siteboosters
powered by Hertneck Marketing & Design

seonative
wir sprechen seo.

Sichtbar im mobilen Web

Die Optimierung von Websites für mobile Endgeräte

how to # 2

Die Optimierung von Websites für mobile Endgeräte

Die Anzahl der Personen, die das mobile Internet nutzt, hat sich seit 2012 nahezu verdoppelt. Waren es 2012 noch 35 Prozent, gaben 2014 69 Prozent an, per mobilem Endgerät zu surfen. Das belegt eine groß angelegte Studie von TNS Infratest, der D21-Digital-Index.[1]

Welch hohen Stellenwert das mobile Internet heute hat, untermauert eine US-amerikanische Erhebung. Danach bevorzugen 77 Prozent Tablet oder Smartphone, obwohl sie PC oder Laptop in Griffweite haben.[2]

Trotzdem ist beispielsweise als Fazit einer Studie von Absolit Schwarz Ende 2014 zu lesen, jedes zweite B2B-Unternehmen würde das mobile Web verschlafen.[3] Das Wissen darum, dass eine auf mobile Endgeräte ausgerichtete Website für das Unternehmen einen echten Mehrwert bietet, ist eben häufig noch nicht vorhanden. **Durch einen professionellen – und das bedeutet eben auch mobil optimierten Internetauftritt lädt ein Unternehmen Websitebesucher nicht nur zum Verweilen ein, sondern generiert in letzter Konsequenz damit auch Umsatz.** Immerhin verfügen bereits 36 Prozent über eine responsive Website, bei 31 Prozent ist diese in Planung. Weitere 27 Prozent bieten ihren Kunden eine spezielle Mobile Website“.[4]

[1] http://www.initiative21.de/portfolio/d21-digital-index/
[2] „Mobile Search Moments – understanding how mobile drives conversions, März 2013 https://ssl.gstatic.com/think/docs/creating-moments-that-matter_research-studies.pdf
[3] http://www.e-commerce-magazin.de/studie-jedes-zweite-b2b-unternehmen-verschlaeft-mobile-web
[4] http://www.b2b-online-monitor.de/home/, Seite 39

Argumente für eine Optimierung: diese Zahlen sprechen für sich

- 25 Prozent der Internetnutzer surfen ausschließlich auf mobilen Endgeräten.[5]
- 61 Prozent verlassen eine mobil aufgerufene Website umgehend, wenn sie sich dort nicht zurechtfinden.[6]
- 74 Prozent besuchen eine auf mobile Endgeräte optimierte Website gerne nochmal.[7]
- 44 Prozent geben an, die Navigation auf mobilen Geräten wäre häufig mühsam.[8]
- 43 Prozent besuchen eine mobile Website, die eine lange Ladezeit hat, nicht nochmal.[9]

[5] https://www.acid21.com/Files/rte/image/responsive-webdesign-design-basics.jpg
[6] http://blogs-images.forbes.com/roberthof/files/2012/09/googmobileresearch.png
[7] http://searchenginewatch.com/sew/study/2208496/72-of-consumers-want-mobilefriendly-sites-google-research
[8] https://www.acid21.com/Files/rte/image/responsive-webdesign-design-basics.jpg
[9] http://www.logosnap.com/blog/wp-content/uploads/2012/08/responsive-website-infographic.jpg

Mobil im Web: surfen unter anderen Vorzeichen

- Das **Display ist bedeutend kleiner**, vor allem bei Smartphones.
- Es wird **über den Touchscreen navigiert** und nicht per Maus.
- Mobile Endgeräte **können häufig Flash und Java nicht darstellen** – Technologien, die viele Websites im Einsatz haben.
- Die **Internetverbindung ist unterwegs meist langsamer** – zumindest solange LTE noch nicht flächendeckend verfügbar und alle Geräte dafür ausgelegt sind.

