

Mobile Webseiten und der Einfluss auf das Ranking



Die Welt des Internet wird immer mehr durch mobile Geräte geprägt. So ist es nicht verwunderlich, dass auch diese Geräte einen wachsenden Einfluss auf das Google Ranking bekommen und etliche Faktoren neu überdacht werden müssen. Durch die spezifischen Geräteeigenschaften und einen sich schnell wandelnden Markt, müssen neue Konzepte und Umsetzungen ständig angepasst werden, um weiterhin im Googleranking einen positiven Trend zu verfolgen.

Die wichtigsten Grundlagen für mobile Internetseiten

In diesem Abschnitt gehen wir auf die wichtigsten Faktoren einer mobilen Webseite ein. Ist die Webseite auf mobile Empfangsgeräte optimiert, sinken Absprungraten, die Nutzerfreundlichkeit wird erhöht und am Ende werden vor allem bei Online-Shops mehr Waren verkauft.

Design der neuen „Mobile-Site“

Sie kennen sicher das Problem der Darstellung von Seiten klassischer Machart auf dem Smartphone: Der Benutzer muss Zoomen oder scrollen bevor er etwas findet. Dieser Faktor ist nicht nur lästig für den Kunden, sondern führt zu erhöhten Absprungraten, die wiederum Einfluss auf das Ranking der Seite haben. Erhöhte Absprungraten registriert Google und wertet den Inhalt als nicht relevant. Abhilfe schafft die Programmierung der Seite durch Responsive Design. Das bedeutet, die Seite passt sich dem

Endgerät an. Dabei werden allerdings auch Inhalte, bspw. Buttons, Texte, Bilder oder Videos, nicht oder anders angezeigt als auf der klassischen Seite. Dies kann zu Verwirrung beim Nutzer führen, wenn ein Video, das auf der Seite besprochen wird, gar nicht angezeigt wird. Durch Kürzung und Anpassung des Inhaltes haben Sie Einfluss darauf, dass diese „mobile-site“ userfreundlich wird.

Die wichtigsten Faktoren im Design

Die Nutzerfreundlichkeit ist für mobile Kunden die wichtigste Voraussetzung damit sie auf der Seite bleiben. Somit sollte die Menüstruktur einfach und sehr übersichtlich gehalten werden um schnelle Informationen zu liefern. Es gibt mehrere Möglichkeiten, die je nach Inhalt der Seite besser oder schlechter sein können. Hier eine Auswahl:

– Fußnavigation: Setze die Navigation an das untere Ende der Hauptseite. Der Nutzer muss erstmal auf deine Hauptseite schauen um zu navigieren, nimmt die Infos also „zwangsweise“ auf. Natürlich sollte die Hauptseite dann nicht mit allen möglichen Infos vollgepackt werden. Sobald er auf eine Unterseite geht, kann die Navigation als Button oben auf der Unterseite verlinkt werden. Klickt man auf den Button, gelangt man automatisch auf die Menüstruktur am Fußende der Hauptseite.

– Aus horizontal wird vertikal: Das Menü der Desktop-Version wird in der mobilen Version als Buttons untereinander gelistet. Dies ist dann die Hauptseite der mobilen Version. Der Vorteil ist eine extrem übersichtliche Seite, von der aus man schnell an die wichtigen Unterseiten kommen kann. Der Nachteil ist, dass Information die in der Desktop Version auf der Hauptseite stehen, nicht angezeigt werden können.

– Drop-Down Menü: Ein aufklappbares Drop-Down Menü stellt eine weitere elegante Möglichkeit des Responsive Designs dar. Der Inhalt des Menüs wird einfach über den Inhalt der jeweiligen Seite gelegt. Der Nutzer hat damit die Freiheit schnell zwischen den Menüpunkten zu wechseln, sowie die Menüstruktur immer im Blick zu haben.

– Verkleinere die Seite: Wohl die fantasieloseste Variante, aber dennoch nützlich. Die Desktop-Version wird einfach verkleinert. Texte werden nur angerissen angezeigt, ganz lesbar sind sie erst wenn man sie anklickt. Bilder werden verkleinert oder ganz weggelassen. Die Menüstruktur wird entweder verkürzt oder vertikal angelegt.

Ein wichtiges Detail der Userfreundlichkeit, ist das leichte Auffinden der Kontaktdaten. Auch eine Click-to-call Funktion ist vom unschätzbaren Wert, um über Smartphones zusätzliches Geschäft zu generieren.

Da gerade Flashinhalte der Hauptseite auf IOS Geräten nicht genutzt werden kann, diese Geräte aber zur Zeit einen höheren Anteil als Android-Geräte aufweisen, sollte darauf verzichtet werden. Eine Möglichkeit zur html5 Programmierung könnte dabei in Betracht gezogen werden um dieses Manko auszugleichen.

Fehlerhafte Weiterleitungen der URL´s

Wer im Internet mehrere URL´s verwendet, sollte dies auch in der mobilen Welt tun. Die Verlinkung sollte zwischen der Desktop-Version und der mobilen Seite identisch sein um den Workflow des Nutzers nicht zu behindern und eine klare Struktur aufzuweisen.

Als Beispiel sollte es wie folgt aussehen:

Desktop-Version —> Mobile-Site

www.seo-küche.de —> m.seo-küche.de

www.seo-küche.de/.../seo —> m.seo-küche.de/.../seo

Fehler durch mobile Geräte

Durch die verschiedensten Ausführungen der Geräte kann es durchaus zu 404 Fehlern der Smartphone-Seite kommen, obwohl diese auf der Desktop-Version vollständig angezeigt werden. Zur Behebung dieser Fehler ist es ratsam, diese Seite auf eine andere relevante Seite der mobilen Version umzuleiten.

Page Speed

Die Aufbaugeschwindigkeit der Mobile-Site spielt eine tragende Rolle in der Bewertung durch Google. Da die Suchmaschinen erhöhten Wert auf den Nutzer legen und dieser sich an einem langsamen Aufbau stört, sollte diesem Punkt höchste Beachtung geschenkt werden.

Kleinere Bilder oder weniger Bildmaterial als auf der Desktop-Version kommen dem Page Speed erstmal entgegen. Bei der Programmierung der Mobile-Version, sollten nicht zu viele Links und Infos auf einzelne Seiten kommen. Weiterhin gibt es für verschiedene Programmiersprachen Tools, den Quellcode zu minimieren oder auf Fehler überprüfen zu lassen. Google selber stellt auch ein Tool für die Optimierung der Seitenladezeit bereit. (<https://developers.google.com/speed/pagespeed/>).

Fazit

Die Welt des Internets erstreckt sich heute bis in den mobilen Bereich. Der Marktanteil dieser Nutzungsvariante wird voraussichtlich in den kommenden Jahren stark wachsen und einen wichtigen Faktor der Umsatzgenerierung betragen. Man denke nur an Google Glass, auf dem es vermutlich einzig sinnvoll sein wird, nur noch die allerwichtigsten spezifischsten Informationen bereit zu stellen.



Aus diesem Grund ist es unerlässlich sich frühzeitig mit diesem Thema zu beschäftigen und alle Fehler einer mobilen Website auszumerzen. Eine identische Optimierung von beiden Seiten spielt dabei eine wichtige Rolle und ist für das Ranking einer Domain eine Grundvoraussetzung.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX