DIE QUAL DER WAHL: ZU VIEL AUSWAHL DEMOTIVIERT KÄUFER

Veröffentlicht am 17. Juli 2013 von Isabella

Bevorzugen Sie als Kunde in einem Shop eine kleine oder eine große Auswahl an Produkten? Wenn Sie sich Letzteres wünschen: Sind Sie wirklich sicher? Eine Studie der Columbia und Stanford Universität beweist nämlich das Gegenteil: Zu viel Auswahl **überfordert den Kunden**, was letztendlich zu einem **Abbruch des Kaufes** führt.

Besagte Studie wurde mit verschiedenen Marmeladensorten in einem großen Supermarkt durchgeführt. Den unwissenden Kunden wurde ein großzügiger Rabatt versprochen, wenn Sie sich eine Marmelade aussuchten. Es gab dabei zwei verschiedene Experimente, einmal mit **24 verschiedenen Marmeladensorten** und einmal mit gleichen Bedingungen aber **lediglich sechs Sorten**. Bei der Probierphase probierten etwas mehr der Kunden die Marmeladen der größeren Auswahl. Die Berater wurden als sehr freundlich empfunden, sollten sich also positiv auf das Kaufverhalten auswirken.

- **Das überraschende Ergebnis**
  Die sich zunächst positiv erscheinende große Auswahl wirkte sich nicht auf das Kaufverhalten aus. Trotz Rabatt kauften nur **3%** der Kunden, die die große Auswahl hatten, eine Marmelade, wohingegen **30%** der anderen Gruppe sich für eine Marmeladensorte entscheiden konnten und diese auch kauften.

Ein große Auswahl kann zwar auf den ersten Blick sehr attraktiv wirken, zahlt sich aber nicht aus, da sich die meisten durch die **"Qual der Wahl"** beeinflussen lassen und sich am Ende nicht entscheiden können. Machen Sie sich also überhaupt keine Sorgen, wenn Sie in Ihrem Webshop nur

wenige Produkte anbieten können: Sehen Sie es als klaren **Vorteil**. Wenn Sie im Umkehrschluss allerdings auf eine große Auswahl nicht verzichten möchten, gibt es dafür natürlich weitere Tipps:

- **Ein gut strukturiertes Sortiment**
  erleichtert dem Kunden die Auswahl. Dabei müssen es ja nicht gerade 80 verschiedene Sorten Marmelade sein - es sei denn, Sie sind auf Marmeladen spezialisiert, aber selbst dann hilft es, die große Auswahl noch mal zu unterteilen.
- **Suchfilter**
  z.B. "beliebteste Produkte" - dabei aber wiederum nicht zu viele Optionen geben - **auch hier ist weniger mehr!**
- **Kategorien**
  einrichten, um das Finden eines Produktes zu erleichtern, ähnlich den immer gleich sortierten Regalen in Supermarktketten.

Die Auswahl muss im Endeffekt **so einfach wie möglich gestaltet sein**, um den Kunden nicht zu sehr anzustrengen. Sie können dieses Prinzip nicht nur auf Ihren Online-Shop beziehen, sondern auch auf Ihre **Webseite** übertragen. Klare Strukturen motivieren den Besucher zum Stöbern. Bei der Gestaltung von Webauftritten achten wir von der Media Company daher nicht nur auf ein schönes Gesamtdesign, sonder auch auf ein übersichtliches und ansprechendes, einfach zu verstehendes Layout.

Thumbnail Image: Supermarket Madrid von Hilke Heijmans via CC BY 2.0