Conversion-Audit für die Verona GmbH

Conversion-Audit des Shops Verona, zugleich Grundlage des Conversion Quick Fix. Verona, die Verona GmbH und ihre Produkte sind erfunden; geprüft ist der echte Demo-Shop demo-mode.naventec.de der Naventec GmbH, wie er an den Messtagen ausgeliefert war. Beträge im Bericht sind Demo-Werte des Shops. Abschnitt 5 nennt Empfehlungen.

1. Kopf

Auftraggeber	Verona GmbH, fiktiv (Demo-Shop demo-mode.naventec.de)
Berichtsart	Conversion-Audit: Befunde und empfohlene Maßnahmen
Datum	2026-10-17, Nachmessung 2026-10-19
Gegenstand	Shopware-Shop Verona (Shopware 6.7), Kanal Mode, https://demo-mode.naventec.de, wie ausgeliefert
Messung	2026-10-17, 14:34Z bis 14:36Z, Durchgänge M, D und N; Nachmessung 2026-10-19, 16:03Z bis 16:05Z (Abschnitt „Messweg“)
Umfang	Geprüft: Kaufweg Startseite, Kategorie, Archiv, Produktseite, Warenkorb (Flyout und Seite), Kasse in vier Schritten, Bestellbestätigung; Inhaltsseiten Versand und Rückgabe, Kontakt, AGB, Widerruf; mobil und Desktop. Nicht geprüft: Bestellbestätigungs-Mail (die Testadresse @example.com ist unzustellbar, und Mails an Empfänger außerhalb des Servers werden derzeit ohnehin nicht zugestellt; Muster-Systemcheck, H1); die Fenster hinter „zzgl. Versandkosten“ (Seite zu Versand und Zahlung) und hinter „Widerrufsbelehrung“ in der Kasse; das Widerrufsformular des Shops (eigene Seite); Kundenkonto und Login, Suche und Filter, Ladezeit (eigener Bericht Performance Quick Fix), Verhalten echter Besucher (die Demo erfasst keine)
Werkzeuge	Playwright 1.64.1 mit Google Chrome 155.0.8059.39 headless
Verfasser	Naventec GmbH

Zeiten in UTC.

Messweg

- **Werkzeug:** Playwright 1.64.1 mit Google Chrome 155.0.8059.39 headless, Sprache de-DE, Zeitzone Europe/Berlin. Gemessen vom Messrechner der Naventec GmbH. Selektoren und Wartelogik (Storefront-

Plugins geladen, Cookie-Banner vor dem Kauf beantwortet) wie in der Abnahme-Suite des Shops.

- **Durchgänge:**
  - **M** mobil, 390 × 844 CSS-Pixel, Pixeldichte 2, Touch; 2026-10-17, 14:34:04Z bis 14:34:32Z.
  - **D** Desktop, 1440 × 900; 2026-10-17, 14:34:52Z bis 14:35:20Z, mit einer Bestellung.
  - **N** Nachtrag ohne Bestellung und ohne Absenden des Adressformulars (legt nur einen Warenkorb an): Inhaltsseiten aus dem Footer, Kaufbereich der Produktseite, Adressschritt mit abgewähltem „Rechnungsadresse wie Lieferadresse“; Desktop 14:35:52Z bis 14:36:04Z, mobil 14:36:04Z bis 14:36:46Z.
  - **Nachmessung** am 2026-10-19 von 16:03:44Z bis 16:05:38Z mit demselben Skript und denselben Durchgängen M, D (mit einer Bestellung) und N. Aus ihr stammen die Zeilen „Kasse, Schritt Zahlung“, „Bestellbestätigung“ und „AGB und Widerrufsbelehrung“ in Abschnitt 3, die Bilder Bestellbestätigung und Widerrufsbelehrung und die darauf gestützten Angaben zum Prüfpunkt „Rückgabe und Widerruf auffindbar“ und in N6; alle übrigen Werte stammen aus der Messung vom 2026-10-17. Bestellung und Gastkunden der Nachmessung sind danach gelöscht.
- **Klickfolge M und D:** Startseite mit Cookie-Banner, „Alle ablehnen“; Kategorie /Damen/; /Archiv/ und das erste Archiv-Produkt (/Klara-Midirock-Wolle/MO-D11-KOH-40); /Frida-Tuch-Leinen/MO-A06 in den Warenkorb (85,00 €, unter der Versandkostengrenze), Warenkorbseite; /Alva-Mantel-Wolle-Kaschmir/MO-D01-SAN-M, Farbe Ecru wählen, zurück auf Sand M, in den Warenkorb (790,00 €), Warenkorbseite; Kasse als Gast: Adresse, Versand (Express wählen, zurück auf Standard), Zahlung (Rechnung wählen, zurück auf Vorkasse), Prüfen. Nur D hat bestellt (Vorkasse, Bestellnummer 10000, in der Nachmessung 10003, Adresse @example.com). Kategorie, Produkte und Kassenschritte rief der Lauf über ihre Adressen auf; Klicks sind an den Bedienelementen der Bilder gezählt.
- **Werte:** je Schritt Bildschirmfoto und DOM-Auszug: sichtbare Texte zu Versand, Zahlung, Rückgabe, Kontakt, Preisangabe und Vertrauen mit ihrer Lage (Pixel ab Seitenanfang; „im ersten Bild“ heißt ohne Scrollen sichtbar), Links in Kopf, Inhalt und Footer, durchgestrichene Preise, strukturierte Daten (nur JSON-LD; Shopware gibt Produktdaten als Microdata aus), Formularfelder mit `type` und `autocomplete`, Bedienelemente mit Lage.
- **Prüfpunkte:** die Prüfpunkte des Quick Checks und der Kaufweg Schritt für Schritt.

---

2. Kurzfazit

Der Kaufweg ist kurz und aufgeräumt: Gastbestellung ohne Konto als Vorgabe, sechs Angaben in der Adresse mit Autovervollständigung, vier Kassenschritte mit Schrittanzeige, Versandarten mit Lieferzeit und Preis, zwei Zahlarten mit kurzer Erklärung; die Lieferzeit steht am Desktop direkt unter dem Kaufbutton. Es gibt 0 hohe, 4 mittlere und 8 niedrige Befunde. Drei der mittleren betreffen Kaufargumente, die nicht an der Entscheidungsstelle stehen: Zahlarten erst im dritten Kassenschritt (M1), Rückgabe und Versandgrenze nicht an Produkt, Warenkorb und Kasse (M3), die Größentabelle nicht an der Größenwahl (M4); dazu fehlt an den Streichpreisen die Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage, ein Abmahnrisiko (M2). Empfohlen ist der Conversion Quick Fix aus Abschnitt 5 (Maßnahmen 1 bis 8); das größte Potenzial hat nach der Einschätzung dort Maßnahme 3.

