

GOOGLE MOBILE: WAS BEDEUTET DER MOBILE-FIRST-INDEX FÜR MEINE WEBSITE?

Veröffentlicht am 23. November 2017 von jkonrad



Responsive Design für Google mobile

Im Oktober 2016 kündigte Google an, seinen **Hauptindex** zu ändern – jetzt ist **Mobile First** ein Muss. Bisher rankte Google Websites anhand der Desktop-Version, doch jetzt orientiert sich das allgemeine Google-Ranking an der **Qualität der mobilen Seite**. Was musst Du von nun an beachten? Wir klären die wichtigsten Fragen.

ÜBERSICHT

- [Was bedeutet Mobile First?](#)
- [Was hat sich geändert?](#)
- [Worauf achtet Google?](#)

- [Muss der Inhalt der mobilen Version der selbe sein?](#)
- [Was passiert mit Websites, die es nicht in einer mobilen Version gibt?](#)
- [Welche Vorteile ergeben sich?](#)
- [Responsive Design - jetzt handeln!](#)
- [Wurde meine Seite schon in den Mobile-First-Index aufgenommen?](#)
- [Ranking-Bonus](#)
- [Zusammenfassung](#)

Der **Google-Algorithmus** indexierte bisher in erster Linie die Desktop-Version einer Website, danach prüfte er, ob dazu auch eine mobile Version existiert. Stichwort: **Responsive Webdesign**-Dies bedeutet, dass Deine Website (beziehungsweise Layout) für die Verwendung auf mobilen Endgeräten programmiert ist. Der Google Index orientiert sich jetzt zuerst an der mobilen Website-Version. Die ersten Websites wurden bereits nach den Mobile SEO-Faktoren (SEO = Suchmaschinenoptimierung) optimiert. Ist Deine Website noch nicht responsive, wirst Du nicht automatisch im Ranking fallen. Jedoch solltest Du Dich **jetzt vorbereiten**, damit Dich der Mobile-First-Index nicht unerwartet trifft und Deine Website im Google Ranking nicht mehr auf den oberen Plätzen zu finden ist.

In den letzten Jahren stiegen die Suchanfragen bei Google über mobile Endgeräte rasant an – 2015 lag der [Anteil von mobilen Anfragen erstmals über den Desktop-Anfragen](#). 2017 lag der Anteil schon bei ca. 57 % und es werden sich in den nächsten Jahren voraussichtlich immer mehr Nutzer vorwiegend mobil informieren. Mit Mobilgeräten sind hier ausschließlich Smartphones gemeint, da Geräte wie Tablets wegen des größeren Bildschirms eher wie Laptops funktionieren. So dürfte es niemanden überraschen, dass Google auf diese Entwicklung reagiert und sich mit einer **Verbesserung der mobilen Suche** beschäftigt. Dies hat natürlich zur Folge, dass Webseiten vorwiegend nun bestimmten mobilen SEO-Faktoren entsprechen müssen. Dazu gleich mehr.

WAS BEDEUTET MOBILE FIRST?

Üblicherweise konzipieren Webdesigner und Programmierer eine Website für die Desktopdarstellung. Diese beinhalten dann umfangreiche Funktionen und Grafiken, die auf großen Bildschirmen funktional und gut darstellbar sind. Erst nach diesem Schritt wird auch eine mobile Version der Website gebaut, bei dem weniger Inhalt und weniger Grafiken zu finden sind, um die **Ladezeiten** (Pagespeed) -eines der wichtigsten SEO-Kriterien - zu verkürzen und Nutzer nicht mit zu viel Text auf kleinem Bildschirm abzuschrecken. Diese Design- und Content-Optimierung für die passende Darstellung auf verschiedenen Geräten wird als **Responsive Webdesign** bezeichnet und ist Teil der Suchmaschinenoptimierung (SEO).

