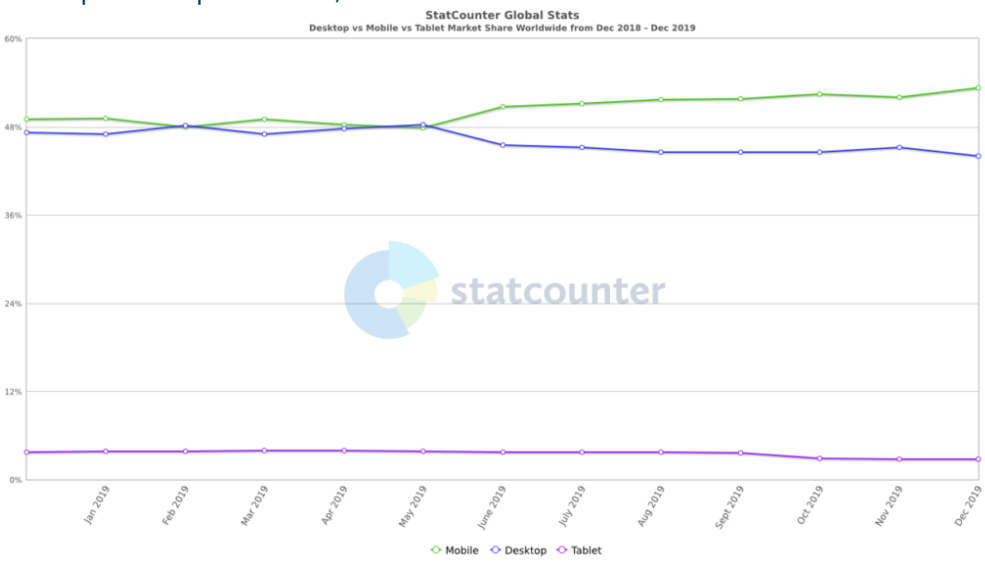
Mobile First

Stand: 28.02.2025

Der Ansatz Mobile First gewinnt seit einigen Jahren immer stärker an Bedeutung. Mehr als 90 Prozent aller Internetbesucher surfen bereits unterwegs und ohne stationären Netzanschluss. Die mobile Internetnutzung wächst zusehends und eine Webseite, die nicht für mobile Endgeräte wie Tablets oder Smartphones optimiert ist, ist kaum noch vorstellbar.



Ob im Bus, im Zug oder beim Stadtbummel — **Informationen wollen schnell, regional und schonend für das Datenvolumen abgerufen werden**. Die Nutzer freut es, ist doch der Mobile First Ansatz höchst komfortabel und ein wichtiger Schritt für eine maximale User Experience.

Definition Mobile First

Der Denkansatz Mobile First ist zwar ein Rankingkriterium für die Suchmaschinenoptimierung, findet jedoch seinen ersten Ursprung im Webdesign. Dabei werden **neue Webseiten zuerst für die mobile Darstellung entwickelt, um anschließend Optimierungen für größere Bildschirme vorzunehmen**. Mit dem Mobile First arbeiten sich Entwickler von der kleinsten Bildschirmgröße zur größten Layout-Version vor. Inhalte – Texte, Bilder und Grafiken – werden dabei so optimiert, dass kein Qualitätsverlust entsteht.
Durch Webseiten, die nach dem Mobile First Ansatz entstehen und im World Wide Web responsiv abrufbar sind, steigen nicht nur die Chancen auf ein besseres Ranking in den Suchmaschinen, auch der Traffic wird sich signifikant zum Positiven verändern. Viel mehr Nutzer haben nun die Möglichkeit, auf Ihre einzigartigen Inhalte zurückzugreifen.

