

abnehmen abtreibung **agentur** agypten aidaperla akkuschauber aktien alt altersvorsorge analyse anfangen  
anleitung api app astra **at** aufblasbar auswirkungen **auto** autoaufbereitung baby bad bauforderung bayerischer bessere **beste**  
betnhtl bewerbungen bienen bier bildung blattlern board bodenfliese **bodensee** bodywelt box **buch** businessfotografie **casino**  
cbd cheats chess chiptuning cloud code coinportale **com** commands **contentbar** cool **corona** cum ddd **de**  
deutschland digitale digitales dj domains donau doof doppelstabmattenzaun **dreieck** dsf duschgel ebook ebooks eheversprechen  
einkaufen entrepreneur ericeira estate **euro** exportmaschinen extension extensions **fahrrad** fahrradtrager fahrradverleih fenster  
ferienhütten **ferienwohnung** ferne feuerwerksverkauf finde firma florist flutter foerderportal **freelancer** freiburg freundin  
friseur frugalisten fulda **fur gaming** gaming-pc gebraucht gedichte gebackt gehalt gesichtsbrauner **google**

# Casestudy zum Google Core-Update Juni/Juli 2021 UX / Pagespeed

neues neukundengewinnung **news** online  
optiker **opti** ayroll **pc pdf**  
peniche pe pilzschule platincasino  
plus polsterix **porn** projektimpulse promo  
python radiology-cente veil rugen saab safasfd  
sansibar **schnell** er **seo** sex  
sexschaukel sim single reaming studentenbar  
suchmaschinenoptimier tauchen tauchsage te  
teamevents tennisschuhe terrestri **test** testee testen tim tina tinder **tool** tracker tribulus twitch umzug  
**update urlaub** usenext uv veganer **veganes vergleich** verhaltungsmethoden versicherung  
versicherungsmakler **virtuelle** vitesse vlg vogelhaus vue wald web webdesign webhoster webscraping welt  
**werbeagentur** werbeartikel werkzeug wiederitzsch wiederitzsch-im-blick wieviel witze **wordpress**  
**www** xbox youngest **zahnarzt**



**Contentbär**

Contentbär - Patrick Gerard – Anton-Braith-Weg 15 – 88447 Warthausen

 [info@content-baer.de](mailto:info@content-baer.de)

## Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	3
Methodik und Ablaufprozess .....	5
Ergebnisse .....	6
Fazit und Schlussfolgerung.....	7
Die einzelnen Messwerte im Detail.....	9
Performance.....	9
Accessibility .....	10
Best-Practices .....	10
SEO .....	10
PWA.....	10
Weitere Fragen? .....	11

## Einleitung

In der heutigen Zeit, vor allem in Hinsicht auf das Covid-19 Virus, sind Online-Auftritte wichtiger denn je. Über 75 Milliarden Euro Umsatz hat der B2C E-Commerce 2020 erzielt, was einem Wachstum von 20% entspricht (Statista<sup>1</sup>).

Suchmaschinen wie Google und Bing tragen wesentlich dazu bei, Kunden zu generieren. Lokales sowie generelles Suchmaschinenmarketing wird dementsprechend immer wichtiger.

Für den Webseitenbetreiber oder das Unternehmen ist ein gelungener Webauftritt und eine gute Online-Sichtbarkeit essenziell. Die sogenannten [Google-Core-Updates](#) sind oftmals ausschlaggebend für eine steigende oder sinkende Sichtbarkeit.

Auch im Juni 2021 ist ein solches [Update](#) ausgerollt worden. Das Update soll laut Google Webmasters in zwei Schritten ausgerollt werden und erst im Juli 2021 volle Wirkung zeigen. Das Update soll speziell die **User-Experience** verbessern. Rankings werden laut Danny Sullivan nicht aktiv beeinflussbar, dennoch sollten Webmaster den Rankingfaktor „**Page-Experience**“ nicht aus den Augen lassen.

We want site owners to understand these changes aren't because of something they've done but rather because of how our systems have been improved to better assess content overall and better address [user expectations](#). We also want to remind them that nothing in a core update (or any update) is specific to a particular site, but is rather about improving Search overall. (Danny Sullivan<sup>2</sup>)

Das [Pagespeedstudies SEO-Tool](#) wurde im Februar entwickelt um den Einfluss des Pagespeed's auf die Rankings zu messen. Bis zum 05.06.2021 wurden über 330 Keywords gecrawlt und ausgewertet. Bereits im Vorfeld fällt auf, dass Seiten mit einer besseren User-Experience, tendenziell bessere Rankings haben.

