



Future of Search

Diese Studie untersucht die Wahrnehmung sowie die Chancen und Herausforderungen der Auswirkungen von Future of Search.

November 2025



Intro

Future of Search

Suchmaschinen bilden seit Jahrzehnten das Fundament der digitalen Informationsökonomie.

Inzwischen erweitert ein breites Angebot an KI-gestützten Tools die Möglichkeiten, Informationen zu finden und zu verarbeiten. Nutzer*innen greifen diese Angebote zunehmend auf und verändern dadurch, wie sie mit Informationen interagieren: Sie lassen Inhalte von KI-Systemen kuratieren, strukturieren und einordnen, statt sie ausschließlich über klassische Suchabfragen zu suchen. Auf diese Weise entsteht schrittweise ein neues Such- und Informationsökosystem, in dem Relevanz, Reichweite und Wertschöpfung neu definiert werden.

Dieser Wandel betrifft alle Akteure entlang der digitalen Wertschöpfungskette. Von Werbungstreibenden, Publishern und Suchmaschinen und AI-Engine-Anbietern bis hin zu Agenturen und Technologieanbietern. Im Zentrum steht die Frage, wie Sichtbarkeit und wirtschaftlicher Wert unter diesem Paradigmenwechsel weiter entstehen können.

Die Future of Search Befragungen – einerseits gerichtet an die breite Öffentlichkeit, andererseits an die Digitale Wirtschaft – liefern Transparenz in diesem Umbruch. Sie zeigen, wie Unternehmen und die Öffentlichkeit den Wandel bewerten, welche Chancen sich eröffnen und welche Herausforderungen aktiv gestaltet werden müssen.

Executive Summary

Nutzer*innen wandern zu dialogorientierten Antworten.
Die Digitale Wirtschaft muss reagieren.

77,5 %

der Bevölkerung starten
2025 ihre Online-Suche auf
klassischen Suchmaschinen

62 %

der Branche erwarten
starke bis revolutionäre
Effekte auf die Digitale
Wirtschaft

64 %

der Branche zeigen
eine hohe bis sehr hohe
Investitionsbereitschaft

92 %

der Branche treffen
Maßnahmen für den Such-
wandel, jedoch meist ohne
strategischen Rahmen.

Die Befragung der breiten Öffentlichkeit zeigt:

- 2024 nutzten 82,5 % und 2025 nutzen 77,5 % der Befragten klassische Suchmaschinen.
- 2024 hatten 8 % und 2025 haben 12 % der Befragten die Absicht, KI-Tools auch zukünftig für ihre Online-Suche zu nutzen.

Unsere Branchenbefragung zeigt:

- 27,9 % geben an, dass sich Future of Search besonders auf Publisher und Medienhäuser auswirkt.
- 62 % erwarten starke bis revolutionäre Auswirkungen auf die Digitale Wirtschaft.
- 64 % zeigen eine hohe oder sehr hohe Investitionsbereitschaft für den Wandel durch Future of Search.
- 25,4 % sehen Chancen für neue Formen der Kundeninteraktion und Touchpoints.
- 25,5 % sehen einen hohen Anpassungsdruck und ein Verlust an Umsatzströmen als größte Herausforderung an.
- 68 % fordern klare, faire und einheitliche Rahmenbedingungen für KI-getriebene Suchumfelder.



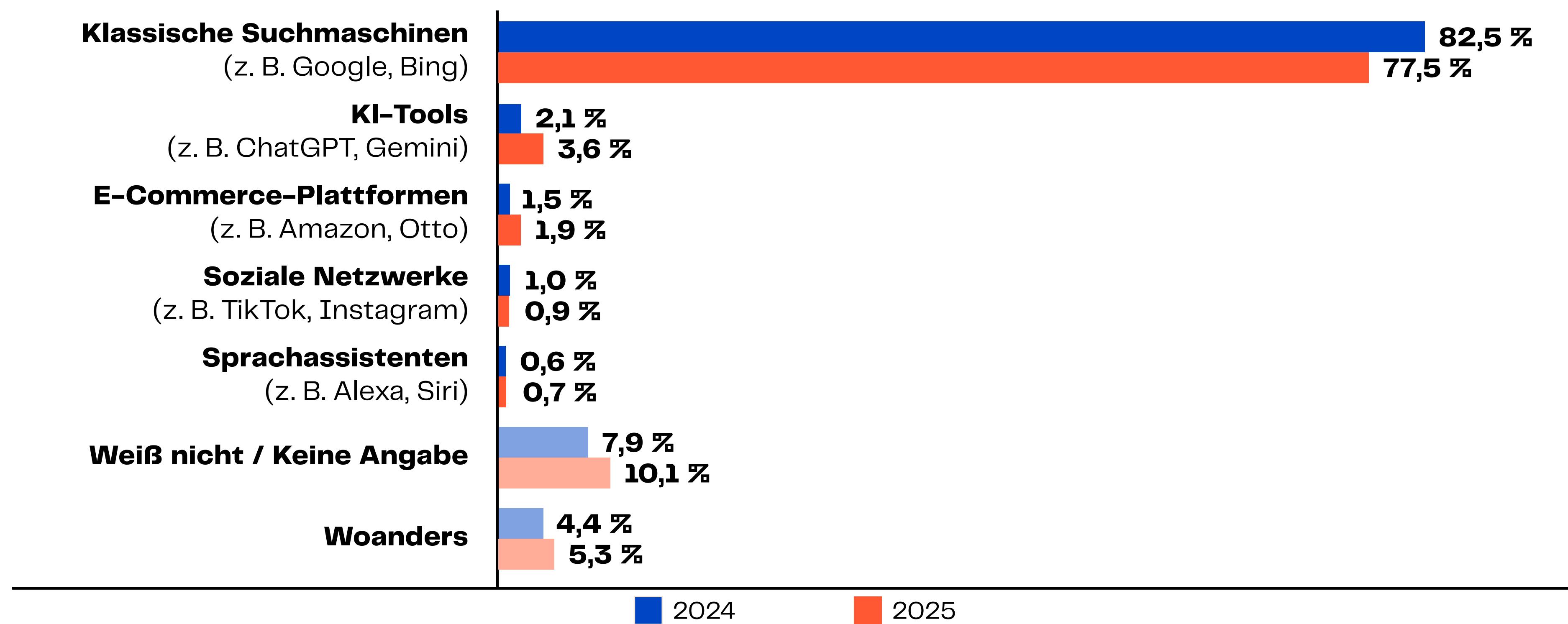
Civey-Befragung

Veränderung im Nutzungsverhalten

Vergleich 2024/2025

Wo startet Ihre Online-Suche heute?

Unabhängig von dem technischen Gerät das Sie nutzen, auf welcher Art von Plattform oder Dienst starten Sie in der Regel Ihre Online-Suche?

