

# Commerce mit Shopify – einfach schneller

Warum Shopify-Websites schneller sind  
und zu höheren Conversions führen





# Inhalt

## 01

Zusammenfassung

→ Seite 3

## 02

Die anhaltenden Herausforderungen bei der Bereitstellung leistungsstarker Commerce-Erlebnisse

→ Seite 5

## 03

Was die Infrastruktur von Shopify so stark macht

→ Seite 8

## 04

Wie die Website-Geschwindigkeit die Conversion-Rates beeinflusst

→ Seite 12

## 05

Shopify erhöht die Website-Geschwindigkeit und Conversion

→ Seite 14

## 06

Exponentielles Geschäftswachstum bei nur einer halben Sekunde Verbesserung der Website-Geschwindigkeit

→ Seite 16



# 01

## Zusammenfassung



Eine halbe Sekunde klingt nicht nach viel Zeit. Aber im Commerce kann dies für die Käufer:innen einen großen Unterschied machen. Den Daten und Untersuchungen von Shopify zufolge kann schon eine halbe Sekunde einen dramatischen Einfluss auf die Conversion und die gesamte Customer Journey haben.

Eine langsame Website wirkt sich auf weit mehr als nur deinen Gewinn aus. Abgesehen davon, dass du Kund:innen und Umsatz verlierst, musst du auch Entwickler:innen von ihren eigentlichen Aufgaben abziehen, um viele Probleme zu lösen, die die langsame Ladezeit verursachen. Eine verbesserte Web-Performance gibt Unternehmen wie deinem mehr Kontrolle über ihre Website und ermöglicht es, F&E-Ressourcen wieder auf zentrale Projekte zu lenken, die dein Unternehmen wirklich von anderen abheben.

Der Kern der Entwicklungsphilosophie von Shopify besteht darin, diese Herausforderungen für unsere Kunden zu bewältigen, damit sie sich nicht darum kümmern müssen. Wir nehmen diese Philosophie ernst und sind stolz darauf, dass unsere Arbeit durch reale, öffentliche Daten bestätigt wird.

**Nachfolgend eine kurze Zusammenfassung unserer Ergebnisse:**

# 1,8x

Shopify-Stores sind die schnellsten der Welt und werden 1,8 Mal schneller dargestellt als Shops auf anderen Plattformen.

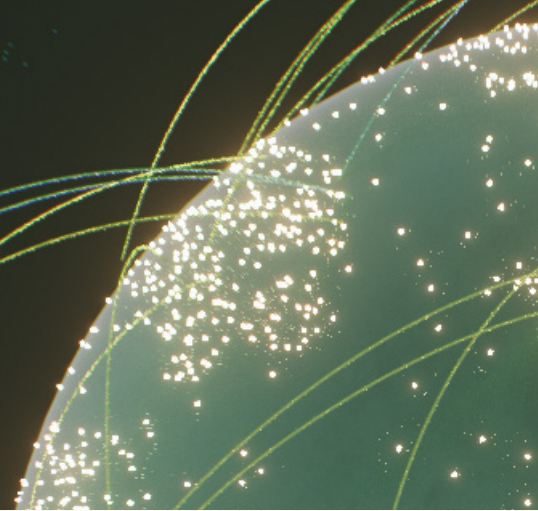
# 93 %

der Marken bei Shopify haben einen schnellen Shop. Das sind mehr als auf jeder anderen großen Commerce-Plattform.

# 0,5s

Eine Verbesserung deiner Website-Geschwindigkeit um eine halbe Sekunde könnte die Conversion steigern.





## 01 Zusammenfassung

In diesem Leitfaden erfährst du, wie eine schnellere Website die Conversions verbessert. Außerdem zeigen wir dir, wie Shopify seinen Händler:innen die schnellsten Websites im Handel bietet, angetrieben von einer erstklassigen Infrastruktur, die den Zeit- und Ressourcenaufwand für die Erstellung einer Website reduziert.



**Ein kurzer Hinweis: Wir werden einige der technischen Details besprechen, die zu einer schnellen Website beitragen. Wenn du mehr darüber erfahren willst, wie sich die Geschwindigkeit einer Website auf den Geschäftserfolg auswirkt, [klicke oder tippe hier, um fortzufahren](#).**

## Methodik und Definitionen

Bevor wir auf die Ergebnisse eingehen, möchten wir die von uns für unsere Analyse verwendete Methodik sowie einige branchenübliche Definitionen erläutern, auf die wir uns in diesem Bericht beziehen.

