

## Responsive Webdesign ist nicht alles

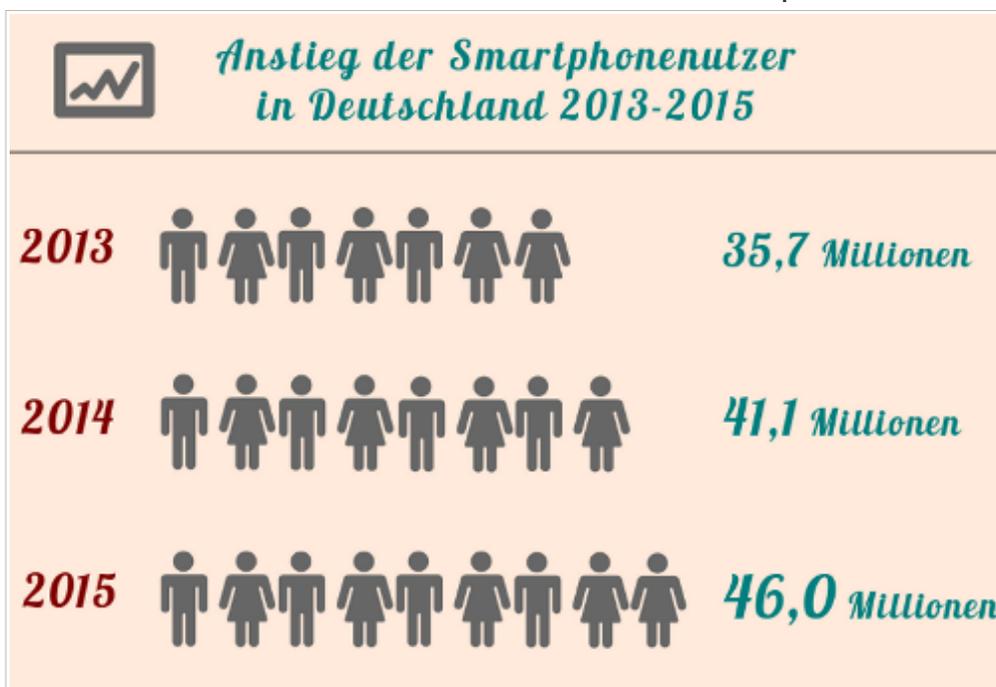
Starker Anstieg der mobilen Internetnutzung erfordert mehr

Der Gebrauch von Smartphones ist inzwischen selbstverständlich und alltäglich. Zugleich steigt die Nutzung des Internets über mobile Geräte von Jahr zu Jahr rasant an. Die Suche über Smartphones und Tablets übersteigt inzwischen die Suche über Desktop-PC. Daher werden Responsive Webdesign, schnelle Ladezeiten und die „Mobilfreundlichkeit“ von Websites immer wichtiger für erfolgreiche Internetauftritte.

### Daten und Fakten zum Thema mobile Internetnutzung

Vorweg einige Fakten und Prognosen, die aufzeigen, welche Bedeutung das Surfen mit Smartphones und Tablet-PC heute bereits hat und in Zukunft in noch größerem Maße haben wird.

Immer mehr Menschen nutzen das Smartphone



Infografik: R. Alte, [imarketinx.de](http://imarketinx.de) | Lizenz: [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) | Quelle: [statista.com](http://statista.com)