Websites planen für mobile Endgeräte: darauf kommt es an

- **Benutzerfreundlichkeit**
  Relevante Informationen müssen leicht auffindbar sein. Außerdem sollten gewünschte Aktionen problemlos ausgeführt werden können – vom Anschauen einer Bildergalerie bis zum Ausfüllen und Abschicken eines Formulars. Die Analyse des Besucherverhaltens im Vorfeld liefert hierfür wesentliche Erkenntnisse. Darauf basierend sollte optimiert werden.

- **Funktionalität schlägt Design**
  Der **schlichte Aufbau der Oberfläche und die einfache Bedienung** sollten mehr Gewicht haben als ein komplexes und damit möglicherweise verwirrendes Design. Vor allem mobile Websites werden daran gemessen, wie schnell Kunden sich zurechtfinden.

- **Ladegeschwindigkeit**
  Die **Ladegeschwindigkeit** einer mobil aufgerufenen Website ist **von zentraler Bedeutung**. Denn 74 Prozent verlassen eine Website, wenn diese nicht nach 5 Sekunden vollständig geladen hat.[10] Um die Ladegeschwindigkeit zu minimieren, wird die Größe der Seiten optimiert und beispielsweise JavaScrips ausgelagert. Bilder werden ggf. komprimiert.
  Und auch der Headerbereich ist an kleinere Displaygrößen anzupassen. Von Pop-Ups ist komplett abzuraten, da sie mobil in aller Regel nur sehr schwer zu bedienen sind.

[10] http://www.webperformancetoday.com/2011/07/20/new-findings-mobile-web-users-are-more-disappointed-than-ever/

Die Frage der Fragen: „Responsive Webdesign“ oder „Mobile Version“

Beim „Responsive Webdesign“ reagiert die Website auf das jeweilige Endgerät. Ob Smartphone, Tablet oder PC, die Ansicht passt sich den Gegebenheiten an. Denn je nach Gerät ändert sich die Anordnung und Darstellung einzelner Elemente. Außerdem werden alle Endgeräte über die eine „responsive“ Seite bedient.

Mobile Version“ – damit ist gemeint, dass parallel zur Desktop-Variante eine mobile Website aufgebaut und betrieben wird. Meistens läuft diese unter einer eigenen URL – indem beispielsweise der eigentlichen Domain mobile“ vorangestellt wird. Je nach Endgerät wird dann die eine oder andere Seite aufgerufen.

Ob eine Website im Responsive Design umgesetzt wird, oder es eine eigene mobile Version gibt, ist individuell zu entscheiden. Als **Faustformel** gilt: **Je komplexer die Anforderungen an die Desktop-Version, je eher sollte auf eine separate und vereinfachte mobile Seite gesetzt werden.**

Pro und Kontra: zwei Alternativen unter der Lupe[11]

Responsive Webdesign

Vorteile:

- Nur ein Webdesign muss verwaltet werden.
- Design und Bedienung passt sich der Display-Größe an.
- Da nur eine Domain im Einsatz ist, punktet die Responsive Website in Sachen SEO (Suchmaschinenoptimierung).
- Die Seite kann über CSS (Cascading Style Sheets) einfach angepasst werden.
- Alle Inhalte sind unter einer URL verfügbar.

Nachteile:

- Die Ladegeschwindigkeit ist oft höher bei mobilen Endgeräten.
- Die Darstellung komplexer Inhalte kann problematisch sein.
- Nehmen die Navigationsmenüs viel Platz ein, beeinträchtigt das häufig die Benutzerfreundlichkeit.
- Der Aufbau einer Responsive Website muss vor oder zeitgleich mit Desktop-Version geschehen.

[11] Vgl. http://www.selbstaendig-im-netz.de/2014/04/03/webdesign/mobile-website-version-vs-responsive-webdesign-was-ist-besser/

Mobile Version

Vorteile:

- Die Mobile Version kann optimal an die mobilen Anforderungen angepasst werden. Es sind keine Kompromisse mit der Desktop-Version erforderlich.
- Die Ladegeschwindigkeit ist meist kürzer und damit nutzerfreundlicher.
- Da Seite kann parallel zur Desktop-Version aufgebaut werden. Es ist kein Redesign notwendig.