- **Dieser Bericht basiert auf öffentlich zugänglichen Daten von Google.** Google erfasst Daten zur Website-Geschwindigkeit von tatsächlichen Nutzer:innen und veröffentlicht sie als Teil der branchenüblichen Methode zur Leistungsmessung: Core Web Vitals (CWV).
- Unsere Behauptung, dass Shopify-Stores die schnellsten der Welt sind, wurde auf der Grundlage der öffentlichen Core Web Vitals-Daten von Google für fast 200.000 Websites aus allen Umsatzkategorien und allen wichtigen Commerce-Plattformen berechnet.
- Unsere Stichprobengröße für diese Studie umfasst nur Storefronts, die ursprünglich auf Shopify erstellt wurden. Dieser Bericht beleuchtet, wie schnell eine Shopify-Website standardmäßig ist. Deshalb haben wir Headless-Builds aus unserer Analyse ausgeschlossen. Mit unserer Auswahl an Headless-Tools können Enterprise-Marken jedoch erstklassige und maßgeschneiderte Erlebnisse erschaffen.

**In dieser Studie wurde die Leistung der Startseite anhand von zwei Kriterien analysiert, darunter:**

**Time to First Byte (TTFB).** Diese Metrik, die wir in diesem Bericht als Server-Geschwindigkeit bezeichnen, ist die Zeit, die der Server, auf dem eine Website gehostet wird, für die Antwort auf Browser-Anfragen der Kund:innen benötigt. Dies ist ein starker Hinweis auf die Qualität der zugrunde liegenden Infrastruktur.

**First Contentful Paint (FCP).** Diese Metrik, die wir in diesem Bericht als Website-Geschwindigkeit bezeichnen, misst die Zeit, die vergeht, bis das erste Element einer Seite (z. B. ein Text oder ein Bild) für die Nutzer:innen sichtbar wird.

Vielleicht ist dir aufgefallen, dass wir dem First Contentful Paint (FCP) den Vorzug vor dem Largest Contentful Paint (LCP) gegeben haben, der ebenfalls eine Kennzahl von Core Web Vitals ist. Der LCP ist zwar wichtig, wird aber stark von Faktoren wie langsamen Themes oder einer Fülle von Drittanbieter-Plugins beeinflusst. Das macht es schwierig (und auch unfair), es als Maßstab für die Geschwindigkeit einer Website zu verwenden.



# 200.000

Websites wurden zur Berechnung und Untermauerung unserer Behauptung herangezogen



# 02

## Die anhaltenden Herausforderungen bei der Bereitstellung leistungsstarker Commerce-Erlebnisse



Jeder Einzelhändler und jede Einzelhändlerin auf der Welt würde der Behauptung zustimmen, dass eine schnelle Website entscheidend für den Erfolg ist. Das Problem dabei ist jedoch, dass der Aufbau der entsprechenden Infrastruktur immer noch eine große Herausforderung ist. Es gibt zwei Hauptgründe, warum die Serverinfrastruktur einigen der erfahrensten CTOs und CIOs der Welt Kopfzerbrechen bereitet:

1

**Die steigenden Kosten der Server-Infrastruktur**

### Die steigenden Kosten der Server-Infrastruktur

Deine Geschäftspläne zur Modernisierung der Serverinfrastruktur finden nicht viel Zustimmung? Die meisten nicht-technischen Führungskräfte würden wohl zustimmen, dass die Website-Geschwindigkeit wichtig ist. Allerdings ist sie auch **teuer**. Das gilt ebenso für das Personal, das du einstellen (und halten) musst, um den Betrieb entsprechend aufrechtzuerhalten.

Die IT-Infrastruktur ist oft einer der größten Kostenfaktoren für Einzelhändler:innen im Direct-To-Consumer-Segment (DTC). Und diese Kosten sind in den letzten Jahren stetig gestiegen, ohne Anzeichen einer Verlangsamung dieses Trends. Nach den jüngsten Daten des US-amerikanischen Amtes für Arbeitsstatistik (Bureau of Labour Statistics, BLS) wird der Anteil der Cloud-Dienste an den Gesamtausgaben für IT weltweit bis 2024 voraussichtlich auf 14,2 % steigen, gegenüber 9,1 % im Jahr 2020.