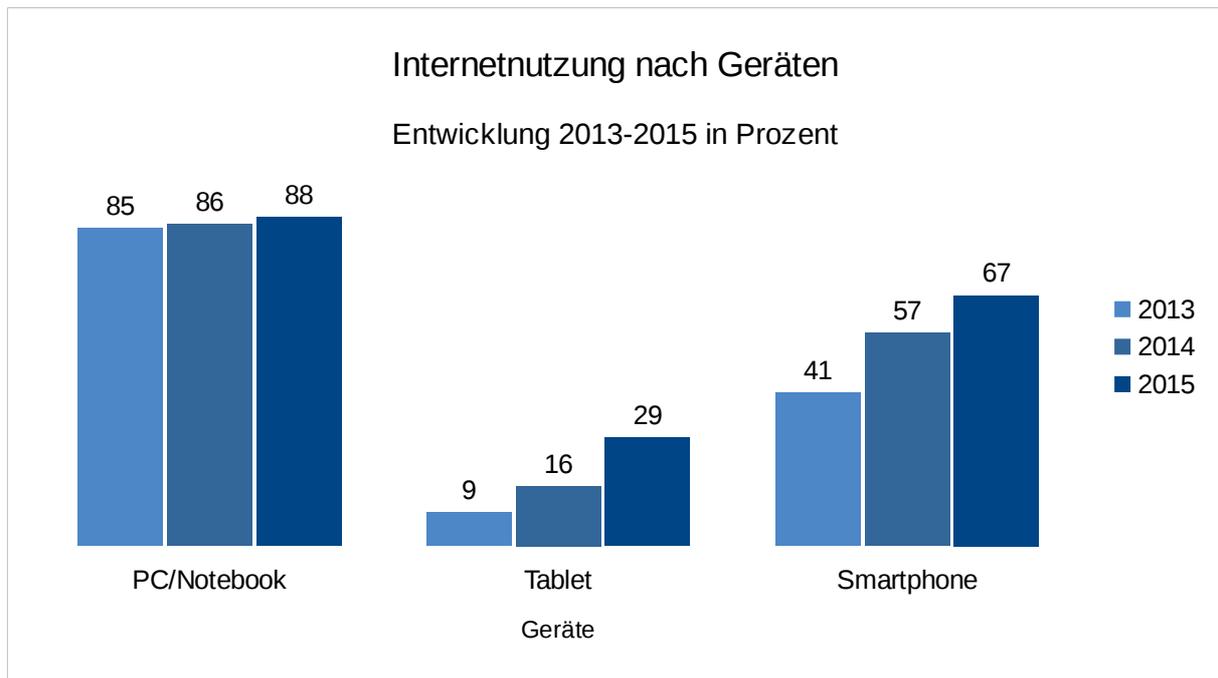
## Suche mit mobilen Geräten übersteigt bei Google 2015 die Desktopsuche

"Zum ersten Mal überwiegen die Suchanfragen über mobile Geräte diejenigen über Desktop."

Amit Singhal, Senior Vice President (bis 2/2016), Google Search | Quelle: [The Verge](#)

### Trend auch in Deutschland

Das Internet wird mehr und mehr mit mobilen Geräten genutzt. Stationär und mobil liegen laut der Studie „TNS Convergence Monitor 2015“ ungefähr gleich auf. Leider differenziert die Untersuchung nicht nach PC und Notebooks, da letztere ja auch zu den mobilen Endgeräten gezählt werden können.



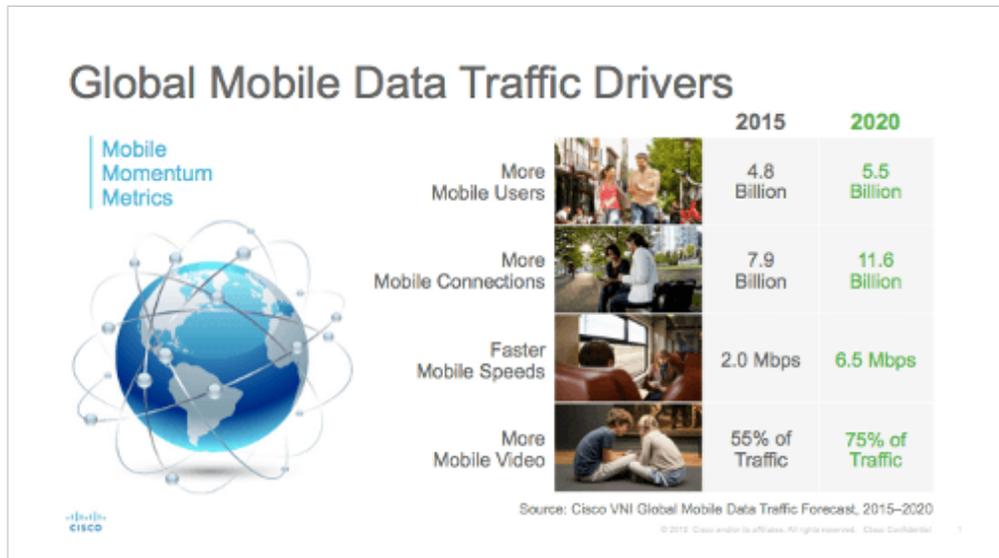
Grafik: [imarketinx.de](#) | Quelle: TNS Infratest – TNS Convergence Monitor 2015

Bei der Nutzungsdauer (wie lange ist man mit welchem Gerät online) steigt der Anteil mobiler Geräte zwischen 2013 und 2015 ebenfalls an (von 18 % auf 42 %), während der Anteil von PC und Notebooks sinkt (von 76 % auf 52 %).

## Entwicklung wird sich weiter verstärken

Die Nutzer und die Nutzung mobiler Geräte werden laut US-Internetunternehmen Cisco bis 2020 weltweit weiter zunehmen, wobei ein Großteil des Datenverkehrs von Videos eingenommen wird.