---

3. Messwerte

Alle Werte aus den Durchgängen M, D und N der Messung vom 2026-10-17 und der Nachmessung vom 2026-10-19 (Spalte „Datum“); Quelle ist der Host demo-mode.naventec.de mit dem genannten Pfad.

Kaufweg

Messgröße	Wert	Datum	Messweg	Quelle
Servicezeile der Startseite	„30 Tage Rückgabe, kostenlos innerhalb Deutschlands“, „Ab 150,00 € versandkostenfrei“, „2 bis 4 Werktage“, „Schreiben Sie uns über das Kontaktformular“; Text ohne Link, 3.436 px ab Seitenanfang am Desktop (vierter Bildschirm), 3.569 px mobil	2026-10-17, 14:34Z	M, D: Startseite	/
Cookie-Banner beim ersten Besuch	mobil 387 px hoch, 46 % der Bildschirmhöhe von 844 px, verdeckt die erste Schaltfläche des Auftakts; Desktop 145 px; „Alle ablehnen“ und „Alle akzeptieren“ gleichrangig, dazu „Einstellungen“	2026-10-17, 14:34Z	M, D: Startseite vor der Antwort	/; Bild Startseite mobil
Preisangabe in Kategorie und Archiv	Kacheln mit Preis, Archiv-Kacheln mit durchgestrichenem regulärem Preis; kein Hinweis auf Versandkosten an den Kacheln, der Footer sagt „Preise in Euro inkl. MwSt.“	2026-10-17, 14:34Z	M, D: DOM-Auszug	/Damen/, /Archiv/
Streichpreise	Archiv-Produktseite: „155,00 €“, daneben durchgestrichen „195,00 €“ und „(20.51% gespart)“ mit Dezimalpunkt; keine Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage (Textsuche nach „niedrigst“ und „30 Tage“ am Preis ohne Treffer); an allen 6 Archiv-Kacheln Streichpreis mit „Regulärer Preis“, ebenfalls ohne 30-Tage-Angabe; die Startseite nennt im Block Archiv „Der Rollkragenpullover Elin aus Merino kostet 175,00 € statt 235,00 €. Die Streichpreise sind Demo-Werte.“	2026-10-17, 14:34Z	M, D: DOM-Auszug, durchgestrichene Elemente	/Klara-Midirock-Wolle/MO-D11-KOH-40, /Archiv/, /; Bild Archiv-Produkt
Variantenwahl	Farbfelder mit Namen der gewählten Farbe („Farbe: Sand“), Größen als Kästchen; der Wechsel auf Ecru lädt die Seite als MO-D01-ECR-M; Mengenfeld gibt es nicht	2026-10-17, 14:34Z und 14:35Z	M, D: Farbe Ecru gewählt	/Alva-Mantel-Wolle-Kaschmir/MO-D01-SAN-M
Kaufleiste mobil	bei vorausgewählter Größe M (Adresse MO-D01-SAN-M) zeigt sie „Bitte Größe wählen“ und „Größe wählen“; erst nach dem Tipp auf M „Größe M, Farbe Sand“ und „In den Warenkorb“	2026-10-17, 14:34Z	M	/Alva-Mantel-Wolle-Kaschmir/MO-D01-SAN-M; Bild Produktseite mobil
Hinweise am Kaufbutton	„Sofort lieferbar · Lieferung in 2 bis 4 Werktagen“ am Desktop direkt unter dem Button (617 px, im ersten Bild); mobil unter der Größenwahl (1.097 px, unter dem ersten Bild), gekauft wird dort über die Kaufleiste am unteren Rand; unter dem Preis „Preise inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten“; keine Angabe zu Rückgabe oder Zahlarten im sichtbaren Text; kein Link zur Größentabelle (sie ist nur im Footer verlinkt)	2026-10-17, 14:34Z bis 14:36Z	M, D, N: DOM-Auszug	/Alva-Mantel-Wolle-Kaschmir/MO-D01-SAN-M; Bild Produktseite Desktop

Messgröße	Wert	Datum	Messweg	Quelle
Querverkäufe	0 Elemente auf Produktseite, Warenkorb-Flyout und Warenkorbseite	2026-10-17, 14:34Z und 14:35Z	M, D: Suche nach Cross-Selling-Elementen	Produktseiten, /checkout/cart
Warenkorb-Flyout Desktop	Position, Zwischensumme, „Versand und Steuern sehen Sie im nächsten Schritt.“, „Zur Kasse“, „Weiter einkaufen“; keine Versandkosten, kein Hinweis auf die Grenze von 150,00 €	2026-10-17, 14:35Z	D	/Frida-Tuch-Leinen/MO-A06; Bild Flyout Desktop
Warenkorb mobil (Seitenleiste)	Position mit „Lieferzeitraum: 19.10.26 - 21.10.26“, Zwischensumme 85,00 €, „Versandkosten (Standardversand) + 4,90 €“, „Zur Kasse“; kein Hinweis auf die Grenze von 150,00 €	2026-10-17, 14:34Z	M	/Frida-Tuch-Leinen/MO-A06; Bild Warenkorb mobil
Warenkorbseite	unter 150,00 €: Zwischensumme 85,00 €, Versand 4,90 €, Gesamt 89,90 €; ab 150,00 €: 875,00 €, Versand 0,00 €; je Position „Lieferzeitraum: 19.10.26 - 21.10.26“; kein Hinweis auf die Grenze und keine Angabe zu Rückgabe oder Zahlarten	2026-10-17, 14:34Z und 14:35Z	M, D	/checkout/cart; Bild Warenkorbseite Desktop
Lieferzeitraum	Messtag Samstag, 17.10.2026: Warenkorb „19.10.26 - 21.10.26“ (zwei bis vier Kalendertage); Produktseite, Servicezeile und Versandarten „2 bis 4 Werktage“, das wären Dienstag 20.10. bis Donnerstag 22.10.	2026-10-17, 14:34Z und 14:35Z	M, D	/checkout/cart, Produktseiten
Kasse, Schritt Adresse	Schrittanzeige 1 bis 4; Angaben: Vorname, Nachname, Straße und Hausnummer, PLZ, Ort, E-Mail; Land vorausgewählt (Deutschland), keine Anrede (ausgeblendet); „Kundenkonto anlegen.“ nicht vorausgewählt; „Rechnungsadresse wie Lieferadresse“ vorausgewählt; `autocomplete` an allen Feldern, E-Mail als `type="email"`, PLZ als `type="text"` ohne `inputmode`. Der obere Block heißt „Lieferadresse“, das Häkchen „Rechnungsadresse wie Lieferadresse“ steht darunter (Desktop 843 px, mobil 1.149 px). Abgewählt heißt der obere Block „Rechnungsadresse“, darunter erscheint ein neuer Block „Lieferadresse“; die oberen Felder heißen in beiden Fällen `billingAddress[…]`	2026-10-17, 14:34Z bis 14:36Z	M, D, N	/checkout/register
Kasse, Schritt Versand	„Standardversand, Lieferung in 2 bis 4 Werktagen“ 0,00 € (Warenwert 875,00 €), „Expressversand, Lieferung in 1 bis 2 Werktagen“ 9,90 €; Standard vorausgewählt	2026-10-17, 14:34Z und 14:35Z	M, D	/checkout/confirm?schritt=versand; Bild Kasse mobil

