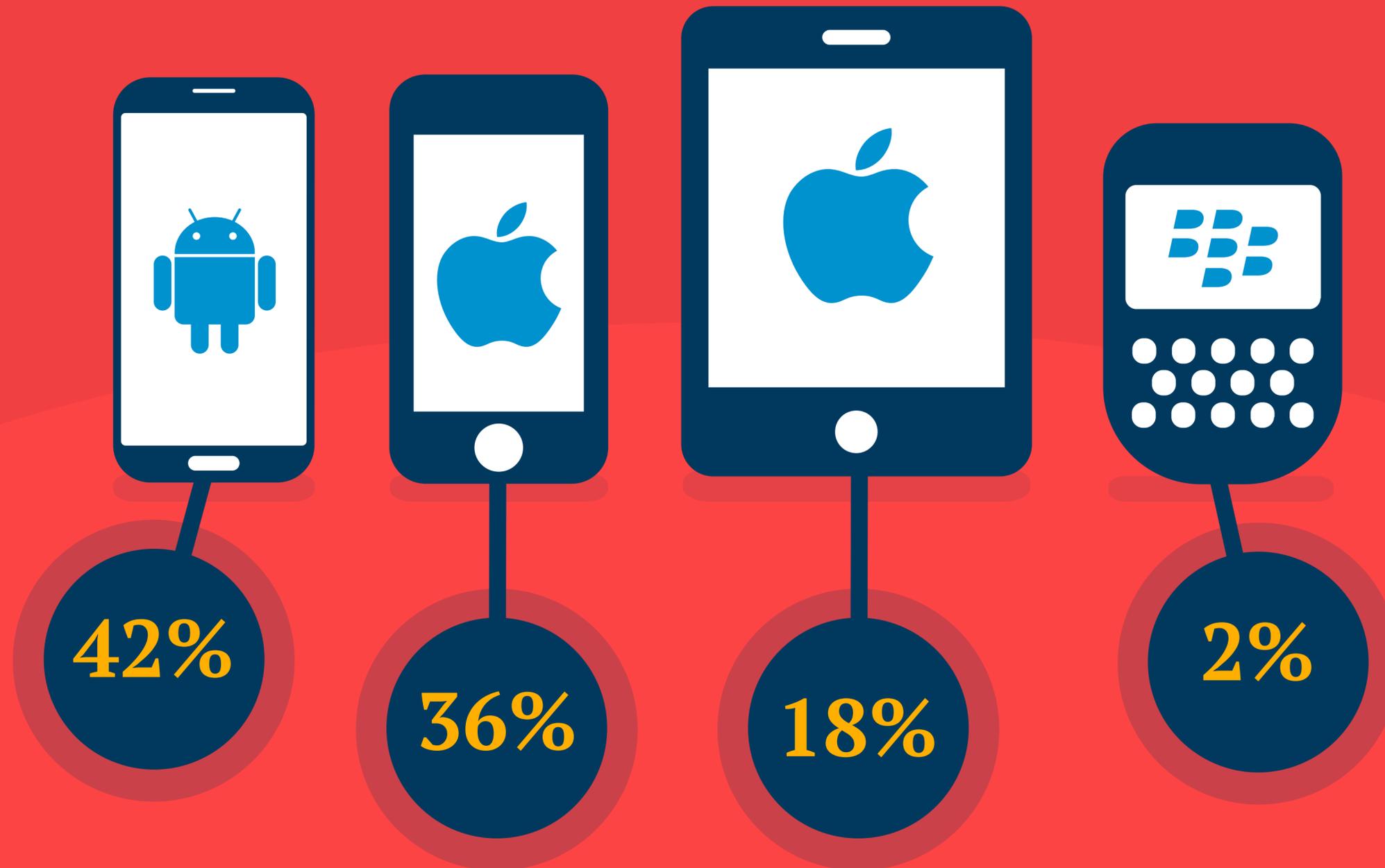


Die wichtige Rolle

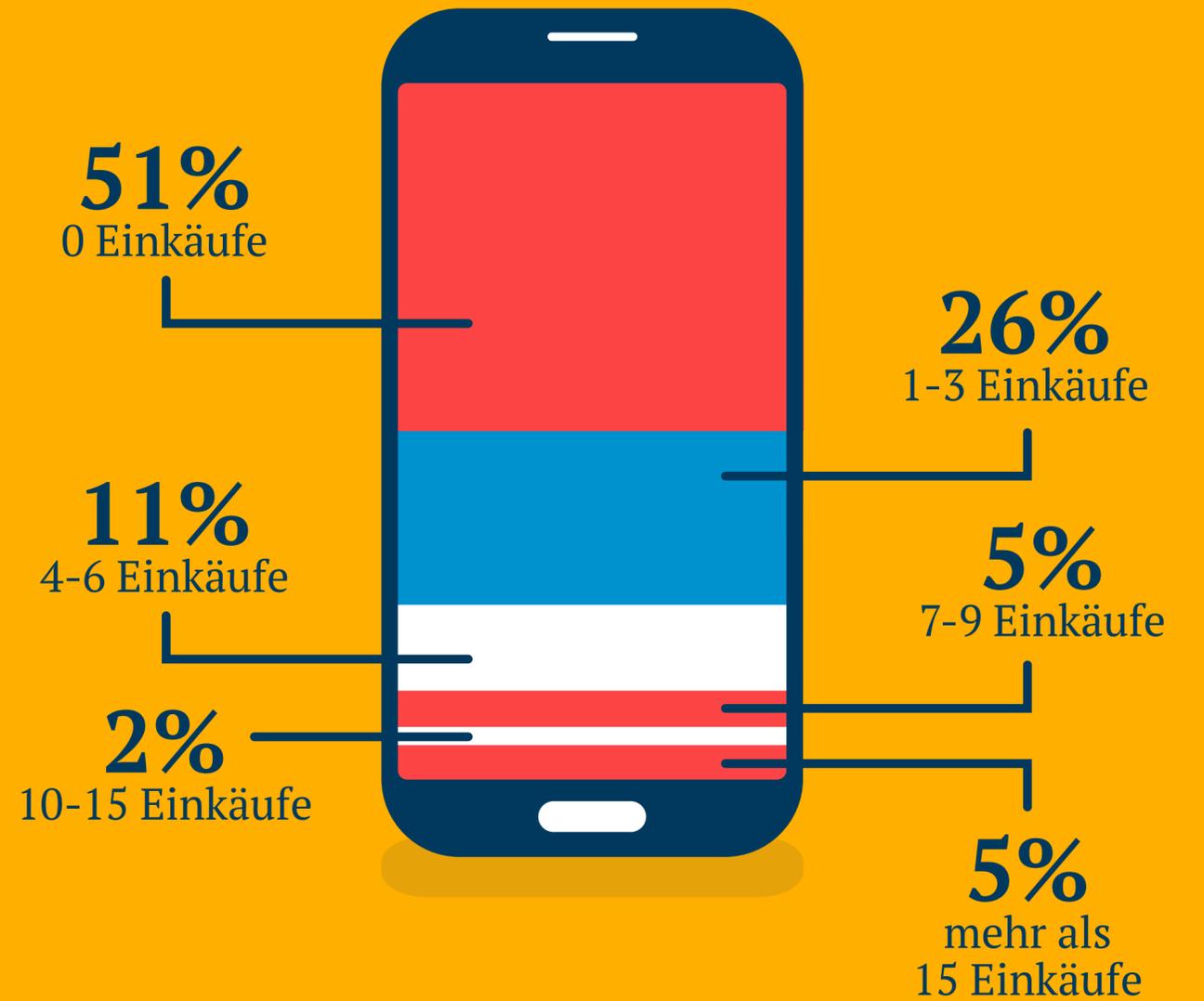
der Website-Optimierung für Mobilgeräte

