

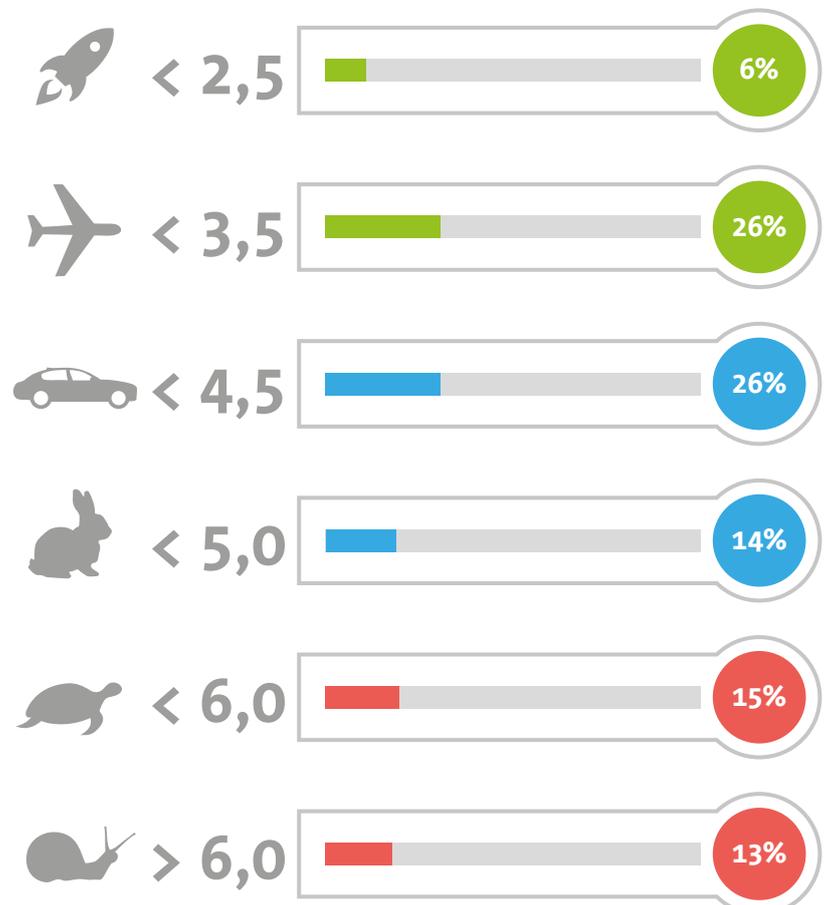
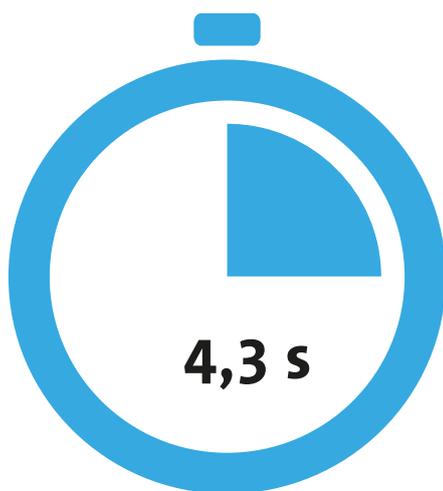
LADEZEITEN DEUTSCHER ONLINESHOPS

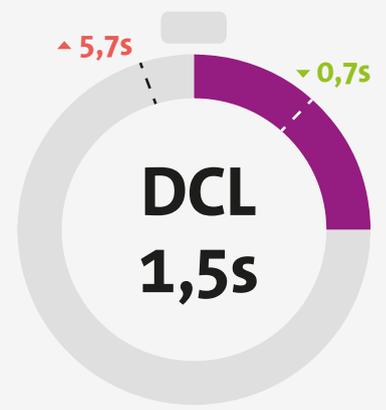
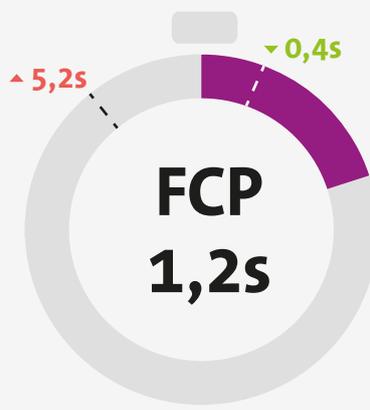
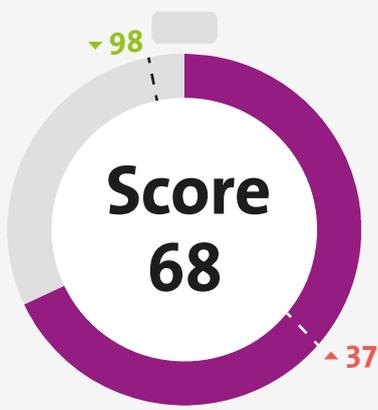


Reagiert ein Onlineshop langsam, so reduziert jede weitere Sekunde die **Conversion Rate um bis zu -7%**. Zusätzlich werden langsame Seiten von den Suchmaschinen mit negativem Rankingfaktor bestraft und führen zu **weniger Traffic**. Hohe Performance ist somit nicht mehr nur ein Hygienefaktor sondern ein Optimierungshebel.

Wir haben **100** deutsche Onlineshops analysiert, verglichen und die wichtigsten Optimierungshebel in dieser Infografik zusammengefasst.

