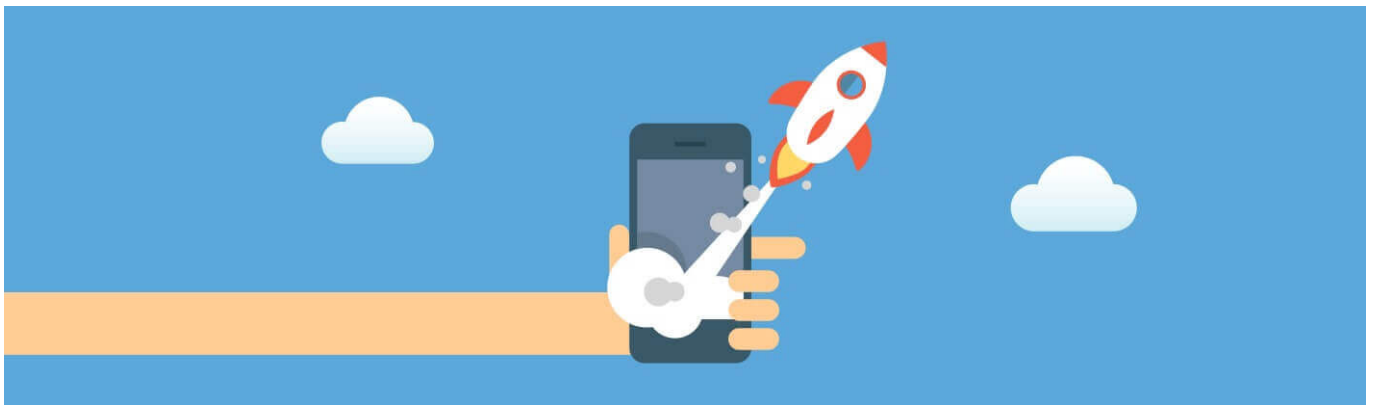


Google AMP in der Übersicht

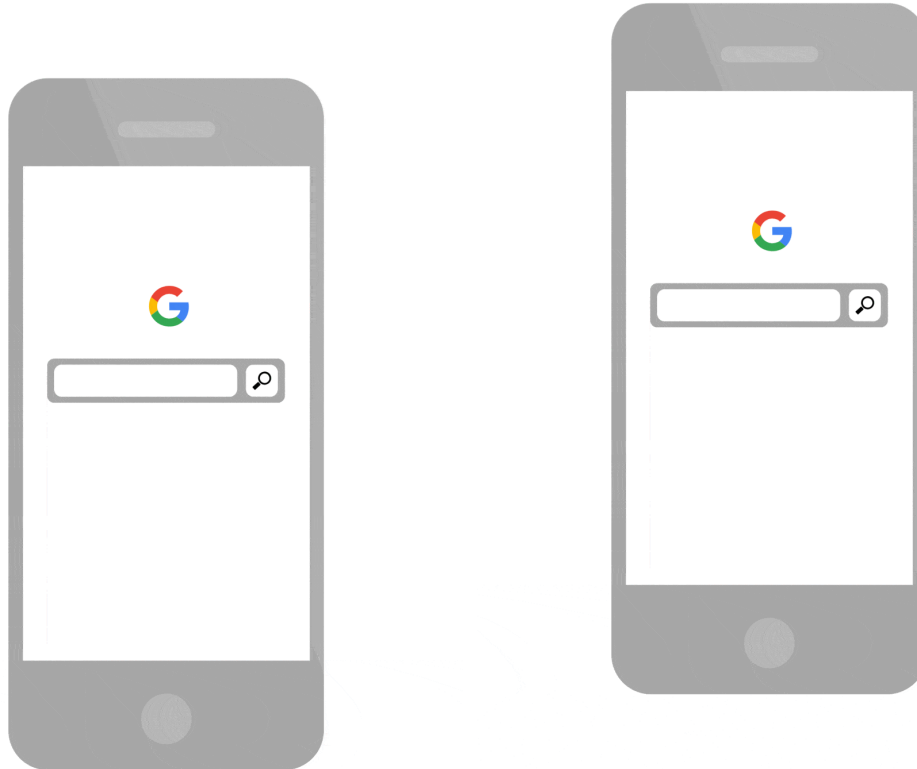
Google AMP erklärt – Vorteile und Nachteile:

Accelerated Mobile Pages – auch AMP genannt – verbreiten sich immer stärker im Internet. Jede fünfte Website, die auf den vorderen Plätzen der organischen Suchergebnisse gelistet wird, basiert auf dem AMP-Framework. In den vergangenen Jahren ist die Zahl der Suchanfragen über mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets enorm gestiegen. Ob Online Shopping oder Online Banking – die Smartphones und Tablets ersetzen mehr und mehr den klassischen Desktop-PC. Inzwischen werden mehr Suchanfragen über Mobilgeräte als über Desktops ausgeführt und es wird immer wichtiger, auf die gute Nutzbarkeit und möglichst schnelle Ladezeiten der Websites zu achten.



Was sind AMPs?

