



# Virtuelle Probefahrt

update beauftragte INTERFACE CONSULT, Websites verschiedener **Automarken** unter die Lupe zu nehmen.

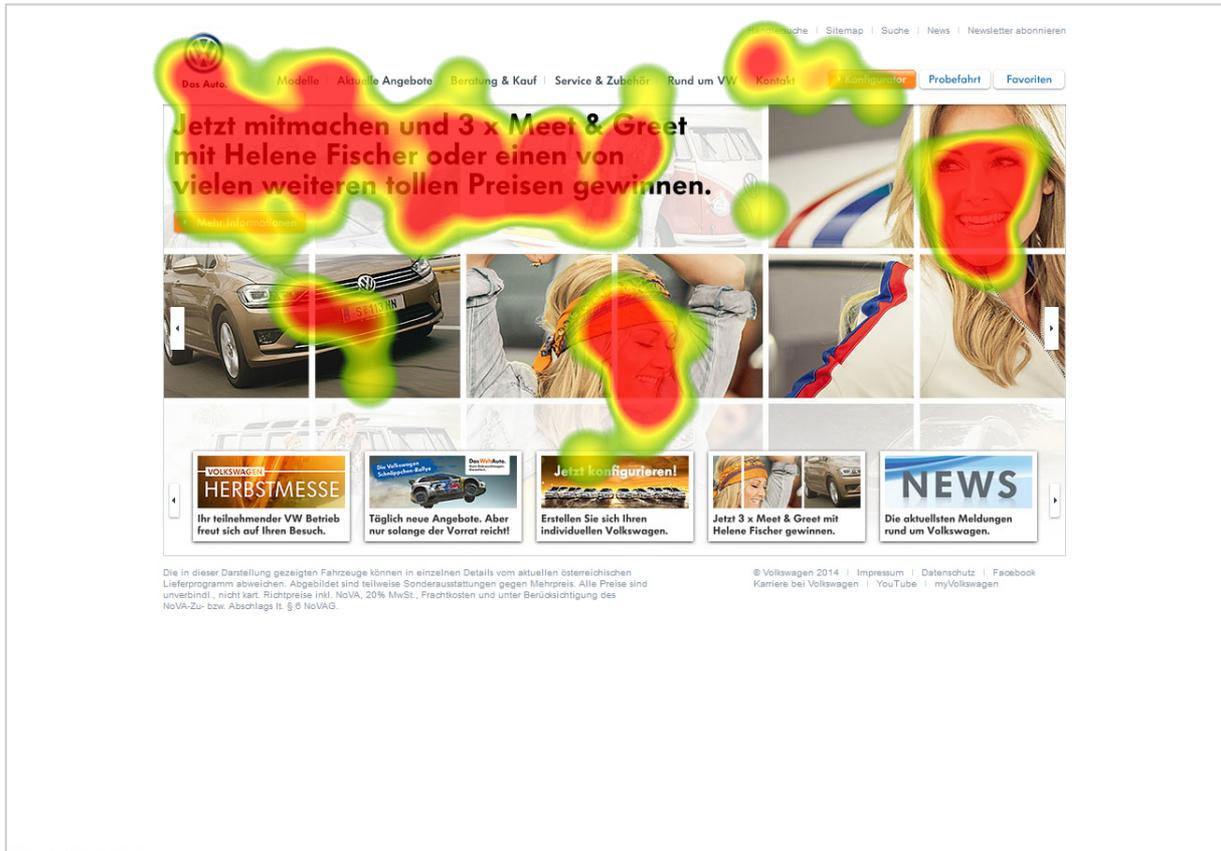
Das Ergebnis: Neue Wege beim Design schaden manchmal der Orientierung.

Autor: Dr. Martina Manhartsberger  
Status: November 2014

Über Interface Consult GmbH

Interface Consult GmbH ist ein Dienstleistungsunternehmen, das sich auf Usability und User Experience spezialisiert hat. Seit 20 Jahren designen wir Anwendungen, testen Usability und machen Produkte benutzerfreundlich.





