

GOOGLE LAUNCHT UPDATE FÜR MOBILEN ALGORITHMUS.

Am 21. April 2015 hat Google einen Update für seinen globalen Mobile Algorithmus gelauncht. Warum ist das wichtig? Ganz einfach. Denn mit diesem Update wird ab sofort die "Mobile-friendliness" einer Webseite als Ranking-Kriterium bei den mobilen Suchergebnissen eingesetzt. Das heißt im Umkehr-Schluss: Ist die Site eines Kunden nicht mobil-optimiert, wird sie durch ein schlechteres mobiles Ranking abgestraft und der Traffic nimmt folglich ab.



BISHER HAT GOOGLE FOLGENDE PUNKTE BESTÄTIGT:

- Das Update des Algorithmus wurde mit dem gestrigen Dienstag in den USA und UK gelauncht und wird in den kommenden Tagen global für alle Länder ausgerollt.
- Webseiten werden nun in „mobil-freundlich“ oder nicht-optimiert eingestuft; es gibt keinen Unterscheidungsgrad der „Mobile-friendliness“ in dem Algorithmus.
- Google sagt, dass dadurch mehr Seiten davon betroffen sein werden als durch ihre vergangenen Updates "Panda" und "Penguin".
- Google selbst misst diesem Update eine größere Bedeutung und Gewichtung bei als irgendeinem vergangenen Update.

WAS BEDEUTET DAS UPDATE? WAS KÖNNEN DIE AUSWIRKUNGEN SEIN?

Mit dem Update werden Webseiten ohne Mobil-Optimierung bei den non-branded mobilen Suchergebnissen nicht mehr genauso gerankt wie beim Desktop-Ranking. Entsprechend werden mobil-optimierte Seiten beim Ranking bevorzugt und nicht-optimierte Seiten beim Ranking „abgestraft“.

Zineb Ait Bahajji vom Google Webmaster Trends Team sagte weiterhin, dass der mobil-freundliche Ranking-Algorithmus einen wesentlich größeren Einfluss auf die Google Suchergebnisse haben wird als frühere Updates. Angesichts der Tatsache, dass mittlerweile durchschnittlich ca. 50% des Webtraffics von mobilen Endgeräten generiert wird, sollte diese Erweiterung des Google Algorithmus nicht unterschätzt werden und entsprechende Vorkehrungen für die eigene Webseite getroffen werden.

WIE KANN ICH DIE PERFORMANCE MEINER SEITE VON MOBILEN ENDGERÄTEN ÜBERPRÜFEN?

Um die Auswirkungen des Updates bewerten und verstehen zu können, ist es zunächst wichtig, dass sowohl der mobile Traffic als auch das mobile Ranking für die eigene Seite getrackt werden. Wie diese Daten ermittelt werden, hängt von der eingesetzten Tracking Software ab. Bei Fragen gerne an das GroupM Ad Management wenden.

WIE KANN MAN TESTEN, OB DIE EIGENE SEITE „MOBIL-FREUNDLICH“ IST?

Google bietet folgende Maßnahmen, um die eigene Webseite bezüglich "Mobile-friendliness" zu überprüfen:

Mit dem Label "Für Mobilgeräte" in den mobilen Suchergebnissen werden nur "mobil-freundliche" Webseiten ausgezeichnet. Der schnellste Weg zu überprüfen, ob die eigene Seite von Google als "mobil-freundlich" eingestuft wird, kann also über eine Google Live-Suche auf dem Smartphone herausgefunden werden.

Google bietet des Weiteren ein „mobile-friendly“ **Testing Tool**, um die eigenen Webseiten auf Mobil-Optimierung zu überprüfen.

Webmaster Tools sind sehr hilfreich, um eine vollständige Liste der Mobile Usability Probleme zu erhalten: **Mobile Usability Report**.

The screenshot shows the Google Developers mobile-friendly testing tool interface. At the top, it displays the title "Wohnungstüren und Zubehör in vielfältiger Auswahl – colinga®" and the URL "www.colinga.de/". A red box highlights the text "Für Mobilgeräte" next to the URL. Below this, it states: "Auf colinga.de steht Ihnen ein breites Sortiment rund um das Thema Türen und Zimmertürbeschläge zur Auswahl: ...". The interface includes a navigation bar with "Leitfaden für Mobilgeräte", "Erste Schritte", "Dokumentation", and "Test auf Optimierung für Mobilgeräte". The main heading is "Test auf Optimierung für Mobilgeräte" with a red "8.1" score. The URL "http://www.mecglobal.de/" is entered in the input field. At the bottom, a green banner displays the message: "Großartig! Diese Seite ist für Mobilgeräte optimiert."

WAS TUN, WENN MEINE WEBSITE NICHT MOBILE-OPTIMIERT IST?

Falls Marken- und/oder Produkt-Webseiten nicht mobil-optimiert sind, wenden Sie sich gerne an das #RED Team. Wir beraten unsere Kunden bei maßgeschneiderten Digital-Lösungen.

FAZIT

Der mobile Traffic der meisten Webseiten liegt mittlerweile zwischen 40% und 60%; eine Mobil-Optimierung aller Unternehmens- und Markenseiten ist daher unabdingbar. Bereit für die mobile Revolution?