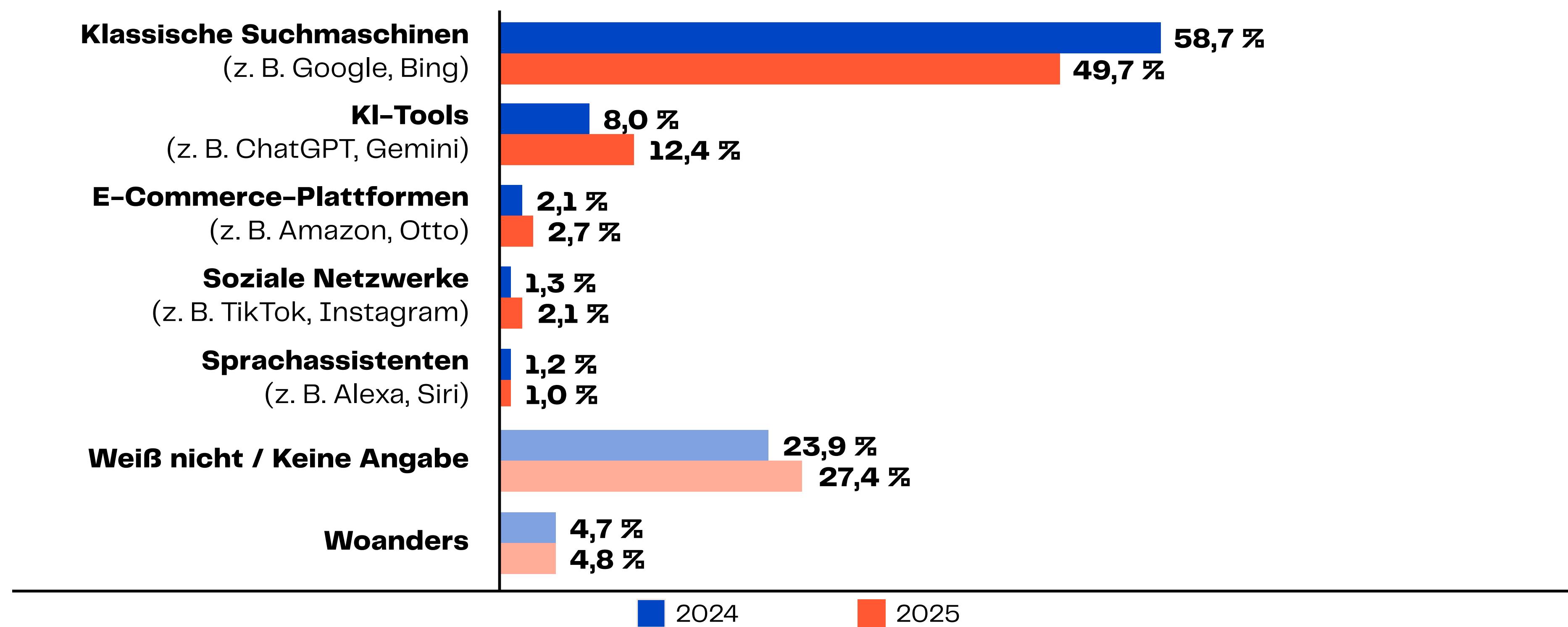


Hinweis: Klassische Suchmaschinen integrieren zunehmend KI-Funktionen. In dieser Befragung werden diese Nutzungsformen dem Segment „klassische Suchmaschinen“ zugeordnet, da eine eindeutige Trennung zwischen klassischer Suche und KI-gestützten Suchfunktionen innerhalb derselben Plattform für Nutzer*innen nicht verlässlich abildbar ist.

Vergleich 2024/2025

Wo startet Ihre Online-Suche in zwei bis drei Jahren?

Unabhängig von dem technischen Gerät, auf welcher Art von Plattform oder Dienst werden Sie unter Berücksichtigung der technischen Entwicklungen in zwei bis drei Jahren Ihre Online-Suche starten?



Hinweis: Klassische Suchmaschinen integrieren zunehmend KI-Funktionen. In dieser Befragung werden diese Nutzungsformen dem Segment „klassische Suchmaschinen“ zugeordnet, da eine eindeutige Trennung zwischen klassischer Suche und KI-gestützten Suchfunktionen innerhalb derselben Plattform für Nutzer*innen nicht verlässlich abildbar ist.



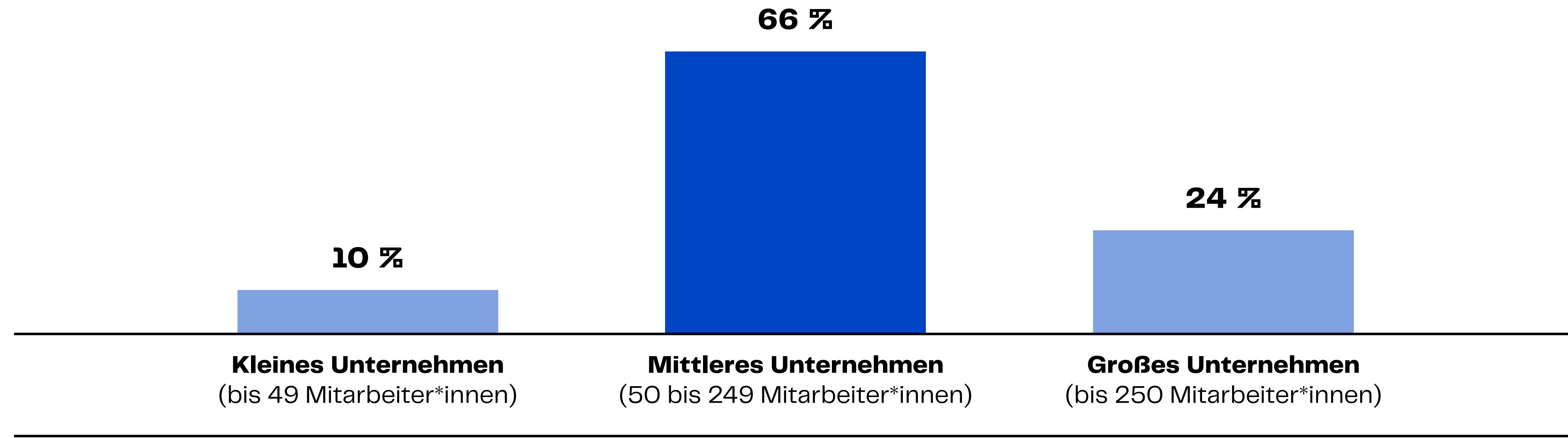
Branchenbefragung

Einordnung der Teilnehmenden

Einordnung

Teilnehmer*innen stammen überwiegend aus mittleren Unternehmen.

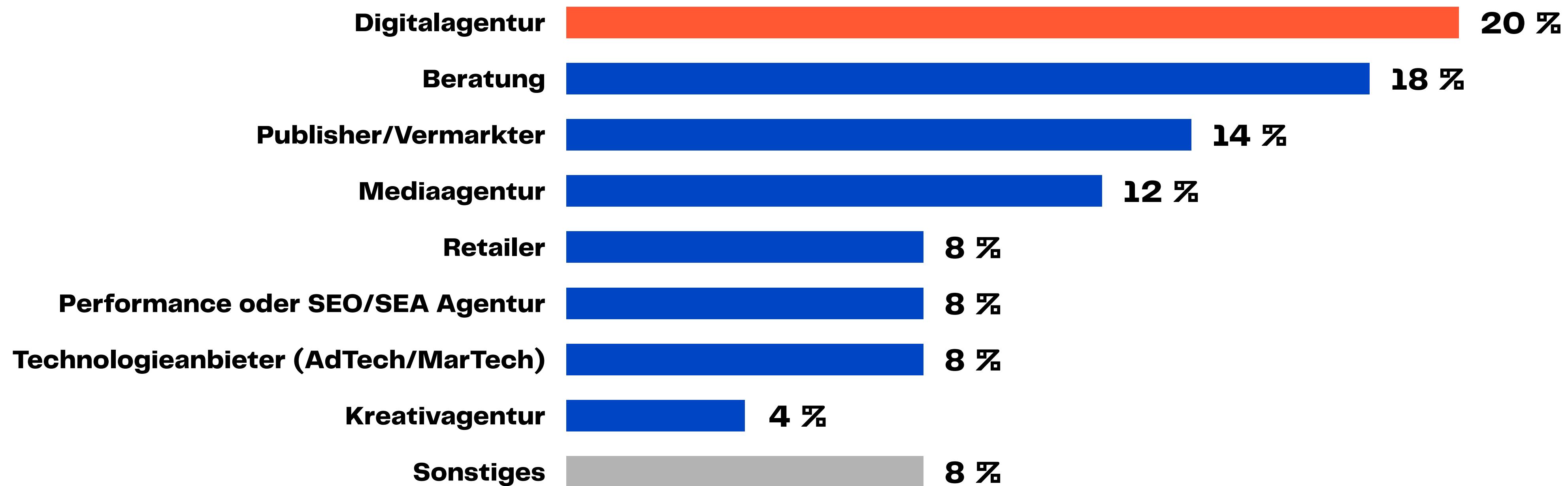
Wie groß ist Dein Unternehmen?



