

Wie die KI das Internet zerstört – Willkommen im Zero-Click-Web



Die KI führt mit dem Zero-Click-Web zu nichts Weniger als dem Tod des Internets, wie wir es kennen. (Bild: Adobe).

Vor zweieinhalb Jahren habe ich hier zum ersten Mal darüber geschrieben, warum und wie die Künstliche Intelligenz das Internet, wie wir es kennen, zerstören könnte. Gemeint ist damit natürlich nicht das technische Netzwerk, sondern das mediale Internet – jenes Netz aus Inhalten, Angeboten und Interaktionen. Inzwischen sind wir diesem Abgrund einen grossen Schritt näher gekommen: Google hat jetzt auch auf Deutsch die KI-Zusammenfassungen auf den Suchresultateseiten eingeführt. Suchende müssen keinen Link mehr anklicken – sie erhalten die Antwort immer häufiger direkt bei Google. Das Ergebnis ist das, was man als «Zero Click Web» bezeichnet: Suchvorgänge, die keinen Klick mehr zur Folge haben. Für Medienhäuser, Unternehmen, Kulturanbieter und Institutionen ist das verheerend. Google holt sich zwar ihre Informationen, leitet aber kaum noch Nutzerinnen und Nutzer weiter.

Willkommen im Zero-Click-Web. Für die Nutzerinnen und Nutzer mögen diese KI-Zusammenfassungen kurzfristig bequem sein. Für die Gesellschaft, für die Medien und für viele Unternehmen sind sie auf lange Sicht fatal. Denn die KI führt auf diesem Weg zu nichts Geringerem als dem Tod des Internets, wie wir es kennen.

Was tun Sie, wenn Sie wissen möchten, was der Mietwagen in Norwegen in Schweizer Franken kostet? Sie geben auf Google den Betrag ein und schreiben dazu «NOK in CHF». Sofort erscheint nicht nur das Resultat der Umrechnung, sondern auch eine kleine Grafik, auf der Sie den Wechselkursverlauf der letzten Zeit ablesen können. Diese Währungsumrechnung ist ein einfaches Beispiel für «Zero Click»: einen Suchvorgang, der ohne Klick zum Ergebnis führt.

Schon seit 2007 bietet Google solche Funktionen an. Seit-her zeigt die Suchmaschine einfache Rechenaufgaben, Währungswechsel, Zeitumrechnungen und die Umrechnung von Masseinheiten wie Meilen in Kilometer direkt auf der Resultateseite an. Und das ist längst nicht alles. 2009 hat Google die Funktion «Autocomplete» eingeführt: Schon während des Tippens vervollständigt Google die Suchanfrage. Wenn Sie wissen wollen, wie man ein bestimmtes Wort oder einen Namen schreibt, kann schon diese Vervollständigung ausreichen – ein Klick auf ein Suchergebnis erübrigt sich.

2012 folgten die «Knowledge Panels», kleine Infobo- xen mit den wichtigsten Fakten rechts neben den Suchre- sultaten. Seit 2014 gibt es «Quick Answers»: faktenbasierte Antworten direkt über den Suchresultaten. Seit 2015 be- antwortet Google Suchanfragen zu Angeboten an einem bestimmten Ort mit einem Kartenausschnitt, Öffnungs- zeiten und Bewertungen. Das sind alles sehr nützliche Dienstleistungen – nur führen sie dazu, dass Suchanfra- gen immer häufiger beantwortet werden, ohne dass die Suchenden einen Link anklicken müssen.

Die KI antwortet in Zusammenfassungen

All das war jedoch nur ein Vorgeschmack auf die KI-ge- nerierte Zusammenfassungen, die Google 2024 in den USA (auf Englisch) und im März 2025 auch auf Deutsch eingeführt hat. In den USA nennt Google diese Funktion «AI Overview», auf Deutsch heisst sie «KI-Zusammen- fassung». Gemini, die KI von Google, generiert dabei kurze Texte, die bei entsprechenden Suchanfragen ober- halb der herkömmlichen Link-Liste auf der Resultateseite erscheinen.

Google AI Overview extrahiert relevante Informatio- nen aus Webseiten und Medien, fasst sie zusammen und zeigt diese Zusammenfassung direkt als Antwort auf die Suchanfrage an. Google selbst sagt, dieses Angebot solle den Suchprozess beschleunigen und die Nutzerfreund- lichkeit verbessern.

Damit folgt Google tatsächlich dem Bedürfnis der Be- nutzer: Wer eine Suchmaschine aufruft, will möglichst schnelle Antworten. Google AI Overview bietet solche In- stant-Antworten für eine Instant-Welt. So genau wollen es die meisten gar nicht wissen – ein paar Info-Bits genügen.

Und die Zahlen geben Google recht: Seit der Einfüh- rung der AI Overviews sind die Google-Besuche in den USA um neun Prozent gestiegen. Nun zeigen zwar nicht alle Suchabfragen KI-Zusammenfassungen. Doch wenn man zwischen den beiden Suchtypen unterscheidet, zeigt

sich: Bei Suchabfragen mit AI Overview hat Google um satte 22 Prozent zugelegt. Das ist massiv.