Der mobile first Ansatz ist das Gegenstück dazu: hier wird zuerst die mobile Version in optimaler Form und nach den entsprechenden SEO-Anforderungen gebaut. Optimal bedeutet, dass ein mobiles User Experience (Nutzererlebnis) geboten und trotzdem sichergestellt wird, dass die Seite bestens zu bedienen ist (Usability) und eine gute Informationsstruktur hat, in der User sofort finden, wonach sie suchen. Erst danach wird sich auf eine Desktop-Version konzentriert.

Der Mobile-First-Index von Google will das jetzt belohnen, damit mobile Websites SEO-optimiert werden und für die User **intuitiv** zu bedienen sind – ohne viel Ladezeiten oder schlecht dargestellte Inhalte.



Responsive Webdesign am Beispiel der Website unseres Partners Pegels&Partner

WAS HAT SICH GEÄNDERT?

Bisher stufte Google alle Websites nach ihrer Desktop-Version ein. Da nun in Zukunft „Mobile First“ gelten soll, zieht die Google Suchmaschine mobile Versionen vor.

Google nutzt also die **Inhalte Deiner mobilen Version**, um Deine Seite zu ranken. Dieses Ranking gilt dann sowohl für die mobile als auch für die Desktop-Version. Wird Deine Seite für mobile Geräte von Google gut gerankt, dann hilft Dir das auch in der Desktop Darstellung.

Für Apps wie YouTube hat diese Umstellung keine Auswirkungen, da eine App unabhängig von einer Desktop-Version funktioniert und somit nicht in den Google Ergebnissen gerankt wird. Es handelt sich dabei um eine Anwendung (english: app, application), die als Software auf das Smartphone heruntergeladen und nicht als Ergebnis einer Suchanfrage bei Google angezeigt wird.

WORAUF ACHTET GOOGLE?

In einer mobilen Version liegt die Herausforderung darin, den Content auf einem kleinen Bildschirm gut darzustellen. User sollen nicht ewig scrollen oder zoomen müssen, um den gesamten Inhalt sehen zu können. Das gilt auch für Videos, die Du zum Beispiel von YouTube eingebunden hast. Diese sind in der Regel recht groß und verursachen lange Ladezeiten – vor allem dann, wenn User mit dem Smartphone unterwegs sind und kein Datenvolumen mehr zur Verfügung oder schlechtes Netz haben.

Schaltflächen müssen funktionieren und die Nutzung sollte intuitiv erfolgen – der User soll ein möglichst gutes **Nutzererlebnis** (User Experience) haben. Wichtig ist hierbei ein **Responsive Webdesign** – Layout und Content passen sich hierbei auf die jeweilige Bildschirmgröße an. Darüber hinaus sollte die Ladezeit so kurz wie möglich gehalten werden – sonst verlassen User die Seite und besorgen sich ihre Informationen woanders. Zudem erhöht sich so Deine Absprungrate, was sich ebenfalls negativ auf Dein Ranking auswirkt.

MUSS DER INHALT DER MOBILEN VERSION DER SELBE SEIN?

Gibt es Deine Website sowohl in einer Desktop als auch in einer gesonderten mobilen Version ist es wichtig, dass neben dem Layout auch **der Content und die verlinkten Inhalte** gleich sind. Nur so kann Google feststellen, dass diese beiden Seiten zusammengehören und diese entsprechend im Index aufnehmen.

Auf der einen Seite hast Du die Möglichkeit, eine separate mobile Website zu erstellen. Hier musst Du allerdings beachten, dass Du dann auch zwei Seiten hast, bei denen Du **Content pflegen** musst – Du machst Dir also doppelte Arbeit. Ist auf Deiner mobilen Website weniger Inhalt als in der

Desktop-Version, indexiert Google nur diese Seite.

Daher empfiehlt es sich, auf ein **Responsive Webdesign** zu setzen. So sparst Du Dir Arbeit und es wird sichergestellt, dass der Inhalt zur Desktop-Version der selbe ist und responsive dargestellt wird. – zusätzlich gehst Du kein Risiko ein, von Google schlecht eingestuft zu werden.

