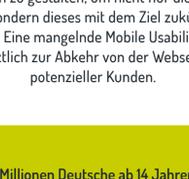


AUF EINEN KLOCK:

Mobile Usability



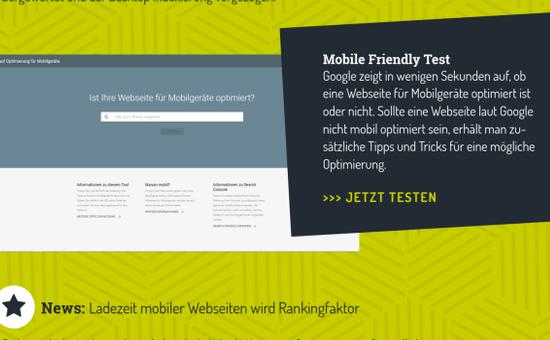
Eine hohe Benutzerfreundlichkeit ist der Schlüssel zur Optimierung mobiler Webseiten. Im Kern bedeutet das, das Nutzererlebnis so einfach und angenehm wie möglich zu gestalten, um nicht nur die Aufmerksamkeit der Nutzer zu erregen, sondern dieses mit dem Ziel zukünftiger Conversions langfristig zu binden. Eine mangelnde Mobile Usability sorgt für Frust bei den Nutzern und letztlich zur Abkehr von der Webseite und dem Verlust potenzieller Kunden.

Im Januar 2017 nutzten 54 Millionen Deutsche ab 14 Jahren ein internetfähiges Mobiltelefon oder Tablet. Darunter befinden sich nicht nur hauptsächlich 14- bis 49-Jährige, sondern ganze 41 % im Alter von 65 Jahren und älter.

Erfolgreich Mobil

Wir geben Tipps für die Umsetzung einer erfolgreichen mobilen Optimierung von Webseiten und beleuchten dabei sowohl technische als auch optische Anforderungen und Möglichkeiten.

Mehrere mobile Möglichkeiten



Egal ob Netzeinsteiger oder jenen Unternehmen, die bereits die Desktopversion einer Webseite etabliert haben, ihnen allen bieten sich drei grundlegende Möglichkeiten, eine mobile Seite zu implementieren. **Mobile Webseiten, Responsive Designs und Mobile Apps** sind von der Entwicklung her unterschieden, zielen jedoch alle auf ein optimales Nutzererlebnis auf mobilen Endgeräten ab. Die Konzepte werden optimal an verschiedene Bildschirmformate angepasst und entsprechen somit im Idealfall nicht nur den Kundenbedürfnissen, sondern auch dem Google Mobile Index.

>> Google Mobile Index

Bis vor wenigen Jahren orientierte sich Googles Seitenranking für Suchergebnisse allein an der Desktop-Version einer Webseite. Im Oktober 2016 legte Google schließlich den mobilen Index als primären Index der Suchmaschine fest. Entsprechend dem Mobile First Konzept, werden der Mobile Index und mobiles SEO aufgewertet und der Desktop Indexierung vorgezogen.

Auf Grundlage des neuen Index, bietet die >>> **Google Search Console** diesbezüglich ein sehr praktisches und kostenfreies Tool für alle Seitenbetreiber.



Mobile Friendly Test
Google zeigt in wenigen Sekunden auf, ob eine Webseite für Mobilgeräte optimiert ist oder nicht. Sollte eine Webseite laut Google nicht mobil optimiert sein, erhält man zusätzliche Tipps und Tricks für eine mögliche Optimierung.

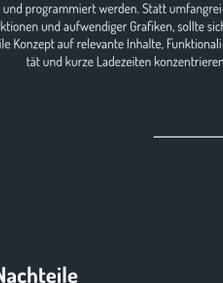
>>> **JETZT TESTEN**

News: Ladezeit mobiler Webseiten wird Rankingfaktor
Bisher galt die Ladegeschwindigkeit lediglich als Kriterium für eine nutzerfreundliche und optimierte mobile Webseite. Nun macht es Google offiziell und erklärt den Mobile Page Speed ab Juli 2018 zum Rankingfaktor für die mobile Suche. Die Zahl betroffener Seiten soll sich allerdings in Grenzen halten. Lange Ladezeiten sorgen für Frustration bei den Nutzern und erhöhen die Bounce Rate erheblich. Auch bei spannendem und relevantem Content sollten Seitenbetreiber daher das Augenmerk vermehrt auf kurze Ladezeiten und andere potentielle Optimierungen richten.



Responsive Design

Beim Responsive Design erfolgt eine dynamische Anpassung der ursprünglichen Webseite an die Displaygröße ursprünglicher Endgeräte. Während der originale HTML-Code und Inhalt auch in der mobilen Ansicht erhalten bleibt, können Aufbau und Design im Sinne einer höheren Nutzerfreundlichkeit angepasst werden. Aufgrund der vergleichsweise einfachen Implementierung für existierende Seitenbetreiber, stellen responsive Webseiten den von Google empfohlenen Ansatz dar.



