

# Pressemitteilung

## Mobile Landingpage vs. Responsive Webdesign

Ein Fachbeitrag von Peter Kühnel, Managing Director Eurobase GmbH

Immer mehr Web-Verantwortliche in Unternehmen, Organisationen und Institutionen fragen sich, wie sie ihre Informationen und Botschaften am besten mobil präsentieren. Nämlich so, dass Besucher das Gesuchte rasch finden und am mobilen Endgerät optimal betrachten können. Die Entscheidung fällt entweder für einen teuren Relaunch der Website im responsiven Webdesign oder den Bau einer Reihe von Apps für die verschiedenen Website-Angebote. Wir von Eurobase, dem Anbieter von teggee<sup>®</sup>, plädieren dagegen für den Einsatz von themenorientierten, leicht zu bedienenden mobilen Landingpages mit auf das Wesentliche konzentrierten Inhalten.

**Mertert, Luxembourg, 08. Oktober 2014** – Bei der mobilen Nutzung des Internets ist seit Jahren ein enormer Zuwachs zu verzeichnen. So wie vor Jahren fast jeder ein Handy hatte, so ist heute bereits eine annähernd flächendeckende Versorgung der Menschen mit internet-fähigen Smartphones gegeben. Man ist also „always on“ und nutzt das mobile Endgerät jederzeit und überall für die Kommunikation und vor allem dafür, sich zu informieren. Das bedeutet für Unternehmen, Organisationen und Institutionen die Notwendigkeit, ihre Inhalte auch so anzubieten, dass sie für mobile Surfer einfach, schnell und übersichtlich zu nutzen sind. Seit etwa fünf Jahren plädieren daher immer mehr Web-Dienstleister und Web-Entwickler für das, was allgemein als „responsives Webdesign“ bekannt ist. Gemeint ist, eine Website mit HTML5 und CSS3 sowie JavaScript bzw. einem entsprechenden Framework so zu gestalten, dass sie auf jedem denkbaren Endgerät gleich gut zu bedienen ist. Möglich wird das durch die sogenannten „Media Queries“, die alle relevanten Darstellungsdaten des Endgeräts (vor allem Displaygröße, -auflösung und -ausrichtung, Eingabemöglichkeiten (Tastatur, Fingergeste [Touch])) abfragen und jeweils entsprechende Versionen der Seiten liefern. So können tatsächlich komplette Websites mit komplexen Sitemaps auch auf dem Smartphone oder Tablet im Browser abgebildet werden.

Andererseits galt etwa ab 2007 die sogenannten „Landingpage“ als perfektes Online-Marketing-Tool. Interessenten sollten direkt aus der Suchmaschine auf eine Seite mit dem passenden Content kommen – ohne sich durch eine umfangreiche Website

navigieren zu müssen. Die Idee war also, sich ganz auf ein Thema konzentrieren zu können und dem Nutzer lästiges Navigieren zu ersparen. Auch wenn die Euphorie für die Landingpage-Strategie ein wenig abgeflacht ist, setzen immer noch viele Unternehmen auf die themenzentrierte Website mit flacher Navigationshierarchie – idealerweise mit lediglich einer Unterebene. Wenn dann noch eine „sprechende“ URL gewählt wird, lässt sich der Link nutzerfreundlich per Mail oder über die Sozialen Netze kommunizieren. Viele Anbieter solcher Landingpages setzen die URL gleich in einen QR-Code um, den der Anwender dann per Code-Reader-App auf dem Mobilgerät aufrufen kann. Ist die Landingpage auf diese Nutzung hin erstellt worden, spricht man auch von einer „mobilen Landingpage“. Es liegt auf der Hand, dass solche mobilen Landingpages von Anwendern unterwegs lieber genutzt werden als responsive Websites, auf denen man im mobilen Browser die gewünschte Information erst einmal finden muss.

