

# Grüne Website

Die wichtigsten Maßnahmen einer nachhaltigen  
Website Gestaltung



# Inhalt



|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Vorwort                             | 03 |
| 7 Säulen einer nachhaltigen Website | 05 |
| Fazit                               | 24 |



## Vorwort

Wusstest du, dass Google mit all seinen Diensten 2015 so viel Strom in einem Jahr verbraucht hat, wie die Stadt San Francisco in einem Jahr?

Beim Surfen kann es zu einem extrem hohen CO<sub>2</sub> Verbrauch kommen. 2018 war das Internet zusammen mit seinen Technologien für 3,7 Prozent der Treibhausgasemissionen verantwortlich – ungefähr so viel wie auch die Flugzeugindustrie verbraucht. Durch die zunehmende Digitalisierung wächst diese Zahl eher, als dass sie schrumpft.

Die Emissionen der Digitalisierung können durch verschiedene Quellen entstehen: durch die Rechenleistungen, Rechenzentren, die Kühlung und Stromversorgung tausender Server. Aber auch der Router, das WLAN und das Mobilfunknetz brauchen Strom, um zu funktionieren. Jede Datenübertragung vom Server auf das jeweilige Endgerät kostet Strom – sei es eine Google Suche, der Besuch einer Website oder das Streamen der Lieblingsserie.

Die Rechnung ist dabei ganz einfach: Je mehr Daten eine Website transferiert, desto höher ist der Strom- bzw. Energieverbrauch und damit auch der CO<sub>2</sub> Verbrauch. Diese Daten sind zum Beispiel:

- Codezeilen
- Bilddateien
- Videoteile
- Grafikelemente
- Text
- Animationen
- Drittanbieter-Inhalte (z.B. Tracking Codes, Fonts/Schriftarten, etc.)

Der CO<sub>2</sub> Ausstoß, der mit dem Aufruf der Website und dem Abruf von Daten verbunden ist, bezieht sich dabei immer auf den einzelnen User bzw. die einzelne Userin. Eine durchschnittlich besuchte Website verursacht pro Seitenaufruf einen CO<sub>2</sub> Ausstoß von etwa 4,6 Gramm. Bei monatlich 20.000 Views sind das 1104 Kilogramm CO<sub>2</sub> pro Jahr. Das ist etwa so viel wie ein PKW verbraucht, der neun Mal die Strecke von Berlin nach München fährt.

Indem du eine nachhaltige Website erstellst, kannst du allgemein und pro Besucher:in CO<sub>2</sub> einsparen. Der Vorteil: Mit Anpassungen deines Webdesigns wird deine Website nicht nur nachhaltiger und umweltfreundlicher, du verbesserst gleichzeitig auch die Nutzerfreundlichkeit und zahlst mit verschiedenen Maßnahmen positiv in deine [Suchmaschinenoptimierung](#) ein.



#### Infobox

Wenn eine nachhaltige Website mein SEO verbessert, erhöhe ich ja auch meinen Traffic und steigert das dann nicht wieder den CO<sub>2</sub> Ausstoß? Dieser Gedankengang ist sehr verständlich, jedoch halten Websites, die nicht CO<sub>2</sub> neutral sind, User:innen nicht von ihrem Besuch auf dieser Seite, geschweige denn von ihrer Google Suche ab. Wenn du mit deiner neutralen Website also besser rankst, nimmst du den Platz einer anderen Website ein, die potenziell nicht klimafreundlich ist. Geklickt wird eh, so wird am Ende makroökologisch betrachtet mit deiner Top rankenden klimafreundlichen Website jede Menge CO<sub>2</sub> Emissionen eingespart.

In diesem Whitepaper zeigen wir dir, wie du in 7 Schritten deine Website nachhaltiger gestalten kannst.



## 7 Säulen einer nachhaltigen Website

Um deine Website nachhaltig zu machen und somit etwas für den Umweltschutz zu tun, gilt es, verschiedene Maßnahmen der CO<sub>2</sub> neutralen Gestaltung auf deiner Website durchzuführen. Einige Maßnahmen finden auch außerhalb deiner Website statt. Die beiden Stichwörter sind hier: Erneuerbare Energien und effiziente Datenreduktion.



## #1 Green Hosting

Der Weg hin zu einer nachhaltigen Website beginnt bei deinem Webhost. Denn dein CO<sub>2</sub> Verbrauch ist gleich ein ganz anderer, wenn du für den Energiebedarf deines Hostings regenerative Alternativen wie Solar-, Wasser- und Windenergie nutzt. Der Energieverbrauch wird zwar mit dieser Maßnahme noch nicht reduziert, die CO<sub>2</sub> Bilanz jedoch schon einmal verbessert. Bei Green Hosting arbeiten die Hosters der Website mit Ökostrom und erneuerbaren Energien, sie setzen auf effiziente Klimatisierung und betreiben ein eigenes Rechenzentrum. Achte bei der Auswahl eines Hostes außerdem darauf, dass dieser:

