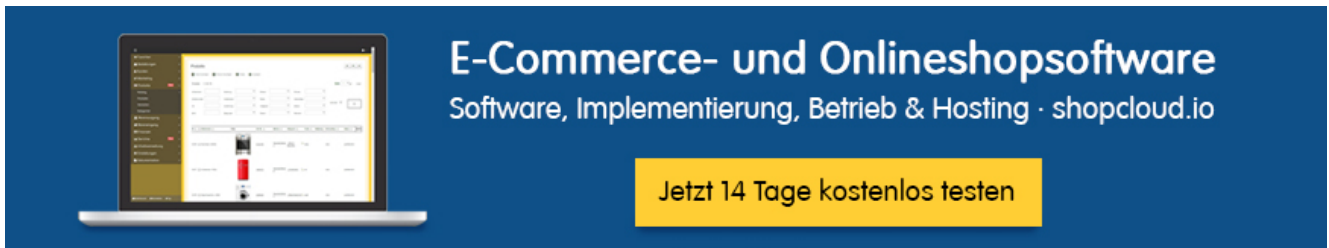


# Was ist die Konvertierungsrate und wie kann man diese verbessern?

- Zusammenfassung
- Bestellkonvertierungsrate
  - Aussagekraft
  - Messen der Kennzahl
  - Maßnahmen zur Verbesserung
- Weitere Links
- Feedback
- Historie



**E-Commerce- und Onlineshopsoftware**  
Software, Implementierung, Betrieb & Hosting · shopcloud.io

Jetzt 14 Tage kostenlos testen

## Zusammenfassung

Eine Rate dient oftmals der Einordnung eines Wertes in einen Gesamtmaßstab, so kann z.B. über die Bestellkonvertierungsrate die Anzahl der Besteller in einem **Onlineshop** zu der Anzahl der Besucher in Beziehung gesetzt werden. Die Rate wird häufig in Prozent angegeben, indem das Verhältnis so normiert (also erweitert oder gekürzt) wird, dass der Nenner 100 ist. Als **Konvertierungsrate** bezeichnet man konkreter das Verhältnis eines Zielergebnisses zu einem Basisergebnisses. So kann die Umwandlung von Besuchern zu Käufern im Verhältnis ausgedrückt werden, verglichen und optimiert werden.

Die Ermittlung einer allgemeinen Rate kann nach der beschriebenen Formel berechnet werden. Je nach Bezugsgrößen kann darüber eine andere Aussage getroffen werden.

$$\text{rate} = \text{Zielergebnis} * 100 / \text{Basisergebnis}$$

Die Konversionsrate bezeichnet dabei den Prozentsatz der Benutzer, die einen nachgelagerten Prozessschritt in einem Anfrage-, Bestell- bzw. Kaufprozess erreicht haben. Konversionsraten sind wichtige Kennzahlen zur Messung des Erfolges und der Effizienz einer Website.

## Bestellkonvertierungsrate

Die Bestellkonvertierungsrate (order conversion rate, Abkürzung CR), ist das Verhältnis der Bestellungen zu den Besuchern. Bei 5000 Besuchern im Monat bedeutet eine conversion rate von 5, dass 250 Besucher eine Bestellung aufgeben.

$$\text{Bestellkonvertierungsrate} = \text{Zahl der Käufer} * 100 / \text{Anzahl der Besucher}$$

## Aussagekraft

Die Bestellkonvertierungsrate, die oft für den Vergleich von SEO-Maßnahmen genommen wird, ist eher eine vergleichende Kennzahl, die einen Beitrag zur Bewertung von Maßnahmen leisten kann. Wichtig für den Händler ist aber, dass er sich vorher über seine Ziele klar wird und diese definiert. Nur so kann gewährleistet werden, dass die Optimierung nicht mehr kostet, als die höhere Bestellkonvertierungsrate bringt.