In seinem vielbeachteten Artikel zum Thema auf [mobile-zeitgeist.com](http://mobile-zeitgeist.com) weist Patrick Voelcker darauf hin, dass ein einfaches Umsetzen vorhandener Websites in responsives Webdesign nicht ausreicht. Er schreibt „dass separate mobile Webseiten als Lösungsansatz keinesfalls besser sind, *sofern deren Inhalte exakt denen der Desktopversion entsprechen.*“

Aber auch aus Anbietersicht spricht vieles für die mobile Landingpage als Kommunikationsmittel und Marketing-Tool. Denn wie bei der klassischen Landingpage bringt die Fokussierung auf ein Thema, eine Botschaft oder auch einen Anlass oder eine Aktion die erwünschte, konzentrierte Ansprache der Zielgruppen. Wir bei Eurobase haben auf Basis dieser Erkenntnis mit teggee einen Mobile Landingpage Builder entwickelt und gleichzeitig eine ganze Palette an Nutzungsszenarien erstellt, die in intensiven Diskussionen mit Vertretern der jeweiligen Branche entstanden sind. Bei der Entwicklung war aber auch von Beginn an klar, dass ein wirklich intuitiv zu bedienendes Backend (CMS) und klare Content-Strukturen von entscheidender Bedeutung sind. Denn nur dann, so unsere Annahme, kann wirklich jeder in Minuten eine mobile Landingpage bauen und den Inhalt bei Bedarf in Sekunden ändern, ergänzen und aktualisieren.

Von den Hauptvorteilen einer mobilen Landingpage gegenüber einer responsiven Website profitieren insgesamt sowohl die Anbieter, als auch die Nutzer. Für Unternehmen, Organisationen und Institutionen minimiert ein Mobile Landingpage

Builder den Aufwand, strukturierten Content orts-, event- oder zeitraumbezogen für mobile User bereitzustellen. Außerdem entfällt der aufwändige und letztlich auch kostenintensive Relaunch der Website im responsiven Design. So wird das Ziel, mobilen Benutzern die gewünschten Informationen zu bieten - beispielsweise mit einer preisgünstigen teggee-Lösung - mit geringerem Aufwand und besser erreicht. Und die Nutzer können eine solche mobile Landingpage mit Smartphone und Tablet über den gescannten QR-Code oder via NFC rasch im Browser öffnen und finden schnell die Inhalte, die sie brauchen.

### **Über teggee©**

teggee ist der Mobile Landingpage Builder; eine Entwicklung des Luxemburger Softwarehauses Eurobase GmbH ([www.eurobase.lu](http://www.eurobase.lu)). Mit teggee kann jeder in Minuten eine mobile Website bauen, die auf ein Thema fokussiert mit jedem mobilen Browser auf jedem mobilen Gerät (Smartphone, Tablet) mit jedem Betriebssystem (iOS, Android, Windows) betrachtet und genutzt werden kann. teggee erzeugt automatisch einen QR-Code mit dem Link zur mobilen Landingpage. Der Link kann vom Ersteller einer teggee-Page aber auch direkt per Mail oder SMS sowie über einen NFC-Tag oder per iBeacon verbreitet werden. Damit bietet sich eine teggee-Page als Informationsmedium für eine Vielzahl von Anwendungsszenarien an. Für eine praxismgerechte Auswahl an Szenarien bietet teggee© innerhalb seines flexiblen Preismodells passende Lösungen an, die online über [www.teggee.com](http://www.teggee.com) bestellt werden können. Mithilfe eines Systems webbasierter Formulare werden die Sektionen und Inhalte einer teggee-Page erzeugt und können jederzeit aktualisiert werden.

### **Medienkontakt:**

Peter Kühnel  
Eurobase GmbH  
17, Fausermillen  
6689 Mertert, Luxembourg  
Tel.: +352 74 92 92 - 35  
Fax.: +352 74 00 44  
Mail: [peter.kuehnel@eurobase.lu](mailto:peter.kuehnel@eurobase.lu)