Prognose über die Zunahme des globalen Datenverkehrs über mobile Geräte

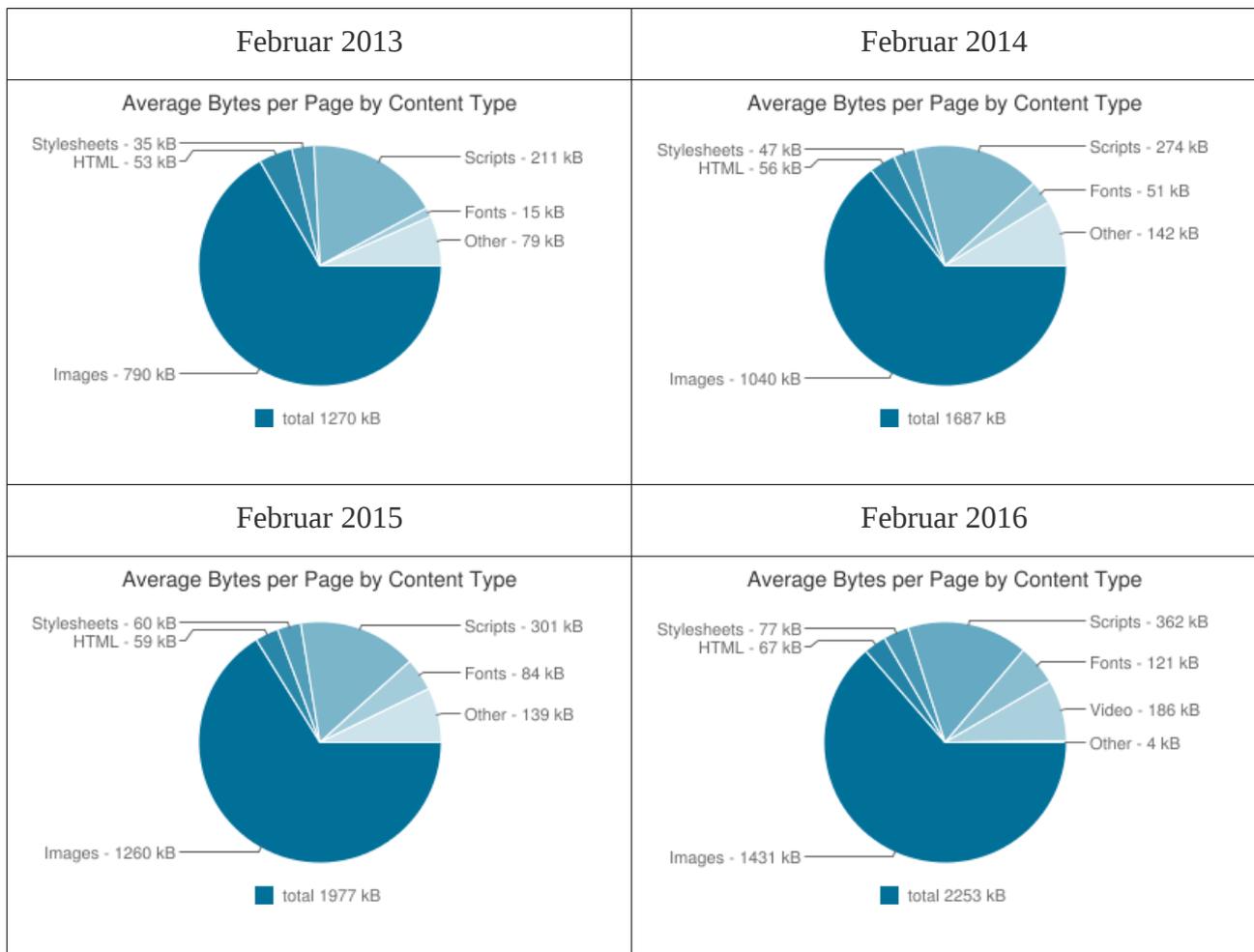


Quelle: [heise.de](http://heise.de)

## Datenmenge wächst

Ungeachtet der steigenden Bedeutung von mobilen Geräten und Internetverbindungen mit suboptimaler Leistung wächst die Menge an Daten, die über Websites in das WorldWideWeb geschickt werden. Immer mehr und größere Bilder, Videos und Audiodateien machen den Hauptanteil des Datenverkehrs aus. Aber auch immer umfangreichere Scripte für Animationen und Interaktivität sorgen für das Anschwellen des Datenvolumens.

