



⚡ Accelerated Mobile Pages (AMP)

Mit der Einführung von AMP hat Google 2016 einen weiteren Schritt in Richtung der Optimierung des Internets im mobilen Bereich unternommen. Wörtlich übersetzt steht AMP für „beschleunigte Mobilseiten“. Schnelle Ladezeiten sind ein absolutes Muss um im **mobilen Web** erfolgreich zu sein. Studien belegen, dass ein Großteil der Nutzer abspringt, wenn eine Website länger als 3 Sekunden lädt.

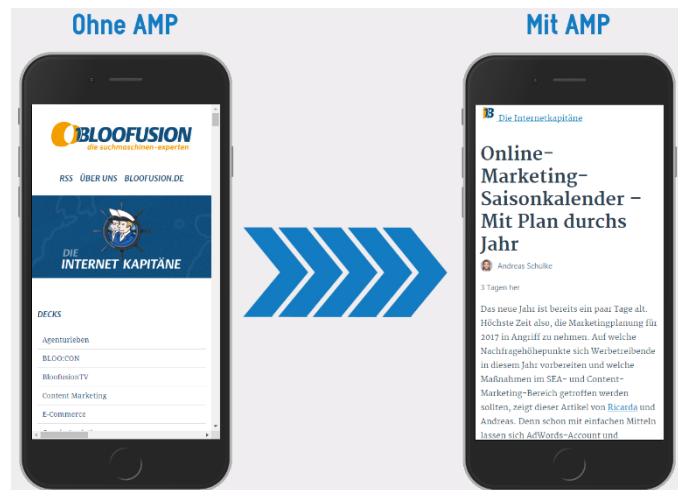
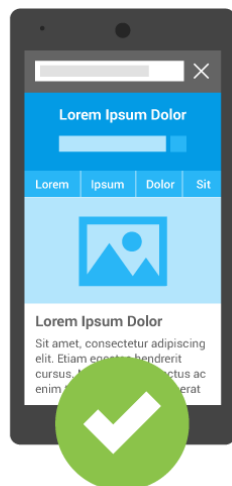
Technik

Mit Hilfe einer speziellen HTML-Variante, dem so genannten **AMP HTML**, werden AMP-Webseiten (als „verschlankte“ Kopie der Original-Seite) umgesetzt. Durch die Limitierung der verfügbaren Elemente wird der **Ladevorgang verkürzt**. Hinzu kommt die **AMP-JS**-Bibliothek, die dafür sorgt, dass alle externen Inhalte asynchron geladen werden. Somit können sich einzelne Elemente nicht gegenseitig blockieren.

Google erkennt den AMP Code und speichert die AMP-Seite auf einem seiner Server ab. Bei der Suche werden dem Nutzer nun als erstes AMP-Ergebnisse in einem **Karussell** (s.r., Quelle: google.com) angezeigt. Klickt er auf eines dieser Ergebnisse wird die Seite aus dem **Google Cache** geladen und ist sofort zu sehen. Der Grund dafür ist der Abruf der Daten vom – lokal gesehen – nahegelegensten Google Server. Erst wenn der User sich weiter auf der Seite bewegen möchte, gelangt er auf die tatsächliche Website (also runter vom Google Server). **Dann ist es natürlich wichtig, dass diese Seite ebenfalls schnell ist, weil sonst das Nutzererlebnis sehr negativ ausfällt.**



Beispiele für Seiten ohne (jeweils links) und mit AMP (jeweils rechts)



Quelle: www.linkedin.com

Quelle: www.internetkapitaene.de



⚡ Accelerated Mobile Pages (AMP)

Vorteile

Performance



Der Einsatz von AMP HTML führt zu **blitzschnellen Ladezeiten auf mobilen Endgeräten**, z.B. auch dann, wenn dem Nutzer unterwegs nur eine langsame Internetverbindung zur Verfügung steht. Vielleicht wird sich im Laufe der Zeit der Blitz, mit dem AMP-Seiten gekennzeichnet sind, als Merkmal für schnelle Seiten bei den Nutzern durchsetzen.

Suchmaschinenoptimierung



Bei Suchen über mobile Endgeräte **werden AMP-Seiten von Google bevorzugt**. Sie ranken also weiter oben. Hinzu kommt die Möglichkeit der Listung im „Top stories carousel“. Das schnelle Laden aus dem Google Cache verringert auch die Absprungraten, was sich im Rückschluss als Nutzersignal wieder positiv auf das Ranking der Website auswirkt.

Kritik

Marktmacht Google

Kritiker beanstanden, dass die Marktmacht von Google weiter steigt und Websitebetreiber sich immer mehr an den Suchmaschinen Giganten binden. Problematisch ist einerseits, dass die Inhalte auf Google Servern gespeichert werden und andererseits die Nutzer durch AMP im ersten Schritt nicht mehr auf die eigentliche Website gelangen, sondern bei Google bleiben. Das Nutzerverhalten ist dadurch nicht mehr nachvollziehbar.

Google hat an einigen Stellen bereits nachgebessert, um auf die massive Kritik einzugehen. So gibt es jetzt eine eindeutige Kennzeichnung des Verfassers des Inhaltes – also der Ursprungsseite. Außerdem wird beim Teilen nicht mehr der Google Link, sondern der Originallink verwendet.

Unsere Empfehlung



Gern prüfen wir gemeinsam Ihre Webseite und entscheiden mit Ihnen zusammen, für welche Unterseiten sich eine Umsetzung in AMP anbietet und lohnt. Das AMP Project selbst empfiehlt AMP für alle statischen Seiten, wie z.B. News / Nachrichten, Produktseiten, Rezensionen, Blogs usw.