---

<sup>1</sup> <https://de.statista.com/themen/247/e-commerce/>

<sup>2</sup> <https://twitter.com/dannysullivan?lang=de>

#### Ø Top 10

Desktop Performance : 0.819

Mobile Performance : 0.545

Desktop Accessibility : 0.841

Mobile Accessibility : 0.842

Desktop Best-Practices : 0.84

Mobile Best-Practices : 0.824

Desktop SEO : 0.438

Mobile SEO : 0.489

Desktop PWA : 0.89

Mobile PWA : 0.892

Abbildung 1: Screenshot 05.06.2021 - Durchschnittliche Pagespeed Werte der Top10 aller Crawls

#### Ø Top 20

Desktop Performance : 0.674

Mobile Performance : 0.355

Desktop Accessibility : 0.826

Mobile Accessibility : 0.829

Desktop Best-Practices : 0.812

Mobile Best-Practices : 0.798

Desktop SEO : 0.463

Mobile SEO : 0.511

Desktop PWA : 0.88

Mobile PWA : 0.887

Abbildung 2: Screenshot 05.06.2021 - Durchschnittliche Pagespeed Werte der Top20 aller Crawls

Anhand der Screenshots in Abbildung 1 und Abbildung 2 lässt sich bereits annehmen, dass Pagespeed und User-Experience bereits vor dem Update ein Rankingfaktor waren.

Das Ziel dieser Casestudy ist herauszufinden, ob der Pagespeed und die UX noch signifikanter als vor dem Update in das Google-Ranking einfließen. Das Pagespeedstudies Tool nutzt die Lighthouse API, welche auch vom offiziellen Google [PageSpeed Insights](#) Tool genutzt wird.

Es wird speziell auf die Werte „Desktop Performance“ und „Mobile Performance“ geachtet. Sollten größere Abweichungen bei den anderen Werten auftreten, wird dies natürlich berücksichtigt und im Fazit eingebunden.

## Methodik und Ablaufprozess

Mit dem selbstprogrammierten Tool lassen sich die Top 20 der Google SERP's zu einem vom User eingegeben Keyword überprüfen und mit Hilfe der Lighthouse API auswerten. Die Ergebnisse werden in einer Datenbank festgehalten, um später den Vergleich zu machen.