### Durchschnittliche Bytes je Webseite nach Inhaltstypen



Quelle: <http://archive>

## Was tun?

Responsive Webdesign sollte heutzutage bei der Erstellung einer neuen Website Standard sein und bedarf daher keiner besonderen Betonung mehr (s. dazu meinen Artikel [Mobile Internetnutzung - was heißt das?](#))

## Faktor „Mobilfreundlichkeit“

Responsive Webdesign heißt noch nicht, dass eine Website auf mobilen Geräten auch gut nutzbar ist. Für eine gute Nutzbarkeit hat sich hier der Begriff „mobile-friendly“ oder „mobile-friendliness“, also „Mobilfreundlichkeit“, eingebürgert. Im Grunde besagt dies nichts anderes als Usability oder Benutzerfreundlichkeit für mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablet-PC.

## Mobile-friendliness – wieder eine neue Mode in der Web-Entwicklung?

Wer bislang dachte, mit Responsive Webdesign wäre man auf der sicheren Seite, der hat nicht mit Google gerechnet.

Google möchte nicht nur Inhalte, die für die Suchenden nützlich sind, besser in den Ergebnislisten platzieren, und die Geschwindigkeit, mit der Webseiten laden, für die Listung von Suchergebnissen berücksichtigen, sondern zukünftig auch die mobile-friendliness – also die „Mobilfreundlichkeit“ einer Website – in [das Ranking einfließen lassen](#).

## Was ist Mobilfreundlichkeit?

Mal wieder so ein Schlagwort wie Responsive Webdesign oder Content first? Gewiss ist es ein aktueller Begriff in den Branchen Webdesign und Onlinemarketing. Aber nur ein „Buzzword“, nur eine Modeerscheinung, eine neuer Hype, auf den sich SEO-SpezialistInnen stürzen, um ihren KundInnen das neueste vom neuen zu verkaufen?

Ja, auch das, aber nicht in erster Linie und unvermeidlich.

Es geht im Grunde um nichts anderes als um verbesserte „Kundenorientierung“. Gut, um Begriffe kann man streiten, und ob der Ausdruck „Mobilfreundlichkeit“ gut ausgewählt und definiert wurde, geschenkt. Dennoch möchte ich an dieser Stelle Google beipflichten, dass BenutzerInnen von Websites leichter Zugang zu relevanten und qualitativ hochwertigem Inhalt erhalten sollten, der optimiert ist für das Gerät, das gerade benutzt wird:

Consequently, users will find it easier to get relevant, high quality search results that are optimized for their devices.

Optimieren für KundInnen und BenutzerInnen von Websites, das ist es, worum es gehen muss.

## Warum mobile-friendly?

Was wünschen KundInnen von WebentwicklerInnen, was verlangen UserInnen von einer Website? Dass die Webseite die gewünschten Inhalte übersichtlich darstellt, dass sie auf allen möglichen Geräten gut aussieht, dass sie schnell lädt.

Und was ist ihnen so ziemlich egal? Ob der Webdesigner oder die Webdesignerin sich an die Standards der [W3C](#) hält, ob Inhalt und Design getrennt sind oder sonstige „sakrosankte“ Regeln.

Es ist eben entscheidend, ob eine Website nicht nur auf einem Desktop-PC auf dem Schreibtisch mit DSL 100 schnell lädt und toll aussieht. Auch auf einem Smartphone mit geringer Bandbreite und nicht ganz so tollem Prozessor und kleinem Bildschirm sollte sie den Nutzern „gute Erfahrungen“ (User Experience) – sprich gewünschte Ergebnisse und vielleicht sogar ein wenig Spaß bringen.