Es liegt nahe, an das Jahr 2006 zurückzudenken, als Cloud-Server für Unternehmen verfügbar wurden und eine drastische Kostensenkung versprochen. Selbstverständlich sind sie erheblich kostengünstiger als jede selbst entwickelte On-Premise-Lösung, vor allem wenn man bedenkt, wie viel Traffic eine E-Commerce-Website bewältigen muss. Aber wie wir in den letzten Jahrzehnten gesehen haben, sind Cloud-Server immer noch sehr teuer in der Einrichtung und Wartung.

2

**Das Innovationstempo und wie man damit Schritt halten kann**





14,2 %

der Gesamtausgaben für Informationstechnologie entfallen auf Cloud-Dienste, prognostiziert für 2024

Die Preismodelle variieren von Anbieter:in zu Anbieter:in und richten sich nach den Bedürfnissen deines Unternehmens. Allerdings kann ein typisches mittelständisches Unternehmen allein für ein CDN und Hosting leicht bis zu 10.000 Euro pro Monat ausgeben. Diese Kosten beinhalten nicht die wichtigen Monitoring-Dienste von Drittanbieter:innen wie Splunk oder Datadog, bei denen es sich um wichtige Tools handelt, die mit hohen Kosten verbunden sind.

Das hängt natürlich von der Menge des Traffics ab, den du an das CDN sendest und für den du bezahlst. Deshalb versuchen viele Unternehmen, ihre monatlichen Kosten zu senken, indem sie überraschend große Einschränkungen bei ihrer Website hinnehmen. Viele Expert:innen für Leistungsoptimierung von Websites beginnen damit, die Größe der Produktbilder auf der gesamten Website zu reduzieren. Zwar führt das vielleicht sogar zu einer höheren Geschwindigkeit deiner Website und senkt die Kosten, trotzdem ist es ein großer Kompromiss, vor allem dann, wenn deine Mitbewerber:innen Shopify-Händler:innen sind, die dieses Zugeständnis nicht machen müssen.

Sobald du die Technologie eingerichtet hast, brauchst du einige hochqualifizierte Mitarbeiter:innen – und die verlangen in der heutigen Zeit hohe Gehälter. Im Jahr 2024 liegt das Durchschnittsgehalt eines Infrastructure Engineers bei knapp über 106.000 US-Dollar. Wenn man das auf ein [typisches Infrastruktur-Organigramm](#) hochrechnet, summieren sich die Kosten für die Besetzung dieser Stellen schnell.

Selbst wenn du deine Serverinfrastruktur mit einer Minimalbesetzung betreust, sieht dein Organigramm folgendermaßen aus:

Position	Durchschnittliches Gehalt
CDN-Leiter:in oder Netzwerkingenieur:in	122.796 \$
Sicherheitsbeauftragte	147.426 \$
Betriebsleiter:in	109.739 \$

**Hinweis:** Diese Zahlen sind Durchschnittsgehälter, die auf öffentlichen Daten von Glassdoor basieren. Die tatsächliche Vergütung für erfahrene Fachkräfte, die du für diese Positionen brauchst, hängt von der Berufserfahrung, den erforderlichen Fähigkeiten und dem Standort ab.

Deine erste Reaktion auf diese Tabelle ist wahrscheinlich gespalten. Erstens, dieses Team ist ziemlich dünn besetzt. Abgesehen davon, gehören diese Leute dann nicht sowieso zum Personal? In den meisten Fällen, ja. Wir haben aber Beispiele von Einzelhändler:innen auf Shopify gesehen, die sich auch ohne eigene technische Ressourcen zu mittelgroßen Unternehmen mit einem GMV von bis zu 10 Millionen US-Dollar entwickelt haben.



## Das Innovationstempo und wie man damit Schritt halten kann

Eine wachsende Mehrheit der Unternehmen untersucht, wie sie im E-Commerce an der Innovationsfront bleiben können. Doch eine noch größere Mehrheit der Unternehmen musste feststellen, dass dies nicht nur teuer, sondern auch schwierig zu bewältigen ist. Geringfügige Verbesserungen der Netzwerklatenz haben sich als Herausforderung für promovierte Mathematiker:innen erwiesen. Gleichzeitig scheuen sich führende Tech-Manager:innen nicht, ihre Frustration zu äußern.

Laut Lenovo gaben 57 % der CIOs an, dass sie die Hälfte oder mehr der aktuellen Technologie ihres Unternehmens ersetzen würden, wenn sie die Chance auf einen Neuanfang hätten. 25 % gaben an, dass sie den Großteil oder die gesamte Technologie ersetzen würden. Viele Unternehmen haben darauf reagiert, indem sie die meisten ihrer Altsysteme ausrangiert und ihre IT von Grund auf neu aufgestellt haben. Dabei haben viele Unternehmen ihre gesamte Infrastruktur in die Hände von Shopify gelegt.