Einordnung

Die größte Gruppe der Teilnehmer*innen kommt aus dem Agentur- und Beratungsumfeld.

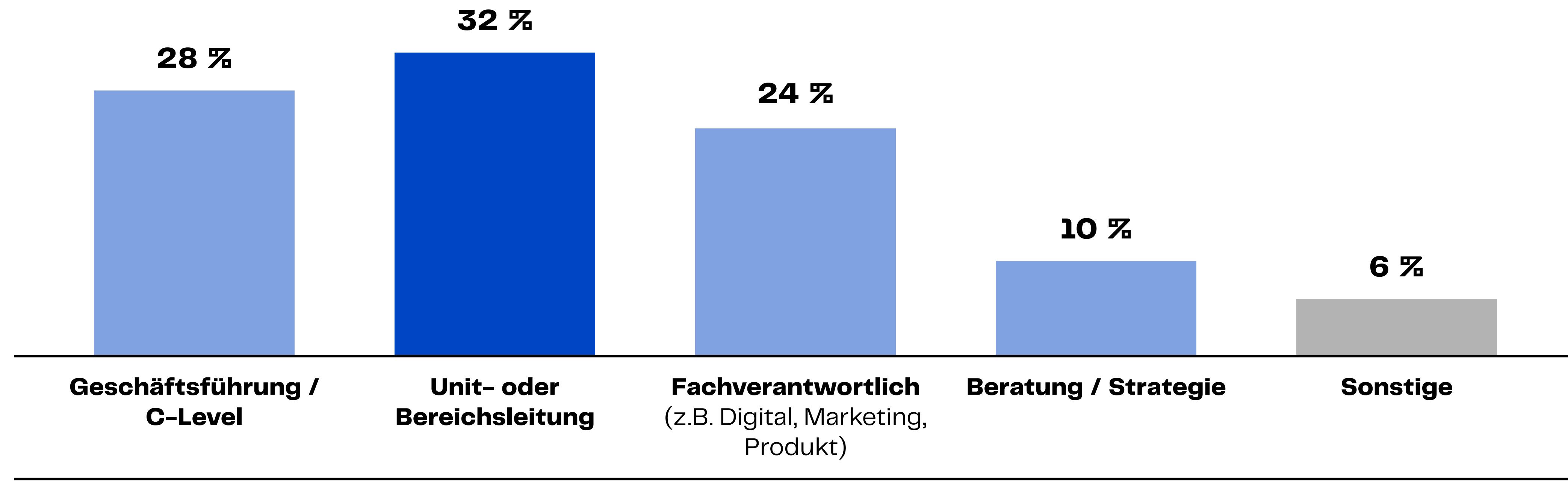
Bitte ordne Dein Unternehmen ein.



Einordnung

Die Befragten sind überwiegend in strategischen und leitenden Funktionen tätig.

Welche Rolle hast du persönlich im Unternehmen?





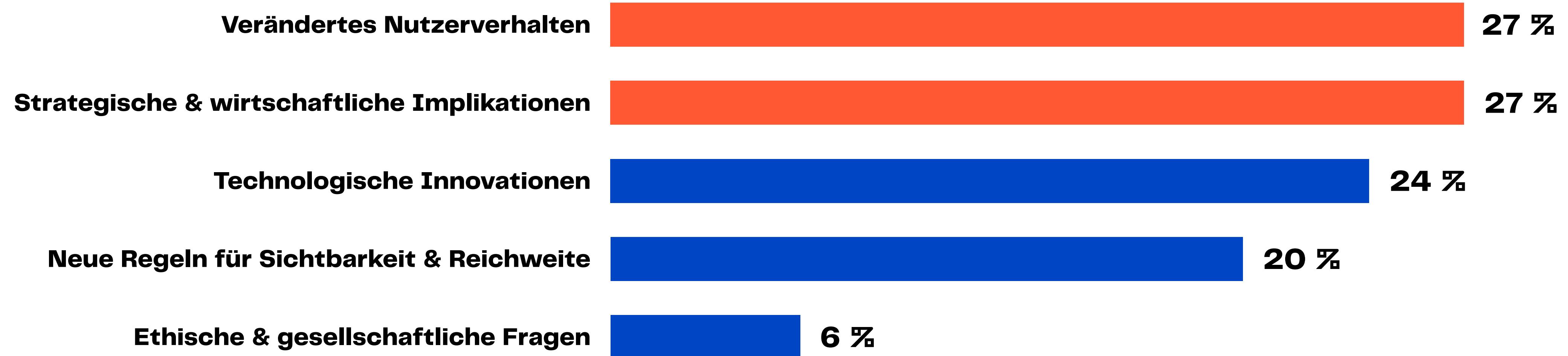
Branchenbefragung

Wahrnehmung und Auswirkungen

Wahrnehmung & Auswirkungen

Nutzerverhalten, Strategie und Technologie prägen maßgeblich das Verständnis von Future of Search.

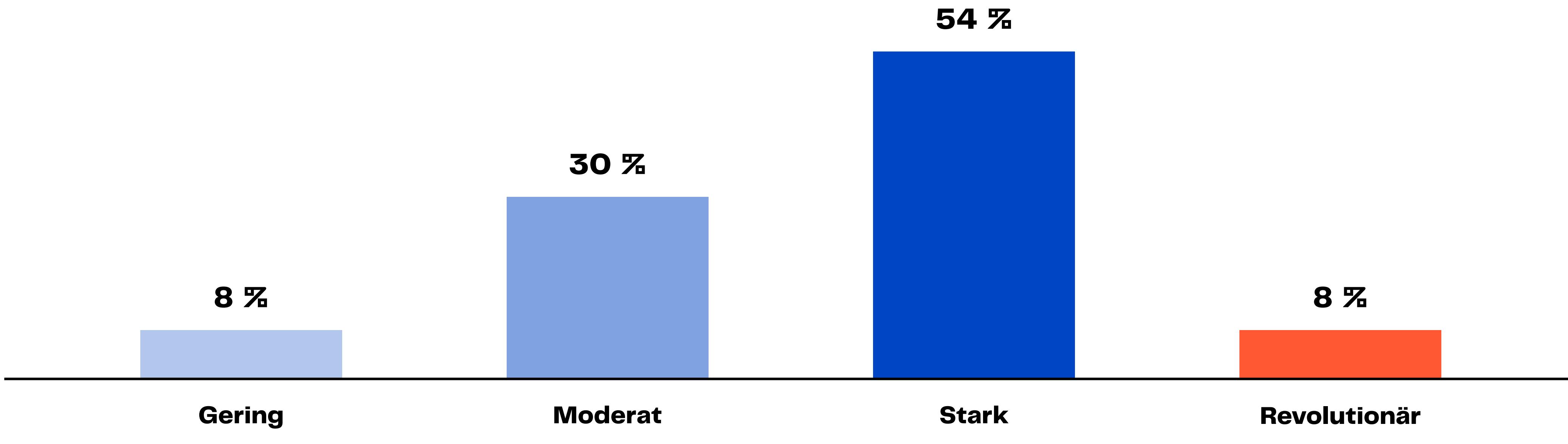
Welche Dimensionen sind für Dich am wichtigsten, wenn Du an Future of Search denkst?



