

## Mit 5 Tipps zur optimalen Performance von Online-Shops

Eine gute Performance ist für Händler wie auch für ihre Kunden eines der wichtigsten Qualitätskriterien eines Online-Shops. Und das aus gutem Grund: Jüngst zeigte eine Google-Studie, dass bereits eine Verlängerung der Ladezeiten um eine halbe Sekunde den Umsatz mit Suchen um 20 Prozent verringert. Auch Amazon konnte dieses Ergebnis in A/B-Tests bestätigen. Schon wenige hundert Millisekunden wirkten sich spürbar auf den Umsatz pro Besucher aus.

Für Online-Shops jeder Größe sind schnelle Ladezeiten also eine Priorität. Aber wie können Shopbetreiber solchen performance-bedingten Einbußen vorbeugen?

### 1) Verwenden Sie professionelle Content Delivery Networks (CDNs)

Überraschend ist, dass statische Seitenteile – wie Bilder oder JavaScripts – oft mehr Ladezeit benötigen als die Shop-Applikation selbst. Durch die Verwendung professioneller Content Delivery Networks (CDNs) lassen sich hier – bei Magento und auch anderen Shopsystemen – deutliche Verbesserungen für die Besucher erreichen. Diese Dienste sind darauf spezialisiert, statische Daten schnellstmöglich auszuliefern. Zu den Anbietern zählen Akamai oder Amazon CloudFront. Es gibt Magento Connect Erweiterungen, mit denen Content Delivery Networks unterstützt werden. Zudem lässt sich durch professionelle Integrationsarbeit mit Magento ein Shop mit sich sehr schnell aufbauenden Seiten entwickeln.

### 2) Gutes Caching: Fragen Sie den Fachmann

Das Geheimnis der schnellsten Shops ist jedoch ein gutes Caching-System. Häufig angefragte Seiten müssen nur einmal berechnet werden und können dann an viele Benutzer direkt ausgegeben werden. Mit der Zend Framework Caching Komponente nimmt Magento Commerce hier eine technische Vorreiterstellung ein: So können mit dem Block-Caching sogar Teile einzelner Seiten gespeichert werden, um eine maximale Trefferrate zu erzielen. Shopbetreiber von dynamischen Shops mit viel benutzerspezifischem Content haben damit auch die Möglichkeit, Caching zu nutzen.

Bei Visions können wir im Rahmen unserer Magento-Projektarbeit oder –Beratung häufig Ladezeiten mehr als halbieren. Das Block-Caching ist jedoch nicht in der Standardversion aktiviert, da es für jedes E-Commerce-Projekt individuell angepasst werden muss. Shopbetreiber sollten sich daher an eine erfahrene Magento-Agentur wenden.

### 3) Performancemessung: Vermeiden Sie subjektive Einschätzung

Das Gefühl der Geschwindigkeit ist subjektiv und reicht nicht als Entscheidungsgrundlage aus. Für den professionellen Einsatz greift man zur Performancemessung daher auf spezialisierte Werkzeuge zurück. Als Shopbetreiber können Sie selber mit dem Firefox-Plugin YSlow eine erste Analyse vornehmen.

Dies kann auf einer Notenskala von A-F die Performance der Shopseiten bewerten und Informationen zu bestimmten Defiziten geben – unabhängig von der Plattform. Die Bewertung ist nach verschiedenen Punk-

ten aufgeschlüsselt und kann einen ersten Anhaltspunkt zu weiteren Schritten bieten. Um die Empfehlungen umzusetzen, sollten Sie im nächsten Schritt die Templates (HTML, CSS, JavaScript) ändern.

#### **4) Führen Sie professionelle Lasttests durch**

Leider ist es selbst bei großen E-Commerce-Projekten noch nicht selbstverständlich, dass solche Tests durchgeführt werden. Um Abstürze und langsame Reaktionszeiten nach dem Go Live Ihres Shops zu vermeiden, sollten Sie auch die Skalierbarkeit bewerten. Dies ist meist schwerer als bei der Performance. Die Erfahrung bestätigt, dass nur professionell durchgeführte Lasttests hier eine gute Entscheidungsgrundlage bilden können. Konsultieren Sie dazu entweder spezialisierte Testing-Firmen oder Ihren Systemintegrator. Als Magento-Partner nehmen wir für unsere Kunden diese Rolle ein. Fragen Sie im Zweifelsfall bei Ihrer Agentur oder Ihrem internen Systemintegrator nach.

#### **5) Erstellen Sie eine umfassende Benutzersimulation**

Um einen verlässlichen Lasttest durchzuführen, sollten Sie eine Benutzersession simulieren lassen, die aufzeigt, wie sich Benutzer auf der Seite bewegen. So kann man abschätzen, wie viele Besucher die Shop-Applikation auf der gegebenen Infrastruktur versorgen kann. Einfachere Lasttests, die zum Beispiel ständig die gleiche Seite des Shops aufrufen, geben häufig ein komplett falsches Bild – da schon oft ab dem zweiten Zugriff sämtliche Daten aus dem Cache geliefert werden. Ein Testen der Funktionalität der Produktseite allein reicht also nicht aus.

Auch bei sonst sehr gut geführten E-Commerce-Projekten werden Performance-Tests oft vergessen, weil nur funktional getestet wird. Stellen Sie beim Test die Frage danach, was passiert, wenn die Produktseite von 500 Usern gleichzeitig besucht wird!

#### **TIPP: Wie wähle ich die richtige E-Commerce-Plattform für meinen Online-Shop?**

Viele Strategien der Performanceoptimierung sind unabhängig vom Shopsystem anwendbar, doch neben der Performance gibt es viele weitere Gründe für die Wahl der geeigneten Plattform. Erfahrungsgemäß ist vor allem die Caching-Unterstützung der Plattform notwendig für weiteren Erfolg. Wenn Sie Magento nutzen, vergewissern Sie sich bei Ihrem Systemintegrator, dass das Block-Caching genutzt wird. Shopbetreiber sollten neben der Performance in jedem Fall ein gutes Caching als Kriterium in die Wahl ihrer E-Commerce-Plattform einfließen lassen.

*Autor: Alexander Ringsdorff, Geschäftsführer der Magento-Agentur Visions new media GmbH*  
<http://www.visions-new-media.com>

(Blog: <http://ringsdorff.net> / Twitter: [http://twitter.com/visions\\_alex](http://twitter.com/visions_alex))

Quellen: A/B Tests: <http://glinden.blogspot.com/2006/11/marissa-mayer-at-web-20.html>