



Der Kundenblog

Ein innovatives Instrument der Marktforschung

UXHH Roundtable, 03.05.2010

© eResult GmbH – Results for Your E-Business
(www.eresult.de)

Was erwartet Euch?

- Der Kundenblog – was ist das überhaupt?
- Welche Fragen können beantwortet werden?
- Ausblick

- Kontaktdaten: Ansprechpartner eResult GmbH



Der Kundenblog – was ist das überhaupt?

Der Blog als Marktforschungsinstrument

- ✓ innovative Methode der Markt- /Innovationsforschung
- ✓ Alternative zu Kundenpanels und Fokusgruppen
- ✓ Permanentes, dauerhaftes Feedback durch Kunden in einem Längsschnitt (wie in einem Panel)
- ✓ qualitativer Ansatz zur Erkenntnisgewinnung (wie bei Fokusgruppen)

Wer sind die Teilnehmer?

- Kunden/Nutzer „wie Du und ich“
- Rekrutiert über Panel oder Datenbank des Kunden
- Gemäß Zielgruppe des Kunden ausgewählt
- Affinität zum Mitteilen
- auch möglich:
Mitarbeiter-Blog, Geschäftspartner-Blog, Zielgruppen-Blog...
um über diese Schnittstelle in Kontakt zu treten!



Projektablauf – kurz skizziert

- Kick-Off mit dem Kunden
- Rekrutierung und Schulung der Kundenblog-Teilnehmer
- Start des Kundenblogs
- Betreuung durch Blog-Manager
- Ableiten von Erkenntnissen und Empfehlungen

Startseite des Blog

Karstadt Kundenblog
Schöner shoppen in der Stadt.

[Beiträge](#) [Teilnehmer](#) [Archiv](#) [FAQs](#) [Kontakt](#) [Impressum](#) [Beitrag schreiben](#)

14 Gürtel für Männer und nur 2 für Damen???

Hat schon mal irgendjemand nach **DAMENGÜRTELN** gesucht? Warum gibt es bitte **14 Gürtel für Männer** und **nur 2 für Damen**???

Und wieso gibt es eigentlich soo viele Artikel, die es im realen Karstadtladen gibt nicht im Onlineshop?

z.B. finde ich das Bikinisortiment im Onlineshop ziemlich mager. es gibt einige schöne oma-badeanzüge und dann noch ein paar bikinis, die irgendwie alle schwarz oder türkis sind.

Sehr schade!!

0 Kommentare [Bearbeiten](#)

Veröffentlicht von Annette M. am 20. Juni 2009 in Allgemein, Sortiment.

Lieferfristen auf den Produktdetailseiten

Ich habe am 08.06.09 meine Juni-Bestellung vorgenommen. Diesmal habe ich mich für drei Bücher entschieden. Zuersteinmal möchte ich sagen, dass die Rubrik Bücher wirklich absolut schlecht gestaltet ist! Man kann zwar einzelne Bereiche eingrenzen, aber es fehlen deutlich mehr Einschränkungsoptionen. Ein ganz normales Stöbern macht einfach keinen Spaß.

Aber ich habe schließlich doch drei Bücher gefunden, die mir gefallen haben. Bei dem ersten Buch wurde auf der Produktdetailseite angezeigt, dass es z.Zt. leider nicht lieferbar ist, das zweite Buch zeigte auf der Detailseite eine sofortige Lieferfähigkeit an und beim dritten Buch beträgt die Lieferzeit 1-2 Wochen. Da alle Bücher in den Warenkorb gelegt werden konnten (auch das nicht Lieferbare!) habe ich diese drei Bücher bestellt. Im Warenkorb

Wichtige Links

- [Beitrag schreiben](#)
- [FAQs](#)
- [Abmelden](#)

Kategorien

- [Allgemein](#)
- [Fundstücke und Ideen](#)
- [Sortiment](#)
- [Joy of Use](#)
- [Navigation & Nutzerführung](#)
- [Artikel- & Produktsuche](#)
- [Startseite](#)
- [Produktübersichtsseite](#)
- [Produktdetailseite](#)
- [Bestellprozess](#)
- [Bestellbestätigung](#)
- [Kundenservice](#)
- [Auslieferung](#)
- [Retouren](#)
- [Zahlungsabwicklung](#)