STATUS QUO





Roundtrips



MegaByte



Keine Optimierung



Erste Ansätze



Schneller gemacht

30% Niedrig

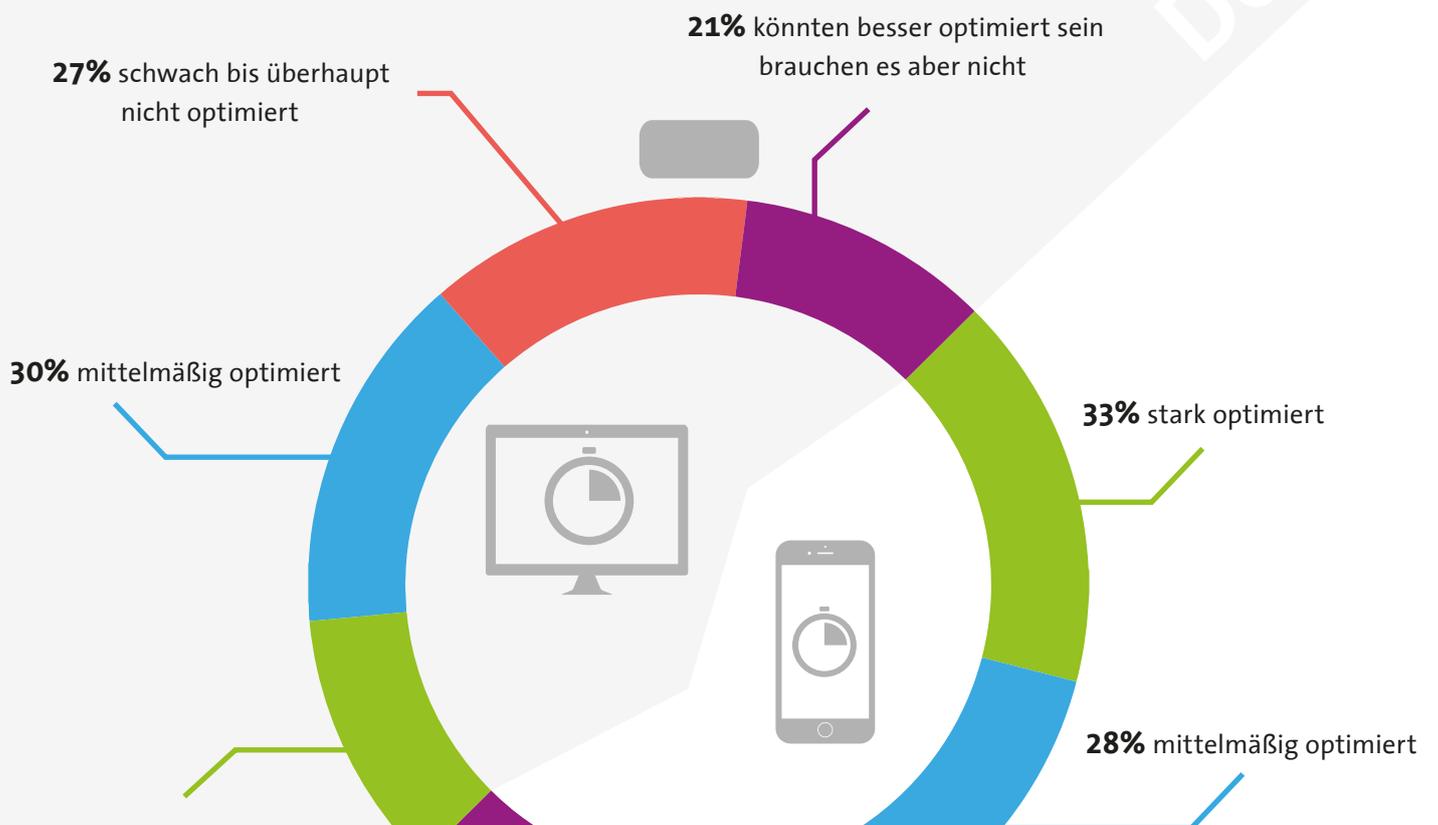
47% Medium

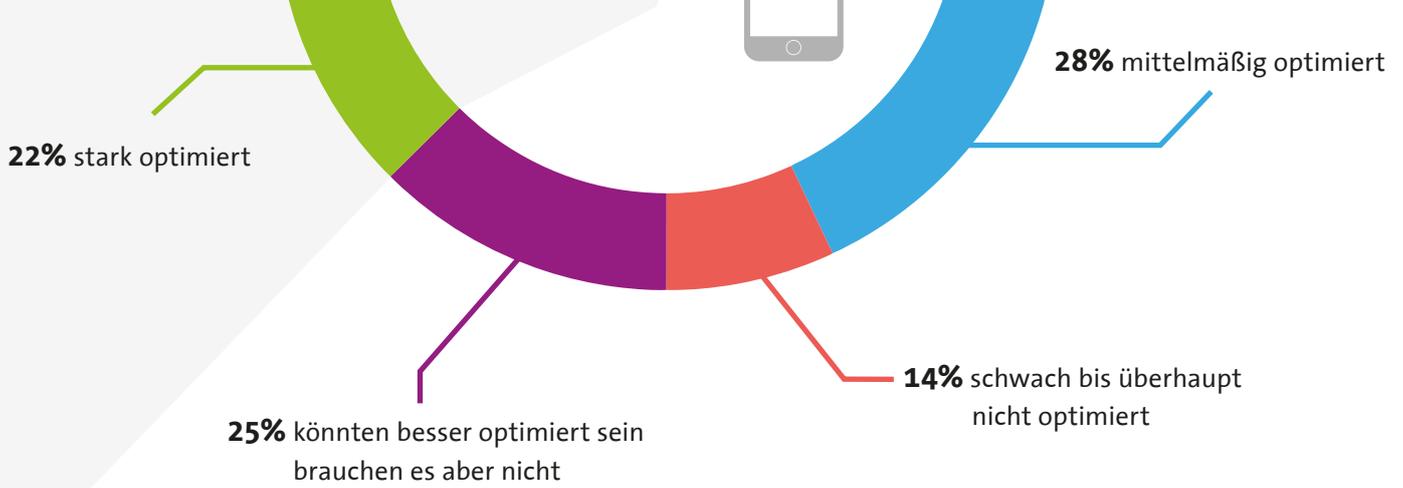
23% Gut

Im Durchschnitt laden die deutschen Onlineshops in **4,3s**. Nur wenige sind mit unter 3,0s wirklich schnell. Bei einigen dauert das Laden deutlich über 5s. Im Vergleich werden im Schnitt **68 / 100 Punkte** im Google Pagespeed Ranking erzielt, wobei nach 1,2s durchschnittlich die ersten Onlineshops Inhalte zeigen und nach 1,5s z. B. OnSite Optimierungen wie