# 57 %

der CIOs geben an, dass sie die Hälfte oder mehr der aktuellen Technologie ihres Unternehmens ersetzen würden, wenn sie die Chance auf einen Neuanfang hätten.

# 25 %

sagen, dass sie den Großteil oder die gesamte Technologie ersetzen würden.

Shopify hat so massiv in die Infrastruktur der Plattform investiert, weil wir nicht wollen, dass sich unsere Händler:innen Sorgen über die Kosten und Ressourcen machen müssen, die für die Skalierung ihres Unternehmens erforderlich sind. So haben unsere Händler:innen mehr Zeit und Mittel für Projekte, die ihren Kund:innen einen größeren Nutzen bringen, anstatt sich mit dem Aufbau (und der Erneuerung) ihrer Website und Serverinfrastruktur abzumühen.







# 03

## Was die Infrastruktur von Shopify so stark macht

Langsamste TTFB

Durchschnittliche TTFB

Shopify

1,99 s

1,4 s

0,51 s

Alle Shopify-Pläne werden vollständig von unseren Servern gehostet, die sich als schnell und zuverlässig genug für einige der größten Einzelhändler:innen der Welt erwiesen haben. Laut Google Core Web Vitals hat die durchschnittliche Shopify-Website eine TTFB (Time to First Byte) oder Server-Geschwindigkeit von 0,51 Sekunden. Die durchschnittliche TTFB der anderen Commerce-Plattformen liegt bei 1,4 Sekunden, die langsamste bei 1,99 Sekunden.



Mit anderen Worten: Shopify hat die schnellste Server-Geschwindigkeit im Commerce, im Durchschnitt 2,8x und bis zu 3,9x schneller.

Das sind erstaunliche Unterschiede in der Server-Geschwindigkeit, die durch die Innovations- und Experimentierfreudigkeit von Shopify möglich wurden. Das zeigt sich auf zweierlei Weise: durch große Investitionen in die Modernisierung unserer Cloud-Infrastruktur und durch den Ausbau bestehender Beziehungen zu Branchenpartner:innen.



## Kontinuierliche Investitionen in die Modernisierung unserer Cloud-Infrastruktur



# 9,3 Mrd. \$

Umsatz am Black Friday und Cyber Monday in 2023



# 35 %

Shopify-Websites wurden letztes Jahr um 35 % schneller.

Die massiven Investitionen von Shopify in die Verfügbarkeit unserer Cloud-Server zeigen sich vor allem in drei Bereichen. Als Ergänzung für die ohnehin schon starke Präsenz in Nordamerika haben wir unseren Bestand an Google Cloud-Servern auf Standorte in ganz Europa ausgeweitet. So können wir erreichen, dass die Websites näher an den Nutzer:innen sind und die Unternehmen näher an den Kund:innen. Außerdem nutzen wir ein Cloudflare CDN mit über 300 Points of Presence.

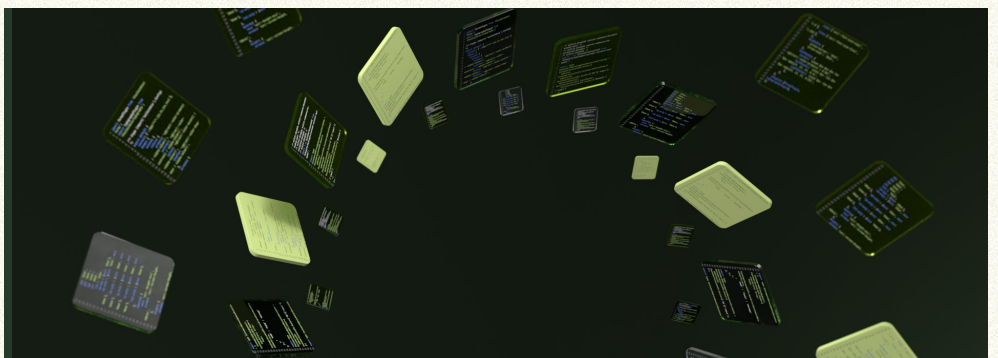
Von dieser Investition profitieren Händler:innen tagtäglich, aber noch nie waren die Vorteile so offensichtlich wie am Black Friday und Cyber Monday Wochenende in 2023, als mehr als 61 Millionen Verbraucher:innen weltweit bei Shopify Marken einkaufen und einen Umsatz von 9,3 Milliarden US-Dollar erzielten. Auch bei Flash-Verkäufen ist Shopify die Plattform der Wahl. Einige der größten Umsätze, die die Welt je gesehen hat, wurden über Shopify abgewickelt. Das Ergebnis ist eine Infrastruktur, die perfekt für die anspruchsvollsten Szenarien gerüstet ist.

