

Page Speed

Stand: 29.11.2022

Unzureichende Ladegeschwindigkeiten und eine schlechte Performance von Webprojekten wirken sich maßgeblich negativ auf [Verweildauer](#), Absprungrate und Konversionsrate aus. Durch lange Ladezeiten verschlechtert sich überdies auch die Platzierung einer Domain in der [organischen Suche](#), sodass Webseitenbetreiber in Webmaster mit Traffic-Einbrüchen und ausbleibenden Webseitenbesuchern rechnen müssen. Insbesondere Webseiten im Bereich des [E-Commerce](#) sind auf eine konstant [hohe Performance](#) und eine stetige Optimierung von Ladezeiten und -geschwindigkeiten angewiesen, um ihren Geschäftserfolg langfristig sicherzustellen.

Definition

Im Online Marketing beschreibt der Begriff Page Speed (deutsch: Webseitengeschwindigkeit) die Performance oder die Ladezeit einer Domain. Die Ladegeschwindigkeit einer Webseite stellt für die Suchmaschine Google einen relevanten Rankingfaktor für die Platzierung von Seiten in der organischen Suche dar. Die Optimierung des Page Speed ist für den Rankingerfolg von Webseiten besonders relevant und fällt in den Bereich Technical SEO.

Relevanz von Ladezeiten für den Erfolg von Webprojekten

Der Page Speed stellt einen besonders relevanten Rankingfaktor für die Platzierung von Webseiten in der organischen Suche auf einer Search Engine Result Page ([SERP](#)) dar. Kann eine Webseite nicht mit schnellen und stabilen Ladezeiten überzeugen, verliert sie an [PageRank](#) und Ranking- sowie Trafficverluste sind die Folge. Darüber hinaus haben Performancefaktoren wie die Ladegeschwindigkeit und die fehlerfreie Nutzbarkeit von Online-Angeboten einen massiven Einfluss auf Key Performance Indikatoren ([KPI](#)) wie die Verweildauer, die Absprungrate und die Konversionsrate. Dabei steigt die Bounce Rate mit jeder Zehntelsekunde an zusätzlicher Ladezeit exponentiell an. Greifen Internetnutzer von mobilen Endgeräten aus auf Webseiteninhalte zu, steigen die Absprungraten mit jeder weiteren Sekunde noch stärker an. Bereits 40% der Webseitenbesucher brechen den Besuch auf einer Webseite ab, wenn die Ladezeit mehr als drei Sekunden in Anspruch nimmt.

Die Gründe für niedrige Ladegeschwindigkeiten können dabei vielfältig sein: Enthält eine Webseite besonders große Bilder, wirken sich die langwierigen Anfragen vom [Browser](#) an den Server negativ auf die Ladezeiten der Seite aus. Gleiches gilt, wenn besonders viele visuelle Inhalte in den Content der Webseite eingebettet sind. Neben aufwendigen Webseiteninhalten können sich auch langsame Datenbanken und lange Serverantwortzeiten negativ auf die Performance der Webseite auswirken. Wenn Requests auf Serverebene nur langsam verarbeitet werden und Datenbanken für Formulare und Produktanzeigen nur langsam arbeiten, belastet das die Webseitenperformance enorm. Auch JavaScript-Anwendungen, CSS-Dateien und ein unbereinigter Quellcode können Ladegeschwindigkeiten belasten und die Performance der Webseite verschlechtern.

Page Speed Test

Um die Performance einer Webseite zu testen und zu evaluieren, stehen Webseitenbetreibern und Webmastern unterschiedliche Tools zur Verfügung: Mithilfe des Tools Google Page Speed Insights können Webseiten umfassend und fundiert auf Ladehemmungen hin untersucht werden. Dabei wird die Performance der Webseite sowohl für mobile als auch für Desktop-Zugriffe ermittelt. Das Tool liefert dabei nicht nur umfassende Performanceanalysen, sondern ermittelt auch wirksame Optimierungsansätze zur Verbesserung der Ladegeschwindigkeiten.

Ein weiteres Tool stellt die Webseite WebPageTest.org dar: Neben umfassenden Performanceanalysen haben Webseitenbetreiber und Webmaster zudem die Möglichkeit, die Performance ihrer Webseite innerhalb unterschiedlicher Browser zu testen und so Unterschiede hinsichtlich der Ladehemmungen zu identifizieren.

Hinsichtlich der Untersuchung von Ladezeiten und Ladegeschwindigkeiten stehen Webseitenbetreibern und Webmastern eine Vielzahl an unterschiedlichen Tools zur Verfügung. Je nach Tool lassen sich dabei maßgebliche Unterschiede zwischen der Tiefe der Analyse und der Übersichtlichkeit der Daten für den Webseitenbetreiber selbst feststellen. Neben vergleichsweise grundständigen Tests ermitteln ausgewählte Tools auch unterschiedliche Performance-Kennzahlen wie ‚First Byte‘, also der Zeit, die zur Übermittlung des ersten Datenbytes zwischen Client und [Server](#) benötigt wird, ‚Start Render‘, die Ladezeit bis dem User der Seiteninhalt zum ersten Mal angezeigt wird und ‚Fully Loaded‘, was den Wert markiert, bei dem alle Seitenelemente vollständig geladen sind. Inwiefern diese spezifischen Daten für die Optimierung der Performance heranzuziehen sind, ist abhängig von der Kompetenz des Webseitenbetreibers und der Ausrichtung der Domain.

Optimierung der Ladezeiten

Nach einem umfassenden Performancetest bieten sich Webseitenbetreibern und Webmastern unterschiedliche Ansatzpunkte zur Optimierung von Ladegeschwindigkeiten: Neben der Komprimierung von Bildern und der Komprimierung der Webseite mit GZip stellen auch die Verwendung von Content Delivery Networks, das Entfernen von überflüssigen Social Plugins und das Bündeln von CSS-Dateien zu CSS-Sprites wirksame Ansatzpunkte zur Verbesserung der Webseiten-Performance dar.

Darüber hinaus können Webseitenbetreiber und Webmaster auch durch die Reduzierung von Requests, die Optimierung von Antwortzeiten auf Seiten des Servers sowie durch die Verwendung von asynchronem [JavaScript](#) oder die Bereinigung des Quellcodes von überflüssigen Elementen Verbesserungen der Ladezeit erreichen. Um nach den Angaben der [Google Search Console](#) gute Ladezeiten zu erreichen, sollten alle Funktionen und Inhalte der Webseite mit einer Ladegeschwindigkeit von unter drei Sekunden zur Verfügung stehen.

Bedeutung für SEO

Seit dem Jahr 2010 stellt der Page Speed einen Rankingfaktor für die organische Suche auf [Google](#) dar. Gut performende Webseiten überzeugen dabei nicht nur durch eine höhere Usability, sondern bieten ihren

Webseitenbesuchern darüber hinaus auch eine bessere User Experience (UX). Seit der Einführung des Rankingfaktors Mobile Friendliness im Jahr 2016 und durch die Definition des Mobile-First-Index ist die Performance für die Platzierung von Webseiten innerhalb der organischen Suche noch bedeutender, da Nutzer zunehmend von mobilen Endgeräten und über vergleichsweise schwache mobile Datenverbindungen auf Webseiten zugreifen und Toleranzen gegenüber langen Ladezeiten immer weiter sinken.