



Google und das mobile Web

Google setzt auf mobile Endgeräte



Bild-title: Mobile Endgeräte - Google passt Bewertungs-Algorithmen an.

Mobilfreundliche Webseiten sind klar im Vorteil

Google will seine Suchergebnisse noch benutzerfreundlicher gestalten. Dafür wird der Google –Suchalgorithmus ab dem 21.4. 2015 die Ergebnisse einer mobilen Suchanfrage anders bewerten, als die Suchanfrage an einem PC. Die weltweit angekündigte und alle Sprachen betreffende Änderung der Rankingkriterien wird dann die Mobiltauglichkeit als weiteren Faktor mit einbeziehen. Mobile Suchergebnisse sollen dadurch relevanter bezüglich der Anfragen werden. Das Endgerät mit dem der Benutzer die Anfrage stellt wird demnach das Suchergebnis maßgeblich beeinflussen.

“Consequently, users will find it easier to get relevant, high quality search results that are optimized for their devices.”

Google in seinem Webmaster Central-Blog



(Quelle: <http://www.seo-united.de/blog/seo/mobilitauglichkeit-ab-dem-21-april-auch-ein-rankingfaktor-264.htm>)

Das mobile friendly“ Label

Lange hat Google die zunehmende Bedeutung mobilfreundlicher Seiten angekündigt, zuletzt mit der Einführung des „mobile-friendly“ Labels. Damit sollte dem Smartphone-Benutzer schon in der Suchanfrage deutlich gemacht werden, welche Ergebnisse für seine Suche ohne scrollen korrekt dargestellt werden, sich also zu öffnen lohnen.

Jetzt geht Google noch einen Schritt weiter und wertet nicht „mobil-freundliche“ Seiten in der Mobilien-Suche sehr stark ab oder zeigt sie gar nicht mehr an.

Beispiel für das „mobile-friendly“-Label:

Example

<https://www.example.com/>

Mobile-friendly - This is an example of a website that is well-designed for mobile devices.

Welche Kriterien muss eine Seite erfüllen, damit sie Anspruch auf die „mobile friendly“ Auszeichnung hat?

- Vermeidung von Software, die von mobile Endgeräten nicht unterstützt wird wie zum Beispiel Flash
- Der angezeigte Schriftgröße muss ohne Zoomen lesbar sein
- Die Bildschirmdarstellung ist an die Auflösung des Endgerätes angepasst, so dass kein Scrollen oder Zoomen notwendig ist)
- Links sind so weit von einander entfernt platziert, dass sie eindeutig angeklickt werden können

Mobile Suchanfragen oft per Spracheingabe

Suchanfragen von mobilen Nutzern unterscheiden sich merklich von denen anderer Nutzer. Zum einen sind sie viel Ortsbezogener. Keywords wie „in der Nähe“, „im Umkreis“, „heute Sonderangebot“ usw. haben auf dem Smartphone eine viel höhere Bedeutung als am PC. Zum anderen erfolgt die Suchanfrage häufig über Spracherkennung. Das sind meist ganze Sätze wie: „Wo finde ich in der Nähe einen Zahnarzt?“ oder „Suche chinesisches Restaurant mit Biergarten in der Altstadt“.



Als Google seinen Suchalgorithmus 2013 um Hummingbird erweiterte, stellte sich Google damit auch auf solche längeren Keyword-Ketten ein. Hummingbird gewichtet dabei die eingegebenen Worte unterschiedlich.

In seinen Richtlinien für Webmaster bevorzugt Google deutlich **Responsive Design** gegenüber anderen Möglichkeiten mobile Endgeräte zu bedienen (zwei getrennte Domains, Subdomain, Liquid Design usw.) Warum das so ist, hängt mit den 200 verschiedenen Kriterien des Google Suchalgorithmus zusammen, bei dem diverse Faktoren eine Rolle spielen, die mit parallel betriebenen Webseiten nicht gut funktionieren würden (Linkaufbau, Social Media, Duplicated Content usw.)

Warum bringt Responsive Webdesign bei der SEO-Optimierung Vorteile?

- Duplicate Content: Responsive Design vermeidet die Gefahr Duplicate Content überhaupt erst entstehen zu lassen. Würde die mobile Seite mit einer eigenen Domain oder Subdomain betrieben, wäre Duplicate Content nur mit erheblichem redaktionellem Aufwand zu vermeiden.
 - Webseitenstärke durch eine einzige Domain: Eigener Traffic egal von welchem Endgerät und alle Social Signals werden einer einzigen Domain zugewiesen. Die Splittung dieser wichtigen Signale durch den Gebrauch mehrerer Domains wird vermieden.
 - Webautorität muss nicht erst erlangt werden für eine zweite mobile Domain. Die Responsive Seite erlangt die ganze Kraft der mitunter über Jahre erworbenen Webautorität der schon vorhandenen Seite.
- Google bewertet **Responsive Webseiten so positiv, dass dadurch sogar das Suchergebnis auf Desktop-Rechnern verbessert werden kann.**

(Quelle: <https://www.seo-nerd.de/responsive-design>)

Mit welchem Aufwand muss ich rechnen?

Die Umstellung der Webseite auf **Responsive Design** ist ein erheblicher Programmieraufwand und verursacht Kosten. Wie hoch diese sind können wir für Sie gerne in einem individuellen Angebot abklären. Ob es dabei Sinn macht, gleich die neueste Version Ihres Redaktionssystem mit aufzuspielen oder ob ein evtl. geplantes Redesign mit berücksichtigt werden soll, hängt ganz von Ihnen ab. Überlegungen, die eine Bündelung von



Arbeitsschritten ermöglichen, um mehrere Dinge gleichzeitig umzusetzen, sind auf jeden Fall von Vorteil.

Bedenkt man, dass die Zukunft des Internets mobil ist, führt an einer Umstellung im Grunde kein Weg vorbei. Derzeit ist die Anzahl der mobilen Website-Zugriffe, nahezu identisch mit denen von Desktop Rechnern. Die Tendenz ist nach wie vor steigend. Bis Ende 2015 wird es voraussichtlich mehr mobile als Desktopanfragen geben.

Die Vorteile werden Sie spüren:

- Die Benutzer werden die Mobiltauglichkeit Ihrer Webseite zu schätzen wissen und Ihre Webseite intensiver besuchen. Ein sofortiger Abbruch wegen schlechter Darstellung entfällt bei der mobilen Suche.
- Responsive Layout sorgt für geringere Absprungraten und mehr Conversions auf Ihrer Webseite.
- Die Platzierung in Googles Suchlisten verbessert sich, da Google responsive (sprich mobilfreundliche) Seiten höher bewertet als nicht responsive Seiten.

Hier können Sie testen, ob die eigene Webseite mobilfreundlich ist. Das Tool stellt Google kostenlos zur Verfügung:

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>