**Neben unserem wachsenden Bestand an cloudbasierten Servern konnten wir auch bekannt geben, dass die Shopify-Websites im letzten Jahr um 35 % schneller wurden. Dieser gewaltige Fortschritt war das Ergebnis mehrerer wichtiger Veränderungen, darunter:**

- 1 Konsolidiertes Hosting, d. h. statische Inhalte teilen sich jetzt die gleiche Domäne wie deine Storefront, anstelle von `cdn.shopify.com`.
- 2 Theme-Abschnitte und -Blöcke können auf intelligente Weise Lazy-Loading-Techniken basierend auf dem Standort auf der Seite anwenden.
- 3 Statische Inhalte befinden sich jetzt unter demselben Hostnamen wie deine Storefront. Als Shopify an den Start ging, lautete die Best Practice für Websites mit Browser-Zugriff, statische Inhalte wie Bilder, Javascript und CSS auf einer separaten Domäne wie `cdn.shopify.com` zu hosten.

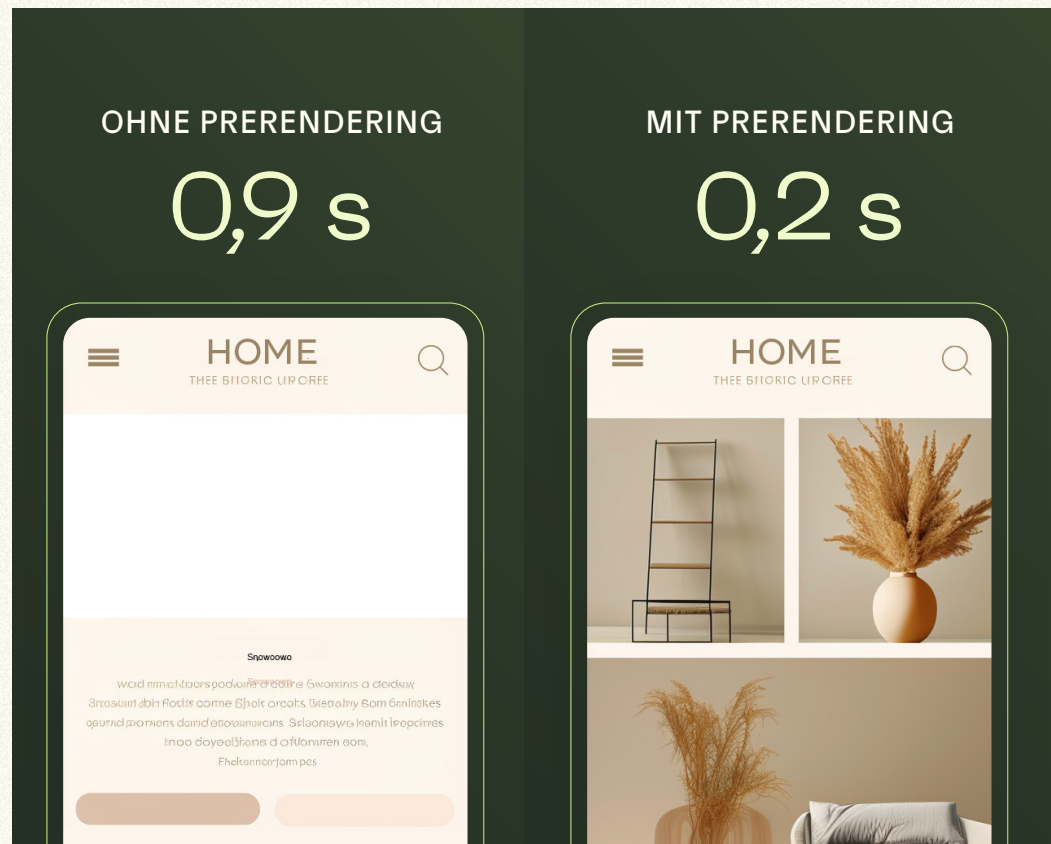
## Beziehungen zu Branchenpartner:innen

Wir sind ständig auf der Suche nach Möglichkeiten, mit unseren Partner:innen zu experimentieren, um die Websites für unsere Händler:innen noch schneller zu machen. Seit Kurzem arbeiten wir mit Google Chrome zusammen, um Speculation Rules auf unseren Websites einzuführen. Google Chrome bereitet Seiten vor, indem es Prerendering verwendet. Dies geschieht, wenn eine Nutzerin oder ein Nutzer eine URL eingibt oder einen Suchbegriff in die Suchleiste eingibt. Unter bestimmten Bedingungen ruft die Website ihre Speculation Rules API auf, um Chrome mitzuteilen, welche Seiten vorbereitet werden sollen.





