

**Ole Tangermann / Geschäftsführer Excentos GmbH**

## Vor dem Kauf steht die Suche

Das Internet ist zur ersten Anlaufstelle für Recherchen nach Produktinformationen geworden. Die Mehrzahl aller Kaufentscheidungen wird bereits online vorbereitet bzw. online getroffen: Von rund 43 Millionen deutschen Internet-Nutzern setzen mittlerweile nahe-

zu alle (97 Prozent) das Internet zur Produktsuche ein und 75 Prozent aller deutschen Internet-Nutzer haben online bereits eingekauft. Auch die Kaufhäufigkeit und die Ausgabenhöhe nehmen weiter zu.

Internet-Nutzer sind inzwischen relativ erfahren in der Suche nach Produktinformationen und recherchieren online nicht mehr nur nach Preisen. Sie kennen die verschiedenen Suchmethoden und erkennen qualitative Unterschiede. Sie erwarten eine schnelle, einfache Suche, aber auch Schlüsselinformationen bzw. Empfehlungen, die ihnen die Kaufentscheidung erleichtern. Vertrauen in den Website-Betreiber und in die eigene Kaufentscheidung sind entscheidende Faktoren dafür, ob Website-Besucher zu Käufern konvertiert werden können.

Viele der klassischen Suchmethoden wie Freitextsuche oder Filtersuche sind gut dafür geeignet, die Produktauswahl in großen Sortimenten deutlich einzuschränken. Sie sind jedoch nur unzureichend dazu geeignet, Kunden fachlich zu beraten und bei ihrer Kaufentscheidung zu unterstützen, da sie Nutzern nichts zu der Qualität des Suchergebnisses sagen können.

Außerdem werden die derzeit am Markt eingesetzten Such-Tools den gewachsenen Ansprüchen in Bezug auf Usability und Einkaufserlebnis nur bedingt gerecht.

**Die Integration von mehr Beratungsleistung in E- und M-Commerce wird daher immer wichtiger. Nur so kann die Conversion Rate auf ein wettbewerbsfähiges Niveau gebracht werden. ■**