Darum wurde Mobile First so bedeutsam

Zu einem Umdenken wurden Webentwickler und Webseitenbetreiber vor einigen Jahren gezwungen. Mit der vierten Mobilfunkgeneration und der Einführung von LTE im Jahr 2014 wurden mobile Datenverbindungen für Jedermann attraktiver. Mobilfunkanbieter versprachen größere Volumenpakete und die Nutzung an sich wurde schneller. Das stationäre Internet verlor langsam an Attraktivität, denn mit dem mobilen Internet waren die Nutzer jederzeit und an jedem Ort informiert und erreichbar.
Wurden zu Beginn des Siegeszuges des Internets noch die Webseiten ausschließlich für Desktop entwickelt und langsam nachträglich für mobile Endgeräte angepasst, mussten die Webdesigner nun eine andere Strategie verfolgen. Denn 90 Prozent aller Nutzer können nicht irren. Mobiles Internet ist mittlerweile unverzichtbar. Anfangs begann man damit, die Webseiten für die mobile Usability zu optimieren und responsive Designs zu integrieren. Die Vorgehensweise wandelte sich zusehends und **Mobile First löste die Responsivität ab**.

Das Prinzip von Mobile First

Früher entstanden Webseiten für die Desktop-Variante. Texte, Grafiken oder Bilder wurden dabei so gewählt, dass sie auch auf unterschiedlichen stationären Monitor fehlerfrei darstellbar sind. Man könnte es als den Beginn der responsiven Designs bezeichnen. Spätestens mit dem Einzug von Smartphones und Tablets wurden die meisten Webseiten nachträglich optimiert. Mit der wachsenden und veränderten Nutzung war dieser Ansatz jedoch nicht mehr zeitgemäß und Webentwickler mussten andere Wege finden, um hohen Traffic und gewinnbringende Conversions zu erzielen.



2014 implementierte Google zudem ein Update, bei dem verstärkt der Mobile First Ansatz in den Fokus geriet. Durch eine Algorithmus-Änderung crawlt der Bot sich nun zuerst durch die mobilen Webseiten und zieht sich dabei alle relevanten Informationen zur Indexierung. Das dynamische Design reichte nicht länger aus, da es die Webseite in einer nahezu endlosen Länge anzeigte. Im ersten Schritt entschieden sich Entwickler nun dazu, die mobile Webseite zu entschlacken, Inhalte zu kürzen und teilweise auf grafische Elemente zu verzichten.
Google gefiel dieser Ansatz gar nicht, der Nutzer wurde ebenfalls mit der User Experience unzufrieden. Also mussten die Struktur und die Herangehensweise an Programmierer grundlegend geändert werden. Mobile First war geboren. Hierbei entstand eine Webseite zuerst für mobile Endgeräte, die Inhalte wurde auf kleinere Bildschirme angepasst. Die meist schlanke Struktur lässt sich so besser erweitern.

Zusammenfassung: Die Möglichkeiten der Webentwicklung

Mobile First ist längst nicht mehr nur eine hohle Phrase, sondern wird für Webseiten aller Art – B2B und B2C – genutzt. Als weitere Optionen stehen für die Programmierung weitere Designs zur Verfügung.

Mobile First

Webseiten werden **zuerst für die mobilen Endgeräte entworfen und von der kleinsten zur größten Bildschirmgröße angepasst**. Dabei können auch die Inhalte variabel gestaltet werden. Desktop-Nutzer sehen dabei jedoch deutlich abgespeckte Webseiten und vermissen möglicherweise relevante Inhalte.

Desktop First

Mit Hilfe von responsivem Webdesign werden **zuerst die Webseiten für die Desktop-Nutzung programmiert**. Anschließend werden sie für Smartphones und Tablets entwickelt. Dabei kann es allerdings zu Problemen in der Darstellung kommen, wenn die Inhalte besonders umfassend konzipiert sind.

User First

Die Cross-Over-Methode **beinhaltet beide Design-Ansätze**. Mobile Nutzer suchen schnelle Informationen, Desktop-Nutzer surfen deutlich länger. Beide Bedürfnisse gilt es miteinander zu vereinbaren. Mit Hilfe von Analyse-Tools lässt sich das Verhalten bestimmen und so **für Nutzer bestimmter Gerätetypen ausgewählte Funktionen verfügbar zu machen oder zu verbergen**.