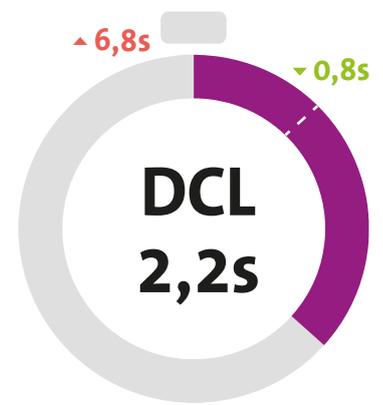
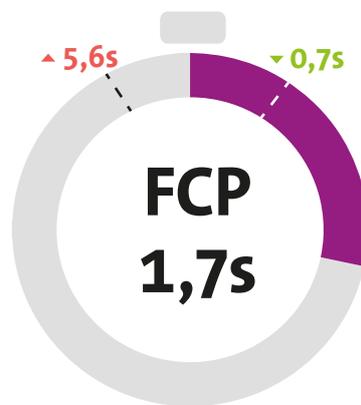
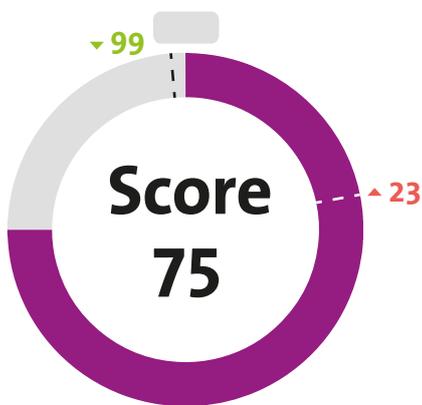
A/B Testing möglich sind. Sie benötigen zum Laden der Seite bis zu **16 Ladezyklen** und **9 MB** Daten um die Seite fertig zu rendern. Mit \emptyset 5 Runden und 4 MB im Durchschnitt 1 Runde und 2,5 MB mehr als weltweit üblich.

Immerhin **34%** der Onlineshops wurden in der Performance merklich optimiert, bei 57% sind ein paar Maßnahmen ergriffen worden und nur 9% haben gar keine messbaren Optimierungsmaßnahmen.