Aufteilung des mobilen Verkehrs nach Mobilgerät



Mobiler Geschäftsverkehr macht mittlerweile

23% des Online-Verkaufs aus

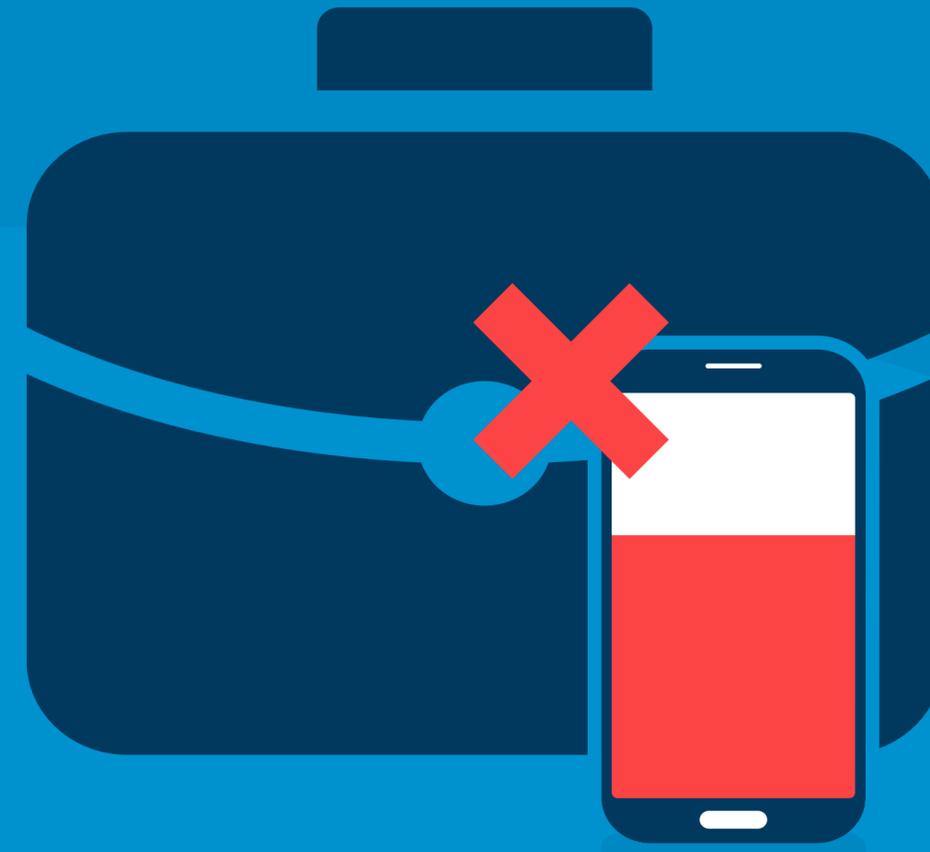


Anzahl der Einkäufe von Smartphone-Nutzern in den letzten sechs Monaten

Nur **35%** von Unternehmen haben zur Zeit optimierte Websites für Mobilgeräte.



