



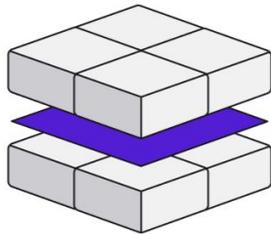
»roastmarket

b THE
BOUTIQUE
AGENCY

CASE STUDY | Google Mobile Web

Frühjahr 2022

roastmarket

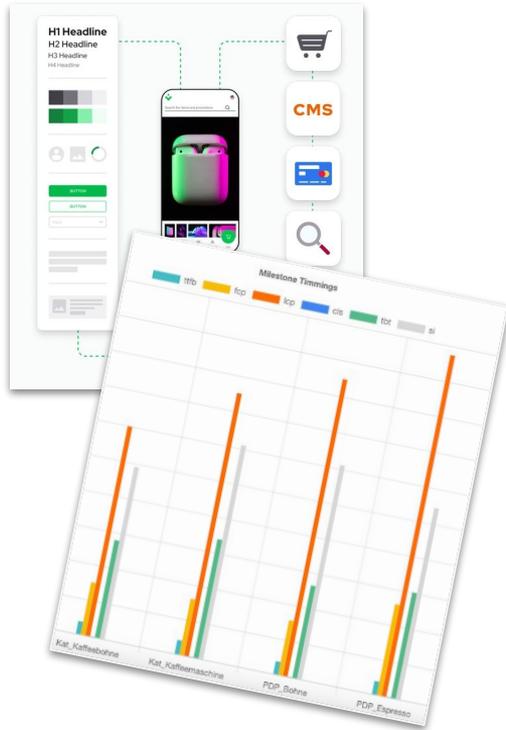


roastmarket & The Boutique Agency sind langjährige Partner im Online Marketing. 2021 wurde von **roastmarket** der Fokus besonders auf SEO gelegt.

2021 wechselte **roastmarket** auch auf ein Headless CMS und das SEO-Team der Boutique Agency begleitete diesen Wechsel hinsichtlich Website Quality.

WIE ES ZUR CASE STUDY KAM

2022



Nach erfolgreichem Wechsel auf das Headless CMS, lag der Fokus der SEO-Strategie auf einer verbesserten Mobile Experience sowie Web Performance.

Hierfür ging The Boutique Agency methodisch vor und konnte im Zuge der Mobile Zertifizierung der SEO-Abteilung der Agentur Feedback von Google für das Projekt gewinnen.



Das Team

CASE STUDY TEAM

The Boutique Agency & roastmarket Team



Darius Greulich

Director Customer
Experience

Michael Ryvlin

Director IT

Patrick Täufer

Frontend Developer

 **roastmarket**

CASE STUDY TEAM

The Boutique Agency & roastmarket Team



Lisa Fellinger

Team Lead SEO

Alin Radulescu

Technical SEO
Consultant



Despina Fronimaki

Technical SEO Lead

Sarah Zeus

Specialist Automation
& Content

Verena Lahner

Specialist Website
Usability

Johanna Dietrich

Specialist Website
Usability



TEAMWORK

roastmarket & The Boutique Agency



ROASTMARKET

Michael Ryvlin und Patrick Täufer führten die technischen Gespräche, schlugen Verbesserungsmöglichkeiten vor und führten Tests sowie die Implementierungen durch.

THE BOUTIQUE AGENCY

Lisa Fellingner und Alin Radulescu analysierten die Web Performance von **roastmarket** und gaben Optimierungsempfehlungen.

The background features a lush green wall with various leafy plants. Overlaid on this is a white geometric pattern of interconnected lines forming a grid-like structure. A large, semi-transparent white letter 'b' is positioned in the center, serving as a design element behind the main text.

Ausgangslage

WER IST ROASTMARKET?

roastmarket auf dem Weg zum Online-Marktführer im Kaffeehandel



roastmarket Kaffeebohnen, Maschinen & Zubehör finden... [Mein Konto](#) [Wunschliste](#) [Warenkorb](#)

[Nur bei uns](#) [Kaffee & Espresso](#) [Marken](#) [Probierpakete](#) [Kaffeemaschinen](#) [Kaffe Zubehör](#) [Süßes](#) [Tee](#) [Angebote](#)

Erleben Sie maximalen Kaffeegenuss

Entdecken Sie eine große Auswahl an Maschinen und Kaffees von Melitta

[Jetzt entdecken](#)

ÜBER 50% RABATT

roastmarket ist ein schnell wachsendes E-Commerce-Unternehmen, das sich auf alles spezialisiert hat, was Kaffeeliebhaber benötigen - von Kaffee über Kaffe Zubehör zu Kaffeemaschinen und -bereiter.

Im Juli 2021 übernahm das deutsche Kaffee-Unternehmen Melitta 72% der Anteile an roastmarket und hat sich zum Ziel gesetzt, damit Online-Marktführer im Kaffeehandel zu werden.

roastmarket



Europas größter Onlinehändler für Kaffee, Kaffeemaschinen und Zubehör (>4.000 Produkte)



Gegründet: 2014



Unsere Mission: To Provide the Best Customer Experience for Coffee Lovers & show the full world of Coffee to everyone



