

MOBILE FIRST INDEX – GOOGLE STELLT JETZT VOLLSTÄNDIG UM



Veröffentlicht am 2. Juli 2020 von Karishma

An alle Webseitenbetreiber: Der Mobile First Index ist ab jetzt Standard. Wir erklären, was genau das für Dich bedeutet.

Die mobile Optimierung von Webseiten war schon immer ein **wichtiger Ranking-Faktor** für Google. Nun hat die größte und beliebteste Suchmaschine vollständig umgestellt: Für die Indexierung von Internetseiten wird **vorrangig** die mobile Version herangezogen – nicht mehr die Desktop-Version. Was genau das für Deine Webseite bedeutet, erklären wir Dir jetzt.

WAS GENAU HEISST MOBILE FIRST INDEX?

Jeden Tag werden unzählige neue Webseiten online gestellt, die von Google bewertet werden. Sogenannte Bots bzw. [Crawler](#) lesen diese aus und nehmen sie in den Google Index auf. Damals diente die Desktop Darstellung der Webseite als Basis der Auswertung und Indexierung.

Die mobile Suche nimmt immer mehr zu: **77% aller Suchanfragen erfolgen über mobile Endgeräte**, so stellt [Google](#) klar. Ob auf der Arbeit oder Zuhause: Zu mobilen Geräten (Smartphone, Tablet) wird schneller gegriffen, auch wenn sich an diesen Orten Computer befinden. Auf den wachsenden Trend der mobilen Suche reagiert die Suchmaschine nun und bewertet Webseiten **ausschließlich anhand der mobilen Version**. Der Mobile First Index wird somit zum Standard bei der Indexierung von Seiten. Daher solltest Du der mobilen Version Deiner Internetseite besonderes Augenmerk schenken.

In unserem Blog „[Google Mobile: Was bedeutet der Mobile-First-Index für meine Website?](#)“ haben

wir Dir ausführliche Informationen rund um das Thema Mobile First Index zusammengestellt.

MOBILE OPTIMIERUNG – WAS DU BEACHTEN SOLLTEST

RESPONSIVE WEBDESIGN: EINE SEITE FÜR ALLE

In der Vergangenheit konzentrierten sich Webseitenbetreiber und Suchmaschinen auf die Optimierung und Funktionalität der Desktop-Version von Seiten. Layouts und Webdesign wurden entsprechend der idealen Nutzung auf dem Desktop erstellt. Mit der immer stärker werdenden Relevanz der mobilen Suche mit Smartphone & Co. erkannte Google, dass es Zeit für eine Veränderung war. Was folgte, war, dass Webseiten ohne mobile Version ihr Ranking verloren und schlechter bewertet wurden. Um dies zu vermeiden, ist **Responsive Webdesign** die Lösung. Mithilfe von HTML5 und CSS (CSS Media Queries) wird die Webseite **auf die geringe Bildschirmgröße** von mobilen Endgeräten **angepasst**. Zu kleine Schrift, abgeschnittene Bilder, lange Ladezeit und andere Nutzungseinschränkungen werden dadurch verhindert und **hohe Benutzerfreundlichkeit** gesichert – So sind nicht nur User, sondern auch Suchmaschinen zufrieden.

Du weißt nicht, ob Deine Webseite mobile friendly ist? Die Suchmaschine bietet Dir dafür ein [Testing-Tool](#) an. Einfach die URL eingeben und Google analysiert Deine Webseite.



Responsive Webdesign: Beispiel an unserem Kunden [Pegels & Partner](#)

MOBILE USABILITY FÜR INTUITIVE BEDIENUNG

Wir haben es bereits angesprochen: Die **Benutzerfreundlichkeit – Das A und O** für hohes Nutzererlebnis (**User Experience**), geringe Absprungraten und gute Performance von Webseiten. Aufgrund der kleinen Bildschirme von mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets sollte der Inhalt bzw. Content von Webseiten übersichtlich und häppchenweise dargestellt werden. Muss der User ewig lange scrollen, um gewünschte Informationen zu erhalten oder dem Meer an Text zu entfliehen, wird dieser die Seite sehr wahrscheinlich schnell verlassen. Da man mit den Fingern weniger präzise klicken kann als mit der Maus, sollten anklickbare Buttons und Elemente ausreichend groß gestaltet und weit voneinander entfernt platziert sein. Liegen diese zu nah beieinander, wird es ein sehr frustrierender Akt für den User. Gut leserliche Schrift, intuitive und funktionale Navigation sind weitere Faktoren, die in die Usability einfließen und bei dem Responsive Design Deiner Webseite unbedingt beachtet werden sollten.