## Messen der Kennzahl

Die Zahl der Käufer lässt sich einfach aus dem Bestellbericht ermitteln. Die Zahl der Besucher kann über Trackingtools (eTracker, googleAnalytics, etc.) oder über die Auswertung der Serverlogs erfolgen. Bei der Messung der Besucherzahl muss man allerdings damit

rechnen, das diese Zahl eher ein guter Schätzwert ist, als ein exakter Meßwert. Dies hat damit zu tun, dass die Grundlage der Kommunikation auf dem Protokoll HTTP beruht und HTTP keine echten Sitzungen unterstützt. Außerdem muss man mit dem Umstand rechnen, das zwischengespeicherte Seiten (Proxy) die Messung zusätzlich verfälschen können.

## Maßnahmen zur Verbesserung

Die wesentlichen Einflussfaktoren der Bestellkonversionsrate kann man grob in drei Gruppen einteilen. Die erste und wichtigste Gruppe enthält alle Faktoren des Produkt- und Serviceangebotes. Ohne das optimale und passende Produkt spielen die anderen Faktoren eine untergeordnete Rolle. Ein Top-Produkt zum guten Preis wird ein Kunde auch dann kaufen, wenn er darauf länger warten muss (Lieferzeit) oder im Kassensbereich einige Hürden meistern muss ([Usability](#)). Eine kurze Lieferzeit oder die richtige Bezahlweise wird aber im Gegenzug wenige dazu verleiten z.B. eine hässliche Bluse zu kaufen.

- Produkt- und Serviceangebot
  - Produkteigenschaften
  - Preis-/Leistungsverhältnis
  - Verfügbarkeit
- Produktpräsentation
  - Produktfotografie
  - Produktbeschreibung
  - Ladezeit des Shops
- Kaufabwicklung
  - Akzeptierte Bezahlarten
  - Kommunikation während des Prozesses (verständliche Bildschirrmeldungen und E-Mails)
  - Optimaler Lieferservice (z.B. [Packstation](#))
  - Lieferzeit
  - Vollständigkeit der Lieferung

## Weitere Links

- Ecommerce-Onlineshopsysteme
  - [www.shopcloud.io](http://www.shopcloud.io)
- Benutzertracking
  - [eTracker](#)
  - [googleAnalytics](#)

---

## Feedback

Waren diese Informationen hilfreich? Yes No

---

## Historie

---

Version	Datum	Kommentar
<b>Aktuelle Version (v. 19)</b>	<b>01.Sep.2017 11:41</b>	<b>Volker Schukai</b>
v. 18	08.Dez.2016 22:10	Volker Schukai
v. 17	04.Sep.2016 17:16	Volker Schukai
v. 16	23.Jul.2012 22:59	<b>Volker Schukai:</b> Migrated to Confluence 5.3
v. 15	23.Jul.2012 22:59	Volker Schukai
v. 14	23.Jul.2012 22:59	Volker Schukai
v. 13	23.Jul.2012 22:53	Volker Schukai
v. 12	23.Jul.2012 22:35	Ingrid Schukai
v. 11	23.Jul.2012 19:40	Volker Schukai

v. 10	23.Jul.2012 19:23	<b>Volker Schukai</b>
v. 9	23.Jul.2012 19:23	<b>Volker Schukai</b>
v. 8	23.Jul.2012 19:09	<b>Volker Schukai</b>
v. 7	23.Jul.2012 18:54	<b>Volker Schukai</b>
v. 6	23.Jul.2012 18:53	<b>Volker Schukai</b>
v. 5	23.Jul.2012 18:53	<b>Volker Schukai</b>
v. 4	23.Jul.2012 18:53	<b>Volker Schukai</b>
v. 3	23.Jul.2012 18:36	<b>Volker Schukai</b>
v. 2	23.Jul.2012 18:35	<b>Volker Schukai</b>
v. 1	23.Jul.2012 18:35	<b>Volker Schukai</b>