

1	Was ist Google Discover?	1
1.1	Definition	1
1.2	Wo taucht Google Discover auf und wie kommt man rein?	2
1.3	Welche Inhalte gibt es bei Google Discover?	3
1.4	Die Bedeutung von Google Discover für Publisher und den E-Commerce	4
2	Wie funktioniert Google Discover?	7
2.1	Grundlagen über die Funktionsweise und die Algorithmen von Google	7
2.1.1	Der Knowledge Graph, der Topic Layer und Entitäten	7
2.1.2	Googles General Guidelines	12
2.1.3	YMYL und E-E-A-T	14
2.2	Wie wirken sich Googles Algorithmen auf Discover aus?	18
2.2.1	Discover, der Topic Layer und Entitäten	18
2.2.2	Was gibt Google an Informationen heraus?	22
2.2.3	Gibt es Ranking-Faktoren bei Google Discover – und welche Rolle spielen YMYL und E-E-A-T dabei?	24
3	Wie beeinflusse ich Google Discover?	27
3.1	Themenfindung und „thematische Autoritäten“	27
3.2	Die Arbeit am Artikel	30
3.2.1	Überschriften	30
3.2.2	Das Organic-Discover-Problem	35
3.2.3	Bilder	36
3.3	Das Republishing von Artikeln – und seine Gefahren	38

3.4	Google News und Google Discover – zwei ähnliche Algorithmen?	41
3.5	Die rätselhaften Hochs und Tiefs bei Google Discover	42
3.6	Google Discover und die Paywall	43
4	Wie analysiere ich Google Discover?	45
4.1	Der „unsichtbare“ Traffic	46
4.2	Die Google Search Console und der API-Konnektor	48
	Quo vadis, Google Discover?	51
	Literatur	55