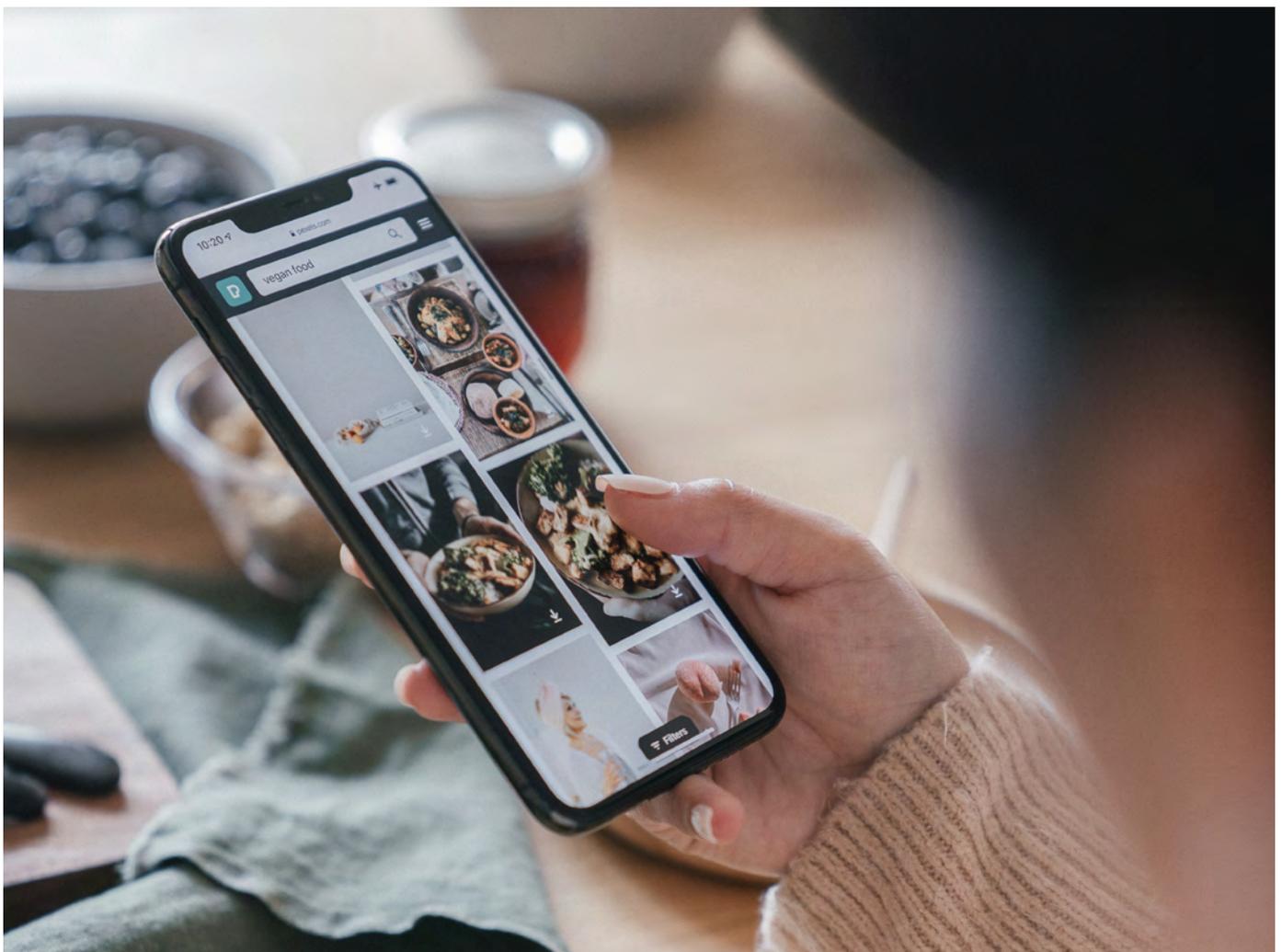
- den Ökostromlieferanten transparent angibt.
- sich auch optimalerweise über den Lieferanten hinaus für Nachhaltigkeit einsetzt mit bspw. Förderungen von Umweltprojekten.
- Alt-Hardware sachgerecht entsorgt oder recycled.
- die eingesetzten Hardware Öko Zertifikate oder Labels besitzt.



**Tipp:**

Ob dein Host "grün genug" ist und Ökostrom nutzt, kannst du auf verschiedenen Websites überprüfen, wie zum Beispiel auf [Website Carbon Calculator](#) oder auf [The Green Web Foundation](#). Hier kannst du außerdem checken, wie hoch dein CO<sub>2</sub> Ausstoß insgesamt ist.

Auf einem Host mit grünem Strom solltest du dich aber nicht ausruhen – es ist nur eine Maßnahme von vielen zur Gestaltung einer grünen Website. Es ist vor allem wichtig, die Ursachen des CO<sub>2</sub> Ausstoßes der Website in Angriff nehmen. Das bedeutet unter anderem, Daten zu reduzieren und Codes aufzuräumen.



## #2 Daten sparen: Bilder und Videos komprimieren

Wie bereits erwähnt gilt: Je mehr Datentransfer stattfindet, desto höher der Energieverbrauch und die CO<sub>2</sub> Emissionen. Bilder und Videos, vor allem jene, die nicht optimiert sind, tragen enorm dazu bei. So bilden Bilder und Videos einen großen Teil der Treibhausemissionen einer Website. Das kannst du reduzieren, indem du Bilder und Videos entfernst und/oder sie optimierst.