- ✓ Optisch ein „ganz normaler Blog“
- ✓ Neutrales Design
- ✓ Navigation gemäß Kundenbedarf
- ✓ Beschränkung auf wichtigste Funktionen
- ✓ Flexibel erweiterbar
- ✓ Passwortgeschützt

Zugang zum Blog - passwortgeschützt

The diagram illustrates the process of accessing a password-protected blog. On the left, a WordPress DE-Edition login form is shown with fields for 'Benutzername' (username) and 'Passwort' (password), a 'Remember me' checkbox, and an 'Anmelden' (login) button. A 'Passwort vergessen?' (forgot password?) link is also present. An orange arrow points to the right, where the 'Karstadt Kundenblog' page is displayed. The blog page features a header with the title 'Karstadt Kundenblog' and a navigation menu including 'Beiträge', 'Teilnehmer', 'Archiv', 'FAQs', 'Kontakt', and 'Impressum'. The main content area contains a welcome message, a brief introduction to the blog, and a list of 'Wichtige Links' (important links) such as 'Beitrag schreiben', 'FAQs', 'Abmelden', and 'Kategorien'. The footer includes a page number and navigation links.

Hinweis: Der Karstadt-Kundenblog ist passwortgeschützt und von außen nicht einsehbar. Der Aufbau eines öffentlichen Blogs ist ebenfalls möglich.



Welche Fragen können beantwortet werden?



Die Methode ist geeignet, wenn...

...schnelles Feedback von Kunden gewünscht ist
und eine permanente Diskussion.

Mit dem Kundenblog ist es möglich...

- **Feedback einzuholen** zur Beurteilung des Status Quo
- **Erfahrungsberichte** aufzunehmen (hoher explorativer Charakter!)

Top-Thema: Produktsuche

- Zahlreiche Erfahrungsberichte geben Regeln für Optimierung vor
- Hohes persönliches Involvement der Teilnehmer durch reale Besuche/ persönliche Intentionen

Frust bei Artikelsuche / Trefferlisten

Bei der Artikelsuche klappte diesmal einiges nicht und als Neukunde wäre ich von Karstadt.de wenig überzeugt. Ich war mit der Suche zwischendurch so unzufrieden, daß ich abgebrochen und einen Tag später bestellt habe:

1. Versuch: gezielt gesucht habe ich nach einem USB Stick mit 8 GB, angezeigt wurden mir bei 42 Treffern gesamt immer als erstes auch kleinere Sticks (egal ob ich "8gb" oder "8 gb" eingab). Der Angebotsstick von Scandisk für 14,99 Euro erschien zwar bei der ersten Trefferliste, aber nicht wenn ich dann sortiert habe (nach Preis aufsteigend) - dann war er weg und nicht mehr im Trefferpool zu finden. Bei einer erneuten Suche war er gar nicht in der Trefferliste. Bei Eingabe "Scandisk USB 8 GB stick" ist er brav an Zweiter Stelle, nach dem 4 GB Scandisk Stick (warum?), aufgetaucht, beim Sortieren wieder weg. Sehr seltsam und frustig. Im Endeffekt habe ich dann abgebrochen. Gut für mich: bei Karstadt im Laden habe ich den 8 GB Scandisk Stick für 9,99 Euro bekommen. Läßt die Suchfunktion und Karstadt.de insgesamt unzuverlässig wirken.

2. Versuch: beim Kategorien-Stöbern nach einem Retourartikel Damenlangarmshirts entdeckt (Mode & Accessoires/ Damenbekleidung/ Shirts/ Langarmshirts) : eine Trefferliste von ??? Artikeln (keine Angabe! 3 Seiten bei 80 pro Seite, also zwischen 161 und 240 Langarmshirts) und keine Sortier- oder Filterfunktion! In der Oberkategorie gibt es Filter, allerdings ohne "Langarmshirts" in der Auswahl. In anderen Unterkategorien z.B. Poloshirts

The screenshot shows the 'Karstadt Kundenblog' interface. At the top, there are navigation links for 'Beitrag', 'Teilnehmer', 'Archiv', 'FAQs', 'Kontakt', and 'Impressum'. A search bar is visible on the right. The main content area features an article titled 'Suchfunktion bei Karstadt (sorry, sehr langer Artikel, aber dafür mit Bild :-)' with a sub-header 'Letzte Monat hatte ich nur wenig Freude mit der Suchfunktion. Deswegen ist es noch länger, hier meine Erfahrungen mit dem Suchfeld der Startseite.' The article text discusses search issues and includes a screenshot of the search results page. Below the article, there is a comment section with one comment from 'Annette M.' dated 17. Juni 2011. The comment discusses search results and mentions 'Schulhofrinder' and 'Tendur'. At the bottom, there is a 'Kommentar schreiben' form.