Messgröße	Wert	Datum	Messweg	Quelle
Kasse, Schritt Zahlung	„Vorkasse: Sie überweisen vorab. Wir versenden die Ware nach Eingang der Zahlung. Demo, es wird nichts überwiesen.“, „Rechnung: Sie bezahlen nach Erhalt der Ware.“; Vorkasse vorausgewählt	2026-10-19, 16:04Z	Nachmessung, M und D	/checkout/confirm?schritt=zahlung
Kasse, Schritt Prüfen	Adressen, Versandart, Zahlungsart je mit „Ändern“; „Bitte beachten Sie die Widerrufsbelehrung.“ und das Häkchen „Ich habe die AGB gelesen und bin mit ihnen einverstanden.“, je mit Schaltfläche zum Text; „Zahlungspflichtig bestellen“. Mobil ist die Seite 421 statt 390 CSS-Pixel breit: „Ändern“ in der Zeile Versandart reicht über den rechten Bildschirmrand	2026-10-17, 14:34Z und 14:35Z	M, D; Breite aus dem Bild der ganzen Seite (842 Pixel bei Pixeldichte 2)	/checkout/confirm?schritt=pruefen; Bild Kasse Prüfen mobil
Kontakt in der Kasse	Desktop im Kopf: „Fragen zu Ihrer Bestellung? Schreiben Sie uns über das Kontaktformular oder an service@example.com.“, Text ohne Link; mobil in keinem Kassenschritt ein Kontakthinweis	2026-10-17, 14:34Z und 14:35Z	M, D	/checkout/register, /checkout/confirm; Bild Kasse mobil
Klicks bis zur Bestellung	Desktop 9 Klicks von der Startseite, ohne die Antwort auf den Cookie-Banner: Kategorie, Produkt, „In den Warenkorb“, „Zur Kasse“, „Weiter zum Versand“, „Weiter zur Zahlung“, „Weiter zur Prüfung“, AGB-Häkchen, „Zahlungspflichtig bestellen“; dazu 6 Eingaben, ein Klick mehr bei anderer Größe	2026-10-17, 14:34Z und 14:35Z	D: Zählung der Bedienelemente an den Bildern	Kaufweg D
Bestellbestätigung	„Vielen Dank für Ihre Bestellung bei Verona.“, „Ihre Bestellnummer:10003“ (ohne Leerzeichen), „Bestellbestätigungs-E-Mail wurde verschickt.“, Adressen, „Zahlungsart: Vorkasse“; darunter „Überweisung (Demo)“ mit Empfänger „Verona GmbH (fiktiv)“, IBAN „DE00 0000 0000 0000 0000 00 (fiktiv, ungültig)“, Betrag, Verwendungszweck „Bestellung 10003“ und „Zahlungsfrist: 7 Tage“, dazu „Demo, es wird nichts überwiesen.“; „Versandart: Standardversand“, Übersicht mit Gesamtbetrag, Angebot „Konto erstellen“	2026-10-19, 16:04Z	Nachmessung, D	/checkout/finish; Bild Bestellbestätigung
Inhaltsseiten aus dem Footer	„Versand und Rückgabe“: Versandkosten, Lieferzeit, Zahlarten, Rückgabe in 30 Tagen mit Ablauf und Bedingungen, Erstattung; „Kontakt“: Formular, Telefon kein Pflichtfeld	2026-10-17, 14:35Z und 14:36Z	N	/versand-und-rueckgabe, /kontakt

Messgröße	Wert	Datum	Messweg	Quelle
AGB und Widerrufsbelehrung	je eine Seite mit Demo-Hinweis: „Verona ist ein erfundener Shop, mit dem die Naventec GmbH einen Onlineshop vorführt. Über diesen Shop kommt kein Vertrag zustande. Bestellungen werden nicht ausgeführt, nichts wird geliefert oder berechnet.“; die AGB-Seite: „Deshalb stehen hier keine Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Ein echter Shop nennt an dieser Stelle seine eigenen.“; die Widerrufsseite: „Deshalb gibt es nichts zu widerrufen. Ein echter Shop nennt an dieser Stelle seine Widerrufsbelehrung mit dem Muster-Widerrufsformular.“; beide mit Verweis auf das Impressum von naventec.de. Footer und Kasse nehmen beide Seiten aus denselben Einstellungen des Shops	2026-10-19, 16:04Z und 16:05Z	Nachmessung, N	AGB- und Widerrufsseite (/page/cms/…); Bild Widerrufsbelehrung
Footer mobil	Spalten Service, Verona, Rechtliches zugeklappt; Links erst nach dem Aufklappen sichtbar	2026-10-17, 14:34Z	M	/

Prüfpunkte des Quick Checks

Die Spalte „Quick Check“ zitiert den Muster-Quick-Check-Befund am selben Shop. Einschätzungen des Quick Checks sind hier am Bildschirmfoto und an der Lage im DOM belegt.

