

Ryte Branchenstudie zeigt enormen Nachholbedarf für E-Commerce-Sektor in Sachen Core Web Vitals

Neue Rankingfaktoren werden die großen Player am Markt unvorbereitet treffen

MÜNCHEN / 02. März 2021 – Das SaaS-Unternehmen Ryte, bekannt als Toolanbieter zur Überwachung des Qualitätsmanagements von Websites, veröffentlichte heute Ergebnisse einer neuen Branchenstudie mit dem Titel “Next-Level User Experience: Welchen Einfluss Google’s Einführung der Core Web Vitals auf die E-Commerce-Branche hat”.

Im Rahmen der Studie wurden über 200.000 URLs unter den jeweils Top 50 E-Commerce-Domains in der DACH-Region gecrawlt, um den Einfluss bestimmter Website-Metriken, den sog. Core Web Vitals zu untersuchen. Diese Metriken werden ab Mai 2021 als neueste Rankingfaktoren berücksichtigt.

Mit der Einführung der Core Web Vitals als Rankingfaktoren erwartet Website-Betreiber im Jahr 2021 ein großer Umbruch. Google stellt den User noch mehr in den Fokus, indem ein stärkerer Schwerpunkt auf die User Experience gelegt wird, und wird dann Websites priorisieren, die diesen Anforderungen entsprechen.

Infolgedessen hat Ryte seine Website-Crawling-Software und hauseigene Datenanalyse-Expertise genutzt, um eine Studie durchzuführen, die mögliche Auswirkungen der Einführung der Core Web Vitals auf die E-Commerce-Branche aufzeigt. Das Resultat? Die Einführung der Core Web Vitals als Rankingfaktoren wird die großen

Player im E-Commerce unvorbereitet treffen. Zu diesem eindeutigen Ergebnis kommt die Branchenstudie von Ryte durch die Analyse der größten Online Shops in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

In der Studie von Ryte wurde die Website-Performance anhand der wichtigsten Metriken der Core Web Vitals gemessen: Largest Contentful Paint (LCP), First Input Delay (FID) und Cumulative Layout Shift (CLS) – speziell für mobile Websites. Ausgewählt wurden Domains aus den Top 50 E-Commerce-Websites in vier analysierten Branchen (Elektronik & Medien; Mode; Lebensmittel & Körperpflege; Spielwaren, Hobbys & Heimwerken), wobei pro Branche im Schnitt 29 Domains analysiert wurden. Insgesamt wurden 207.669 URLs mit gleichem Anteil an Desktop- und Mobile-Seiten für die Studie berücksichtigt.

Die Studie zeigte folgende Ergebnisse:

- Nur 0.9% der mobilen Seiten erreichten einen “guten” Website Performance-Score
- 87% der analysierten Domains erreichten auf Mobilgeräten “schlechte” Punktzahlen der Metrik Largest Contentful Paint
- Lediglich 9% der Desktop-Seiten wiesen Optimierungsbedarf in Sachen Largest Contentful Paint auf

- 91% der mobilen Websites zeigten schlechte Werte für ihre Interaktivität (First Input Delay)
- 36% der analysierten Websites schnitten bzgl. ihrer visuellen Stabilität auf Mobilgeräten (Cumulative Layout Shift) schlecht ab

Die Performance auf mobilen Endgeräten entpuppte sich als der größte Problembereich in der Studie. Nur 0,9% der mobilen Websites erreichten einen "guten" Website Performance-Score, ein Wert, der eine Agglomeration aller Core Web Vital-Werte ist.

"Die E-Commerce-Branche ist für gewöhnlich ein Vorreiter hinsichtlich Webseitenqualität und SEO, daher waren wir durchaus überrascht, dass unsere erhobenen Daten auf doch recht extreme

Probleme im Zusammenhang mit den Core Web Vitals hinweisen. Die gute Nachricht allerdings ist, dass viele dieser Probleme relativ schnell erkannt auch behoben werden können", so Marcus Tandler, Mitbegründer und Chief Evangelist bei Ryte. Die Daten zeigten, dass große Bilder die Hauptverantwortlichen für schlechte Werte auf Mobilgeräten sind. Das Fazit der Studie war, dass Unternehmen bei Website-Audits die mobilen Seiten wohl vernachlässigten oder sich dafür entschieden, nur die Desktop-Versionen ihrer Website zu analysieren.

Für mehr Insights, lade [hier](#) die vollständige Branchenstudie "Next-Level User Experience: Welchen Einfluss Googles Einführung der Core Web Vitals auf die E-Commerce-Branche hat" herunter.

Über Ryte

Ryte, ein preisgekröntes SaaS-Unternehmen mit Hauptsitz in München, gehört zu den am schnellsten wachsenden Technologieunternehmen in Europa. Ryte unterstützt Unternehmen und Agenturen dabei, die Qualität ihrer Websites und den Erfolg in den Suchmaschinen auf Basis modernster Software nachhaltig zu optimieren. Aktuell vertrauen der Ryte Suite bereits mehr als 1 Millionen Nutzer weltweit. Die Ryte Suite beinhaltet drei elementare Tools, um den Traffic und die Conversion Rates einer Website erfolgreich zu steigern: Website Success, Content Success und Search Success. Im Produktportfolio befindet sich darüber hinaus auch BotLogs, eine innovative Alternative zur Logfile Analyse, die es SEOs ermöglicht, einfach, täglich und in Echtzeit den Bot-Traffic auf ihrer Website zu analysieren.

Ryte ist aktuell in München und Ho Chi Minh City mit +100 Mitarbeitern vertreten. Global agierende Unternehmen wie Allianz, Boehringer Ingelheim, Daimler und Sixt vertrauen bereits auf die Technologie und Innovationskraft von Ryte, um das volle Potential ihrer Websites auszuschöpfen.

Weitere Informationen unter: ryte.com.

Ryte GmbH

Paul-Heyse-Str. 27
D-80336 München
www.ryte.com

Kontakt

Tel: +49-4161151-0
Fax: +49 89-4161151-19
E-Mail: info@ryte.com

Geschäftsführer

Andreas Bruckschögl

Bankverbindung

IBAN: DE16 7025 0150 0022 9176 60
BIC: BYLADEM1KMS
Kreissparkasse München Starnberg Ebersberg

Registereintrag

USt ID: DE284700490
Handelsregister München
Registernummer: HRB 200042