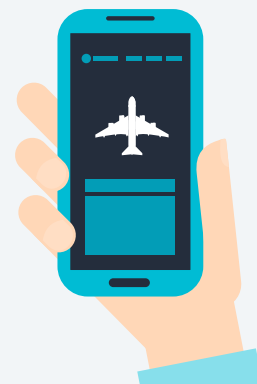


Google-Bewertung mobiler Websites

DIE MEISTER DER MOBILEN WELT

Nutzer erwarten zunehmend von mobilen Websites, dass sie schnell und benutzerfreundlich sind. Um Marken die besten Beispiele für Benutzerfreundlichkeit und Geschwindigkeit unter den mobilen Websites vor Augen zu führen, hat Google 316 Websites aus den Bereichen Reisen, Einzelhandel und Finanzen in sieben europäischen Ländern bewertet. Wer ist also dem mobilen Zeitalter gewachsen und wer muss noch aufholen? Hier sind unsere Ergebnisse aus dem Bereich Reisen.



Mobile Leistung als ausschlaggebendes Kriterium

61% aller Kunden, die eine nicht auf den mobilen Markt zugeschnittene Website besuchen, gehen wahrscheinlich zur Konkurrenz.¹



30% aller Kunden erwarten eine Seitenladezeit von unter einer Sekunde; 18% erwarten, dass die Website sofort lädt.²



45% besuchen eine Website wahrscheinlich nicht mehr, wenn diese nicht ausreichend leistungsfähig war.³

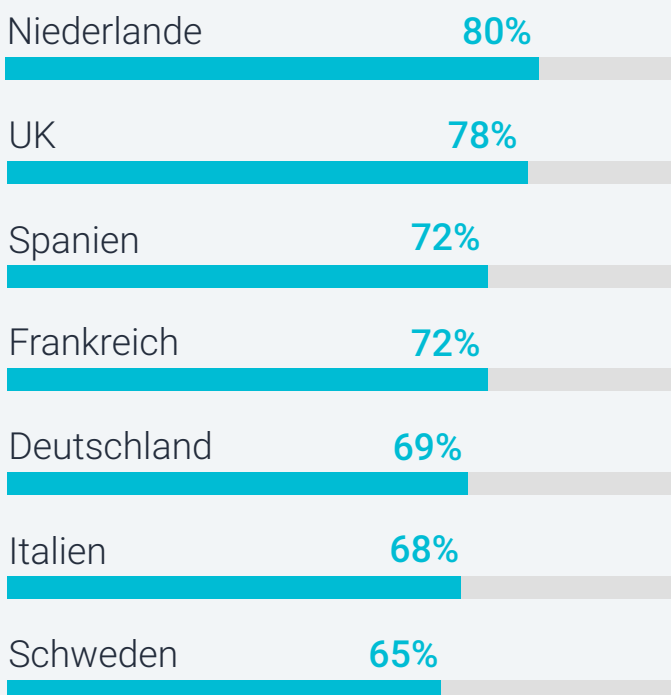


Websites von Reiseanbietern in den Niederlanden sind am benutzerfreundlichsten, und Websites in Deutschland sind am schnellsten

NUTZERERFAHRUNG

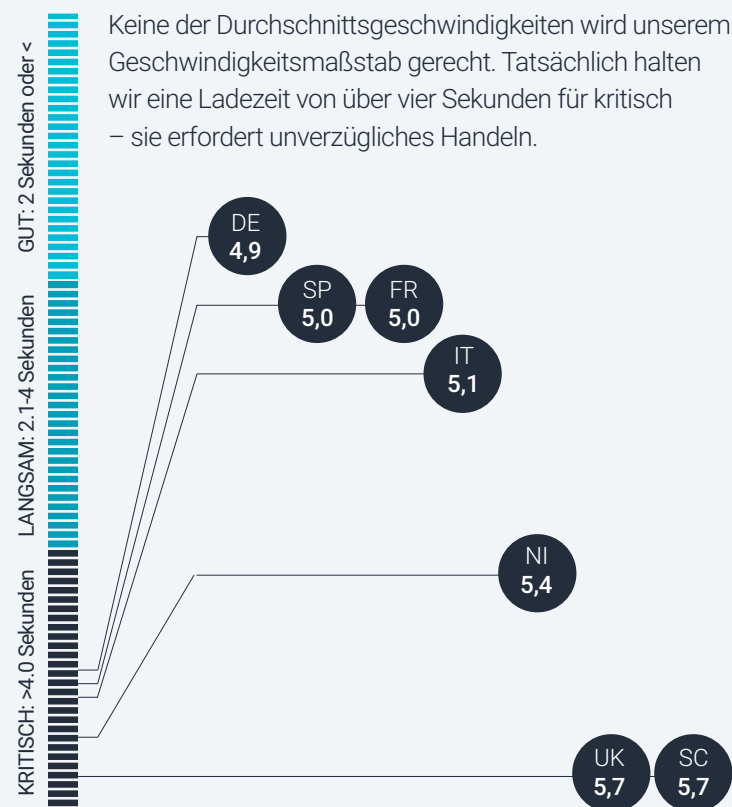
(in % gemessen an der Benutzerfreundlichkeit)

