

## Checkliste

9 Tipps für die E-A-T-Optimierung





# Checkliste

Handlungsempfehlungen für die E-A-T-Optimierung

*Die folgende Checkliste dient als Hilfestellung und Reminder, auf was man bei der Optimierung für E-A-T-relevante Signale achten sollte.*

*Die Optimierung hinsichtlich der Bereiche Expertise, Autorität und Trust können nicht alleine von SEOs umgesetzt werden, sondern benötigen die Zusammenarbeit verschiedener Abteilungen bzw. Verantwortlichen.*

*Deswegen sind die Handlungsempfehlungen nach Tipps für **Autoren, Publisher** (Website-Betreiber), **SEO**s und **Marketer** aufgeteilt.*

# Handlungsempfehlungen E-A-T-Optimierung

für Autoren und Publisher



1



## **Ausreichende Menge an themenrelevanten Content auf der eigenen Website:**

Sorge für Expertise, indem Du regelmäßig hochwertige Inhalte zu den Themen, für die du gefunden werden willst. Damit zeigst Du Google, dass Du eine gewisse Expertise als Publisher hast. Achte dabei, aber auch auf Keyword-Kannibalisierung.

# Handlungsempfehlungen E-A-T-Optimierung

für Autoren und Publisher



2



**Der Zweck einer Website und der Inhalte sollte immer den Nutzer im Fokus haben:**

Auf zu viel nicht nutzerorientierten Neben-Content (Supplementary Content) sollte verzichtet werden. So können zu viel Werbe-Banner Recommendation Ads zu einer Abwertung führen.

# Handlungsempfehlungen E-A-T-Optimierung

für SEOs, Autoren und Publisher



## 3



**Verlinke die Inhalte semantisch passend miteinander, aus dem Main Content (MC) heraus.**

Dabei kannst Du auch eine mögliche Users-Journey berücksichtigen. Was interessiert den Konsument als nächstes oder zusätzlich?

# Handlungsempfehlungen E-A-T-Optimierung

für Autoren und Publisher



## 4



**Sorg für Transparenz was Autoren, Website-Betreiber und Zweck der Website angeht.**

Stelle eine Über-Mich-Seite bereit, auf der man Informationen zum Unternehmen bzw. Betreiber der Website findet und die den Zweck des Projekts beschreibt. Stelle Informationen zu den Autoren und anderen Content-Verantwortlichen bereit.

# Handlungsempfehlungen E-A-T-Optimierung

Für Autoren und Publisher



5

- ✓ **Arbeite mit anerkannten Experten als Autoren, Prüfer, Ko-Autoren, Mitwirkende und Influencer zusammen.**

Anerkannt bedeutet, dass diese bereits online als Experten durch Google erkennbar sind z.B. durch Online-Publikationen, Amazon-Autoren-Profile, eigene Blogs und Websites, Social-Media-Profile, Profile auf Universitätsseiten ...

# Handlungsempfehlungen E-A-T-Optimierung

Für Autoren und Publisher



6



**Verweise (Verlinke) auf andere autoritäre Quellen.**

Dadurch bringst Du Dich in Beziehung zu einem autoritären Umfeld.



# Handlungsempfehlungen E-A-T-Optimierung

für Autoren, Publisher, Marketer



7



**Mach es Google einfach Deine Entität und die digitalen Abbilder und Profile zu erkennen.**

- Verknüpfe/Verlinke die Repräsentanzen Deiner Entität wie z.B. Domains, Apps, Youtube-Kanäle, Wikipedia-Einträge, Wikidata-Einträge, Social Media Profile ... miteinander.
- Sorge für konsistente Informationen über Deine Person bzw. Dein Unternehmen in Profilen im Netz.
- Verlinke Deine Repräsentanzen mit Autoren-Profilen auf z.B. Amazon und zurück (wenn vorhanden)
- Nutze Linktexte mit Deinem Entitätsnamen, um auf Deine Repräsentanzen zu verlinken (Ggf. Nutzung von sameAs schema.org-Auszeichnung)

# Handlungsempfehlungen E-A-T-Optimierung

für Publisher und Marketer



8



**Schaffe regelmäßig Kookurrenzen ausserhalb der eigenen Website durch Marketing und Kommunikation und positioniere Dich Dadurch als Marke erkennbar für Google.**

- Verlinke Deine themenrelevanten Fachpublikationen von der eigenen Website, damit Google diese schneller Euch zuordnen kann.
- Teile den Content über die eigenen Social Media Profile, damit Google diese schneller Euch zuordnen kann.
- Baut Links aus semantisch passenden Umfeldern auf.
- Mach Offline-Werbung, die Suchmuster bei Google beeinflusst bzw. passenden Kookurrenzen in Suchanfragen erzeugt (TV-Werbung, Flyer, Anzeigen ...). Keine reine Image-Werbung, sondern Werbung, die zur Positionierung in einem Themenbereich beiträgt.
- Schreib thematische passende Gastbeiträge und Verlinke diese Inhalte mit der eigenen Website und den eigenen Social-Media-Profilen.
- Geb Interviews
- Halte Vorträge auf Fach-Events
- Gib Webinare
- Organisiere Kooperationen (z.B. mit Lieferanten, Partnern ... ), die für passende Kookurrenzen sorgen
- Mach PR, die passende Kookurrenzen erzeugt. Keine reine Image-PR.
- Sorg für Buzz in sozialen Netzwerken rund um Deine Entität.



## 9



**Verbessere die Nutzersignale auf den eigenen Publikationen auf der eigenen Website und darüber hinaus**

- Snippet-Optimierung
- Suchintentions-Analysen je Hauptkeyword. Der Zweck des Inhalts sollte immer der Suchintention entsprechen.



## Weitere Quellen zum Thema E-A-T

- <https://www.sem-deutschland.de/blog/entitaeten-marken/>
- <https://www.sem-deutschland.de/blog/e-a-t-fehlinformationen/>
- <https://www.sem-deutschland.de/blog/e-a-t-ranking-optimierung/>
- <https://www.termfrequenz.de/podcast/car-mar-om-podcast/entitaeten-bert-e-a-t-und-mitarbeiter-gast-olaf-kopp/>
- <https://www.jaekert-odaniel.com/eat-modell-wie-kompetent-bist-du/>
- <https://www.omt.de/podcast/das-google-core-update-panel-diskussion-omt-podcast-folge-038/>
- <https://www.suchradar.de/magazin/79/themenradar-wie-optimiert-man-fuer-e-t>
- <https://www.termfrequenz.de/podcast/content-kompass/entitaeten-so-bauen-wir-mit-google-und-content-eine-marke/>
- <https://www.termfrequenz.de/podcast/content-kompass/seo-und-hypes-korrekturschleifen-mit-textern-markenaufbau/>