



Studie zum Thema mobile Nutzererfahrung und
Seitengeschwindigkeit von
Immobilien-Websites in Bayern und Österreich

August 2015

Zusammenfassung

Für viele Firmen ist der Weg nach oben in den Google-Suchergebnissen ein kritischer Faktor für den Geschäftserfolg. Die genauen Ranking-Parameter der Google-Suche sind ein gut gehütetes Geheimnis, aber sicher ist: Die Geschwindigkeit einer Website ist ausgesprochen wichtig für die Platzierung auf Google. Denn langsame Websites sind für die Suchmaschine aufwendiger zu erfassen und bieten zudem eine schlechte Nutzererfahrung – auch die spielt für Google eine Rolle.

Otago Online Consulting GmbH hat sich mit der Webseitengeschwindigkeit einen wichtigen Rankingparameter herausgegriffen und diesen für 1.747 Immobilienwebsites (Makler, Bauträger) aus Bayern und für 1.045 Immobilienwebsites aus Österreich analysiert. Die Seiten wurden mittels des von Google öffentlich zur Verfügung gestellten Analysetools „PageSpeed Insights“ hinsichtlich der Parameter „mobile Nutzererfahrung“ und „Seitengeschwindigkeit“ verglichen. „PageSpeed Insights“ wertet die Ergebnisse nach einem Punktesystem in drei Kategorien aus: Grün, Gelb, Rot. Im grünen Bereich landen nur Top-Performer, die im Gesamtscore auf mindestens 85 von 100 Punkten kommen. Wer im roten Bereich liegt, erfüllt nicht einmal ein Mindestmaß. Als mittelmäßig bis gut können Ergebnisse im gelben Bereich qualifiziert werden.

Die Ergebnisse sind besonders bei den Seiten in Bayern ernüchternd: Mehr als die Hälfte aller untersuchten **Webseiten (53 Prozent) schneiden bei der „mobilen Nutzererfahrung“ nicht einmal durchschnittlich ab. Das heißt**, diese Seiten sind nicht nur wesentlich langsamer, sondern mobil auch nur sehr eingeschränkt nutzbar. In Österreich ist es mehr als jede dritte Immobilienwebseite (36 Prozent), die in die schlechteste Kategorie fällt, dafür gehört ein Drittel auch zu den Top-Performern.

Bei der „mobilen Seitengeschwindigkeit“ **schneiden Österreichs Seiten dafür schlecht ab: Mehr als die Hälfte (56 Prozent) landet hier in der schlechtesten Kategorie, in Bayern sind es 45 Prozent.**

Die schlechte mobile Nutzbarkeit ist nicht nur für Seitenbesucher ärgerlich, sondern sie führt auch dazu, dass diese Seiten in Google schlechter platziert werden und in Folge weniger Besucher bekommen.

Wer 2015 noch keine mobile Website hat, ist gegenüber den Mitbewerbern sicherlich im Nachteil und lässt ungenutztes Potenzial brachliegen. Im Mai 2015 gab Google bekannt, dass in zehn Ländern (inklusive den USA und Japan) bereits mehr Google Suchanfragen mittels mobiler Geräte abgeschickt werden, als mittels Desktop-Geräten (Quelle: <http://searchengineland.com/its-official-google-says-more-searches-now-on-mobile-than-on-desktop-220369>).

Dabei müssen beim Aufrüsten auf eine mobile Version nicht immer gleich aufwendige Änderungen vorgenommen werden. Selbst einfache Maßnahmen, wie Bilder in einem optimierten Format abzuspeichern, würden bei vielen Seiten schon wesentlich zur Erhöhung der Geschwindigkeit beitragen.

Allerdings zeigen die Ergebnisse auch ganz deutlich: **Seiten, die auf ein „responsive Design“ setzen, schneiden wesentlich besser ab.** Der Begriff „responsive Design“ kommt aus dem Englischen und bedeutet auf Webseiten bezogen „sich anpassend, reagierend“. Das Design der Webseite passt sich also dem jeweiligen Endgerät (PC, Laptop, Tablet oder Smartphone) an. Vereinfacht heißt dies: Die angewählte Seite erkennt, welches Endgerät am anderen Ende wartet, und zeigt sich im passenden Design und in der richtigen Größe.