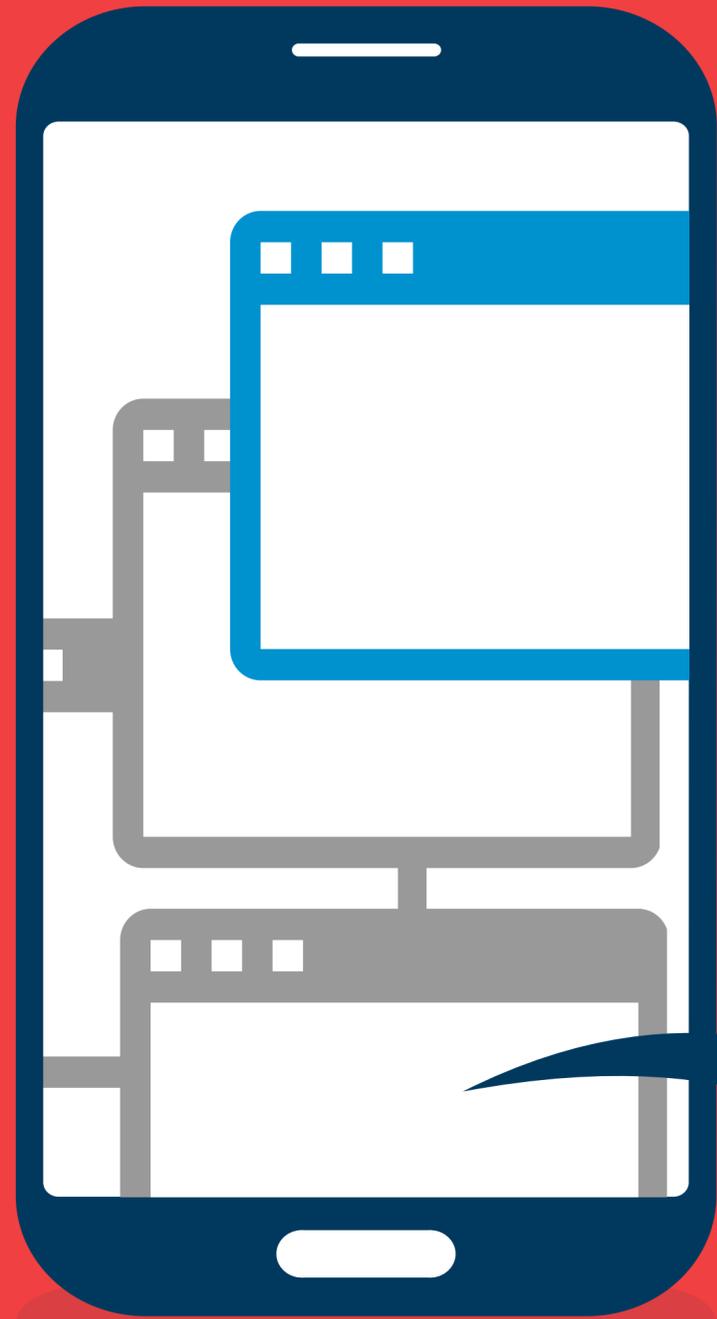
35%



65%



Unternehmen mit optimierten Websites für Mobilgeräte **verdreifachen ihre Chancen** die mobile Conversions-Rate um 5% oder mehr zu erhöhen.



97%

aller mobilen Warenkörbe werden wegen Ablenkung durch unnötige Elemente und mehrere Screens im mobilen Warenkorb aufgegeben.



Wie Unternehmen Websites für Mobilgeräte optimieren

46%
bedarfsgerechtes
Design
(Clientseitig)



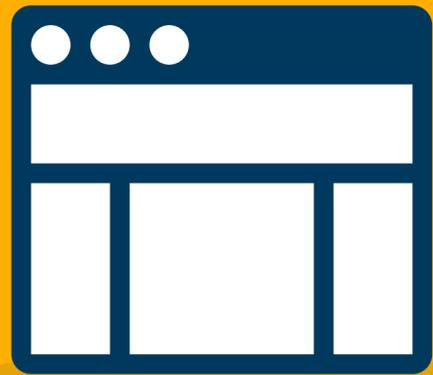
41%
mobilspezifische
Entwicklungsplattform



33%
Erstellung in HTML 5



22%
Adaptiv-Design
(Serverseitig)