Prüfpunkt	Ergebnis am Shop	Beleg	Gewicht	Quick Check
Versandinformationen auf der Produktseite	vorhanden: am Desktop Lieferzeit direkt unter dem Kaufbutton, „zzgl. Versandkosten“ unter dem Preis	Abschnitt 3, Hinweise am Kaufbutton	kein Befund	Einschätzung, kein Befund
Zahlungsarten sichtbar	keine Nennung im sichtbaren Text von Startseite, Kategorie, Produktseite, Flyout, Warenkorb und Footer; erst in Kassenschritt 3 und auf der Seite Versand und Rückgabe	Abschnitt 3, Kasse Schritt Zahlung, Inhaltsseiten	mittel (M1)	mittel
Kontaktmöglichkeit	Kontaktformular im Footer und auf /kontakt, Hinweis im Kassenkopf am Desktop	Abschnitt 3, Kontakt in der Kasse	kein Befund; mobil fehlt der Hinweis in der Kasse (N4)	kein Befund
Vertrauenssiegel	keine Siegel und keine Bewertungs-Badges; eine fiktive Firma hat keine	Bildschirmfotos Start, Produkt, Kasse	kein Befund (Demo-Rahmen)	Einschätzung
Kundenbewertungen	keine sichtbaren Bewertungen; im JSON-LD der Produktseite kein Produkt, im Microdata kein `aggregateRating` laut Quick Check	Abschnitt 3; Produktseiten	niedrig (N1)	niedrig

Prüfpunkt	Ergebnis am Shop	Beleg	Gewicht	Quick Check
Rückgabe und Widerruf auffindbar	Links „Versand und Rückgabe“ und „Widerruf“ im Footer, Widerrufsbelehrung im Schritt Prüfen; die Widerrufsseite trägt den Demo-Hinweis statt einer Widerrufsbelehrung	Abschnitt 3, Inhaltsseiten, AGB und Widerrufsbelehrung	Link: kein Befund; Inhalt: kein Befund (Demo-Rahmen)	kein Befund (prüft den Link)

Belegbilder

Bildschirmfotos der Messläufe, verkleinert; Bestellbestätigung und Widerrufsbelehrung aus der Nachmessung vom 2026-10-19.



Bild Startseite mobil: Startseite mit Cookie-Banner, mobil, 2026-10-17

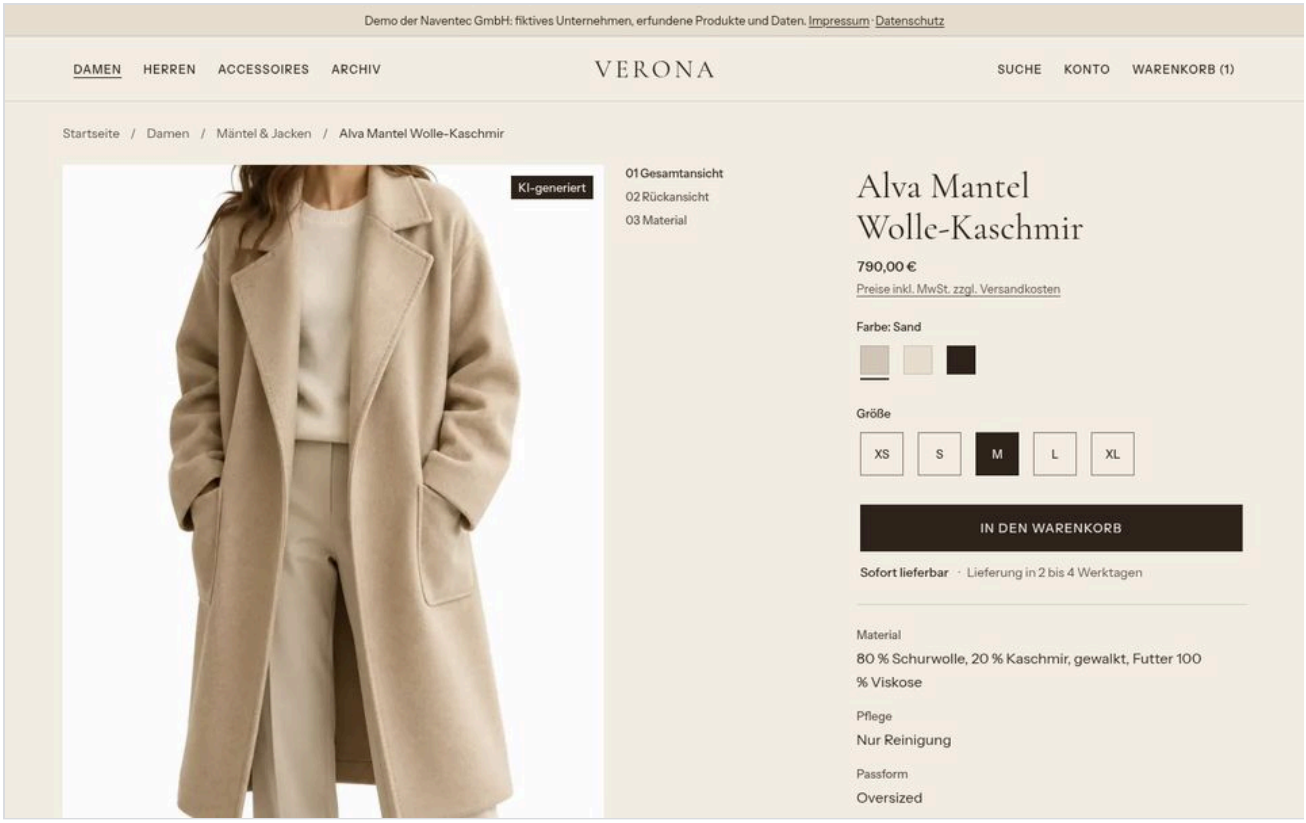

Bild Produktseite Desktop: Produktseite Alva Mantel Wolle-Kaschmir, Desktop, 2026-10-17



Bild Produktseite mobil: Produktseite Alva Mantel Wolle-Kaschmir, mobil, 2026-10-17

