

Beleg Wissenschaftliches Arbeiten 2024/2025

Qualitätsstandards für die Usability der Produktpräsentation im Online-Handel am Beispiel vom O₂ Shop

Inhalt

1	Einleitung	2
2	Ziel	2
3	Grundlagen	3
3.1	Methodisches Konzept.....	3
3.2	Begründung der Auswahl und Beschreibung der Informationsquellen Error! Bookmark not defined.	
3.3	Erstellen eines Katalogs mit Qualitätsanforderungen	5
4	Umsetzung und Bewertung.....	5
5	Zusammenfassung und Ausblick	Error! Bookmark not defined.
6	Literaturverzeichnis	11
7	Abbildungsverzeichnis.....	11

1 Einleitung

In einer Zeit, in der digitale Plattformen unser tägliches Leben maßgeblich beeinflussen, ist Usability (Benutzerfreundlichkeit) zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor für Websites und Anwendungen geworden. Nutzer erwarten heute nicht nur ein ansprechendes Design, sondern auch eine intuitive Bedienung, schnelle Ladezeiten und klare Strukturen, die eine effektive und angenehme Interaktion ermöglichen. Diese Anforderungen gehen über ästhetische Aspekte hinaus und umfassen die gesamte Benutzererfahrung. Laut Krug (2014) ist eine benutzerfreundliche Website darauf ausgelegt, „dass der Nutzer so wenig wie möglich nachdenken muss“, was die Grundlage für eine positive Erfahrung bildet.

Die Usability einer Website hat einen erheblichen Einfluss darauf, wie lange Nutzer verweilen, ob sie die gewünschten Aktionen erfolgreich ausführen und ob sie die Website erneut besuchen. Nielsen (2012) zeigt auf, dass Websites mit klarer Navigation und einer gut durchdachten Informationsarchitektur die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer die gesuchten Informationen finden, um bis zu 50 % erhöhen. In einer stark wettbewerbsorientierten Online-Welt kann eine schlecht gestaltete Website dazu führen, dass Nutzer abspringen und stattdessen zur Konkurrenz wechseln. Dies unterstreicht die Bedeutung eines nutzerzentrierten Designs, um langfristigen Erfolg im digitalen Markt zu sichern.

Diese Studie hat das Ziel, die grundlegenden Prinzipien der Usability zu analysieren und praxisnahe Ansätze zur Verbesserung des Webdesigns zu erarbeiten. Der Fokus liegt dabei auf zentralen Aspekten wie Navigation, Informationsarchitektur und Interaktionsdesign. Eine benutzerfreundliche Website ist der Schlüssel zu Kundenzufriedenheit und nachhaltigem geschäftlichen Erfolg im digitalen Zeitalter. Wie Tullis & Albert (2013) betonen, ist „die Optimierung der Benutzererfahrung der effektivste Weg, um Vertrauen und Loyalität zu fördern“.

2 Ziel

Das Hauptziel dieser Arbeit ist es, die grundlegenden Prinzipien der Usability zu untersuchen und deren zentrale Bedeutung für den Erfolg von Websites und digitalen Anwendungen herauszuarbeiten. Durch die Analyse aktueller Konzepte und praxisnaher Ansätze wird verdeutlicht, wie Usability gezielt verbessert werden kann, um eine optimale Benutzererfahrung zu schaffen.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Untersuchung der Usability-Aspekte im Kontext von Produktdarstellungen in einem Handyshop, insbesondere auf der Website von O2 Online. Dabei wird analysiert, wie entscheidende Faktoren wie Navigation, Informationsarchitektur, Interaktionsdesign und Benutzerführung optimiert werden können, um den unterschiedlichen Anforderungen der Nutzer gerecht zu werden. Ziel ist es, die Kriterien für die Gestaltung einer Webseite zu definieren, die eine effiziente, angenehme und fehlerfreie Nutzung ermöglicht.

