

Auswirkungen der Adtelligence Personalisierung auf Google SEO Rankings

Google indexiert Webseiten im Internet, um die Relevanz der Inhalte für unterschiedliche Suchbegriffe zu bewerten und die Seiten in den Google Suchergebnissen darzustellen.

Hierzu lesen sogenannte Suchmaschinen-Robots (kurz: Bots) periodisch sämtliche Webseiten und deren Inhalte aus um zu bestimmen, welche Inhalte auf welchen Webseiten relevant sind und letztlich dem Benutzer der Google Suche die relevantesten Webseiten in den Suchergebnissen weit oben anzuzeigen.

Die exakten Indexierungs- und Bewertungskriterien zum SEO Ranking unterliegen dem Geschäftsgeheimnis von Google und sind nicht öffentlich bekannt, jedoch gibt es einige Hinweise für Webmaster und SEO Agenturen und gezielte Informationen von Google, welche Vorgehen positiven oder negativen Einfluss haben.

Google selber befürwortet das Testen von verschiedenen Inhalten auf Webseiten, wie in einem eigenen Blogeintrag mitgeteilt wurde:

<https://webmasters.googleblog.com/2012/08/websitetesting-google-search.html>

Grundsätzlich hat die Adtelligence Personalisierung keine negativen Auswirkungen auf SEO Rankings! Sämtliche möglichen SEO Einflussfaktoren und Adtelligences Umgang hiermit werden im Folgenden erläutert:

1. Duplicated Content

Von Duplicated Content spricht man, wenn identische Inhalte auf zwei unterschiedlichen Webseiten dargestellt werden. Dies wird von Google negativ betrachtet, da derselbe Inhalt auf verschiedenen Webseiten interne Konkurrenz schafft und Google daher nicht die per se beste Seite für den indexierten Inhalt bestimmen kann.

- Die Personalisierung mit Adtelligence wird durch ein JavaScript auf einer bestehenden Webseite durchgeführt. Hierbei wird mit einer sogenannten DOM-Manipulation auf der bestehenden Webseite
- Layout oder Inhalt verändert dargestellt. Da hier also keine zweite Webseite verwendet wird, auf die der Besucher weitergeleitet wird, sondern alles auf einer Seite stattfindet, tritt das Phänomen des Duplicated Content nicht auf.
- Soll auf Kundenwunsch statt des Adtelligence JavaScripts explizit mit unterschiedlichen URLs gearbeitet werden, so kann mittels eines canonical Tags auf der Variantenseite auf den Originalinhalt der Ausgangsseite verwiesen werden. Somit indexiert Google die Inhalte auf der Variantenseite ebenfalls nicht als Duplicated Content.

2. Cloaking

Unter Cloaking versteht man das Vorgehen, einem Google Bot bewusst andere Inhalte anzuzeigen, als einem normalen Webseitenbesucher, um zu versuchen den Suchindex zu manipulieren.

- Durch die Adtelligence Personalisierung wird kein Cloaking erzeugt, da kein spezieller Inhalt für Bots erstellt und ausgespielt wird.
- Generell wird der Einsatz von Testing und Personalisierung durch Google nicht als Cloaking gesehen, wie Google selber mitteilt:

<https://support.google.com/analytics/answer/2576845>

3. Ausführen von JavaScript durch den Bot, um personalisierten Inhalt zu indexieren

Da die meisten Webseiten heutzutage mit dynamischen Inhalten arbeiten, die z.B. über JavaScript oder AJAX nachgeladen werden, sind die Google Bots mittlerweile in der Lage, auch diese Inhalte auszuführen und zu interpretieren. Solche Inhalte könnten somit

potenziell Einfluss auf das SEORanking nehmen.

- Adtelligence schließt standardmäßig Google Suchmaschinen-Bots per User-Agent Überprüfung von den Personalisierungsprojekten aus. Dies bedeutet, dass die Bots keine personalisierten Inhalte zu sehen bekommen, und diese somit auch nicht indexieren können, sondern diejenigen Inhalte sehen und indexieren, die auf der bestehenden Webseite enthalten sind.
- Dieses Verfahren stellt kein Cloaking dar (siehe auch: <https://support.google.com/analytics/answer/2576845>), da hier nicht expliziter Content FÜR einen Bot erstellt wird.
- Des Weiteren wäre es auch für die Personalisierungsergebnisse hinderlich, einen Bot an einem Personalisierungsprojekt teilnehmen zu lassen, da aus diesen Daten keine sinnvollen Aktionen abgeleitet werden können. Ein Bot führt keine Klicks aus, tätigt keine Einkäufe und führt nicht zu sonstigen Conversions.

Indexierung von Varianten URLs

Weiterhin könnte die Frage aufkommen, ob neue Webseitenvarianten neue, zu indexierenden Varianten-URLs erzeugen.

- Dies ist mit der Adtelligence Personalisierung über JavaScript nicht der Fall. Sämtliche Inhalte werden auf ein und derselben URL erzeugt und es werden keine neuen URLs erstellt.
- Soll auf Kundenwunsch statt des Adtelligence JavaScripts explizit mit unterschiedlichen URLs für unterschiedliche Varianten gearbeitet werden, so können diese Seiten z.B. mittels canonical Tag auf die Originalseite verweisen, oder mittels noindex explizit aus der Indexierung ausgeschlossen werden.

Zusammenfassung

Sämtliche öffentlich bekannten negativen Einflussfaktoren auf das SEO Ranking werden von Adtelligence in Betracht gezogen und für den Kunden bestmöglich behandelt. Somit finden durch die Adtelligence Personalisierung keine negativen Auswirkungen auf das SEO Ranking statt.

Weiterführende Links

- <https://www.konversionskraft.de/checklisten/ab-testing-als-seo-gefahr.html>
- <https://webmasters.googleblog.com/2012/08/website-testing-google-search.html>
- <http://t3n.de/news/ab-testing-seo-581858/>