Mit dem Kundenblog ist es möglich...

- Geplante Veränderungen **im Vorfeld zu bewerten** (z.B. Prototypen)
- **Innovationen** zu entwickeln für die Zukunft des Shops

Erfolgreicher Einsatz auch bereits bei HRS



- ✓ Erweiterung von 25 auf 75 Mitglieder wird gerade vollzogen aufgrund des großen Erfolgs
- ✓ Wireframes, Prototypen werden gezeigt und thematisiert – sehr hohe Response der Teilnehmer
- ✓ Aktive Mitarbeit an der Zukunft der Seite wird besonders geschätzt

HRS Kundenblog

Ihre Meinung ist uns Wichtig!

Beiträge Teilnehmer Archiv FAQs Kontakt Impressum

Mehrbettzimmer-Suche: erste Entwürfe!

Im Beitrag "Mehrbettzimmer suchen und buchen" wurde es ja bereits diskutiert: Ander Anbieter sind HRS bei der Buchung von Mehrbettzimmern bisher voraus. Genannt wurden hotels.com, expedia.de und hotel.de als positive Beispiele.

HRS hat diese Anregungen jetzt aufgegriffen, geht allerdings einen etwas anderen Weg. Die neuen Entwürfe bekommt ihr als erste hier zu sehen:

Hotelsuche

Ihr Ziel Ort, Region, Insel, Adresse, PLZ Umkreis vom Ziel einbeziehen km

Abreise 22.07.09 23.07.09 Bestimmtes Hotel/-kette?

Einzelzimmer 0 0 0 0 0 0

3-Bettzimmer 0 0 0 0 0 0

Suche per Weltkarte

Entwurf Mehrbettzimmer Schiefe 1, Nr.1

Hotelsuche

Ihr Ziel Ort, Region, Insel, Adresse, PLZ Umkreis vom Ziel einbeziehen km

Abreise 27.05.09 28.05.09 Erwachsene Kinder 0

Anzahl Zimmer 0 0 0 0 0 0 0

Bestimmtes Hotel/-kette? Bestimmte Hotel/-kette? Starmkategorie ab

Suche per Weltkarte

Entwurf Mehrbettzimmer Schiefe 1, Nr.2

Ih bin gespannt, was ihr davon haltet, welcher euch besser gefällt und wo ihr noch was ändern würdet. Auch den Vergleich zur aktuellen Suchmaske und zur Konkurrenz ist sicherlich interessant. Nutzt eure Chance, HRS mitzugestalten!

Diesen Beitrag drucken
Veröffentlicht von Johanna Höller am 6. Juli 2009 in Hotelsuche.
Schlagworte: ideenentwicklung, mehrbettzimmer, neue_entwerfe, suchmaske.

3 Kommentare zu "Mehrbettzimmer-Suche: erste Entwürfe!"

Oliver G. 07. Juli 2009 um 18:43
Der Entwurf Nr. 1 finde ich sehr gut. Bei Nr. 2 müsste ich schon bei Doppelzimmerbuchung erst verständlich werden.

Hilger R. 07. Juli 2009 um 18:02
In meiner Tabelle sind 2 Betten.
1. Entwurf 1. Entwurf ist überflüssig zu machen. Das viele Zahlen auf dem Bildschirm.
2. Entwurf Kommentare von Oliver G. ist richtig.
Fragebogen: Warum geht man nicht den Weg mit aufeinanderbaukriterien (z.B. wenn 2 Betten werden Spezialwünsche gemacht werden (Jedoch nicht mehr als 1 ob)?
Es gilt HRS für mich auch für die Unterkünfte, ich vermute hier die Möglichkeit der Erweiterung auf die PLZ oder den Ort bevor die Suche schon auf anderen angebotene im Fachausschlag geht.

Philipp L. 07. Juli 2009 um 18:07
Mir gefällt die erste Variante besser. Dort sind alle Optionen auf einen Blick sichtbar und müssen nicht erst per Dropdown geöffnet werden.