Die Zielgruppe dieser Arbeit umfasst Personen aller Geschlechter im Alter von 10 bis 60 Jahren. Diese heterogene Gruppe spiegelt eine breite Nutzerbasis wider, die unterschiedliche Anforderungen und Erwartungen an eine benutzerfreundliche Website mitbringt. Das Ziel ist

es, Kriterien zu entwickeln, die diese Vielfalt berücksichtigen und allen Nutzergruppen eine positive, ansprechende Erfahrung bieten.

Darüber hinaus hat die Arbeit das Ziel, konkrete Handlungsempfehlungen zur praktischen Umsetzung von Usability-Prinzipien speziell für die Produktpräsentation in einem Online-Handyshop zu formulieren. Dabei werden Designstrategien und Best Practices vorgestellt, die eine benutzerfreundliche Gestaltung fördern, die Nutzerzufriedenheit erhöhen und die Kaufbereitschaft der Kunden steigern können.

Zusammenfassend soll diese Arbeit das Verständnis für Usability vertiefen und aufzeigen, wie eine benutzerfreundliche Website – insbesondere im Bereich der Produktdarstellung von Handys und Zubehör – als Wettbewerbsvorteil im digitalen Markt genutzt werden kann. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Analyse der Navigation, die den Weg von der Startseite zur Produktdetailseite erleichtert, sowie auf der Gestaltung des Textdesigns auf der Produktdetailseite.

3 Grundlagen

3.1 Methodisches Konzept

Im Rahmen dieser Arbeit werden grundlegende Konzepte der Usability sowie bewährte Methoden zur Analyse und Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit von Websites untersucht. Der Fokus liegt dabei auf der Anwendung dieser Prinzipien auf eine spezifische Website, nämlich den O2 Online-Shop, um eine praxisorientierte Untersuchung der Usability durchzuführen. Zu den untersuchten Aspekten gehören insbesondere Navigation, Informationsarchitektur und Interaktionsdesign. Diese grundlegenden Konzepte sind für die Gestaltung von Webseiten entscheidend, um eine positive Nutzererfahrung zu gewährleisten.

Die Untersuchung dieser Arbeit folgt einem qualitativen Ansatz, der sowohl theoretische als auch praktische Elemente umfasst. Um die Usability der O2 Online-Shop-Seite zu analysieren und zu verbessern, wird ein dreistufiger Prozess angewandt:

Zu Beginn wird eine umfassende Literaturrecherche zu den grundlegenden Prinzipien der Usability durchgeführt. Hierbei werden die Erkenntnisse aus aktuellen wissenschaftlichen Arbeiten und Best-Practice-Beispielen herangezogen, um zu verstehen, welche Usability-Faktoren den Erfolg von Websites maßgeblich beeinflussen. Diese Literatur bietet einen wertvollen Rahmen, um die Definitionen und Best Practices für eine benutzerfreundliche Gestaltung festzulegen.

Im nächsten Schritt folgt eine detaillierte Analyse der Website von O2 Online. Dies umfasst die Untersuchung der Navigation, der Informationsarchitektur und der Produktdarstellung. Besonderes Augenmerk wird auf die Analyse der Navigation und der Produktdetailseite gelegt. Dabei soll herausgefunden werden, wie Nutzer schnell und effizient von der Startseite zur Produktdetailseite gelangen und wie die Produkte auf der Seite präsentiert werden. Die Untersuchung erfolgt anhand einer Reihe von Usability-Kriterien, wie der Effizienz, der Fehleranfälligkeit und der Zufriedenheit. Es wird überprüft, wie schnell und einfach Nutzer ihr Ziel erreichen, wie häufig Fehler auftreten und wie angenehm das Nutzungserlebnis insgesamt ist.

Im letzten Schritt werden konkrete Verbesserungsvorschläge zur Optimierung der Usability abgeleitet. Hierbei werden Designstrategien und funktionale Änderungen berücksichtigt, die darauf abzielen, die Benutzerfreundlichkeit zu steigern und die Nutzererfahrung zu verbessern. Ziel ist es, Vorschläge zu entwickeln, die nicht nur die Interaktion mit der Website

vereinfachen, sondern auch die Nutzerzufriedenheit erhöhen und die Kaufbereitschaft der Kunden fördern.