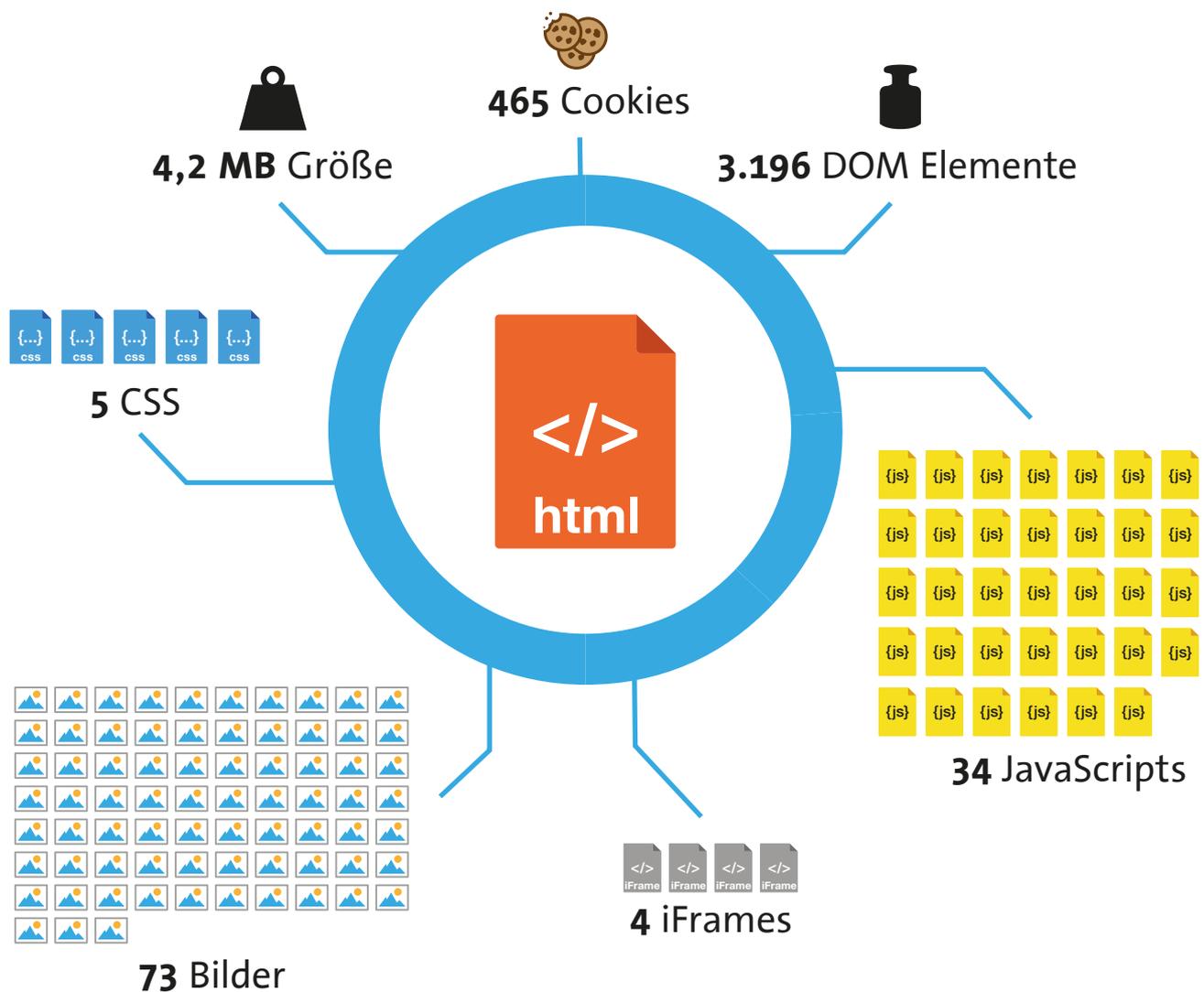
Im Vergleich zu Desktop schneiden die Onlineshops im Performance Ranking bei Mobile mit **75 Punkten** im Durchschnitt besser ab. 50% bewegen sich dabei im Mittelfeld. Mit durchschnittlichen **1,7s** brauchen die mobilen Onlineshops etwas länger, bis die ersten Inhalte sichtbar sind. Ebenso verhält es sich mit den Onsite Optimierungen, welche ab **2,2s** ausgeführt werden. Es kann jedoch auch schon mal bis zu 5,6s bzw. 6,8s dauern. **44%** der Shops wurden teilweise, **46%** bereits spürbar in der Performance optimiert. Nur **10%** der mobilen Onlineshops weisen überhaupt keine Optimierungsansätze auf.



3

TIPPS FÜR BESSERE PERFORMANCE

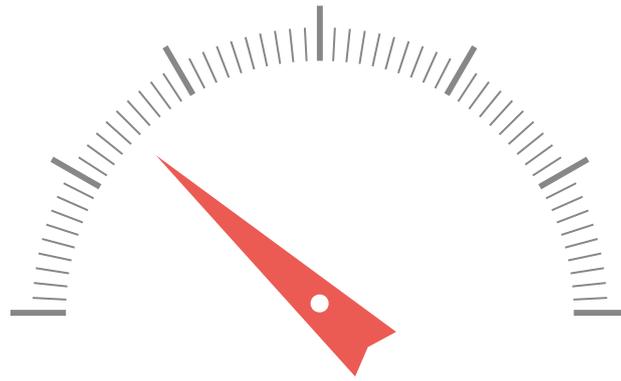
01. UMFANG REDUZIEREN



Ø Durchschnittsangaben

powered by
sitespeed.io

Wirkung der Maßnahmen



1 Den HTML-Code aufräumen

Die Anzahl DOM-Elemente sollte reduziert werden, indem das Dokument ein Markup nach aktuellem W3C Standard und keine unnötigen Elemente aufweist.

2 Dateien zusammenfassen

Die Anzahl der zu ladenden Dateien sollte durch das Kombinieren von mehreren CSS- und JavaScript-Dateien reduziert werden. Ein bis drei CSS- und JavaScript-Dateien im Header und Footer sind ideal. Dabei ist auf die Verwendung von blockierenden Elementen, wie beispielsweise synchrones JavaScript im Kopfbereich der HTML-Seite möglichst zu verzichten.

3 Unnötiges Entfernen

Generell sollten alle Elemente und Angaben, welche nicht (mehr) benötigt werden, entfernt werden. Dazu zählen z.B. nicht verwendete oder redundante Style-Eigenschaften und vor allem JavaScript, Plugins usw.

