



Google avisiert: Core Web Vitals werden ab Mail 2021 Ranking-Signal

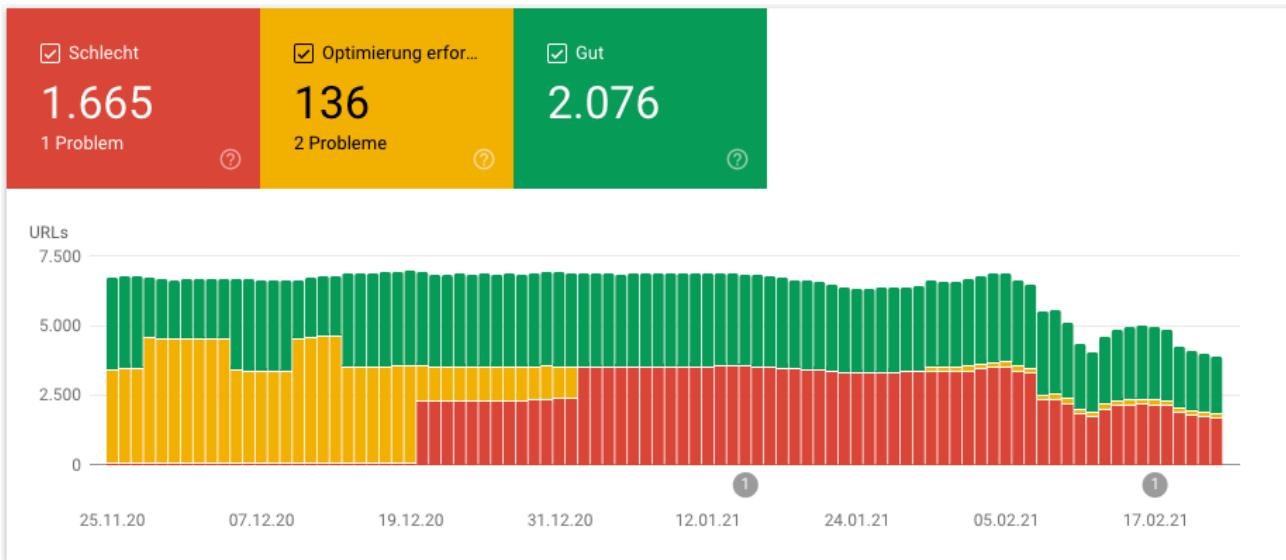
Exported on 02/24/2021

Table of Contents

| | |
|---|---|
| Core Web Vitals kurz zusammengefasst | 3 |
| Warum ist die Seitenleistung wichtig? | 3 |
| Was sind die Core Web Vitals? | 4 |
| Erklärt: LCP (Largest Contentful Paint) | 4 |
| Erklärt: FID (First Input Delay) | 4 |
| Erklärt: CLS (Cumulative Layout Shift) | 4 |
| Handlungsempfehlungen:..... | 5 |

Core Web Vitals kurz zusammengefasst

Google misst bereits seit einigen Jahren den Pagespeed und die Nutzerfreundlichkeit von Webseiten. Im November 2020 hat Google nun bestätigt, dass die sogenannten "Core Web Vitals" ab **Mai 2021** ein Ranking Signal für die Suchtreffer werden. Bereits jetzt kann man die Leistung einer Website messen und erste Maßnahmen ergreifen.



Warum ist die Seitenleistung wichtig?

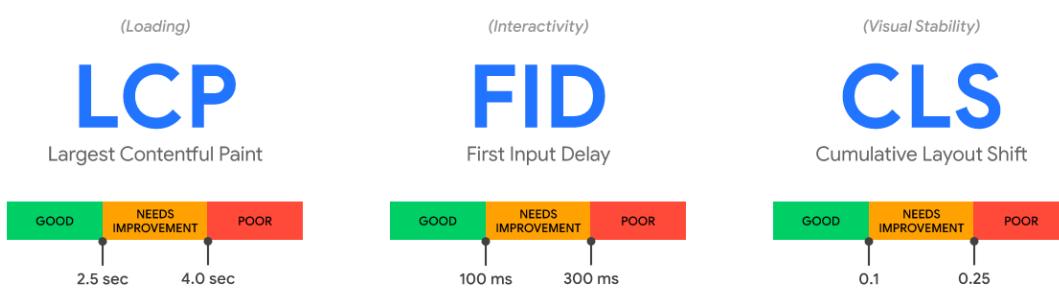
Längere Seitenladezeiten wirken sich erheblich auf die Absprungrate aus. Beispiel:

- Wenn sich die Seitenladezeit von 1 auf 3 Sekunden erhöht, steigt die Absprungrate um 32 %.
- Erhöht sich die Seitenladezeit von 1 auf 6 Sekunden, steigt die Absprungrate um 106 %.

Was sind die Core Web Vitals?

Die Core Web Vitals setzen sich aus den drei Kennzahlen LCP (Largest Contentful Paint), FID (First Input Delay) und CLS (Cumulative Layout Shift) zusammen. Kurz zusammengefasst kann man sagen, dass je schneller eine Website läuft und je weniger Störungen für den User vorhanden sind, desto besser ist das Ergebnis der Website.