Wahrnehmung & Auswirkungen

62 % erwarten starke bis revolutionäre Auswirkungen auf die Digitale Wirtschaft.

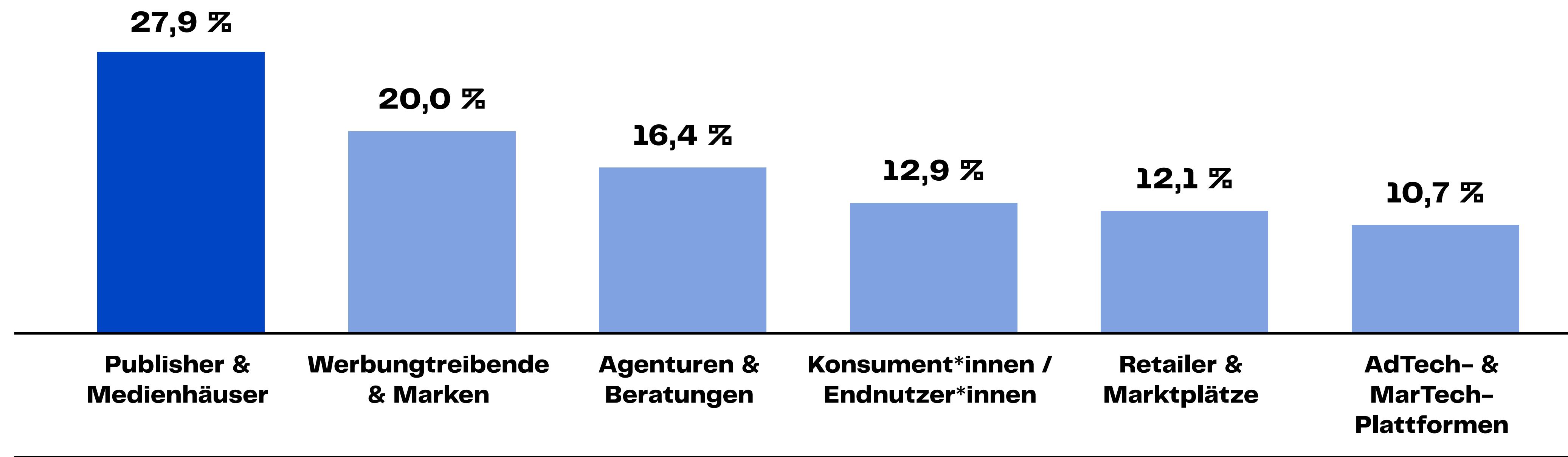
In welchem Ausmaß wird die Entwicklung rund um Future of Search die Digitale Wirtschaft insgesamt verändern?



Wahrnehmung & Auswirkungen

Besonders betroffen gelten Publisher & Medienhäuser sowie Werbungtreibende und Marken.

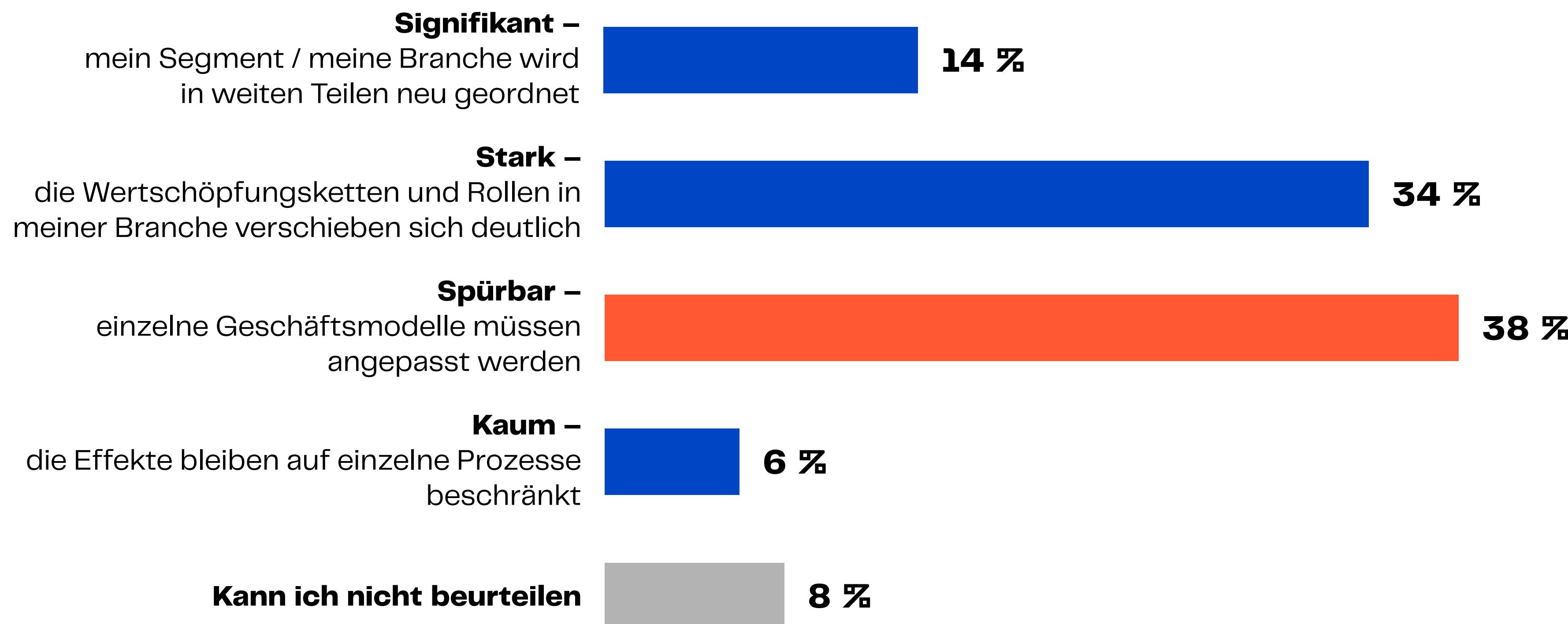
Welche Teile der digitalen Wertschöpfungskette sind Deiner Meinung nach am stärksten vom Ausmaß von Future of Search betroffen?



Wahrnehmung & Auswirkungen

Unternehmen erwarten starke bis signifikante Verschiebungen in ihren Branchenstrukturen.