Das methodische Konzept dieser Arbeit kombiniert qualitative Forschungsmethoden mit praktischen Handlungsempfehlungen, um eine praxisorientierte und fundierte Verbesserung der Usability zu gewährleisten.

3.2 Begründung der Auswahl und Beschreibung der Informationsquellen

Die Auswahl der Informationsquellen für diese Arbeit basiert auf ihrer Praxisrelevanz und wissenschaftlichen Eignung für die Analyse und Optimierung der Usability von Websites, insbesondere von Online-Shops. Die verwendeten Quellen kombinieren theoretische Grundlagen mit praxisorientierten Ansätzen und konzentrieren sich auf die Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit, der Navigation sowie der strukturellen Gestaltung von Webseiten.

Die Quelle von Textbroker untersucht die Gestaltung und Bedeutung von Produktbeschreibungen in Online-Shops [4]. Sie zeigt auf, dass prägnante und klar formulierte Produktbeschreibungen die Nutzererfahrung auf Produktdetailseiten verbessern und Kaufentscheidungen positiv beeinflussen können [4]. Diese Erkenntnisse sind besonders relevant für die Optimierung der Produktdarstellung im O2 Online-Shop, da eine strukturierte und ansprechende Präsentation wesentlich zur Usability beiträgt.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Website-Navigation, die maßgeblich zur Benutzerfreundlichkeit einer Webseite beiträgt. Die Quelle von IONOS (2018) liefert wertvolle Einblicke in Best Practices für eine benutzerfreundliche Navigation [5]. Sie beschreibt, wie eine klar strukturierte Navigationsführung Nutzern hilft, sich effizient und intuitiv auf einer Website zurechtzufinden, wodurch die Benutzerfreundlichkeit erheblich verbessert wird [5]. Da die Navigation von der Startseite zur Produktdetailseite ein zentraler Bestandteil der Nutzererfahrung im O2 Online-Shop ist, stellt diese Quelle eine essenzielle Grundlage für die Analyse und Optimierung der Navigationsstruktur dar.

Neben inhaltlichen und strukturellen Aspekten spielt auch die technische Performance einer Website eine entscheidende Rolle für die Usability. Die Publikation von Ralf T. Kreutzer (2018) behandelt strategische Maßnahmen zur Sicherstellung einer hohen Performance und Benutzerfreundlichkeit von Websites [6]. Der Fokus liegt auf der technischen und strukturellen Gestaltung von Webseiten, um schnelle Ladezeiten sowie eine intuitive und nutzerfreundliche Architektur zu gewährleisten [6]. Diese Aspekte sind für die Usability des O2 Online-Shops von zentraler Bedeutung, da sie einen direkten Einfluss auf die Nutzerzufriedenheit und die Effizienz der Nutzung haben.

Die ausgewählten Quellen leisten insgesamt einen entscheidenden Beitrag zum Verständnis der Usability von Websites und bieten praxisorientierte Ansätze zur Optimierung der Nutzererfahrung in Online-Shops. Sie liefern fundierte Erkenntnisse zur Gestaltung von Produktdarstellungen, zur Optimierung der Navigation sowie zur Verbesserung der technischen und strukturellen Performance. Diese Erkenntnisse sind von großer Bedeutung für die Analyse und Weiterentwicklung der O2 Online-Shop-Seite, da sie direkt darauf abzielen, die Benutzerfreundlichkeit zu optimieren und die Zufriedenheit der Kunden zu steigern.

3.3 Erstellen eines Katalogs mit Qualitätsanforderungen

Zur systematischen Bewertung der Usability-Anforderungen wird ein Katalog mit Qualitätsanforderungen erstellt. Dieser Katalog basiert auf den analysierten Informationsquellen und fasst die wichtigsten Anforderungen an die Benutzerfreundlichkeit von Online-Shops in strukturierter Form zusammen.