02. INHALTE MINIMIEREN



104,4 kb

+



572,3 kb

+

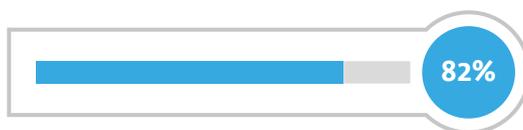
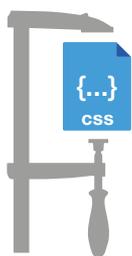


898,9 kb

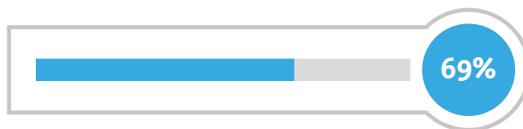
+



267,6 kb



Minimierung / Komprimierung

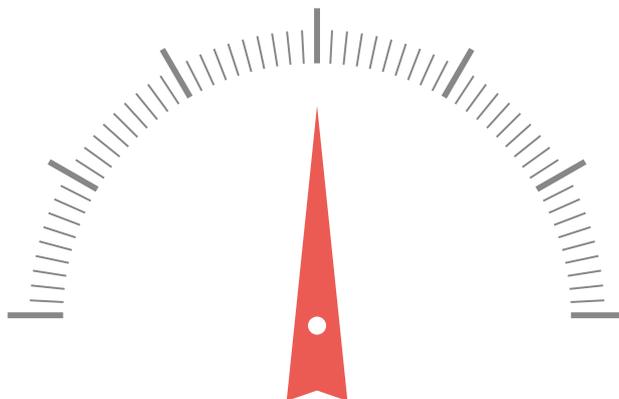


Ø Durchschnittsangaben

powered by

sitespeed.io

Wirkung der Maßnahmen



1 Textbasierte Inhalte minimieren

Das HTML, JavaScript und CSS sollte mit einem Kompressor minimiert werden. JavaScript sollte allerdings nicht zusätzlich komprimiert (gepackt) werden.

2

Komprimierung

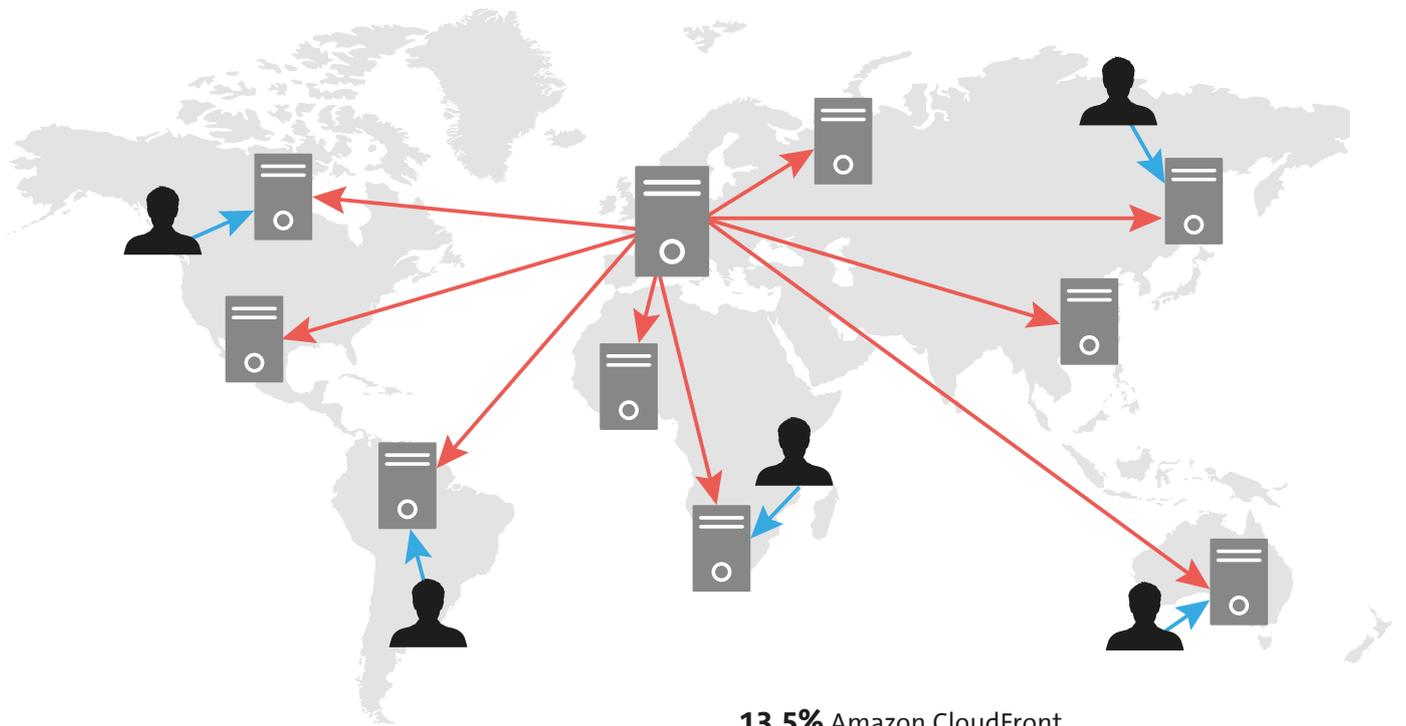
In der Serverkonfiguration sollte die GZIP-Komprimierung für textbasierte Inhalte aktiviert werden. Auch Grafiken lassen sich mit belastbehafteten Komprimierungsmethoden zusätzlich verkleinern (z. B. JPEG, TinyPNG).

3

Die richtigen Dateiformate

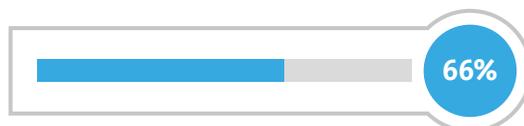
Inhaltsgrafiken sollten im geeigneten Dateiformat angelegt werden, z. B. Pixelbilder als JPEG (mit adäquater Komprimierung) und Grafiken als PNG (8-Bit) oder direkt im Vektorformat (z. B. SVG). Transparenz und 24 Bit ist nur in Ausnahmen zu verwenden. Bilder sollten direkt in der passenden Größe ausgeliefert werden (kontextuale Bildformate). Skalierung im Browser ist zu vermeiden!

