Google Mobile Friendly Update

Stand: 28.02.2025

Dank unserer vernetzten Welt ist es heutzutage möglich, von nahezu überall das Internet zu nutzen. Dabei nimmt der mobile Zugang immer weiter zu. Was früher PCs und Laptops vorbehalten war, ist nun auch mit dem Smartphone oder Tablet möglich. Mittlerweile ist die Variante sogar weitaus verbreiteter. Google hat entsprechend reagiert und im April 2015 das Mobile Friendly Update durchgeführt.

Was ist das Mobile Friendly Update?

Mit dem Mobile Friendly Update belohnt Google die Betreiber, die eine **mobiloptimierte Version** ihrer Website anbieten oder diese mit Responsive Design gestaltet haben. Seiten mit Mobile-Optimierung ranken in den SERPS weiter oben, da der Algorithmus sie als **besonders relevant** für die Nutzer einstuft. Somit hat sich das Kriterium zu einem Ranking-Faktor entwickelt.

Das Update schließt besonders **Smartphones** als Endgeräte ein. Aus diesem Grund wirkt es sich auf die mobile Suche aus.

Der Algorithmus **erkennt** durch die Neuerung **automatisch**, ob die Website eine mobile Version anbietet. Er kann darüber hinaus herausfiltern, welche einzelnen URLs konform zu dieser Anforderung sind. Es reicht für einen Seitenbesitzer dementsprechend nicht aus, nur eine Landing Page anzupassen, da der Status nicht für die gesamte Domain gilt.

Welche Änderungen wurden beim Google Mobile Friendly Update vorgenommen?

Dem Suchmaschinenanbieter ging es nicht darum, nun eine separate Indexierung von mobiloptimierten Websites vorzunehmen. Der Algorithmus **unterscheidet** die **Anzeigeergebnisse** nur dahingehend, mit welchem Gerät darauf zugegriffen werden kann.

Darauf aufbauend **grenzt** Google durch das Mobile Friendly Update die **SERPs** in der Suche per Smartphone **ein**, um den Nutzer aufgrund schwer erfassbarer Websites nicht zu frustrieren. Das geschieht **flächendeckend** in allen Ländern, die den Service zur Verfügung stellen. Da der Algorithmus die Nutzerfreundlichkeit für jede individuelle Seite überprüft, wird nicht automatisch die gesamte Website weiter unten in die SERPs eingeordnet, wenn andere Unterseiten mobile friendly sind.

Ziel des Mobile Friendly Updates

Mit dem Mobile Friendly Update möchte Google die **Leserfreundlichkeit** für die mobilen Nutzer vorantreiben. Werden Websites aufgerufen, die lediglich eine Desktop-Version aufweisen, kann der Dienst diese auf den mobilen Endgeräten nicht angemessen darstellen. Als Folge sieht die Person womöglich bestimmte Inhalte nicht oder nur schwer, da sie die Ansicht entsprechend verschieben muss. Infolgedessen **klicken** viele Anwender auf eine **andere Website**, die einen leichteren Zugang zu Informationen ermöglicht. Schlimmstenfalls **wechselt** die Person nicht nur die aufgerufene Seite, sondern **ebenfalls** die **Suchmaschine**. Dem möchte Google mit dem Mobile Friendly Update entgegenwirken.

Auswirkungen des Mobile Friendly Updates

Durch die Präferenz von Websites, die eine mobile Version bereitstellen oder responsive gestaltet sind, befürchteten viele Seitenbetreiber, dass sich immense Nachteile für ihre Website ergeben würden, wenn sie keine entsprechende Ansicht ermöglichen. Das Thema gelangte in die **breite Öffentlichkeit** und wurde sogar als „**Mobilegeddon**“ bezeichnet, um die Angst vor den Auswirkungen zu verdeutlichen. Dass Google ein konkretes Datum für das Update genannt hatte, trug dazu bei.

Doch sowohl nach dem ersten als auch nach dem zweiten Update im Folgejahr in die Richtung **brach** das **Ranking** der Websites **nicht signifikant ein**. Die Folgen für Websites, die den neuen Anforderungen nicht entsprachen, fielen also geringer aus als erwartet.