Frank B. 07. Juli 2009 um 18:24
Ich finde auch die Nr. 1... wie sieht es mit 4 Bett Zimmern aus? ... das wäre noch überlegenswert.
Der Entwurf hat die Buchung im Voraushintergrund gemacht hat... weiß nicht ob das hilfreich ist.
F. S. ist 4 Bettzimmer nicht für Superhintergrund.
Entwurf 2 ist mein Favorit!

Anna E. 07. Juli 2009 um 18:34
Ich finde auch, dass die zweite Variante der richtige Weg ist. Bei der ersten werden alle Zimmermöglichkeiten separat angezeigt. Eine Seite soll man da gehen? In diesem Fall ist die zweite Variante besser. Ich würde auch eine Suchmaske mit 1- oder 2-Bett-Zimmern, die Auswahlmöglichkeit in variablen Zimmern ist wichtig. Bei der Auswahl der Starmkategorie oder der Kategorie A, B, und ja auch die gleiche Verfahren anzuwenden.

Anna E. 07. Juli 2009 um 18:37
Ich finde die Nr. 1 auch am besten, die Eingabe der Zimmeranzahl abhängig von der Personenzahl zu machen. Ich finde, das wenn man bei der Personenzahl eine Zahl eingibt, sich automatisch ein Fenster für die 1- bis 4-Bett-Zimmer öffnet. Hier könnte das Programm aufgrund der Personenzahl eine Empfehlung für ein Zimmer geben, das natürlich durch den User verändert werden kann. Für ein Paar mit zwei Kindern sind natürlich ein anderes Zimmer bevorzugt, als für zwei berufstätige Eltern. Bitte identifizier Personenzahl!

Christina S. 07. Juli 2009 um 18:42
Wie ich finde diese Idee mal richtig klasse.
Ich selbst finde es gerne mal höher bei anderen Anbietern geht.
Entwurf 1, Nr. 2 finde ich besser, auch von der Gestaltung her, es gefällt mich auch mehr an weil die Buchführung übersichtlicher ist. Das ist das was mich "trick" mehr Zimmern zu buchen könnte mehr eine Station... aber das wird sich ich finde "besseres"!

Berndtina Ullrich 07. Juli 2009 um 18:29
Ich finde Variante 2 besser, da Variante 1 für mich überflüssig ist.
Der Button "andere Zimmer hinzufügen" müsste meiner Meinung nach nicht gegeben werden, da man ja die Möglichkeit hat, die Zimmeranzahl zu bestimmen. Wenn die Zimmeranzahl erhöht, so brauche ich ja keine Zimmer hinzufügen (da sie dann man kann auf 2 Zimmer die Zahl ändern und es ist möglich, 4 Betten werden ich aber eher "zusätzliche Buchung" anbieten.
Ich finde mich häufig mehrere Zimmer aus, so sollte diese Anzahl Zimmer einfach darstellen "Anzahl Zimmer" und Personenzahl separat werden. Die Personenzahl ist mir persönlich nicht so wichtig, wie die Zimmerwahl wichtiger, was sagt der? Deswegen finde ich die Idee von Jens sehr gut, nach der Abgabe der Zimmeranzahl, übers die Menge von Personen zu fragen. Hat man die Anzahl der Personen angegeben, so erhält man einen Vorschlag der Zimmeranzahl.
Wie sagt ihr zu den Entwürfen?

Philipp G. 07. Juli 2009 um 17:58
Ich finde auch Variante 1 besser. Schließlich ist es durch die vielen 0-Ziffern Personenzahl auffällig und aber andererseits sind alle Optionen für das Zimmer sichtbar und das gleiche User kann sich orientieren, was er an welcher Stelle tragen muss. Ich finde es gut, dass man nicht nur eine Suchmaske hat, sondern auch eine Suchmaske mit den Zimmeranzahl angegeben werden und wie werden diese User von der Information und Nutzung empfangen.
Warum wird eigentlich das Dropdown mit 0-Zimmern immer geöffnet, während das bei anderen Anbietern nicht? Ich finde, dass das immer eine Fräulein zu sein können nicht auch Gruppen und mit 4-Kategorie in Form von 3 oder 4 Personen diese Suche aufbauen?
Was ist aber auf jeden Fall aus meiner Sicht ein Hinweis für Gruppen anzuwenden.
Eine Kombination aus beiden Varianten hat bestimmt Charme, indem man Zimmeranzahl durch einen Anbieter und dann auf ein bestimmtes Zimmer, wenn der User keine Hilfe benötigt hat.

