Shop-Usability-Award 2015: Die interessantesten Shops des E-Commerce-Wettbewerbs

Autor: Jochen G. Fuchs
Datum:11.09.2015

Der bedeutendste Award der Branche ist verliehen worden, wir präsentieren euch die Gewinner des Wettbewerbs und die spannendsten Shops aus der Gewinnerriege samt der dazugehörigen Jury-Bewertungen.

Der Shop-Usability-Award hat in der E-Commerce-Szene mit Abstand die größte Reputation, dementsprechend haben sich viele Blicke auf den Abend des 10. Septembers gerichtet – auf die Preisverleihung des Awards während der K5-Konferenz. Über 534 Einreichungen fanden ihren Weg zur prominent besetzten Fachjury rund um Deutschlands Usability-Papst Johannes Altmann. Auch t3n war in der Jury vertreten.

Die Gewinner des Shop-Usability-Awards

Zwei Shops glänzten im Wettbewerb besonders: Der Sport- und Outdoor-Shop keller-sports.de mit der höchsten Jurywertung und Gesamtpunktzahl als „Gesamtsieger“ und der Netzwerk-Komponentenhersteller devolo AG, der mit

seinem Webshop gleich in zwei Kategorien zugeschlagen hat: bester Markenshop und bester Shop in der Kategorie „Special Interest“.

- B2B goin.de
- Essen & Trinken mymuesli.com
- Freizeit, Hobby & Haustier demmer-piano.de
- Hardware, Software & Unterhaltungselektronik luxusschall.de
- Haushalt, Heimwerk & Garten wmf.com
- Möbel & Wohnen click-licht.de
- Mode gaastraproshop.com
- Spielwaren & Kids stabilo.com/shop
- Uhren, Schmuck, Geschenke & Lifestyle shop.zeit.de
- Wellness, Beauty & Gesundheit lensbest.de
- Innovativster Shop aboutyou.de

Shop-Usability-Award 2015: Die spannendsten Shops

Zu den spannendsten Shops haben wir für euch die Laudatio der Jury auf den jeweiligen Gewinner eingesammelt, beginnend mit dem Gesamtsieger:

Gesamtsieger: keller-sports.de, Outdoor- und Sportshop

Keller Sports überrascht mit einem beeindruckenden Relaunch, der auf OXID eSales basiert und inhouse gepflegt wird. Die Jury lobt die stringente Ausrichtung des Shops auf den User – auf allen Endgeräten.

Der Onlineshop für „Multi-Sportler mit Beratungsbedarf“ macht durch innovative Mikrointeraktionen das Shopping zum Erlebnis. Im Bereich „Experience“ bietet sich dem Besucher eine Content-Welt rund um den Sport. Die Keller-Sports-Experten treten als Berater zu verschiedenen Themen auf, das macht den Pure-Player authentisch, sympathisch und sorgt für Kundennähe. Die eigens entwickelte Product-Matching-Engine setzt die gewohnte Beratung im Geschäft virtuell erlebbar um, der Größenberater beim Produkt unterstützt bei der Kaufentscheidung. Im Shop kommen hochwertige und großflächige Bilder mit einer fesselnden Bildsprache zum Einsatz, um Produkte, Themen und Marken zu inszenieren.

Die übersichtliche Navigation, zahlreiche individuell auf das Sortiment ausgerichtete Filtermöglichkeiten und Kundenbewertungen überzeugen zusätzlich – neben den attraktiven Konditionen hinsichtlich Versand, Zahlung und Retouren. Die Produktpräsentation auf Detailseitenebene sind ein eindrückliches Erlebnis. Der Bestellprozess ist einfach gehalten und auch auf mobilen Geräten perfekt nutzbar.