Methodik

Für die Analyse wurden die URLs von 1.045 Immobilienwebsites aus Österreich und 1.747 Immobilienwebsites aus Bayern recherchiert und im Frühsommer 2015 in dem von Google öffentlich zur Verfügung gestellten „PageSpeed Insights“-Analysetool automatisiert abgefragt. Die Daten wurden umfangreich ausgewertet und nicht aufrufbare Domains, Domains ohne Inhalte oder Domains, die sich im Aufbau befinden oder nicht vollständig sind, aus der Auswertung entfernt.

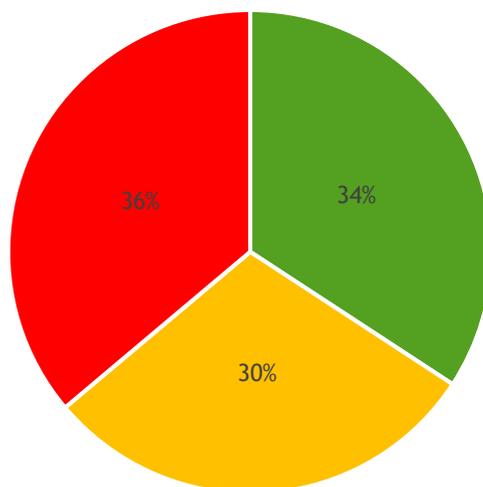
Die Ergebnisse wurden getrennt für mobile Websites und Desktop-Versionen aufbereitet. Für die Auswertung der Leistungsfähigkeit wurden nur die unmittelbar websiteabhängigen Aspekte berücksichtigt (u. a. Serverkonfiguration, Bilder und der Einsatz von Werkzeugen zur Ressourcenkomprimierung wie JavaScript, CSS, HTML). Netzwerkanbieterrelevante Faktoren wie z. B. Signalstärke wurden nicht berücksichtigt.

The screenshot shows the Google PageSpeed Insights interface. At the top, the Google Developers logo is visible. Below it, the text 'Produkte > PageSpeed Insights' is shown. The main heading is 'PageSpeed Insights' with a '8.1' rating. The URL 'http://www.best-real.at/' is entered in the search bar, and a blue 'ANALYSIEREN' button is to the right. Below the search bar, there are two tabs: 'Mobil' (with a red exclamation mark) and 'Desktop' (with a green checkmark). The main content area shows a score of '94 / 100' and the heading 'Übersicht über die Vorschläge'. Underneath, there is a section 'Behebung empfohlen:' with a red warning icon. The text describes issues with JavaScript and CSS resources blocking rendering. It lists specific URLs for optimization, such as 'http://www.best-real.at/_es_common/k2scripts-min.js?1395135079000' and several CSS files. A 'Details ausblenden' link is at the bottom of the list. On the right side of the interface, there is a small image of a laptop displaying the website being analyzed.

Abbildung 1 - Google PageSpeed Insights - beispielhafte Abbildung einer Website-Abfrage

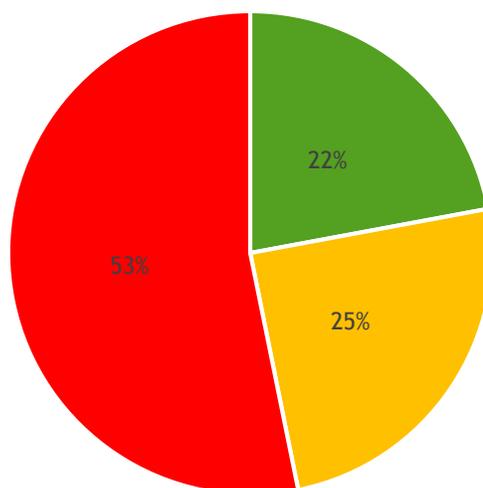
Mobile Nutzererfahrung lt. PageSpeed Insights

