

# **Erfolgsfaktoren für Onlineshops**

**Ergebnisse der Umfrage zu den Erfolgsfaktoren von Onlineshops  
Hamburg im Januar 2009**

# In der Umfrage wurden Experten nach den wichtigsten Erfolgskriterien für Onlineshops befragt

## Hintergrundinformationen zu der Umfrage

- Die Umfrage wurde im Zeitraum 6.1. - 19.1.2009 online unter der URL <http://www.poll daddy.com/survey.aspx?id=3c7fe4a2b64ad2de> durchgeführt.
- An der Umfrage haben insgesamt 86 Personen teilgenommen.
- Die Teilnehmer waren Leser der Blogs [Zwischendurch@Thorsten Boersma](#), [Kassenzone](#), [WebStyler](#), [e-commerce-blog.de](#) und [twive! Video Shopping](#) sowie von [shopanbieter.de](#). Somit kann man davon ausgehen, dass somit überwiegend Fachleute, Experten und Ecommerce-Verantwortliche über die wichtigsten Erfolgskriterien für Onlineshops aus Kundensicht abgestimmt haben.
- Insgesamt standen insgesamt 25 Kriterien in den sechs Bereichen Angebot / Auswahl, Layout / Design, Navigation / Struktur / Suche, Produktdarstellung, Beratung und Service zur Auswahl.

# Insgesamt gesehen hat der Bereich Angebot / Auswahl den größten Einfluss auf den Erfolg eines Onlineshops

## Ranking der Bereiche nach der Bedeutung für den Erfolg von Onlineshops

- Rang 1: Angebot / Auswahl ist insgesamt am wichtigsten, wobei ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis hier den größten Einfluss auf den Erfolg hat.
- Rang 2: Der Bereich Navigation / Struktur / Suche gilt am zweitwichtigsten - hier hat eine intuitiv erfassbare Navigationsstruktur die größte Bedeutung.
- Rang 3: Mit etwas Abstand folgt die Produktdarstellung, bei der Bilder, die eine genaue Vorstellung von dem Produkt liefern, besonders wichtig sind.
- Rang 4: Knapp darauf der Service, für den insbesondere der schnelle Versand erfolgsentscheidend ist.
- Rang 5: Mit deutlichem Abstand folgt der Bereich Layout / Design, für den ein Layout, das eine sehr gute Übersicht bietet, am wichtigsten ist.
- Rang 6: Insgesamt am unwichtigsten für den Erfolg von Onlineshops ist laut der Umfrage der Bereich Beratung, wobei hier Empfehlungen von zueinander passenden Artikeln oder Artikeln, die andere Kunden gekauft haben, die größte Bedeutung haben.

Anmerkung: Jedes Einzelkriterium konnte in der Umfrage bzgl. der Bedeutung für den Erfolg aus Kundensicht mit „Sehr wichtig“, „Wichtig“, „Weniger wichtig“ oder „Unwichtig“ bewertet werden. Zur Auswertung wurde der Antwort „Sehr wichtig“ der Zahlenwert „2“ zugewiesen. „Wichtig“ erhielt den Wert „1“, „Weniger wichtig“ den Wert „-1“ und „Unwichtig“ den Wert „-2“.

# Ein übersichtliche Navigationsstruktur und ein ebensolches Layout sind die wichtigsten Einzelkriterien für den Erfolg

## Die Top-5-Erfolgskriterien für Onlineshops

- Rang 1: Eine intuitiv erfassbare Navigationsstruktur, mit der man sich sehr gut zurechtfindet, ist aus Kundensicht für die Experten das wichtigste Erfolgskriterium für Onlineshops.
- Rang 2: Ein Layout, das eine sehr gute Übersicht bietet, ist das zweitwichtigste Erfolgskriterium für Onlineshops aus Kundensicht.
- Rang 3: Danach sind ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis und eine gute Suche, die schnell zu den gewünschten Artikeln führt, für den Erfolg eines Onlineshops beim Kunden am wichtigsten. Beide Kriterien haben die gleiche Punktzahl erreicht.
- Rang 5: Abschließend gehören Bilder, die eine genaue Vorstellung von dem Produkt liefern (z. B. Bilder von allen Seiten, Farben oder Details) zu den wichtigsten Erfolgskriterien.

Anmerkung: Jedes Einzelkriterium konnte in der Umfrage bzgl. der Bedeutung für den Erfolg aus Kundensicht mit „Sehr wichtig“, „Wichtig“, „Weniger wichtig“ oder „Unwichtig“ bewertet werden. Zur Auswertung wurde der Antwort „Sehr wichtig“ der Zahlenwert „2“ zugewiesen. „Wichtig“ erhielt den Wert „1“, „Weniger wichtig“ den Wert „-1“ und „Unwichtig“ den Wert „-2“.