### Weniger ist weniger

Weniger Bilder, weniger CO<sub>2</sub> Emissionen. Prüfe zunächst, ob es Bilder auf deiner Website gibt, auf die du auch verzichten könntest. Hierzu gehören bspw. dekorative Bilder oder redundante Bilder, die keinen Mehrwert liefern. Findest du solche Bilder auf deiner Website, solltest du sie am besten einfach löschen. Vergiss dabei nicht, sie nicht nur von der Website zu löschen, sondern auch aus deiner Mediathek.



## Bilder komprimieren

Für die Kompression deiner Bilder gibt es verschiedene Tools. Bei der Verkleinerung deiner Bilder kann dir bspw. [tinypng.de](https://tinypng.de) oder natürlich Photoshop helfen. Allgemein bieten sich statt JPEG und PNG eher die Bildformate WebP und AVIF an. Das AVIF Format wird von Chrome, Firefox und Opera unterstützt und bietet kleinere Dateigrößen im Vergleich zu anderen Formaten, hat dabei aber dieselben Qualitätseinstellungen. Auch das WebP Format wird in den neuesten Versionen von Chrome, Firefox, Safari, Edge und Opera unterstützt und bietet eine verlustfreie Komprimierung der Bilder.

Am besten passt du Bildformate aber einfach dem Anwendungsfall an. Je nach Anwendung bieten sich nämlich andere Bildformate an.

Der Vorteil beim Komprimieren der Bilder in einem modernen Format ist, dass es meistens keinen negativen Einfluss auf die Bildqualität hat, du minimierst nur die Dateigröße des Bildes. Bei Videos hingegen kannst du bspw. die Auflösung verringern, um CO<sub>2</sub> einzusparen. Diese kann nur auf Wunsch der Nutzer:innen erhöht werden.

### Tipp:

Wenn Bilder schon eine große Dateigröße haben, dann Videos ja erst recht. Hier bietet sich an, für deinen Video Content Dienste wie z. B. YouTube zu nutzen und die Videos von YouTube dann in deinen Content einzubetten.



Um die Komprimierung zu vermeiden, ist es am besten, die Bilder einfach direkt in der Größe und dem Format zu speichern, in der du sie später verwenden möchtest.



## Lazyload

Im Gegensatz zu Lazy Loading steht das "Eager Loading". Dabei werden vom Browser alle Ressourcen initial geladen, sobald die User:innen auf die Website gelangen. Dies kann jedoch erhöhte Ladezeiten mit sich bringen, da somit mehr Daten auf einmal übertragen werden müssen. Mit Lazy Loading kannst du sicherstellen, dass Dateien erst laden, wenn User:innen sie gerade brauchen. So ermöglicht Lazyload das optimale Laden der Bilder deiner Website. Grundsätzlich kann man jede Ressource einer Website per Lazy Loading laden. Es bietet sich jedoch vor allem für Bilder an, die eben nicht im sofort sichtbaren Bereich der Website positioniert sind und daher nicht initial benötigt werden. Denn Bilder sind eine der größten Ressourcen, die eine Website laden muss. Mit Lazyloading werden Bilder erst dann vom Server angefordert, wenn sie in dem sichtbaren Bereich der User:innen sind und User:innen sie benötigen. Der zuerst sichtbare Bereich, auch "above the fold" genannt, lädt sofort. Die Bilder darunter erst dann, wenn User:innen in diesen Bereich scrollen. Ob Elemente per Lazy Loading geladen werden, kannst du z. B. am HTML-Attribut `loading=lazy` erkennen.

Für die Implementierung von Lazy Loading in WordPress kann man etliche Plugins nutzen, einige Beispiele sind:

- a3 Lazy Load
- Smush
- WP Rocket

## #3 Ladegeschwindigkeit verbessern

Die Optimierung von Bildern und Videos trägt zur Verbesserung der Ladegeschwindigkeit bei. Denn ist die Datenmenge geringer, lädt deine Website schneller. Das wiederum hat einen wichtigen Einfluss auf die Nachhaltigkeit deiner Website. Zudem ist Pagespeed ein Rankingfaktor für Google und somit ein wichtiger Teil der Suchmaschinenoptimierung und der damit verbundenen Onpage Optimierung bzw. dem technischen SEO.

Um deinen Pagespeed Wert zu ermitteln und zu überprüfen, kannst du Tools wie das Google PageSpeed Insight Tool nutzen. Hier kannst du herausfinden, ob deine Website – sowohl mobil als auch auf dem Desktop – schnell genug lädt. Auf einer Skala von 0 bis 100 bewertet das Tool deine Website nach ihrer Ladegeschwindigkeit und anschließend kannst du anhand dieser Werte passende Optimierungsmaßnahmen ergreifen. Allgemein gilt, dass die optimale Ladezeit nicht langsamer als zwei Sekunden sein sollte. Je kürzer die Ladezeit, desto besser. Denn eine kürzere Ladezeit bedeutet gleichzeitig auch weniger Daten, die es zu laden gilt. Das wiederum geht Hand in Hand mit einem niedrigeren Energieverbrauch und somit geringeren CO<sub>2</sub> Ausstoß.