Doch insgesamt unternahm Google mit dem Mobile Friendly Update einen wichtigen Schritt, um der Mobilfreundlichkeit als Anforderung an Webinhalte den Weg zu bereiten. Endgültig umgesetzt wurde sie 2018 mit dem Mobile First-Update.

Was ergibt sich daraus für die SEO?

Um mobilen Nutzern ebenfalls eine gute User Experience zu bieten und um weiterhin im Ranking berücksichtigt zu werden, müssen Seiteninhaber entsprechend ihre **Websites anpassen**.

Die bevorzugte Methode ist dabei die Implementierung eines **Responsive Designs**, das sich automatisch an das Gerät anpasst, mit dem die Website besucht wird. Alternativ kann zur Desktop- auch eine mobiloptimierte Version angeboten werden.

Generell gibt es ein paar Kriterien, die sich positiv auf das Ranking in der mobilen Suche auswirken:

1. Für eine angenehme Nutzung sollte der Leser **nur vertikal scrollen** müssen, um alle Informationen zu erhalten.

2. Der **Seitentext** sollte auf Mobilgeräten entsprechend **vergrößert** dargestellt werden, ohne ein nachträgliches manuelles Zoomen durch den Anwender.
3. **Links und Buttons** sollten entsprechend ebenfalls vergrößert werden und der Abstand sollte weit genug auseinander liegen, damit der Leser sie **präzise** anklicken kann.
4. Viele Mobilgeräte haben Schwierigkeiten, Plug-ins richtig wiederzugeben. Deswegen sollten sie nicht eingebunden werden.
5. Verwenden Sie **Weiterleitungen**, dann sollten diese zu **mobiloptimierten Websites** führen.

Wenn Sie sich nicht sicher sind, inwiefern Ihre Website für mobile Endgeräte geeignet ist, können Sie das leicht überprüfen. Google selbst hat dazu einen **Test** konzipiert, der Sie darauf hinweist, an welchen Stellen es noch Verbesserungspotenzial gibt. Zusätzlich zeigt er Ihnen die mobile Ansicht Ihrer Seite an, durch die Sie sich selbst ein Bild machen können.

Auch die Google Search Console bietet **Hilfestellung** beim Verbessern Ihrer Website. Dort finden Sie eine Liste mit Fehlern und die entsprechenden Seiten. Sie können die Prüfung jederzeit erneut durchführen, selbst für einzelne URLs. Dadurch sind Sie immer auf dem neusten Stand, wenn es um Nutzerfreundlichkeit geht.

Da die **Ladegeschwindigkeit** der Seite ebenso zur Nutzererfahrung beiträgt, ist es lohnend, darüber hinaus einen Test durchzuführen, wie schnell sich die Seite aufbaut.

Was sagt Google dazu?

Mit dem Mobile Friendly Update geht Google auf die immer **weiter steigende mobile Nutzung** des Internets ein. Die Aktualisierung wurde dabei Monate im Voraus angekündigt, um den Websitebetreibern genügend Vorlauf zu ermöglichen. Der Dienst möchte seinen Nutzern den Erwartungen entsprechend weiterhin Informationen zugänglich machen, die nicht nur relevant sind, sondern zusätzlich einfach zu erfassen.

Google ist sogar noch weiter gegangen und hat im April 2018 den sogenannten **„Mobile-First-Index“** eingeführt. Der Algorithmus filtert seitdem nicht mehr mobiloptimierte Websites heraus, um sie weiter oben in den SERPs zu platzieren, sondern **baut** das **gesamte Ranking** in den Suchergebnissen darauf **auf**, ob die Inhalte über die mobile Version abrufbar sind – ganz gleich, mit welchem Gerät darauf zugegriffen wird.

Eine Übersicht über alle bisherigen Google-Updates finden Sie hier

Profitieren Sie von unserer Expertise als SEO-Agentur und starten Sie mit uns durch!