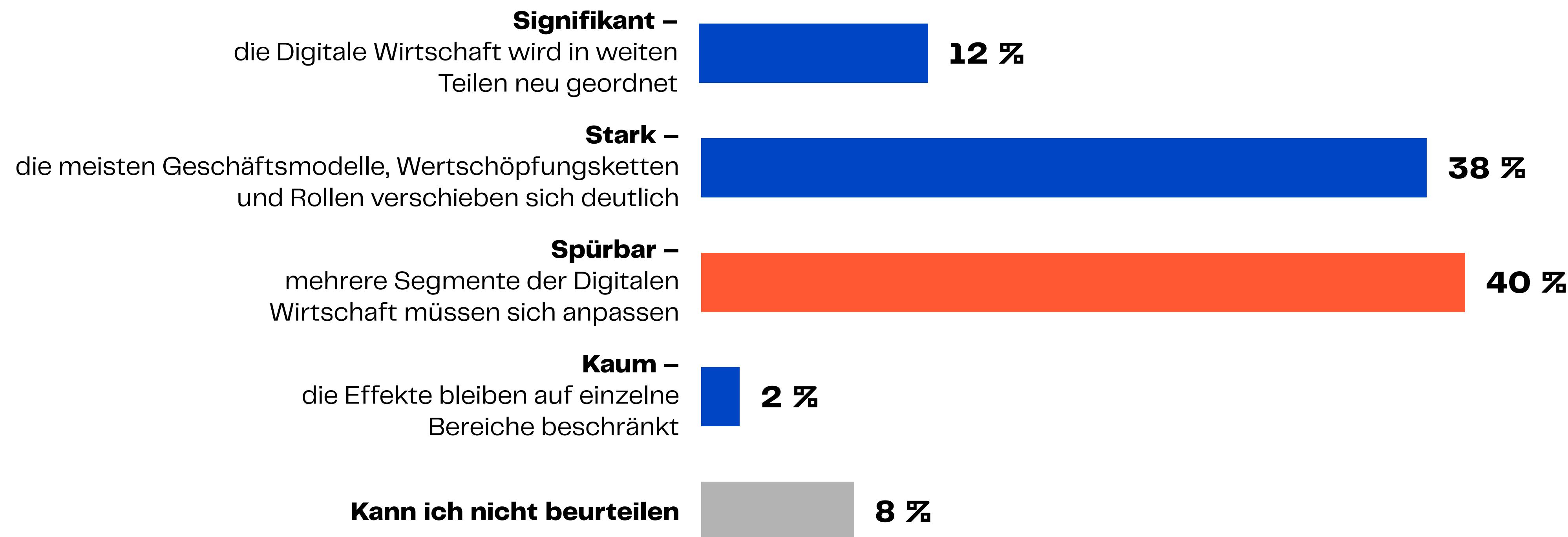
Wie stark werden die Auswirkungen von Future of Search Deine direkte Branche in den nächsten 1–3 Jahren verändern?



Wahrnehmung & Auswirkungen

In der gesamten Digitalen Wirtschaft deutet sich ein umfassender Strukturwandel an.

Wie stark werden die Auswirkungen von Future of Search die gesamte Digitale Wirtschaft in Deutschland in den nächsten 1–3 Jahren verändern?





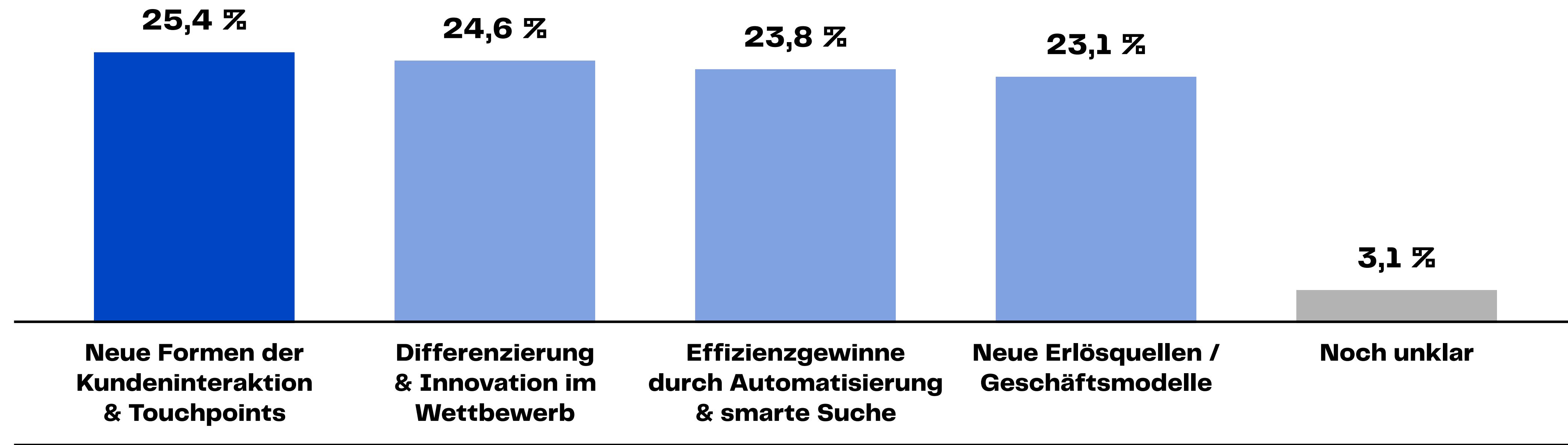
Branchenbefragung

Chancen und Herausforderungen

Chancen & Herausforderungen

Chancen werden insbesondere für neue Formen der Kundeninteraktion und in neuen Touchpoints sowie für Innovation im Wettbewerb gesehen.

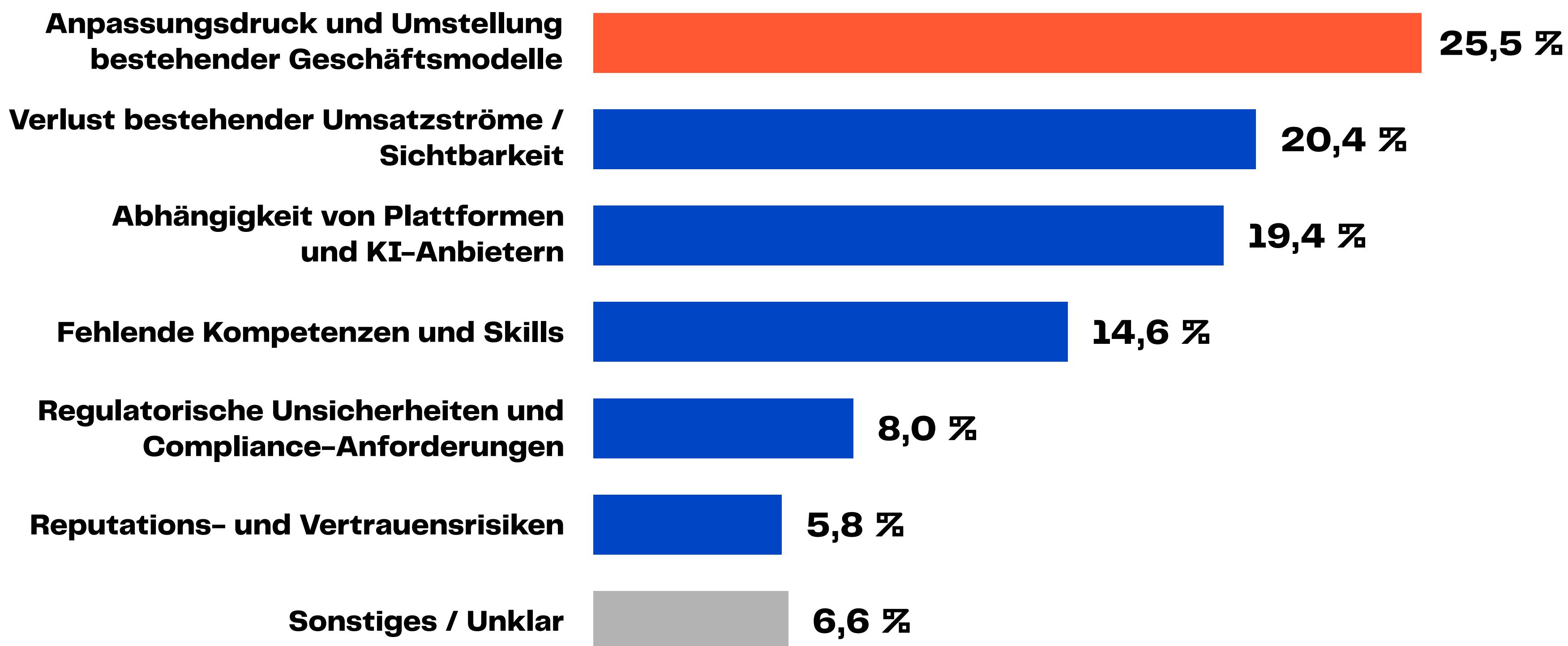
Welche Chancen siehst Du konkret für Dein Unternehmen?