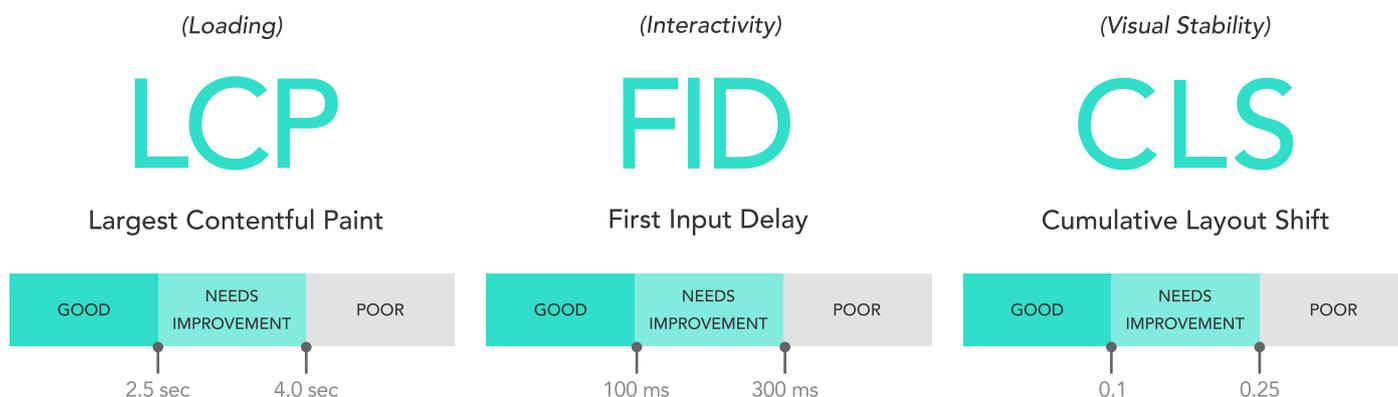


Abb. 1: LCP, FID und CLS und ihre Bewertungsskala

Die Ladegeschwindigkeit ist eine Kennzahl der Core Web Vitals. Mit den Core Web Vitals etabliert Google die wichtigsten Kennzahlen für die Page Experience und zieht diese zur Bewertung deiner Website heran. Die Core Web Vitals bestehen aus drei Kennzahlen:

- LCP (Largest Content Paint): misst die Ladezeit
- FID (First Input Delay): misst, wie schnell User:innen mit deiner Website interagieren und wie schnell deine Website auf die Interaktionen der User:innen reagiert.
- CLS (Cumulative Layout Shift): misst die Stabilität deines Seitenlayouts und deiner Inhalte beim Laden.

Für die Nachhaltigkeit deiner Website ist vor allem die Ladegeschwindigkeit, also LCP, von Bedeutung. Ein besserer FID und CLS sorgen für eine bessere User Experience, denn User:innen kommen so schneller an ihre Informationen, die sie suchen. Das führt allerdings dazu, dass sich die User:innen nicht zu lange auf deiner Website aufhalten müssen, was wiederum einen positiven Einfluss auf die CO<sub>2</sub> Emission hat. Der Vorteil hier: Die Erfüllung des User Intents ist wieder auch ein Ziel von Google und wirkt sich so zusätzlich positiv auf dein SEO aus.

Ist klar, dass du die Ladezeit deiner Website verbessern musst, bieten sich verschiedene Möglichkeiten an:

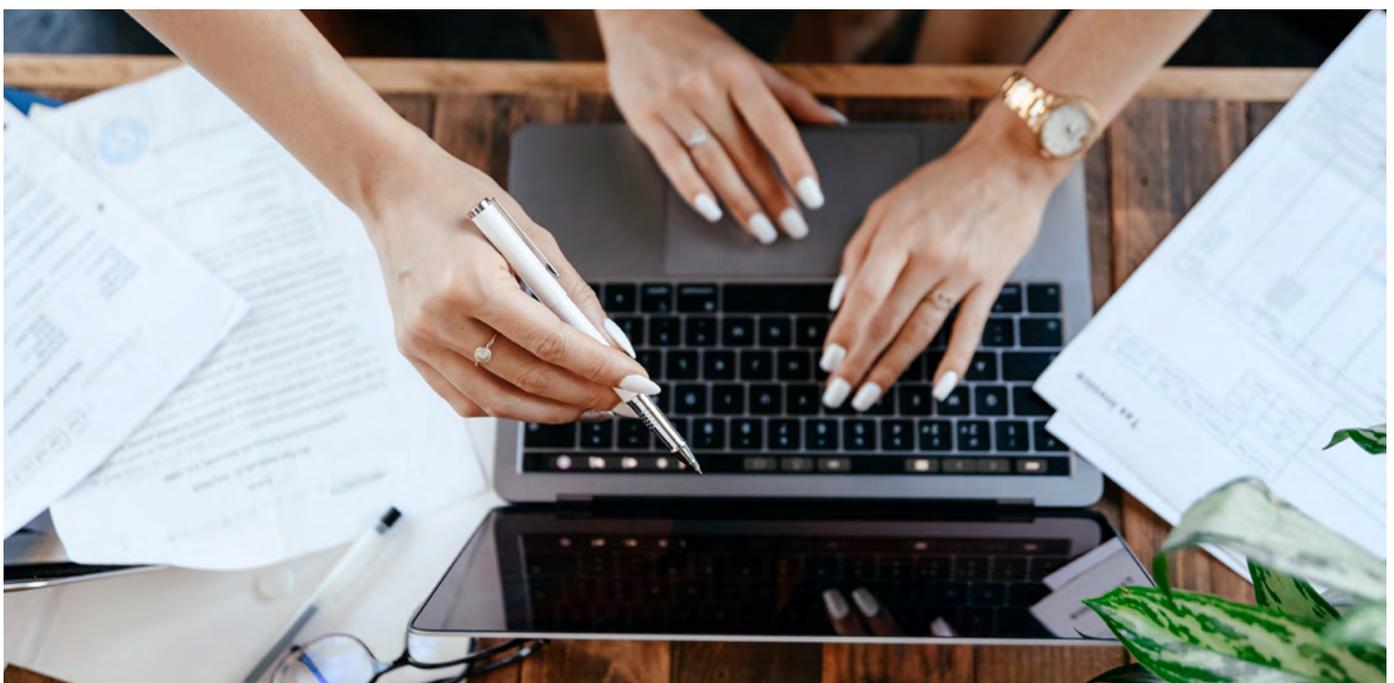
## Nachhaltige Codes

Nicht nur Bilder lassen sich komprimieren, auch Skripte wie JavaScript und CSS oder HTML. Deren Dateigröße kannst du verkleinern, indem du CSS, HTML und JavaScript Elemente reduzierst.

Außerdem ist es wichtig, dass du die CSS und JavaScript Dateien richtig im Quelltext positionierst, damit das Rendering, also der Seitenaufbau, nicht blockiert wird. Denn wenn es zu einer Blockade kommt, laden die Dateien nicht mehr richtig und die Ladezeit verlängert sich.

## Asynchrones Laden

Die Verwendung der Attribute `defer` und `async` in der Auszeichnung von externen Ressourcen wie JavaScript im HTML Dokument und somit der Verwendung von asynchronem Laden von Ressourcen und Skripten ermöglicht eine Reduktion des Datenaufkommens beim direkten Abruf einer Webseite, was zu einer verbesserten Ladezeit führt. Verwendest du `defer`, wird das Skript erst ausgeführt, nachdem das Document Object Model (DOM) vollständig geladen ist. Die Auszeichnung sieht dann folgendermaßen aus: `<script defer src="script.js"></script>`. `async` hingegen lädt das JavaScript im Hintergrund und führt es im Anschluss daran direkt aus, wodurch das Rendering im Browser nicht blockiert wird und mehrere Skripte parallel geladen und ausgeführt werden können. Hier sieht die Auszeichnung wie folgt aus: `<script async src="script.js"></script>`



Kritische Skripte rund um CSS und JavaScript sollten jedoch initial geladen werden, sofern sie für die korrekte Darstellung und Funktionalität der Seite relevant sind. Dies ist wichtig, damit du sicherstellen kannst, dass die Seite nicht nur so schnell wie möglich lädt, sondern auch, um den Benutzer:innen eine schnelle Reaktionszeit zu bieten. Kritische Ressourcen sollten daher priorisiert und möglichst früh laden, um die Ladezeit der Seite zu minimieren und eine positive User Experience zu sichern.



## Inline Einbinden

Außerdem gibt es die Möglichkeit, kleinere JavaScript und CSS Dateien "inline" in den Quellcode einer Seite zu implementieren. Das bedeutet, dass die jeweiligen Skripte direkt in den Quellcode geschrieben sind und nicht als externe Ressource geladen werden müssen. Beim Inline Einbinden gibt es Vorteile und Nachteile:

Es ist daher entscheidend, die Größe der Ressourcen abzuwägen und die Entscheidung, ob du diese inline einbindest oder als externe Datei lädst, je nach Anwendungsfall zu treffen.

Das Inline Einbinden von Ressourcen reduziert die Anzahl der HTTP-Requests, die der Browser für die Seite machen muss. Dies kann die Ladezeit der Seite verbessern, da der Browser weniger Zeit damit verbringen muss, Anfragen zu senden und auf Antworten zu warten.



Beim Inline Einbinden von Ressourcen kann es zu einer höheren Größe der HTML-Datei der Seite führen, was wiederum die Ladezeit verlängern kann. Außerdem können Inline Ressourcen schwer zu warten und zu debuggen sein, da sie sich direkt im HTML-Code befinden.

## Developer:innen mit einbinden

Bevor du selbst etwas an einem Skript wie JavaScript oder CSS änderst, solltest du außerdem immer einen Developer bzw. eine Developerin mit einbeziehen und die Änderungen auf diesem Weg abklären. Hierfür gibt es gleich mehrere Gründe:

1. **Code Qualität:** Ein:e Entwickler:in kann die Qualität des Codes beurteilen und sicherstellen, dass die Änderungen, die vorgenommen werden, dem Standard entsprechen und keine Probleme verursachen.
2. **Abhängigkeiten:** Skripte wie JavaScript und CSS sind oft miteinander und mit anderen Teilen der Website verknüpft. Entwickler:innen können am besten einschätzen, welche Auswirkungen Änderungen an einem Skript auf den Rest der Website haben können.
3. **Leistung:** Wie Änderungen die Leistung der Website beeinflussen und ob es notwendig ist, Optimierungen durchzuführen können Developer:innen besser beurteilen.
4. **Sicherheit:** Entwickler:innen haben ein geschultes Verständnis für die Sicherheit der Website und können abschätzen, ob Änderungen Sicherheitslücken erzeugen.