Die Anforderungen werden in verschiedene Inhaltsgruppen unterteilt, die sich an den zentralen Usability-Kriterien orientieren. Jede Anforderung wird sorgfältig dokumentiert, wobei die spezifische Qualitätsanforderung aus den Fachquellen aufgeführt wird. Darüber hinaus wird die Referenzquelle angegeben, um die Herkunft der Anforderung nachvollziehbar zu machen. Zusätzlich wird ein Kommentar des Autors beigefügt, der erklärt, ob die Anforderung übernommen, modifiziert oder nicht berücksichtigt wurde.

Anforderungen, die nicht eindeutig formuliert oder unpräzise sind, werden ebenfalls erfasst, jedoch mit dem Vermerk „nicht berücksichtigt“ versehen und mit einer kommentierten Begründung ergänzt. Falls eine Anforderung in ihrer ursprünglichen Form nicht klar definiert ist, erfolgt eine Präzisierung durch den Autor, um eine einheitliche Bewertungsgrundlage sicherzustellen.

Ein Beispiel für die Anwendung dieses Katalogs ist die Analyse des Navigationsprozesses. Hier wird untersucht, welche Anforderungen aus der Fachliteratur übernommen oder ausgeschlossen wurden. Eine nicht berücksichtigte Anforderung könnte die Vermeidung technischer Probleme bei der Navigation mit mobilen Endgeräten sein, da diese entweder als nicht relevant erachtet oder durch andere Anforderungen bereits ausreichend abgedeckt wurden.

Durch diese strukturierte Vorgehensweise wird eine klare Vergleichbarkeit der Usability-Anforderungen ermöglicht. Diese Vergleichbarkeit erleichtert die spätere Analyse und Optimierung der O2 Online-Shop-Seite, da sofort ersichtlich wird, welche Anforderungen übernommen, ausgeschlossen oder modifiziert wurden.

4 Umsetzung und Bewertung

In diesem Abschnitt wird die praktische Umsetzung des Navigationsprozesses analysiert und bewertet. Dabei werden die identifizierten Anforderungen aus den Informationsquellen mit den tatsächlichen Implementierungen verglichen. Ziel ist es, die Effektivität der Navigation hinsichtlich Nutzerfreundlichkeit, Konsistenz und Strukturierung zu überprüfen. Besonderes Augenmerk liegt auf der mobilen Optimierung, der intuitiven Gestaltung sowie der Einhaltung bewährter Navigationsstandards. Durch diese Bewertung sollen Verbesserungspotenziale aufgezeigt und Optimierungsmöglichkeiten für zukünftige Entwicklungen abgeleitet werden.

Tabelle 1 zeigt die aus den Informationsquellen abgeleiteten Navigationsanforderungen zusammen mit den Kommentaren des Autors, um aufzuzeigen, inwieweit die aktuelle Umsetzung diesen Anforderungen entspricht.