Chancen & Herausforderungen

Als größte Herausforderungen werden der hohe Anpassungsdruck und ein Verlust an Umsatzströmen genannt.

Welche Herausforderungen erwartest Du konkret für Dein Unternehmen?





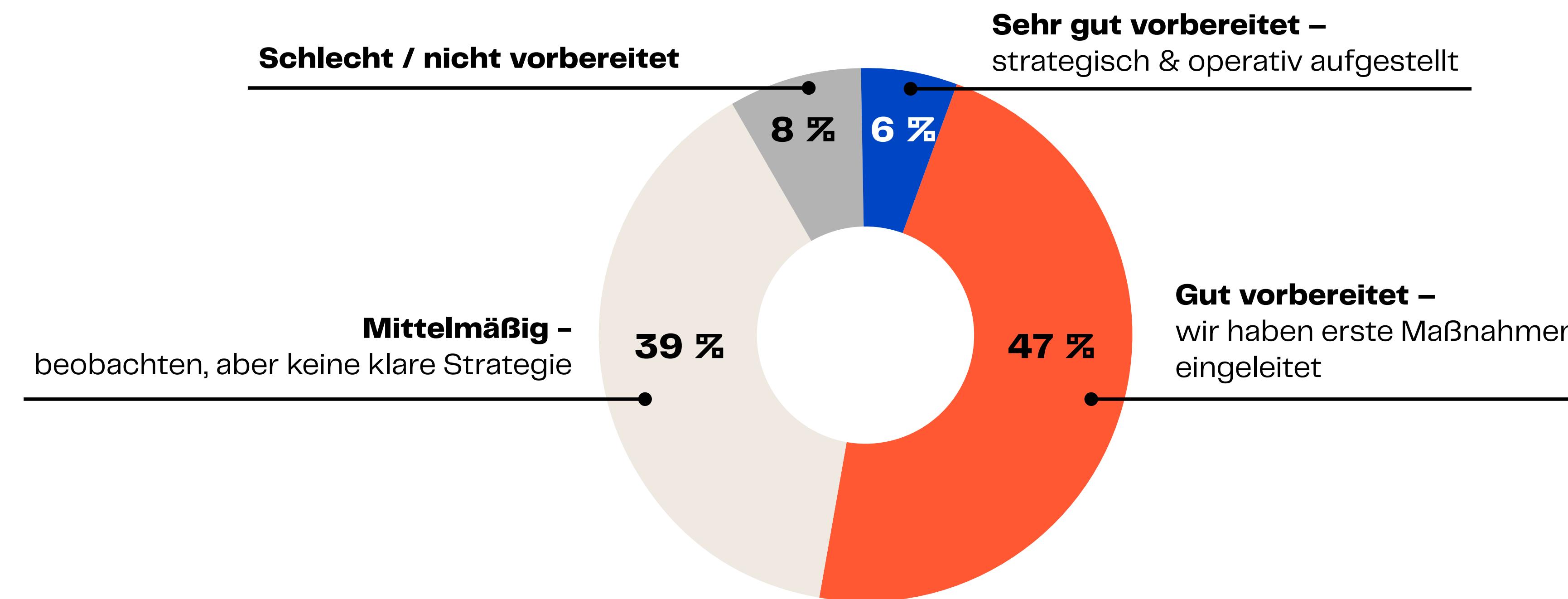
Branchenbefragung

Investitionen und Vorbereitung

Investitionen & Vorbereitung

86 % der Unternehmen sind gut oder sehr gut auf potenzielle Veränderungen vorbereitet.

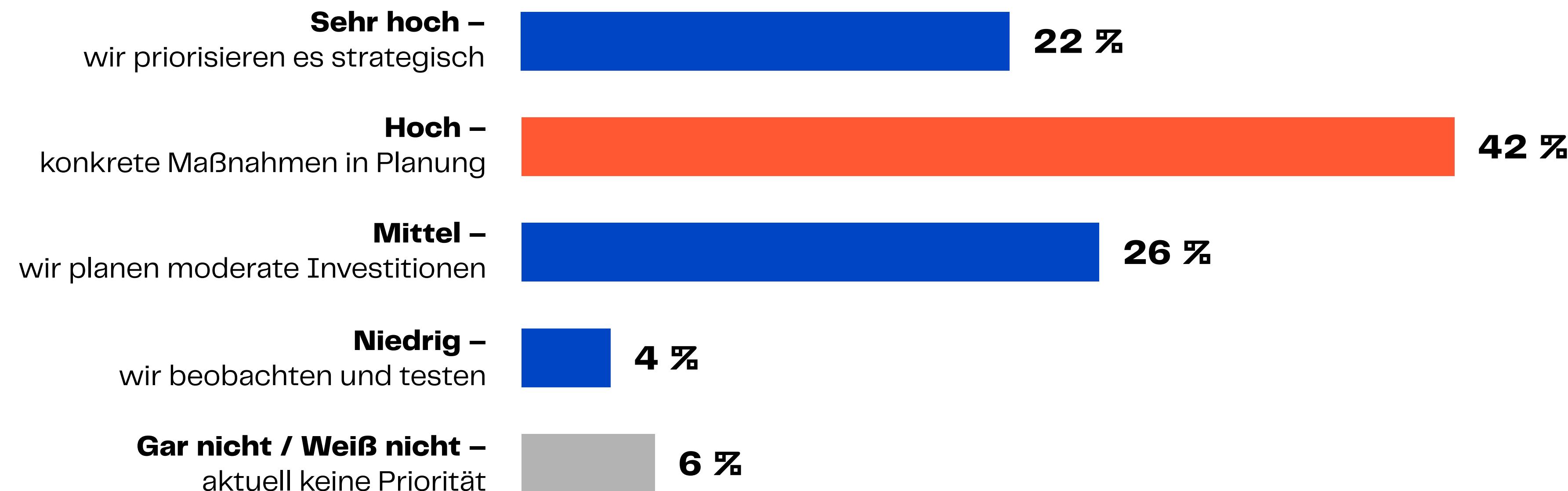
Wie gut ist Dein Unternehmen aktuell auf zukünftigen potenziellen Veränderungen vorbereitet?



Investitionen & Vorbereitung

Mehr als jede*r zweite Befragte zeigt eine hohe oder sehr hohe Investitionsbereitschaft.