03. AUSLIEFERUNG

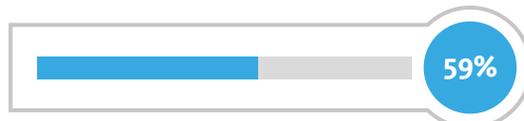


13,5% Amazon CloudFront

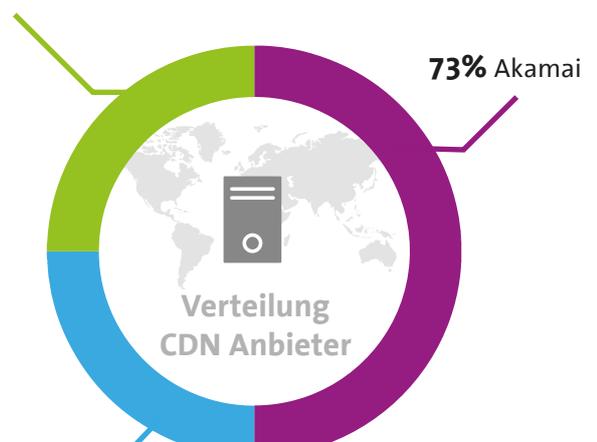
CDN

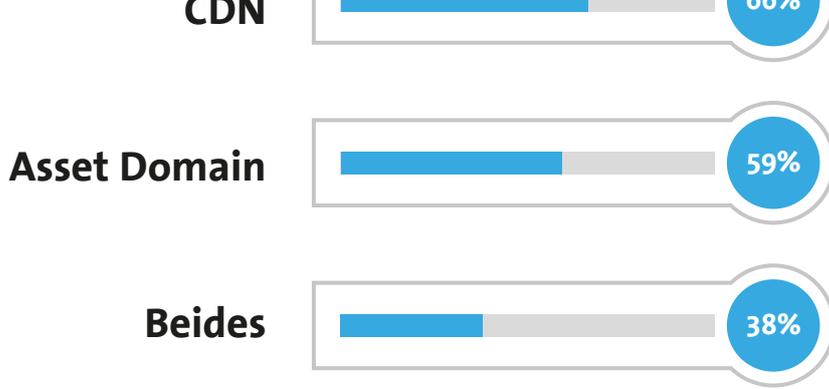


Asset Domain

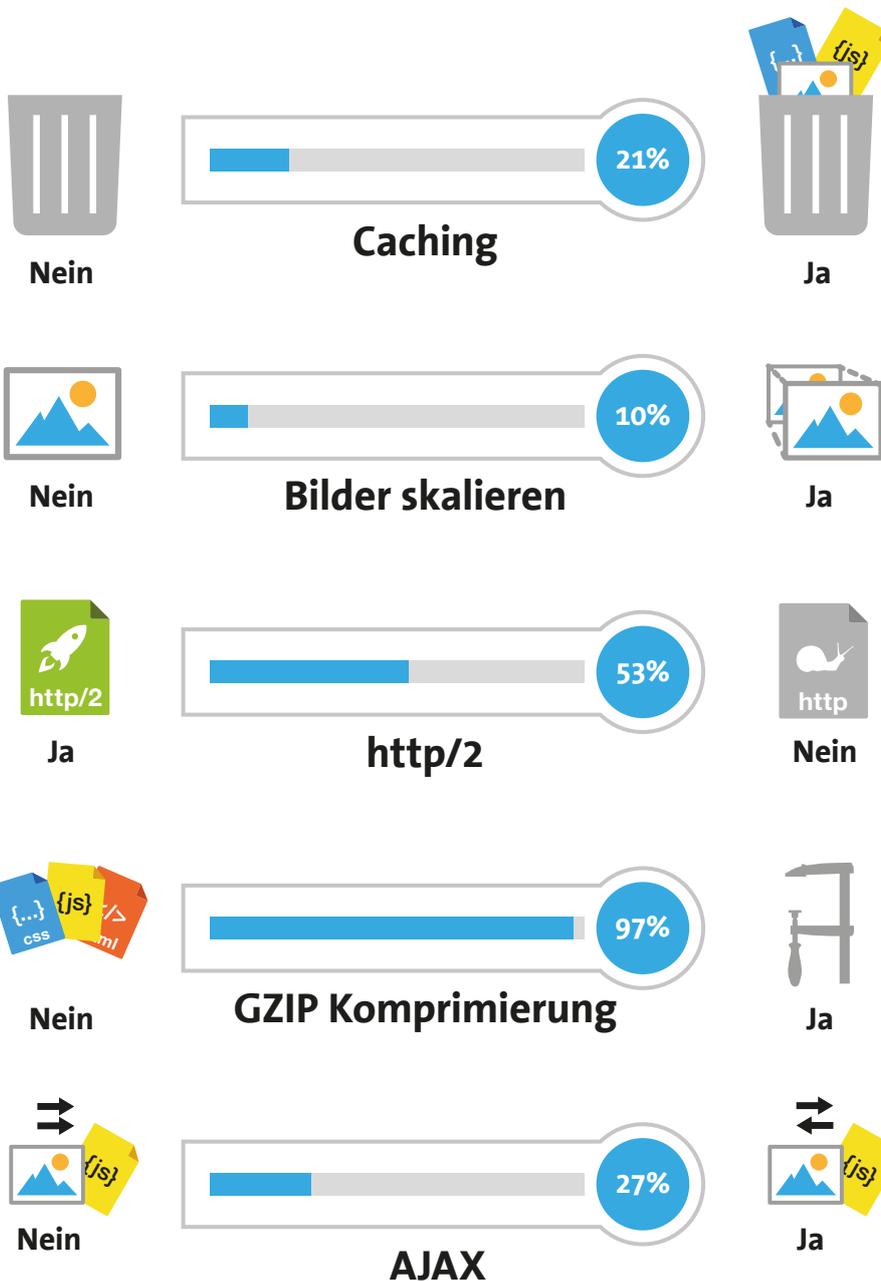


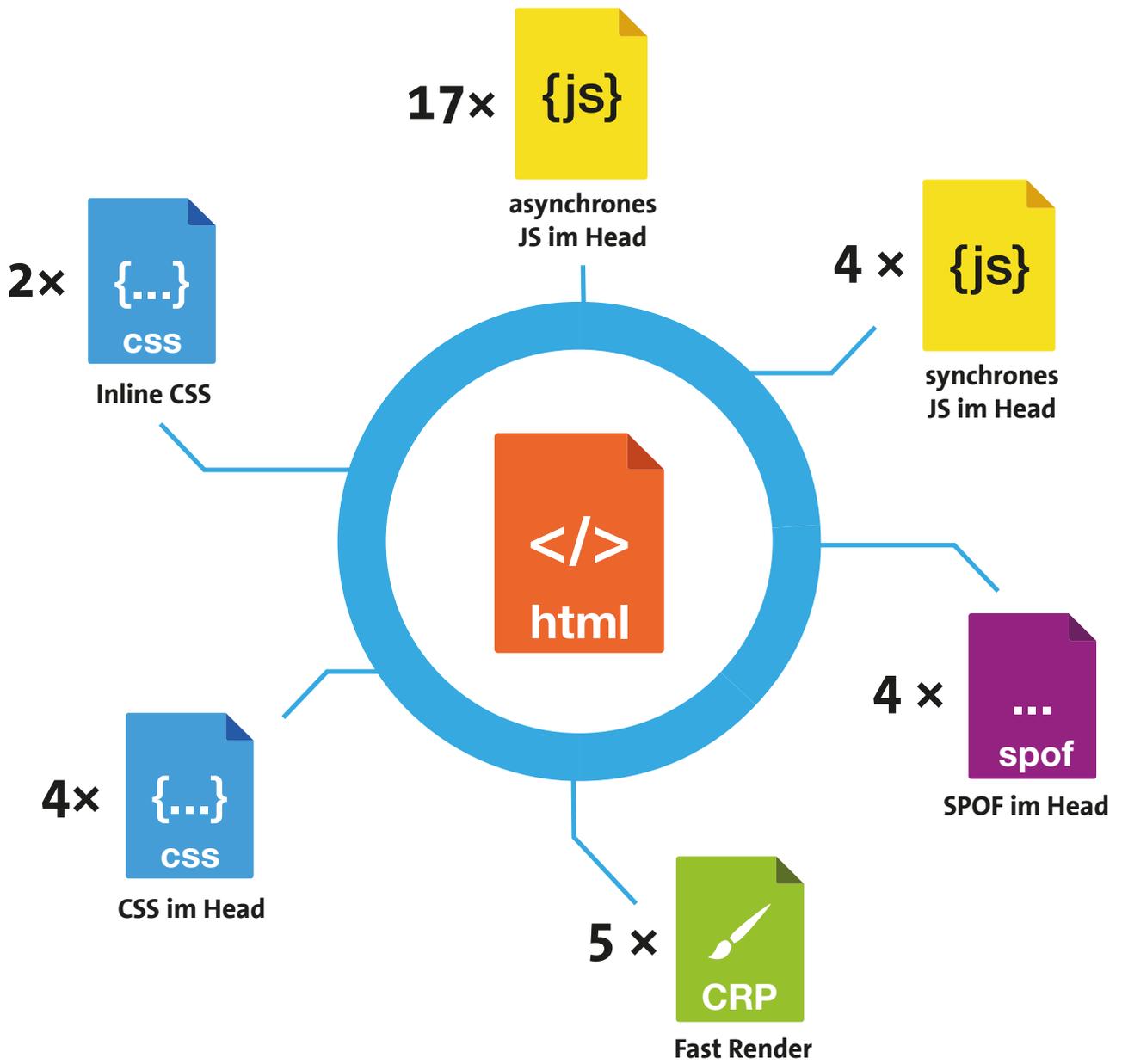
Beides





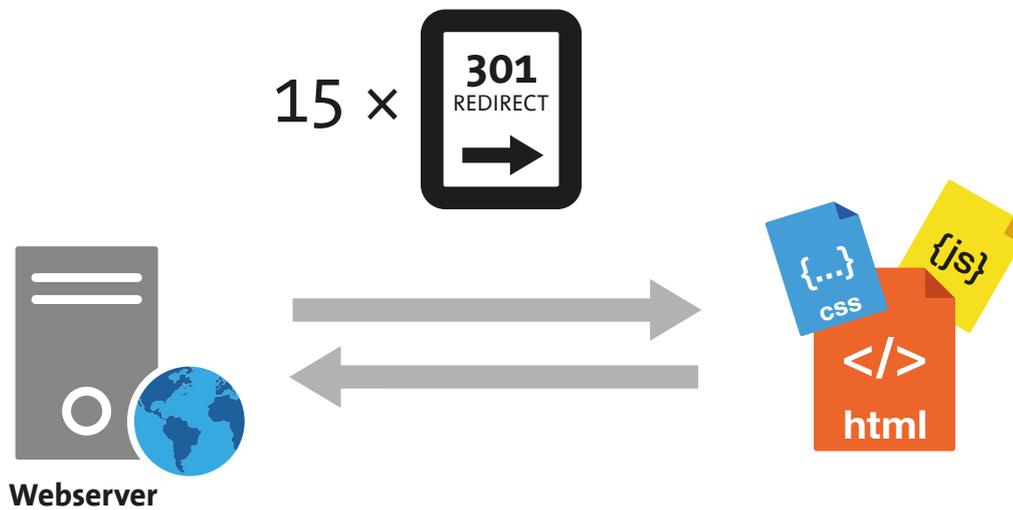
Unnötiges Datenaufkommen





28x  DNS Abfragen



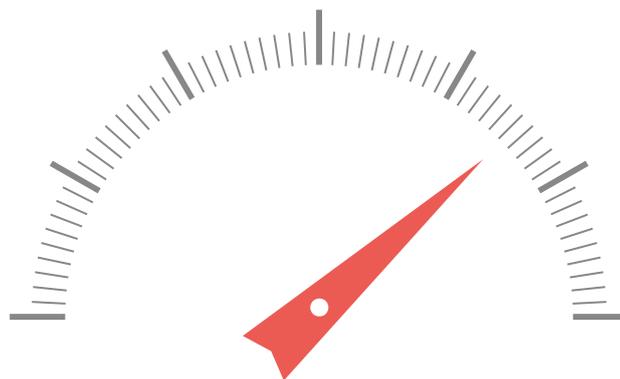


Ø Durchschnittsangaben

powered by

sitespeed.io

Wirkung der Maßnahmen



1 Inhalte verteilen

Alle Assets sollten Cookieless verteilt werden. Bilder sollten zumindest auf Asset-Domain(s) liegen, besser in einem Content Delivery Network (CDN).

2 CSS & JavaScript priorisieren

Es sollte das für den Browser zum Zeichnen der Seite erforderliche CSS möglichst früh geladen werden (auch inline, sollte 14,5 KB nicht überschreiten).

Generell sollte möglichst kein JavaScript Code im <head> der Seite und wenn, dann asynchron geladen werden. JavaScript von Drittanbietern sollte möglichst nicht synchron und nicht im <head> integriert werden (Single Point Of Failure).

