

Faceted Search – Die neue Filter-Suche im Usability-Test

Aktuelle Studie von usability.de zum neuen Suchtrend im Web jetzt erhältlich

Eine völlig neue Produktsuche ist auf immer mehr E-Commerce-Seiten zu finden: Mit einem Filter können Benutzer ihre Suchergebnisse nach Preis, Farbe, Größe oder anderen Produktfacetten einschränken und immer neu zusammenstellen. Der Vorteil: Kunden navigieren nicht mehr durch vorgegebene hierarchische Strukturen, sondern entscheiden völlig frei, welche Produkteigenschaften sie am meisten interessieren. Doch wie steht es um die Benutzerfreundlichkeit dieser neuen Suche? Die Antwort liefert die aktuelle Studie von usability.de. Sie steht zum kostenlosen Download auf der Website bereit unter www.usability.de/publikationen

Faceted Search - der neue Such-Trend im Internet

„Ich würde auf der Website gerne Kleider unter 70 Euro von meiner Lieblingsmarke sehen, kann hier aber nur nach Preis ODER nach Marke sortieren.“ So oder ähnlich formulieren Kunden beim Online-Shopping häufig Ihre Enttäuschung über die angebotenen Suchmöglichkeiten. Auf vielen Produktseiten setzt sich inzwischen eine Lösung durch: Faceted Search oder Facettensuche. Statt aus vorgegebenen Such- und Navigationswegen auszuwählen, navigieren Nutzer über einen Filter durch Produkt- oder Ergebnislisten: Schritt für Schritt wählen sie gewünschte Produktfacetten aus und schränken das Ergebnis so nach und nach ein. Egal ob die ob die Ausstattungsmerkmale wie Balkon/Garten bei der Immobiliensuche oder die Wunschfarbe bei der Suche nach dem richtigen Kleidungsstück: Jede Facette eines Produkts kann ein möglicher Einstiegspunkt in die Suche sein. Benutzer können Kriterien beliebig hinzufügen, kombinieren oder wieder abwählen und die Ergebnisliste auf diese Weise ständig verändern und anpassen. Dies stellt allerdings völlig neue Anforderungen an die Usability einer Website, da klassische und gelernte Navigationswege entfallen.

Studie von usability.de zeigt, wie die neue Suche benutzerfreundlich wird

In einer Usability-Studie mit 30 Probanden fanden die Experten von usability.de heraus, wie die Benutzer mit verschiedenen Formen der Filter-Gestaltung zurechtkommen. Um möglichst umfassende Ergebnisse zu erhalten, wurde die Suche auf drei Websites vergleichend getestet: eBay.de, Otto.de und HRS.de. Gibt es eine maximale Anzahl an Filterkriterien? Funktionieren Schieberegler für die Auswahl einer Preisspanne besser als Freifelder? An welcher Stelle sollte der Produktfilter platziert werden? „Es war sehr spannend zu beobachten, dass die Usability-Probleme dabei von mehrdeutigen Begriffen bis hin zum erschwerten Wiederauffinden bereits ausgewählter Facetten reichten“, sagt Steffen Weichert, Senior User Experience Consultant bei usability.de. Wie man diese Probleme umgehen kann, und was beim Einsatz des vielversprechenden Such-Trends noch zu beachten ist, zeigt die Studie *Faceted Search - Die neue Suche aus Usability-Sicht*.

Informationen und Download unter www.usability.de/publikationen.

Über usability.de:

usability.de positioniert sich als Dienstleister für Usability und User Experience Design. Als Spezialisten für benutzerzentriertes Design konzipieren, gestalten, entwickeln und testen die Experten von usability.de deutschlandweit und international interaktive Benutzeroberflächen und Anwendungen für Internet und Intranet, mobile Lösungen, Software und andere Produkte.

usability.de bietet das volle Leistungsspektrum einer Full-Service-Usability Agentur. Der Einsatz neuester Technologien wie zum Beispiel state-of-the-art Eye Tracking Hard- und Software gewährleistet qualitativ hochwertige Ergebnisse. usability.de bietet dabei nicht nur die Identifizierung von Schwachstellen eines Produkts, sondern auch die Entwicklung neuer innovativer Lösungen, Konzepte und Prototypen.

Pressekontakt:

Ansprechpartner: Torsten Bartel

E-Mail: presse@usability.de

Tel.: 0511-123 799 81

usability.de

Plaza de Rosalia 4

30449 Hannover