

## Below the Fold – Above the Fold

Mit **„Below the Fold“** (oder „Under the Fold“) bzw. **„Above the Fold“** werden Werbeanzeigen, Werbeanzeigen oder Hinweise zu Artikeln, Schlagzeilen, Bilder, oder weiterführende Links auf Webseiten bezeichnet, oftmals im Rahmen von [AdSense](#) oder [Affiliate Marketing](#). Diese stehen jeweils überhalb oder unterhalb des Main [Contents](#) der Seite. Als Definitionsmerkmal von „Below the Fold“ wird auch die Notwendigkeit zum Scrollen auf der Seite angegeben, um zum Inhalt „Below the Fold“ zu kommen.

## Above the Fold

Im Bereich des SEO ist „Above The Fold“ insofern wichtig, als das Google mit dem [Page Layout Algorithm Update](#) (Ads Above The Fold) vom 19.01.2012 Webseiten abstrafte, die einen massiven Einsatz von Werbung „Above the Fold“ betreiben. Aus der Perspektive des Nutzers bieten solche Seiten ein geringes Nutzererlebnis, da er sich erst durch die Anzeigen zum eigentlichen Inhalt der Seite durchkämpfen muss. Im Zuge dieses Updates ist es für ein gutes Ranking ratsam, das Verhältnis von Anzeigen oder Werbeanzeigen zum eigentlichen Inhalt der Seite nicht übermäßig zugunsten von Werbung zu gestalten. Die [OnPage](#)-Optimierung betrifft in diesem Fall nicht nur den technischen Aspekt einer Webseite, sondern auch den Faktor „Design“, bzw. Nutzerfreundlichkeit.

Da Erfahrungsgemäß der obere Teil einer Webseite die erste und stärkste Aufmerksamkeit eines Nutzers erfährt, weswegen hier ein beliebter Platz für Werbeanzeigen ist, ist es ratsam abzuwägen, wie die Einnahmen aus Werbeanzeigen „Above the Fold“, sich in Zusammenhang mit einem schlechteren Ranking (= geringerer Traffic) aufgrund von übermäßigem Einsatz von Werbeanzeigen **„Above the Fold“** entwickeln könnten.

Auch für mobile Endgeräte sind Webseiten mit massiven „Above the Fold“ problematisch, da, vor allem ohne Einsatz von Lösungen für mobile Endgeräte wie Responsive Design, der eigentliche Inhalt der Seite für den Nutzer schwer erkenntlich ist.

## Below the Fold

**„Below the Fold“** sind Inhalte, die man erst durch scrollen auf der Seite sehen kann, also Inhalte die unterhalb des eigentlichen Inhaltes stehen. Diese sind aus mehreren Gründen interessant: Webseiten aus dem E-Commerce können hier weitere Produkte, Artikel oder Social Proof darstellen. Gleiches gilt für redaktionelle Seiten die „Below the Fold“ auf ähnliche Artikel oder weiterführende Informationen verlinken. Dadurch kann das Nutzerverhalten auf der Webseite positiv beeinflusst werden (längere Verweildauer, höhere Klickrate, bessere Kundenbindung,...).

## Quellen

**Google Webmaster Central Blog:** *Page layout algorithm improvement*. In: <http://googlewebmastercentral.blogspot.de/2012/01/page-layout-algorithm-improvement.html>.

**MOZ:** *Life Above and Beyond the Fold*. In: <http://moz.com/blog/life-above-and-beyond-the-fold>.

**SISTRIX:** *Google Page Layout Algorithm Update (Ads Above The Fold)*. In: <http://www.sistrix.de/frag-sistrix/google-algorithmus-aenderungen/google-page-layout-algorithm-update-ads-above-the-fold/> .