

Mobile SEO

Stand: 21.07.2022

Welche Faktoren beeinflussen mobile SERPs bei Google? Betriebssystem des Endgeräts

Google analysiert, mit welchem **Betriebssystem** Ihr Smartphone ausgestattet ist. So werden *bei Android OS andere Suchergebnisse gelistet als bei iOS*. Ein gutes Beispiel dafür ist die Anzeige eines Ergebnisses zum Download aus dem Google Play Store, wenn Sie mit Android unterwegs sind. Ein Resultat für den App Store von Apple würde in diesem Fall keinen Sinn ergeben.

Ort des Endgeräts



Sie befinden sich womöglich gerade in München und sind auf der Suche nach einer Apotheke vor Ort. Sobald Sie den Begriff Apotheke auf Ihrem Handy suchen, werden Ihnen von Google sofort Ergebnisse aus München angezeigt, ohne dass Sie den Namen der Stadt explizit nennen mussten.

Ladezeiten

Die Aufmerksamkeitsspanne der meisten User im Netz ist kurz. Der Aufbau einer Seite darf nicht zu lange dauern, ansonsten wird die mobile Seite sofort wieder verlassen. Sorgen Sie als Webmaster für **kurze Ladezeiten**, damit der Nutzer auf Ihrer Seite bleibt. Auch das erhöht bei der [Suchmaschinenoptimierung](#) (SEO) das Page Ranking seitens Google.

Auszug Faktoren (Google Pagespeed) einer Webseite:

 Mobil Desktop**68 / 100** Schneller gemacht**! Behebung erforderlich:**

JavaScript- und CSS-Ressourcen, die das Rendering blockieren, in Inhalten "above the fold" (ohne Scrollen sichtbar) beseitigen

› [Fehlerbehebung anzeigen](#)

! Behebung empfohlen:

Sichtbare Inhalte priorisieren

› [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Bilder optimieren

› [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Antwortzeit des Servers reduzieren

› [Fehlerbehebung anzeigen](#)

Browser-Caching nutzen

› [Fehlerbehebung anzeigen](#)

JavaScript reduzieren

› [Fehlerbehebung anzeigen](#)

HTML reduzieren

Domainname, bzw. URL

Google unterscheidet bei seinen Suchergebnissen auch, ob es sich um eine **mDot Variante der Website** handelt, oder nicht. Das heißt, dass die Suchanfragen, die per Smartphone gestartet werden teilweise andere Domainergebnisse liefern, als die der Desktop-Variante. Ein nicht unerheblicher Teil der SERPs leitet den User auf die nicht für Mobilgeräte angepasste Seite oder sogar auf eine 404 um. Stellen Sie deshalb bei Ihrer mobile SEO sicher, dass der [User Agent](#) einer Seite den Nutzer auf das passende Ergebnis leitet.

Wie kann mobile SEO das Page Ranking verbessern?

OnPage Optimierung

Design



Eine Seite sollte so gestaltet und konfiguriert werden, dass sie auf jedem Gerät bei jeder Bildschirmgröße angemessen dargestellt wird, ohne dass Einbußen beim User Experience befürchtet werden müssen. So kann mithilfe von **Adaptive Design** die passende Ansicht für die Displaygröße des Geräts geladen werden, mit dem der Nutzer die Seite gerade besucht. Dabei wird *zwischen den Ansichten von Desktop-PC, Tablet PC und Smartphone unterschieden*. Der Vorteil liegt darin, dass die Website für den Besucher perfekt abgestimmt ist und so eine hohe Kundenzufriedenheit herrscht. Zudem bietet sich ein hoher gestalterischer Spielraum für die Darstellung der Seite, da das Optimieren durch Adaptive Design nicht an starre Raster gebunden ist. Eine weitere gute Möglichkeit, um Inhalte zu crawlen, ist Responsive Design. Dabei passt sich das Design automatisch an jede Bildschirmgröße an und es entstehen zum Beispiel keine unschönen Lücken. Generell sollte auf das Aussehen von Webseiten geachtet werden. So ist die falsche Typografie oder auch wenig Abstand bei klickbaren Elementen auf den kleinen Displays eher hinderlich. Smartphones werden meist mit nur einer Hand bedient – stellen Sie sicher, dass Ihre Website darauf ausgerichtet ist.

Kein Flash

Die neuen Webstandards [HTML5](#) und CSS3 machen es auch mobil möglich, Animationen und Filme auch **ohne Flashplayer** im Browser betrachten zu können. Setzen Sie deshalb den Flashplayer nicht mehr ein. Googles Browser Chrome und auch Apples Safari nutzen schon längere Zeit die Vorteile von HTML5.

Komprimierung von Datenmengen

Auch wenn die Datenübertragungstechniken UMTS und LTE das Surfen im Netz unterwegs schnell genug für Bild- und Textdateien machen: *Große Mengen an Daten behindern das Surfverhalten*. Achten Sie darauf, dass Bilder nicht zu groß skaliert werden, da es sonst zu unschönen Ladebalken kommen kann. Halten Sie die Datenmengen deshalb so klein wie möglich, damit es nicht wie schon erwähnt zu langen Ladezeiten und damit zu hohen Abbruchraten kommt.

OffPage Optimierung Backlinks

Natürlich ist der SEO-Einsatz von Backlinks auch für **mobile Suchergebnisse** relevant. Allerdings lässt sich beobachten, dass die mobilen Resultate [auf den ersten Plätzen bei Google](#) weniger externe Links aufweisen, als diejenigen der Desktop-Suche. Das liegt daran, dass mobile [URLs](#) nicht so oft verlinkt werden wie konventionelle URLs.

Social Signals

Bleiben Sie dennoch den [Social Signals](#) treu. Gerade mit dem Smartphone oder Tablet PC werden die sozialen Netzwerke häufiger denn je besucht. Und das Teilen verschiedener Inhalte ist weiterhin ein wichtiger Part für Ihr **Mobile Marketing**.

Fazit

Mobile SEO ist ein inzwischen zentraler Aspekt bei der [Suchmaschinenoptimierung](#). Achten Sie darauf, dass Sie die Webstandards für mobile Seiten von Google einhalten und so für eine angenehme [Customer Journey](#) Ihrer Website sorgen. Nur dann können Sie sichergehen, dass auch Ihre für Smartphones und Tablet PCs optimierte Website hoch oben in den Page Rankings erscheint.

Profitieren Sie von unserer Expertise als [SEO-Agentur](#) und starten Sie mit uns durch!