

E-Commerce Amazonisierung des Shopdesigns



Arne Kittler ist Director Consulting bei Fork Unstable Media (www.fork.de) in Hamburg. Die Agentur arbeitet für internationale Marken und E-Commerce-Anbieter wie etwa OTTO, Puma, Ritter Sport und die Elbphilharmonie Hamburg

■ Nachdem die Betreiber von Shopping.de die Domain für gemunkelte knapp 2 Millionen Euro erworben haben, setzen sie bei der Umsetzung des Shops auf ein frappierend offensichtliches Abbild der deutschen Amazon-Website. Damit wollen sie schlicht und ergreifend auf Nummer sicher gehen. Was liegt da auch näher, als ein Design zu übernehmen, mit dem ein relevanter Teil der Kunden seit Langem schon bestens vertraut ist?

Der Erfolgsdruck, unter dem jede gestalterische Veränderung des On-



line-Shops innerhalb eines Unternehmens steht, wird in Zukunft noch weiter steigen. Die Folge: Immer mehr Shops werden in den nächsten Jahren nach Patterns konzipiert werden und sich immer stärker ähneln. Ein unhippes Phänomen, das ich Amazonisierung nenne, wobei Amazon – neben eBay, OTTO und anderen – nur eines der Vorbilder ist.

Aus Nutzersicht spricht auch gar nichts gegen den bedachten Einsatz von Patterns bei transaktionsorientierten Websites, doch Online-Shops, die sich kopflos der Amazonisierung hingeben, gefährden ihre Differenzierung am Markt und damit die Wiederkehr und langfristige Bindung ihrer Kunden. Insbesondere aufgrund der Long-Tail-Effekte ist es für große Handelsunternehmen, aber auch für kleine Marken- und Spezialhändler überlebenswichtig, den eigenen Mehrwert über Design und/oder Features her-

Amazon mit ihrer klassischen, seit Jahren erprobten Aufteilung. Gewohnt unübersichtlich, dennoch unschlagbar erfolgreich. Die Anleihen sind Shopping.de anzusehen. Die ganze Aufteilung scheint vom E-Commerce-Primus kopiert zu sein, nur die Farbigkeit und einige Details wurden verändert

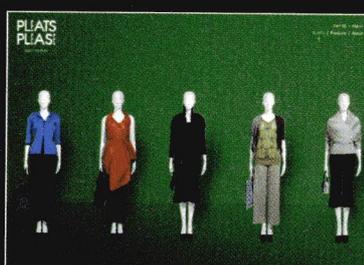
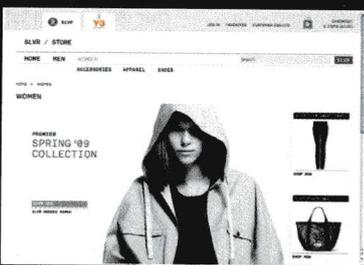
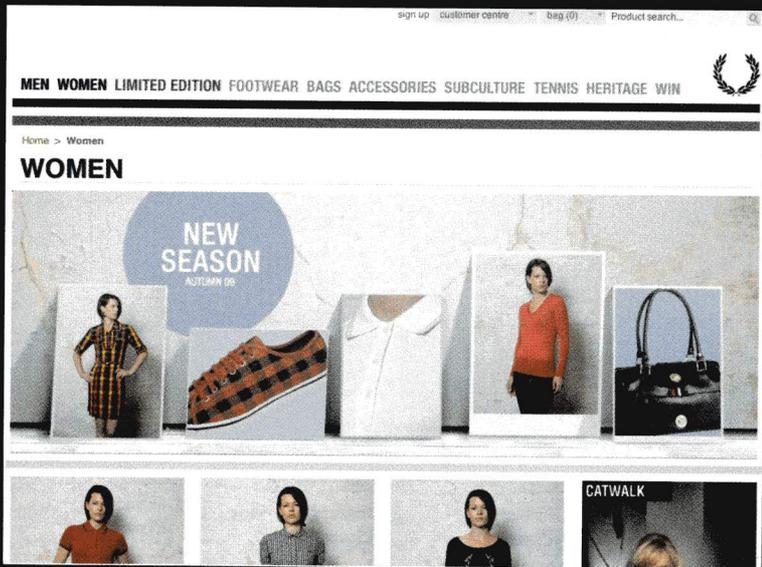
auszuarbeiten und sich eigenständig zu präsentieren.

Shopping.de platziert nicht nur die Elemente auf der Site wie der Marktführer, sondern lehnt auch die visuelle Gestaltung der GUI-Elemente komplett an Amazon an. Sinnvoller wäre es jedoch, nach etablierten Prinzipien hinter der Oberfläche zu suchen und danach zu entscheiden, wo im Layout der Warenkorb zu platzieren ist. Hilfreich sind Patterns gerade bei Abläufen wie dem Bestellprozess, da zahlreiche Shops diesen seit Jahren immer wieder getestet und optimiert haben. Da sollte man also schon sehr gute Gründe, viel Selbstbewusstsein oder zumindest ein solides Testbudget haben, wenn man grundlegend Neuland betreten will.

Jenseits der Kernfunktion ist es darüber hinaus auch sinnvoll, sich als Unternehmen mit innovativen Funktionen wie etwa zusätzlichen Zugängen zu den Produkten und inszenierenden Darstellungen abzuheben. Oder bewusst auf unnötige Funktionen zu verzichten. Schließlich schätzen die Nutzer Übersichtlichkeit in der Regel mehr als ein Übermaß an Features. Sofern Shops ein klares Verständnis ihrer Positionierung haben und diese im Design differenzierend einsetzen, wird diese individuelle Form der Amazonisierung in den kommenden Jahren mit Sicherheit auch Ausdruck einer zunehmenden Reife des E-Commerce-Marktes sein.

Neben dem Trend der Amazonisierung wird beim Shopdesign im Jahr 2010 ein vermehrter Einsatz visueller Produktzugänge und übergroßer Abbildungen zu beobachten sein. Außerdem werden sich Shopbetreiber auch jenseits kleiner Nischenangebote bemühen, sich auf möglichst authentische Weise zu präsentieren.

Bei Fashion-Shops liegt ein hohes Differenzierungspotenzial in der Bildgestaltung und Darstellungsgröße der Produktfotos: Fred Perry, der sogar auf den Markennamen verzichtet, wählt eine Bild-im-Bild-Ästhetik. Der SLVR Shop von adidas setzt auf nüchterne Schwarzweißbilder und Pleats Please, der Shop von Issey Miyake, zeigt statt Models gesichtslose Puppen



Mehr und mehr Shops werden in den nächsten Jahren nach Patterns konzipiert werden und sich immer stärker ähneln.

PAGE

PAGE

01.2010 Ideen und Know-how für Design, Werbung, Medien ↗ www.page-online.de