Mobile Nutzererfahrung - Österreich



■ 85 - 100 Punkte ■ 65 - 84 Punkte ■ 0 - 64 Punkte

Mobile Nutzererfahrung - Bayern



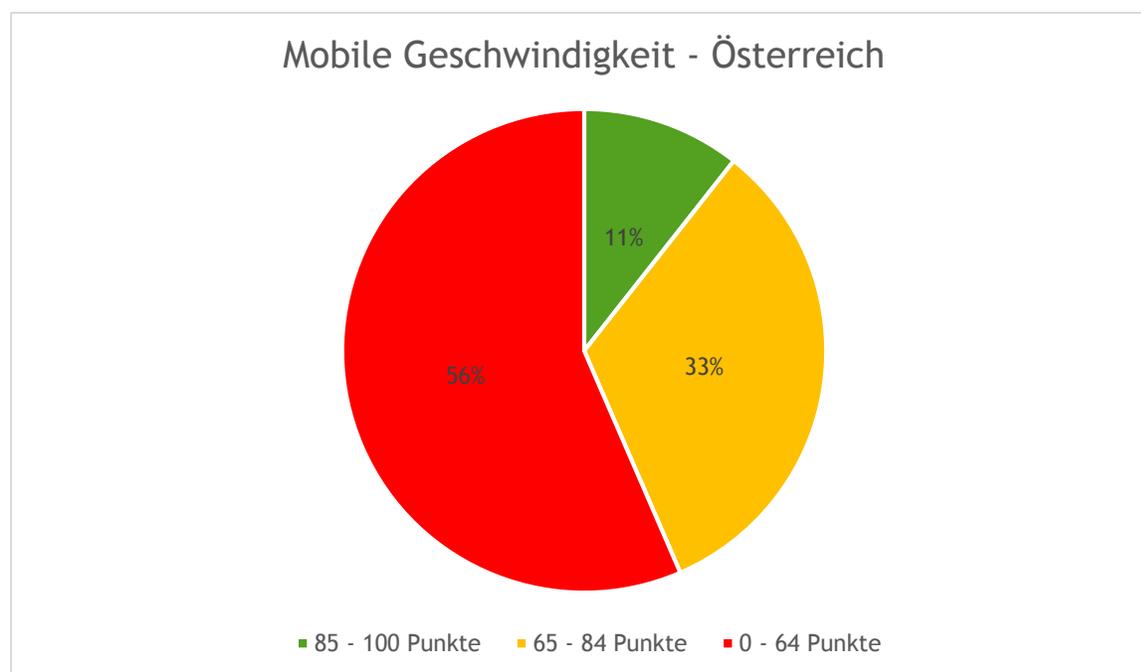
■ 85 - 100 Punkte ■ 65 - 84 Punkte ■ 0 - 64 Punkte

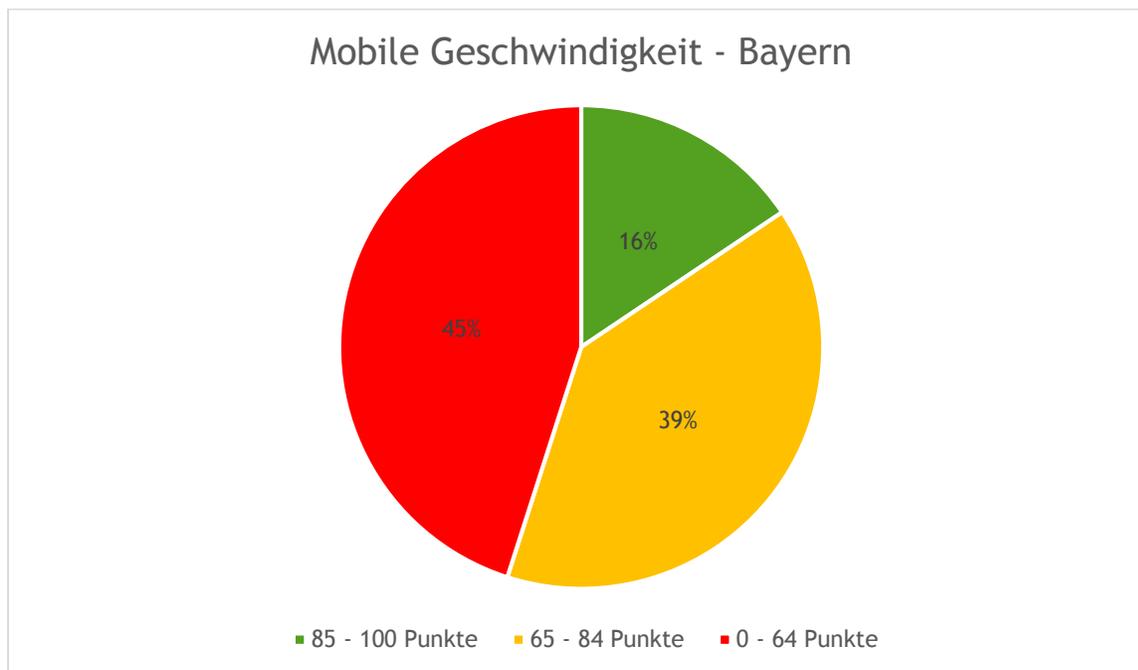
Mittels des Parameters „mobile Nutzererfahrung“ wird gemessen und in Punkten bewertet, ob Websites auch mobil so dargestellt werden, dass sie benutzerfreundlich sind. In die Bewertung fließen Faktoren wie die Positionierung der Seitenelemente, die Schriftgröße und die Größe der Touch-Elemente mit ein.