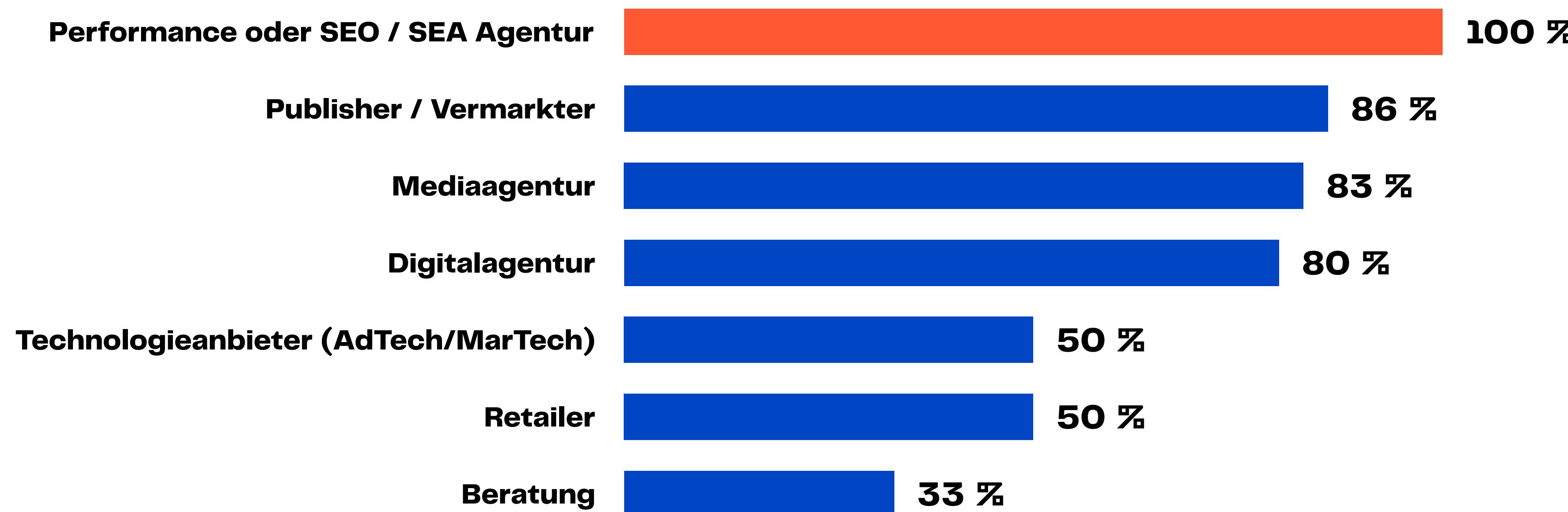
Wie hoch ist Deine Investitionsbereitschaft, Dich auf den Wandel durch Future of Search vorzubereiten?



Investitionen & Vorbereitung

Höchste Investitionsbereitschaft bei Performance und SEO/SEA-Agenturen, Publishern und Vermarktern sowie Media- und Digitalagenturen.

Wie hoch ist Deine Investitionsbereitschaft, Dich auf den Wandel durch Future of Search vorzubereiten?





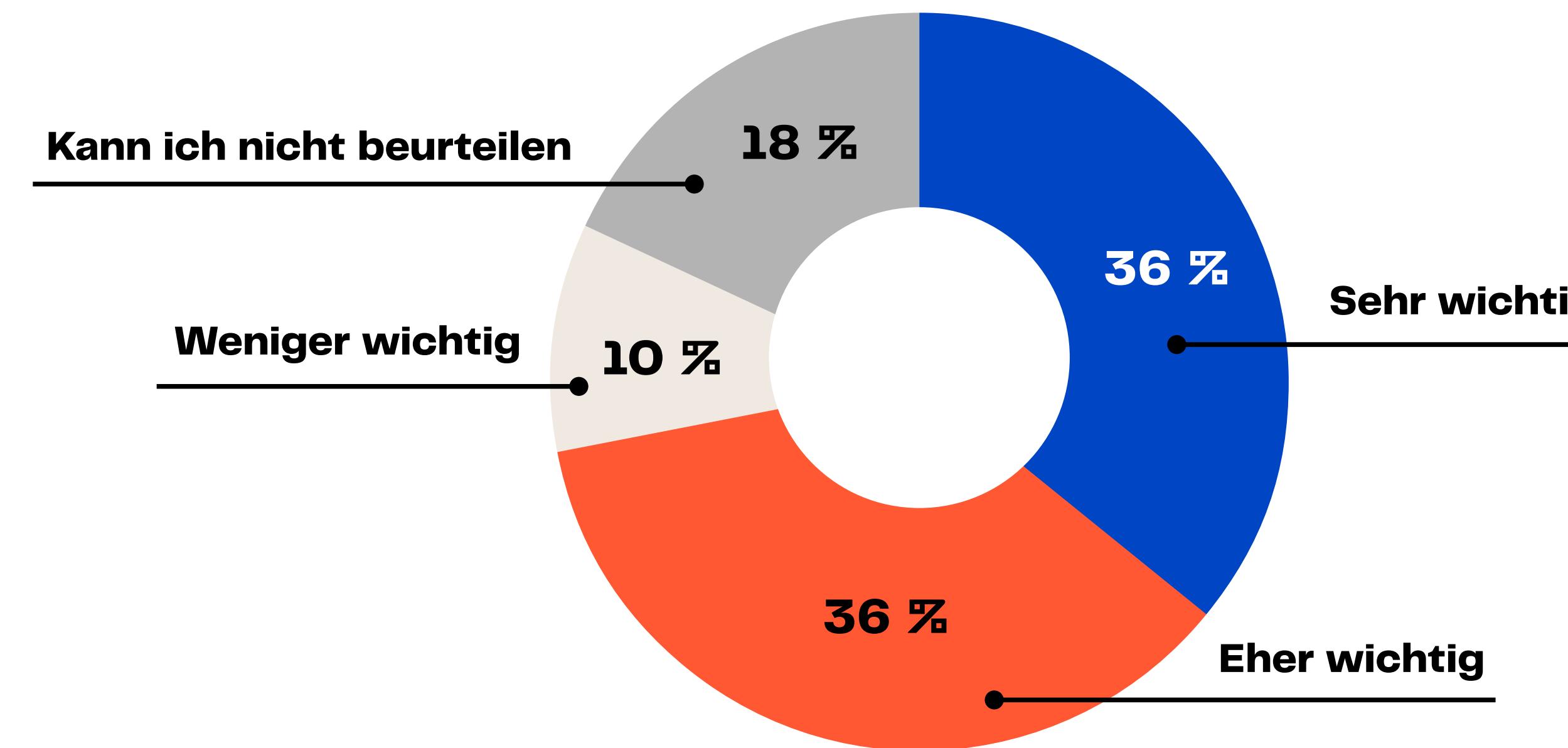
Branchenbefragung

Regulierung und Rahmenbedingungen

Regulierung & Rahmenbedingungen

Fast zwei Drittel aller Befragten halten regulatorische Anpassungen für notwendig.

