

Google führt neue Linkattribute „sponsored“ und „ugc“ ein und kündigt Änderungen bei „nofollow“ an

Viele Änderungen bei der Bewertung von Links

Seit dem 10. September ist es nun offiziell: Google wird „Nofollow“-Links zukünftig für die Rankings einer Webseite berücksichtigen, obwohl es nicht den Anschein machte, als hätte Google das nicht schon vorher getan. Denn schon früher lösten (schlechte) Nofollow Links eine Penalty (Abstrafung) aus. Warum? Google verteilt Abstrafungen für die Absicht Spam zu verteilen und nicht für einen bestimmten Linktyp.

Nun wurden mit „ugc“ und „sponsored“ fast zeitgleich neue Link-Kennzeichnungen eingeführt.

Was bedeuten diese Änderungen jetzt für Websitebetreiber? Und wie wirken sie sich konkret auf das Link-Profil aus? Das kann pauschal nicht gesagt werden. Aber eines ist klar: Es werden sich unerwartete Ranking-Effekte zeigen. Diese können positiv oder auch negativ ausfallen.



Was bedeuten die neuen Link-Attribute „sponsored“ und „ugc“?

- rel=“sponsored“: Dieses Attribut soll Links kennzeichnen, die als Werbung oder eben Sponsoring angesehen werden.
- Rel=“ugc“: kennzeichnet Links mit user generated content (ugc). Damit sollten Links versehen werden, die aus nutzergenerierten Inhalten, wie Forenbeiträge oder Kommentaren, stammen.

Doch warum diese Änderung? Google liebt es Daten zu sammeln, weshalb unserer Meinung nach auch Nofollow-Links in den letzten 15 Jahren gecrawlt wurden, auch wenn Google dies nie offiziell bestätigt hat. Die neuen Kennzeichnungen, sowie das Nofollow-Attribut werden als Hinweise an Google

behandelt. Sie machen es der Suchmaschine leichter Inhalte zu verstehen und zu bewerten. Denn immer mehr „Nofollow“-Links bedeuteten für Google auch immer mehr Quellen, denen es nicht nachgehen sollte.

Alle Attribute sind miteinander kombinierbar

Dabei gilt: Die neuen Attribute sind miteinander und mit „Nofollow“ kombinierbar. Zum Beispiel kann ein Link auch mit „nofollow ugc“ gekennzeichnet werden, wenn er auf nutzergenerierten Content verweist, der für Google als nicht relevant eingestuft werden soll. Auch „ugc sponsored“ wäre zum Beispiel möglich, wenn es sich um gekauften, nutzergenerierten Inhalt handelt. Das eigene Linkprofil verwalten wird somit deutlich komplexer, da es mehr Möglichkeiten gibt, Links einzuordnen.

Was passiert mit „Nofollow“ Links?

Das „Nofollow“ Attribut kann auch weiterhin genutzt werden, wenn Links auf eine Seite verweisen, welche nicht empfohlen wird. Außerdem werden die schon bestehenden „Nofollow“-Links genauso bewertet, wie die Neuen. Ob man als Webmaster die Backlinks nun anpasst oder nicht, dass ist dann wohl jedem selbst überlassen. Es kann sich dennoch lohnen sein Linkprofil nochmal genau unter die Lupe zu nehmen und in der Analyse auch die „Nofollow“-Links zu beachten (wenn es nicht schon getan wurde). Neue Links hingegen, sollten definitiv mit den neuen Link-Attributen gekennzeichnet werden. So wird Google eine genauere Einordnung eines Links ermöglicht.



Danny Sullivan ✓
@dannysullivan



Replying to @marktraphagen, @dohertyjf and 3 others

There are two things today. First, we can now use nofollow links for ranking purposes. That's the important thing here. In making this change, we also maybe we can give people more granularity in link attributes as a choice. That's a minor thing and no, not hundreds of hours.

9:05 pm · 10 Sep 2019 · [Twitter for iPhone](#)

Größere Änderungen ab März 2020

Noch interessanter wird es ab dem 1. März 2020, wenn sich das Handling der Indexierung verändert. Wie groß dieser Einfluss wird, ist noch unklar. Aber was bedeutet das für die eigene Webseite? Bis zum März 2020 sollten alle Webmaster die interne Verlinkung auf noch vorhandene, falsch gesetzte, „Nofollow“-Links prüfen.

Wer das „Nofollow“ Attribut genutzt hat, um eine Seite aus dem Index rauszuhalten, muss sich spätestens dann umorientieren. Da Google dieses Vorgehen nie offiziell empfohlen hatte, finden sich [hier](#) alternative Tipps.

Wie sich diese Umstellung auswirkt, wird spannend zu beobachten sein. Viel hängt davon ab, wie Google „Hint“ definiert und wie stark sich das dadurch veränderte Linkprofil auf das Ranking der Website auswirkt.

Was genau sollten Webmaster jetzt tun?



Da Google nun Nofollow-Attribute als Hinweis für Rankingzwecke bewertet, sollte der aller erste Schritt folgender sein: Schaut Euch euer Linkprofil an und beachtet bei Eurer Analyse auch die Nofollow-Links, wenn Ihr das nicht schon vorher getan habt.

Wir bleiben an dem Thema dran und informieren, falls sich gravierende Auswirkungen zeigen.

Wie seht Ihr diese Änderungen?

Titelbild © AliFuat – stock.adobe.com