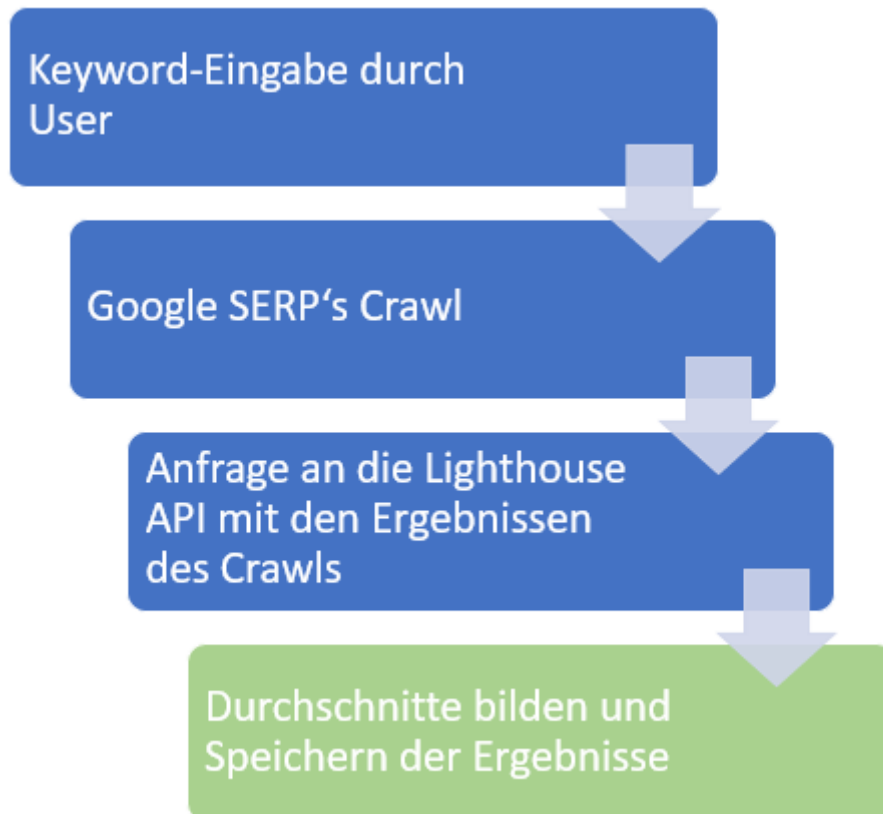


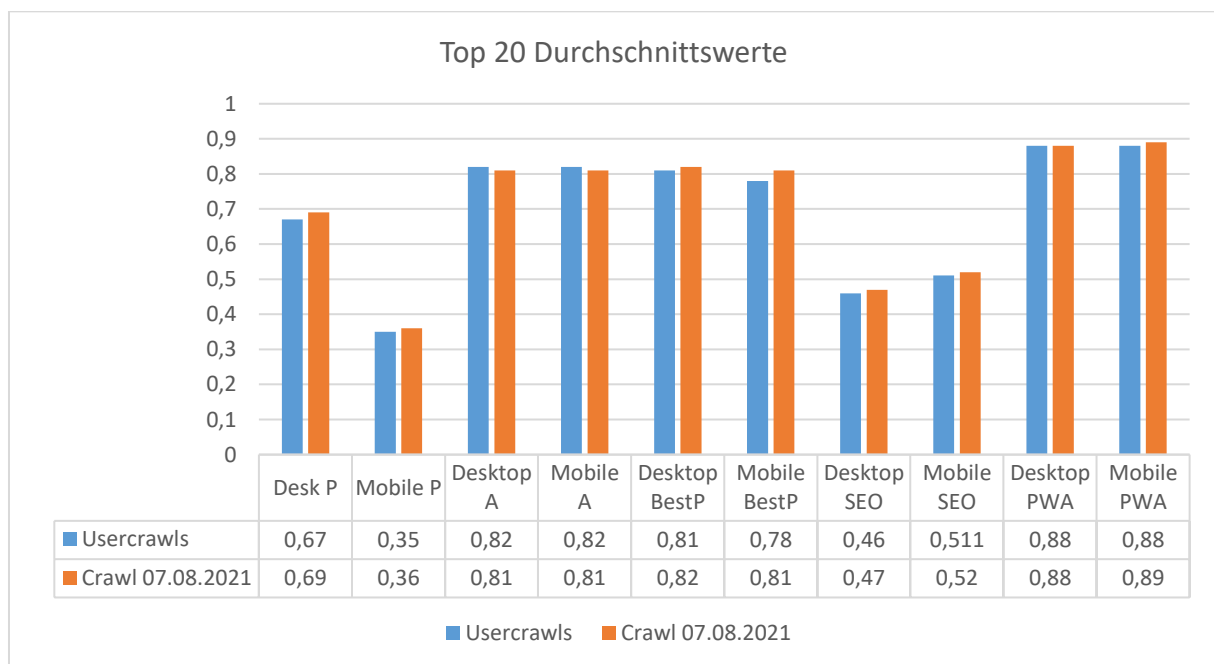