2%
Sonstiges

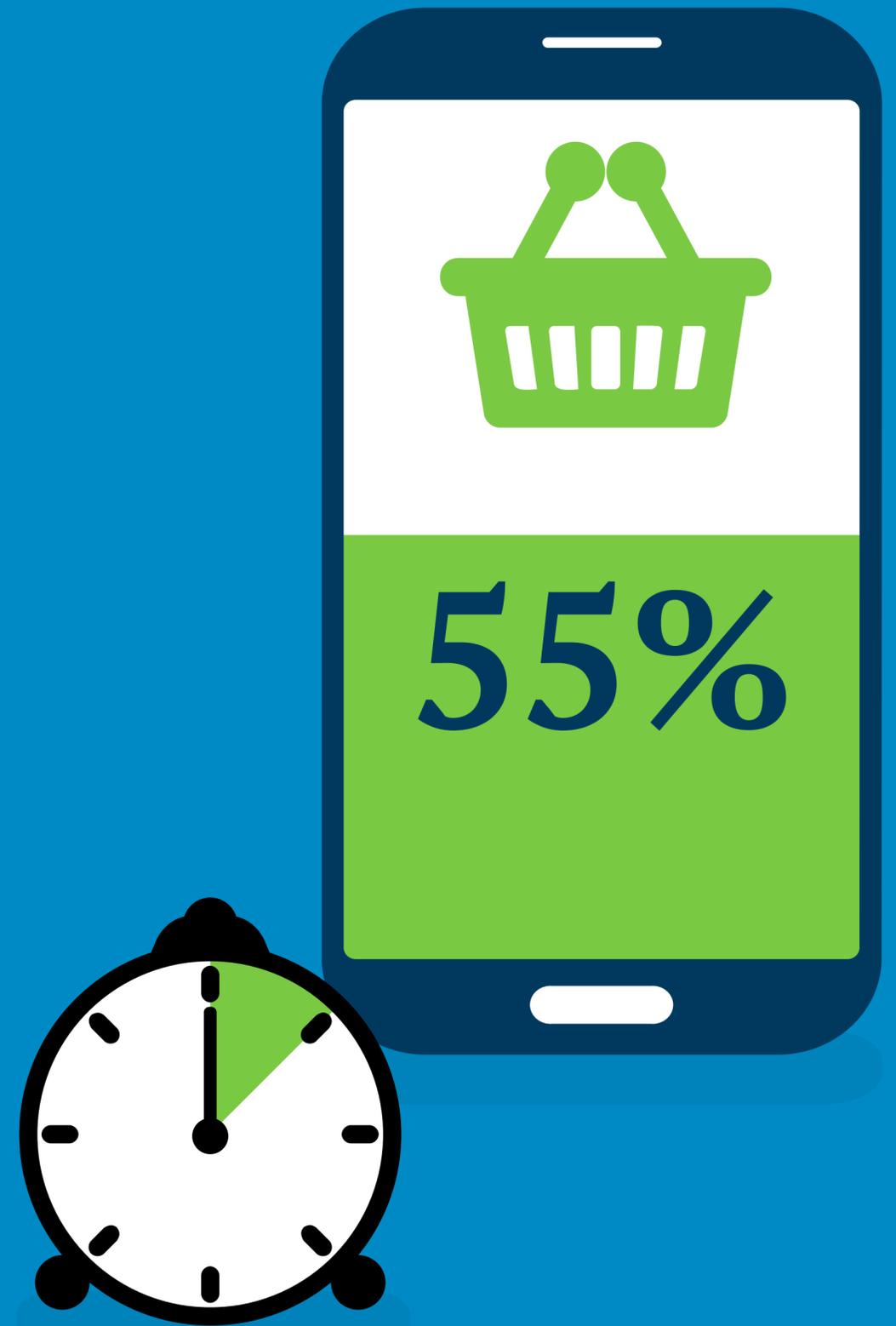


9%
keine der
Obengenannten

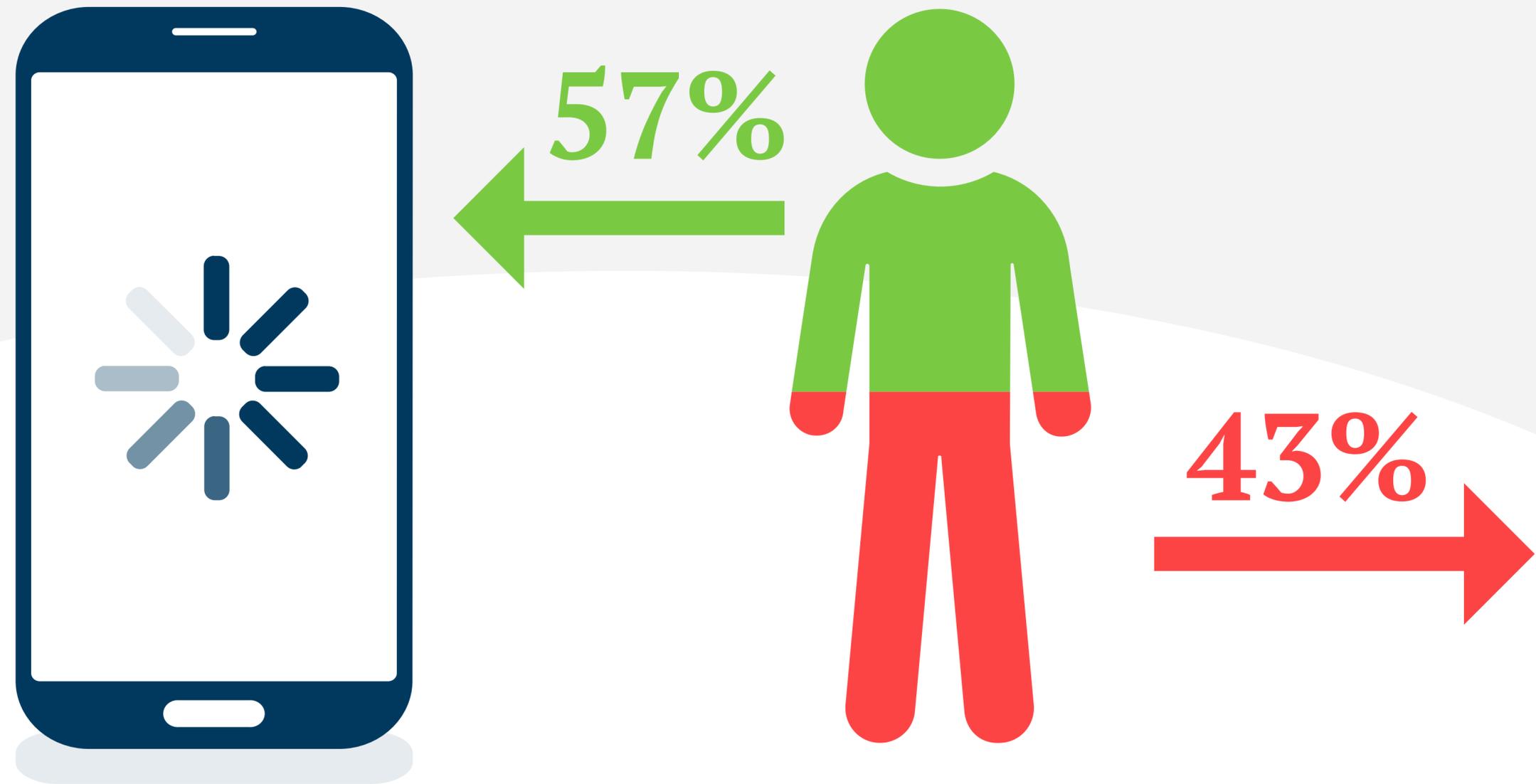


55%

