



PRESSEINFORMATION

## **Google Austria, MMA Austria & iab.austria sagen langsamen Ladezeiten mobiler Websites gemeinsam den Kampf an**

***Das „Mobile Speed Ranking“ von Google Austria zeigt auf, welche mobilen Websites in den Branchen Handel, Tourismus und Finanzdienstleistungen mit schnellen Ladezeiten punkten können und wo es noch Aufholbedarf gibt. Ab sofort stellt Google Austria Website-Betreibern ein Tool zur Verfügung, mit dem sie die Performance der eigenen mobilen Websites testen können.***

**Wien, 15. Mai 2018.** Gemeinsam mit der MMA Austria (Mobile Marketing Association Austria) sowie dem iab.austria (interactive advertising bureau austria) präsentierte Google Austria eine aktuelle Studie zum „Mobile Page Speed“ heimischer Unternehmen. Mit Hilfe des sogenannten „TestMySite“-Mobile Speed Tools hat Google Austria die Websites der relevantesten Player in drei Wirtschaftssegmenten – Handel/Retail, Reisen/Tourismus und Finanzdienstleistungen – auf ihre mobile Performance hin überprüft und die jeweiligen Ladezeiten auf mobilen Devices erhoben. Die sich aus dieser Untersuchung ergebenden Rankings zeigen auf, welche mobilen Websites bereits mit für den User erfreulichen Ladezeiten beeindrucken und bei welchen Websites es hinsichtlich der mobilen Ladezeiten noch Aufholbedarf gibt. Warum MMA Austria und iab.austria die „Mobile Page Speed“-Erhebung von Google Austria begrüßen, erklären die Präsidenten der beiden Interessensgemeinschaften folgendermaßen: „Die MMA Austria untersucht seit einigen Jahren im Rahmen des Mobile Communications Report unter anderem die Unzufriedenheitsfaktoren beim Websurfen mit dem Smartphone. Nicht optimierte mobile Seiten sind bei den Endkonsumenten jedes Jahr eines der Top-Ärgernisse. Als MMA Austria können wir daher eine Art ‚Positive Listing‘ wie die ‚Mobile Page Speed‘-Erhebung von Google

nur begrüßen“, meint Andreas Martin, Präsident der MMA Austria und Geschäftsführer der Mediaagentur media.at. André Eckert, Präsident des iab austria und Geschäftsführer von austria.com/plus, betont: „Der iab austria begrüßt Aktivitäten wie die ‚Mobile Page Speed‘-Erhebung, da sie den digitalen Markt in Österreich nachhaltig beleben. 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 vermarktbare Pageviews generiert. Zusätzlich verbessert sich das Search Ranking, was sich wiederum positiv auf die Auffindbarkeit auswirkt.“

### **Dauert der Ladevorgang mehr als drei Sekunden, wird es kritisch!**

„53 Prozent der Nutzer brechen den Ladevorgang einer mobilen Webseite ab, wenn dieser länger als drei Sekunden dauert“, betonte Matthias Zacek, Industry Head Google Austria im Rahmen der Präsentation der „Mobile Speed Rankings“: „Unsere Auswertung zur Ladegeschwindigkeit von Websites auf mobilen Geräten in Österreich in den Branchen Handel/Retail, Reisen/Tourismus und Finanzdienstleistungen zeigt, dass einige führende Unternehmen die Wichtigkeit von schnellen mobilen Webseiten bereits erkannt haben.“ Aber – so Zacek: „Der Großteil der heimischen Unternehmen hat hinsichtlich der Ladezeit der eigenen Website auf mobilen Endgeräten noch deutlich Beschleunigungspotential. Der Handel (durchschnittliche Ladezeit mobiler Websites 9 Sekunden), der Tourismus (Ø Ladezeit 7,4 Sekunden) und die Finanzdienstleister (Ø Ladezeit 8,1 Sekunden) liegen noch weiter hinter der Nutzererwartung von höchstens drei Sekunden zurück.“

Google-Manager Matthias Zacek hatte aber noch weitere spannende Fakten zum Themenfeld „Mobile Page Speed“ parat:

- Die Absprungrate von Besuchern mobiler Websites steigt um 123 Prozent bei der Zunahme der Website-Ladezeit von einer auf zehn Sekunden.
- 79 Prozent der Onlinekäufer, die mit einer mobilen Website unzufrieden sind, sagen, dass sie in Zukunft höchstwahrscheinlich nicht mehr auf der gleichen Website einkaufen werden.
- Mobile Kriterien werden für das Google-Suchmaschinen-Ranking immer bedeutender (Stichwort: Mobile first!).