Tab. 1 Navigationsprozess

Nr	Anforderung in den Informationsquellen	Präzisierte Anforderung

1	Technische Probleme bei der Navigation auf mobilen Geräten vermeiden. [6:153]	Die mobile Nutzerfreundlichkeit ist entscheidend, um auf verschiedenen Geräten eine konsistente Nutzungserfahrung zu bieten.
2	Sicherstellen, dass die Navigation auf der Website konsistent ist. [6:154]	Eine konsistente Navigation reduziert die kognitive Belastung und erleichtert die Orientierung auf der Website.
3	Die Navigation auf der Website sollte klar strukturiert und logisch aufgebaut sein. [6:154]	Eine gut strukturierte Navigation hilft den Nutzern, sich einfach zurechtzufinden und schnell zu den gewünschten Informationen zu gelangen.
4	Die Navigation sollte oben links auf der Website platziert werden. [6:155]	Dies folgt den gelernten Standards und sorgt für eine benutzerfreundliche Erfahrung.
5	Logins und Suchfunktionen sollten sich oben rechts auf der Seite befinden. [6:148]	Dies entspricht den Erwartungen der Nutzer und ermöglicht eine intuitive Bedienung.
6	Das Wort „Suche“ oder ein entsprechendes Symbol sollte in der Suchmaske angezeigt werden. [7] https://www.o2online.de/e-shop/	Dies hilft den Nutzern, die Suchfunktion sofort zu erkennen und effektiv zu nutzen.
7	Die etablierten Webstandards der Nutzer sollten berücksichtigt werden. [6:154]	Indem gängige Webstandards verwendet werden, können sich die Nutzer schneller zurechtfinden und die Nutzung wird für sie erleichtert.
8	Die Website muss barrierefrei sein, damit sie für alle Nutzer zugänglich ist. [6:151]	Barrierefreiheit gewährleistet, dass Menschen mit Einschränkungen die Website problemlos nutzen können.
9	Die Versandkosten sollten nicht erst im Warenkorb sichtbar sein, sondern früher angezeigt werden. [6:151]	Dies erhöht die Transparenz und vermeidet unerwünschte Überraschungen beim Checkout.
10	Vermeidung von blinkendem Text, bewegten Bildern und aggressiven Animationen. [6:153]	Solche Elemente können ablenken und das Nutzererlebnis negativ beeinflussen.
11	Pop-Up-Fenster und das Öffnen neuer Browser-Tabs vermeiden. [6:153]	Pop-Ups und neue Fenster können das Nutzererlebnis stören und sollten vermieden werden.
12	Die Funktionen müssen in verschiedenen Browsern gleich gut funktionieren. [6:153]	Eine einheitliche Funktionalität auf allen Browsern stellt sicher, dass die Website für alle Nutzer zugänglich bleibt.
13	Die Suchfunktion sollte fehlertolerant sein, damit auch bei Tippfehlern relevante Ergebnisse angezeigt werden. [6:154]	Dies verbessert die Benutzererfahrung und sorgt dafür, dass Nutzer nicht frustriert werden, wenn sie Fehler machen.

14	Die Navigationsstruktur auf der Website sollte klar und einfach zu verstehen sein. [5]	Eine klare Struktur hilft den Nutzern, sich schnell zurechtzufinden und ihre Ziele effizient zu erreichen.
15	Nutzer sollten mit minimalen Klicks ihr Ziel erreichen können. [5]	Eine einfache und schnelle Navigation erhöht die Nutzerzufriedenheit und sorgt für eine bessere Benutzererfahrung.
16	Die Inhalte der Website sollten klar und informativ formuliert sein. [5]	Verständliche Inhalte bieten den Nutzern echten Mehrwert und helfen, ihre Fragen schnell zu beantworten.
17	Interaktionselemente wie Buttons sollten deutlich sichtbar platziert sein. [5]	Sichtbare Interaktionsmöglichkeiten fördern die Nutzerbeteiligung und erleichtern die Interaktion mit der Seite.
18	Das Design sollte das gängige Leseverhalten der Nutzer (F-Muster) berücksichtigen. [5]	Indem das Design dem natürlichen Leseverhalten folgt, wird die Orientierung auf der Seite erleichtert und das Nutzererlebnis verbessert.
19	Eine Breadcrumb-Navigation (Brotkrümelnavigation) sollte eingesetzt werden. [5]	Diese sekundäre Navigation zeigt den Pfad des Nutzers auf und erleichtert das Zurückspringen auf vorherige Seiten.
20	Die Navigationsstruktur sollte so optimiert sein, dass sie das SEO-Ranking verbessert. [5]	Eine gut strukturierte Navigation fördert nicht nur die Benutzerfreundlichkeit, sondern auch das Ranking der Website in Suchmaschinen.
21	Die Navigation muss auf allen Geräten gut funktionieren. [5]	Eine responsive Navigation sorgt dafür, dass die Website auf Smartphones, Tablets und Desktops gleichermaßen gut funktioniert.
22	Die Navigationsstruktur sollte nicht mehr als drei Ebenen umfassen. [5]	Eine flache Hierarchie vereinfacht die Benutzerführung und verbessert das Nutzungserlebnis.
23	Deutlich sichtbare Handlungsaufforderungen (CTAs) sollten in der Navigation platziert sein. [5]	Call-to-Action-Buttons wie „Jetzt kaufen“ oder „Kontakt aufnehmen“ müssen klar sichtbar sein, um Nutzer zu Aktionen zu animieren.
24	Die Navigation sollte nicht zu viele Menüpunkte enthalten, um die Nutzer nicht zu überfordern. [5]	Eine klare und einfache Navigation sorgt für eine bessere Benutzererfahrung und hilft den Nutzern, schnell zu finden, was sie suchen.
25	Inhalte sollten nach thematischen Kategorien geordnet sein. [5]	Eine logische Gruppierung der Inhalte ermöglicht es den Nutzern, schnell relevante Informationen zu finden.
26	Icons oder Symbole können die Navigation visuell unterstützen. [7]	Visuelle Unterstützung durch Icons hilft den Nutzern, schneller zu verstehen, wo sie klicken müssen, ohne

