

Der Online-Merkzettel: sinnvoll oder überflüssig?

✘ Es gibt Funktionen in einem Online-Shop, von denen nicht so genau bekannt ist, ob sie wirklich vom Nutzer gefordert werden. Der Merkzettel ist so eine Funktion. Die Usability-Experten von eResult haben sich diese Funktion vor einiger Zeit einmal genauer angeschaut.

Der Merkzettel ist eine Shopfunktion, die mittlerweile recht häufig in Online-Shops zur Verfügung steht. Viele Shopsoftware-Lösungen stellen diese Funktion standardmäßig zur Verfügung. Doch wünscht der Kunde sich den Merkzettel wirklich oder kann der Shopbetreiber eigentlich darauf verzichten.

Das Experten-Team von eResult ist dieser Frage im Rahmen seiner Studie "Imagery V" nachgegangen und hat zudem untersucht, wo der Merkzettel auf der Website eines Online-Shops positioniert werden sollte.

Katja Brand-Sassen fasst die Ergebnisse wie folgt zusammen:

"Auch wenn die Verbreitung von Merkzetteln mittlerweile recht hoch ist, handelt es sich für die Nutzer nicht um einen notwendigen Service. Stattdessen lassen sich Nutzer mit dem Angebot eines Merkzettels begeistern. Dies bedeutet, wird er nicht angeboten, dann führt dies nicht zu Unzufriedenheit bei den Nutzern. Gibt es diesen Service in einem Online-Shop, dann kann damit die Zufriedenheit der Nutzer gesteigert werden."

Rechts oben ist richtig

In dem Studienband Imagery V analysiert eResult regelmäßig unterschiedliche Seitenelemente in Webshops und auf Webseiten und greift auch das Thema Positionierungserwartung auf. Für den Merkzettel haben die Experten herausgefunden, dass dieses Element recht oben in der Nähe des Warenkorb zu platzieren sei, um eine optimale Nutzung zu erreichen.

Eine kostenlose Version mit ausgewählten Ergebnissen der Studie ist abrufbar unter: [Ausgewählte Studienergebnisse der Imagery V](#).