Die 7 häufigsten Fehler bei der Gestaltung von Website-Formularen

Formulare zählen zu den neuralgischen Punkten einer Website. Ob Formularseiten im Bestellprozess oder Kontaktformulare – ihre Gestaltung hat großen Einfluss auf die Konversionsrate. Doch welche Fehler sollte man tunlichst vermeiden?

Diese Fehler sollten Sie vermeiden.

1. Nicht für die Browserfenster der Besucher optimiert

So kommt es vor, dass der Bestell-Button unter die Scrollbar rutscht und nicht gesehen wird oder Besucher hin und her scrollen müssen. Damit steigt der Zeitaufwand zum Ausfüllen der Formulare und somit die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer den Bestellprozess abbrechen. Prinzipiell gilt: Shopbetreiber sollten z.B. mittels einer Mouse Tracking-Lösung genau analysieren, welche Bereiche im Bestellprozess für die meisten Besucher sichtbar sind. Wichtige Inhalte, Aktionen, Banner oder Call-to-Action-Buttons können so zielgerichtet auf der Seite platziert werden.

2. Zu viele Pflichtfelder

Grundsätzlich gilt: in der kritischen Phase eines Bestellprozesses sollten nur Daten abgefragt werden, die für die Bestellabwicklung unverzichtbar sind. Das sorgt für kürzere und übersichtlichere Formulare und vereinfacht den Bestellprozess für die Besucher. Zusätzliche Informationen können nach dem Abschicken der Bestellung als optionale Angaben oder separat per E-Mail abgefragt werden.

Dabei erhöhen Online-Händler die Mitteilungsbereitschaft durch Anreize wie Gutscheine oder Extra-Services. Möchte man die Daten dennoch gern direkt im Bestellformular erfassen, empfiehlt sich ein kleiner Hinweis, der zum Beispiel per Mouseover angezeigt wird, und der erläutert, warum bestimmte Daten abgefragt werden. Beispielsweise hat bei einem unserer Kunden der simple Hinweis zum Feld Telefonnummer “Nur für Probleme bei der Lieferung“ die Feld-Abbruchrate um 90 Prozent gesenkt.

3. Keine Möglichkeit zurück zu gehen

Möchten Besucher ihre Eingaben noch einmal korrigieren, fehlt ihnen oftmals die Möglichkeit dazu. Das bedeutet es gibt keinen “Zurück“-Button, mit dem sie auf vorherige Bestellschritte navigieren können. Das führt zu Frustration und letztlich oftmals zum Abbruch eines Bestellvorgangs. Shopbetreiber sollten daher darauf achten, dass sie den Bestellprozess nicht nur kurz und übersichtlich, sondern auch nutzerfreundlich gestalten. Dafür empfiehlt es sich dem Besucher jederzeit die Möglichkeit zu geben, in vorherige Schritte zurückzuspringen und dort alle bisher erfassten Daten vorzuhalten, so dass er diese nicht neu eingeben muss.

4. Keine Tastaturnavigation

Besucher nutzen nicht mehr nur die Maus zum navigieren. Gerade die Navigation mittels Tabulator-Taste auf der Tastatur gehört bei vielen Internetnutzern heute zum Alltag. Umso negativer ist dann die Wahrnehmung, wenn beim Benutzen der Tabluator-Taste nicht von einem Formularfeld zum nächsten gegangen wird, sondern der Cursor kreuz und quer im Formular springt. Shopbetreiber können dieses Problem einfach umgehen, indem Sie die Reihenfolge der einzelnen

Formularelemente durch die Vergabe des Attributs “tabindex“ im HTML-Element des Formularfelds steuern.

5. Unsinnige vorgegebene Formularwerte

Sind Vorgaben gut gemacht, treiben sie die Geschwindigkeit beim Ausfüllen. So werden Fehler vermieden und die Konversion gesteigert. Abschreckend sind dagegen unsinnige Vorgaben, beispielsweise wenn als Rückreisetag eines Mallorca-Urlaubs das heutige Datum verwendet wird – schlimmer noch, falls sich dies nicht automatisch ändert, wenn ein Abreisedatum in der Zukunft gewählt wurde. Gute Beispiele erkennen unter anderem anhand der IP-Adresse die potenzielle Herkunft des Besuchers und füllen die Felder entsprechend automatisch vor.

6. Abschreckende Fehlermeldungen

Gute Fehlermeldungen sollten nicht rot blinkend und abschreckend sein, sondern direkte Hilfen mit Beispielen im Kontext des Fehlers. Sie werden idealerweise im unmittelbaren Umfeld des Feldes mit der Fehleingabe angezeigt. Zusätzlich empfiehlt es sich, bei leergelassenen Feldern aufzuzeigen, warum die Eingaben notwendig sind. Übrigens kann man Fehlermeldungen auch vermeiden, indem jede einzelne Formulareingabe “on the fly“, also beim Sprung ins nächste Formularfeld, bereits geprüft und mit einem Häkchen bestätigt wird.

7. Fehleingaben provozieren

Häufen sich Fehleingaben bei einem bestimmten Formularfeld, kann das auf falsche oder mehrdeutige Ausfüllanweisungen hindeuten. So kann z.B. das gleichzeitige Vorhandensein der Formularfelder “Gutschein-Code“ und “Aktions-Code“ zu Verwirrung führen. Besucher die einen Aktions-Code aus einem Newsletter erhalten, geben diesen unter Umständen bei “Gutschein-Code“ ein oder umgekehrt. In diesem Fall wäre ein gemeinsames Feld zur Eingabe von Gutschein- oder Aktions-Code eine Lösung. Ebenso wird die Checkbox zur AGB-Bestätigung häufig zu unauffällig platziert und dadurch von Besuchern übersehen. Um Fehlermeldungen erst gar nicht entstehen zu lassen, sollten Fehleingaben der Nutzer daher mit einem Event-Tracker aufgezeichnet und anschließend ausgewertet und optimiert werden.

Über den Autor

Olaf Brandt, Director Product Management der etracker GmbH in Hamburg. Mit mehr als 110.000 Kunden ist etracker ein führender Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zur Optimierung von Websites und Online-Marketingmaßnahmen. Neben Produkten für Web Analyse und Mouse Tracking, Onsite Befragungen, Social Media Monitoring, Kundenfeedback und Multi-Channel Marketing-Controlling bietet etracker auch lösungsorientierte Suites an, die auf den Produkten aufbauen.