Mit dem Kundenblog ist es möglich...

- Auch die Nachkauf-Phase zu erfassen (Lieferung, Retouren)
- Rückmeldung zu speziellen Aktionen zu erhalten

Lieferung aus Retoure-Halle

Bei meiner aktuellen Bestellung war ich etwas verwundert, als ich den Absender sah: Die Adresse lautete "Retoure-Halle 2". Das hat bei mir keine positiven Assoziationen ausgelöst, eher "jetzt kriege ich einen Artikel, den schon jemand anders angehabt hat" (es handelte sich um ein Kleidungsstück). Gut, natürlich weiß man, dass Artikel anprobiert und zurückgeschickt werden. An der Stelle von karstadt.de würde ich aber dieses nicht auf dem Paketaufkleber kommunizieren.

Ist das bei euch auch schon mal vorgekommen? Ich habe außerdem schon einmal zu einer Bestellung 2 Pakete aus verschiedenen Orten bekommen.

 Bearbeiten  Diesen Beitrag drucken

 Veröffentlicht von Kevin S. am 3. September 2009 in Auslieferung, Retouren.

 Schlagworte: absender, paket, retoure.

1 Kommentar zu "Lieferung aus Retoure-Halle"

Top-Thema: Auslieferung

- Lob und Tadel zu realen Bestellungen (Mystery-Shopping-Ansatz)
- Längsschnittbetrachtung (auch spezielle Aufträge wie Möbel oder Haushaltsgeräte möglich)

Schnelle Auslieferung

ich habe am 11.06. meine Juni Retouren Bestellung erledigt. Am 12.06. abends kam die Bestätigung zur Auslieferung und am 13.06. war der Paketbote da. Fazit: Schneller geht es kaum. Die Rücksendung wird von mir selbstverständlich auch schnell erledigt: Heute Mon. 15.06.

1 Kommentar  Bearbeiten

 Veröffentlicht von Jutta S. am 15. Juni 2009 in Auslieferung.

enttäuschendes Fazit meiner Koffer Aktion bei karstadt

Nachdem ich am 10.05 ordnungsgemäß meine Mai-Bestellung abgeschickt hatte lief zunächst alles nach Plan und ich erhielt auch gleich meine Bestellbestätigung.

Nach drei Wochen warten hatte ich meinen Koffer jedoch immer noch nicht in den Händen, obwohl eine Lieferzeit von etwa 7 Tagen angegeben war. Soweit schon mal sehr unbefriedigend.

Am 29.05 kam dann eine mail mit dem Betreff "Bestellstorno". Ich ahnte schlimmes... Nach so langer Wartezeit wurde mir dann endlich mitgeteilt, dass die Ware leider nicht mehr lieferbar ist.

Retour einfach und bequem

Die Unterlagen für die Retour fand ich gut und sehr bequem: Ausfüllen, Aufkleben, Abgeben. Auch die Rückgabegründe auf dem Retourschein waren m. E. sehr gut gewählt und für viele Fälle passend. Besonders gut fand ich, daß Doppelbestellung zweier Größen bereits als Rückgabegrund angegeben ist. Karstadt scheint damit zu akzeptieren, daß man gezielt 2 Artikel bestellt, im Wissen einen zurückschicken zu wollen. Das wirkt kulant und positiv. Insgesamt bis jetzt (fehlt nur noch die Bestätigung) eine gute Erfahrung.

 Bearbeiten  Diesen Beitrag drucken

 Veröffentlicht von Alexandra R. am 22. April 2009 in Retouren.

5 Kommentare zu "Retour einfach und bequem"

Tobias F.

 27. April 2009 um 11:28  Bearbeiten

Die Retour an sich empfand ich auch als ausgesprochen unkompliziert. Der Rückgabeschein ist wirklich gut gestaltet, was das ganze nun wirklich narrensicher macht.

Was mich allerdings wundert, ist, daß ich nach einer Woche noch keine Bestätigung über den Eingang der Retour bei Karstadt erhalten habe. Mir ist jedoch aufgefallen, daß auf der Online-Seite als meine letzte Bestellung die aus dem März und nicht aus dem April genannt wird.

Mit dem Kundenblog ist es möglich...

