

Suchmaschinenoptimierung für mobile Web-Angebote wird immer wichtiger

Ein Fachbeitrag von Peter Kühnel, Managing Director Eurobase GmbH

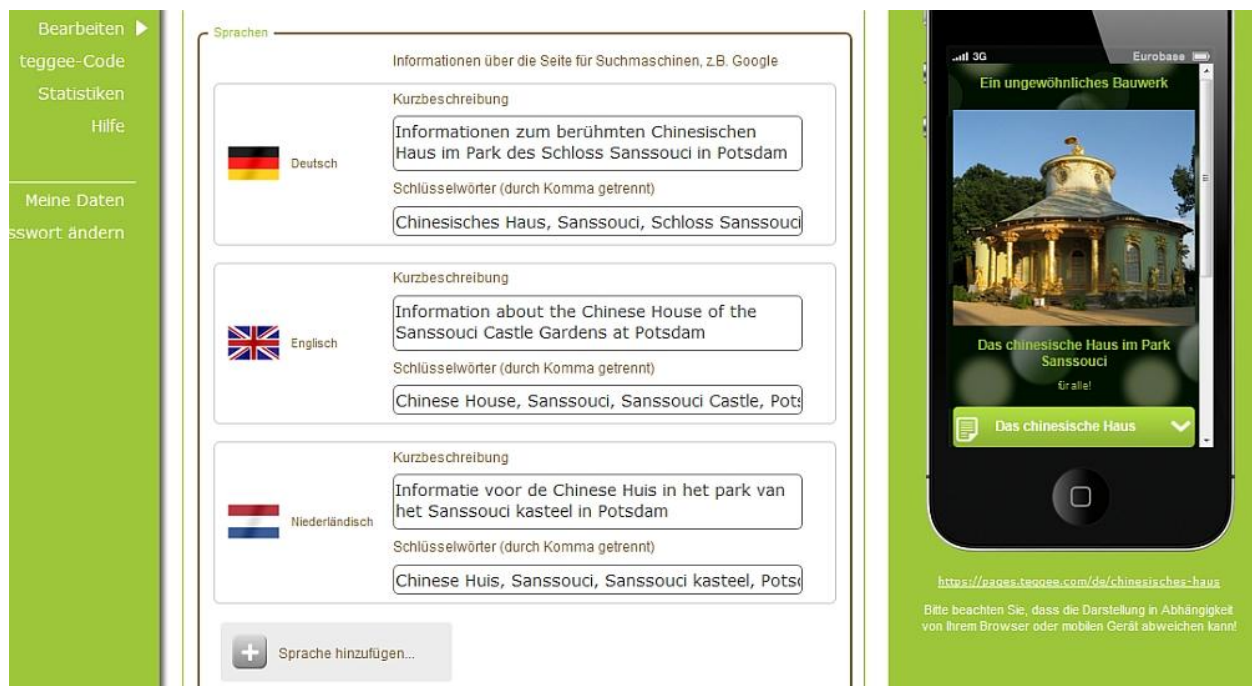
Die mobile Nutzung von Web-Content nimmt stetig zu. Deshalb ist es wichtig, SEO-Maßnahmen auch für mobile Angebote durchzuführen. Bei Apps ist dies nicht möglich, weil sie in den Suchergebnissen nicht auftauchen. Bei mobilen Landing-Pages sollten aber unbedingt Angaben für die Meta-Tags „Description“ und „Keywords“ gemacht werden, damit sie bei Google und Co. in den Suchergebnissen angemessen positioniert erscheinen. Bei teggee-Pages können diese Angaben einfach im Backend vorgenommen werden, sogar in mehreren Sprachen.

Mertert, Luxembourg, 24. Juni 2015 – Nach neusten Statistiken finden bereits 85 Prozent aller Zugriffe auf Online-Informationen mobil statt. Unternehmen und Institutionen, die ihre Web-Angebote nicht für die mobile Nutzung optimieren oder spezielle mobile Inhalte anbieten, werden mittlerweile von Google bei der Suche schlechter bewertet. Nach der Umstellung der Algorithmen im März des Jahres verloren so beinahe 50 Prozent aller Websites einen oder mehr Ränge in den jeweiligen Suchergebnissen; die Fachwelt sprach vom „Mobilegeddon“. Und Google hat bereits angekündigt, die Fokussierung auf Mobilfähigkeit weiter zu verstärken. Es wird also in Zukunft noch sehr viel wichtiger werden, den eigenen Content mobilgerecht aufzubereiten und anzubieten.

Die Erfahrung der vergangenen Jahre zeigt aber, dass schlichtes Umstellen auf Responsive Webdesign die Akzeptanz von Inhalten bei mobilen Usern nur unwesentlich erhöht. Das sieht mit speziellen mobilen Angeboten schon anders aus. Apps und mobile Landing-Pages erfreuen sich zunehmender Beliebtheit unter Nutzern von Smartphones und Tablet-PCs. Wer aber die Zielgruppen mit einer mobilen Landing-Page ansprechen will, muss sich auch Gedanken über die zugehörige Suchmaschinenoptimierung machen. Denn je schlechter die aktuelle Position der Webseite in den Suchergebnissen ist, desto wichtiger wird es, dass zusätzlich das mobile Angebot bei Google, Bing und Co. gefunden wird.

Dabei gerät die App als Präsentationsform massiv ins Hintertreffen, weil Apps für Android, iOS und Windows von den großen Suchmaschinen überhaupt nicht erfasst werden. Das sieht mit einer mobilen Landing-Page natürlich völlig anders aus, denn die ist aus Sicht der Suchmaschinen zunächst auch nur eine Website, die von den Bots besucht und indiziert wird. Wichtig ist aber, dass auch die mobile Website mit SEO-Methoden behandelt wird.

Deshalb bieten wir im teggee-Backend selbstverständlich ein Formular zum Eintragen von Angaben für die Meta-Tags „Description“ und „Keywords“ an. Die Angaben werden – wie bei jeder Website üblich – im Header der HTML-Datei der zugehörigen teggee-Page gespeichert. Das ist die wichtigste Voraussetzung dafür, dass sie von Google und Co. gefunden, erfasst und indiziert, also bei der Suche nach den eingegebenen Schlüsselwörtern gefunden wird. Die Erfahrung zeigt: teggee-Pages mit Angaben für die Beschreibung und die Schlüsselwörter erscheinen in den Google-Suchergebnissen ähnlich gut positioniert wie „normale“ Websites.



Im teggee-Backend kann der Autor SEO-Angaben für die Meta-Tags „Description“ und „Keywords“ eintragen, und das sogar mehrsprachig

Über teggee®

teggee ist der Mobile Landing Page Builder; eine Entwicklung des Luxemburger Softwarehauses Eurobase GmbH (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 Landing-Page. 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 praxisgerechte Auswahl an Szenarien bietet teggee® innerhalb seines flexiblen Preismodells passende Lösungen an, die online über 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