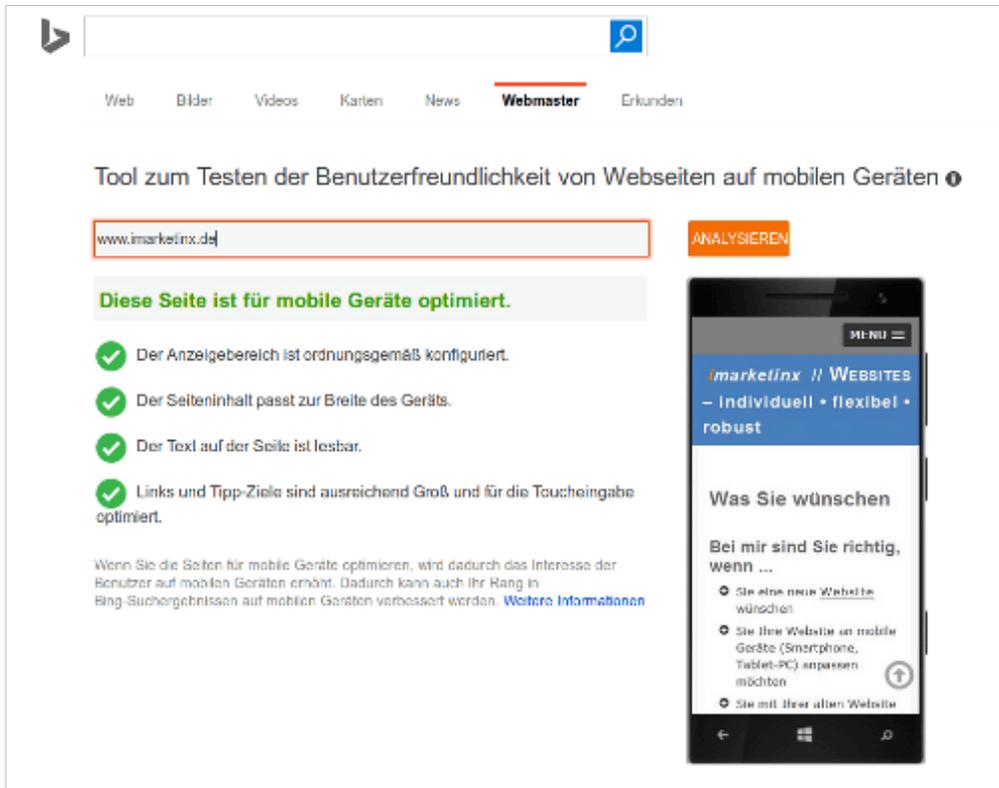
## Es geht um Usability und Kundennutzen

Kurz und gut – es geht einfach um Usability, darum, den Nutzen für die BesucherInnen einer Website konsequent in den Mittelpunkt der Gestaltung einer Website zu stellen.

Responsive Webdesign bildet die Grundlage für eine gute Usability auf mobilen Geräten. Mobilfreundlich wird eine Website durch folgende Maßnahmen:

- Anpassung der Website auf den Viewport (Darstellungsbereich) des jeweiligen Geräts.
- Gut lesbare Schrift und Texte = Größe und Abstand von Buchstaben und Zeilen sowie eine optimale Länge der Zeilen.
- Ausreichend große Buttons und Links mit genügend Abstand zur Umgebung für das problemlose Tippen mit Fingern.
- Ladegeschwindigkeit durch minimierte und komprimierte Dateien (HTML, CSS, JavaScript, Bilder und Grafiken)

## Ein Test auf Mobilfreundlichkeit



The screenshot displays the Bing mobile usability test interface. At the top, there is a search bar containing the URL 'www.imarketinx.de' and a search icon. Below the search bar, there are navigation tabs: 'Web', 'Bilder', 'Videos', 'Karten', 'News', 'Webmaster' (highlighted), and 'Erkunden'. The main heading reads 'Tool zum Testen der Benutzerfreundlichkeit von Webseiten auf mobilen Geräten'. A green box contains the text 'Diese Seite ist für mobile Geräte optimiert.' followed by four green checkmarks and their corresponding criteria: 'Der Anzeigebereich ist ordnungsgemäß konfiguriert.', 'Der Seiteninhalt passt zur Breite des Geräts.', 'Der Text auf der Seite ist lesbar.', and 'Links und Tipp-Ziele sind ausreichend groß und für die Toucheingabe optimiert.' To the right, there is a preview of a smartphone displaying the mobile version of the website. Below the preview, there is a section titled 'Was Sie wünschen' with three radio button options: 'Sie eine neue Website würden', 'Sie Ihre Website an mobile Geräte (Smartphone, Tablet-PC) anpassen möchten', and 'Sie mit Ihrer alten Website'.

Test auf Mobilfreundlichkeit bei [bing.com](http://bing.com): Ergebnisse für [imarketinx.de](http://imarketinx.de)

## Faktor Performance oder Ladegeschwindigkeit

Hier steckt eine ganze Philosophie oder Wissenschaft dahinter. Darum kurz, warum Ladegeschwindigkeit nicht nur wichtig, sondern notwendig ist und was Ladegeschwindigkeit bedeutet und wie man mit einfachen Mitteln bereits gute Ergebnisse erzielen kann.

### Was ist Ladegeschwindigkeit?

Sobald Sie eine Adresse in die Adresszeile Ihres Browsers eingetippt und abgesendet oder einen Link angeklickt haben, wird gezählt: Wie lange dauert es, bis die Verbindung steht? Wie lange dauert es, bis sich etwas auf dem Bildschirm zeigt (Time To First Byte [TTFB])? Wie lange dauert es, bis man die Seite nutzen kann (ja, das geht schon, bevor die Seite vollständig geladen ist)? Und wie lange dauert es, bis die Seite vollständig geladen ist (Page Load Time)?