Unser Purpose: great coffee for everyone & everywhere



Über 65.000 glückliche Kunden

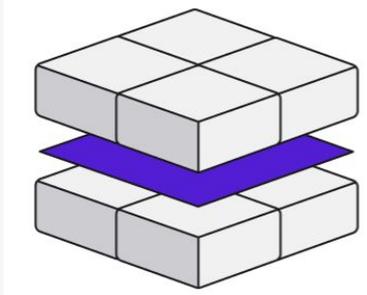




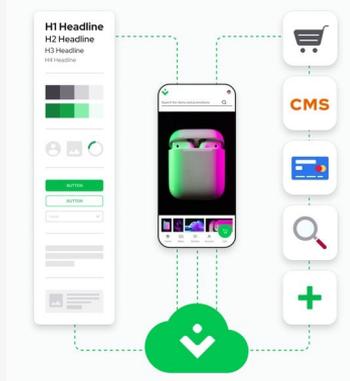
Herausforderungen

BESTANDTEILE DER OPTIMIERUNG 2021 / 2022

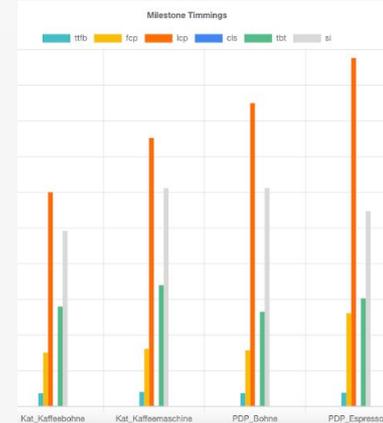
Klare Ziele bei roastmarket



Switch auf
Headless CMS
via Vue
Storefront



Verbesserte
Mobile
Experience



Web-Performance-
Optimierung



Google
Core-Web-Vital-
Optimierung

BESONDERHEIT DES PROJEKTS

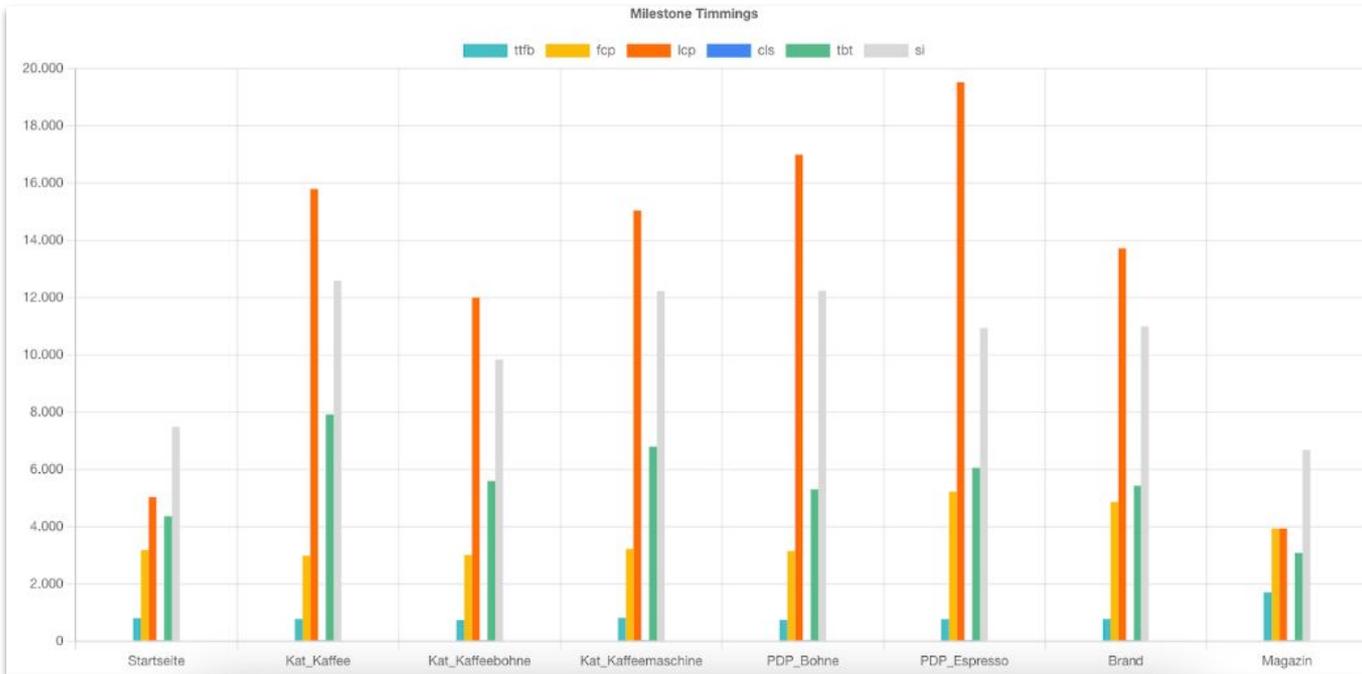
Ein interessantes Projekt über alltägliche Kundenzusammenarbeit hinaus



Durch das Ziel, der größte Fachhändler im Kaffeegeschäft zu werden, strebt **roastmarket** stets danach noch besser zu werden und den Kunden die beste Customer Experience zu bieten.

AUSGANGSLAGE - FEBRUAR 2022

Bestandsaufnahme der wichtigsten Performance-Metriken für bestimmte Seitentypen



Die Bestandsaufnahme der Performance-Metriken zeigt, dass die Optimierungen vor allem darauf ausgerichtet werden sollten, die Total Blocking Time und die Ladezeit für den Largest Contentful Paint sowie den Cumulative Layout Shift auf Kategorie-seiten und PDPs zu reduzieren.

y-Achse: in ms

AUSGANGSLAGE - FEBRUAR 2022

Wettbewerbsvergleich nach Branche und CMS



Filmstrip key: Visual change Visual change + Layout Shift Largest Contentful Paint Largest Contentful Paint + Layout Shift

Adjust Filmstrip Settings



Verglichen wurden die Ladezeiten für den Largest Contentful Paint von www.roastmarket.de/ und

a) www.coffeecircle.com/, da es sich hierbei um einen Wettbewerber aus der Branche handelt, sowie

b) www.tally-weijl.com/de_DE/ aufgrund der Nutzung desselben CMS.