- Wettbewerber zu beurteilen aus dem Blickwinkel der Kunden
- Ausgewählte Teilnehmer sind als „Spione“ unterwegs



Top-Thema: Fundstücke

Größenberatung bei Koffern?!

Mir ist grad ein lustiges Fundstück aufgefallen: bei brands4friends gibt es heute Koffer bzw. Trollys. Und auf der Produktdetailseite steht der Hinweis "Größenberatung". Toll dachte ich, ich brauche einen Koffer für einen Laptop sollte er trotzdem haben - neben dem Gepäck in der Handtasche hier also fündig?



Upgrade, trolley 3er Set 67/77 cm, schwarz

UVP 219,85 € **119,00 €**
Preise inkl. MwSt. und zzgl. Versand- und Portokosten

Anzahl: (mehr als 5 verfügbar) [Größenberatung](#)

[In den Warenkorb](#)

Upgrade - das bedeutet im Reise-Vokabular so viel wie, eine Klasse besser. Und dafür steht auch dieser komfortable Reisekoffer...

Nein, leider nicht, der Link führte zur Damen-, Herren- und Kinderkoffer-Sammlung. Ein bisschen schade, kann ich dir sagen, da konnte ich mir nichts aussuchen.

3 Kommentare
Veröffentlicht

Quelle.de mit neuem Online-Shop - euere Meinung?

Habt ihr schon gesehen:

-// Quelle.de im neuen Gewand und mit neuen Funktionen!

Schaut mal vorbei, einiges gefällt mir sehr gut, auch die neue Startseite. Wie findet ihr den neuen Online-Shop von Quelle?

0 Kommentare [Bearbeiten](#)

Veröffentlicht von Thorsten Wilhelm am 7. Juni 2009 in Allgemein, Fundstücke und Ideen.

Produkte verschlagworten ...

Vielleicht ist euch das auch schon mal aufgefallen, z. B. beim Surfen auf Amazon, Neckermann oder Bonprix. Diese Shops bieten den Besuchern und Kunden die Möglichkeiten auf Seiten mit Produktbeschreibungen Schlagworte (so genannte Tags) einzugeben.

Hier mal ein Beispiel vom Amazon zu einem Buch von Eckhardt von Hirschhausen. Das Buch wird wie gewohnt beschrieben, es gibt Buchbesprechungen und Verweise auf Lieblingslisten und ähnliche Bücher, und dann diesen Abschnitt hier:

Tags, die Kunden mit diesem Produkt verbinden ([Was ist das?](#))
Klicken Sie zum Suchen verwandter Artikel, Diskussionen oder Personen auf ein Tag.

humor (26)	kurioses (7)	alexander.wall (2)
lachen (10)	medizin (7)	galaktika (2)
satire (10)	deutschland (4)	hirschhausen (2)
leber (9)	hotel.monopol (3)	Alle 39 Tags anzeigen...

Ihre Tags: [Ersten eigenen Tag hinzufügen](#)

Produkte mit folgendem Tag suchen:

[Beliebteste Tags anzeigen](#)

Das Buch von von Hirschhausen (Titel: Die Leber wächst mit ihren Aufgaben) wird mit Begriffen belegt, die z. B. den Inhalt beschreiben (leber, lachen), das Buch in höhere oder den Autor benennen.

- Spione beobachten kontinuierlich die Konkurrenz



Zusätzlich möglich...

- Aktive Teilnahme des Kunden selbst
- Als Autor unter den Teilnehmern versteckt

Top-Thema: Navigation

Layer-Navigation

Ich habe gerade mal wieder ausgiebig auf karstadt.de gesurft. Negativ fällt mir immer wieder die meiner Meinung nach viel zu große Layer-Navigation auf. Diese öffnet sich sehr schnell und ist aufgrund der Größe nur schwer wieder zu schliessen. Ich persönlich finde Layer-Navigtionen sehr gut, weil man einen Vorgeschmack auf die Inhalte eines Reiters erhält, ohne in diesen klicken zu müssen. Die bei karstadt.de umgesetzte Lösung sieht vielleicht gut aus entspricht aber nicht meinen Anforderungen an eine leicht zu bedienende Website.

[Bearbeiten](#) [Diesen Beitrag drucken](#)
 Veröffentlicht von **Bastian S.** am 27. März 2009 in Allgemein, Navigation & Nutzerführung.

3 Kommentare zu "Layer-Navigation"

Annette M.