Wie in diesem Beispiel dargestellt, kann mit den Speculation Rules eine Website mit einer unglaublichen Medienvielfalt fast im Handumdrehen gerendert werden.



Während wir noch mit Speculation Rules für Shopify-Websites auf breiterer Front experimentieren, haben wir damit begonnen, diese Funktion in begrenztem Umfang für Websites zu aktivieren. In der Zwischenzeit konnten wir bereits eine Verbesserung der Renderzeiten um 200-300 Millisekunden feststellen.

Das ist nur ein Beispiel für den Einsatz von Shopify, Innovationen kontinuierlich umzusetzen. In unseren [Editions für den Winter 2024](#) haben wir über 100 neue grundlegende Produktaktualisierungen angekündigt, die Unternehmen bei der Verbesserung ihres Commerce-Geschäfts helfen sollen. In diesem Sommer sind es über 150 neue Funktionen.

Natürlich freuen wir uns, dass Shopify-Websites die schnellsten im Commerce sind. Gleichzeitig sind wir aber von der Bedeutung einer ständigen Weiterentwicklung überzeugt und suchen daher immer nach neuen Möglichkeiten, um zu experimentieren und unsere Infrastruktur zu verbessern, damit unsere Händler:innen auch in Zukunft von blitzschnellen Websites profitieren.

Zudem arbeiten wir mit einem großen Partnernetzwerk zusammen, das Unternehmen bei der Optimierung der Website-Geschwindigkeit unterstützt, vor allem wenn sich ihre technischen Systeme weiterentwickeln und komplexer werden.



Ein Beispiel ist **CQL**, ein Partner, der Shopify-Marken bei der Optimierung verschiedener Leistungsbereiche unterstützt, darunter:



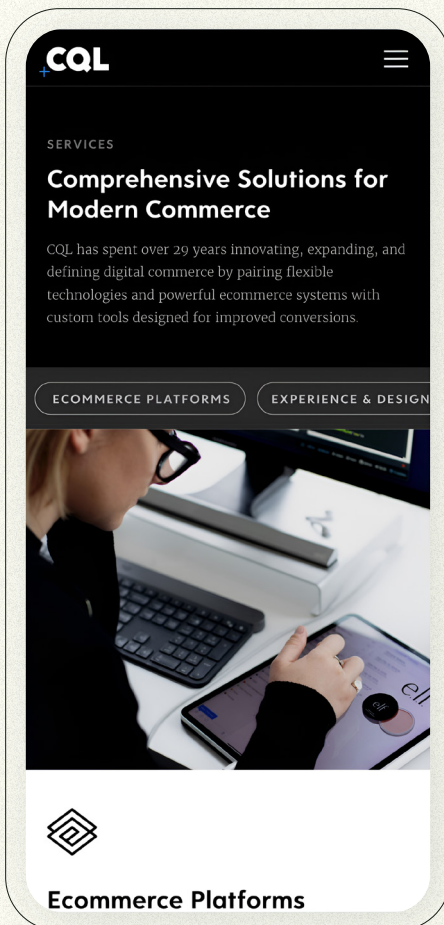
Optimierung und Priorisierung von Bildern und Medien unter Verwendung von Shopify CDN und responsiven Best Practices. So erhalten Kund:innen schnell die Medien, die den größten Impact erzielen.



Konzentration auf die Wechselwirkungen zwischen Skripts und Plattformen von Drittanbieter:innen, damit großartige Tools, die für sich allein gut funktionieren, auch weiterhin in einem Ökosystem optimal funktionieren können.



Überarbeitung bereits vorhandener Abschnitte und Anpassungen, um die Vorteile neuer Shopify-Funktionen und neuer Leistungsstandards zu nutzen.



Laut dem Team von CQL konnten die Händler:innen dank der Ausrichtung der Leistungsziele an den Core Web Vitals von Google nach der Umstellung auf Shopify erhebliche SEO-Vorteile feststellen. Auch von der zuverlässigen Hosting-Infrastruktur von Shopify berichtet CQL nur Positives: Sie gibt den Entwickler:innen mehr Zeit für die Unterstützung von Projekten zur Optimierung der Website-Geschwindigkeit.