Die Niederlande stehen ganz oben auf der Liste: Keine der besuchten Websites nutzte eine Desktop-Site für Mobilgeräte.



GESCHWINDIGKEIT

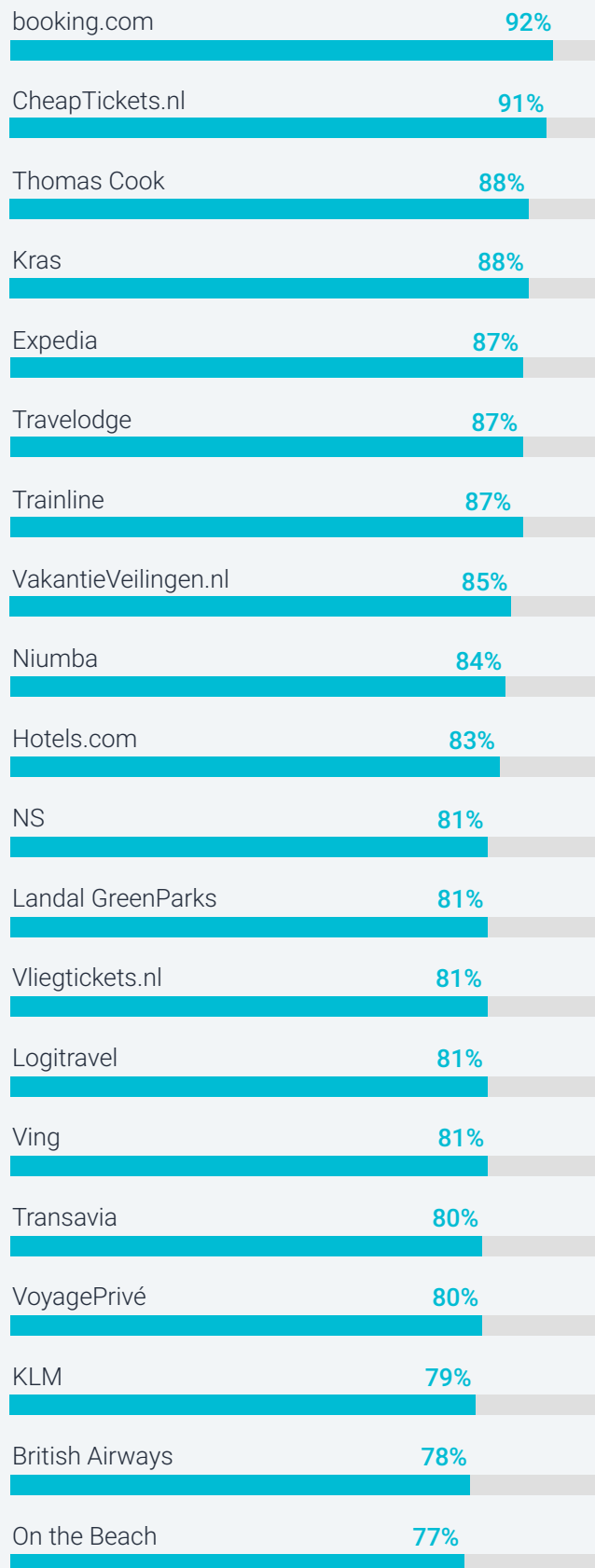
(durchschnittliche Seitenladegeschwindigkeit ausgewählter Seiten – in Sekunden)