Tipp: Ist meine Webseite responsiv? – In unserem Blog stellen wir 3 gratis Tools für die Bewertung responsiver Seiten vor.

>>> **JETZT LESEN**

+ Vorteile

- Einmalige Pflege und Aktualisierung der Inhalte
- Originale Inhalte passen sich optimal an Bildschirmmaße an (lediglich CSS-Styles anpassen)
- Oft kostengünstiger und niedrigerer Aufwand

- Nachteile

- Verlängerte Ladezeit, durch Laden aller vorhandenen JavaScript und CSS-Dateien
- Breite Inhalte werden oft untereinander angezeigt, manuelle Anpassungen nötig
- Angepasste Navigation schwer realisierbar

Mobile Webseiten

Mobile Webseiten sind eigenständige Webseiten, welche separat und unabhängig von der Desktopversion designet und programmiert werden. Statt umfangreicher Funktionen und aufwendiger Grafiken, sollte sich das mobile Konzept auf relevante Inhalte, Funktionalität und kurze Ladezeiten konzentrieren.



+ Vorteile

- Höhere Geschwindigkeit durch technische Verschlankung (kleinere Bilder, weniger Code)
- Überschüssiger HTML, CSS Code (display:none) muss nicht extra geladen werden
- Optimale Darstellung komplexer Unternehmens- und Seitenstrukturen (z.B. Suche, Shop)
- Direkte Anpassungen im Design ohne Auswirkung auf Webseite
- Gezielte Ansprache mobiler Endkunden

- Nachteile

- Höherer Aufwand an Programmierung, Wartung und Pflege beider Webseiten
- Vorabfrage „Möchten Sie die mobile Seite nutzen oder zur Desktop Ansicht zurückkehren?“ fördert Ablehnung durch zusätzlichen Klickaufwand
- Verwechslungsgefahr bei verschiedenen Versionen von Kunden- und Browserseite
- Fehler bei Abfrage der Bildschirm Auflösung, Weiterleitung auf falsche Seite
- Extra Subdomain nötig

Mobile First

Als Mobile First wird ein spezielles Webdesign Konzept bezeichnet, welches die Entwicklung einer mobilen Webseitenversion der Desktopvariante grundsätzlich vorzieht. Während bei Responsive Designs eine bestehende Desktopvariante für mobile Zwecke im zweiten Schritt geplant und angepasst wird, entsteht bei Mobile First Konzepten zuerst eine mobile Version, die sukzessive für die Anwendung im Desktopbereich erweitert wird.



Mobile Apps

Als weitere Alternative zu Responsive Designs und mobilen Webseiten können zugehörige mobile Apps programmiert werden. Diese bieten sich vor allem bei umfangreichen Nutzungsstrukturen, Login-Bereichen und Shops an. Die Kundenansprache kann über Apps personalisiert erfolgen und über Push-Mittelungen den Kundenkontakt zusätzlich intensivieren. Was Seitenbetreiber hierbei berücksichtigen müssen, ist der zusätzliche Programmieraufwand sowie die häufige und oft sensible Notwendigkeit von Downloads, Anmeldungen und Login-Daten.



Mobile Usability

Benutzerfreundlichkeit zeigt sich besonders in der Berücksichtigung der, von Desktopseiten abweichenden, technischen, optischen und situativen Besonderheiten. Mobile Geräte sind von der Darstellung her nicht nur kompakter, sondern werden, statt mit Tastatur und Maus, per Touchscreen, Sprachsteuerung und Bewegungssensoren bedient. Mobil bedeutet Bewegung, nicht nur in ruhigen, hellen und trockenen Räumen, sondern draußen, bei Regen, wenig Licht und reichlich Ablenkung von außen. Um situativen Außeneinflüssen und abweichendem Nutzerverhalten zu begegnen, sollten die technische Umsetzung und grafische Gestaltung im Sinne einer angenehmen Bedienbarkeit optimiert werden.



Technische Besonderheiten

Zu den größten Stolpersteinen für Nutzer beim Besuch mobiler Webseiten zählen, wie im realen Alltag auch, lange Wartezeiten. Somit beeinflussen langsame Seiten, fehlerhafte Weiterleitungen, nicht abrufbare Inhalte und überflüssige Verlinkungen das Nutzererlebnis negativ. Diese können unter anderem durch das korrekte Einrichten von Redirects, die Anmeldung mit korrektem User Agent und stark komprimierten Grafikelementen vermieden werden. Google definiert qualitativ hochwertige mobile Seiten vor allem über deren Funktionalität und die technische Umsetzung nutzerfreundlicher Features.