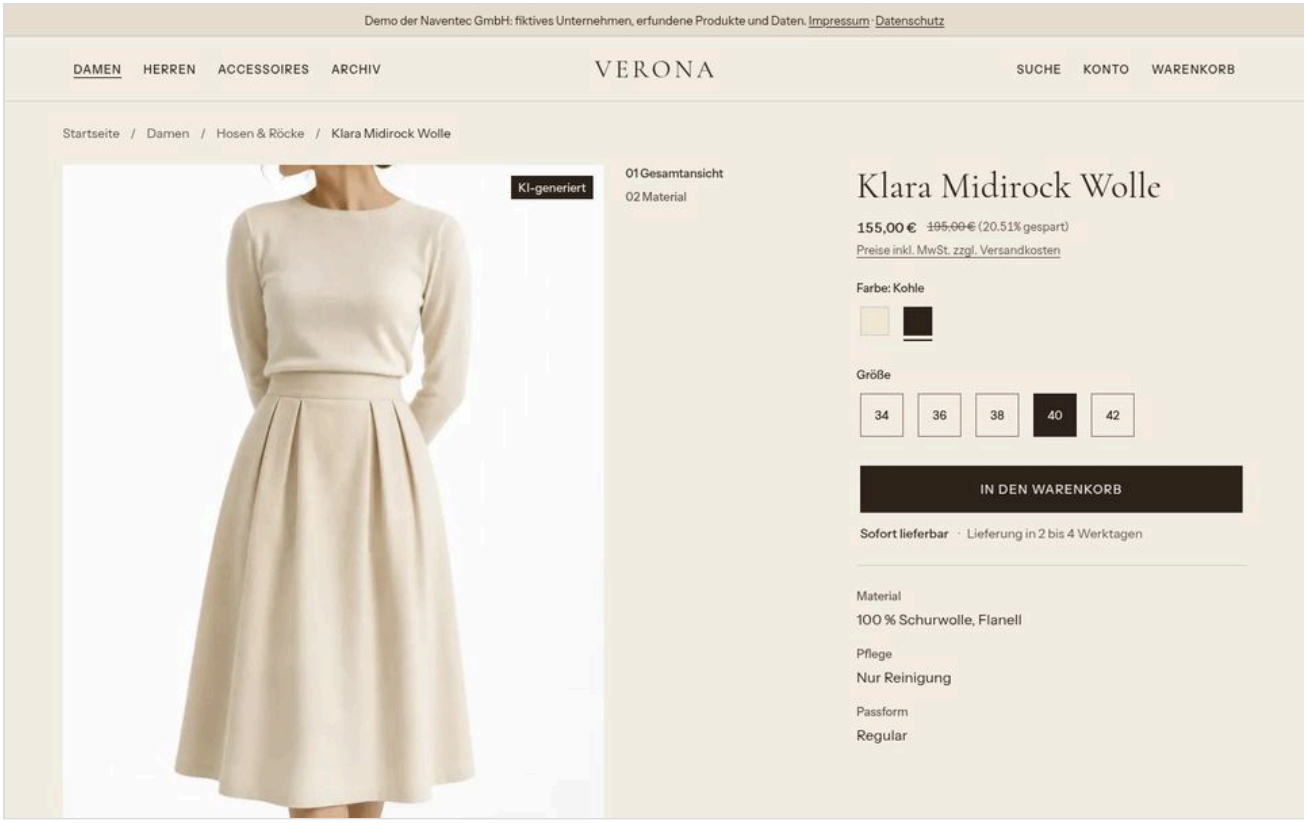

Bild Archiv-Produkt: Produktseite Klara Midirock Wolle, Desktop, 2026-10-17

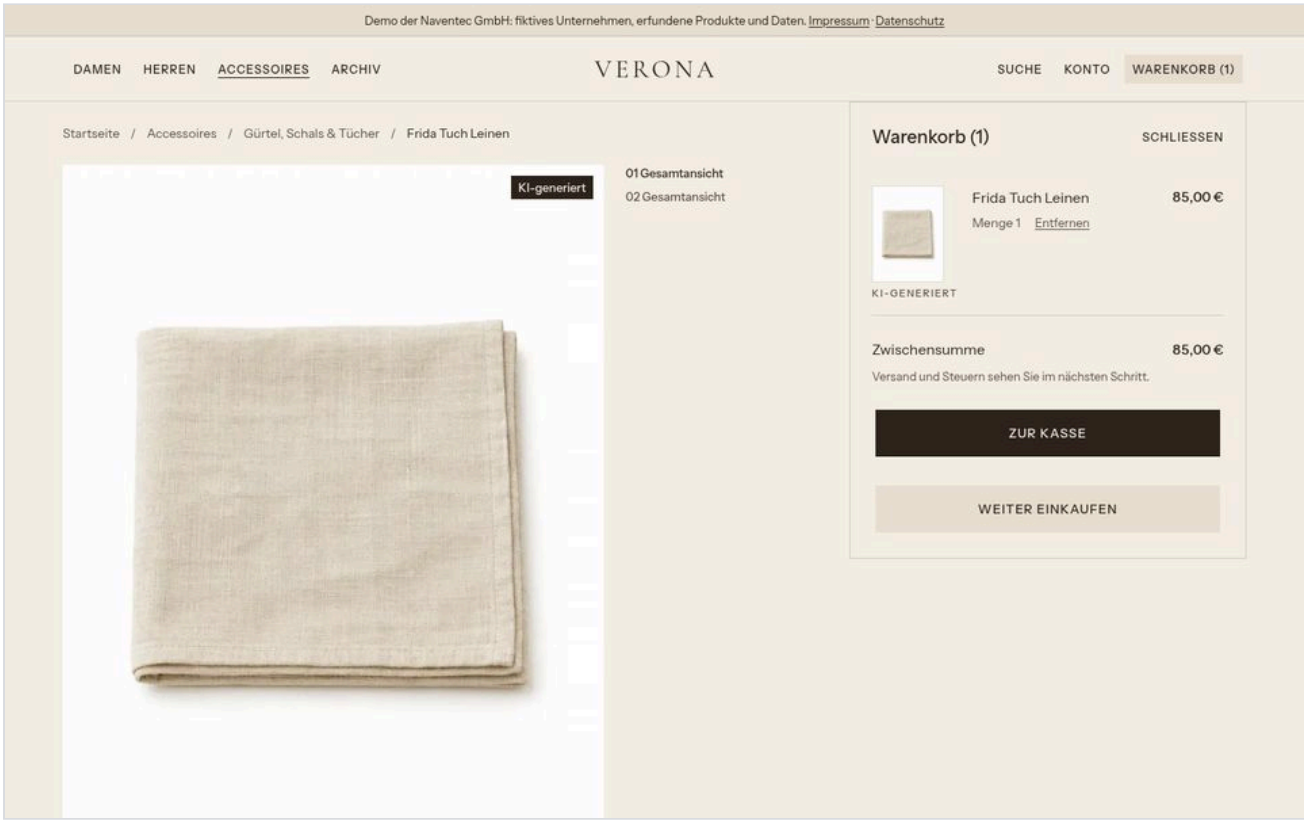

Bild Flyout Desktop: Warenkorb-Flyout auf der Produktseite Frida Tuch Leinen, Desktop, 2026-10-17