Hier lag **roastmarket** im Februar 2022 auf Platz 2 hinter **coffeecircle.com**

AUSGANGSLAGE - FEBRUAR 2022

Wettbewerbsvergleich für bestimmte Seitentypen auf relevante Keywords



Startseite 211208_BiDcQG_a69a51267i	Kat_Kaffee 211208_BiDcN0_d2627dce1C	Kat_Kaffeebohne 211213_BiDcSY_3af39129caf	Kat_Kaffeemaschine 211208_AiDcXC_a330ad6dbf	PDP_Bohne 211213_BiDcV2_acc0e49686
Competitors	Competitors	Competitors	Competitors	Competitors
Coffeecircle 211208_AiDcJT_2a148f3ebbf	Coffeecircle 211208_AiDc98_611dd3614f	Kaffee24 211213_BiDcXF_7f5613d952	Kaufland 211208_AiDc6D_48fd8b336C	Esspressimo 211213_BiDc2W_1d45b093f
Tally Weijl 211208_BiDcHG_694558e2ft	Kaffeezentrale 211208_BiDc9V_e35fff2a949	Kaffeevorteil 211213_BiDc6E_0d2a7b430e	Otto 211208_BiDcJC_d62555e67a	Geizhals 211213_AiDc88_309208648!

Seitentypen & Keyword →

Wettbewerber →

AUSGANGSLAGE - FEBRUAR 2022

Status Quo des Performance Budgets



MIME Type	Bytes ▼	Uncompressed
js	1,246,441	4,975,654
image	905,857	908,477
html	201,612	1,160,810
css	54,532	515,754
other	25,383	118,233
flash	0	0
font	0	0
video	0	0

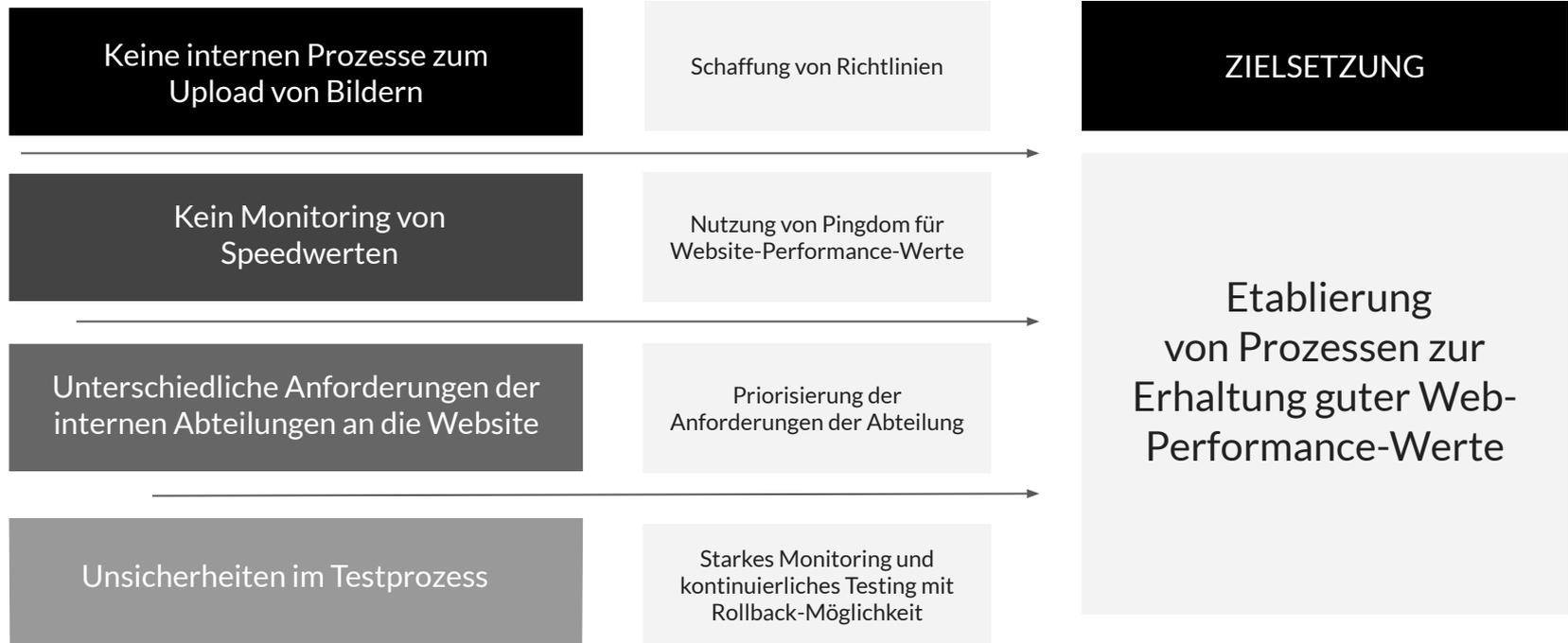
Aufnahme des Performance Budgets pro Seitentyp.

Hier am Beispiel der Startseite.

