

Gute Seiten, schlechte Seiten: Tipps für Webshops

Die Webpräsenz ist die digitale Visitenkarte eines Unternehmens und kann dem Geschäft entscheidende Impulse geben. Worauf muss man achten? VON TOBIAS LA COUR UND MICHAEL KURZIDIM

Fast zwei Drittel der Händler, die ihre Produkte über das Internet vertreiben, rechnen auch weiterhin mit stetig steigenden Umsätzen, das fand der B2B-Marktforscher EuPD Research heraus. 65,4 Prozent der Online-Händler gaben an, dass ihr Online-Umsatz in den vergangenen zwölf Monaten gestiegen sei.

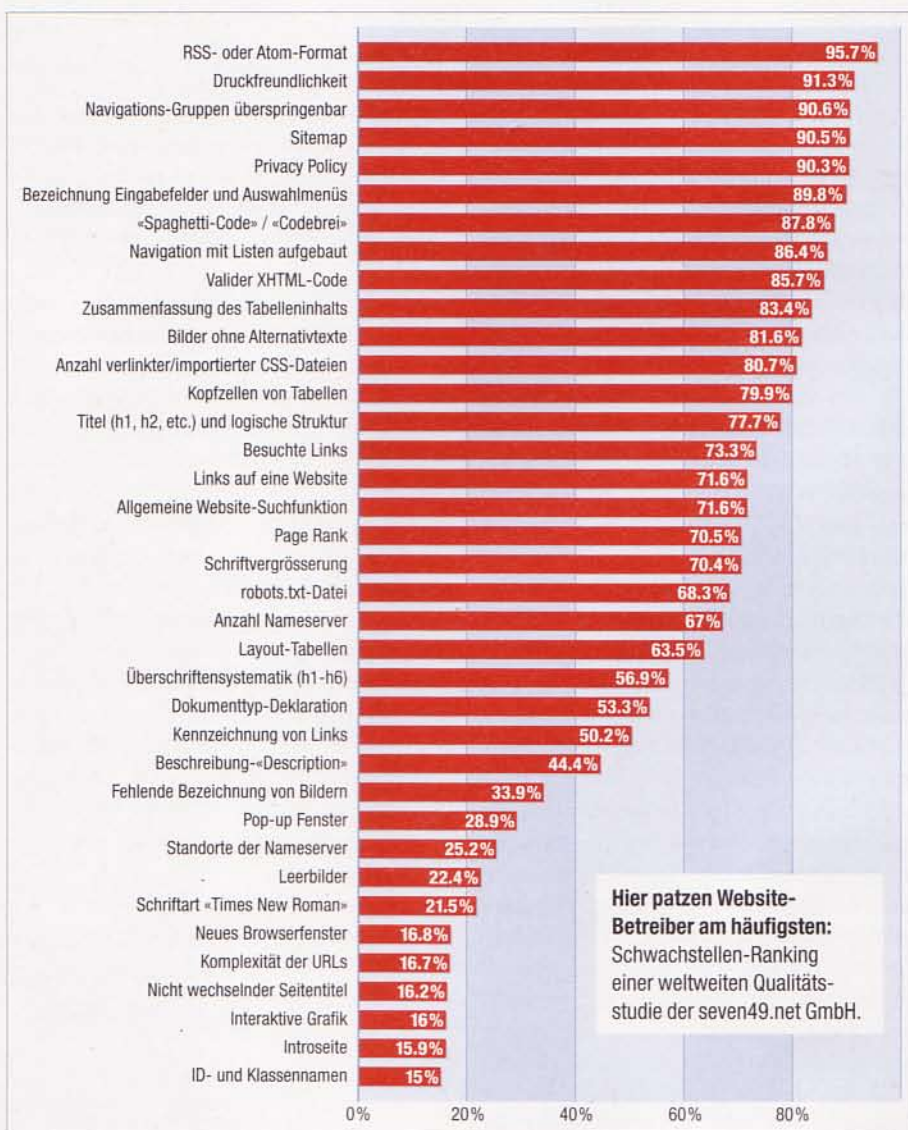
Die Marktforscher befragten im Rahmen ihrer Studie «eCommerce 2008» insgesamt 506 Händler, die in Deutschland eine Webpräsenz unterhalten. Den Löwenanteil am Online-Umsatz machen mit 13,6 Prozent elektronische Geräte und CDs/DVDs aus. Auf Platz zwei landen online geordnete Bücher und Zeitschriften mit 10,5 Prozent, gefolgt von Mode, Film, Musik und Software-Downloads.

Einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg des Online-Geschäfts hat dabei eine ansprechend gestaltete, intuitiv bedienbare und technisch einwandfreie Webpräsenz. Leider ist das unter Business Websites immer noch keine Selbstverständlichkeit. Der Schweizer E-Commerce- und Webmarketing-Spezialist seven49.net machte im vergangenen Jahr die Probe aufs Exempel und unterzog über 100 000 Websites weltweit einem automatisierten Qualitätscheck. Die Disziplinen des Testparcours bestanden aus den Erfolgsparametern Usability, Zugänglichkeit, Suchmaschinenoptimierung und die technische Qualität.

Auszeichnung für Schweizer Firmen

Im Ranking unter den Top 100 landeten die Webpräsenzen renommierter Unternehmen wie General Electric, Mozilla, Apple und der Lebensmittelkonzern Nestle. Von den Schweizer Websites schafften es neben höheren Bildungsinstituten wie der ETH

Tobias La Cour ist als Vice President of Marketing verantwortlich für das strategische Marketing bei Digital River.



Zürich auch Unternehmen wie Bluewin, Sunrise und Kuoni in die Spitzengruppe.

Hilfreiche Tipps für den optimalen Aufbau einer eigenen Website gibt die Negativ-Hitliste der schlimmsten Patzer. Bei immerhin 83,2 Prozent der getesteten Webauftritte ist die Druckfunktion nicht ohne Fehl und Tadel. Inhalte wie etwa Anfahrtspläne wer-

den dadurch beim Ausdruck abgeschnitten. Auch unterscheiden viele Sites optisch nicht zwischen bereits angeklickten und noch nicht besuchten Links. Solche Navigationsmängel verwirren den Besucher und erschweren die Orientierung. Auf 84,1 Prozent der getesteten Webpräsenzen fehlt zudem eine Sitemap – oder sie weist gravie-