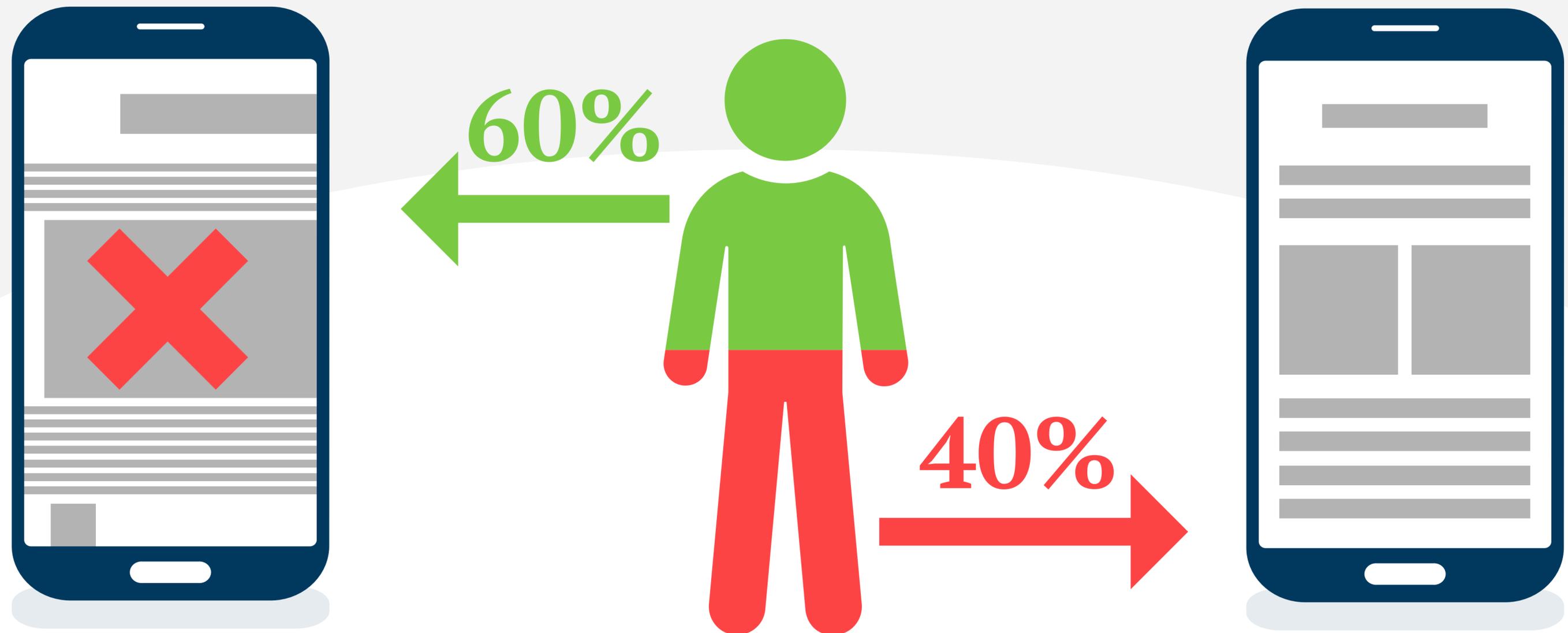
der kausbedingten
Conversions finden
innerhalb einer Stunde
der initialen mobilen
Suchanfrage statt.



Bei **43%** von Kunden ist es unwahrscheinlich, dass sie zu einer sich zu langsam ladenden mobilen Website zurückkehren.