Grundsätzlich bewertet Google diese drei Kennzahlen mit **Gut**, **Optimierung erforderlich** oder **Langsam/Problem** und unterscheidet dabei in **Mobil** und **Desktop**.



Erklärt: LCP (Largest Contentful Paint)

Die Zeit vom Aufrufen der URL durch den Nutzer bis zur vollständigen Darstellung des **größten sichtbaren Inhaltselements** im Darstellungsbereich des Browsers. Das größte Element ist in der Regel ein Bild, ein Video oder ein großes Textelement. Das ist wichtig, weil der Nutzer so weiß, dass die Website tatsächlich geladen wird.

Als **Gut** bewertet Google den LCP, wenn dieser besser oder gleich 2,5 Sekunden ist. Eine Optimierung ist erforderlich bei bis zu 4 Sekunden. Alles was länger als 4 Sekunden dauert, wird als langsam beurteilt.

Erklärt: FID (First Input Delay)

Die Zeit von der ersten Interaktion des Nutzers mit Ihrer Seite bis zum Reagieren des Browsers auf diese Interaktion. Eine Interaktion findet beispielsweise statt, wenn der Nutzer auf einen Link klickt oder auf eine Schaltfläche tippt. Der Wert wird von dem interaktiven Element abgerufen, auf das der Nutzer zuerst klickt. Das ist auf Seiten wichtig, auf denen Nutzer etwas tun müssen, weil die Seite dann als interaktiv gilt.

Als **Gut** bewertet Google das FID, wenn dieser besser oder gleich 100 ms (Millisekunden) ist. Eine Optimierung ist erforderlich bei bis zu 300 ms. Alles was länger als 300 ms dauert, wird als langsam beurteilt.

Erklärt: CLS (Cumulative Layout Shift)

Gibt an, wie sehr sich das Seitenlayout während der Ladephase verschiebt. Er wird mit 0 bis 1 bewertet, wobei 0 für keine Verschiebung und 1 für die stärkste Verschiebung steht. Das ist wichtig, weil es nicht nutzerfreundlich ist, wenn sich Seitenelemente während der Interaktion bewegen. Dies ist beispielsweise häufig der Fall, wenn Banner oder Werbeanzeigen nachgeladen werden. Im schlimmsten Fall lädt eine

Werbeanzeige dort nach, wo zuvor ein regulärer Link war, der User hat schon auf den vermeintlichen Link geklickt, landet dann jedoch aufgrund der Verschiebung auf dem Ziel der Werbeanzeige.

Als **Gut** bewertet Google die CLS, wenn dieser besser oder gleich 0,1 ist. Eine Optimierung ist erforderlich bei bis zu 0,25. Alles was größer als 0,25 dauert, wird als Problem beurteilt.

Handlungsempfehlungen:

1. Analyse: Prüfen Sie entweder mit Hilfe der Google Search Console oder mit den Google Pagespeed InSights die Leistung der Website
2. Probleme priorisieren: Wir empfehlen Ihnen, zuerst alle als „Langsam“ gekennzeichneten Probleme zu beheben. Danach können Sie nach Problemen priorisieren, die die meisten oder die wichtigsten URLs betreffen. URLs, die mit „Optimierung erforderlich“ gekennzeichnet sind, können verbessert werden, sind jedoch weniger wichtig als URLs mit dem Status „Langsam“.
3. Wenn Sie Prioritäten gesetzt haben, teilen Sie den Bericht mit uns bzw. Ihrem Agenturansprechpartner, die Ihre URLs aktualisiert.
4. Häufige Problemlösungen:
 - Verringern Sie die Seitengröße: Als Best Practice gelten weniger als 500 KB für eine Seite und alle zugehörigen Ressourcen.
 - Beschränken Sie die Anzahl der Seitenressourcen auf 50, um die beste Leistung auf Mobilgeräten zu erzielen.
 - Verwenden Sie AMP. Damit werden Seiten fast immer gut geladen – sowohl auf Mobilgeräten als auch auf Computern.
5. Testen Sie Ihre Korrekturen mit dem PageSpeed Insights-Tool oder mit Chrome Lighthouse, falls Sie ein browsereigenes Tool bevorzugen.
6. Wenn ein bestimmtes Problem Ihrer Ansicht nach behoben ist, klicken Sie im Core Web Vitals-Bericht der Search Console auf der Seite mit den Problemdetails auf Tracking starten.
7. Verfolgen Sie den Überprüfungsprozess.

Quellen:

1. [Web Vitals¹](#)
2. [Zeitplan für die Einführung einer verbesserten Nutzerfreundlichkeit von Seiten in der Google Suche²](#)
3. [Core Web Vitals-Bericht³](#)
4. [Google Search Console⁴](#)
5. [Google Pagespeed InSights⁵](#)

¹ <https://get.fgtclb.com/5vuyy>

² <https://get.fgtclb.com/0aiq5>

³ <https://get.fgtclb.com/0ynkk>

⁴ <https://get.fgtclb.com/z3zhu>

⁵ <https://get.fgtclb.com/f8yw>