NUTZERERFAHRUNG

Europäische Top 20

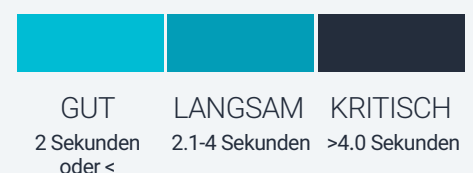
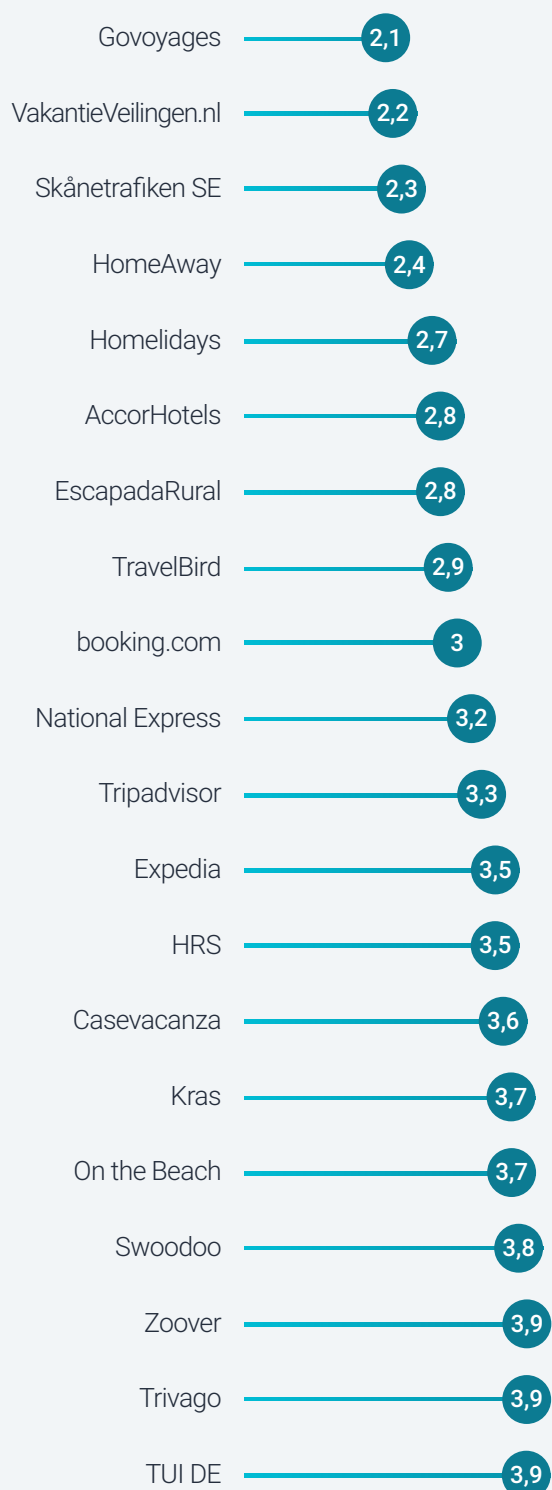
Booking.com hatte in allen sieben Ländern, die wir bewertet haben, die benutzerfreundlichste mobile Website.



GESCHWINDIGKEIT

Europäische Top 20

Keine der Websites wurde unserem Maßstab für eine gute Seitenladegeschwindigkeit (maximal zwei Sekunden) gerecht.



Erfahren Sie, wie sich die Unternehmen in jeder Phase des Nutzererlebnisses schlagen



Startseite und Navigation

Websites, die von uns 100% erhalten haben

[Booking.com](#) [Landal](#)
[Travelodge](#) [GreenParks](#)
[Kayak](#) [Vliegtickets.nl](#)
[Trenitalia](#) [Transavia](#)
[Kras](#) [TravelBird](#)
[CheapTickets.nl](#)
[TraumFerienwohnungen](#)

Fallstudie

TRAUMFERIENWOHNUNGEN



Entdecken Sie 65.300
Ferienunterkünfte in 73
Ländern
Ferienwohnungen & Ferienhäuser
günstig online von privat mieten

TraumFerienwohnungen erhielt von uns die volle Punktezahl für die Startseite.

- Sie ist klar strukturiert und gut gestaltet.
- Die wichtigsten Funktionen sind klar und deutlich erkennbar und genau dort, wo Nutzer sie auch erwarten würden.
- Dazu gibt es keine ablenkenden, unnötigen Informationen.