**Eyetracking:** Heatmap der Homepage. Die aktuelle Werbung zieht fast die gesamte Aufmerksamkeit auf sich, die Hauptnavigation wird dabei fast übersehen.

**Allgemein:** Die Navigation folgt einem übersichtlichen Aufbau. Auf der Homepage läuft ein großer, eher textlastiger Slider, der nicht von selbst wieder stoppt. Aufgrund dieses Sliders werden wohl viele User die Seite rasch wieder verlassen. User lehnen Animationen auf Webseiten eher ab. Grund dafür ist der „Bewegungsreflex“, der das Auge immer wieder zur Animation hinlenkt und dadurch die Informationsaufnahme in anderen Bereichen stört.

Eine visuelle Übersicht über alle Modelle existiert, ist allerdings nicht leicht auffindbar. Für "Highlights" öffnen sich schmale Popups, in denen der User scrollen muss.

**Informationen zu Modellen:** Bei Navigationseinträgen wie „Der neue Polo“ und „Polo“ ist der Unterschied für viele User wohl nicht ersichtlich.

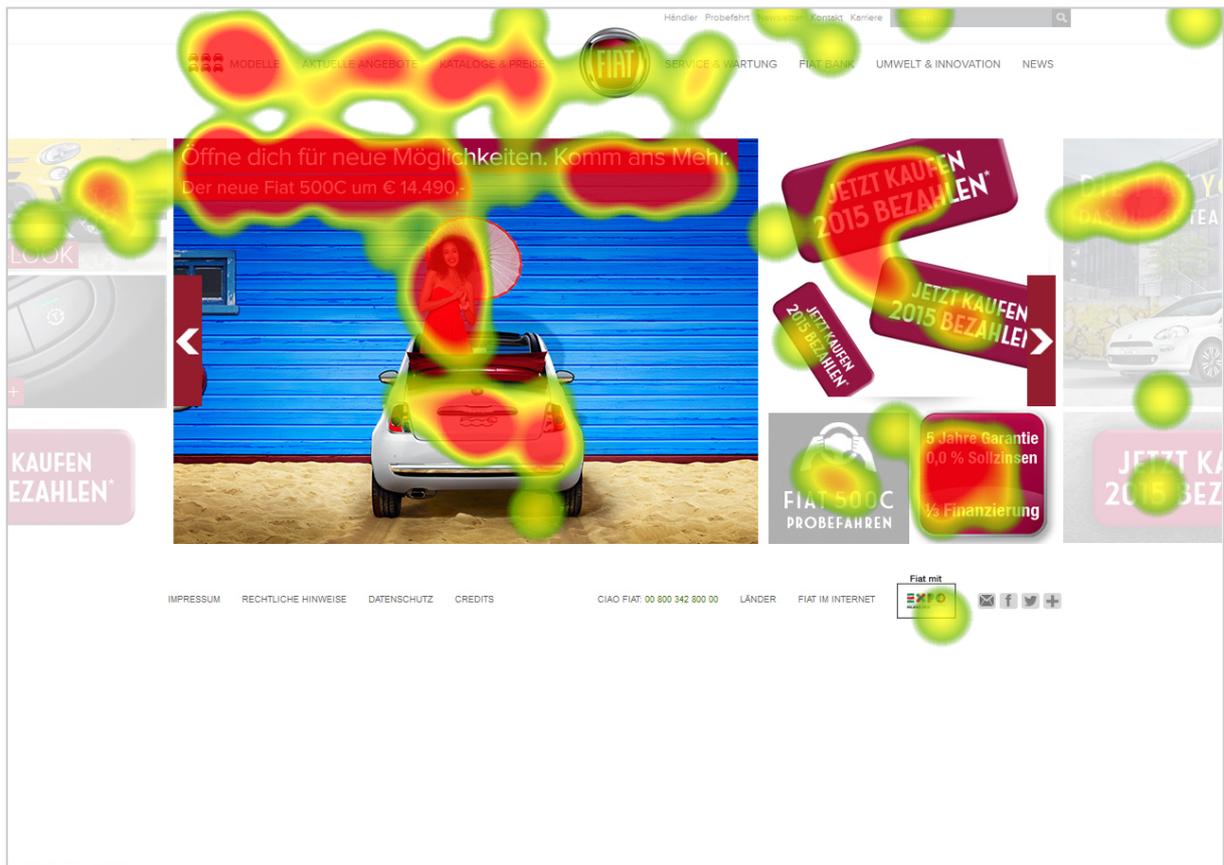
**Händlersuche:** Die Händlersuche ist in der Metanavigation etwas versteckt.