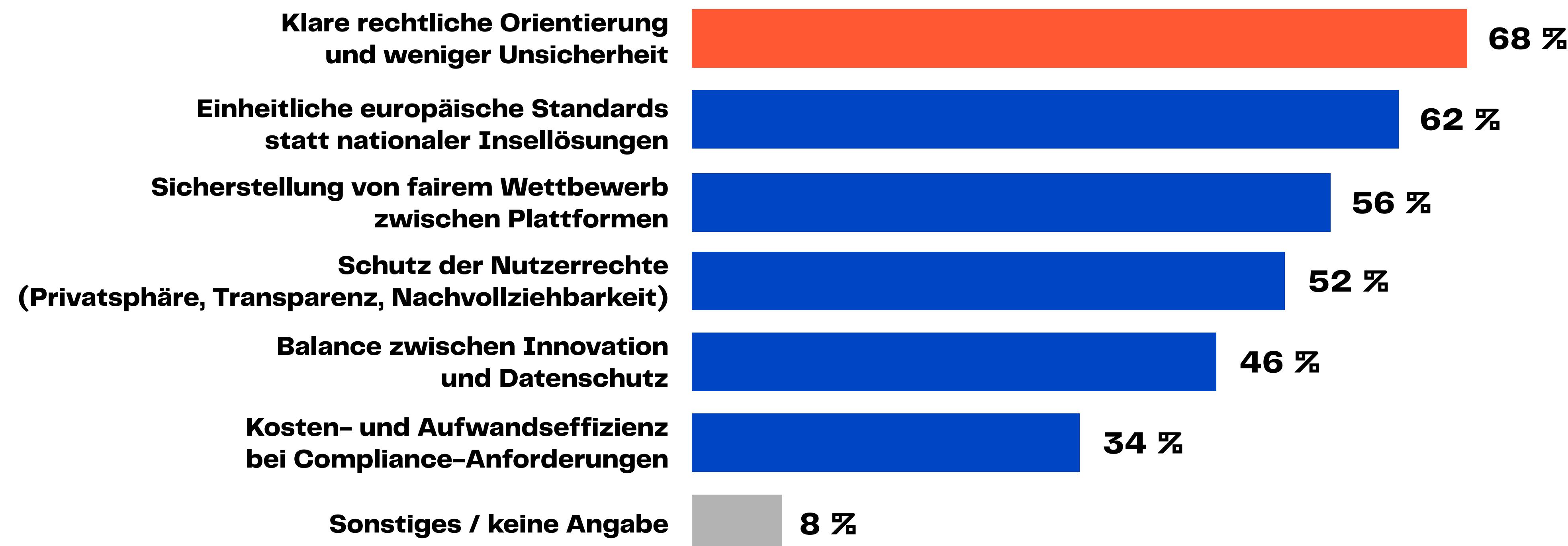
Bist Du der Meinung, dass regulatorische Anpassungen notwendig sind in Bezug auf die Entwicklungen und potenziellen Auswirkungen von Future of Search?



Regulierung & Rahmenbedingungen

Befragte fordern klare, faire und einheitliche Rahmenbedingungen für eine positive Entwicklung der Auswirkungen von Future of Search.

Welche Rahmenbedingungen sind aus Deiner Sicht notwendig für eine positive Entwicklung von Future of Search?



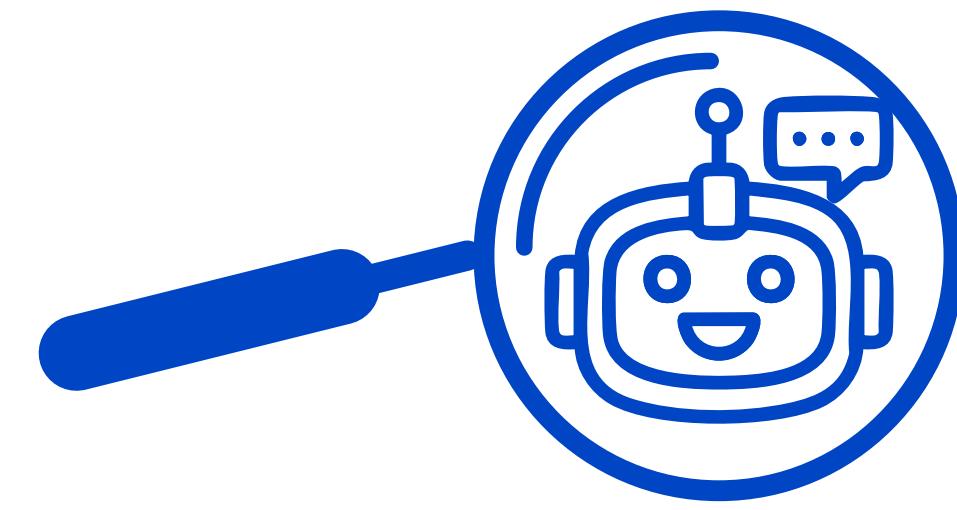


Branchenbefragung

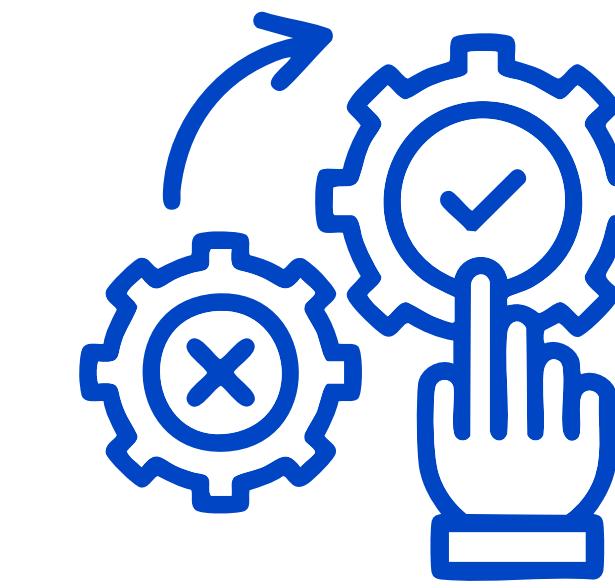
Schlussfolgerung und Ausblick

Schlussfolgerung & Ausblick

Veränderungen erkennen. Entwicklung verstehen.
Strategische Schlüsse ziehen.



Das Suchverhalten der Nutzer*innen beginnt sich zu verändern und bewegt sich schrittweise in Richtung KI-gestützter Antworten. Gleichzeitig antizipiert die Branche tiefgreifende Auswirkungen und richtet sich bereits heute auf ein neues Suchökosystem aus.



Die Branche muss schneller transformieren als es der aktuelle Nutzertrend vermuten lässt. Auch wenn der Wandel im Massenmarkt graduell erfolgt, zeichnen sich strukturelle Verschiebungen bereits deutlich ab. Unternehmen müssen vorlaufen, um nicht zurückzufallen.



Methodik

Methodik

Branchenbefragung

Der BVDW hat seine Mitglieder über ein Mailing sowie weitere Branchenteilnehmende über LinkedIn zum Thema „Future of Search“ befragt, um die Bedeutung und Auswirkungen auf die Digitale Wirtschaft besser zu verstehen und gezielt einordnen zu können. „Future of Search“ steht dabei für die Veränderungen, die die Art und Weise beeinflussen, wie Menschen im Internet nach Informationen suchen.

Befragungszeitraum: September – Oktober 2025

Anzahl der Fragen: 14

Antwortmöglichkeiten: Multiple Choice sowie geschlossene Fragen

Stichprobengröße: 50

Befragte: BVDW-Mitgliedsunternehmen sowie weitere Branchenteilnehmende

Civey-Befragung

Gemeinsam mit Civey hat der BVDW die breite Öffentlichkeit zur derzeitigen Nutzung und der zukünftige Nutzungsabsicht von Suchmaschinen bzw. von KI-Tools befragt. Civey bietet digitale Markt- und Meinungsforschung und erhebt Daten über ein Open-Access-Panel in Deutschland. Mithilfe selbstlernender Algorithmen, klassischer Methoden der Survey-Statistik sowie wissenschaftlicher Begleitung werden valide Ergebnisse ermittelt.

Befragungszeitraum: 29.11.2024 – 02.12.2024 & 13.10.2025 – 14.10.2025

Anzahl der Fragen: 2

Antwortmöglichkeiten: Multiple Choice

Stichprobengröße: jeweils 2.500

Befragte: Breite Öffentlichkeit



Future of Search Report 2025

Befragung zur Entwicklung der digitalen Wertschöpfung

Ihr BVDW-Kontakt für Fragen & weitere Informationen:

Katharina Jäger, Head of Innovation & Technology, jaeger@bvdw.org

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Obentrautstr. 55 · 10963 Berlin

Tel. +49 30 2062186-0 · info@bvdw.org · www.bvdw.org

#bvdw #zukunftsgestalter