Bild Warenkorb mobil: Warenkorb als Seitenleiste, mobil, 2026-10-17

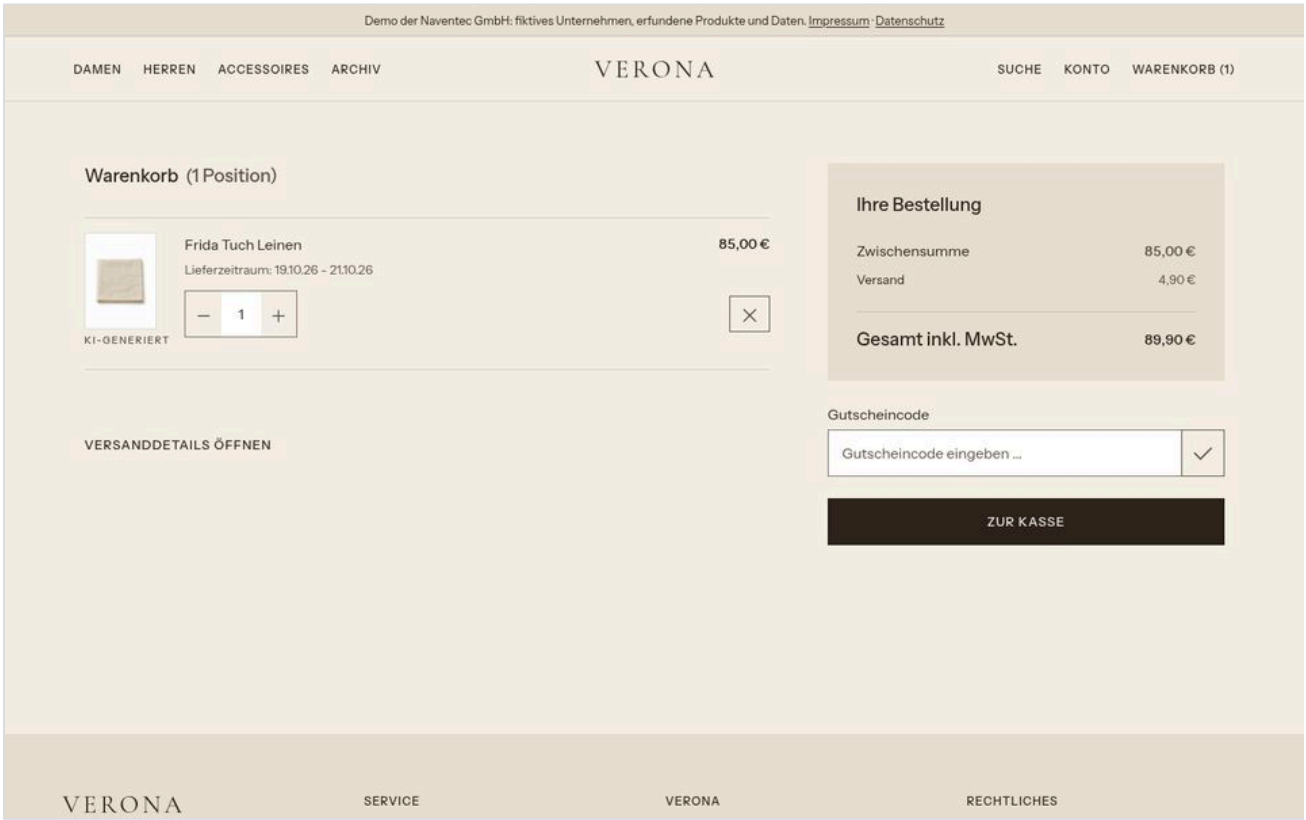

Bild Warenkorbseite Desktop: Warenkorbseite /checkout/cart, Desktop, 2026-10-17

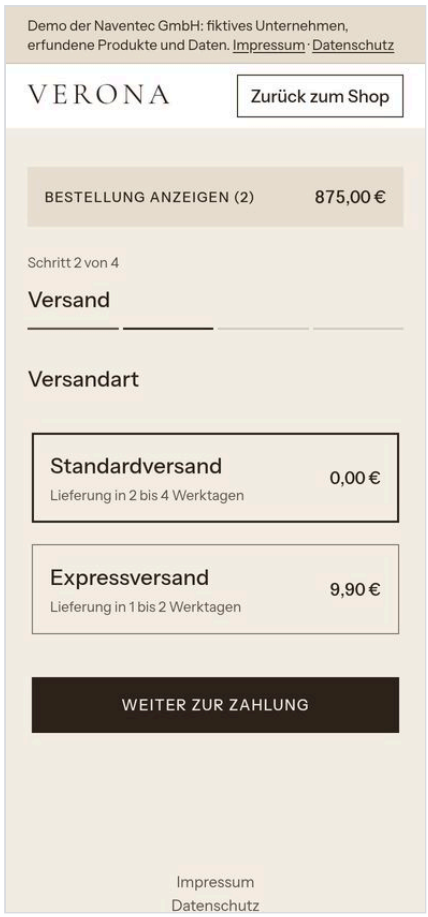

Bild Kasse mobil: Kasse, Schritt Versand, mobil, 2026-10-17

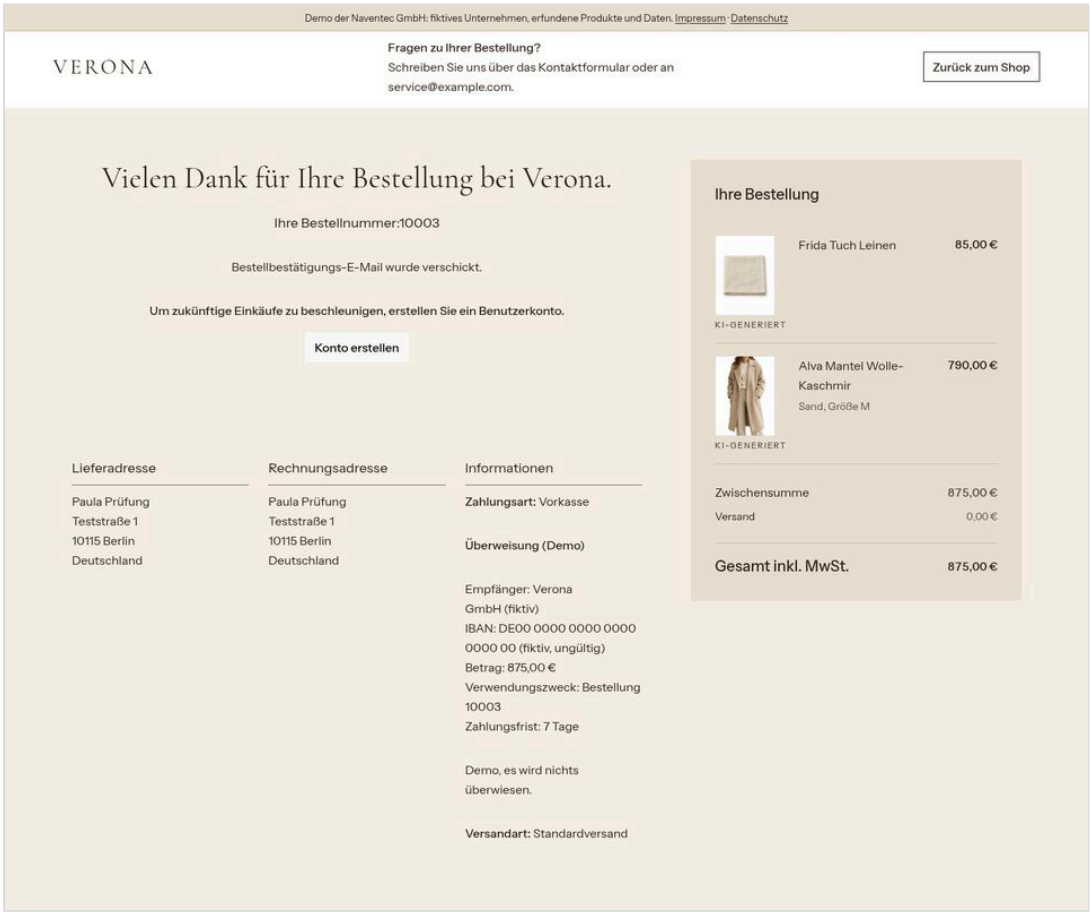

Bild Bestellbestätigung: Bestellbestätigung /checkout/finish, Desktop, Nachmessung 2026-10-19



Bild Widerrufsbelehrung: Widerrufsseite, Desktop, Nachmessung 2026-10-19

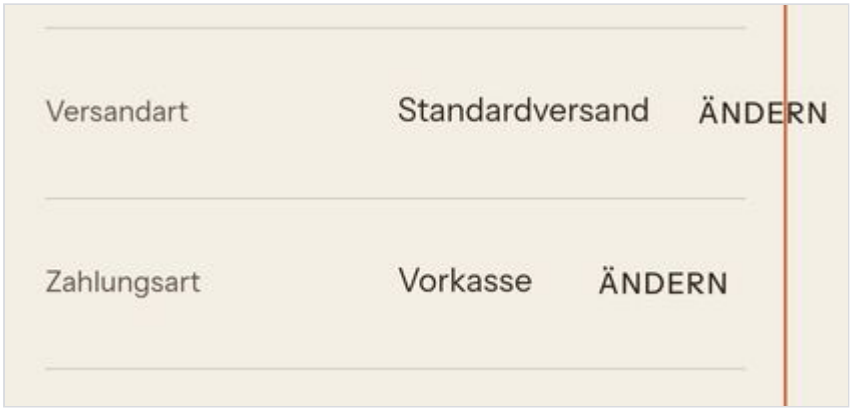

Bild Kasse Prüfen mobil: Kasse, Schritt Prüfen, Ausschnitt mit Linie am rechten Bildschirmrand, mobil, 2026-10-17

---

4. Befunde nach Priorität

Hoch

Nr.	Befund	Beleg	Bedeutung
	keine		Kein Befund behindert den Kauf unmittelbar: Mobil und am Desktop führt die Kasse als Gast in vier Schritten bis „Zahlungspflichtig bestellen“; am Desktop gelang die Bestellung.

Mittel

Nr.	Befund	Beleg	Bedeutung
■■□ M1	Die Zahlarten stehen erst im dritten Kassenschritt: im sichtbaren Text weder auf Produktseite, Flyout, Warenkorb noch im Footer, nur noch auf der Seite Versand und Rückgabe.	Abschnitt 3, Prüfpunkte des Quick Checks	Wer Rechnung oder Vorkasse erwartet, sucht oder bricht ab, bevor er es erfährt. Spürbar, aber umgehbar, weil die Kasse beide Zahlarten klar zeigt.

Nr.	Befund	Beleg	Bedeutung
■■□ M2	Streichpreise ohne Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage, an den Archiv-Kacheln, auf der geprüften Archiv-Produktseite und im Text der Startseite („175,00 € statt 235,00 €“); die Ersparnis steht als „(20.51% gespart)“ mit Dezimalpunkt und zwei Nachkommastellen.	Abschnitt 3, Streichpreise; Bild Archiv-Produkt	Preisermäßigungen gegenüber Verbrauchern verlangen in Deutschland diese Angabe (Preisangabenverordnung); das Fehlen ist ein Abmahnrisiko. Die englische Zahlform wirkt im deutschen Shop fremd. Hinweis, keine Rechtsberatung; mittel, weil der Kauf möglich bleibt.
