

## Das 70-Prozent-Problem

**Lernziel:** Sie übersetzen Warenkorb-Abbruchraten in konkrete Euro-Potenziale, erklären die ökonomische Logik hinter Conversion- statt Traffic-Investitionen und priorisieren Checkout-, Mobile- und Retention-Hebel auf Entscheider-Ebene.

### Key Takeaways

- Baymard zeigt: siebzig Prozent aller Warenkörbe werden im Durchschnitt nicht gekauft.
- Jeder Prozentpunkt weniger Abbruch ist direkter Mehrumsatz — ohne mehr Traffic.
- Mobile und Retention verstärken das Problem, machen den Hebel aber auch größer.

### Framework-Schritte

1. **Hundert Warenkörbe**
2. **Siebziger Abbrüche**
3. **Dreißig Käufe**
4. **Benchmark verstehen**
5. **Euro-Potenzial berechnen**
6. **Hebel priorisieren**
7. **Abbruchrate schätzen**

### Kernpunkte im Überblick

#### RELEVANCE

##### Was bedeutet das für Ihren Shop?

Jede Abbruchrate über dem Branchendurchschnitt ist ein messbarer Wettbewerbsnachteil.

#### CONCEPT

##### Die Baymard-Benchmark

Das Baymard Institute ermittelte aus über hunderttausend Checkout-Prozessen eine durchschnittliche Abbruchrate von rund siebzig Prozent.

#### CONCEPT

##### Was siebziger Prozent Abbruch wirklich bedeuten

Von hundert Kunden, die einen Artikel in den

#### CONCEPT

##### Die Opportunity Cost des Abbruchs

Opportunity Cost ist der entgangene Umsatz, den Sie bereits bezahlt haben, aber nicht einstreichen

## Hebel ist

Mehr Traffic bei gleicher Conversion-Rate frisst nur Marge und verschärft den Druck auf die Kosten.

Rund sechzig bis siebzig Prozent des E-Commerce-Traffics kommen über Mobilgeräte.

**So nutzen Sie dieses Job-Aid:** Nutzen Sie es als Kurzreferenz, bevor Sie eine Kampagne, ein Audit oder eine Strategieentscheidung anpacken. Die Takeaways und die Entscheidungsmatrix helfen Ihnen, schnell den Fokus zu setzen und typische Fehler zu vermeiden.