### Tipp:

Wenn du die JavaScript und CSS Dateien einer WordPress Seite schnell und unkompliziert komprimieren möchtest, kannst du verschiedene Plugins verwenden. Hierzu gehören zum Beispiel Plugins, wie WP Rocket, WP Fastest Cache, WP Optimize, etc. Es gilt: Überprüfe die Website nach Aktivierung des jeweiligen Plugins auf ihre korrekte Darstellung und Funktionalität. Denn hier können sich durch die Komprimierung Fehler einschleichen.



## Caching verwenden

Wäre es nicht praktisch, wenn der Server nicht bei jedem Seitenbesuch die Ressourcen der Website neu anfordern müsste? Das ist möglich mit Caching, so lässt sich unnötige Datenübertragung verhindern, die die Ladegeschwindigkeit beeinträchtigt und negativen Impact auf die Nachhaltigkeit deiner Website hat.

Im Cache (= Zwischenspeicher) speichert der Browser, sobald jemand die Seite besucht hat, einfach die Seite und all ihre Ressourcen ab, die gecached werden. Besucht der User bzw. die Userin die Seite nochmal, kann der Browser die Seite direkt aus dem Cache laden. Das spart eine erneute Datenanforderung (HTTP Request) ein, was die Datenmengen reduziert und so weniger Energie verbraucht. Und nicht zu vergessen: natürlich die Pagespeed verbessert.

### Tipp:

Caching empfiehlt sich vor allem für statische Ressourcen, die sich nie bzw. nur sehr selten ändern, z. B. Bilder, bestimmte JavaScript und CSS Dateien. Andere Ressourcen, die sich hingegen öfter ändern oder die z. B. dynamisch befüllt werden, solltest du hingegen eher nicht cachen oder zumindest mit einer entsprechend kurzen Caching Dauer auszeichnen. Ansonsten riskierst du, dass User:innen veraltete oder irrelevante Inhalte angezeigt bekommen.



### i

#### Infobox

Die Ladegeschwindigkeit verbessert nicht nur die Nachhaltigkeit deiner Seite. Die Pagespeed ermöglicht außerdem ein besseres Ranking in den Suchergebnissen, da sie zum einen ein wichtiger [Rankingfaktor](#) ist, der dir in die Top 10 der Suchergebnissen verhilft. Zum anderen sendest du durch die Verbesserung der Ladezeit positive User Signale, du verbesserst die Nutzerfreundlichkeit der Seite und die User Experience. Mit der Verbesserung der User Experience steigt zusätzlich die [Conversion Rate](#). Du siehst: Die Optimierung deiner Pagespeed lohnt sich auf vielen Ebenen.

## #4 Crawl Effizienz

Die Crawl Effizienz ist ein wichtiger Faktor für eine nachhaltige und umweltfreundliche Website, da sie maßgeblich beeinflusst, wie gut eine Suchmaschine die Website durchsuchen, erfassen und verarbeiten kann.

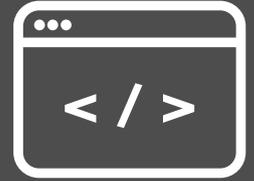
Ein effizienteres Crawling kann zu folgenden Punkten beitragen:

1. **Reduzierung der Last auf dem Server:** Wenn ein Crawler eine Website effizient durchsucht, sendet er weniger Anfragen und reduziert die Last auf dem Server. Das wiederum führt zu einer verbesserten Leistung und trägt zu einer Verlängerung der Lebensdauer des Servers bei – was gleichzeitig auch nachhaltiger ist.
2. **Reduzierung der Energiekosten:** Ein effizienter Crawl erfordert weniger Ressourcen, was zu niedrigeren Energiekosten führt.
3. **Schnelle Indizierung von wichtigen Inhalten:** Ein effizienter Crawl ermöglicht es dem Crawler, wichtige Inhalte auf der Website schneller zu finden und zu indizieren.
4. **Kein Crawling und Indizierung von unnötigen Inhalten:** Mit einem effizienten Crawl verhinderst du, dass unnötige Inhalte überhaupt gecrawlt werden und somit Ressourcen verschwendet werden. Er erfasst nur relevante URLs und indiziert in der Folge nur diese.



Diese Punkte zeigen, dass es wichtig ist, deine Website so zu konzipieren, dass sie von Suchmaschinen effizient gecrawlt werden kann. Denn so kannst du die Last auf dem Server reduzieren, die Energiekosten senken und die Indizierung von wichtigen Inhalten ermöglichen.