Je länger es dauert, umso mehr User springen wieder von der Seite ab. Hier sind nicht nur Sekunden, sondern in manchen Fällen auch Zehntel- oder Hundertstelsekunden entscheidend.

### Warum die Ladegeschwindigkeit so wichtig ist

Was ist für den Erfolg einer Website entscheidend? Hier gibt es nur eine Antwort: Dass die User die Seite zu sehen bekommen, bevor sie die Geduld verlieren und die nächste Suche starten. Egal, wie toll Ihre Produkte sind, gleichgültig, wie nützlich Ihre Dienstleistung ist, seien Ihre Texte noch so informativ und Ihre Bilder und Grafiken noch so gelungen, sie nutzen niemandem, wenn die Performance Ihrer Website suboptimal ist.

Zudem fließt die Ladegeschwindigkeit von Webseiten in das [Ranking](#) der Suchmaschine von Google mit ein. Eine bessere Performance verspricht also ein höheres Ranking in den Suchergebnissen.

### Welche Ladegeschwindigkeit brauche ich?

Wenn Sie einen Onlineshop betreiben, dann darf Ihre Website maximal eine Ladegeschwindigkeit von drei Sekunden haben, ansonsten, so haben zahlreiche Untersuchungen ergeben ([hier](#) und [hier](#)), springen 30 bis 40 Prozent der Besucher wieder ab. Verbesserungen im Millisekundenbereich sorgen für spürbare Umsatzsteigerungen und [bringen mehr Kunden](#).

Auch wenn Sie keinen Onlineshop besitzen und eine Business-Website betreiben, sollten Sie – zumindest für die nahe Zukunft – auf schnelle Ladegeschwindigkeiten achten. Denn ein Großteil der mobilen Internetuser erwartet eine Ladezeit von weniger als [vier Sekunden](#).