WAS PASSIERT MIT WEBSITES, DIE ES NICHT IN EINER MOBILEN VERSION GIBT?

Keine Sorge – Websites, die nicht in einer mobilen Version verfügbar sind, werden nicht automatisch aus dem **Google Index** ausgeschlossen. Dann indexiert Google weiterhin die **Desktop-Version**. Der Desktop Index wird allerdings nicht so aktuell sein wie der mobile Index. Die mobile Seite wird beim **Crawling** - d.h. Suchmaschinen Robots werten Websites aus und nehmen diese in den Index auf - also definitiv in den Fokus gesetzt.

Hinzu kommt, dass die User mittlerweile an eine komfortable Bedienung mobiler Seiten gewohnt sind – als Website-Betreiber solltest Du dort mitziehen. Selbst wenn der User Deine Website gezielt ansteuert, wird er schnell von einer nicht responsiven Seite genervt sein und sie verlassen. Das bringt uns zur nächsten Frage:

WELCHE VORTEILE ERGEBEN SICH?

Neben einem besseren Google-Ranking und somit auch der **Auffindbarkeit** Deiner Website ergeben sich auch für die Nutzer und wiederum auch für Dich weitere Vorteile.

Gelangen potenzielle Nutzer per Smartphone über Google auf Deine Website, sollen sie dort möglichst viel Zeit verbringen und Dich im Optimalfall kontaktieren. Finden sie sich dort nicht zurecht, müssen sie lange warten bis Inhalte geladen werden oder ständig zoomen um einen Text zu lesen, - Stichwort: Responsive Webdesign und Mobile SEO - werden sie schnell wegklicken und sich Informationen auf anderen Seiten besorgen.

Da die meisten **Suchanfragen mobil** gestellt werden ist es also auch für Dich von Vorteil, wenn Deine Interessenten Deinen Content gut dargestellt und verständlich lesen können – vor allem, wenn es unterwegs mit dem Smartphone mal schnell gehen muss.

RESPONSIVE DESIGN – JETZT HANDELN!

Bereits im Oktober 2016 kündigte Google an, dass der mobile Index den bisherigen Desktop Index als **Hauptindex** ersetzen solle. Nachdem es zuerst hieß, dass 2017 bereits getrennte Suchergebnisse zwischen mobile und Desktop zu finden seien, rückte der Termin bis weit ins Jahr 2018. Jetzt hat Google den Mobile-First-Index offiziell ausgerollt und erste Websites wurden umgezogen.

Spätestens jetzt ist es also Zeit, bei der eigenen Website auf das **Responsive Design** zu setzen.

KURZER EXKURS:

Mithilfe von **HTML5** und **CSS (CSS Media Queries)** können Inhalte auf einer Website responsive dargestellt werden. Das Layout beziehungsweise Design wird dabei so flexibel gestaltet, dass auch Smartphone Usern eine gute Benutzerfreundlichkeit geboten wird. Wichtig dabei ist, dass der Inhalt schnell geladen und von Usern gut aufgenommen werden kann.

Was sind **CSS Media Queries**? Bei CSS Media Queries handelt es sich um Medienabfragen, die die Darstellung eines Dokuments für verschiedene Ausgabemedien festlegen. Dabei geht es nicht um unterschiedliche Browser, sondern die CSS Queries ermitteln den Medientyp – also ob es sich zum Beispiel um einen Desktop oder ein Smartphone handelt.

Unter Responsive Design kann auch „reagierendes Design“ verstanden werden. Denn Inhalte im Responsive Design passen sich der Bildschirmgröße des mobilen Geräts an.

WURDE MEINE SEITE SCHON IN DEN MOBILE-FIRST-INDEX AUFGENOMMEN?