Ein Drittel weniger Klicks

Von diesem Wachstum profitiert allerdings nur Google. Denn gleichzeitig ist die Zahl der Klicks auf Google-Such- seiten drastisch gesunken. In einer aktuellen Studie hat Ryan Law 300'000 Suchbegriffe analysiert. Sein Fazit: Die Präsenz von KI-Zusammenfassungen auf einer Resultate- seite führt zu rund einem Drittel weniger Klicks auf die darunterstehenden Links.

Technisch ausgedrückt: Die CTR (Clickthrough Rate) für die als erstes Suchresultat aufgeführte Seite sinkt durch die KI-Zusammenfassung um 34,5 Prozent.

Suchmaschinen haben sich schon immer freizügig bei den Inhalten von Websites bedient. Mit ihren Crawl- ern haben sie das Web systematisch abgescannt und na- hezu alle Informationen in einer gigantischen Datenbank gespeichert. Diesen Index aller Webseiten stellen sie über die Suchmaschine bereit.

Was im richtigen Leben nichts anderes als organisierter Diebstahl wäre, wurde im Internet lange toleriert – weil der Deal zwischen Suchmaschinen und Website-Betrei- bern aufging: Die Suchmaschinen haben die Inhalte zu- sammengeklaubt und im Gegenzug den Website-Betrei- bern über die Suchergebnisse Besucher zugeführt.

Der Deal mit Google geht nicht mehr auf

Die Medienhäuser beklagen sich schon länger, dass dieser Deal nicht mehr aufgeht – seit die Suchmaschinen auch Nachrichten systematisch einsammeln. Google zeigt auf seiner Google-News-Seite längst nicht mehr nur nackte Links zu Medienangeboten, sondern auch Kurzzusam- menfassungen der Nachrichten. Und diese Zusammen- fassungen reichen vielen Nutzerinnen und Nutzern völlig aus.

Zwar verlinkt Google News nach wie vor auf die Me- dienseiten – doch ein Teil der Besucher wird längst abge- fangen und direkt auf Google bedient.

Mit den KI-Zusammenfassungen machen Google und spe- zialisierte KI-Dienste wie ChatGPT oder Perplexity heute Ähnliches für sämtliche Suchabfragen. Das Resultat ist das «Zero Click Web»: Die KI liefert die Antworten direkt – und Medien wie auch alle anderen Unternehmen, die In- formationen im Netz bereitstellen, werden ausgetrocknet.

Das ist aus drei Gründen eine gefährliche Entwicklung.

1. Ökonomische Perspektive

Die KI-Angebote wirken wie eine Staumauer, die das Wasser zurückhält. Unterhalb der Staumauer bleibt nur noch etwas Restwasser. Die KI-Angebote absorbieren die Aufmerksamkeit der Nutzerinnen und Nutzer – und Medien wie Unternehmen bleibt nur noch dieser dünne Reststrom.

Für die meisten Medienhäuser bedeutet das: Die KI zerstört ihre ökonomische Grundlage. Sie müssen sich völlig neue Geschäftsmodelle überlegen – viele werden das nicht schaffen.

Auch Unternehmen stehen vor einer Zäsur. Sie müssen neue Formen der Werbung entwickeln, denn das klassische SEO, also die Optimierung von Angeboten für Suchmaschinen, funktioniert in dieser Welt nicht mehr. Interessanterweise müssen sie dabei ähnliche Strategien verfolgen wie die Medienhäuser: Sie müssen Nutzerinnen und Nutzer direkt ansprechen und an sich binden.

2. Informationsethische Perspektive

Wenn Sie in der NZZ, im «Spiegel» oder auf der Website der «Tagesschau» eine Nachricht lesen, ist die Verantwortung für Formulierung und Platzierung der Meldung klar geregelt und transparent.

Bei den KI-Diensten ist das völlig anders. Sie bieten die Leistung eines Mediums – aber ohne Redaktion. Die KI aggregiert und paraphrasiert Inhalte ohne redaktionelle Prüfung, ohne Verantwortung, ohne Kontextualisierung.

Problematisch ist das, weil die KI die Welt immer nur im Rückspiegel betrachtet. Sie übernimmt und verstärkt Fehler, Verzerrungen und Bias der Quellen im Netz. Für die Nutzerinnen und Nutzer ist das kaum noch einzuordnen. Sie sind es gewohnt, dass die Suchmaschinen ihnen journalistische Primärinhalte zeigen – und stossen immer häufiger auf KI-generierte Derivate.

3. Demokratische Perspektive

Vielen Menschen ist nicht bewusst, dass KI-Inhalte individuell generiert werden. Wenn Sie in der NZZ, im «Spiegel» oder auf der Website der «Tagesschau» eine Nachricht lesen, sehen Tausende von Menschen denselben Beitrag. So entsteht eine informierte Öffentlichkeit – eine Öffentlichkeit, die weiss, was sie weiss, und die auch weiss, dass sie es weiss.

