

Google Authorship und die beste Technik gegen Spam



© pogonici – Fotolia.com

Google Authorship – man hört, dass es wichtig ist, wie man es einrichten kann und was es einem bringt: nämlich Autorität, Wiedererkennung, bessere Suchergebnisse.

Dabei ist Google Authorship noch einiges mehr: eine richtig gute, interessante und vielleicht kritische Strategie Googles gegen Spam.

Wieso? Den Hinweis habe ich von Aastha Tandon auf Bills Belews Blog

Aasthas (und meine) Hypothese ist: Google hat es satt, gegen Spam zu kämpfen, der die SERPs „manipulieren“ will. Google will ein Netz für den Nutzer, ein gutes Netz, ein sinnvolles Netz. Zumindest sagt Google das. Angenommen, dies stimmt: Wie kann ich am besten gegen Manipulationen vorgehen? Indem ich eine persönliche Note in die Suchergebnisse bringe – durch ein Gesicht und einen Namen. Eine Person. Personen haben einen Ruf, eine Reputation und versuchen diese möglichst positiv aufzubauen. Menschliches Verhalten an der Basis. Zum Content kommt nun Persönlichkeit hinzu.

Panda und Pinguin machen technischen (aka „Black Hat“) SEOs das Leben schwer. Der Algorithmus ist besser geworden, ist aber noch immer ein Algorithmus. Etabliert sich der Author Rank, haben wir mehr als nur einen Algorithmus der theoretisch immer von intelligenten SEO-Techniken geschlagen werden kann. Wir haben einen menschlichen Aspekt im Spiel, der sich nicht so leicht manipulieren lässt, da die Reputation einer Person auf dem Spiel steht.

In Zukunft werden nur die Ergebnisse hoch ranken, die einen Autor bzw. einen Author Rank vorweisen können. Und um einen hohen Author Rank zu bekommen, muss man Experte in seinem Gebiet werden,



man muss Content raushauen, man muss den Leuten etwas Sinnvolles sagen können (Stichwort Google Communitys), man muss echte Arbeit leisten. Rein mit technischem SEO kann man da nicht viel manipulieren.

Das hängt auch mit den Rankingfaktor „Frequency“ zusammen. Es genügt nicht, einmal eine SEO-Optimierung vorzunehmen, hochwertigen Content zu posten und gut ist. Die Konkurrenz schläft nicht – nur wer aktiv ist, wird belohnt. Wie aktiv man nun sein muss, hängt von der Thematik ab, kann von einmal im Monat bis mehrmals täglich reichen.

Facebook treibt übrigens ähnliche Spielchen, ist aber längst nicht so weit wie Google: . Hier geht es darum dass Seitenbeiträge und Kommentare mit den Namen dessen versehen sind, der gepostet hat. Ein erster Schritt für ein Facebook Authorship. Da Facebook seine Seitenverwaltung kontinuierlich erweitert, ist zu erwarten dass noch mehr in die Richtung kommen wird.