

Webseiten, die nicht mobil aufrufbar sind, werden neuerdings von Google im Ranking herabgestuft. Bernd Weidmann, Geschäftsführer der Gelnhäuser Webagentur "WIV GmbH", erklärt die Details im Interview.

Herr Weidmann: Was bedeutet "Responsive Design?"

Weidmann: Unter Responsive (Web)Design versteht man die Anpassung des Layouts einer Webseite an die entsprechenden Abmessungen eines Endgerätes (Smartphones, Tablets etc.). Somit wird eine Webseite auf Desktop, Tablets und Smartphones benutzerfreundlich und optimiert dargestellt.

?: Warum sollte ich "Responsive Design" einsetzen?

Weidmann: Die Zukunft liegt in tragbaren Geräten wie Smartphones und Tablets. Bereits heute werden mehr Suchabfragen auf Google über mobile Endgeräte gestellt als über einen Desktop-PC! Erfahrungsgemäß werden Transaktionen (Buchungen, Käufe und Anfragen) oft mobil recherchiert und dann am PC finalisiert. Das heißt: Wer in dieser Phase der Entscheidungsfindung keine optimale Präsenz auf mobilen Endgeräten hat, fällt bereits durch das Raster!

?: Was sind die Kriterien für eine "mobile-friendly" Webseite?

Weidmann: Vermeiden Sie Anwendungen wie Flash, welche auf Mobilgeräten nicht funktionieren. Des Weiteren sollte die zu übertragende Datenmenge möglichst klein sein, damit Ihre Seite geringe Ladezeiten hat. Links, Bilder, Texte und

sonstige Elemente (Telefonhörer oder Mailbutton) Ihrer Webseite sollten für den Benutzer einfach verständlich und bedienbar sein. Dies heißt zum Beispiel, dass Links eine genügend große Fläche zum Anklicken bieten. Da der User auf den Smartphone in der Regel wenig Zeit hat, sollten die Inhalte eher kurz und knapp gehalten werden. Auch die Navigation kann sich durchaus von der auf dem PC unterscheiden. Passen Sie daher das Menü dem Endgerät an. So können Team- oder Wegbeschreibung durchaus eine der wichtigsten Menüpunkte auf dem Handy sein, da diese Nutzer oft nach Ansprechpartnern und Anfahrtsbeschreibungen suchen.

Wichtige Herausforderung für alle Unternehmen, die online gefunden werden wollen: Das Internet wird mobiler.

?: Wo kann man testen, ob meine Webseite "mobile-friendly" ist? Weidmann: Google bietet die Möglichkeit über den "Leitfaden für Mobilgeräte" (https://www.google.de/webmasters/ tools/mobile-friendly/) seine Webseite auf ihre Mobilfähigkeit zu testen. Der Test zeigt Fehler und Optimierungshinweise an. Auch zum Thema Benutzerfreundlichkeit.

?: Wie hat sich das Ranking der mobilen Suche von Google geändert? Weidmann: Seit Ende April 2015 ist die Mobilfreundlichkeit von Webseiten ein neuer und wichtiger Rankingfaktor. Laut Google werden Webseiten, die mobil optimiert wurden, ausschließlich auf dem Smartphone besser gerankt und mit dem Hinweis "Für Mobilgeräte" ausgezeichnet. Laut aktuellen Erkenntnissen hat Google die Ankündigung nicht so "hart" durchgezogen wie angekündigt. Dennoch sind Auswirkungen deutlich erkennbar und Google wird den Rankingfaktor "Mobile" weiter stark gewichten.

?: Was kostet eine Umstellung? Weidmann: Die Kosten sind wie immer abhängig von den Anforderungen. So kann man bei kleinen Webseiten bis zu 20 Seiten und wenig technischen Anforderungen mit einem Aufwand von ein bis drei Tagessätzen und circa 500 bis 1.500 € rechnen. Größere Webseiten oder Onlineshops mit zusätzlichen Anforderungen wie Buchungsmöglichkeiten oder Bestellprozesse müssen dagegen meist fünfstellige Beträge investieren. Da man in der Regel nicht auf hunderte von mobilen



Das Interview mit Bernd Weidmann führte Melissa Noll, IHK Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern.

Endgeräten optimieren kann, sollte man sich auf die Typen konzentrieren, die aktuell den höchsten Nutzungsgrad aufweisen.

?: Lohnt sich die Umstellung auf "Responsive Design" trotz der Kosten? Weidmann: Checken Sie Ihr Statistikprogramm und stellen Sie fest wie viele Ihrer Besucher heute schon per Tablet und Smartphone auf Ihre Webseite zugreifen. Sollten die mobilen Zugriffe bei unter zehn Prozent liegen, haben Sie keinen akuten Handlungsbedarf. Falls diese User aber Transaktionen (Buchungen, Käufe und Anfragen) vorbereiten und abschließen, sollten Sie aktiv werden. Erfahrungsgemäß stellen aktuell eher Webseiten im B2C Bereich um, da der Endverbraucher als Kunde oft mobile aktiver ist als der Geschäftskunde (B2B). Klar ist aber auch, wer jetzt aktiv wird, unabhängig von der Zielgruppe, erzielt definitiv einen Wettbewerbsvorteil.

?: Was sind die häufigsten Fehler bei der Umsetzung?

Weidmann: Der größte Fehler ist die 1:1 Umsetzung der Struktur und Inhalte von der "normalen" Webseite auf das mobile Endgerät. Der Nutzer auf dem Smartphone hat wenig Zeit, oft eine schlechte Verbindung und achtet auch auf die Kosten. Um diesem Nutzer das bestmöglichste Nutzererlebnis zu bieten, sollten die Inhalte schnell laden und die Menüstruktur exakt auf seine jetzige Situation angepasst werden. Große Bilder oder zum Beispiel eingebundene Videos sollten reduziert oder erst bei Klick nachgeladen werden. Skripte und CSS-Dateien gerne auf ein Minimum reduzieren und einer Komprimierung unterziehen. Vermeiden Sie auch Downloads wie PDFs oder ähnliche Formate. POP Ups und ewig lange Texte sind ebenfalls ein "Killer" und verschrecken den mobilen User. Eine fehlende und einfach zu bedienende Call-to Aktion (Anruffunktion, E-Mail und Routenplaner) sollte nie fehlen!

! Vielen Dank, Herr Weidmann!