Bei KI-Zusammenfassungen, ob auf Suchmaschinen oder bei KI-Diensten, ist das ganz anders: Die Inhalte werden speziell für die jeweilige Nutzerin oder den jeweiligen Nutzer generiert. Niemand sonst sieht genau diese Seite. Eine gemeinsame Öffentlichkeit entsteht so nicht mehr

– und die Gesellschaft weiss nicht mehr, was sie weiss. Das Resultat: neuartige Filterblasen, gesteuert von KI-Modellen, deren Mechanismen völlig intransparent sind.

Und was macht die Politik?

Das Zero-Click-Web ist gefährlich. Es zerstört die ökonomische Grundlage der Medien, löst Information von jeglicher Verantwortung und verhindert Öffentlichkeit.

Der eigentliche Skandal dabei: All diese neuen Dienste sind nur möglich, weil sich ihre Anbieter sehr freizügig bei den Inhaltsanbietern bedienen und dabei im grossen Stil Urheberrechte verletzen. Und zwar längst nicht mehr nur die Rechte von Medien und Medienschaffenden, sondern auch die von Unternehmen und anderen Informationsanbietern.

Es ist klar, dass vor diesem Hintergrund die Politik einschreitet, die Rechte der Urheber stärkt und sich für eine bessere ökonomische Grundlage der Medien und der Medienschaffenden einsetzt. Kleiner Scherz: Das Gegenteil ist der Fall. Die Politik reagiert mit Schulterzucken. Und auch die Medien bekämpfen sich lieber untereinander, statt sich gemeinsam gegen die Tech-Giganten zu positionieren.

In der Schweiz versuchen rechte Politiker derzeit, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit der «Halbierungsinitiative» auszubremsen. Ein Teil der Verlage macht mit – in der irrigen Vorstellung, die SRG grabe ihnen das Wasser ab. Das erinnert an den Pausenhof: Ein Sechstklässler klagt zwei Erstklässler die Pausenbrote – und die Erstklässler prügeln sich gegenseitig um die Reste, anstatt sich zusammenzutun.

Vor diesem Hintergrund wirkt es geradezu lächerlich und fahrlässig, wie der Nationalrat in diesen Tagen über die Halbierungsinitiative debattiert – und dass viele Politiker rechts der Mitte ernsthaft erwägen, den Medien in der Schweiz noch mehr Geld zu entziehen.

Das Resultat wird nicht mehr Bewegungsfreiheit für die privaten Schweizer Medien sein, sondern mehr ausländische Medien in der Schweiz – und eine schlechter informierte Bevölkerung.

Aber dazu mehr nächste Woche.

Jetzt interessiert mich: Was halten Sie von dieser Entwicklung in Richtung Zero-Click-Web? Was bedeutet das für die Gesellschaft, für die Medien – und für Unternehmen? Ich bin gespannt auf Ihre Rückmeldungen.

Basel 6. Juni 2025, Matthias Zehnder
mz@matthiaszehnder.ch

Quellen

- Bastian, Matthias (2025): Nutzerstudie zeigt, dass KI-Antworten das WWW massiv verändern werden, in: THE-DECODER.de, 2025, <https://the-decoder.de/nutzerstudie-zeigt-dass-ki-antworten-das-www-massiv-veraendern-werden/> [24.05.2025].
- Guan, Ryan Law, Xibeiija (2025): AI Overviews Reduce Clicks by 34.5%, in: SEO Blog by Ahrefs, 2025, <https://ahrefs.com/blog/ai-overviews-reduce-clicks/> [06.06.2025].
- Indig, Kevin (2024): The Data Behind Google's AI Overviews: What Sundar Pichai Won't Tell You, 2024, <https://www.growth-memo.com/p/do-google-ai-overviews-really-change> [06.06.2025].
- Jaźwińska, Klaudia; Chandrasekar, Aisvarya AI Search Has A Citation Problem, in: Columbia Journalism Review, https://www.cjr.org/tow_center/we-compared-eight-ai-search-engines-theyre-all-bad-at-citing-news.php [05.05.2025].
- meedia.de KI in der Suche - "Apotheken-Umschau"-Chef: "Googles Gemini wird uns zerstören", in: MEEDIA, <https://meedia.de/news/beitrag/19090-quot-apotheken-umschau-quot-chef-quot-googles-gemini-wird-uns-zerstoeren-quot.html> [01.05.2025].
- Überall | Zero Click Searches, in: Überall, <https://uberall.com/de/resources/blog/zero-click-searches> [29.04.2025].
- Zehnder, Matthias (2019): Die digitale Kränkung. Über die Ersetzbarkeit des Menschen. Zürich: NZZ Libro.

Unterstützen Sie den Wochenkommentar – ganz herzlichen Dank!

Hier können Sie mit allen digitalen Zahlungsmitteln spenden oder sich bequem zu Hause einen Einzahlungsschein ausdrucken:

<https://www.matthiaszehnder.ch/unterstuetzen>

Einfach mit dem Handy diesen QR-Code scannen – und schon können Sie den Wochenkommentar unterstützen.

