

Ihre erste falsifizierbare Hypothese

⌚ ca. 20 Min.

Modul: A/B-Testing für Nicht-Statistiker

Typ: mini-audit

Aufgabe: Wählen Sie ein Element in Ihrem Shop, das Sie verändern möchten, zum Beispiel eine Headline, einen Button oder eine Produktseite. Formulieren Sie die Hypothese nach dem Schema: Wenn wir X ändern, dann steigt oder sinkt Y um Z Prozent, gemessen an Metrik M. Prüfen Sie, ob nur eine Variable verändert wird und ob das Gegenteil prinzipiell möglich ist.

Ihr Audit-Ergebnis

Kampagne	Ad-Text / Versprechen	Zielseite	Klickziele	Match-Score 1–5	ROI-Impact

Größter Mismatch & geplante Änderung

Nächste drei Aktionen

☐☐☐

1. Welche der letzten drei Änderungen in Ihrem Shop wurden nur live geschaltet, weil alle überzeugt waren — und welche hätten Sie parallel testen sollen?

2. Formulieren Sie für Ihren wichtigsten Conversion-Hebel eine Hypothese, die Variable, erwartete Richtung und Primärmetrik klar benennt.

3. Wo in Ihrem Shop verwechseln Sie derzeit einen Wetter- oder Kampagnen-Effekt mit dem Effekt einer echten Änderung?

So nutzen Sie dieses Worksheet: Drucken Sie es aus oder bearbeiten Sie es digital. Füllen Sie die Felder direkt während oder nach dem Modul aus. So überführen Sie Theorie in konkrete Maßnahmen für Ihren Shop.