		den Text lesen zu müssen.
27	Such- und Filterfunktionen für Produkte sollten bereitgestellt werden. [7]	Effiziente Such- und Filteroptionen helfen den Nutzern, schnell die gewünschten Produkte zu finden.
28	Eine Wunschlisten-Funktion sollte integriert werden, um die Nutzerinteraktion zu fördern. [7]	Die Möglichkeit, Produkte zu speichern, fördert die spätere Kaufentscheidung und steigert die Interaktion mit der Plattform.
29	Das Unternehmenslogo sollte als Klickfläche zur Rückkehr zur Startseite dienen. [7]	Die Rückkehr zur Startseite per Klick auf das Logo ist eine etablierte Best Practice und verbessert die Benutzerfreundlichkeit.

Tabelle 1 fasst zentrale Navigationsanforderungen zusammen, die eine benutzerfreundliche und intuitive Navigation gewährleisten sollen. Wichtige Aspekte sind klare Menüstrukturen, mobile Optimierung, konsistente Gestaltung sowie die Vermeidung technischer Probleme. Zudem wird auf die barrierefreie Nutzung, sichtbare Suchfunktionen und interaktive Elemente hingewiesen. Die Umsetzung dieser Anforderungen verbessert die Usability und steigert die Nutzerzufriedenheit.

Begriffserläuterungen von Tab. 1 Navigationsprozess

Begriff	Erläuterung
Responsive Design	Anpassung der Website an verschiedene Bildschirmgrößen für eine einheitliche Nutzungserfahrung.
Suchfunktion	Eine Funktion, die es Nutzern ermöglicht, schnell und gezielt nach Inhalten zu suchen. Eine fehlertolerante Suche zeigt auch Ergebnisse bei Tippfehlern.
Barrierefreiheit	Die Möglichkeit, dass Menschen mit Behinderungen (z. B. Sehbehinderte) die Website problemlos nutzen können. Dies beinhaltet Screenreader-Kompatibilität und klare Kontraste.
Call-to-Action (CTA)	Handlungsaufforderungselemente, die Nutzer zu einer bestimmten Aktion bewegen (z. B. Kauf, Registrierung).
Icons & Symbole	Visuelle Elemente, die zur leichteren Orientierung und Bedienung auf einer Website beitragen.
Breadcrumb-Navigation	Sekundäre Navigation, die den Navigationspfad einer Seite anzeigt und eine einfache Rückkehr zu vorherigen Seiten ermöglicht.

