

Suchmaschinenoptimierung bei Live-Inhalten unter Verwendung von Accelerated Mobile Pages

Thema:

Suchmaschinenoptimierung bei Live-Inhalten unter Verwendung von Accelerated Mobile Pages

Art:

[MA](#)

BetreuerIn:

[Christian Wolff](#)

BearbeiterIn:

Susanne Korbely

ErstgutachterIn:

[Christian Wolff](#)

Status:

[in Bearbeitung](#)

Stichworte:

[SEO](#), [Suchmaschinen](#), [AMP](#), [Live-Inhalte](#)

angelegt:

2020-11-23

Anmeldung:

2021-01-18

Antrittsvortrag:

2021-07-05

Abgabe:

2021-06-18

Hintergrund

Seit Mitte des Jahres 2019 wendet Google bei der Indexierung neuer Websites standardmäßig die Mobile First-Indexierung an. Des Weiteren werden seit 2016 mehr als 50% der täglichen Aufrufe von Websites auf mobilen Endgeräten wie einem Smartphone oder Tablet getätigt. Deshalb ist die Optimierung von Websites für den mobilen Gebrauch sehr wichtig und sinnvoll, um eine erfolgreiche Website aufzubauen.

Die von HTML abgeleitete und im Jahr 2015 eigens von Google entwickelte Erweiterung des HTML-Standards Accelerated Mobile Pages (AMP) könnte deshalb das Ranking von Websites erheblich verbessern. AMP ist ein Derivat von HTML, das auf die wesentlichen Inhalte und Darstellungsmöglichkeiten einer Website spezialisiert ist und dabei auf sehr rechenintensive und Ladezeit verlängernde Komponenten verzichtet.

Im Bereich der SEO kann AMP deshalb einen Vorteil bieten. Zwar ist laut Google AMP selbst kein Ranking Faktor bezüglich ihres Index, die Geschwindigkeit, in der eine Website lädt, jedoch schon. AMP ist speziell dafür entwickelt, die Ladezeit auf einem mobilen Endgerät so kurz wie möglich zu halten und verbessert schon allein deswegen den Platz der Website im Google Ranking. Des Weiteren

tendieren User schon bei einer Wartezeit von 3 Sekunden dazu, zu einer anderen Website zu wechseln, um die Informationen zu erhalten, die sie suchen. Auch hier bietet die schnelle Ladezeit einer AMP Website einen großen Vorteil.

Die Tatsache der schnellen Ladezeit ist vor allem bei Websites mit Live Inhalt ein wichtiger Aspekt. Ein User, der einen Live-Blog oder ähnliches aufruft, möchte schnell die neusten Informationen zu einem gewissen aktuellen Thema erhalten und sucht oft auch „on-the-go“ auf seinem Smartphone danach. Um eine solche Website im Google Index bestmöglich platzieren zu können, ist es wichtig zu verstehen, wie AMP auf die verschiedenen SEO-Statistiken wirkt.

Zielsetzung der Arbeit

Das angedachte Ziel der Arbeit ist es herauszufinden, ob der Gebrauch von AMP einen Einfluss auf die SEO-Statistiken der Website hat. Die Statistiken werden hierbei mit verschiedenen Google Tools (Google Analytics, Google Search Console) erhoben und ausgewertet. Die Studie spezialisiert sich auf Websites mit Live-Inhalten, da diese Art von Websites oft Informationen vermittelt, die zeitlich aktuell sind und auch unterwegs schnell auf dem mobilen Endgerät gelesen werden können. Da es in diesem Bereich sehr viel Konkurrenz gibt, ist es besonders wichtig eine gute Internetpräsenz aufzubauen und einen guten Platz in der Suchmaschine zu erlangen.

Um die gestellte Frage zu beantworten, wurde zusammen mit einem Team der Tickaroo GmbH eine Website erstellt, auf die einige SEO-Techniken angewandt wurden. Die Website wurde im Zuge einer Kampagne für ein neues Produkt der Firma Tickaroo erstellt und als Informations- und Werbeseite genutzt. Die Studie wurde deshalb unter Realbedingungen und in zwei Phasen ausgeführt.

Die erste Phase beinhaltete die Konzipierung, Erstellung und Umsetzung der Website. Im Zuge dessen wurde zusammen mit dem Design-Team der Firma Tickaroo ein Konzept für das Erscheinungsbild und den Inhalt der Website erstellt. In einem nächsten Schritt wurde die HTML Website implementiert und anschließend mit Hilfe von SEO-Techniken für die online Suche optimiert. Nachdem die SEO-Optimierung abgeschlossen war, wurde die Website released.

Nach einem Zeitraum von vier Wochen wurde die dazu korrespondierende AMP-Seite online gestellt, was den Beginn der zweiten Phase der Studie markiert. Während beider Phasen wurden die gleiche Anzahl an Newsletter und Google Ads geschaltet, um die Verzerrung der Zugriffszahlen durch äußere Einflüsse so gering wie möglich zu halten. Nach weiteren vier Wochen wurden die SEO-Statistiken der beiden Phasen miteinander verglichen und Schlüsse bezüglich der Verwendung der optionalen AMP-Seite und des Zeitpunkts ihres Releases gezogen.

Konkrete Aufgaben

- SEO Techniken recherchieren
- AMP-Programmierung
- Websites programmieren
- SEO Techniken auf Websites anwenden
- Google Ranking Vorher-/Nachher bewerten
- Mobile Ranking vs Desktop Ranking untersuchen
- SEO-Statistiken untersuchen

Erwartete Vorkenntnisse

- HTML-Programmierung
- Information Retrieval / Texttechnologie
- Markup-Sprachen
- Hypertext
- Grundlagen Data Management

Weiterführende Quellen

<https://developers.google.com/search/mobile-sites/mobile-first-indexing?hl=de#additional-best-practices> <https://www.brightedge.com/sites/default/files/BrightEdge-Mobile-Research-Paper-2017.pdf>
<https://amp.dev/> <https://developers.google.com/search/docs/guides/about-amp?hl=de>
<https://www.statista.com/statistics/275814/mobile-share-of-organic-search-engine-visits/>

From:
<https://wiki.mi.ur.de/> - **MI Wiki**

Permanent link:
https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/suchmaschinenoptimierung_bei_live-inhalten_unter_verwendung_von_amp?rev=1623924127

Last update: **17.06.2021 10:02**