Quelle: webpagetest.org

HERAUSFORDERUNGEN FÜR ROASTMARKET

Und mögliche Lösungswege

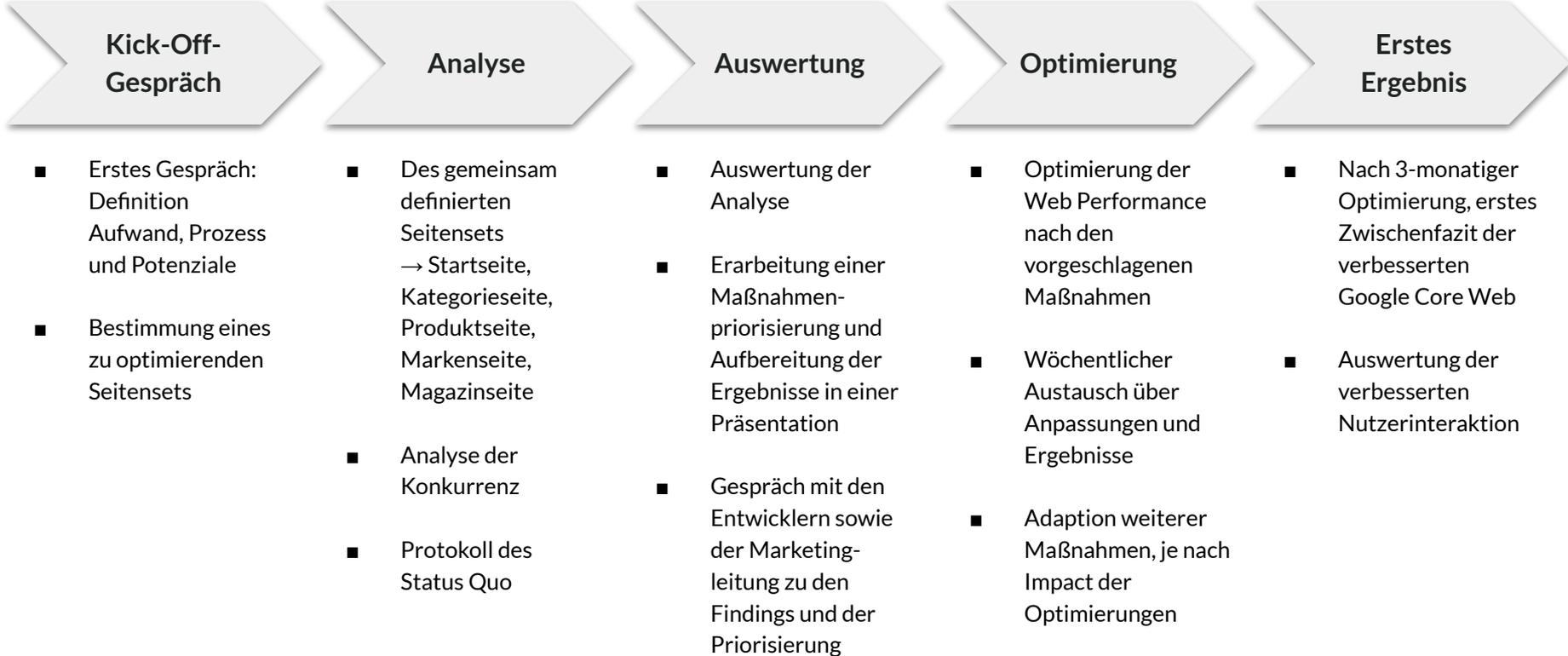




Vorgehensweise

VORGEHENSWEISE

Roadmap zur besseren Web Performance





Maßnahmen

MASSNAHMEN FÜR OPTIMIERTE GOOGLE CORE WEB VITALS



Priorisierung nach Impact, Zeit und Aufwand

Reduktion JS Größe und Ausführungszeit

Die Ausführungszeit von JS beträgt insgesamt 22.701 ms und sollte durch eine gezielte Orchestrierung reduziert werden.



Berücksichtigung DOM Größe

Der DOM umfasst 5.012 Elemente und sollte verschlankt werden.



Reduktion hohe TTFB Magazin

Status Quo: 1164 ms. Ein guter Wert liegt bei 350 ms.



Reduktion ThirdParty

Insgesamt werden 20 ThirdParty Requests gestellt. Die tatsächliche Verwendung dieser Requests sollte überprüft werden.



Preload Fonts

Text sollte während des Ladevorgangs sichtbar sein. Positive Auswirkungen auf FCP und LCP.



Korrekte Dimensionierung der Bilder

Viele Bilder haben keine vorgegebene Width und Height, was zur Nachkalkulation des Browsers führt. Bilder sollten bereits mit richtigen Dimensionen bereitgestellt werden.



Implementierung lazy-loading

Lazyload wird bisher nicht für Bilder im nicht sichtbaren Bereich verwendet. Hiermit kann Zeit zur Interaktivität der Seite gespart werden.



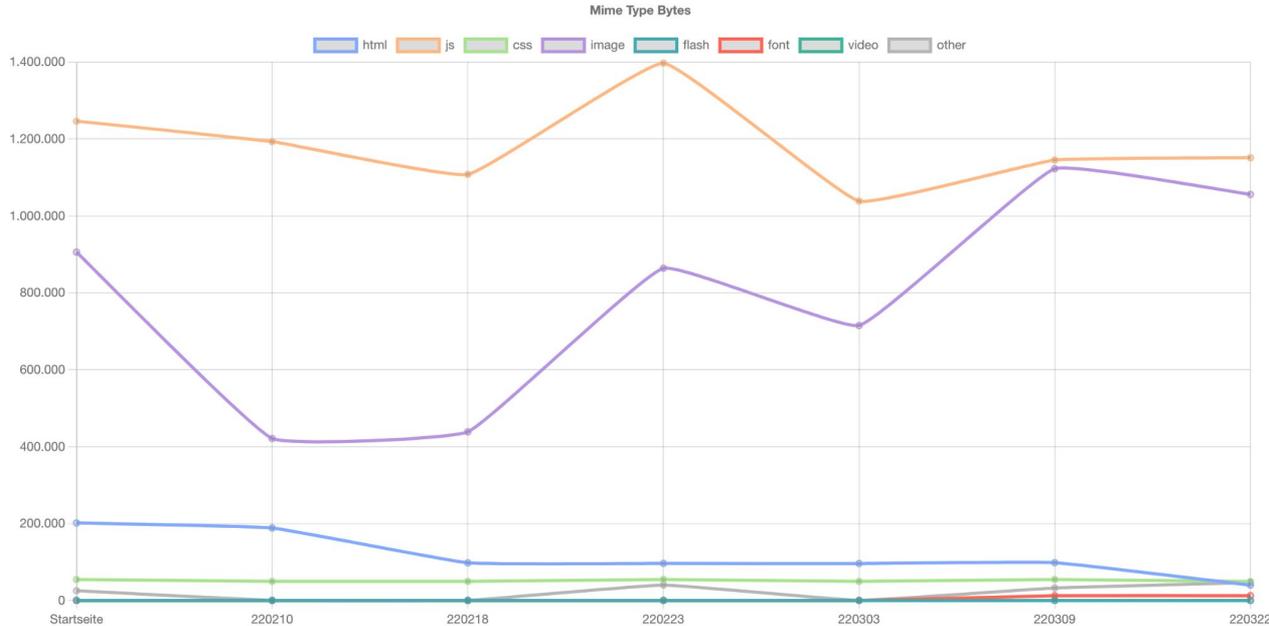
Inline load SVG-Logos

Viele Marken-Logos werden derzeit als JPGs geladen. Da die Logos in der Navigation integriert sind, entsteht eine große Anzahl an Requests. Das Inline-Laden der Logos kann erheblich Zeit sparen.