Die mobile Benutzerfreundlichkeit ist auch im Bereich der Immobiliensuche ein wesentlicher Online-Erfolgsfaktor. Trotzdem gibt es noch einige Seiten, die ohne mobile Version arbeiten.

Der Anteil von österreichischen Webseiten im roten und damit schlechtesten Bereich ist mit mehr als einem Drittel zwar groß, allerdings gehören fast ebenso viele Websites auch schon zu den Top-Performern. In Bayern dagegen performen mehr als die Hälfte der Immobilienwebsites unterdurchschnittlich und landen damit im roten Bereich.

Mobile Geschwindigkeit



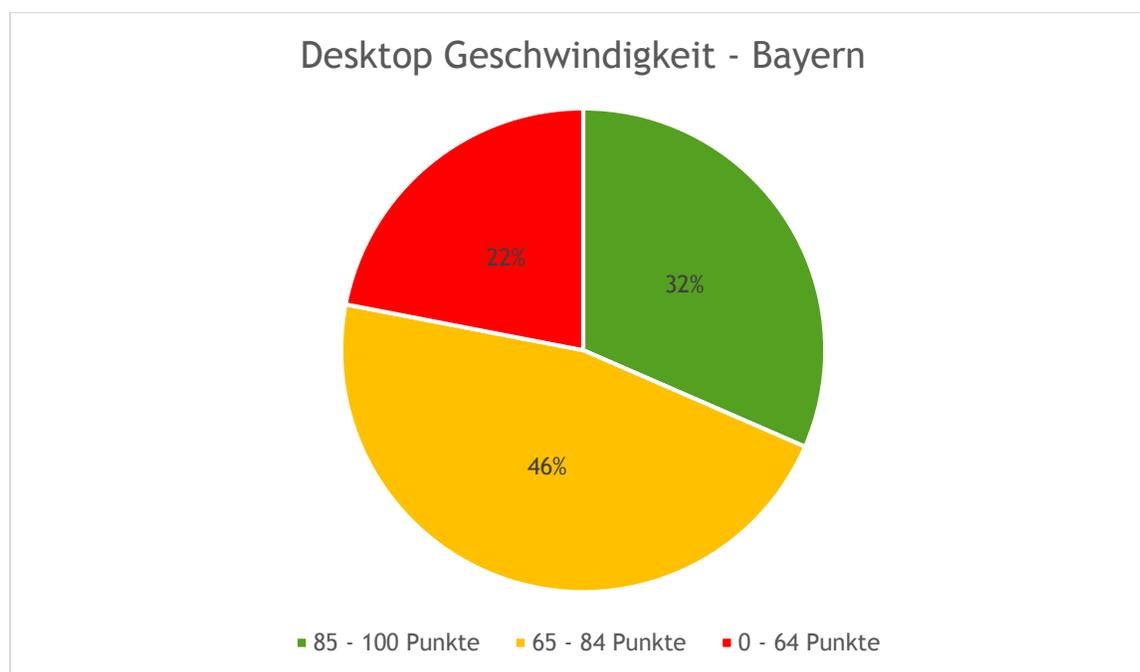
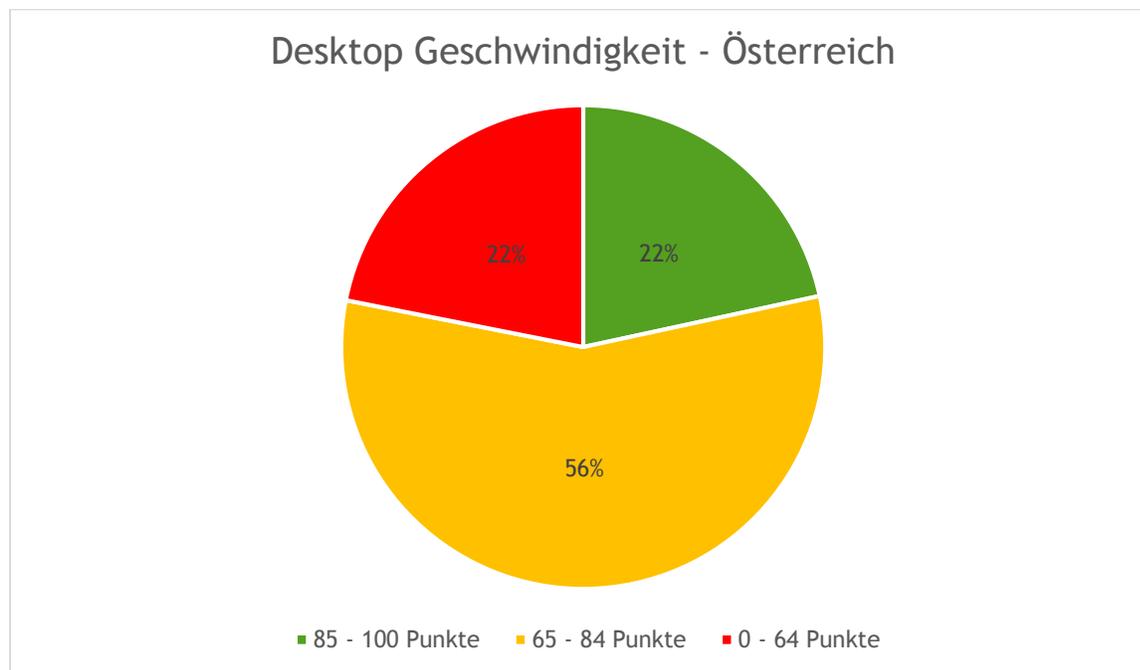


