

# Was ist der Mobile-First-Index überhaupt?

## Mobile First | Warum eine mobile Website unverzichtbar ist

Bislang war es ganz einfach: Wer mit seiner klassischen Internetseite im Google-Ranking weit vorn gelandet ist, belegte auch im Mobile-Ranking einen der ersten Plätze. Google nutzte die Desktop-Versionen von Webseiten, um das Suchmaschinen-Ranking zu generieren, und nutzte diese auch als Grundlage für das Mobile-Ranking.

Eine der wichtigsten Fragen, die sich SEO-Experten aktuell stellen, ist die nach den Auswirkungen der bei Google geplanten Änderungen auf das Mobile-Ranking.

Ein reiner Mobile-Index könnte reichlich Bewegung in die Ergebnislisten der Suchmaschine bringen.

## Was ist der Mobile-First-Index überhaupt?

Wie bereits gesagt, nutzte der Google-Algorithmus lange Zeit ausschließlich die Desktop-Version einer Seite für die Indexierung. Erst in einem weiteren Schritt prüfte die Suchmaschine, ob es zu dieser Seite auch eine mobile Version gibt. Im Laufe der Zeit aber wuchs die Bedeutung mobiler Seiten.

So führte Google schließlich für die Suche auf dem Desktop und für die Suche mit mobilen Geräten getrennte Ergebnisse. Die immer größer werdende Zahl von mobil gestellten Suchanfragen sorgte für die Entwicklung des Mobile-First-Index. Hier nutzt

Google die mobile Version einer Seite für das Ranking – auch wenn von einem Desktop aus gesucht wird. Das Fehlen einer mobilen Internetseite oder eines Responsive Designs kann folglich ganz erhebliche Nachteile für das Google-Ranking mit sich bringen.

Mit einem Trick können Seitenbetreiber ganz einfach herausfinden, ob ihre Seite bereits von Google in den neuen Index überführt wurde. Existiert für Ihre Seite eine separate mobile Variante, können Sie einfach eine Desktop-Suche nach der eigenen Seite ausführen. Werden Ihnen in der Google-Ergebnisliste die Meta Description und der Title der mobilen Seite angezeigt, befindet sich Ihre Webseite mit hoher Wahrscheinlichkeit bereits im Mobile-First-Index.



**Die richtige Antwort auf das neue Nutzerverhalten: Responsive**

# Webdesign

Immer mehr Menschen sind täglich mit ihren mobilen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets im Internet. Diese neue Art des Online-Nutzerverhaltens erfordert auch eine neue Art des Webdesigns. Mit der Größe des Displays verändert sich das Design einer Seite.

Dank Responsive Webdesign ist ein dynamischer Seitenaufbau möglich, der flexibel auf die verschiedenen Displaygrößen der mobilen Endgeräte der Internetnutzer reagiert. Gezielte Medienabfragen (Media Queries) ermitteln, welcher Medientyp verwendet wird, sodass die Darstellung der Website sich an die Displaygröße des Geräts anpasst. Eine Internetseite baut sich also grafisch anders für ein Smartphone als für ein Desktopdisplay auf.

## **Test: Ist Ihre Seite optimiert für mobile Geräte?**

Ob Ihre Internetseite bereits optimal auf die Bedürfnisse von mobilen Nutzern abgestimmt und damit für den Mobile-First-Index von Google optimiert ist, verrät Ihnen dieses Tool:

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

## **Googles Tipps für den Mobile-First-Index**

Die Umstellung auf den Mobile-First-Index bedeutet, dass mit Google die wichtigste Online-Suchmaschine künftig die mobile Version einer Website als Grundlage nutzen wird, um ihre Relevanz für die Internetuser zu bewerten. Wer eine Internetseite betreibt, sollte sich möglichst bald um eine optimale mobile Version dieser Seite kümmern, um bei Google nicht in der Bedeutungslosigkeit zu versinken. Seiten, die Responsive Design nutzen und damit den dynamischen Aufbau ihrer Inhalte bereits gewährleisten, sind laut Google gut aufgestellt für den Mobile-First-Index. Darüber hinaus gibt es

natürlich weitere wertvolle Tipps für die Mobile-First-Optimierung:

- Ihre mobile Internetseite muss hochwertigen Content (Texte, Bilder, Videos) in indexierfähigen Formaten enthalten, der von den Programmen, die Suchmaschinen beim Durchkämmen des Internets nutzen, gefunden wird (Stichwort: Crawlbarkeit).
- Für die Indexierung ist es wichtig, dass sowohl für die mobile als auch für die Desktopvariante Ihrer Seite strukturierte Daten verfügbar sind. Dafür sollte die URLs der mobilen Seiten verwendet werden.
- Meta-Daten müssen sowohl für die mobile als auch für die Desktop-Version vorhanden sein. Title und Meta Description sollten im Idealfall für beide Varianten dieselben sein.
- Verlinkungen mit separaten mobilen URLs können unverändert bleiben. Auch vorhandene Alternate- und Canonical-Links können Sie wie bisher belassen.
- Überprüfen Sie die hreflang-Links, wenn Sie eine mehrsprachige Seite betreiben. Die Links in der mobilen Ansicht müssen auch auf die mobile Version der jeweiligen Sprachvariante verweisen.
- Es ist empfehlenswert die entsprechende Serverkapazität für eine möglicherweise erhöhte Crawl-Rate bereitzustellen.



*Wir empfehlen auch*

*Google empfiehlt Webseiten ein Responsive Design, das auf die spezifischen Eigenschaften des jeweils von einem Sucher verwendeten Endgerätes reagiert. Je nachdem, ob mit einem Tablett, dem Smartphone oder von einem Desktop-Computer aus gesucht wird, ändert sich die Spaltenbreite, ordnen sich einzelne Elemente an und ändern sich die Eingabemethoden. Ein weiterer Vorteil: Wer seiner Internetseite ein modernes Responsive Design verpasst, spart sich die separate Mobilvariante.*

***Ein Beitrag von Saleema Schönwald  
Leiterin – Online Business Performance  
city-map Stade***

Bei Fragen rund um der Optimierung Ihrer Website wenden Sie sich gerne an uns. city-map Stade – Ihre Internet-Agentur