Nachteile:

- Es entsteht doppelter Aufwand durch die Pflege zweier Seiten.
- Aufgrund der zwei verschiedenen URLs ist diese Lösung aus SEO-Sicht nicht optimal.
- Nachbearbeitungen sind aufgrund stetig neuer technischer Entwicklungen wahrscheinlich.

Mobil optimieren: Was kostet das?

Die Frage nach den Kosten ist pauschal nicht zu beantworten, hängt sie doch ab vom jeweiligen Ist-Zustand.

- Auf welchem System basiert die jetzige Seite? Welche Möglichkeiten bietet dieses für die mobile Optimierung?
- Soll die Website komplett responsive sein oder ist eine mobile Version ausreichend?
- Steht ein Redesign ins Haus und wird ohnehin eine neue Website benötigt?

Grundsätzlich ist jedem B2B-Unternehmen im ersten Schritt anzuraten, sich **mit den Nutzergewohnheiten seiner Websitebesucher** – also der Kunden und Interessenten – auseinanderzusetzen. **Daraus lässt sich dann eine angemessene Lösung für den Online-Auftritt ableiten, die auch präzise kalkuliert werden kann.**

Zum guten Schluss: Google gibt den Takt vor

Natürlich reagiert auch Google auf die rasant wachsende Bedeutung der mobilen Internet-Nutzung. Im Google Webmaster Central Blog war am 26.02.2015 zu lesen:

> Starting April 21, we will be expanding our use of mobile-friendliness as a ranking signal. [...] Consequently, users will find it easier to get relevant, high quality search results that are optimized for their devices.“ [12]

Außerdem führte Google bereits vor einiger Zeit das Merkmal „für Mobilgeräte“ ein als Orientierung für mobile Internetnutzer.[13]

Im Klartext: Ist eine Website nicht für mobile Endgeräte optimiert, führt spätestens das aktuelle Google-Update dazu, dass diese sich auf den hinteren Plätzen in den Suchmaschinenergebnissen wiederfindet. Ein außerordentlich guter Grund, endlich mobil zu machen!

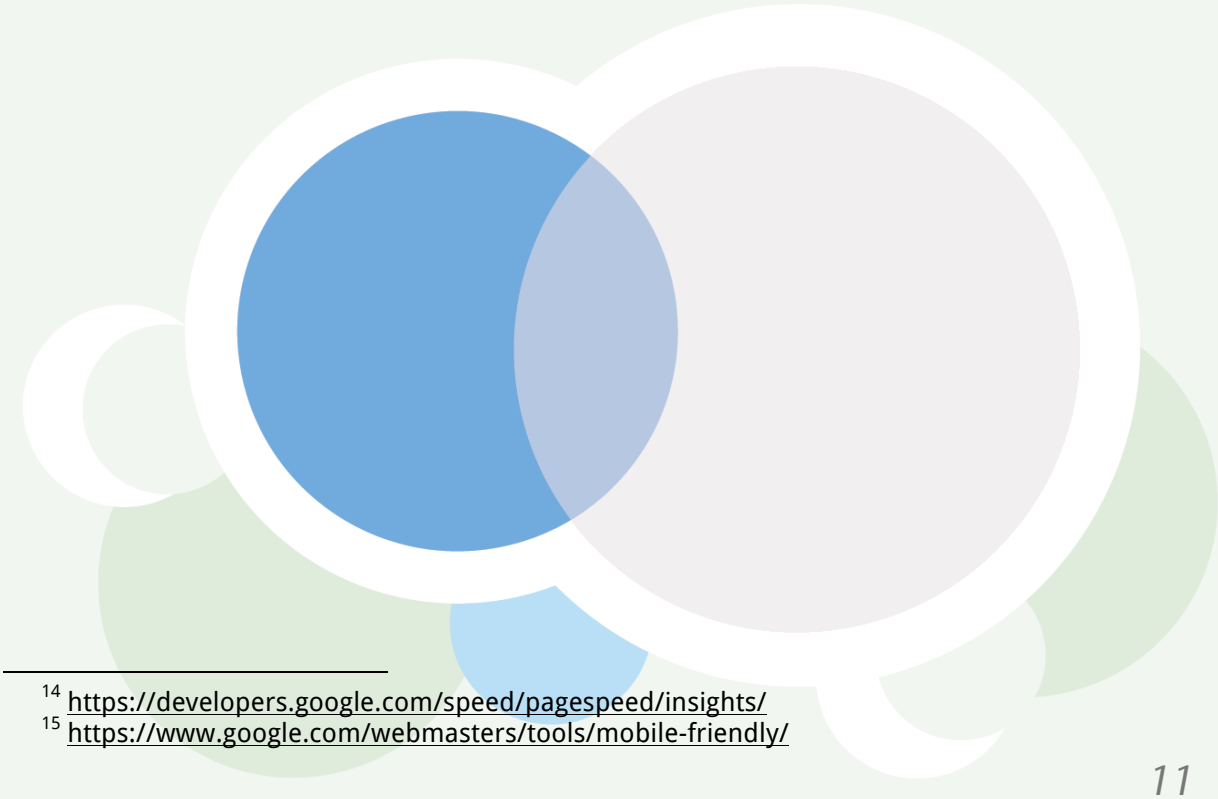
[12] http://googlewebmastercentral.blogspot.de/2015/02/finding-more-mobile-friendly-search.html
[13] http://www.seonative.de/blog/2014/12/19/mobile-website-optimierung/

