

Wie Google mobile SEO mit AMP noch weiter pusht

☒ 2015 spitzte sich der seit langem vorbereitete Fokus auf mobile Suchen mit "Mobilegeddon" zu. Diese Google Algorithmusänderung hat zur Folge, dass mobil optimierte Seiten in der mobilen Suche besser gerankt werden. Mit AMP empfiehlt Google nun eine neue Technologie zur Optimierung.

Accelerated Mobile Pages

AMP steht für Accelerated Mobile Pages und bezeichnet ein neues Open Source System, mit dem die mobilen Ladezeiten positiv beeinflusst werden können. Der Kern liegt hierbei auf der Möglichkeit, einzelne Elemente nach und nach zu laden. Das bedeutet z. B. Texte immer vor Werbung.

Aber: die schnelle Ladezeit erlaubt es Google auch, noch mehr Inhalte der Webseite dem Suchenden direkt in den Suchergebnissen anzuzeigen. Je nach Ausmaß kann das zu einer geringeren Klickrate führen. Trotzdem müssen Publisher in den Ergebnissen präsent sein, um mithalten zu können.

☒
Quelle: AMP Projektseite

Mobilegeddon 2015

Obwohl "Mobilegeddon" sogar in fachfremden Medien als großer Einschnitt bezeichnet wurde, ist damit eigentlich nur konsequent der Fokus auf den Nutzer weitergeführt worden. Nicht mobile Webseiten führen i.d.R. nicht zu Zufriedenheit bei den Usern, was zu höheren Absprungraten, geringeren Verweildauern und weniger Conversions führt. Diese Faktoren können generell zu Rankingverlust führen.

Das Update beeinflusst keine Desktop-Suchen, was letztendlich bei mobiler Suche einfach zu Seiten führt, die mobil ausgerichtet sind.

Ausblick

Viele Mobile-Experten bezeichnen AMP als das Zukunfts-System für mobile Seiten. Zunächst betrifft es aber vor allem Content-Publisher und weniger reine Online-Shops. Trotzdem sollte auch im E-Commerce beobachtet werden, wohin die mobile Reise geht und welche Systeme entscheidend werden.

Auf der AMP Projektseite findet man eine technische Einführung sowie ein Tutorial zur Einarbeitung.

Weitere Informationen:

Search-One

Searchengineland