■■□ M3	Die Serviceversprechen stehen nicht dort, wo entschieden wird: 30 Tage Rückgabe und versandkostenfrei ab 150,00 € nur in der Servicezeile weit unten auf der Startseite und auf der Versandseite. Produktseite, Warenkorb und Kasse nennen sie nicht, der Warenkorb zeigt nicht, wie viel bis zur Grenze fehlt, und das Desktop-Flyout zeigt keine Versandkosten, während die mobile Seitenleiste sie nennt.	Abschnitt 3, Servicezeile, Hinweise am Kaufbutton, Warenkorb; Bilder Flyout Desktop, Warenkorb mobil, Warenkorbseite	Kostenloser Versand und Rückgabe gehören zu den stärksten Kaufargumenten im Modehandel und wirken nur, wo sie gesehen werden. Ein Hinweis auf den fehlenden Betrag hebt den Warenkorbwert. Spürbar, aber umgehbar.
■■□ M4	Die Größentabelle ist an der Größenwahl nicht verlinkt, nur im Footer. Mobil verlangt die Kaufleiste „Größe wählen“, obwohl die Größe M schon vorausgewählt ist.	Abschnitt 3, Hinweise am Kaufbutton, Kaufleiste mobil; Bild Produktseite mobil	Unsicherheit bei der Größe ist im Modehandel ein Hauptgrund für Abbrüche und Rücksendungen. Mobil kostet jeder Kauf eines Artikels mit Größe einen Tipp mehr und wirkt widersprüchlich. Spürbar, aber umgehbar.

Niedrig

Nr.	Befund	Beleg	Bedeutung
■□□ N1	Keine Kundenbewertungen auf den Produktseiten.	Abschnitt 3, Prüfpunkte des Quick Checks	Bewertungen sind für eine junge Marke ein starker Vertrauensbeleg; ohne sie fehlt er, der Kauf bleibt möglich.
■□□ N2	Der Lieferzeitraum im Warenkorb zählt Kalendertage, alle anderen Angaben Werktage: am Samstag „19.10.26 - 21.10.26“ statt Dienstag bis Donnerstag.	Abschnitt 3, Lieferzeitraum	Ein Tag Abweichung zwischen zwei Angaben desselben Shops; wer am Montag wartet, wird enttäuscht.
■□□ N3	Querverkäufe sind gepflegt (120 Zuordnungen), werden aber nirgends gezeigt.	Abschnitt 3, Querverkäufe	Passende Teile (Schal oder Tuch zum Mantel, Hose oder Rock zum Pullover) erhöhen den Warenkorbwert; die Daten liegen schon vor.
■□□ N4	Kontakt in der Kasse: mobil kein Hinweis, am Desktop nur Text ohne Link zum Kontaktformular. Die Servicezeile verweist ebenfalls ohne Link auf das Formular.	Abschnitt 3, Kontakt in der Kasse, Servicezeile; Bild Kasse mobil	Wer in der Kasse eine Frage hat, muss die Kasse verlassen und das Formular suchen.