[30. März 2009 um 12:16](#) [Bearbeiten](#)

Ich stimme dir voll zu. Der Layer ist viel zu groß. Außerdem sieht der Layer bei jedem Reiter anders aus. Mal mit dem Katalog (rechts) oder unten ist ein Bildstreifen eingeblendet oder mal beides. Es könnte etwas einheitlicher sein.

Anja Weitemeyer

[30. März 2009 um 16:46](#) [Bearbeiten](#)

Sehr lang finde ich den Layer auch, bei mir zu Hause auf der "normalen" Auflösung von 1024x768px geht er über den Bildschirm hinaus und ist dann wirklich schwer bedienbar.

Aber mir gefällt, dass es nicht nur die kahle Liste gibt, sondern z.B. auch den Hinweis auf den Prospekt oder Aktionen - man wird jedes Mal überrascht - obwohl diese Ablenkung auch negativ sein kann, weil man (ich zumindest) zuerst immer auf das "Bunte" guckt, bevor man sich dann dem Erkunden der Kategorien widmen kann.

Michael T.

[15. April 2009 um 15:04](#) [Bearbeiten](#)

Ich finde den großen Layer auch störend, vor allem wenn man aus Versehen mit der Maus über die Kategorien fährt klappt er auf und man bekommt ihn gar nicht mehr so schnell weg, da er sehr schwerfällig ist. Mir würde völlig ausreichen, wenn ich die Kategorie anklicke und die weiteren Kategorien dann links angezeigt werden. Ist man glaube genauso schnell und nicht genervt.

- Gesetz von Mitarbeitern von karstadt.de
- Vermutung: Einstieg ins Sortiment über ganzseitigen Layer zu groß und unhandlich
- Eindruck durch Teilnehmer des Kundenblogs bestätigt

Top-Thema: Navigation

➔ Karstadt.de reagierte prompt mit einer schlankeren Gestaltung:

The screenshot displays the Karstadt.de website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Service', 'Filialfinder', and 'Geschenkkarten'. The main header features the Karstadt logo and the slogan 'Wir sind immer für Sie da!' with sub-points: 'Volles Rückgaberecht', 'Volle Garantie', 'Zuverlässige Lieferung', 'Gewohnter Service', 'Sichere Zahlungsarten', and 'Sicheres Online-Shopping'. A shopping cart icon shows '0 Artikel EUR 0'. Below the header is a horizontal menu with categories: Sport & Golf, Wohnen & Schlafen, Haushaltsgeräte & Elektro, Buch & Hörbuch, Musik & Film, Multimedia & Technik, Spiel & Kinderwelt, Parfümerie & Pflege, Uhren & Schmuck, Wein & Genuss, Mode & Accessoires, Urlaub & Reisen, and Finanzen & Versicherung. A dropdown menu for 'Sport & Golf' is open, listing sub-categories like Fitness, Fußball, Golf, Nordic Walking, Outdoor, Radsport, Rollsport, Running, Squash, Tennis, Tischtennis, Wintersport, and Yoga. Other dropdowns for 'Marken A-Z' and 'Sportartikel' are also visible. The main content area includes a search bar, a 'Suchen' button, and several promotional banners, including one for 'Aktuelle Werbung' featuring a woman's face and another for 'Rüsten Sie sich für den Sport-Sommer!' with images of sports equipment.



Ausblick

(nahezu) **Alles ist möglich...**

- Erweiterung auf 100 Mitglieder oder mehr
 - ✓ ermöglicht auch AdHoc-Befragungen
- Aufbau eines Beta-Tester-Panel
 - ✓ direktes Feedback vom Kunden im Testsystem
- Integration einer Chat Funktion
 - ✓ das Plenum lässt sich zur Diskussion zusammenrufen
- Input für weitere Forschung
 - ✓ Thema mit Potenzial an einer größeren Stichprobe quantifizieren
- ...



**Vielen Dank für Eure
Aufmerksamkeit!**

Ansprechpartner eResult GmbH

UX Consultant & Managing Partner: **Anja Weitemeyer**

☎ Kiel: 0431 – 3100193

✉ anja.weitemeyer@eresult.de

📄 0551 - 49569330

Büro Göttingen:

Planckstr. 23

37073 Göttingen

Büro Kiel:

Jägersberg 23

24103 Kiel



Weitemeyer

Unternehmensauftritt: www.eresult.de

Themenblog: www.usabilityblog.de