Um eine optimale Seitengeschwindigkeit zu erreichen, müssen mobile Seiten den ohne zu Scrollen sichtbaren Inhalt in weniger als einer Sekunde bereitstellen.

Hier schneiden bayerische Immobilienseiten im Allgemeinen besser ab als österreichische. In Bayern liegen mehr als 50 Prozent der Seiten zumindest im gelben Bereich, sind also durchschnittlich bis gut, die Top-Performer machen freilich auch nur 16 Prozent aus. In Österreich ist mehr als die Hälfte der Immobilienseiten bei der mobilen Geschwindigkeit nicht einmal durchschnittlich – nur eine von zehn zählt zur Top-Gruppe.

Hier gibt es in der Immobilienbranche definitiv enormes ungenutztes Potenzial, insbesondere weil Google die Seitengeschwindigkeit auch als Signal für die Reihung der Ergebnisse benutzt. Langsame Seiten bedeuten weniger Benutzer, schnelle Seiten bedeuten eine größere Benutzeranzahl und damit eine höhere Anzahl an (potenziellen) Kunden.

Desktop Geschwindigkeit



Für diese Studie wurden nicht nur mobile Seiten untersucht, sondern auch die Desktop-Versionen. Auch bei der Desktop-Geschwindigkeit haben österreichische Immobilienwebseiten noch Entwicklungspotenzial: Lediglich ein Fünftel der Seiten findet sich in der Top-Kategorie, ebenfalls ein Fünftel landet mit seinen Ergebnissen im hintersten Bereich. Vier von fünf Seiten haben also bei der Desktop-Geschwindigkeit noch Aufholbedarf.

In Bayern ist der Anteil der Top-Performer mit einem Drittel schon etwas höher, im schlechtesten Bereich landet auch hier ein Fünftel der Seiten. Etwas mehr als zwei Drittel der Webseiten haben also auch in Bayern bei der Desktop-Geschwindigkeit noch Luft nach oben.

Im Schnitt liefert die Branche aber bei der Desktop-Geschwindigkeit eine deutlich bessere Leistung ab als mobil.

Über den Autor



Jan Königstätter beschäftigt sich seit über 12 Jahren mit dem Thema Webanalyse & Suchmaschinenoptimierung. 2002 wurde er technischer Leiter bei immodirekt.at, 2009 wechselte er zu derStandard.at und baute dort den Bereich Webanalyse, Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing auf und aus. 2014 gründete er zusammen mit Markus Inzinger die Otago Online Consulting GmbH.

Über Otago Online Consulting

Otago Online Consulting GmbH wurde Anfang 2014 von Mag. Markus Inzinger und Jan Königstätter gegründet und konzentriert sich auf die Beratung im Bereich Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing. Otago zählt namhafte Unternehmen aus der Medienbranche zu ihren Kunden, u.a. die Salzburger Nachrichten, die Niederösterreichischen Nachrichten, den ÖGB Verlag, die Styria Digital One und andere wichtige Player. Beide Gründer waren langjährig für derStandard.at in leitenden Positionen tätig.

www.otago.at

otago
Online Consulting