Generell lassen sich externe Dateien besser cachen. CSS und JavaScript Dateien sollten idealerweise vor dem schließenden </body>-Tag geladen werden sollten.

3 Caching ermöglichen

Die Assets sollten lange im Browsercache liegen können, z. B. durch Caching Header (Expire). Zusätzliches serverseitiges Caching verkürzt die Reaktionszeit. Außerdem empfiehlt sich das neue http/2 Protokoll zur schnelleren Übertragung.

4 AJAX einsetzen

Inhalte, die nicht sofort zur Verfügung stehen müssen, sollten asynchron per AJAX geladen werden. Das gilt für alle Arten von Assets, insbesondere CSS, JavaScript und Bilder (z. B. Lazy Loading, Contextual Loading).

5 DNS Lookups & Redirects vermeiden

Jeder DNS-Lookup kostet Zeit, jeder Redirect (301, 302) gleich doppelt. Es gilt, diese so gut es geht zu vermeiden.

> ANALYSIERTE ONLINESHOPS ZUR LADEZEIT 2018

aboutyou.de
aliexpress.com
alternate.de
amazon.com
amazon.de
ao.de
apo-rot.de
apple.com/de/
asos.de
atp-autoteile.de
auragentum.de
baby-walz.de
bader.de
baur.de
bonprix.de
brands4friends.de
breuninger.com