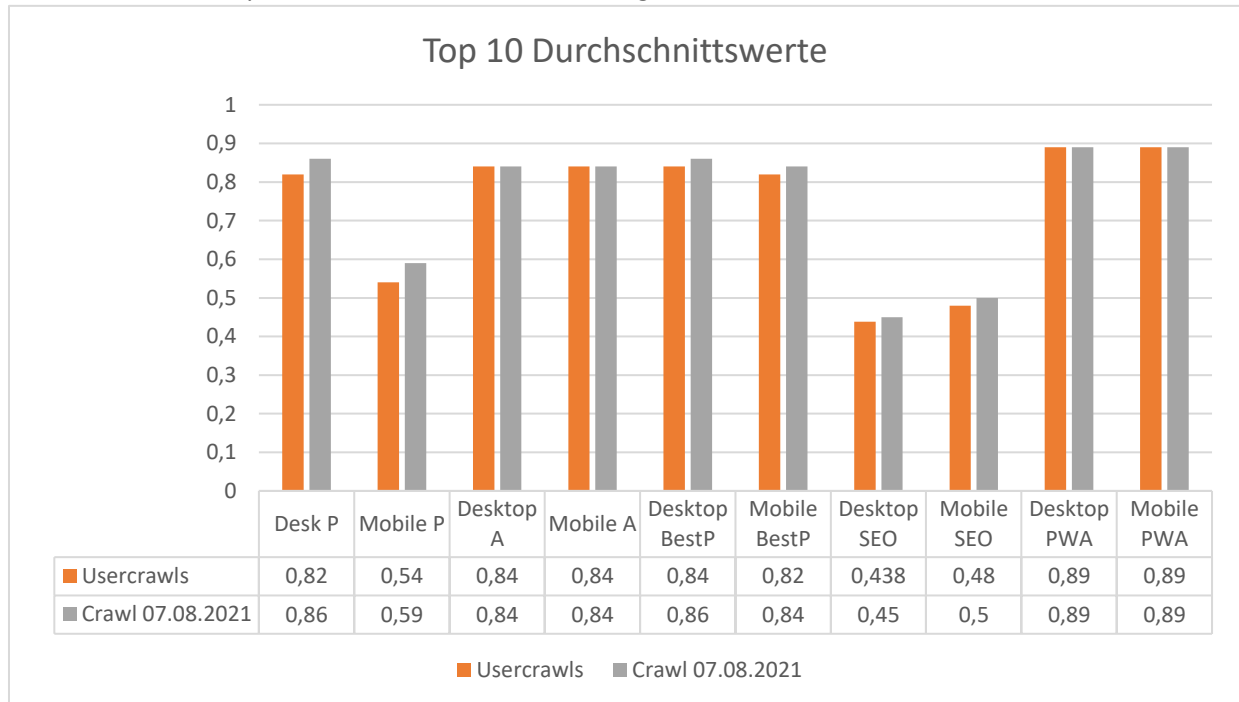
Abbildung 3: Ablaufprozess Pagespeedstudies-Tool