Nr.	Befund	Beleg	Bedeutung
■□□ N5	Der Cookie-Banner nimmt mobil 46 % der Bildschirmhöhe ein und verdeckt die erste Schaltfläche der Startseite.	Abschnitt 3, Cookie-Banner; Bild Startseite mobil	Der erste Eindruck mobil ist der Banner, nicht das Angebot; nach einer Antwort ist er weg.
■□□ N6	Kleinigkeiten in Form und Text: Produktkacheln ohne Hinweis auf Versandkosten (nur Footer „inkl. MwSt.“), PLZ ohne Zifferntastatur mobil (`inputmode`), „Ihre Bestellnummer:10003“ ohne Leerzeichen.	Abschnitt 3, Preisangabe in Kategorie und Archiv, Kasse Schritt Adresse, Bestellbestätigung	Einzeln gering; zusammen prägen sie den Eindruck von Sorgfalt. Den Versandkostenhinweis an Preisen rechtlich prüfen lassen.
■□□ N7	Wer „Rechnungsadresse wie Lieferadresse“ abwählt, dem benennt die Kasse den oberen Block von „Lieferadresse“ in „Rechnungsadresse“ um und zeigt darunter einen leeren Block „Lieferadresse“.	Abschnitt 3, Kasse Schritt Adresse	Das Häkchen steht unter dem oberen Block. Wer von oben nach unten ausfüllt, hat dort also seine Lieferadresse eingetragen, die beim Abwählen zur Rechnungsadresse wird; die Lieferadresse tippt er unten neu (Ableitung aus Titel, Feldnamen und Lage; im Lauf blieben die Felder leer). Verwechslungen landen auf Rechnung oder Paket. Betrifft nur Bestellungen mit abweichender Rechnungsadresse.
■□□ N8	Mobil ist der Schritt Prüfen breiter als der Bildschirm: „Ändern“ in der Zeile Versandart reicht über den rechten Bildschirmrand.	Abschnitt 3, Kasse Schritt Prüfen; Bild Kasse Prüfen mobil	Im letzten Schritt wirkt die Seite unfertig; die Bestellung bleibt möglich.

5. Maßnahmen

Nr.	Maßnahme	zu Befund	Art	Potenzial (Einschätzung)	Hinweis
1	Zahlarten vor der Kasse zeigen: als Text oder Symbole im Footer und knapp im Kaufbereich der Produktseite oder im Warenkorb	M1	Quick Fix	mittel: weniger Unsicherheit vor dem Kassenstart	Theme oder Erlebniswelt; Shopware bietet dafür Footer-Blöcke ohne eigenen Code
2	Bei Streichpreisen den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage angeben und die Ersparnis deutsch formatieren	M2	Quick Fix	mittel: weniger Rechtsrisiko, stimmiger Preisauftritt	Shopware 6.7 hat dafür ein eigenes Preisfeld je Produkt; Daten per Import setzen, Anzeige im Theme prüfen; rechtlich prüfen lassen
3	Serviceversprechen an den Entscheidungsstellen zeigen: Rückgabe und Versandgrenze im Kaufbereich der Produktseite; im Warenkorb und Flyout „Noch x € bis zum kostenfreien Versand“; Flyout und Seitenleiste mit denselben Angaben zu Versandkosten	M3	Quick Fix	mittel bis hoch: mehr Kaufsicherheit, höherer Warenkorbwert	Theme (Kaufbereich, Flyout, Warenkorb); die Grenze kommt aus der Versandregel, nicht als fester Text

Nr.	Maßnahme	zu Befund	Art	Potenzial (Einschätzung)	Hinweis
4	Größentabelle an der Größenwahl verlinken (Ebene über der Seite); mobil die Kaufleiste bei vorausgewählter Größe gleich kaufbereit zeigen	M4	Quick Fix	mittel: weniger Größenzweifel, ein Tipp weniger mobil	Theme (Konfigurator, Kaufleiste); die Seite /groessentabelle ist im Footer verlinkt
5	Lieferzeitraum im Warenkorb nach Werktagen rechnen oder durch „2 bis 4 Werktage“ ersetzen	N2	Quick Fix	gering: stimmige Lieferangaben	eigener Code im Theme oder Ausblenden des Zeitraums; Kern bleibt unverändert
6	Kontakt in der Kasse auch mobil zeigen und das Kontaktformular verlinken, ebenso in der Servicezeile	N4	Quick Fix	gering	Theme (Kassenkopf), Erlebniswelt (Servicezeile)
7	Abweichende Rechnungsadresse als eigenen Block unter der Lieferadresse öffnen, die ausgefüllten Felder bleiben Lieferadresse	N7	Quick Fix	gering bis mittel: weniger falsch adressierte Rechnungen und Pakete	Theme (Adressschritt der Kasse); Zuordnung der Felder `billingAddress` und `shippingAddress` mitändern
8	Cookie-Banner mobil verkleinern (Text kürzen, Knöpfe nebeneinander); Breite des Schritts Prüfen mobil an den Bildschirm anpassen; Kachel-Hinweis zu Versandkosten, Zifferntastatur für die PLZ und das Leerzeichen der Bestellnummer nachziehen	N5, N6, N8	Quick Fix	gering	Theme und Textbausteine
9	Querverkäufe auf der Produktseite oder im Warenkorb zeigen („Dazu passend“)	N3	Folgeprojekt	mittel: höherer Warenkorbwert	Standardkomponente Cross-Selling; Platz und Gestaltung im Design klären, die Daten liegen vor
10	Kundenbewertungen einführen: Bewertungsfunktion von Shopware freischalten oder einen Bewertungsdienst anbinden, Bewertungen nach dem Kauf einholen	N1	Folgeprojekt	mittel, wächst mit der Zahl der Bewertungen	zuerst die Standardfunktion, ein externer Dienst nur, wenn sie nicht reicht; Einwilligung und Mailversand klären

6. Nächster Schritt

- Einstieg: Conversion Quick Fix (Maßnahmen 1 bis 8)
- Danach: Conversion-Optimierung (Maßnahmen 9 und 10)