Umsetzung und Anwendung von Mobile First

Die Programmierung von Webseiten mit dem Mobile First Ansatz ist natürlich den Entwicklern vorbehalten. Jedoch sollten sich alle diejenigen mit dem Thema auseinandersetzen, die damit arbeiten.
Zuerst werden mit einem responsiven Raster die Webseiten für mobile Endgeräte erschaffen. Die

sogenannten Grids sind für Smartphones gültig und können nachträglich auf größere Bildschirme optimiert werden. Bei der richtigen Skalierung helfen CSS-Techniken. Sie skalieren die Inhalte nachträglich auf die größeren Displays, im bestenfalls gelingt das ohne Qualitätsverlust und technische Probleme. Ganz gleich also, ob der Nutzer ein 7“-Smartphone nutzt oder mit einem 21“-Tablet im Internet surft, die gewünschte Webseite passt sich ohne eigenes Zutun an.



In der ersten Entwicklung für kleine Displays bleibt also relativ wenig Platz für ausführliche Inhalte. **Texte und Bilder sollten daher kurz und sparsam verwendet werden**. Sie werden zwar nicht abgeschnitten, jedoch muss der User im schlimmsten Fall lange scrollen, um seine Informationen zu erhalten. Für die User Experience ist das kein Optimalzustand.

Mobile First als Non-plus-Ultra?

Damit wird auch schon das größte Manko von Mobile First deutlich. **In einer Zeit, in der Google für das Ranking besonderen Wert auf explizite Inhalte und einzigartigen Content legt, ist die Mobile First Programmierung recht minimalistisch.** Auf Kosten der Qualität muss ein Kompromiss gefunden werden, denn die Crawler legen eben so großen Wert auf Usability. Bei Mobile First muss die Webseite auf das Wesentliche beschränkt werden. So müssen Webseitenbetreiber verstärkt darauf achten, dass mit den rudimentären Inhalten alle Fragen geklärt werden.
Die Nutzerfreundlichkeit für mobile Geräte ist mit Mobile First eindeutig gegeben, für die Nutzung am PC jedoch komplizierter gestaltet. Vor allem die Navigation leidet besonders unter dem Ansatz. **Häufig müssen Funktionen versteckt werden, damit die mobile Webseite nicht zu überladen wirkt**.

Mobile First und SEO

Hier spielen mehrere Rankingfaktoren eine große Rolle. Google hat in seinen Algorithmen verankert, dass Inhalte möglichst hochwertig sein sollen, die Usability ein Erlebnis schaffen muss und gleichzeitig crawlt der Bot in erster Linie die mobile Webseite. Um hier alles unter einen Hut zu bekommen und möglichst wenig Abstriche zu machen, müssen die Entwickler viel Fingerspitzengefühl beweisen. **Mobile First ist 2016 zu einem wichtigen Rankingfaktor geworden und daher ist die Optimierung**

unverzichtbar.
Bei Mobile First spielen jedoch noch weitere Indikatoren eine Rolle: Die Nachfrage nach der Sprachsuche und schnelle Ladegeschwindigkeiten werden immer bedeutsamer.
Um jedoch auch mobile Seiten nach SEO-Kriterien zu programmieren und zu optimieren, ist es wichtig, auch abgespeckte Inhalte mit den relevantesten Informationen zu veröffentlichen. Die gesamte Seitenarchitektur sowie Meta-Daten müssen sowohl für die mobile Webseite als auch für die Desktop-Version zur Verfügung stehen.
Mobile First wird in den kommenden Jahren immer wieder Trends setzten und neue Errungenschaften hervorbringen – sich dem zu verschließen ist also unmöglich.

Profitieren Sie von unserer Expertise als SEO-Agentur und starten Sie mit uns durch!