

GOOGLE ERWEITERT SEINEN ALGORITHMUS FÜR MOBILE WEBSITES

Veröffentlicht am 12. Januar 2017 von Sandra



Das neue Google Penalty straft unterbrechende Werbung auf mobilen Seiten ab

Die mobile Internetnutzung schreitet weiter voran und hat die Nutzung des world wide webs auf dem Desktop schon überholt. Aus diesem Grund legt auch Google immer mehr den Fokus darauf, das Ranking in den Ergebnissen auf mobile Seiten auszurichten. Bereits vor einem halben Jahr hat Google angekündigt, seinen Algorithmus für mobile Webseiten zu erweitern. Das Ziel ist es, Seiten, die wegen unterbrechender Onlinewerbung (interstitials) wenig nutzerfreundlich sind, abzustrafen. Dafür sorgt das neue Penalty (Abstrafung). Wie [searchengineland](#) berichtet, ist der neue Algorithmus nun online gegangen.

WELCHE SEITEN SIND BETROFFEN?

Der neue Google Algorithmus bzw. das neue Google Penalty soll die unterbrechende Werbung beim Besuch der Seite einschränken. Betroffen sind Seiten, die nach dem Klick in den Google

Ergebnissen eine Werbung einblenden, noch bevor man den Inhalt der Seite einsehen kann. Auch für Einblendungen von unterbrechender Werbung während des Besuchs der Seite kann es Abstrafungen im Ranking geben.

DIES GILT FÜR:

- Popups, die den Inhalt einer mobilen Seiten verdecken. Abgestraft werden Seiten bei denen ein Popup den Inhalt beim Gelangen auf die Seite und während des Besuchs verdeckt.
- Ein sogenanntes „Standalone“, also ein alleinstehender Teil der Seite, der den eigentlich angesteuerten Inhalt der Zielseite verdeckt und erst weggeklickt werden muss.
- Seiten, bei denen das Layout so gestaltet ist, dass die Seite für den Benutzer abgeschlossen wirkt, obwohl der eigentliche Inhalt unter dieser liegt. Die also wie ein standalone wirken.

Das bedeutet nicht, dass alle Unterbrechungen auf einer mobilen Seite in Zukunft abgestraft werden. Es gibt auch Hinweise, die sinnvoll sind und wichtige Hinweise für die Nutzer geben.

DIES GILT FÜR:

- Rechtliche Hinweise, wie beispielsweise das Aufmerksammachen auf Cookies.
- Auch der Hinweis darauf, dass ein Inhalt einer Altersbegrenzung unterliegt oder privat ist, ist davon ausgeschlossen. Das gilt für die Aufforderung, das Geburtsdatum einzugeben oder sich mit E-mail und Passwort einzuloggen.
- Weiterhin soll es Unternehmen möglich sein, die eigene App zu promoten. Das bedeutet, dass das Einblenden und die Verlinkung zum Download der eigenen App weiter möglich ist und ohne negative Konsequenzen.

Zur Zeit beobachten und diskutieren Webmaster noch über die Auswirkungen des neuen Google Algorithmus. Insgesamt trifft dieser aber auf ein positives Feedback in der digitalen Community.

Habt ihr Fragen zum Ranking bei Google oder möchtet ihr mit eurem Unternehmen auch bei der mobilen Suche punkten? - Die [Media Company](#) berät euch gerne.