Um die Gegebenheiten mobiler Endgeräte optimal zu nutzen und technische Voraussetzungen zu erfüllen, sollten relevante Inhalte in den Fokus der Darstellung rücken. Dadurch wird nicht nur überflüssiges Suchen vermieden, sondern Ladezeiten durch Fehlern werden Struktur und fehlerhafte Links reduziert.

Neben einer reduzierten Komplexität der Inhalte, sollte deren Erreichbarkeit und Funktionalität im Vordergrund der Optimierung stehen. **Drop-Down Navigation, Burger-Menüs und die Integrierung verschiedener Touch-Befehle** ermöglichen eine intuitive und vor allem platzsparende Bedienung mobiler Endgeräte. Eine vereinfachte Navigation und ausreichend große, klickbare Elemente sind einfach verständlich und intuitiv bedienbar.



Tipps

1. Links und Buttons sind leichter klickbar!
2. Inhalte sollten direkt und ohne Scrollen oder Zoomen erkennbar sein!
3. Überflüssige und fehlerhafte Weiterleitungen sollten vermieden werden!
4. Navigation und Bedienung sollten an mobile Gegebenheiten angepasst werden!

Hübsch vs Nutzerfreundlich

Als Fundament attraktiven Webdesigns gelten weithin klare Regeln, feste Layouts und exakt platzierte Elemente. Das Design mobiler Webseiten erfordert hingegen einen weitaus flexibleren Ansatz und mehr Toleranz für mangelnde Kontrolle. Jedes Display stellt andere Anforderungen an das mobile Design und Elemente werden nicht auf Basis ihrer Pixelwerte, sondern proportional an den verfügbaren Platz angepasst. Tatsächlich sollte das Design weniger an optischer Perfektion, als vielmehr an der Usability orientiert sein. Nicht alles was gut aussieht, ist auf einem kleinen, mobilen Display tatsächlich nutzerfreundlich.

„Die einzige Ursache ist die Veränderung.“

Während im Printbereich meist für ein einzelnes Medium Schrift- und Bildgrößen sowie Farben festgelegt werden, müssen diese mobil für verschiedene Endgeräte und Eventualitäten optimiert sein.



Schriftgrößen und Bilder passen sich mit Hilfe von CSS Befehlen automatisch an die Bildschirmgrößen an.

Texte

Informationen sollen auch auf den kleinsten Bildschirmen ohne viel Aufwand wahrgenommen und verarbeitet werden können.

- DOs**
 - Faustregel: +10 % Zeilenabstand bei Fließtext – bessere Lesbarkeit bei langem Text
 - Absätze, Gliederungen und Weißraum sind optimal für gute Lesbarkeit
 - Schwarz auf weiß für beste Lesbarkeit auf kleinem Display
 - Serifenlose Schriften auf farbigen Displays besser lesbar
 - Prozentuale statt feste Schriftgröße passend zum Inhalt (lesbar, aber nicht zu groß)

- DONTs**
 - Zusammenhängende Texte in Spalten aufteilen
 - Helle Schriftfarben auf weißem Grund (< 50 % schwarz)
 - Kleine, enge, condensed oder serifen Schriften im Fließtext
 - Manuelle Trennungen von Wörtern
 - Text in Bild – unscharfe Darstellung und Skalierung
 - Weißer Schrift auf farbigem Hintergrund (nur als Highlight)
 - Blockatz – Unsichere Lücken zwischen den einzelnen Wörtern

- DOs**
 - Bildformate: PNG (für Grafiken), JPG (für Pixelbilder)
 - Bilder an benötigtes Format anpassen oder über Plugins die Datengröße verändern
 - Bilder automatisch an zugewiesenen DIV-Container anpassen
 - Slider und Galerien wegen Bildqualität und Datengröße ausblenden

- DONTs**
 - Bilder als Hintergründe (Bildinhalt mobil nicht erkennbar)
 - feste Größen für Bilder, mobil erfolgt womöglich keine Skalierung
 - Slider und Galerien verwenden (kleine Darstellung ohne Mehrwert)
 - Bilder in Originalgröße hochladen und nicht komprimieren

Fazit

Oberstes Ziel einer Optimierung sollte sein, die mobile Webseite an die Bedürfnisse der User anzupassen. Wer den Fokus auf Nutzererlebnis und Funktionalität legt wird sich bald mit positivem Feedback und Conversions belohnt. Letztlich muss die mobile Seite nicht nur dem Betreiber gefallen, sondern dem Nutzer, der die Seite bedient und dabei schnell und einfach zum Ziel kommen will. Aufgabe mobiler Webseiten sollte es daher sein, die Nutzer bei diesem Vorhaben nach besten Möglichkeiten zu unterstützen.