

Ist Ihr Webshop freundlich? Die häufigsten Usability-Fehler

✘ In der aktuellen Ausgabe des *webselling* Magazins findet sich neben einem ausführlichen Bericht auch ein Interview zum Thema Benutzerfreundlichkeit von Online-Shops mit Jörg Glinka, Autor hier im *shopbetreiber-blog.de* und Usability Experte. Außerdem eine "Offline-Variante" des **kostenlosen Trusted Shops Usability Checks**. Was zeichnet einen benutzerfreundlichen Shop aus? Was sind die häufigsten Fehler, die Shopbetreiber machen? Dies sind nur einige Fragen des Interviews, die hier beantwortet werden.

***webselling*: Was zeichnet für Sie einen benutzerfreundlichen Shop aus?**

Jörg Glinka: Ein guter Shop präsentiert sich aufgeräumt und einladend. Immer so, dass sich der Kunde angesprochen fühlt und intuitiv zurechtfindet. Die Shop-Umgebung sollte beim Benutzer ein bestimmtes, intuitives Verhalten hervorrufen und keine Fragen aufwerfen. Sowohl Sortiments- als auch Preisgestaltung sollen den Vorstellungen des Kunden entsprechen. Wenn noch fachkundige Beratung erreichbar ist und der Service stimmt, ist der Shop benutzerfreundlich. Was wie die Beschreibung eines gut geführten Einzelhandelsgeschäfts klingt, entspricht den minimalen Anforderungen, die Kunden an einen Online-Shop stellen.

***webselling*: Was sind Ihrer Meinung nach die häufigsten Fehler, die Webseller bei der Gestaltung ihrer Shops machen?**

Jörg Glinka: Viele Shopbetreiber überfordern Ihre Kunden durch eine zu komplexe Gestaltung des Shops. Gestaltung kann zum einen die Gestaltung aus ästhetischer Sicht (Layout, optische Klarheit von Bild- und Textelementen) als auch die Gestaltung von Eingabeelementen wie Formulare im Bestellvorgang sein.

Schlechte Produktpräsentationen mit wenigen Produktdetails und wenig Informationstiefe halten Kunden aber genauso vom Kauf ab wie schlecht positionierte Elemente. Oft werden zentrale Informations-Elemente wie Suche oder Warenkorb schlecht in den Seitenaufbau integriert und sind nur über Umwege durch den User erreichbar. Wenn Kunden Informationen nicht sofort erfassen können und Wege zum Kauf zu lang sind, ist die Ausstiegsquote aus dem Shop hoch. Die menschlichen Möglichkeiten zur Verarbeitung von Informationen werden eindeutig zu wenig berücksichtigt.

Weiter werden zu viele Informationen vom System abgefragt, die die Eingabequalität minimieren und die Frustration beim Systemnutzer erhöhen. Allein durch die automatisierte Übernahme bereits gespeicherter Daten könnte man deutlich höhere Kaufabschlussraten erzielen. Die Gestaltungselemente sollten immer in Korrespondenz mit der menschlichen Aufnahmefähigkeit eingesetzt werden und den Kunden ohne nachzudenken zum Ziel führen.

***webselling*: Aus Ihrer persönlichen E-Commerce-Erfahrung: Welche Shops schneiden bei der Bedienbarkeit besonders gut ab?**

Jörg Glinka: Generell schneiden die Shops bei der Bedienbarkeit gut ab, die sich auf Ihre Zielgruppe ausgerichtet haben. Das manifestiert sich in einem konsistenten, an der Zielgruppe ausgerichtetem Design und der aus technischer Sicht nötigen Funktionalität. Ein ästhetisch gestalteter Shop wird außerdem von den Benutzern immer als einfacher bedienbar eingestuft als ein lieblos gestalteter Shop mit ggf. guter technischer Funktionalität.

Leider werden Standard-Shops von Shopsoftwareanbietern zu wenig an die Bedürfnisse der Kunden angepasst. Eine Präsenz mit einer attraktiven Preisgestaltung ist kein Garant für gute Konversion. Selbst Shops, die durch den Einsatz von Werbung viele Besucher erreichen, klagen über schlechte Umsatzergebnisse. Dabei können Schwächen in der Benutzerführung durch Standard-Prüfungen der Shop-Usability behoben werden. Mit einfachen Handlungsempfehlungen lassen sich Fehler in der Bedienbarkeit im bestimmten Rahmen korrigieren, denn ca. 80% der Fehler werden von 20% der Komponenten verursacht.

***webselling*: Ein großes Problem speziell kleinerer Online-Shops ist der Vertrauensvorschuss, den Neukunden bei der Erstbestellung via Vorkasse oder Kreditkarte leisten müssen. Viele Besucher springen während des Bestellprozesses ab, weil sie entweder um die Sicherheit ihrer Daten fürchten oder an der Seriosität**

des Shops zweifeln. Wie kann man als Shopbetreiber Neukunden diese Ängste nehmen?

Jörg Glinka: Neben einer seriösen, benutzerfreundlichen Gestaltung des Shops immer durch flankierende, vertrauensbildende Maßnahmen wie den Einsatz von Internet-Gütesiegeln, z.B. Trusted Shops. Die Besonderheit bei Trusted Shops ist eine kostenlose Geld-zurück-Garantie, die gerade bei den von Ihnen angesprochenen weit verbreiteten Vorauskassenzahlungen für Verbraucher wichtig ist. So hat der Webseller den Vorteil der sicheren und schnellen Bezahlung ohne dass der Verbraucher ein Risiko trägt - denn im Falle eines Falles erhält er von Trusted Shops das Geld zurück. Gleichzeitig sind die Gebühren deutlich günstiger als für Treuhand- oder Kreditkartenzahlungen. Gleichzeitig wird die Kundenbindung durch das Siegel erhöht. Das schlägt sich nachweislich auf die Shopumsätze nieder.

Das Interview führte Markus Siek. Den vollständigen Bericht finden Sie in der Ausgabe 04/2007 des **webselling Magazins**. Der im webselling-Artikel dargestellte **kostenlose Usability-Check** ist eine erste Orientierung zum Thema. Nutzen Sie die Erfahrung der Trusted Shops Experten, um Optimierungspotentiale systematisch zu identifizieren.

Begleitend zum Usability-Check bietet Trusted Shops ein **Usability-Audit** für Online-Shops an, bei dem in 9 Themengebieten über 75 Einzelkriterien Shops analysiert und inhaltliche, strukturelle, technische sowie gestalterische Aspekte bewertet werden:

Eine benutzerfreundliche Darstellung und Funktionsweise Ihrer Website wird den Besuchern Seriosität, Sicherheitsbewusstsein und guten Service vermitteln. Im Idealfall lernt der Besucher eine Webpräsenz kennen, die er als Kunde gerne wieder besucht. Eine optimale Usability trägt wesentlich zu einer hohen Zielgruppenakzeptanz und Konversionsrate bei. Um eine Optimierung zu erreichen, simulieren unsere Experten den Praxisfall und prüfen, ob die Anwendung im Nutzungskontext ihren Zweck erfüllt und ob Ihre potentiellen Nutzer erfolgreich damit umgehen können.

Hier geht es zum neuen Usability-Check von Trusted Shops.