## Möchtest du deine Website möglichst crawl-effizient gestalten, kannst du dich an diesen Best Practices orientieren:



1. Verwendung einer Sitemap: Eine Sitemap ist eine Datei, die alle URLs der Website enthält und den Suchmaschinen dabei hilft, die Website zu durchsuchen. Indem du eine Sitemap einreichst, kannst du sicherstellen, dass der Crawler die wichtigsten URLs deiner Website findet.
2. Verwendung einer sauberen und eindeutigen URL Struktur: Verwende URLs, die leicht zu lesen und zu verstehen sind und in Themen Silos bzw. Verzeichnissen logisch aufeinander aufbauen. Vermeide zudem unnötige Parameter, die die URLs unübersichtlich machen. Eindeutige URLs helfen Suchmaschinen, die Inhalte einer Seite besser zu verstehen und zu indizieren.
3. Verwendung von Canonical Tag bei doppelten Inhalten: Verwende bei gleichen Inhalten auf zwei unterschiedlichen URLs das rel="canonical"-Tag, um die bevorzugte URL für eine Seite anzugeben. Dadurch wird verhindert, dass die Suchmaschine die gleichen Inhalte mehrfach indiziert und du vermeidest duplicate Content.
4. Verwendung von robots.txt zum Bot Handling: Die robots.txt gibt an, welche Teile der Website Suchmaschinen crawlen dürfen und welche nicht. Stelle sicher, dass unwichtige und irrelevante URLs in der robots.txt Datei vom Crawling ausgeschlossen sind.
5. Verwendung von interner Verlinkung auf relevante URLs: Verlinke innerhalb der Website auf relevante Inhalte, um die Navigation für die Suchmaschine und die User:innen zu verbessern. Achte dabei darauf, dass die Linkziele den HTTP Statuscodes "200 Ok" aufweisen, einen Canonical Tag auf sich selbst haben, die Meta Robots Angaben "index, follow" enthalten und nicht via Robots.txt vom Crawling ausgeschlossen sind.

Indem du diese Best Practices befolgst, kannst du sicherstellen, dass die relevanten URLs der Seite von Suchmaschinen möglichst gut und effizient erfasst werden und dadurch die Crawl Effizienz der Website erhöht wird. Das wiederum wirkt sich positiv auf den ökologischen Fußabdruck deiner Website aus.

## #5 Webdesign nachhaltig gestalten

Damit deine Website nachhaltig ist, solltest du sie langlebig gestalten. Das heißt: zeitlos und universell. Renne bei der Gestaltung deiner Website keinen kurzfristigen Trends hinterher, die nach einigen Jahren wieder verschwunden sind. Indem du deine Website nicht regelmäßig neu aufsetzen musst, sparst du neben Aufwand, Ressourcen und Kosten für Überarbeitungen und Umgestaltungen auch eine Menge CO<sub>2</sub> Emissionen ein. Für ein nachhaltiges Webdesign musst du sowohl Design und Ästhetik als auch Struktur, Aufbau, Funktionalität und Benutzerfreundlichkeit berücksichtigen. Zusätzlich solltest du bei der Gestaltung nicht außer Acht lassen, dass deine Unternehmensseite eine Art Visitenkarte oder auch Aushängeschild für dein Unternehmen ist. Die Seite muss also für die User:innen optisch ansprechend sein – das gelingt auch mit einem schlanken und zeitlosen Webdesign, das umweltfreundlich ist.



## Usability und User Experience

Usability beschreibt die Benutzerfreundlichkeit deiner Website. Deine Inhalte auf der Website sollten leicht zugänglich sein und User:innen sollten sich intuitiv durch deine Website navigieren können. Das schaffst du mit einer guten Informationsstruktur. Ist das gewährleistet, ermöglichst du deinen Nutzer:innen eine positive [User Experience](#). Und das hat wiederum einen positiven Effekt auf die Nachhaltigkeit deiner Website. Finden sich die User:innen auf deiner Website nämlich gut zurecht, brauchen sie nicht viele Klicks, um an ihr Ziel zu gelangen. Und weniger Klicks bedeuten weniger CO<sub>2</sub> Ausstoß.

Auf die Klicktiefe zu achten, also die Anzahl der Klicks, die User:innen benötigen, um auf eine bestimmte Seite zu gelangen, bringt dir noch weitere Vorteile. Es trägt nicht nur zu deiner nachhaltigen Website und einer positiven User Experience bei, Google stuft deine Seite außerdem als relevanter ein. All das hat wiederum einen positiven Einfluss auf dein [Suchmaschinenranking](#).



## Responsive Design

Responsives Design ist ein Design, das sich dem Endgerät anpasst und User:innen ermöglicht, deine Website problemlos und benutzerfreundlich auf jedem Endgerät zu bedienen. Fast 90 Prozent der deutschen Bevölkerung besitzen ein Handy. Responsives Design muss heute zum Standard gehören.

Die Website wird auf verschiedenen Endgeräten unterschiedlich dargestellt. Die Darstellung ist dabei abhängig von bspw. Bildschirmgröße, Bandbreite und Interaktionsmöglichkeiten. Texte, Bilder und Videos laden in der jeweiligen Größe des Displays. Rufst du die Website bspw. von einem Smartphone auf, ist die Datenmenge, die heruntergeladen werden muss, mit einem Responsive Design wesentlich geringer. Das wiederum senkt den Energie- und CO<sub>2</sub> Verbrauch.

Auch hier gibt es einen weiteren positiven SEO Effekt, der mit Responsive Design einhergeht: Google bewertet deine Website nur nach der mobilen Version, sodass diese essenziell für deine Rankings sind. Nicht ohne Grund ist Responsive Design also eine zentrale Maßnahme deiner Suchmaschinenoptimierung bzw. [Onpage Optimierung](#).



## Systemschriften nutzen

Schriftart ist nicht gleich Schriftart. Gängige Webfonts sind auf den meisten Endgeräten installiert, andere nicht. Der Unterschied: Ist eine Schrift schon installiert, muss diese nicht erst laden, bevor User:innen die Seite besuchen können. Heißt: Die Ladezeit und der Energieverbrauch verringern sich.

Eine Liste zu nachhaltigen Webfonts findest du bei [Google Fonts](#).

