

4. SEO — E-E-A-T & Reputation

Vertrauenssignale: Experience, Expertise, Authoritativeness, Trust.

■ KRITISCH ■ WICHTIG ■ EMPFOHLEN

☐	4.1 Unternehmensangaben: Impressum, Handelsregister, USt-IdNr. manuelles Audit — Besonders kritisch für YMYL-Themen	KRITISCH
☐	4.2 Echte Kontaktdaten: Adresse, Telefon, E-Mail manuelles Audit — Kein verschleiertes WHOIS	KRITISCH
☐	4.3 Autoren mit Bio und Expertise-Nachweis ausgewiesen manuelles Audit — Name + Funktion + Erfahrung + Profile	KRITISCH
☐	4.4 Autorensseite: Spezialisierung, Erfahrung, Publikationen manuelles Audit — Eigene Autorensseite mit Profil	WICHTIG
☐	4.5 Expertencontent mit Primärquellen belegt manuelles Audit — Kein „laut Internet“	KRITISCH
☐	4.6 Datenschutzerklärung und AGB aktuell manuelles Audit — DSGVO-konform	WICHTIG
☐	4.7 Kundenbewertungen: echt, mit Namen, regelmäßig Google Maps, Trustpilot — Durchschnitt mind. 4,0	WICHTIG
☐	4.8 Marke in autoritativen Medien erwähnt Google Alerts — heise, Handelsblatt, Fachpresse	WICHTIG
☐	4.9 Keine negativen Reputationstreffer in den Top-20 (Brand) manuelle Recherche — Bei Bedarf SERM	WICHTIG
☐	4.10 Cases und Ergebnisse mit konkreten Kennzahlen manuelles Audit — Nicht „wir sind die Besten“, sondern „Kunde +X %“	WICHTIG