# Produktlisten von Kunden und Beratungsseiten haben die geringste Bedeutung für den Erfolg eines Onlineshops

## Die 5 unwichtigsten Erfolgskriterien für Onlineshops

- Rang 25: Produktlisten und Guides von Kunden haben die geringste Bedeutung für den Erfolg eines Onlineshops.
- Rang 24: Zusätzliche Beratungsseiten oder -tools gelten nach der Umfrage als der zweitunwichtigste Einflussfaktor für den Erfolg eines Onlineshops.
- Rang 23: Die Möglichkeit der Expresslieferung wurde ebenfalls als unwichtig angesehen (Anmerkung: Im Gegensatz dazu war der sehr schnelle Versand der wichtigste Einflussfaktor im Bereich Service).
- Rang 22: Nicht unwichtig, aber auch nicht wichtig ist aus Sicht der Experten der Produktvergleich.
- Rang 21: Auch eine sehr große Artikelauswahl an unterschiedlichen Artikeln ist nicht besonders wichtig.

Anmerkung: Jedes Einzelkriterium konnte in der Umfrage bzgl. der Bedeutung für den Erfolg aus Kundensicht mit „Sehr wichtig“, „Wichtig“, „Weniger wichtig“ oder „Unwichtig“ bewertet werden. Zur Auswertung wurde der Antwort „Sehr wichtig“ der Zahlenwert „2“ zugewiesen. „Wichtig“ erhielt den Wert „1“, „Weniger wichtig“ den Wert „-1“ und „Unwichtig“ den Wert „-2“.

## Anhang - Detailergebnisse Frage 1

### Q.1 Was ist aus Kundensicht bzgl. Angebot / Auswahl eines Shops am Wichtigsten?

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig	Count
Der Shop bietet eine sehr große Auswahl an unterschiedlichen Artikeln	18 (21.4%)	27 (32.1%)	35 (41.7%)	4 (4.8%)	84
Der Shop hat ein sehr trendiges und inspirierendes Angebot	10 (11.8%)	49 (57.6%)	23 (27.1%)	3 (3.5%)	85
Der Shop hat eine sehr gute Markenauswahl mit den Topmarken in seinem Bereich	23 (27.1%)	36 (42.4%)	20 (23.5%)	6 (7.1%)	85
Das Preis-Leistungsverhältnis ist sehr gut	57 (67.1%)	27 (31.8%)	1 (1.2%)	0 (0%)	85
People who answered question:					<b>85(95.5%)</b>
People who skipped question:					<b>4(4.5%)</b>

## Anhang - Detailergebnisse Frage 2

### Q.2 Was ist aus Kundensicht bzgl. Layout / Design eines Shops am Wichtigsten?

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig	Count
Das Design des Shops insgesamt ist sehr stylisch und ansprechend	7 (8.2%)	49 (57.6%)	27 (31.8%)	2 (2.4%)	85
Das Layout bietet eine sehr gute Übersicht	68 (80%)	14 (16.5%)	3 (3.5%)	0 (0%)	85
Die Einstiegsseite des Shops und der Untersortimente ist ansprechend und bietet eine gute Übersicht	50 (58.8%)	33 (38.8%)	1 (1.2%)	1 (1.2%)	85
People who answered question:					<b>85(95.5%)</b>
People who skipped question:					<b>4(4.5%)</b>

## Anhang - Detailergebnisse Frage 3

### Q.3 Was ist aus Kundensicht bzgl. Navigation / Struktur / Suche eines Shops am Wichtigsten?

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig	Count
Die Navigationsstruktur ist intuitiv erfassbar - man findet sich sehr gut zurecht	68 (79.1%)	17 (19.8%)	0 (0%)	1 (1.2%)	86
Eine gute Suche führt schnell zu den gewünschten Artikeln	61 (71.8%)	21 (24.7%)	3 (3.5%)	0 (0%)	85
Produkt- und Suchergebnislisten bieten eine gute Übersicht und wichtige Details	44 (51.8%)	36 (42.4%)	5 (5.9%)	0 (0%)	85
Umfangreiche Filter und Sortierkriterien erleichtern die Auswahl (z.B. nach Marken, Farben oder Bewertung)	29 (34.1%)	36 (42.4%)	18 (21.2%)	2 (2.4%)	85
People who answered question:					<b>86</b> (96.6%)
People who skipped question:					<b>3</b> (3.4%)