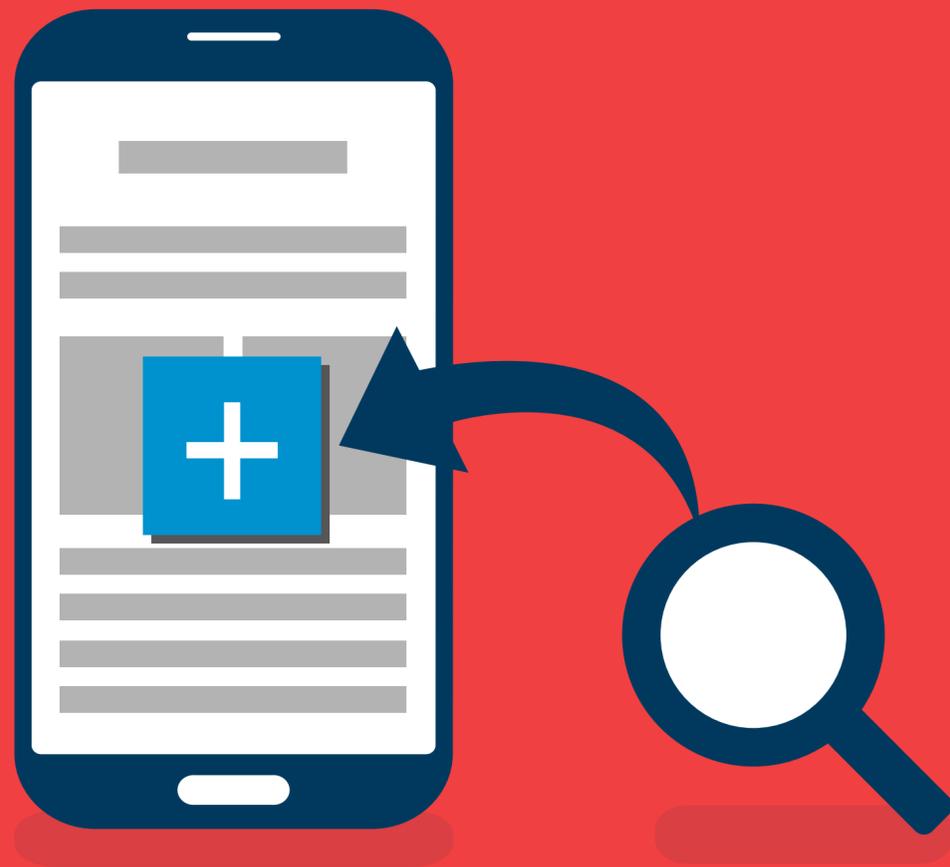


40% von Kunden werden nach einer negativen mobilen Erfahrung zu der Website eines Konkurrenten gehen.



73%

von Mobilgeräten lösen
zusätzliche Aktionen und
Conversions aus.



36%

Recherchen



25%

Besuch der
Online-Retail-Site



18%

Informations-
austausch



17%

Besuch eines
Shops



17%

tätigen einen
Einkauf



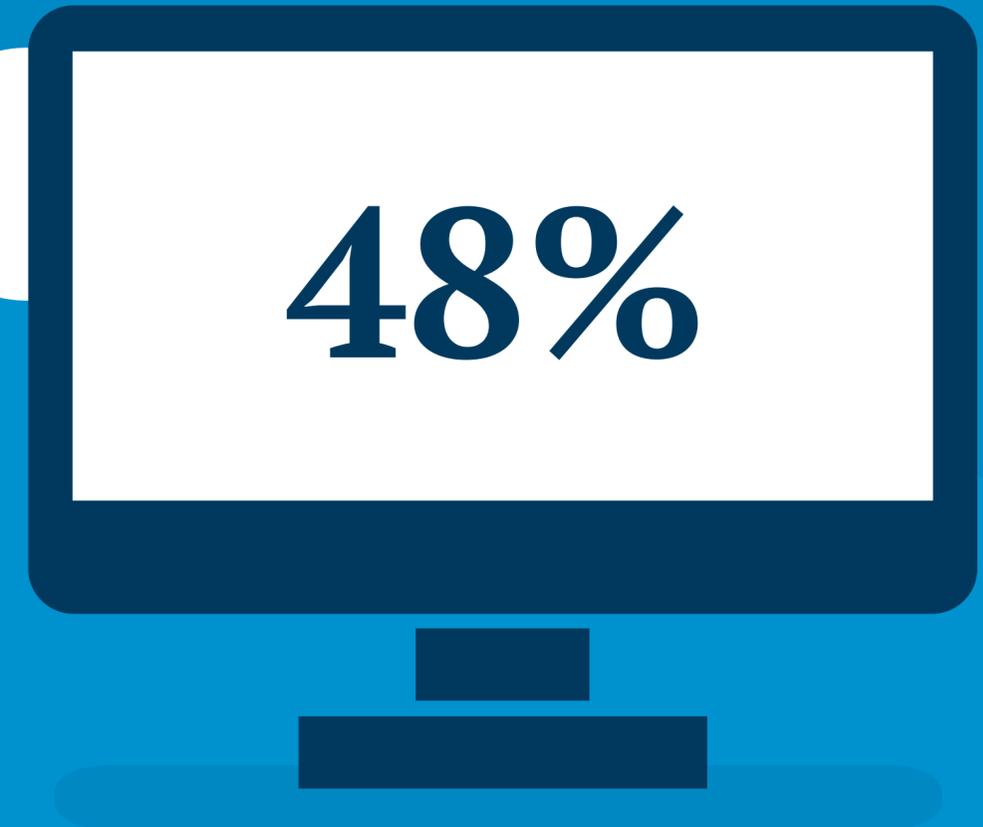
7%

rufen ein
Unternehmen

Tablet-Besucher tätigen mit fast dreimal höherer Wahrscheinlichkeit einen Einkauf als Smartphone-Besucher.



52% von Tablet-Benutzern sagen, dass sie ihr Tablet ihrem PC zum Shopping vorziehen.



72%

von Tablet-Besitzern
tätigen wöchentlich
Einkäufe von ihren
Geräten aus.