Kategoriegewinner „Special Interest“: devolo.de, Onlineshop für Netzwerk-Komponenten

Agentur: Netshops Commerce GmbH Shopsystem: Shopware
Die devolo AG ist weltweiter Marktführer im Powerline-Segment, der die Bedürfnisse seiner Kunden versteht. Das inhabergeführte Unternehmen, das in Deutschland seine Premium-Netzwerk-Produkte entwickelt, hat schon über 25 Millionen dLAN-Adapter ausgeliefert.

Der Onlineshop, der auf Shopware basiert und durch Netshops Commerce umgesetzt wurde, bietet umfangreiche Service-, Support- und Beratungsangebote. Die Produkte sind übersichtlich strukturiert, Kategorieseiten bieten hilfreiche Informationen und direkten Zugang zu den devolo-Produkten. Auf Detailseiten bieten sich dem Interessenten umfangreiche Informationen in Form von Produkteigenschaften, Anwendung, Testbericht, Kundenbewertungen, Produkt-FAQ und Downloads. Der Shop ist intuitiv bedienbar, im Detail durchdacht und bietet im Gesamten eine angenehme User-Experience.

Kategoriesieger „B2B“: goin.de

Goin hat sich auf modulare Möbelkollektionen für die Gastronomie spezialisiert und beschäftigt europaweit rund 150 Mitarbeiter. Der Shop wurde durch dasistweb auf Shopware relaunched und bietet ausgefeilte Tools als Planungshilfe für Gastronomen. So bieten sich im Shop drei Millionen Möglichkeiten für individuelle Produkte, die Konfiguratoren sind durchdacht und bieten Nutzungsfreude. Goin.de zeigt Fachhandelskompetenz auf höchstem Niveau, kombiniert mit einem durchdachten Shop: In Einkaufswelten werden verschiedene Gastro-Typen über Branchen- und Anwendungseinstiege direkt angesprochen. So holt der B2B-Shop seine Kunden neben dem klassischen Einstieg über Produktkategorien authentisch ab und bietet Inspiration und perfekte Beratung.

Kategoriesieger „Möbel & Wohnen“: click-licht.de

Das virtuelle Lichtstudio click-licht.de basiert auf JTL-Shop3 und wurde durch Kreativ Konzentrat umgesetzt. Im Header findet der User Zugang zu über 30.00 Produkten und einem umfangreichen Service-Center. In Kombination mit der Hotline, einem SSL-Hinweis und dem Trusted-Shops-Siegel entsteht sofort Vertrauen. In allen Shop-Ebenen steht ein persönlicher Ansprechpartner zur Verfügung. Das 14-köpfige Team verschickt etwa 40.000 Pakete im Jahr. In allen Shopebenen ist deutlich spürbar, dass man sich Gedanken gemacht hat, wie man Besucher des Shops beraten und begeistern kann. Im Detail macht der Shop an vielen Stellen Spaß und bietet genug Raum für eine ansprechende Produktpräsentation – auf der Detailseite wird das Produkt mittig wie auf einer Bühne in Szene gesetzt, teils animiert.

Kategoriesieger „Wellness, Beauty & Gesundheit“: lensbest.de

Lensbest bezeichnet sich als Deutschlands größter Versender für Kontaktlinsen, Pflegemittel und Brillen und freut sich über eine Million zufriedene Kunden. Mit „Lenscare“ vertreibt 4Care auch als Hersteller ihre Eigenmarke. In einem herausfordernden Umfeld von Marktbegleitern sticht lensbest.de mit seinen Beratungsangeboten wie Konfiguratoren, ausgefallener Videoberatung und Online-Anprobe hervor. Ausgebildete Optikermeister bieten zusätzlich persönliche Beratung, die kostenlose Hotline ist 24 Stunden erreichbar – jeden Tag. Der Interessent hat verschiedene Möglichkeiten, die für ihn passende Sehhilfe und Pflegemittel zu finden. Über 4.000 eKomi-Kundenbewertungen geben dem professionellen Auftritt den letzten Schliff.

Der auf Intershop basierende Online-Shop wird von dotSource betreut und spart nicht an kaufunterstützenden Inhalten und Funktionen.