## Anhang - Detailergebnisse Frage 4

### Q.4 Was ist aus Kundensicht bzgl. der Produktdarstellung im Shop am Wichtigsten?

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig	Count
Die Bilder liefern eine genaue Vorstellung von dem Produkt (z.B. Bilder von allen Seiten, Farben oder Details)	57 (68.7%)	23 (27.7%)	3 (3.6%)	0 (0%)	83
Der Text ist übersichtlich strukturiert und beschreibt alle wichtigen Details	32 (38.6%)	44 (53%)	7 (8.4%)	0 (0%)	83
Detaillierte Kundenbewertungen sind hilfreich für die Kaufentscheidung	25 (29.8%)	29 (34.5%)	28 (33.3%)	2 (2.4%)	84
Kundenbewertungen zur Passform und Qualität des Artikels helfen bei der Kaufentscheidung	22 (26.2%)	33 (39.3%)	23 (27.4%)	6 (7.1%)	84
People who answered question:					<b>85(95.5%)</b>
People who skipped question:					<b>4(4.5%)</b>

## Anhang - Detailergebnisse Frage 5

### Q.5 Was ist aus Kundensicht bzgl. der Beratung in einem Shop am Wichtigsten?

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig	Count
Ein guter Produktvergleich erleichtert die Auswahl zwischen ähnlichen Artikeln	9 (10.5%)	38 (44.2%)	39 (45.3%)	0 (0%)	86
Produktlisten und Guides von Kunden liefern Inspirationen	3 (3.5%)	28 (32.9%)	47 (55.3%)	7 (8.2%)	85
Empfehlungen von zueinander passenden Artikeln oder Artikeln, die andere gekauft haben sind hilfreich	18 (20.9%)	39 (45.3%)	23 (26.7%)	6 (7%)	86
Zusätzliche Beratungsseiten oder -tools bieten wichtige Informationen	8 (9.3%)	29 (33.7%)	40 (46.5%)	9 (10.5%)	86
People who answered question:					<b>86(96.6%)</b>
People who skipped question:					<b>3(3.4%)</b>

## Anhang - Detailergebnisse Frage 6

### Q.6 Was ist aus Kundensicht bzgl. des Services in einem Shop am Wichtigsten?

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig	Count
Es gibt eine genaue Auskunft, wann der Artikel geliefert wird	42 (48.8%)	39 (45.3%)	5 (5.8%)	0 (0%)	86
Der Versand erfolgt sehr schnell	54 (63.5%)	23 (27.1%)	8 (9.4%)	0 (0%)	85
Eine Expresslieferung ist möglich	16 (18.6%)	23 (26.7%)	37 (43%)	10 (11.6%)	86
Der Versand ist kostenlos oder sehr günstig	29 (34.1%)	34 (40%)	17 (20%)	5 (5.9%)	85
Die Bestellung erfolgt sehr einfach und schnell (z.B. 1-Click-Bestellung)	20 (24.1%)	34 (41%)	27 (32.5%)	2 (2.4%)	83
Die unterschiedlichen Zahlungsarten bieten bequeme Zahlung (z.B. Rechnung, Raten, Kreditkarten, Paypal)	39 (45.3%)	36 (41.9%)	10 (11.6%)	1 (1.2%)	86
People who answered question:					<b>86</b> (96.6%)
People who skipped question:					<b>3</b> (3.4%)

## Anhang - Detailergebnisse Frage 7

### Q.7 Wie sollte man die einzelnen Erfolgsfaktoren ranken?

	Rang 1 (am wichtigsten)	Rang 2	Rang 3	Rang 4	Rang 5	Rang 6 (am unwichtigsten)	Count
Angebot / Auswahl	40 (46.5%)	20 (23.3%)	8 (9.3%)	9 (10.5%)	5 (5.8%)	4 (4.7%)	86
Layout / Design	2 (2.3%)	15 (17.4%)	18 (20.9%)	18 (20.9%)	17 (19.8%)	16 (18.6%)	86
Navigation / Struktur / Suche	27 (31.4%)	26 (30.2%)	19 (22.1%)	9 (10.5%)	5 (5.8%)	0 (0%)	86
Produktdarstellung	9 (10.5%)	26 (30.2%)	21 (24.4%)	18 (20.9%)	12 (14%)	0 (0%)	86
Beratung	1 (1.2%)	11 (12.8%)	11 (12.8%)	14 (16.3%)	10 (11.6%)	39 (45.3%)	86
Service	20 (23.3%)	18 (20.9%)	12 (14%)	10 (11.6%)	22 (25.6%)	4 (4.7%)	86
People who answered question:							<b>86</b> (96.6%)
People who skipped question:							<b>3</b> (3.4%)