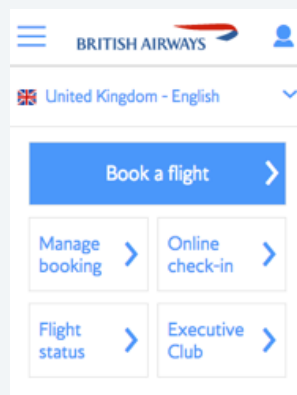
On-Site-Suche

Websites, die von uns 100% erhalten haben

[British Airways](#)
[Premier Inn](#)
[Skyscanner](#)

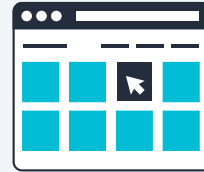
Fallstudie

BRITISH AIRWAYS



British Airways erhielt von uns die volle Punktezahl für die On-Site-Suche.

- Die Tasten zum Antippen der Formularelemente und des Kalenders sind optimal auf mobile Geräte zugeschnitten.
- Als das erste Suchergebnis nicht zur Verfügung stand, wurde dies klar angezeigt und andere relevante Ergebnisse wurden darunter aufgelistet.
- Es gab klare Informationen über Verfügbarkeit, Gepäcksbestimmungen und andere relevante Angaben zu diesem Suchergebnis.



Produktseiten

Websites, die von uns 100% erhalten haben

[Kras](#)
[Travelbird](#)

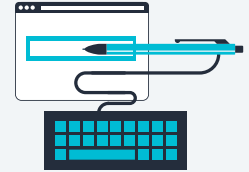
Fallstudie

KRAS



Kras.nl erhielt von uns die volle Punktezahl für die Produktseiten.

- Die Seiten mit der Urlaubsübersicht und Detailansicht sind übersichtlich dargestellt. Die Informationen sind einfach zu erfassen.
- Zudem werden nur relevante Informationen wie Preise, eingeschlossene Leistungen und die Stornierungsbedingungen angezeigt.
- Die Website verfügt über eine übersichtliche CTA-Schaltfläche, die auch sichtbar bleibt, wenn der Nutzer auf der Seite nach unten scrollt.

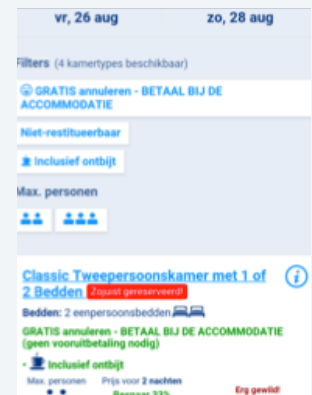


Registrierung und Konversion

Für diese Phase des Nutzererlebnisses erzielte keine Website 100%.

Fallstudie

BOOKING.COM



booking.com erzielte 93% und bildet damit gemeinsam mit hotels.com und Niumba die Spitze dieses Segments.

- Das Registrierungsverfahren ist klar und einfach.
- Die Verkaufsargumente werden während des gesamten Währungs-umrechnungsverfahrens bekräftigt.
- Formularbezeichnungen sind immer sichtbar und der in die Formulare eingegebene Text wird in Echtzeit bestätigt.

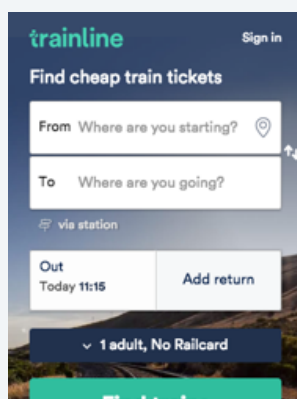


Geräte- und kanalübergreifend

Websites, die von uns 100% erhalten haben

Trainline Lufthansa
Kayak Norwegian
Voyage Prive

Fallstudie



TRAINLINE.COM

Trainline war mit 100% einer der leistungsstärksten Anbieter.

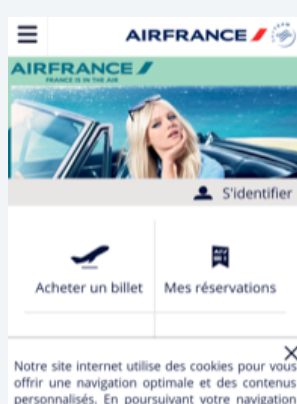
- Grundlegende Funktionen wie das Anmelden oder das Erstellen eines Kontos von jeder Seite aus funktionieren einwandfrei.
- Die zuletzt gebuchten Reisen (und zuletzt durchgeführten Suchen) werden angezeigt.
- Die GPS-Funktion des Smartphones wird für die Suche nach den nächstgelegenen Bahnhöfen genutzt.