buecher.de
c-and-a.com/de/de/
casando.de

computeruniverse.net
comtech.de
conrad.de
cyberport.de
dell.com
docmorris.de
douglas.de
druckerzubehoer.de
edelmetall-handel.de
eis.de
elektroshopwagner.de
emp.de
esprit.de
europa-apotheek.com
flaconi.de
galeria-kauffhof.de
gearbest.com
hagebau.de
happy-size.de
heine.de

hellofresh.de
hm.com/de/
home24.de
hornbach.de
hse24.de
ikea.com/de/de/
jacob.de
jago24.de
karstadt.de
kfzteile24.de
klingel.de
lidl.de
limango.de
mediamarkt.de
medikamente-per-klick.de
medimops.de
medion.com/de/
medpex.de
mindfactory.de
misterspex.de

mytheresa.com
mytoys.de
notebooksbilliger.de
obi.de
otto.de
pearl.de
peterhahn.de
pollin.de
posterxxl.de
quelle.de
qvc.de
real.de
rebuy.de/kaufen
redcoon.de
reichelt.de
reifendirekt.de
reuter.de
sanicare.de
saturn.de
schwab.de

sheego.de
shop-apotheke.com
shop.apotal.de
shop.degussa-goldhandel.de
shop.rewe.de
soliver.de
sportscheck.com
store.hp.com/GermanyStore
tchibo.de
thalia.de
thomann.de
vente-privee.com
voelkner.de
weltbild.de
westfalia.de
witt-weiden.de
zalando-lounge.de
zalando.de
zooplus.de