## Anhang - Detailergebnisse Frage 8 - Kommentare

- Ich habe aus Sicht unseres B2B Shops geantwortet, bei dem die Abwicklung über eine bestehende Kundenvereinbarung abgewickelt wird. Da sind dann plötzlich ganz andere Faktoren wichtig als im B2C-Geschäft.
- Einige der Faktoren variieren u.U. stark nach Bedarfssituation, Nutzerpräferenz bzw. -spezifika und nach Interpretation des Begriffs (Service, Layout werden sehr unterschiedlich verstanden). Es fehlt evtl. soetwas wie Hilfe-Features. Oder ist das unter Service subsummiert. Das Item "zusätzl. Beratungseiten und -tools ..." würde ich konkretisieren bzw. um ein Beispiel ergänzen.
- Ich bin gespannt auf die Ergebnisse!
- Eines der wichtigsten Kriterien ging m.E. vergessen; Die Suchmaschinentauglichkeit des Shops! Wird er überhaupt gefunden? Vgl. auch hier: <http://blog.carpathia.ch/category/onlineshopcheck/>
- zur Umfrage: nur Rang 1 - 6 kann verwirren .. was ist am wichtigsten?
- die letzte frage ist schwierig so zu beantworten...
- Eine getrennte Umfrage für Mode- und Technik wäre sinnvoll.
- Sehr große Artikelauswahl passt als Kriterium nur für klassische Shops, weniger für Clubs, shirt.woot etc.
- Beratung / Service in Q7 nicht trennscharf

## Anhang

Fragebogen:  
Fragen 1-2**Welche Erfolgskriterien sind für einen Onlineshop aus Kundensicht am Wichtigsten?**

Umfrage des Blogs "Zwischendurch@Thorsten Boersma": Mit den folgenden Fragen sollen die wichtigsten Erfolgskriterien und deren Einflussfaktoren für Onlineshops aus dem Mode- oder Technikbereich aus Kundensicht ermittelt werden.

**Q.1 Was ist aus Kundensicht bzgl. Angebot / Auswahl eines Shops am Wichtigsten?**

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig
Der Shop bietet eine sehr große Auswahl an unterschiedlichen Artikeln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Shop hat ein sehr trendiges und inspirierendes Angebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Shop hat eine sehr gute Markenauswahl mit den Topmarken in seinem Bereich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Preis-Leistungsverhältnis ist sehr gut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q.2 Was ist aus Kundensicht bzgl. Layout / Design eines Shops am Wichtigsten?**

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig
Das Design des Shops insgesamt ist sehr stylisch und ansprechend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Layout bietet eine sehr gute Übersicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Einstiegsseite des Shops und der Untersortimente ist ansprechend und bietet eine gute Übersicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Anhang

Fragebogen:  
Fragen 3-4**Q.3 Was ist aus Kundensicht bzgl. Navigation / Struktur / Suche eines Shops am Wichtigsten?**

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig
Die Navigationsstruktur ist intuitiv erfassbar - man findet sich sehr gut zurecht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eine gute Suche führt schnell zu den gewünschten Artikeln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produkt- und Suchergebnislisten bieten eine gute Übersicht und wichtige Details	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Umfangreiche Filter und Sortierkriterien erleichtern die Auswahl (z.B. nach Marken, Farben oder Bewertung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q.4 Was ist aus Kundensicht bzgl. der Produktdarstellung im Shop am Wichtigsten?**

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig
Die Bilder liefern eine genaue Vorstellung von dem Produkt (z.B. Bilder von allen Seiten, Farben oder Details)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Text ist übersichtlich strukturiert und beschreibt alle wichtigen Details	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Detaillierte Kundenbewertungen sind hilfreich für die Kaufentscheidung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kundenbewertungen zur Passform und Qualität des Artikels helfen bei der Kaufentscheidung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Anhang

Fragebogen:  
Fragen 5-6**Q.5 Was ist aus Kundensicht bzgl. der Beratung in einem Shop am Wichtigsten?**

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig
Ein guter Produktvergleich erleichtert die Auswahl zwischen ähnlichen Artikeln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktlisten und Guides von Kunden liefern Inspirationen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empfehlungen von zueinander passenden Artikeln oder Artikeln, die andere gekauft haben sind hilfreich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zusätzliche Beratungsseiten oder -tools bieten wichtige Informationen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q.6 Was ist aus Kundensicht bzgl. des Services in einem Shop am Wichtigsten?**

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig
Es gibt eine genaue Auskunft, wann der Artikel geliefert wird	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Versand erfolgt sehr schnell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eine Expresslieferung ist möglich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Versand ist kostenlos oder sehr günstig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Bestellung erfolgt sehr einfach und schnell (z.B. 1-Click-Bestellung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die unterschiedlichen Zahlungsarten bieten bequeme Zahlung (z.B. Rechnung, Raten, Kreditkarten, Paypal)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Anhang

### Fragebogen: Fragen 7-8

#### Q.7 Wie sollte man die einzelnen Erfolgsfaktoren ranken?

Die einzelnen Erfolgsfaktoren wurden in den obigen Fragen näher definiert.

	Rang 1 (am wichtigsten)	Rang 2	Rang 3	Rang 4	Rang 5	Rang 6 (am unwichtigsten)
Angebot / Auswahl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Layout / Design	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Navigation / Struktur / Suche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktdarstellung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beratung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Q.8 Kommentar / Anregungen / Feedback