Tabelle 2 stellt die wichtigsten Qualitätsanforderungen für Produktbeschreibungen in Online-Shops dar. Sie dient dazu, die Nutzererfahrung zu verbessern und die Kaufentscheidung der Kunden positiv zu beeinflussen. Die Anforderungen umfassen wesentliche Aspekte wie klare und strukturierte Informationen, Suchmaschinenoptimierung (SEO), ansprechendes Design und die Integration von multimedialen Inhalten wie Bildern und Videos. Durch die Umsetzung dieser Qualitätsmerkmale können Online-Shops die Attraktivität ihrer Produkte steigern, das

Vertrauen der Kunden gewinnen und eine reibungslose Einkaufserfahrung bieten. Die Tabelle zeigt detailliert, wie jede Anforderung konkret umgesetzt werden kann.

Table 2 : Qualitätsanforderungen an Produktbeschreibungen

Nr.	Qualitätsanforderung mit Quelle	Präzisierte Anforderung
1	Produktbeschreibungen sollten die Merkmale und Eigenschaften eines Produkts klar erklären. [4]	Alle relevanten Produktdetails müssen verständlich und strukturiert dargestellt werden.
2	Die Beschreibung soll den Kunden emotional ansprechen und zum Kauf motivieren. [4]	Einsatz von ansprechenden Formulierungen, um Interesse und Vertrauen zu schaffen.
3	Eine gute Produktbeschreibung sollte suchmaschinenoptimiert sein (SEO). [4]	Nutzung von Keywords, Meta-Tags und gut strukturierten Inhalten für bessere Sichtbarkeit.
4	Der Text sollte an die Zielgruppe angepasst sein. [4]	Stil und Ton müssen sich nach den Bedürfnissen und Erwartungen der Kunden richten.
5	Verwendung von Listen zur besseren Übersichtlichkeit. [4]	Technische Details und Vorteile des Produkts sollten in Stichpunkten dargestellt werden.
6	Produktbilder und Videos sind essenziell. [4]	Visuelle Inhalte sollen das Produkt realistisch darstellen und Emotionen wecken.
7	Verlinkungen zu ähnlichen Produkten oder Zubehör einfügen. [4]	Integration von Cross-Selling-Elementen zur Steigerung der Verkaufschancen.
8	Bewertungen und Tests können die Kaufentscheidung positiv beeinflussen. [4]	Kundenbewertungen und Zertifizierungen sollten gut sichtbar platziert werden.
9	Preis und Lieferdetails müssen transparent sein. [4]	Klare Angaben zu Preis, Versandkosten und Lieferzeit, um Vertrauen zu schaffen.
10	Ein Call-to-Action (CTA) sollte den Kaufprozess erleichtern. [4]	Eindeutige Handlungsaufforderungen wie „Jetzt kaufen“ oder „In den Warenkorb“ sollten prominent sichtbar sein.

Die Tabelle 2 fasst die zentralen Qualitätskriterien für Produktbeschreibungen zusammen und zeigt auf, wie sie effektiv umgesetzt werden können. Wichtige Punkte sind eine klare Struktur, emotionale Ansprache, SEO-Optimierung und visuelle Unterstützung. Diese Maßnahmen helfen dabei, die Sichtbarkeit der Produkte zu erhöhen, die Nutzerfreundlichkeit zu verbessern und die Conversion-Rate zu steigern.

Tabelle 2 legt außerdem den Schwerpunkt auf die visuelle Gestaltung der Texte. Hierbei wurden Aspekte wie Schriftart, -größe, Design, Inhalt, Zeilenlayout und Textgliederung untersucht, um dem Nutzer einen möglichst klar strukturierten und gut lesbaren Text zu präsentieren.

Abbildung 1: Beispiel für ein Call To Action, Quelle: <https://www.o2online.de/e-shop/>



5 Zusammenfassung und Ausblick

Diese Arbeit verfolgt das Ziel, die Nutzerfreundlichkeit von Produktdarstellungen in der Produktkategorie „Handys“ auf Websites zu optimieren. Nach der Auswertung von Tabelle 1 „Navigationsprozess“ wurde festgestellt, dass keine spezifischen Anforderungen für den Navigationsprozess von der Startseite bis zur Produktdetailseite identifiziert wurden. Stattdessen konzentrieren sich die Ergebnisse auf allgemeine Prinzipien wie eine klare Struktur, konsistente Navigation und die Berücksichtigung etablierter Standards. Diese allgemeinen Anforderungen lassen sich auf andere Produktkategorien, wie beispielsweise Sportwagen, übertragen, jedoch ausschließlich auf Websites von Online-Shops.

