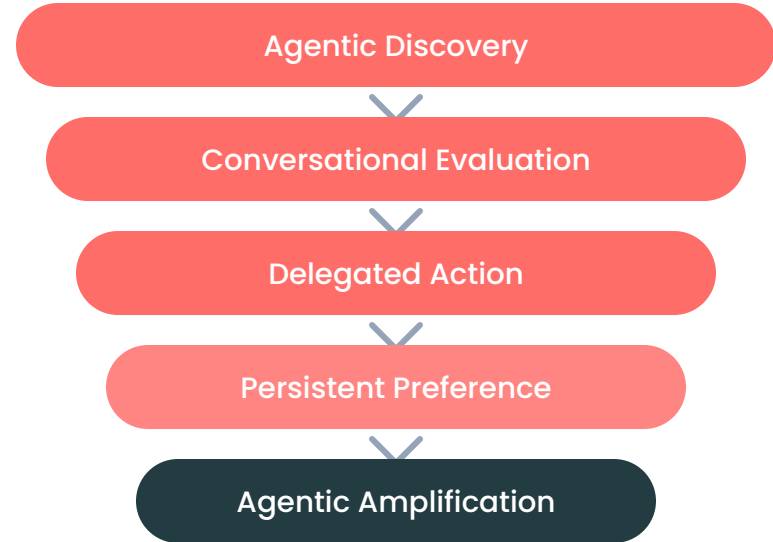
**# 2374 238**

# Marketing Funnel in einer Welt der Agenten

## Klassischer Funnel



## Neuer Agenten-Funnel



# Entwicklung des WWWs



Verändert sich die Antwort, wenn du die Zielgruppe k  
machst?  
Diese Muster sind wertvoller als ein Screenshot.  
Sie zeigen, wo deine Kategorie maschinell schon gu  
und wo du noch keine Rolle spielst.

### Gefunden ist nicht zitiert

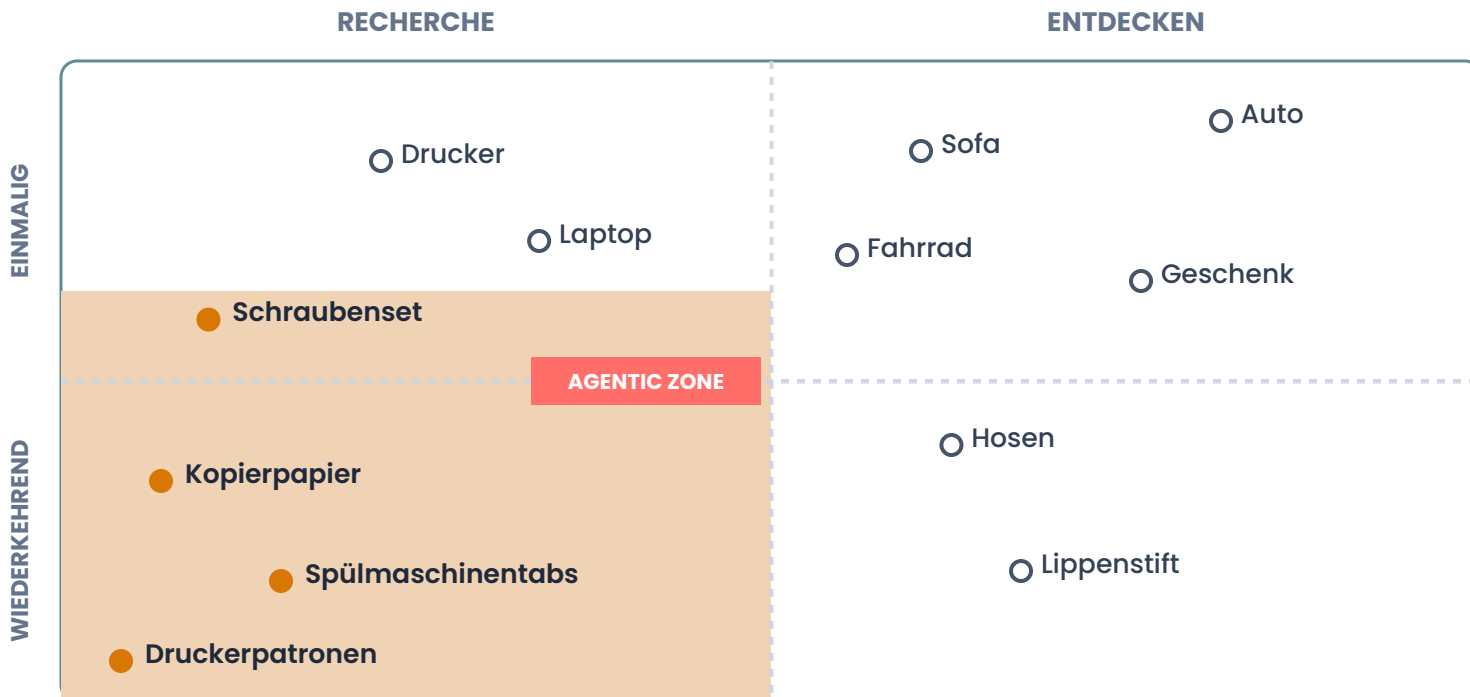
Jetzt kommt die wichtigste Unterscheidung des  
Es gibt vier Stufen:

1. **Gefunden:** Die Engine kann deine Se  
Quelle technisch erreichen.
2. **Verstanden:** Die Engine erkennt, wa  
men macht und für wen es relevant ist
3. **Zitiert:** Die Engine nutzt deine Seit  
über dich sichtbar in der Antwort.
4. **Empfohlen:** Die Engine nennt dich:  
für eine Entscheidungssituation.

