

Der virtuelle Check vor dem Kauf

update beauftragte USECON, die Benutzerfreundlichkeit von Websites von Automarken zu testen. Der Informationsgehalt überzeugt, bei Konfiguration und Features sehen die Experten Handlungsbedarf. Von Elisabeth Oberndorfer

volkswagen.at

Informieren: Die Website bietet einen schnellen Zugang zur Modellübersicht, von der aus jedes Fahrzeug im Detail betrachtet werden kann. Neben einem übersichtlichen und strukturierten Aufbau werden die „Modellhighlights“ hervorgehoben. **Konfigurieren:** Weniger überzeugend funktioniert das Konfigurieren der Fahrzeuge. Bei der Auswahl einer Ausstattung fügt das System automatisch erforderliche Optionen hinzu, ohne ausreichend Feedback zu liefern. Wenig detaillierte Bilder erschweren die Entscheidungsfindung. **Fazit:** Für reines Informieren eignet sich die Website, für die Konfiguration bietet das Portal aus Benutzersicht allerdings kein befriedigendes Erlebnis.

ford.at

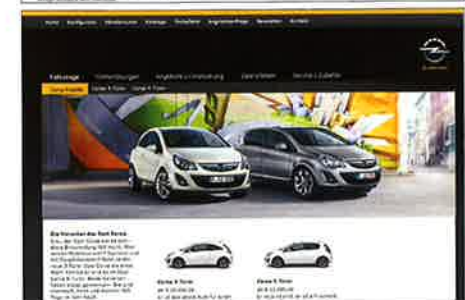
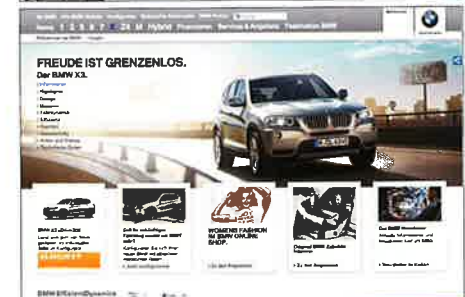
Informieren: Die Informationsseiten sind unstrukturiert aufbereitet. Die Benutzer können die übergeordneten Kategorien zwar gezielt auswählen, Detailinformationen werden allerdings eher zufällig entdeckt. Ein Vergleich zwischen Modellen ist somit nur begrenzt möglich. **Konfigurieren:** Die Bilder sind zu wenig detailliert und adaptieren sich auch bei oberflächlichen Veränderungen nur begrenzt. Dieses Manko macht es den Benutzern schwer, den Prozess effizient abzuwickeln. **Fazit:** Sowohl bei der Informationssuche als auch bei der individuellen Konfiguration bietet Ford eine suboptimale Experience, die es schwer macht, den Online-Kanal für den Autokauf zu verwenden.

bmw.at

Informieren: Ausreichend Bildmaterial und detaillierte Informationsvideos, gestützt durch einen strukturierten Aufbau der Informationsseiten, bieten den Benutzern umfangreiche Möglichkeiten, sich über das Produktangebot zu informieren. **Konfigurieren:** Der Konfigurator von BMW ist sehr aufwändig gestaltet. Ein innovativer Vorher-nachher-Slider ermöglicht einen Vergleich der vorgenommenen Änderungen und erleichtert die Entscheidungsfindung. Komplexe Anpassungen sind ebenfalls benutzerfreundlich gelöst. **Fazit:** Beide Bereiche wurden von BMW vorbildlich gelöst. Das Erlebnis im Web entspricht den Erwartungen der Anwender an eine moderne Automobil-Website.

opel.at

Informieren: Opel bietet viel Bild- und Videomaterial, um den Benutzern die Informationssuche einfacher zu gestalten. Strukturierung und Übersichtlichkeit sind gut gelöst. **Konfigurieren:** Der Konfigurator bietet ein wenig zufriedenstellendes Benutzererlebnis. Statische Bilder und zu oberflächliche Erklärungen der Produkte lassen die Benutzer im Dunkeln tappen. Bei nicht verfügbaren Ausstattungen wird den Benutzern zwar eine Begründung geboten, allerdings nicht die Möglichkeit, vom System die nötigen Anpassungen automatisch vornehmen zu lassen. **Fazit:** Sich über Opel-Produkte online zu informieren ist ein kurzweiliges Erlebnis, für den Kauf reicht das allerdings nicht aus.



USECON ist ein international tätiges und in Wien ansässiges Beratungsunternehmen, das sich auf Beratungsleistungen für sämtliche Tätigkeiten im Rahmen der benutzerorientierten Gestaltung von interaktiven Systemen spezialisiert hat.