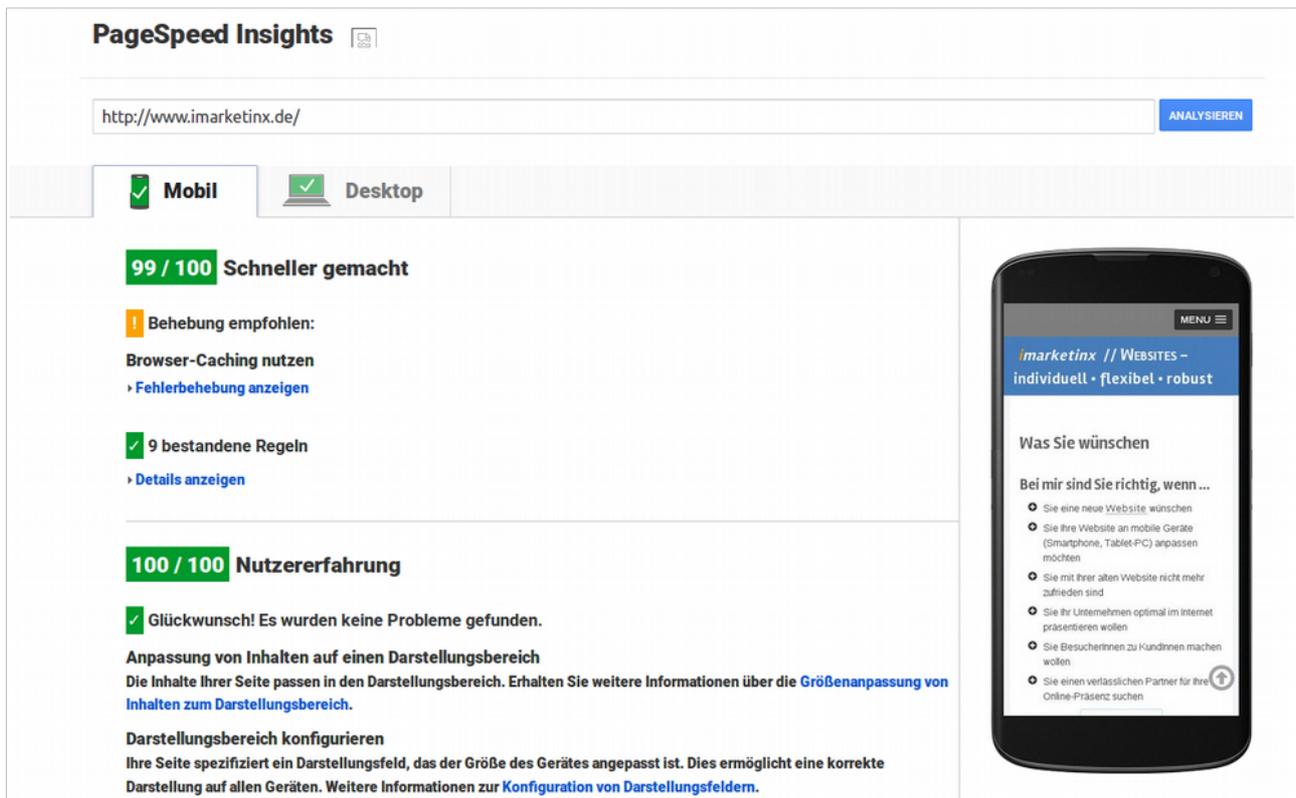
### Testtools

Einen schnellen Test auf Ladegeschwindigkeit einer Website kann man auf der Seite von Googles [PageSpeed Insights](#) durchführen. Dieser Test liefert kein vollständiges Abbild der tatsächlichen Website-Performance:

Da die Leistung einer Netzwerkverbindung jedoch beträchtlich variieren kann, berücksichtigt PageSpeed Insights nur die netzwerkunabhängigen Aspekte der Seitenleistung: die Serverkonfiguration, die HTML-Struktur einer Seite und die Verwendung von externen Ressourcen wie Bildern, JavaScript und CSS.

Quelle: [Google](#)

## Test der Website imarketinx.de auf PageSpeed Insights



**PageSpeed Insights**

http://www.imarketinx.de/ **ANALYSIEREN**

**Mobil** **Desktop**

**99 / 100 Schneller gemacht**

**Behebung empfohlen:**

**Browser-Caching nutzen**  
• Fehlerbehebung anzeigen

**9 bestandene Regeln**  
• Details anzeigen

**100 / 100 Nutzererfahrung**

**Glückwunsch! Es wurden keine Probleme gefunden.**

**Anpassung von Inhalten auf einen Darstellungsbereich**  
Die Inhalte Ihrer Seite passen in den Darstellungsbereich. Erhalten Sie weitere Informationen über die [Größenanpassung von Inhalten zum Darstellungsbereich](#).

**Darstellungsbereich konfigurieren**  
Ihre Seite spezifiziert ein Darstellungsfeld, das der Größe des Gerätes angepasst ist. Dies ermöglicht eine korrekte Darstellung auf allen Geräten. Weitere Informationen zur [Konfiguration von Darstellungsfeldern](#).

**marketinx // WEBSITES – individuell • flexibel • robust**

**Was Sie wünschen**

Bei mir sind Sie richtig, wenn ...

- Sie eine neue Website wünschen
- Sie Ihre Website an mobile Geräte (Smartphone, Tablet-PC) anpassen möchten
- Sie mit Ihrer alten Website nicht mehr zufrieden sind
- Sie Ihr Unternehmen optimal im Internet präsentieren wollen
- Sie BesucherInnen zu KundInnen machen wollen
- Sie einen verlässlichen Partner für Ihre Online-Präsenz suchen

Screenshot vom 22.02.2016

Aussagekräftigere Ergebnisse erhalten Sie über Tools wie [Loadimetester](#), [GTmetrix](#) oder [Webpagetest](#). Allerdings erfordern diese Tools Erfahrung und fundiertes Wissen über das Thema Website-Performance. Diese Tools liefern erhellende Informationen über die Ladegeschwindigkeit bei verschiedenen Netzwerkverbindungen oder darüber, welche Daten wann geladen werden und wie viel Zeit jeder Ladevorgang beansprucht.

## Performancetest von imarketinx.de über verschiedene Server

How fast is your site? You can test here the performance of any of your sites from across the globe.

www.imarketinx.de

TEST LOAD-TIME

Do not show the results on the boards

This test measures how long it takes to connect to your site and for one page to fully load. A very important value to pay attention to is the "time to first byte", which gives us how long it took for the content to be sent back to browser to start processing the page. If you are using a CDN (Content Delivery Network), your connection time may be low, but if the time to first byte and total time is also not low, it will not give you much in terms of performance.