## Mobile Speed Ranking Handel/Retail

Rang	Unternehmenswebsite	Speed	Bewertung	Absprungrate in %
1	<a href="http://www.ikea.com">www.ikea.com</a>	2	Exzellent	sehr niedrig
2	<a href="http://www.obi.at">www.obi.at</a>	4	Gut	10
3	<a href="http://www.yesss.at">www.yesss.at</a>	4	Gut	10
4	<a href="http://www.bob.at">www.bob.at</a>	4	Gut	10
5	<a href="http://www.amazon.de">www.amazon.de</a>	5	Gut	19

Das vollständige Mobile Speed Ranking Handel (Ø Ladezeit 9 secs) steht hier zum Download bereit:

<https://drive.google.com/file/d/1B9acWU0ArLX8tBxJu6NeknXPkKwTv-T1/view>

## Mobile Speed Ranking Reisen/Tourismus

Rang	Unternehmenswebsite	Speed	Bewertung	Absprungrate in %
1	<a href="http://www.trivago.at">www.trivago.at</a>	4	Gut	10
2	<a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a>	5	Gut	19
3	<a href="http://www.tripadvisor.at">www.tripadvisor.at</a>	5	Gut	19
4	<a href="http://www.expedia.at">www.expedia.at</a>	5	Gut	19
5	<a href="http://www.restplatzboerse.at">www.restplatzboerse.at</a>	5	Gut	19

Das vollständige Mobile Speed Ranking Reisen (Ø Ladezeit 7,4 secs) steht hier zum Download bereit:

[https://drive.google.com/file/d/17v44TJFTAj6n9Jt8ZUw\\_MoGRGpplzOYB/view](https://drive.google.com/file/d/17v44TJFTAj6n9Jt8ZUw_MoGRGpplzOYB/view)

## Mobile Speed Ranking Finanzdienstleistungen

Rang	Unternehmenswebsite	Speed	Bewertung	Absprungrate in %
1	<a href="http://www.raiffeisen.at">www.raiffeisen.at</a>	4	Gut	10
2	<a href="http://www.hypobank.at">www.hypobank.at</a>	4	Gut	10
3	<a href="http://www.raiffeisenbank.at">www.raiffeisenbank.at</a>	4	Gut	10
4	<a href="http://www.raiffeisen-oö.at">www.raiffeisen-oö.at</a>	5	Gut	19
5	<a href="http://www.wienerstaedtische.at">www.wienerstaedtische.at</a>	6	Ausreichend	24

Das vollständige Mobile Speed Ranking Finanzen (Ø Ladezeit 8,1 secs) steht hier zum Download bereit:

<https://drive.google.com/file/d/1a4e1L2Ysjf7E8KKs8oiOAE4Bk3Kd50v0/view>

## **Website-Betreiber können Ladezeiten ihrer mobilen Websites selbst testen**

Im Anschluss an die Vorstellung der „Mobile Page Speed“-Rankings präsentierte Matthias Zacek das für Österreich gestartete „Mobile Speed Scorecard“-Tool, mit dem Unternehmen nun erstmals die Performance der eigenen mobilen Website testen und die Umsatzchancen einer schnelleren Website berechnen können. „Wir freuen uns, im Rahmen einer gemeinsamen Veranstaltung mit MMA Austria und iab Austria die „Mobile Speed Scorecard“ für Österreich (<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/feature/mobile/?country=Österreich>) vorzustellen. Dieses Tool verdeutlicht, dass Mobile Speed einen immer stärkeren direkten Einfluss auf den Geschäftserfolg hat. Untersuchungen wie die Studie ‚The State of Online Retail Performance‘ von Akamai Technologies belegen, dass durch eine Beschleunigung der Ladezeit um eine Sekunde der Umsatz bis zu 20 Prozent gesteigert werden kann.“ Google will Unternehmen aus Österreich Zacek zufolge dabei unterstützen, mit ihren mobilen Websites erfolgreicher zu sein, indem sie mit Hilfe des „Mobile Speed Scorecard“ zusätzliches Potential erkennen: „Die mobile Ladezeit ist heute ein immer bedeutenderer Aspekt in der Beziehung zu Kunden und somit für den Geschäftserfolg und die eigene Marke insgesamt.“

### **Methodologie des Mobile Speed Ranking:**

Google bewertet Ergonomie und Geschwindigkeit der Website basierend auf Parametern von „TestMySite“. Eine Geschwindigkeitsverbesserung dient etwa zum Komprimieren von Bildern, einer verbesserten Server-Antwortzeit, höherem Browser-Caching und einem Priorisieren sichtbarer Inhalte, um hier nur einige Kriterien zu nennen. Eine vollständige Liste der Ergonomie- und Geschwindigkeitskriterien finden Sie unter: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=de>. Das „Mobile Speed Ranking“ wurde durch Google ermittelt. Unternehmen ohne mobile Websites wurden nicht in der Auswertung berücksichtigt. Alle Seiten wurden am 26. Januar 2018 getestet.

### **Über Matthias Zacek:**

*Matthias Zacek ist Industry Head bei der Google Austria GmbH. Ab 2013 kümmerte sich Zacek bei Google Austria um die Weiterentwicklung von Handelskunden. Seit*

2016 ist Zacek mit seinem Team für das gesamte Österreichgeschäft verantwortlich. Als Industry Head betreut Zacek österreichische Unternehmen mit dem Ziel, dass diese mit ihren Kunden über alle Kanäle hinweg effizient in Dialog treten und somit international erfolgreich sein können. Zacek beschäftigt sich in seiner Funktion speziell mit folgenden Themen: kundenzentrierte Unternehmenssteuerung, Omnichannel und digitale Transformation von traditionellen Unternehmen. Vor Google war Zacek über zehn Jahre in leitenden Funktionen in der Medienbranche in den Bereichen Print und Online tätig.