Mobiles Design

Für diese Phase des Nutzererlebnisses erzielte keine Website 100%.

Fallstudie



AIR FRANCE

Air France erzielte ganze 96%.

- Die Zielseiten bieten relevante Informationen. Google-Suchen leiten direkt zu relevanten Informationen über Flüge und Zielorte weiter.
- Die Bereiche für Text und zum Antippen sind ausreichend groß – die Nutzer müssen die Anzeige nie verkleinern oder zoomen.
- Formulare haben die automatische Ausfüllfunktion aktiviert, was Zeit spart.

Wie geht's weiter?

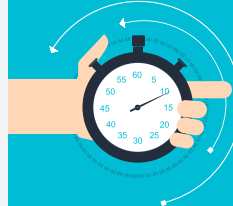
Könnte auch Ihre mobile Website noch besser werden? Die oben genannten Unternehmen sind Beispiele für gutes Website-Design, das das Nutzererlebnis verbessert und die Konversionsrate der Marke steigert.

Um die Leistung Ihrer eigenen mobilen Website zu optimieren, sollten Sie folgende Maßnahmen ergreifen:



LASSEN SIE EINE ÜBERPRÜFUNG DER BENUTZERFREUNDLICHKEIT IHRER MOBILEN WEBSITE DURCHFÜHREN

Beauftragen Sie eine Usability-Agentur damit, Ihren gesamten Konversionsprozess zu überprüfen, Probleme zu erkennen, Empfehlungen auszusprechen und Testschwerpunkte festzulegen. Für mehr Informationen zum Thema „Grundsätze des Kundenerlebnisses“ besuchen Sie www.thinkwithgoogle.com



MESSEN SIE DIE GESCHWINDIGKEIT IHRER MOBILEN WEBSITE

Die Seitenladegeschwindigkeit können Sie mit www.webpagetest.org testen. Zudem finden Sie auf testmysite.withgoogle.com eine Liste mit Elementen, die auf bestimmten Seiten verbessert werden können.

VORGEHENSWEISE

Google hat eine eingehende Überprüfung von **316 mobilen Websites** in drei Sektoren und sieben europäischen Ländern in Auftrag gegeben, um Unternehmen herausragende Beispiele für Benutzerfreundlichkeit und Leistung / Geschwindigkeit vor Augen zu führen. Wir haben sie dann miteinander verglichen und eine Rangfolge für die Spitzenreiter erstellt. Für die Erstellung einer interessensunabhängigen Liste mit zu überprüfenden Websites hat Google auf öffentlich verfügbare Daten von **SimilarWeb** zurückgegriffen, um die Top 20 der Transaktionswebsites in den jeweiligen Ländern (UK, Deutschland, Frankreich, Niederlande, Spanien, Italien und Schweden) und in jedem Sektor (Einzelhandel, Reisen und Finanzen) festzulegen.

Google beauftragte **cxpartners** (die allgemein als Experten für Benutzerfreundlichkeit, Design und Strategie gelten) und lokale Partner mit der unabhängigen Bewertung der Benutzerfreundlichkeit aller Websites und der Ermittlung von Benchmarks.

Die Geschwindigkeitsmessung der mobilen Websites wurde mit dem öffentlich zugänglichen Tool **Web Page Test** durchgeführt.

Einige Websites wurden von der Bewertung der Benutzerfreundlichkeit ausgenommen, weil sie für die Überprüfung nicht über ausreichend Phasen im Konversionsprozess verfügen (z. B. jene, die Kunden für die Bezahlung auf die Website Dritter weiterleiten). Diese konnten nicht in einen direkten Vergleich mit jenen Websites gestellt werden, die einen End-to-End-Konversionsablauf haben. Aus technischen Gründen konnte die Seitenladegeschwindigkeit des gesamten Buchungsablaufs einiger Websites nicht gemessen werden. In diesen Fällen haben wir die Geschwindigkeit von anderen, gleichermaßen konsistenten Seiten gemessen. Da sich diese Seiten jedoch außerhalb des Buchungsablaufes befanden, wurden auch sie von unserer Bewertung ausgenommen. Aus diesem Grund erscheinen zahlreiche Websites von Flug- und Bahnreiseanbietern nicht in unserer Bewertung.

¹ What Users Want Most From Mobile Sites Today, Google (durchgeführt von Sterling Research und SmithGeiger), US, Juli 2012

² content.akamai.com/PG2920-Performance-Matters.html

³ content.akamai.com/PG2920-Performance-Matters.html