## Ergebnisse

Am 01.08.2021 wurde die Möglichkeit, neue Crawls in die Datenbank aufzunehmen, entfernt.

Dies bedeutet, dass die Casestudy dementsprechend Anfang-August beendet wurde. Es wurden insgesamt **340 Keywords gecrawlt**.

Aus diesen Ergebnissen wurden nun die Durchschnitte der Top 10 und Top 20 genommen. Im nächsten Schritt wurden alle Keywords nochmal, am 07.08.2021 gecrawlt. Somit gab es zwei verschiedene Datenpakete, die man miteinander vergleichen kann.



Mobile P : Mobile Performance, DeskP : Desktop Performance, Desktop A : Desktop Accessibility, Mobile A : Mobile Accessibility

Auf Seite 7 und 8 werden die einzelnen Messwerte genauer erklärt.

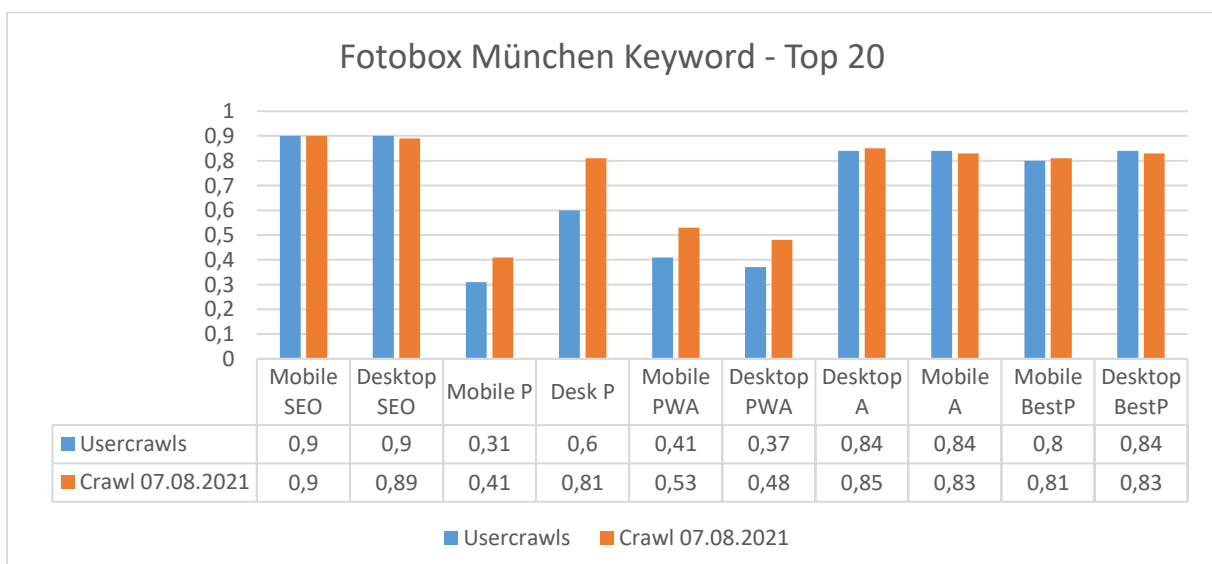
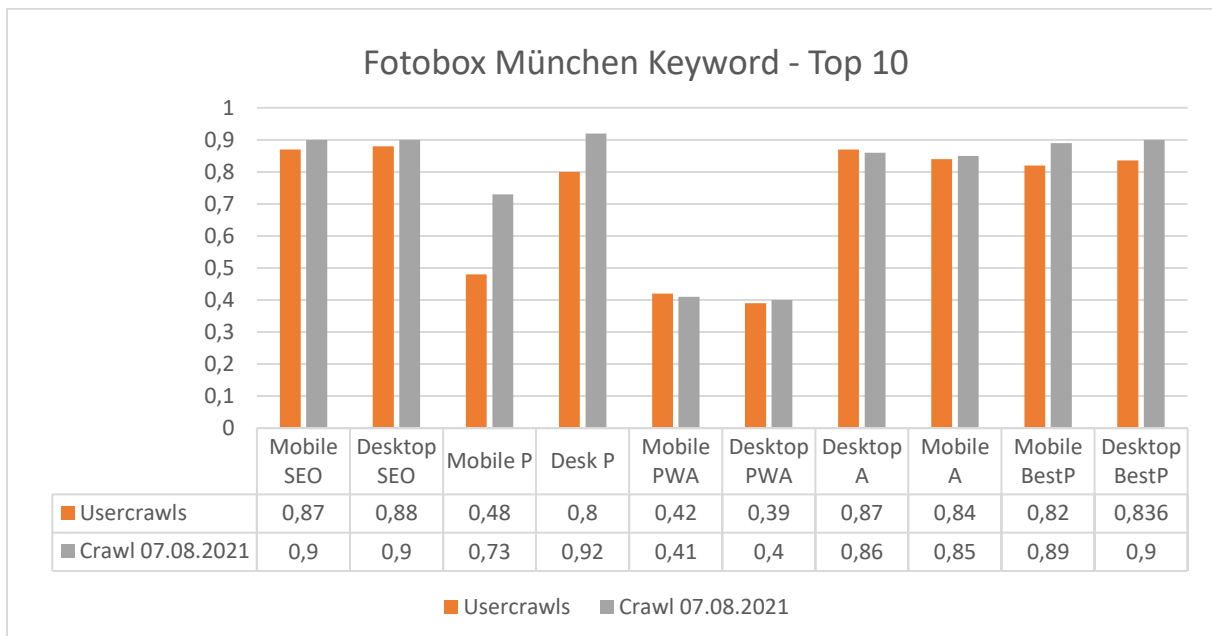
## Fazit und Schlussfolgerung

Durch Betrachtung der Ergebnisse, lässt sich festhalten, dass die Performance Werte in den Top 10 und den Top 20 gestiegen sind. Auch die Werte der Best-Practices sind gestiegen.

Daraus lässt sich ableiten, dass Google nun, sicherheitsrelevante Merkmale wie das SSL-Zertifikat als wichtiger betrachtet. Die Kennzahl bildet, wie später noch genauer erläutert solche Parameter ab.

Das Hauptaugenmerk dieser Casestudy wurde auf die Performance der Webseiten gelegt. Durch die Auswertung lässt sich auch hier feststellen, dass seit dem Update, die Werte in den Top 10 und Top 20 besser wurden. Somit lässt sich bestätigen, dass eine gute UX und ein vernünftiger Pagespeed für ein besseres Ranking auf Google sorgen können.

Um einen genaueren Einblick in die Wichtigkeit der Performance zu geben, haben wir ein Keyword mit wenig Suchvolumen und Konkurrenz visualisiert.



Beim Keyword „Fotobox München“ fallen die deutlichen Abweichungen in der Mobile- und Desktopperformance besonders gut auf. Es gibt zwar noch weitere Werte die abweichen, doch keine, die in Top 10 und Top 20 signifikant unterschiedlich sind.

