



# Ist Ihre Website fit für das Google-Mobile-Update?

Ab dieser Woche verleiht Google „Mobile-Friendly Sites“ höhere Priorität und spricht von „erheblichen Auswirkungen in unseren Suchergebnissen“

Nach dem großen Update drohen Webseiten ohne Mobilansicht schlechtere Rankings in den Google-Suchergebnissen. Laut offizieller Aussagen gehört auch die stärkere Integration von Applikationen zu den Neuerungen. Ob eine Website auf mobilen Geräten funktioniert, entscheidet Google nicht global für die gesamte Website, sondern auf Ebene der Unterseiten.

Ob Ihre Website davon betroffen ist, können Sie mit Google Developers überprüfen. Im Anschluss an den Check gibt die Suchmaschine Hinweise zur Optimierung. Google stellt klar, dass mobilfreundliche Testergebnisse binär sind, was bedeutet, dass Ihre Seite entweder mobilfreundlich ist oder nicht. Es gibt hier keinen Mittelweg.

Nachdem Google im Oktober 2014 das Tool „Benutzerfreundlichkeit auf Mobilgeräten“ in die Google Webmaster Tools integriert hatte, war es nur eine Frage der Zeit, bis sich dieser Aspekt stärker auf das Ranking auswirken würde. Wenn eine Website nicht für Mobilgeräte optimiert ist, habe das laut Zineb Ait Bahajji, Webmaster Trends Analyst bei Google, keinen Einfluss auf deren Rankings. Die bessere Nutzererfahrung wird allerdings indirekt zu positiven Signalen führen. Google nimmt diese Änderungen wohl vor, um eine bessere mobile Erfahrung bieten zu können und leichter Apps in Suchergebnissen zu vertreiben. Dazu kommen eine bessere App-Entwicklung für Google Play und die Monetarisierung ihrer Inhalte wie TV-Sendungen, Zeitschriften, Filme und Musik.

## Buchtipps des Monats

**Was Spitzenverkäufer von der Hirnforschung lernen können**, beschreibt Psychologe Hans-Georg Häusel in seinem aktuellen Werk. Am Verlauf des Verkaufsprozesses erklärt er, wie die Erkenntnisse aus der Hirnforschung von Verkäufern optimal genutzt werden können. Das Spektrum der Tricks reicht von der Terminerlangung über die Erzeugung von Kauflust bis hin zur Rabattvermeidung.  
**Häusel, Hans-Georg: Top Seller**, Haufe Verlag, 208 Seiten, 19,95 Euro



**Ein ungewöhnliches Team**, das sich hier zusammengefunden hat: Journalist und Diplom-Psychologe Sebastian Bartoschka, Karikaturist Peter „Bulo“ Böhling und Werbe-Ikone Thomas Koch. Herausgekommen ist ein „Ratgeber“, in dem das Trio mit viel Augenzwinkern jungen und alten Netzhasen zeigt, was im Internet für Wunderlichkeiten lauern.  
**Bartoschka/Böhling/Koch: Rule 34 ... und weitere Internet-Regeln**, JMB-Verlag, 120 Seiten, 9,95 Euro



**Zumindest kein Mittelmaß von Größe und Gewicht her**, ist dieses Buch von Topredner Hermann Scherer und Marketingexpertin Jeannine Halene. Die Autoren liefern 100 Beispiele erfolgreicher Werbecoups großer und kleiner Unternehmen. Ganz im Sinne der Hirnforschung arbeiten die Autoren mit viel Bild und wenig Text, um Schüsse ins Gehirn der Leser zu landen.  
**Scherer/Halene: Marketing jenseits vom Mittelmaß**, Gabal, 376 Seiten, 49 Euro