### **Über Google Austria:**

Das Ziel von Google ([www.google.at](http://www.google.at)) ist es, die Informationen der Welt zu organisieren und für alle zu jeder Zeit zugänglich und nutzbar zu machen. Die aus dieser Mission hervorgehenden Dienste wie die Google Suche, YouTube, das Google Display Netzwerk, Gmail, Google Maps oder Android erreichen die große Mehrheit aller österreichischen Internetnutzer. Unsere Werbekunden nutzen die sich daraus ergebenden Vorteile wie Reichweite, Relevanz, Effizienz und Messbarkeit. Die Werbemöglichkeiten bei Google ermöglichen allen Unternehmen, ob klein oder groß, Kunden effizient anzusprechen und für Ihre Angebote zu gewinnen. Das Google Team in Wien agiert als strategischer Partner der Unternehmen in Österreich und hilft, die sich bietenden Chancen optimal zu nutzen.

### **Über MMA Austria:**

Die Mobile Marketing Association Austria ([www.mmaaustria.at](http://www.mmaaustria.at)) ist die österreichische Landesorganisation der Internationalen Mobile Marketing Association. Die MMA Austria repräsentiert als unabhängige Interessensvertretung alle Vertreter der Mobile Marketing-Wertschöpfungskette wie Netzbetreiber, Agenturen, Mobile Marketer, Hersteller von Endgeräten, Medien, und viele mehr. Die Mobile Marketing Association Austria bietet als Know-how-Plattform Austausch mit Experten und Zugang zu relevanten Serviceleistungen in einer der innovativsten Branchen. Mit mehr als 20 Mitgliedern trachtet die lokale Organisation danach, Mobile Marketing unter einem globalen Fokus zu betrachten, aber regionale relevante Aktionen zu unterstützen. Der Hauptfokus der Mobile Marketing Association Austria ist die Etablierung von mobilen

*Anwendungen als unerlässlicher Bestandteil des Marketingmix. Präsidenten der MMA Austria sind Harald Winkelhofer, Geschäftsführer IQ Austria sowie Mag. Andreas Martin, Geschäftsführer media.at.*

**Über iab austria:**

*In der Österreich-Sektion des iab (interactive advertising bureau – Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft) haben sich rund 150 führende Unternehmen der digitalen Wirtschaft organisiert. Sie setzen Maßstäbe für die digitale Kommunikation, unterstützen die werbetreibenden Unternehmen mit Expertise, sorgen für Transparenz und fördern den Nachwuchs. Durch die Vielfalt der Mitglieder aus allen Bereichen der digitalen Wirtschaft, ist der ganzheitliche Blick auf die für die Branche relevanten Themen gewährleistet. Das iab austria ([www.iab-austria.at](http://www.iab-austria.at)) ist in ständigem Austausch mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessensgruppen. Präsident der iab austria ist André Eckert, Geschäftsführer [austria.com/plus](http://austria.com/plus).*

++ENDE++++ENDE++++ENDE++

**Bildtexte:**

Matthias Zacek, Industry Head Google Austria, präsentierte die „Mobile Page Rankings“ im Rahmen eines gemeinsamen Events mit MMA Austria und iab austria: „Der Großteil der heimischen Unternehmen hat hinsichtlich der Ladezeit seiner Website auf mobilen Endgeräten noch deutlich Beschleunigungspotenzial und liegt weiter hinter der Nutzererwartung von drei Sekunden zurück.“

Die „Mobile Page Rankings“ von Google Austria werden von MMA Austria und iab austria begrüßt und unterstützt: Andreas Martin (Präsident MMA Austria), Matthias Zacek (Industry Head Google Austria) und André Eckert (Präsident iab austria).

*Download Fotos, Rankings und Präsentation:*

<https://www.momentum.wien/downloads>

*Copyright (Abdruck honorarfrei):*

MMA Austria/Philip Gabriel

*Für Rückfragen:*

**Samuel Leiser**, Google Switzerland/Austria, Tel. +0041 44 668 12 14,

[sleiser@google.com](mailto:sleiser@google.com)

## Weiterführende Infos zum Thema Mobile Page Speed:

Einen Überblick zum Thema Mobile Websites finden Sie im Google Blogpost:

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/marketingressourcen/mobile-werbung/mobile-websites-auf-trab-bringen-und-deren-geschwindigkeit-messen/>

Zusätzliche Informationen und Quellen zum Thema Mobile Page Speed finden Sie unter diesen Links:

- Why mobile page speed is a visual designer's problem  
(<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/experience-design/mobile-page-speed-website-load-time/>)
- Find out how you stack up to new industry benchmarks for mobile page speed  
(<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/data-measurement/mobile-page-speed-new-industry-benchmarks/>)
- Why marketers should care about mobile page speed  
(<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/experience-design/mobile-page-speed-load-time/>)

Mit dem „TestMySite“-Tool können Unternehmen ihre die eigene Website testen:

<https://testmysite.withgoogle.com/intl/de-de/>