# 04

## Wie die Website-Geschwindigkeit die Conversion-Rates beeinflusst

Also gut, wir wissen jetzt, dass die Server-Infrastruktur von Shopify die beste im Commerce ist. Aber was bedeutet das für das Geschäftsergebnis? Wie sich herausstellt, eine ganze Menge.

Wir haben über die Website-Geschwindigkeit in Millisekunden gesprochen. Auch wenn die meisten Websites für das ungeübte Auge schnell genug laden, wirken sich diese scheinbar kleinen Verbesserungen dramatisch auf die Conversion aus. Laut den Daten und Untersuchungen von Shopify kann eine Erhöhung der Website-Geschwindigkeit um nur eine halbe Sekunde die Conversion-Rate steigern. Bemerkenswert ist auch, dass die durchschnittliche Geschwindigkeit der Shopify-Website bei 1,2 Sekunden liegt.

Die Erkenntnis, dass die Conversion-Rates als direkte Folge schnellerer Websites steigen, ist vielleicht keine Überraschung. Es gibt aber noch weitere Vorteile, die mit der Website-Geschwindigkeit zusammenhängen und die sich letztendlich auf deine Fähigkeit auswirken, Nutzer:innen anzuziehen, zu halten und in Käufer:innen umzuwandeln.





# Wie die Website-Geschwindigkeit die SEO beeinflusst

Im Jahr 2010 kündigte [Google](#) an, dass sie die Website-Geschwindigkeit als neues Signal in die Suchalgorithmen einbeziehen würden. Hierzu hieß es:



Schnellere Websites schaffen zufriedene Nutzer:innen. Laut unseren internen Studien verbringen Besucher:innen deutlich weniger Zeit auf einer Website, wenn diese nur langsam reagiert.

Seit der Ankündigung dieses Algorithmus-Updates durch Google hat sich dies wiederholt bewahrheitet. Wenn sich dein Suchranking verschlechtert, nimmt auch der Traffic auf deiner Website ab. Dadurch hat dein Shop weniger Möglichkeiten, die Besucher:innen deiner Website in Kund:innen umzuwandeln.

Laut aktueller Marktforschung waren Internetnutzer:innen noch nie so ungeduldig wie heute. Vor kurzem veröffentlichte [Semrush](#) eine Studie, nach der sich die Absprungrate (oder der Prozentsatz der Nutzer:innen, die auf einer Seite landen und sie dann verlassen) fast verdreifacht, wenn die Seite länger als drei Sekunden zum Laden braucht. So beträgt die Absprungrate bei 2 Sekunden zum Beispiel 41 %. Die Absprungrate bei 1,5 Sekunden beträgt 35 %.

Langsame Seitenladezeiten erhöhen die Absprungrate

Seitenladezeit	Wahrscheinlichkeit des Absprungs
1 s bis 3 s	+32 %
1 s bis 5 s	+90 %
1 s bis 6 s	+106 %
1 s bis 10 s	+123 %

Quelle: [Semrush](#)

Im Gegensatz dazu haben wir die Google CWV-Daten analysiert, die wir sammeln, wenn Käufer:innen auf einer Shopify-Website landen. Dabei haben wir festgestellt, dass eine Erhöhung der Website-Geschwindigkeit um eine halbe Sekunde deine Absprungrate verringern kann. Im Folgenden sehen wir uns genauer an, wie sich der Umstieg auf Shopify auf die Conversion auswirkt.



# 05

## Shopify erhöht die Website-Geschwindigkeit und Conversion



**Nun ist es an der Zeit, die Millionen-Dollar-Frage zu beantworten: Warum sollte ich die Verantwortung für meine Server-Infrastruktur an Shopify übertragen?**