Viele verwechseln diese Stufen.

# Es trifft **nicht jeden Kauf** gleich.

Wichtige Entscheidungen bleiben menschlich. Emotionaler und finanzieller Wert wesentlich.



# Search Everywhere Optimization.

Your clients aren't just searching on Google. They're searching across 20+ platforms.

## Traditional

4 PLATFORMS

 Google

 Bing

 DuckDuckGo

 Brave

## AI

5 PLATFORMS

 Google AI

 ChatGPT

 Claude

 Perplexity

 Grok

## Ecommerce

3 PLATFORMS

 Amazon

 eBay

 Etsy

## Social

6 PLATFORMS

 YouTube

 TikTok

 Facebook

 Instagram

 Pinterest

 Reddit

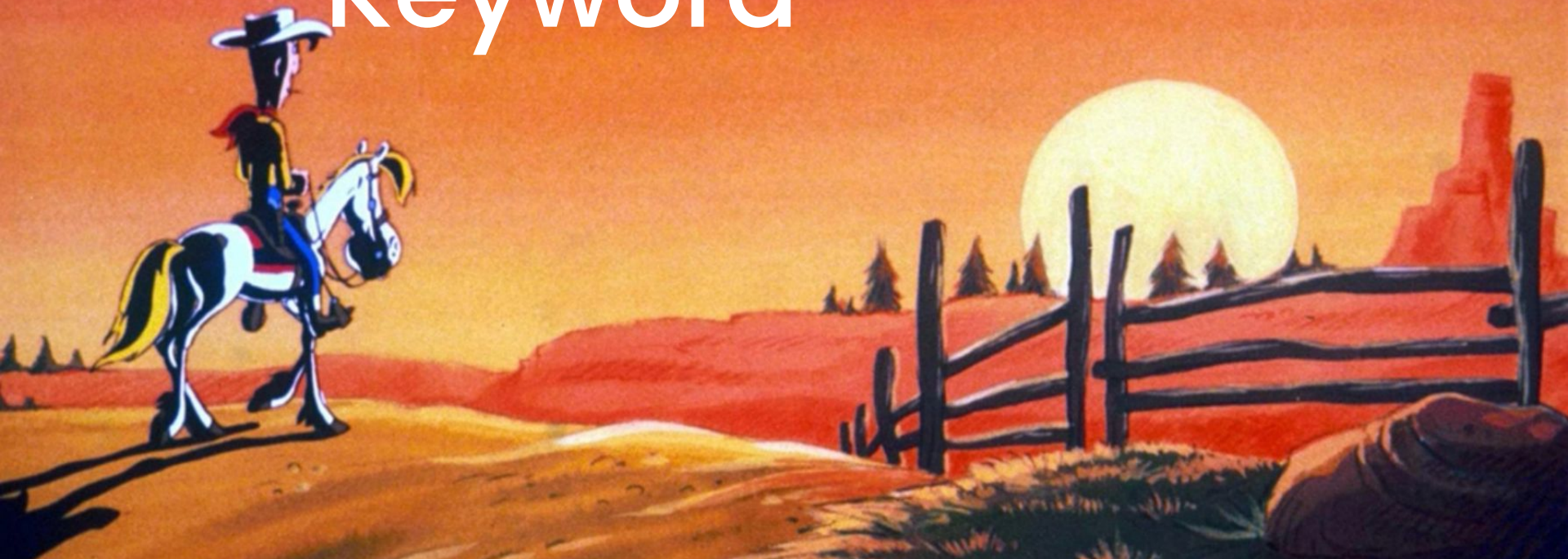
## App Stores

2 PLATFORMS

 Apple

 Google Play

Keyword



Das Spiel muss so  
einfach gestaltet  
werden, dass wir es  
auch spielen können.



# Search Everywhere Optimization.

Your clients aren't just searching on Google. They're searching across 20+ platforms.

## Traditional

4 PLATFORMS

 Google

 Bing

 DuckDuckGo

 Brave

## AI

5 PLATFORMS

 Google AI

 ChatGPT

 Claude

 Perplexity

 Grok

## Ecommerce

3 PLATFORMS

 Amazon

 eBay

 Etsy

## Social

6 PLATFORMS

 YouTube

 TikTok

 Facebook

 Instagram

 Pinterest

 Reddit

## App Stores

2 PLATFORMS

 Apple

 Google Play

# Materialsammlung

Elemente zum Rauskopieren & Verwenden

 Beschreibungstext

 Beschreibungstext

 Beispieltext

 Suchbegriff