Ganz konkret: Wie ist es um Ihre eigene Website bestellt?

Wer sich nun einen schnellen Eindruck verschaffen möchte vom Zustand der eigenen Seite, kann dies tun.

- Die Google-Seite **PageSpeed Insights** analysiert kostenfrei die gewünschte Website und liefert konkrete Ansatzpunkte zur **Verbesserung der Geschwindigkeit**. Dabei wird nicht nur mit „Desktop-Augen“ geprüft, sondern auch unter der Annahme der mobilen Nutzung.[14]

- Mit dem **Mobile-Friendly Test** bietet Google darüber hinaus – nach erfolgter Analyse – konkrete Handlungsempfehlungen zur Optimierung des eigenen Internetauftritts für mobile Endgeräte.[15]



[14] https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/
[15] https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/

siteboosters
powered by Hertneck Marketing & Design

seonative
wir sprechen seo.

Kostenfreie Beratung

Wie sieht er aus, Ihr Königsweg in Sachen „mobile“? Neben den technischen Gesichtspunkten untersuchen wir wesentliche Aspekte wie Positionierung, Usability, vertriebliche Nutzbarkeit und Design Ihrer Website – auf Wunsch auch Ihr SEO-Potenzial. In einem anschließenden einstündigen Beratungsgespräch zeigen wir Ihnen mögliche Herangehensweisen für eine gezielte Optimierung auf.

Jetzt anmelden

Über SiteBoosters

SiteBoosters sind die Online-Spezialisten von Hertneck Marketing & Design. Seit 20 Jahren sind wir spezialisiert auf vertrieblich ausgerichtete B2B-Kommunikation für anspruchsvolle Produkte und Leistungen.

Über seonative

seonative ist Ihr Spezialist für Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing. Wir widmen uns seit 2011 erfolgreich unseren internationalen Kundenprojekten.

Unsere Leistungsbausteine

SiteBoosters

- Onlinemarketing
- Inbound Marketing
- Content Marketing
- E-Mail-Marketing
- Websites
- Social Media

seonative

- SEO-Beratung
- Analysen
- OnPage-Optimierung
- OffPage-Optimierung
- SEM-Kampagnenmanagement
- Workshops & Schulungen

Kontakt

Phone: + 49 7159 / 80472-0
E-Mail: info@siteboosters.de
www.siteboosters.de

Phone: + 49 711 / 901157-0
E-Mail: info@seonative.de
www.seonative.de