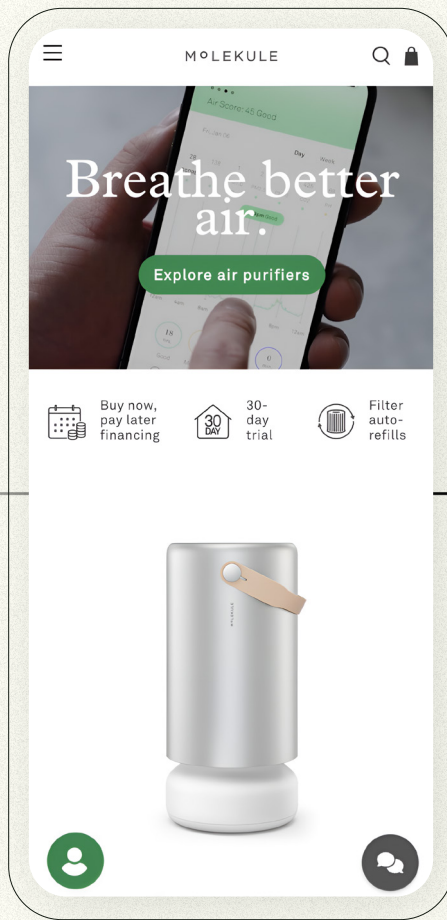
Darauf gibt es zwei Antworten. Zum einen ist Shopifys Engagement, dir eine erstklassige Serverinfrastruktur zu bieten, unübertroffen. Noch wichtiger ist jedoch, dass die Daten zeigen, dass Shopify-Stores die schnellsten der Welt sind – und sich mit einer unglaublichen Geschwindigkeit verbessern.



Wir haben festgestellt, dass unsere Shops im Durchschnitt **1,8 Mal schneller** gerendert werden als Shops auf anderen Plattformen. Laut den FCP-Daten haben 93 % der Marken bei Shopify eine Website, die von Google in die Kategorie „schnell“ eingestuft wird – mehr als auf jeder anderen Plattform.

Wir haben bereits mehrfach darauf hingewiesen, dass eine Verbesserung um eine halbe Sekunde die Conversion steigern kann. Vor diesem Hintergrund haben wir mehrere Beispiele von Unternehmen gesehen, die diese Verbesserung durch die Umstellung auf Shopify mühelos erreichen konnten.





Ein Beispiel dafür ist Molekule. Die Ladezeiten der Checkout-Seite erreichten auf der vorherigen Plattform Werte bis über eine Minute. Seit der Umstellung auf Shopify konnte das Unternehmen einen drastischen Anstieg der Website-Geschwindigkeit und der Conversion-Rates verzeichnen.

# 75 %

Steigerung der  
Conversion-Rate

# 10 %

Erhöhung des  
Traffics

# 7 %

Wachstum bei den  
Nettoabonnent:innen



Dank der Umstellung auf Shopify konnten wir unsere E-Commerce-Performance steigern und das Umsatzwachstum bei den Abonnements komplett ins Positive wenden. Da sich Shopify nun um die Komplexität des E-Commerce kümmert, kann sich unser Team voll und ganz auf die Lösung technischer Herausforderungen, die Förderung von Produktinnovationen und die Bereitstellung eines außergewöhnlichen Werts für unsere Kund:innen über die Molekule-App konzentrieren.

### Rachel Beisel

Senior Vice President of Marketing,  
Molekule





# 06

## Exponentielles Geschäftswachstum durch eine Verbesserung der Website- Geschwindigkeit um nur eine halbe Sekunde

Die Zahlen lügen nicht. Auf der Grundlage großer Mengen öffentlich zugänglicher Daten haben sich Shopify-Websites mit großem Abstand als die schnellsten im Commerce erwiesen. Darüber hinaus sind Shopify-Websites von Haus aus schnell. Das liegt vor allem an unserer branchenführenden Infrastruktur, mit der Unternehmen Websites erstellen können, die für alle Nutzer:innen schnell sind, unabhängig von ihrem Standort.

Wir könnten ganze Seiten in diesem Bericht mit Beispielen von Marken füllen, deren Websites sofort nach der Umstellung auf Shopify schneller wurden. Dabei handelt es sich auch nicht um kleine Verbesserungen. Unternehmen wie [Transformer Table](#) haben nach der Umstellung auf Shopify einen Jahresumsatz von über 100 Millionen US-Dollar erzielt. Dabei berichtete das Unternehmen von einer Geschwindigkeitssteigerung der Website um 67 %, die maßgeblich zu diesem Erfolg beigetragen hat.

Mit der Umstellung auf Shopify hast du einen klaren Weg, um in kürzester Zeit eine Commerce-Website zu launchen. Dabei wird deine Website nicht nur schnell sein, sie wird es dir auch ermöglichen, schnell Umsätze zu erzielen, sodass sich dein Unternehmen zu dem entwickeln kann, wovon du immer geträumt hast.



Finde heraus, wie es um die Geschwindigkeit deiner Website bestellt ist – mit unserem Sitespeed-Audit