FESTLEGUNG VON PERFORMANCE BUDGETS

Strukturiertes Vorgehen zur Optimierung der Größe der Ressourcen



Optimierung des Performance Budgets

1. Festhalten des Status Quo der Größe aller Datentypen. Zum Beispiel: 201,612 Bytes für das HTML der Startseite
2. Ermittlung eines Zielwertes. 20 % besser als der Status Quo.

→ **Ziel:** 161,292 Bytes für das HTML der Startseite in 2 Monaten



Zeitraum

Dezember 2021

Initiale Vorstellung des
Projekts

Februar

Beginn
Web-Performance-Optimierung

Januar 2022

Definition eines Seitensets,
das optimiert werden soll.
Analyse und Vorstellung der
Ergebnisse

März

Ende erste Phase
Web-Performance
-Optimierung



Ergebnisse

ZUSAMMENFASSUNG

Von der Zielsetzung bis zu den Ergebnissen



METRIK	Cumulative Layout Shift	Largest Contentful Paint	First Input Delay	Weitere
SEITENTYP	<ul style="list-style-type: none">- alle Seiten- Kategorienseiten- Produktseiten	<ul style="list-style-type: none">- alle Seiten- Produktseiten	alle Seiten	alle Seiten
ERGEBNIS	<ul style="list-style-type: none">→ keine Redirects mehr auf Bildern→ Inline Auslieferung SVG-Bilder→ lazy loading Produktbilder	<ul style="list-style-type: none">→ niedrigere Bildauflösung→ Consent Manager wird durch User-Interaction ausgelöst	weniger wichtige Scripts wurden an das Ende des Rendering-Prozesses gesetzt, um diesen zu beschleunigen	Reduktion des HTMLs (Effekt auf die Total Blocking Time) → von komprimierten 204 kB auf 189 kB

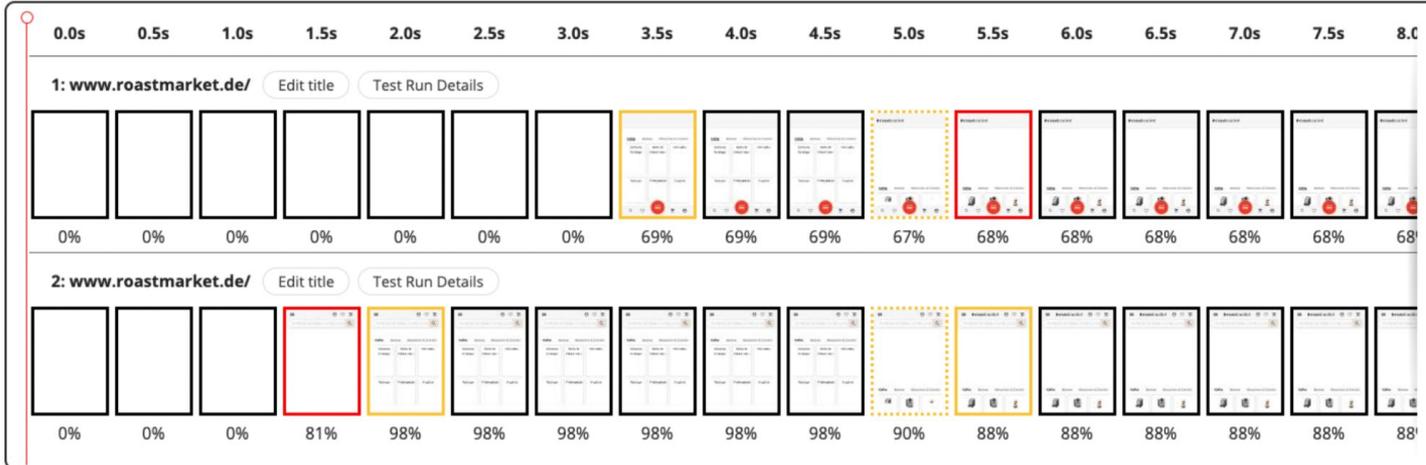
VERBESSERUNGEN

Largest Contentful Paint



Filmstrip key: ■ Visual change ■ Visual change + Layout Shift ■ Largest Contentful Paint ■ Largest Contentful Paint + Layout Shift

[Adjust Filmstrip Settings](#)



Der Largest Contentful Paint hat sich zeitweise um 4 Sekunden verbessert und liegt mittlerweile im Repeat View (Stand Ende 2022) im Durchschnitt bei 2 Sekunden.