Alle Websites, die es bereits in den Mobile-First-Index geschafft haben, werden über die **Google Search Console** benachrichtigt. Doch auch wenn Deine Seite noch nicht dabei ist, solltest Du jetzt handeln und Deine Website dem Responsive Webdesign anpassen.

Um zu testen, ob Deine Website schon responsive ist und damit den Anforderungen von Google entspricht, kannst Du [unter diesem Link in der Search Console](#) ganz einfach testen.

Deine Website ist nicht responsive? Ruf uns gerne an! Als Responsive Design-Experten helfen wir

Dir dabei, dass Du Deine gute Google Position nicht verlierst!

[Kontakt aufnehmen](#)

WICHTIGE SCHRITTE

- Umstellung auf Responsive Design
- nutzerfreundliche Darstellung auf mobilen Geräten
- gleichen Content für Desktop und mobile sicherstellen
- Erfolg mit Google Search Console Tool testen

RANKING-BONUS

Suchergebnisse spielen oft vor allem lokal eine große Rolle – zum Beispiel bei einer mobilen Suche nach einem Restaurant in der Nähe. Soll es hier schnell gehen, sind User eher geneigt sich Websites anzuschauen, die auf dem Smartphone gut bedienbar sind. Spricht hier schon die Website nicht an, wird auch wohl kaum einer das Lokal zu diesem Zeitpunkt aufsuchen.

Innerhalb der letzten Jahre hat Google zahlreiche weitere [Änderungen](#) in diesem Bereich eingeführt. 2014 war es der „**Mobile-Friendly-Tag**“, der Usern in den mobilen Suchergebnissen angezeigt hat, ob die entsprechende Website auf dem Smartphone kompatibel dargestellt wird. Ein Jahr später erhielten alle responsive-optimierten Websites einen **Ranking-Bonus** von Google. Seit 2016 stellt Google ein [Testing-Tool](#) bereit, das es Website-Betreiber erlaubt zu testen, ob die eigene Website mobile- beziehungsweise responsive-freundlich dargestellt wird.

VORTEILE EINER WEBSITE IM RESPONSIVE DESIGN

- Ranking-Bonus durch Google
- Höhere Nutzerfreundlichkeit
- bessere User Experience
- mehr potenzielle Kunden

ZUSAMMENFASSUNG

Google rankt Websites nicht mehr nach ihrer Desktop-Version, sondern zunehmend nach ihrer **mobilen Version**. Einige Websites sind bereits im Mobile-First-Index aufgenommen und wurden nach den Mobile SEO-Faktoren für Content sowie Webdesign optimiert und ranken dahe rgemäß ihrer mobilen Version. Für Webseitenbetreiber, die ihre Seite noch nicht dem **Responsive Design** angepasst haben, wird es jetzt Zeit. Zwar werden diese Webseiten nicht aus dem Index ausgeschlossen, der Fokus liegt jedoch zukünftig auf dem Crawling der mobilen Seite und verschafft Dir **Ranking-Vorteile** innerhalb der Google Ergebnisse.

Ob Du bereits im Mobile-First-Index aufgenommen wurdest, kannst Du in der Google Search Console ermitteln. Ist das noch nicht der Fall, solltest Du dennoch vorbereitet sein und Deine Seite responsiv gestalten.

Deine Website gibt es noch nicht in einer mobilen Version? Um Dein Google Ranking zu verbessern und Deinen Nutzern eine bessere User Experience anzubieten, sind Responsive Webdesign und Mobile Suchmaschinenoptimierung (SEO) unabdingbar. Gerne unterstützen wir Dich dabei, Deine Website zu responsivieren und für die Darstellung auf Smartphones zu optimieren. Nimm jetzt [Kontakt](#) zu uns auf! Ob telefonisch, per E-Mail oder über unser Kontaktformular – unsere Online Marketing- und SEO-Experten beraten Dich gerne!

[Kontakt aufnehmen](#)