

... Von Gianna Schöneich

Unsere Aufmerksamkeitsspanne hat sich im Laufe der Jahre verkürzt – und beim Thema „Mobile Page Speed“ kann man dem Menschen nicht gerade Geduld zu sprechen. Dauert ein Ladevorgang länger als drei Sekunden, wird es kritisch, erklärte Matthias Zacek, Industry Head Google Austria, im Rahmen der Präsentation der „Mobile Speed Rankings“: „53 Prozent der Nutzer brechen den Ladevorgang einer mobilen Webseite ab, wenn dieser länger als drei Sekunden dauert.“

### Hohe Absprungraten

Die Mobile Marketing Association Austria (MMA) konnte im Rahmen ihres Mobile Communications Report feststellen, dass ein Unzufriedenheitsfaktor beim Surfen mit dem Smartphone nicht optimierte mobile Seiten sind, erklärte Andreas Martin, Präsident der MMA Austria.

Die hohen Absprungraten sind ein Problem, wenn man bedenkt, dass 79% der Onlinekäufer, die mit einer mobilen Website unzufrieden sind, sagen, dass sie in Zukunft höchstwahrscheinlich nicht mehr auf der gleichen Website einkaufen werden. Auch für das Google-Suchmaschinen-Ranking werden mobile Kriterien immer bedeutsamer.

Das Mobile Speed-Tool „Test-MySite“ hilft Unternehmen, herauszufinden, wie leistungsstark ihre Website auf mobilen Endgeräten ist; dabei imitiert das Tool eine G3-Verbindung.

### Aufholbedarf

Google Austria hat das haus-eigenen Tool genutzt, um die Websites der relevantesten Player in den Wirtschaftssegmenten

*Der Kunde ist König und das Smartphone ist sein Zepter ...*

**Matthias Zacek**  
Google

Handel/Retail, Reisen/Tourismus und Finanzdienstleistungen zu testen. medianet prüfte hingegen Websites der größten Medienunternehmen des Landes (siehe Tabelle). Kurz gesagt: In Sachen Mobile Page Speed herrscht noch ordentlich Aufholbedarf. Die durchschnittliche Ladezeit mobiler Websites liegt beim Handel bei 9 Sekunden, im Tourismusbereich 7,4 Sekunden und bei den Finanzdienstleistern bei 8,1 Sekunden, erklärt Zacek. All diese Segmente liegen also über der Nutzererwartung von höchstens drei Sekunden und müssen somit mit Absprungraten rechnen.

### Ergebnisse

Auch die von medianet getesteten Websites schneiden nicht besser ab, der Durchschnitt dieser liegt bei einer Ladezeit von 9,5 Sekunden. Lediglich orf.at und redbull.com erhalten von Google eine exzellente Bewertung und dürfen sich somit über eine geringe Absprungrate freuen. Im Mittelfeld liegen unter anderem oe24.at, noen.at, meinbezirk.at, derstandard.at und apa.at. Die Bewertung „Schlecht“ erhalten unter anderem kleinezeitung.at, heute.at und sky.at.

Wie wichtig schnelle Ladezeiten sind, verdeutlicht nicht nur das veröffentlichte Mobile Page Speed-Ranking, sondern auch das gerade erst für Österreich

gestartete Tool „Mobile Speed Scorecard“. Mit diesem können Unternehmen nun erstmals die Performance der eigenen mobilen Website testen und die Umsatzchancen einer schnelleren Website berechnen können. So wird schnell klar, welchen Einfluss Mobile Speed auf den Geschäftserfolg hat. „Die mobile Ladezeit ist heute ein immer bedeutender Aspekt in der Beziehung zu Kunden und somit für den Geschäftserfolg und die eigene Marke insgesamt“, so Zacek, und weiter: „Der Kunde ist König und das Smartphone ist sein Zepter.“ Auch der iab austria begrüßt die Mobile Page Speed-Erhebung, erklärte André Eckert, Präsident des iab austria. „Dank der Accelerated Mobile Pages-Initiative (AMP) von Google können Publisher ihren Content wesentlich schneller auf mobilen Endgeräten darstellen und somit die Absprungrate deutlich reduzieren. Die mobile

User Experience wird hierbei verbessert, und für Publisher werden mehr vermarktbarere Pageviews generiert. Zusätzlich verbessert sich das Search Ranking, was sich wiederum positiv auf die Auffindbarkeit auswirkt.“

*Den Herausforderungen rund um das Thema Mobile Marketing nahm man sich auch bei den Mobile Marketing Innovation Days (MMID) an, die von 17. bis 18. Mai in Wien stattfanden. Einen ausführlichen Bericht über die Veranstaltung finden Sie auf der Seite 44, Interviews mit zwei der Speaker des MMID, Dominik Wöber, Head of Performance Sales Eastern Europe bei Google (Seite 40), und Benedikt Böcker, Senior Marketing Manager McDonald's (Seite 46), finden Sie ebenfalls in diesem Special.*

[www.testmysite.withgoogle.com](http://www.testmysite.withgoogle.com)

[withgoogle.com](http://withgoogle.com)

[www.thinkwithgoogle.com/feature/mobile/](http://www.thinkwithgoogle.com/feature/mobile/)

## Mobile Page Speed Ranking – Medien

| Medienunternehmen       | Website               | Speed | Bewertung   | Absprungrate |
|-------------------------|-----------------------|-------|-------------|--------------|
| ORF                     | orf.at                | 2s    | exzellent   | niedrig      |
| Red Bull Media House    | redbull.com           | 3s    | exzellent   | niedrig      |
| Mediengruppe Österreich | oe24.at               | 6s    | ausreichend | 24%          |
| NÖ Pressehaus           | noen.at               | 6s    | ausreichend | 24%          |
| Russmedia Verlag        | meinbezirk.at         | 7s    | ausreichend | 26%          |
| Standard-Gruppe         | derstandard.at        | 8s    | ausreichend | 28%          |
| APA-Gruppe              | apa.at                | 8s    | ausreichend | 28%          |
| Wimmer-Holding          | nachrichten.at        | 8s    | ausreichend | 28%          |
| ProSiebenSat.1 Puls 4   | prosieben.at          | 8s    | ausreichend | 28%          |
| Mediaprint              | krone.at              | 9s    | schlecht    | 29%          |
| Moser Holding           | tt.com                | 9s    | schlecht    | 29%          |
| SN-Gruppe               | sn.at                 | 10s   | schlecht    | 29%          |
| Styria Media Group      | kleinezeitung.at      | 15s   | schlecht    | 32%          |
| Heute-Gruppe            | heute.at              | 16s   | schlecht    | 33%          |
| Sky Österreich          | sky.at                | 18s   | schlecht    | 34%          |
| Echo Medienhaus         | wienerbezirksblatt.at | 19s   | schlecht    | 35%          |

Quelle: testmysite.withgoogle.com/Stand: 15. Mai 2018