Largest Contentful Paint (LCP)

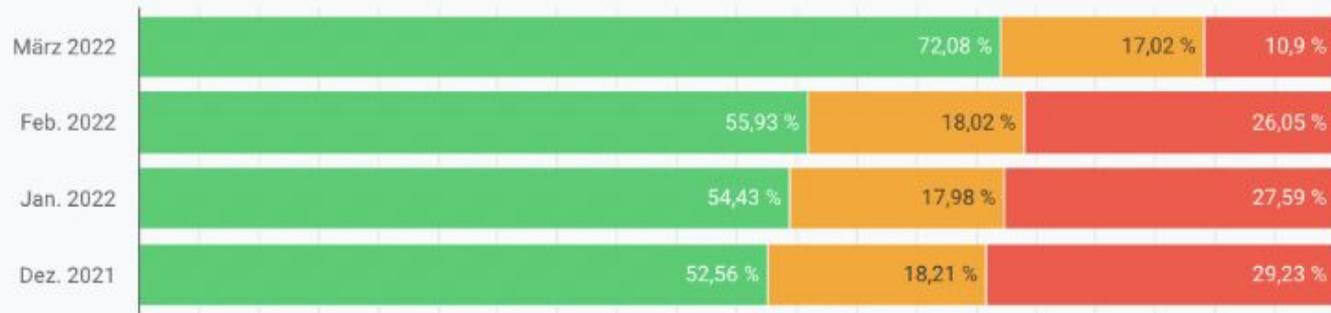
Origin
<https://www.roastmarket.de>

Source
Chrome UX Report

Good LCP
72,08 %
↑ 28.9%

P75 LCP (All Devices)
2.600
↓ -1.500

Poor LCP
10,90 %
↓ -58.2%



VERBESSERUNGEN

Cumulative Layout Shift



Cumulative Layout Shift (CLS)

Origin

<https://www.roastmarket.de>

Source

Chrome UX Report

Good CLS

76,39 %

↑ 93.7%

P75 CLS (All Devices)

0,05

↓ -0,3

Poor CLS

12,13 %

↓ -67.9%



First Input Delay (FID)