## #6 Recycle und Reuse

Benutzt du auf deiner Website einen Page Builder (wie z. B. Elementor), kannst du verschiedene Buttons, Überschriften und Container "reusen" und "recyclen", indem du Websitemodule- und elemente nutzt. Diese Module können aus einem Textmodul, einem Teaser, einem Slider und einem Bildmodul bestehen. Hierbei musst du einmal ein Basis Modul aufsetzen, das du dann in der Bibliothek des verwendeten Page Builders abspeicherst. Der Vorteil ist, dass du diese Module nur einmal aufsetzen musst und sie auf jeder anderen Landingpage wiederverwenden kannst, ohne jedes Mal ein neues Element konzipieren zu müssen.



Das bedeutet aber nicht, dass das Design immer gleich bleiben muss, die Module dienen als Basis und ermöglichen verschiedene Anpassungs- und Designoptionen. So kannst du ein Modul problemlos mehrmals einsetzen und dann individuell anpassen. Das hat nicht nur einen nachhaltigen Vorteil, sondern verbessert auch deine User Experience. Denn die Anwendung ist einfacher und User:innen müssen sich nicht immer wieder neu orientieren. Auch der "normale" WordPress Editor bietet die Möglichkeit, verschiedene Elemente als "wiederkehrende Elemente" in der Bibliothek zu speichern und diese wiederzuverwenden.

Bilder und Grafiken, die du bereits in verschiedenen Artikeln verwendest, musst du nicht neu hochladen. Achte auf die Benennung, dann kannst du sie in der Mediathek leicht wiederfinden und bei passenden Themen erneut verwenden, ohne neue Bilder hochladen zu müssen.



## #7 Kompensation

Die Kompensation ist nicht ohne Grund die letzte Maßnahme für die Gestaltung deiner nachhaltigen Website. Denn es gilt: Zuerst den Verbrauch reduzieren und deine Website so ressourcenschonend wie möglich gestalten und erst dann den unvermeidlichen CO<sub>2</sub> Ausstoß kompensieren. Gängig ist zum Beispiel das Pflanzen von Bäumen zur Kompensation, aber auch andere Investitionen oder die Teilnahme an nachhaltigen Projekten ergeben Sinn.

Verfolgst du die Maßnahmen und kompensierst du die unvermeidlichen Emissionen, kannst du deine Website als nachhaltig und CO<sub>2</sub> neutral bezeichnen. Manche Kompensationen geben dir ein Siegel, das deine Website als CO<sub>2</sub> neutral kennzeichnet.

## Fazit



## Nachhaltige Website und SEO geben sich die Hand

Damit du eine nachhaltige Website gestalten kannst, steht vor allem eines an erster Stelle: den täglichen Datentransfer zu reduzieren. Das gelingt dir am besten mit den beschriebenen Maßnahmen. So tust du nicht nur der Umwelt etwas Gutes, sondern auch deinem Unternehmen: Eine gut strukturierte und optimierte Website verbessert die User Experience und zahlt in dein SEO ein. Außerdem verbesserst du dein Image. Besser in den Suchmaschinen ranken, deine Nutzer:innen glücklich machen und die Umwelt schonen – alles mit einer Klappe.

## Autoren



### Felix Neuchl

Felix Neuchl ist ein erfahrener SEO-Experte mit Schwerpunkten auf die Bereiche Technical SEO, E-Commerce SEO & SEO Consulting. Er hat sowohl bei Agenturen als auch bei Unternehmen umfassende Erfahrung rund um die Suchmaschinenoptimierung gesammelt, was ihm einen differenzierten Blick auf SEO-Prozesse und SEO-Strategien verleiht. Aktuell beschäftigt er sich außerdem ausführlich mit dem Thema „Nachhaltigkeit im Bereich SEO“.



### Mira Aring

Mira Aring ist Inbound Marketing Managerin bei suxeedo. Durch ihren umfassenden Blick auf Marketingprozesse entwickelt sie u.a. Content auf unserer Website und auf unseren Social Media Kanälen. Der Content erstreckt sich von Magazin Artikel und Karussellposts, über Case Studies bis hin zu E-Books und Whitepaper.

## Bildnachweis

|                                    |         |
|------------------------------------|---------|
| Mart production © Pexels .....     | 01 - 03 |
| Cottonbro studio © Pexels .....    | 05      |
| Anselm © Adobe Stock .....         | 06      |
| Mike Jones © Pexels .....          | 07      |
| Cottonbro studio © Pexels .....    | 08 - 11 |
| Alexander Suhorucov © Pexels ..... | 13      |
| Olia Danilevich © Pexels .....     | 14      |
| Seventyfour © Adobe Stock .....    | 15      |
| Vlada Karpovich © Pexels .....     | 17      |
| Faizur Reham © Unsplash .....      | 19      |
| New data services © Unsplash ..... | 20      |
| UX store © Unsplash .....          | 21      |
| Kelly Sikkema © Unsplash .....     | 22      |
| Thomas Fields © Unsplash .....     | 23      |
| Mart production © Pexels .....     | 24      |
| © Felix Neuchl .....               | 25      |
| © Mira Aring .....                 | 25      |

## Impressum

suxeedo GmbH

030 60 98 68 960

[www.suxeedo.de](http://www.suxeedo.de)

Neue Schönhauser Str. 9

10178 Berlin