

## Renovierung täte not

**update** beauftragte USECON, die Websites von Baumärkten unter die Lupe zu nehmen. Das Ergebnis: unterschiedlicher Informationsumfang, verschiedene Funktionen. Und Renovierungsarbeiten könnten alle vertragen. Von Angelika Kunz



### Hornbach

**Produktsuche:** Mit aktuellen Artikeln auf der Startseite wird der Besucher gleich saisonal eingestimmt. Nicht gut gelöst ist die Darstellung der Produkteigenschaften – unstrukturiert und nicht kategorisiert. Zu den Produkten werden viele Fotos gezeigt, die allerdings nicht bequem durchzusehen sind. **Filialsuche:** Eine klassische Filialsuche gibt es auf der Startseite nicht. **Angebot:** Angebote lassen sich gut hinter dem Menüpunkt „Raus damit“ finden. Hier landet man jedoch vor der Entscheidung, Angebote aus dem Online-Shop oder einem Markt sehen zu wollen. **Fazit:** Durchdachte Website mit nützlichen Funktionen, die mit Feinschliff bei der Produktpräsentation richtig gut werden könnte.



### Lagerhaus

**Produktsuche:** Produktbeschreibungen sucht man vergeblich. Dafür werden ausführlich und detailreich Hintergrundinformationen geliefert: etwa Wetteranzeige und Agrarbor-sennews. **Filialsuche:** Die Ergebnisse werden in einer Karte angezeigt, die Standortbezeichnung der in Frage kommenden Filialen gibt es jedoch erst nach Klick auf ein Symbol. **Angebot:** Relativ unauffällig gestaltet sich der eigene Menüpunkt für Angebote mit 149 Kategorien. Ein paar Angebote auf der Startseite zu platzieren würde einen guten Eindruck vermitteln. **Fazit:** Eine Website, auf der sich viel Information auch über das Gewohnte hinaus findet, die jedoch nicht nach dem neuesten Stand umgesetzt ist.



### Obi

**Produktsuche:** Die Produkte sind gut im Online-Shop zu finden. Nicht optimal sind die Artikelbeschreibungen, wichtige Infos wie Versandkosten sind versteckt. **Filialsuche:** Im Content-Bereich relativ schlecht zu sehen, jedoch prinzipiell ein hilfreiches Feature, ist die vorgeschlagene nächstgelegene Filiale. Nicht möglich ist es, die bevorzugte Filiale zu wechseln. **Angebot:** Es gibt wenige, dafür saisonale Angebote. **Fazit:** Gut umgesetzter Online-Shop, der im Zentrum der Website steht und im Detail optimiert werden kann.



### Baumax

**Produktsuche:** Auf der Website selbst ist sehr wenig vom Sortiment zu finden. Die Produktinformationen kann sich der Websitebesucher nur in Online-Katalogen holen. **Filialsuche:** Der nächste Baumax kann auf der Startseite per Postleitzahl gesucht werden oder über die Metanavigation mit Filtermöglichkeit nach Ausstattung, Adresse und Öffnungszeiten finden sich schnell in der Übersicht, Details laden aber auf einer neuen Seite, was nicht sein müsste. **Angebot:** Auch für Angebote öffnet sich ein eigener Online-Katalog. **Fazit:** Etwas unentschieden im Auftritt und mit umständlichen Online-Katalogen ausgestattet.

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.