AMP ist ein Open Source Projekt, das bereits 2015 von Google ins Leben gerufen wurde. Das AMP-Format ist Googles Antwort auf Apple News und die Instant Articles von Facebook. Es sorgt dafür, dass die Ladezeit der Web-Inhalte auf mobilen Endgeräten selbst bei geringer Bandbreite des Mobilfunkansbieters merklich verkürzt wird. AMP-Seiten werden bei der mobilen Suche in Rich-Suchergebnissen und News-Karussells angezeigt und mit einem kleinen Blitz-Icon gekennzeichnet.



Oben der Vergleich: Links eine AMP, rechts eine normale Seite. Der Unterschied in der Ladegeschwindigkeit ist enorm.

Wie funktionieren AMP optimierte Seiten?

AMP-Websites verbrauchen nur ein Zehntel des Datenvolumens und laden Inhalte viel schneller als die traditionellen Websites. Die durchschnittliche Ladezeit einer AMP-Seite beträgt laut Google nur 0,7 Sekunden. Möglich ist dies durch eine starke Limitierung der CSS-Styles und JavaScript-Programme, die durch das AMP-Framework für die Seitenansicht geladen werden.

Grundsätzlich bestehen AMP-Seiten aus den folgenden drei Elementen:

- einem einfachen HTML-Grundgerüst, welches um einige spezifische Tags erweitert wurde,
- einer JavaScript-Bibliothek, über die alle Ressourcen zum schnellen Laden asynchron eingebunden werden,
- einem Google Cache (Content Delivery Network), in den Inhalte und Daten der AMP-Websites geladen werden.

Durch die schlanke Programmierung und ein zusätzliches CDN-Caching erzielen die AMP-Websites eine bis zu 85% schnellere Bereitstellung der Inhalte als herkömmliche Websites. Die wichtigsten Elemente der Website erscheinen so blitzschnell direkt nach dem Klick.

Welche Vorteile haben AMP-Seiten?

Blitzschnelle Ladegeschwindigkeit

Der größte Vorteil von AMP ist eine blitzschnelle Ladegeschwindigkeit, die ein wichtiger Rankingfaktor ist. Durch die Reduzierung der eingesetzten Skripte verbrauchen AMP-Websites wenig Datenvolumen und laden entsprechend schneller als die herkömmlichen HTML-Seiten. Dies sorgt nicht nur für ein besseres Ranking in den Suchmaschinen, sondern verbessert zugleich auch das Nutzererlebnis der User.

Verbessertes Nutzererlebnis

Eine stark verbesserte Nutzerfreundlichkeit im mobilen Internet ist sicherlich einer der wichtigsten Vorteile der AMP-Seiten. Neben extrem schnellen mobilen Websites bekommen Nutzer eine einheitliche Webseitenansicht geliefert und können sich bequem und ohne Umwege über wichtige Themen informieren.

Mehr Traffic

Ein wesentlicher Vorteil der AMP-Seiten ist deren Anzeige über den organischen Suchergebnissen. Die erweiterte Präsenz der beschleunigten Seiten in der mobilen Suche wirkt sich positiv auf die Klicks und den Website-Traffic aus.

Kritik an AMP

Auslieferung über Google Server

AMP-Seiten werden nicht von ihren eigenen Servern ausgespielt, sondern von Googles AMP-Cache (CDN). Der AMP-Cache speichert die Seite und lädt alle zugehörigen Dateien und Bilder aus demselben Ursprung. Dies wirkt sich zwar positiv auf die Ladezeit aus, bringt aber auch einen wesentlichen Nachteil mit sich. Denn beim Besuch einer AMP-Seite landet der Nutzer nicht auf dem Server des Webseitenbetreibers, sondern auf dem Google Server.

Weniger Seitenaufrufe

Die AMP-Seiten verfügen nicht über die komfortable Navigationsstruktur einer herkömmlichen Website. Dies kann dem mobilen Nutzer das Entdecken neuer Inhalte auf der Website erschweren und somit zur Verringerung der Seitenaufrufe führen.

Reduzierte Interaktionsmöglichkeit

Durch eine beschränkte Menge an Programmier-Befehlen bieten AMP-Seiten nur stark eingeschränkte Interaktionsmöglichkeiten an.

Viele Website-Elemente, wie z. B. Kommentare, Abo-Newsletter, Bewertungen und auch andere nutzergenerierte Inhalte, lassen sich auf die AMP-Version einer Website nicht oder nur eingeschränkt übertragen. In diesem Zusammenhang wird daher kritisiert, dass die fehlenden Interaktionsmöglichkeiten zur Abnahme der Conversion Rate und generell zur Verringerung der Kundenbindung führen können.

Fazit

Mit dem AMP Projekt hat Google einen Standard für die mobile Internetnutzung geschaffen, der dem Nutzer Inhalte weltweit schnell verfügbar macht. Das stark limitierte AMP-Webframework ist vor allem auf Performance ausgelegt und hauptsächlich für die Nutzer von Bedeutung, die sich schnell informieren möchten.

Titelbild © DigiClack – stock.adobe.com