Die Aussagen müssen dennoch kritisch betrachtet werden da der verwendete Datensatz verhältnismäßig klein ist. Die Optimierungen und Änderungen der einzelnen Seiten wurden zudem nicht berücksichtigt. Es wurden keine Domains aus den SERP's festgehalten, womit eine genaue Untersuchung ebenso ausgeschlossen ist.

Dennoch sind die Diagramme und Auswertungen von Bedeutung. Abschließend lässt sich bestätigen, dass die Performance ein Rankingkriterium im Google-Algorithmus ist. Wie groß der Einfluss der Page-Performance ist, ist nicht Gegenstand dieser Casestudy.



## Die einzelnen Messwerte im Detail

### Performance

Die [Performance-Werte](#) setzen sich aus sechs verschiedenen Werten zusammen, die mit folgender Gewichtung mit in die Kennzahl einfließen:

[First Contentful Paint](#) 15 %

[Speed Index](#) 15 %

[Largest Contentful Paint \(LCP\)](#) 25 %

[Time to Interactive](#) 15 %

[Total Blocking Time](#) 25 %

[Cumulative Layout Shift \(CLS\)](#) 5 %

Die zwei Werte **Largest Contentful Paint** und **Total Blocking Time** sind dementsprechend besonders wichtig für die Performance-Kennzahl. Im folgenden werden die Kennzahlen kurz erläutert:

#### **First Contentful Paint**

Der FCP-Score ist ein Vergleich der FCP-Zeit Ihrer Seite mit FCP-Zeiten für echte Websites, basierend auf Daten aus dem [HTTP-Archiv](#).

- ▶ Optimiere die Font-Ladezeit.

#### **Speed Index**

Dieser Wert gibt an, wie schnell die Seite sichtbaren Content während des Ladevorgangs der Seite wiedergibt.

- ▶ Text sollte während des Ladens der Webfont sichtbar bleiben.

#### **Largest Contentful Paint (LCP)**

Dieser Wert steht für die erste Kennzeichnung von Text oder Bild.

- ▶ Bilder sollten komprimiert und in modernen Formaten bereitgestellt sein.

#### **Time to Interactive**

Dieser Wert misst die Ladezeit, bis die Seite vollständig interaktiv ist. ▶ Ein schneller Server ist die halbe Miete.

- ▶ Reduziere die JavaScript Ausführungen.

#### **Total Blocking Time**

Total Blocking Time misst die Gesamtzeit, in der eine Seite blockiert ist, um auf Benutzereingaben wie Mausklicks, Bildschirmtipps oder Tastatureingaben zu reagieren.

- ▶ Entferne unbenutztes CSS.

#### **Cumulative Layout Shift (CLS)**

CLS misst Layoutverschiebungen, die während der gesamten Lebensdauer der Seite auftreten.

- ▶ Niemals Inhalte über bestehenden Inhalten einfügen, außer als Reaktion auf eine Benutzerinteraktion.

## Accessibility

Die [Accessibility-Kennzahl](#) setzt sich aus 40 Werten zusammen. Anders als bei der Performance-Kennzahl gibt es hier nur Punkte, bei einheitlicher Umsetzung der Anforderungen.

Ein Beispiel dafür ist das Label eines HTML-Formfields. Wenn diese mehrere Labels haben, wird für diesen Wert kein Punkt vergeben. Dies gilt auch, wenn 5 Forms richtig sind und nur eines falsch ist.

## Best-Practices

Das [Best-Practices](#) Audit spiegelt eine Kennzahl die beispielsweise angibt, ob sicherheitsrelevante Entwicklungsmethoden auf der Webseite angewendet wurden. Darunter zählt beispielsweise auch die SSL-Verschlüsselung der Domain.

## SEO

Die [SEO-Kennzahl](#) gibt Auskunft über die Verständlichkeit deiner Webseite für Suchmaschinen. Es fließt dementsprechend beispielsweise die Zugänglichkeit deiner robots.txt-Datei und die Nutzung des titel-Tags in die Kennzahl ein.

## PWA

Die [PWA-Kennzahl](#) gibt Informationen zu den Aspekten einer Progressive Web App. Diese Kennzahl ist nur relevant, solltest du wirklich eine App anbieten.

## Weitere Fragen?

Sollten weitere Fragen bestehen oder Interesse an Daten/Softwarezugang, zögern Sie nicht [sich an uns zu wenden](#).