	Location	Website	Connection	First Byte	Total
	Germany, Frankfurt	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.010 secs	0.020 secs	0.028 secs
	NL, Amsterdam	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.020 secs	0.039 secs	0.074 secs
	UK, London	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.021 secs	0.041 secs	0.061 secs
	France, Paris	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.026 secs	0.045 secs	0.063 secs
	Canada, Montreal	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.096 secs	0.193 secs	0.289 secs
	Canada, Toronto	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.103 secs	0.205 secs	0.307 secs
	USA, Dallas	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.125 secs	0.251 secs	0.376 secs
	USA, Los Angeles	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.149 secs	0.300 secs	0.449 secs
	USA, New York	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.209 secs	0.304 secs	0.396 secs
	USA, Atlanta	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.213 secs	0.320 secs	0.426 secs
	Brazil, Sao Paulo	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	0.256 secs	0.514 secs	0.770 secs
	Singapore	www.imarketinx.de (87.118.73.2)	1.150 secs	1.427 secs	1.703 secs
	JP, Tokyo	www.imarketinx.de (unknown)	Could not test website from this server.		
	Australia, Sydney	www.imarketinx.de (unknown)	Could not test website from this server.		
Average response time			0.122 secs	0.221 secs	0.321 secs
Global Performance Grade (Based on Total Time)			PERFORMANCE GRADE: A+		

\* Saved scan from 1698 secs ago

Screenshot vom 17.02.2016 | [Loadtimetester](#) von securi

Die Seite imarketinx.de lädt umso schneller, je kürzer die Strecke zwischen Serverstandort und Browserstandort ist. Von den Servern, die sich in Europa befinden, lädt die Seite sehr schnell, von Nordamerika etwas langsamer und erst von Singapur aus benötigt die Seite mehr als eine Sekunde, bevor die ersten Bytes empfangen werden und noch ein wenig länger, bevor die Seite vollständig geladen ist.

### Woran Sie optimierte Webseiten erkennen

Wir alle haben schon nervenaufreibende Erfahrungen mit Webseiten gemacht, die wir über eine Mobilfunkverbindung aufrufen wollten. Warten, warten, warten, eingefrorene Seiten oder Bilder, die nicht laden, Abstürze, kaum bedienbare Buttons, nur mit äußerst ruhiger Hand und mit schmalen Fingern „klickbare“ Links.

Gute Erfahrungen machen wir auf mobilen Geräten mit Websites, die

- gut zu lesen und zu bedienen sind, da sie sich an die jeweilige Bildschirmgröße optimal anpassen;
- eine kurze Ladezeit aufweisen und unsere Geduld nicht strapazieren;

- uns dazu animieren, weiter auf der Seite zu bleiben, da sie intuitiv zu bedienen ist und nützliche Infos bereithält.

## Links

### Entwicklung Internetnutzung

TNS Infratest Studie „TNS Convergence Monitor 2015“ (PDF-Datei):

[http://www.tns-infratest.com/presse/pdf/Presse/2015-08-17\\_tns\\_infratest\\_convergence-monitor.pdf](http://www.tns-infratest.com/presse/pdf/Presse/2015-08-17_tns_infratest_convergence-monitor.pdf)

Diagramme zur TNS Infratest Studie „TNS Convergence Monitor 2015“ (PDF-Datei):

[http://www.tns-infratest.com/presse/pdf/Presse/2015-08-17\\_tns\\_infratest\\_convergence-monitor\\_mobile-nutzung.pdf](http://www.tns-infratest.com/presse/pdf/Presse/2015-08-17_tns_infratest_convergence-monitor_mobile-nutzung.pdf)

### Testtools für Website-Performance

Website Performance Report: <https://gtmetrix.com/>

Webpagetest: <http://www.webpagetest.org/>

Securi Loadtimetester: <https://performance.sucuri.net/>

PageSpeed Insights: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

Artikel und Diskussion zum Thema Ladegeschwindigkeit einer Website und CSS-Regeln („above the fold“ und „critical css“): <https://css-tricks.com/authoring-critical-fold-css/>

### Mobilfreundlichkeit

Google verkündet Aufnahme von Mobilfreundlichkeit in Suchalgorithmus:

<https://webmasters.googleblog.com/2015/02/finding-more-mobile-friendly-search.html>

Googles Anleitung für die „Optimierung von Websites für Mobilgeräte“:

<https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/?hl=de>

Google gibt Tipps, wie eine Website „Mobilfreundlicher“ wird:

[http://googlewebmastercentral.blogspot.de/2014/11/helping-users-find-mobile-friendly-pages.html?utm\\_source=wmc-blog&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=mobile-friendly](http://googlewebmastercentral.blogspot.de/2014/11/helping-users-find-mobile-friendly-pages.html?utm_source=wmc-blog&utm_medium=referral&utm_campaign=mobile-friendly)

Tools zum raschen Testen auf Mobilfreundlichkeit:

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>

<https://www.bing.com/webmaster/tools/mobile-friendliness>