Die Ergebnisse aus Tabelle 2 „Textdesign“ verdeutlichen die Bedeutung einer klaren und gut lesbaren Textstruktur für die Produktdetailseiten. Die identifizierten Anforderungen sind nicht produktspezifisch und betreffen die grundlegenden Prinzipien der Textdarstellung, die sich stark von der Gestaltung in Printmedien unterscheiden. Eine flexible Anpassung an verschiedene Bildschirmgrößen und Geräte ist dabei von entscheidender Bedeutung, um eine ansprechende Nutzererfahrung sicherzustellen.

Zusätzliche Informationsquellen sollten untersucht werden, um die Ergebnisse zu validieren und weiter zu verfeinern. Eine vertiefte Literaturrecherche könnte weitere Best Practices und innovative Ansätze im Bereich Usability aufzeigen.

Usability-Tests, insbesondere unter Verwendung von Eye-Tracking-Technologien, würden helfen, das Nutzerverhalten besser zu verstehen. Systematische Nutzerbefragungen könnten spezifische Schwachstellen aufdecken und praxisnahe Verbesserungsvorschläge liefern.

Da sich diese Untersuchung auf Desktop-Anwendungen konzentriert, sollte eine Analyse mobiler Endgeräte durchgeführt werden. Mobile Nutzer stellen oft andere Anforderungen an die Navigation und Textgestaltung.

Interaktive Elemente wie Filter, Sortieroptionen oder Wunschlisten könnten die Nutzererfahrung weiter verbessern. Eine klare und intuitive Call-to-Action-Gestaltung fördert die Konversion und Nutzerbindung.

Abschließend zeigt diese Arbeit, dass eine durchdachte Kombination aus einer optimierten Navigation und einer ansprechenden Textgestaltung die Benutzerfreundlichkeit von Websites signifikant steigern kann. Die hier identifizierten Anforderungen bilden eine Grundlage für weitere Forschungen und praktische Anwendungen, um die Effizienz und Attraktivität von Produktdarstellungen in Online-Shops nachhaltig zu verbessern.

6 Literaturverzeichnis

- [1] S. Krug. Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability. New Riders Publishing, 2014. Online-Quelle: <https://www.dontmakemethink.com>, Zugriff am 11.03.2025.
- [2] J. Nielsen. Usability Engineering. Morgan Kaufmann, 2012. Online-Quelle: <https://www.nngroup.com/books/usability-engineering>, Zugriff am 17.01.2025.
- [3] T. Tullis & B. Albert. Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics. Elsevier, 2013. Online-Quelle: <https://www.measuringux.com>, Zugriff am 11.03.2025.
- [4] Textbroker,Starke Texte schreiben lassen zu jedem Thema | Textbroker. Online-Quelle: <https://www.textbroker.de/>, Zugriff am 11.03.2025.
- [5] IONOS, 03.05.2018. Gute Website-Navigation: So steigern Sie die Benutzerfreundlichkeit. Online-Quelle: <https://www.ionos.de/digitalguide/websites/webdesign/web-usability-so-optimieren-sie-ihre-navigationsstruktur/>, Zugriff am 11.03.2025.
- [6] R.T. Kreutzer. Praxisorientiertes Online Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. 3. Auflage. 2018. Online-Quelle: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-31990-8>, Zugriff am 11.03.2025
- [7] O₂ Online-Shop. Produkte und Tarife für Mobilfunkkunden. Online-Quelle: <https://www.o2online.de/e-shop/>, Zugriff am 11.03.2025.

7 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Call To Action, Online-Quelle: <https://www.o2online.de/e-shop/>, Zugriff am 11.03.2025.