

Das Mobilegeddon für Onlineshops: Müssen jetzt alle nachziehen?

☒ Am 21. April war es soweit: Google hat sein Mobile Update ausgerollt und bezieht nun in das mobile Ranking die mobile Darstellung von Websites mit ein. Insbesondere von Shopbetreibern wurde das Mobile Update mit einiger Sorge betrachtet, schwebte doch das Damokles-Schwert der mobilen Unsichtbarkeit in den Google Suchergebnissen über ihnen. Sollten Shopbetreiber nachziehen? Wir haben dazu einen Blick auf die Top10-Onlineshops in Deutschland geworfen.

Betrachtet man die größten 10 deutschsprachigen Onlineshops, fällt auf, dass der große Knall bei Onlineshops bisher ausgeblieben ist.

Seite	Sichtbarkeit Smartphone				Desktop
	13.04.	20.04.	27.04.	04.05.	
amazon.de	2140	2160	2290	2300	stabil
otto.de	202	201	212	214	stabil
zalando.de	148	149	150	150	stabil
notebooksbilliger.de	36	37	39	39	minimal abwärts
bonprix.de	51	54	52	52	stabil
cyberport.de	10	10	11	10	gestiegen
tchibo.de	28	27	29	29	gestiegen
conrad.de	113	113	116	114	minimal abwärts
alternate.de	14	14	11	10	stabil
hm.com	18	18	18	18	minimal abwärts

Basis für die Auswertung ist der Sichtbarkeitsindex von SISTRIX unter Berücksichtigung der Smartphone-Datenansicht. Zum Vergleich wurden die zwei Wochen vor und zwei Wochen nach dem Google Mobile Update dargestellt. Es ist ein leicht positiver Trend bei den meisten Onlineshops erkennbar. Allerdings sollte man auch die Desktop-Sichtbarkeit in diesen Vergleich miteinbeziehen. So kann man eher Auskunft darüber geben, ob es sich um einen generellen Anstieg oder Verlust der Sichtbarkeit handelt.



Besonders deutlich wird das Mobilegeddon bei alternate.de. Der Online-Shop hat einen deutlichen Einbruch in der mobilen Suche zu verzeichnen, [obwohl die Seite eigentlich mobil-optimiert](#) daherkommt. Die Desktop-Seite hingegen hat eine stabile Sichtbarkeit. Im Gegensatz dazu verzeichnet otto.de seit dem Mobilegeddon einen konstanten Anstieg in der mobilen Sichtbarkeit. Sicherlich hängt das auch mit dem jüngst ausgerollten [Relaunch des Onlineshops](#) zusammen.

Das Problem, vor dem Onlineshops stehen: Eine erste [Auswertung von Searchmetrics](#) zeigt, dass Websites zwar als mobile-friendly durch den Google Developer Test gekennzeichnet werden, diese aber dennoch vom Google Mobile Update abgestraft worden zu sein scheinen.

Mobilegeddon für Onlineshops - sollten Shopbetreiber nachziehen?

Der leicht positive Trend bei mobil-optimierten Shops ist bereits zu beobachten, allerdings ist es noch zu früh um eine eindeutige Aussage pro Shop zu treffen. Shopbetreiber sollten in erster Linie auch ihr eigenes Webtracking- bzw. Analyse-Tool befragen und gezielt den mobilen Traffic auswerten lassen. Shopbetreiber sollten die Chancen nutzen und einen mobil-optimierten Shop anbieten - [zum Beispiel mit responsive Design](#). Noch mag der mobile Traffic für den ein oder anderen Shopbetreiber nicht relevant sein, der Trend zu immer mehr mobiler Nutzung ist allerdings nicht zu leugnen und das jüngste Google Mobile Update wird sicherlich nur der Anfang der Aufwertung von mobil-optimierten Shops in der (mobilen) Suche sein.