Origin

<https://www.roastmarket.de>

Source

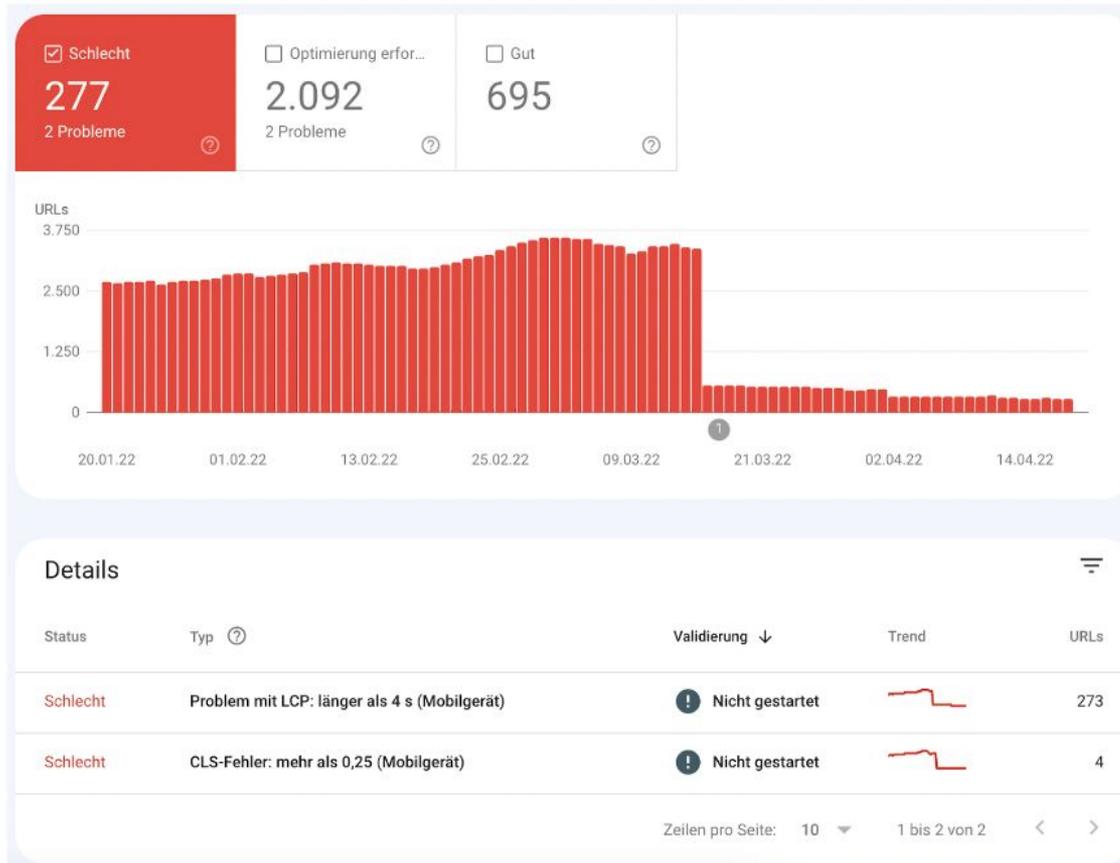
Chrome UX Report



Quelle: CrUX-Dashboard

VERBESSERUNGEN

Positive Entwicklung im Core Web Vital Report in der Google Search Console

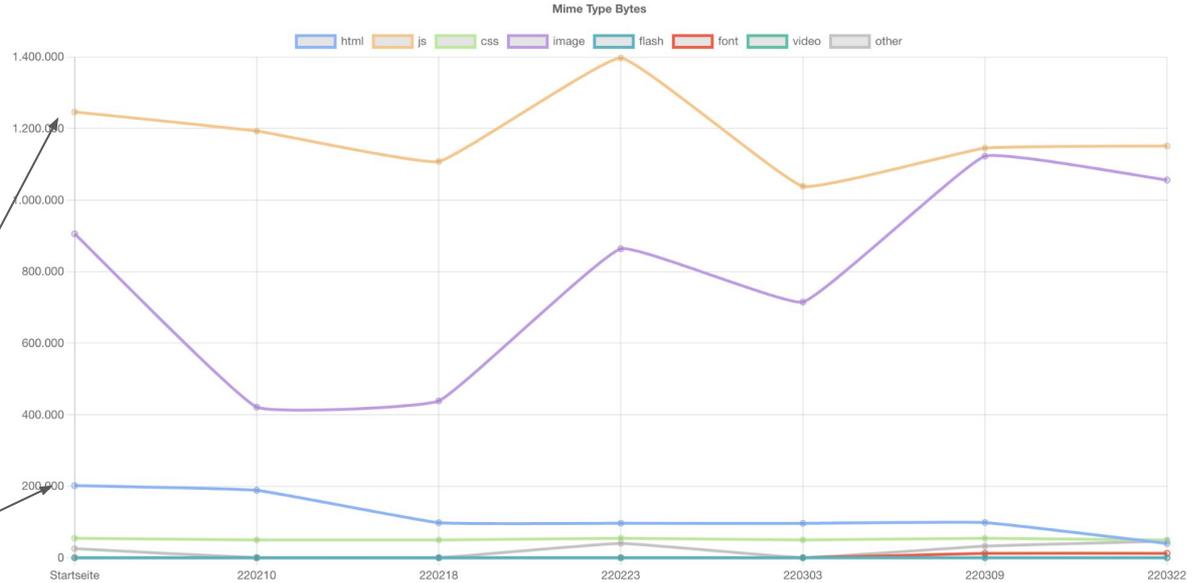


VERBESSERUNGEN

Wellenförmige Entwicklung der Performance-Budget-Optimierung



Je nach Optimierung konnten bestimmte Datentypen eine positive Entwicklung verzeichnen. Andere eher eine wellenförmige.



JavaScript und HTML-Ressourcen konnten erfolgreich reduziert werden.

MIME Type Bytes	html	js	css	image	flash	font	video	other
Startseite	201,612	1,246,441	54,532	905,857	0	0	0	25,383
220210	188,523	1,193,425	49,782	421,201	0	0	0	260
220218	97,948	1,107,992	49,782	438,626	0	0	0	260
220223	96,433	1,397,382	54,538	863,984	0	0	0	40,137
220303	96,146	1,038,724	49,787	715,078	0	0	0	260
220309	98,361	1,145,514	54,538	1,122,876	0	12,288	0	32,511
220322	39,998	1,151,431	49,451	1,056,084	0	12,288	0	46,232

