

## Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 27. Januar 2016

### **Intelligente Suchfunktionen im Online-Handel erhöhen Kundenzufriedenheit, Konversionsrate und Umsatz**

*Die Suchfunktion ist neben der Navigation das zentrale Bedienungselement im Online-Shop. Sie wird von vielen Besuchern genutzt, um ein Produkt auszuwählen. Durch eine gute Suchfunktion wird das Finden erheblich vereinfacht und die Motivation verstärkt, einzukaufen. Welche Erfahrungen Deutschlands Händler mit der Suche in ihrem eigenen Shop gemacht haben, hat das E-Commerce-Leitfaden-Team in einer Studie ermittelt.*

Händler, die auf dem schnell wachsenden E-Commerce-Markt langfristig bestehen möchten, müssen versuchen, dem Kunden ein optimales Einkaufserlebnis zu bieten. Durch Suchfunktionalitäten der Shop-Suche und Produktvorschläge, sogenannte Recommendations, wird dem Kunden geholfen, schnell das gewünschte oder ein ähnlich interessantes Produkt zu finden.

Das E-Commerce-Leitfaden Team hat in der Studie „Wer sucht, der findet – auch im Online-Handel?“ den Status quo bei der Shop-Suche und Produktvorschlägen bei Online-Händlern untersucht. Nur 3 Prozent der Befragten setzen keine Suche in ihrem Online-Shop ein. Sechs von zehn Händlern nutzen für die Suche in ihrem Shop ein Zusatzmodul eines Drittanbieters. Knapp ein Viertel setzt auf die Standard-Suche des Shop-Systems, Module auf Open-Source-Source-Basis (z. B. Apache Solr) nutzen nur 5 Prozent. Dabei sind nur wenige Händler mit ihrer jeweiligen eingesetzten Suchfunktion derzeit unzufrieden.

Knapp zwei Drittel sind von der Standard-Suche des Shops auf eine andere, intelligente Suchfunktion umgestiegen. Dabei erleben die Händler starke Verbesserungen vor allem bei der Kundenzufriedenheit, der Konversionsrate und dem Umsatz. Der Einsatz einer intelligenten Suchfunktion zahlt sich also oft positiv aus.

Michael Marheineke von der SHI GmbH erläutert dazu: „Eine moderne, lernfähige und intelligente Suche wird in Zukunft aus keinem Online-Shop mehr wegzudenken sein. Suche ist zentral, geschäftskritisch und bedarf daher fortwährender Überwachung. Im Gegensatz zu früher beschäftigt sich nämlich die Suche heute auch mit Empfehlungen. Aus dem Such- und Surfverhalten des Käufers und aus seinen hinterlassenen Spuren während seines Einkaufs im Shop wird ihm zum gewünschten Produkt ein Zubehör, eine Ergänzung oder ein Service angeboten.“

Deswegen tun Shop-Betreiber gut daran, die Suchvorgänge ihrer Besucher zu analysieren, um sie verkaufsfördernd zu gestalten. Dies machen heute oft noch zu wenige. Dabei geben Fragen wie „Welche Begriffe wurden wie oft eingegeben? Was wurde nicht gefunden? Wie wird das Auto-Suggest genutzt?“ wertvolle Aufschlüsse. Mit diesen Informationen können gezielte Produktkampagnen erstellt oder das Suchmaschinenmarketing angepasst werden – was sich direkt positiv auf den Umsatz auswirken kann.

Die vollständige Studie „Wer sucht, der findet – auch im Online-Handel? Status quo bei Shop-Suche und Produktvorschlägen im Online-Shop“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung unter:

[www.ecommerce-leitfaden.de/shop-suche](http://www.ecommerce-leitfaden.de/shop-suche)

### Die wichtigsten Informationen zur Umfrage auf einen Blick:

<b>Titel:</b>	Wer sucht, der findet – auch im Online-Handel? Status quo bei Shop-Suche und Produktvorschlägen im Online-Shop
<b>URL:</b>	<a href="http://www.ecommerce-leitfaden.de/shop-suche">www.ecommerce-leitfaden.de/shop-suche</a>

### **Über das Projekt „E-Commerce-Leitfaden“**

Um Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um den elektronischen Handel zu geben, hat sich ein Konsortium bestehend aus namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. 1&1, atriga, ConCardis, Hermes Logistik Gruppe Deutschland, RatePAY, SHI, SIX Payment Services, SoftENGINE, Speed4Trade und xt:Commerce bündeln in diesem Projekt ihr Know-how und ihre Erfahrungen, um zusammen mit ibi research die wichtigsten Informationen für Online-Händler und solche, die es werden wollen, in einfach verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.

Weitere Informationen: [www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)

### **Über ibi research**

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung mit Schwerpunkt auf Innovationen rund um Finanzdienstleistungen und den Handel. ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozessmanagement. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens ([www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)).

Weitere Informationen: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

**ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.**

**Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:**

ibi research an der Universität Regensburg  
Mira Tauscher  
Galgenbergstraße 25  
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901  
Telefax: 0941 943-1888  
E-Mail: [team@ecommerce-leitfaden.de](mailto:team@ecommerce-leitfaden.de)