LADEZEIT OPTIMIEREN

Unter dem Deckmantel „Mobile Usability“ versteckt sich auch die Ladezeit von mobilen Webseiten. **Zeit ist Geld:** Lädt die Seite zu langsam, springen Nutzer ab. 3 Sekunden sind schon ausschlaggebend - wenn sich die Seite in dieser kurzen Zeit nicht vollständig aufgebaut hat, ist der Frust groß und das X zum Schließen der Seite verlockend. **Häufiger Grund** für lange Ladezeiten ist die **Dateigröße** von Bildern, Videos oder Skripten, z.B. JavaScripts. Mit dem Tool [Google PageSpeed Insights](#) kannst Du die Ladezeit (Pagespeed) Deiner Webseite testen und erhältst einen aussagekräftigen Bericht, um entsprechende Maßnahmen zur Optimierung abzuleiten.

STRUKTURIERTE DATEN: GOOGLE BRAUCHT STRUKTUREN

Damit der Google Bot den Inhalt Deiner Webseite leichter auslesen und zuordnen kann, solltest Du strukturierte Daten verwenden. Dabei handelt es sich um Markups, die Du mithilfe des Tools [schema.org](#) im Code Deiner Seite hinterlegst. So gibst Du Google klare Informationen zu Aufbau und Content Deiner Webseite.

SEO: KEYWORDS FOR THE WIN

Für ein Top-Ranking sind **Keywords** unverzichtbar. In unserem Blogbeitrag „[Kostenlose Tools für die Keyword Recherche](#)“ stellen wir Dir **die besten Tools** vor, um die richtigen Schlüsselbegriffe für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) Deiner Webseite zu finden. Bei der mobilen Suche wird oftmals nach **Begriffen mit lokalem Bezug** gesucht (z.B. „Friseur Düsseldorf Bilk“), da sich User über Smartphones direkt mit einem Klick dorthin navigieren lassen können. Daher solltest Du diese bei Deiner Keyword Analyse berücksichtigen. Generell ist es wichtig, die [Suchintention](#) Deiner Zielgruppe zu verstehen, um die richtigen Inhalte und Antworten liefern zu können.

Die häufige Verwendung der relevanten Suchbegriffe in Deinen Texten signalisiert Google die Bedeutung Deiner Webseite zu dieser Suchanfrage und erhöht so Deine Chance auf ein gutes Ranking in den Suchergebnissen. Deine **Online Sichtbarkeit** wird gesteigert und User werden auf Deine Webseite aufmerksam. Dies wiederum gibt Google **wichtige Nutzersignale** weiter, die Deine Platzierung positiv beeinflussen. Win-win für alle.

Zur SEO zählen neben Keywords **weitere OnPage und OffPage Maßnahmen**, die Du unbedingt beachten solltest. Mehr dazu kannst Du in unserem Beitrag „[OnPage- und OffPage Optimierung](#)“ nachlesen.

MOBILE FIRST INDEX – FAZIT

Die Umstellung der Indexierungsart von Google bedeutet für Webseitenbetreiber, den **Fokus auf die mobile Version** ihrer Webseite zu legen. Ist die Darstellung nicht optimal für mobile Endgeräte, kann dies zu schwerwiegenden Problemen führen, wie Abstufung und Verlust von Sichtbarkeit in den Suchergebnisleisten (SERPs). Prüfe daher unbedingt, ob Deine Webseite mobile friendly ist. Achte auf die wichtigen SEO-Faktoren **Responsive Design, Pagespeed, Usability und strukturierte Daten** und optimiere Deine Inhalte auf **relevante Keywords**. Ist Deine Webseite auf mobile Geräte wie Smartphones optimiert, solltest Du die **Performance** im Blick behalten – Suchmaschinenrankings fluktuieren, der Google Algorithmus entwickelt sich immer weiter und auch die Nutzerintention verändert sich mit der Zeit. Suchte man damals nach Geschäften in der Nähe, werden nun Online Kaufoptionen interessanter.

Hast Du noch Fragen zum Mobile First Index oder zur mobilen Optimierung für Smartphones und andere mobile Geräte? Benötigst Du ein Responsive Design für Deine Webseite? Wir helfen Dir gerne weiter – Meld' Dich einfach bei uns.