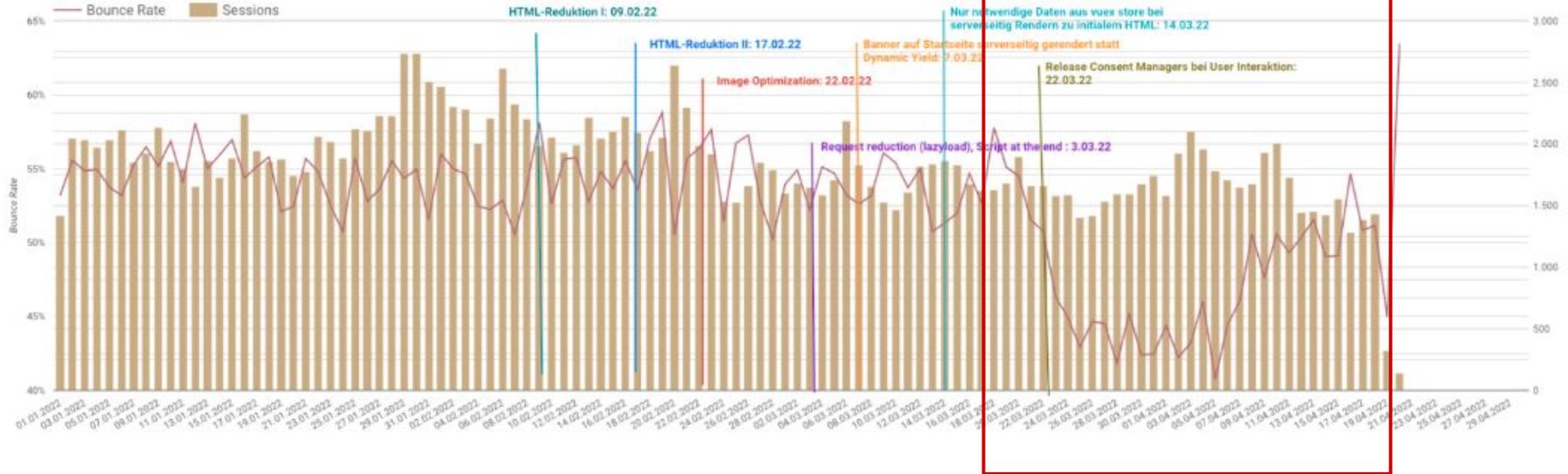
Quelle: eigene Visualisierung

VERBESSERUNGEN

Verbesserung der domain-weiten Absprungrate



Domain

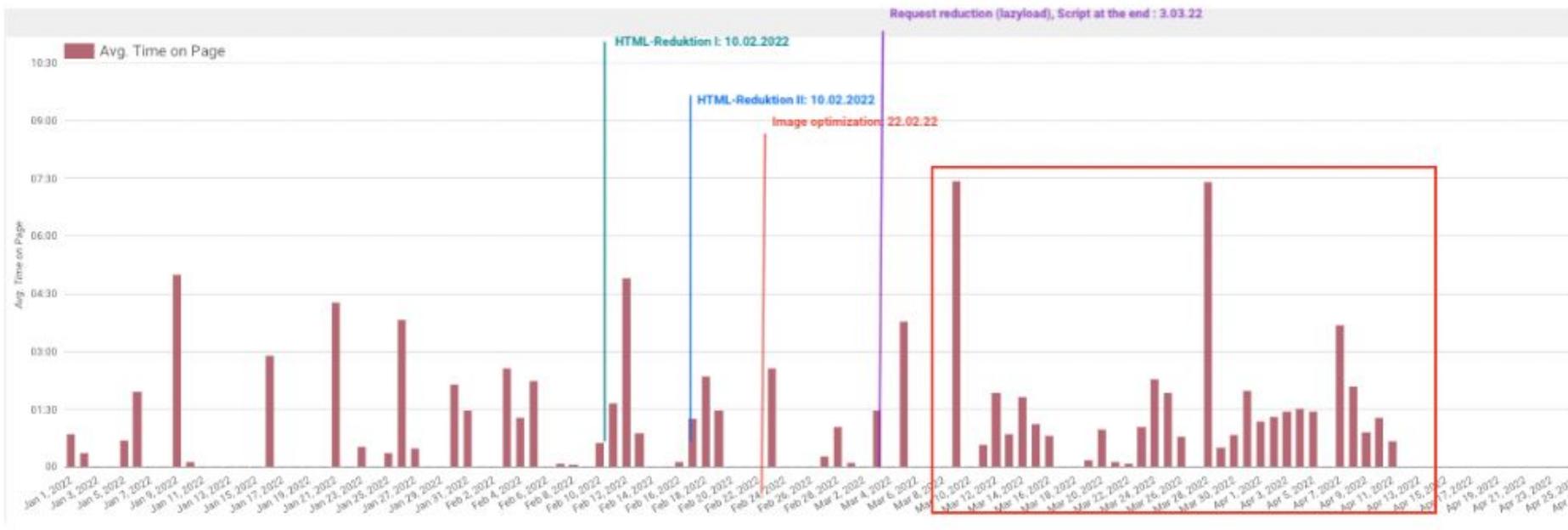


VERBESSERUNGEN

Der durchschnittlichen Seitenaufenthaltsdauer für optimierte Kategorieseiten



Category: <https://www.roastmarket.de/kaffeemaschinen.html>



VERBESSERUNGEN

Der E-Commerce Conversionrate von 7 % auf meist über 10 %



Domain



Monat Jahr ▾	Ecommerce Conversi...	Monat Jahr ▾	Ecommerce Conversi...
Apr 2022	11.32%	Jun 2021	4.57%
Mar 2022	9.09%	May 2021	4.9%
Feb 2022	6.25%	Apr 2021	5.24%
Jan 2022	6.42%	Mar 2021	7.44%

Was nicht auf saisonale Effekte zurückzuführen ist.

VERBESSERUNGEN

Anstieg der Sistrix-Sichtbarkeit mit Marker B als Endzeitpunkt der Optimierungsmaßnahmen



VERBESSERUNGEN

Wettbewerbsvergleich nach Branche und CMS



Filmstrip key: ■ Visual change ■ Visual change + Layout Shift ■ Largest Contentful Paint ■ Largest Contentful Paint + Layout Shift

+ Adjust Filmstrip Settings



Verglichen wurden die Ladezeiten für den Largest Contentful Paint von www.roastmarket.de/ und

a) www.coffeecircle.com/, da es sich hierbei um einen Wettbewerber aus der Branche handelt, sowie

b) www.tally-weijl.com/de_DE/ aufgrund der Nutzung desselben CMS.

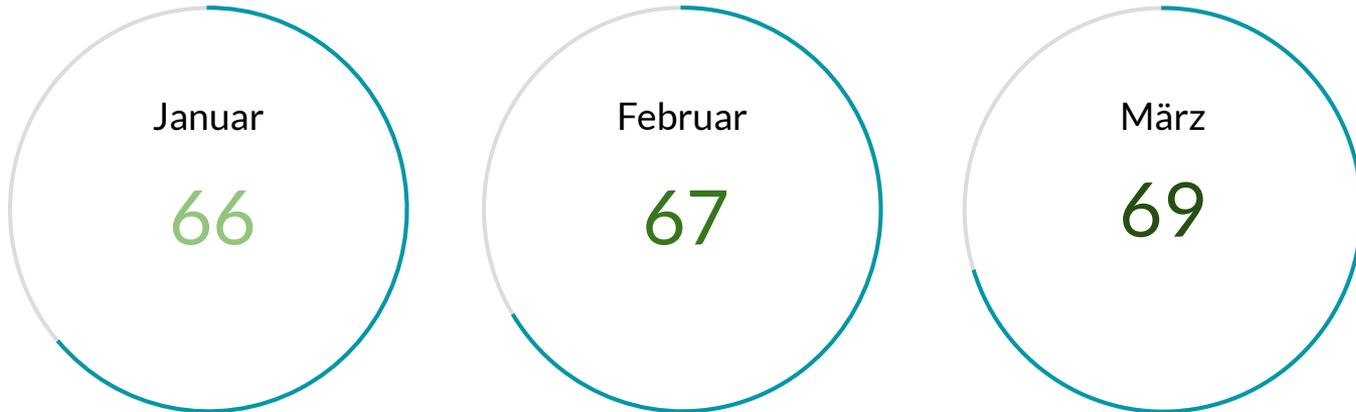
Hier lag **roastmarket** im April 2022, nach der Optimierung auf Platz 1 und hat damit Konkurrent **coffeecircle.com** überholt.

VERBESSERUNGEN

Des Nutzererlebnis von roastmarket



Nutzer:innen wurden via Zenloop nach dem Checkout zu ihrem Einkaufserlebnis befragt. Der Gesamt Net Promoter Score änderte sich von:



ZENTRALE ERGEBNISSE

Web Performance als integrativer Prozess über die reine Performance-Optimierung hinaus



PROZESS- ETABLIERUNG

Etablierung von internen Prozessen, um die Web Performance in Zukunft zu monitorieren.



WISSENS- GEWINN

Ein besseres Verständnis der Webentwickler für die Möglichkeiten zur Optimierung und ihre Effekte.



VERBESSERUNG DER USER EXPERIENCE

Eine messbar bessere Webseiten-Wahrnehmung der Nutzer:innen.





» roastmarket

b THE
BOUTIQUE
AGENCY

DANKE!

Kontakt:

The Boutique Agency
seo@the-boutique-agency.de