**Mobil:** Keine Mobilversion, Nutzbarkeit daher eingeschränkt.

**Fazit:** Gute Usability, der User wird an sein Ziel kommen.

## Fiat

**Gesamtbewertung:** 



**Eyetracking:** Heatmap der Homepage. Die Hauptnavigation wird gut wahrgenommen, es werden keine wichtigen Elemente übersehen.

**Allgemein:** Eine visuelle Übersicht über alle Modelle ist vorhanden und schnell gefunden.

**Informationen zu Modellen:** Bei Klick auf ein Modell öffnet sich eine kleine, kreisförmige Whitebox, die zunächst wie ein Darstellungsfehler aussieht. Die Buttons „entdecken“, „Angebote“ und „konfigurieren“ konkurrieren miteinander, sodass eine Entscheidung für den nächsten Klick schwer fällt. Die Bezeichnung „entdecken“ ist wenig erwartungskonform, d.h. User werden wenig Vorstellung davon haben, welche Inhalte sie auf der nächsten Seite erwarten können. Das bewirkt meist, dass auf sie auf solche Links nicht klicken.

**Händlersuche:** Ist etwas versteckt in der Metanavigation angebracht.

**Mobil:** Keine Mobilversion, die Nutzbarkeit ist deutlich eingeschränkt.

**Fazit:** Gut nutzbare Seite, bei der die Ansteuerung der Modelle überarbeitet werden sollte.

## Renault

Gesamtbewertung: 



The screenshot shows the Renault Austria homepage. At the top, there is a navigation bar with links for 'Einloggen', 'MEIN RENAULT', 'Renault Store', 'Home', 'Newsletter', 'Kontakt', 'Händlersuche', and 'Renault Angebote'. Below this is a secondary navigation bar with categories like 'PKW', 'NUTZFAHRZEUGE', 'GEBRAUCHTWAGEN', 'FINANZDIENSTLEISTUNGEN', 'RENAULT FLOTTENKUNDEN', 'TEILE, ZUBEHÖR & SERVICES', and 'RENAULT'. The main content area features a large banner for 'DIE QUADRATUR DES KREISES' with the headline 'JETZT 4 ALU-WINTERRÄDER GRATIS ZU VIELEN RENAULT MODELLEN'. To the right, there is a section for 'ENTDECKEN SIE DIESES AUßERGEWÖHNLICHE FAHRZEUG' and a 'RENAULT NUTZFAHRZEUGE ROADSHOW' section. Below the main banner, there is a navigation bar for 'ANGEBOTE.AT' and 'AKTUELLE AKTIONEN'. At the bottom, there is a section for 'RENAULT ZOE' and a 'PROBEFAHRT' offer. The eye-tracking heatmap shows high attention on the main banner and navigation elements, but low attention on the bottom navigation bar.

**Eyetracking:** Heatmap der Homepage. Die Hauptnavigation wird gut wahrgenommen, die Navigation für PKW Modelle weiter unten wird leider fast garnicht beachtet.

**Allgemein:** Der Bereich „PKW“ wurde offensichtlich als einziger einem Redesign unterzogen, sodass sich Look&Feel stark vom Rest unterscheiden. Mit einer Slideshow UND einer Laufschrift sind hier gleich zwei Animationen am Werk, die den User beim Lesen stören.

**Informationen zu Modellen:** Die Inhalte zu einem Modell finden sich auf Kacheln auf einer sehr langen Seite, die sich animiert neu ausrichten. Dieses Pinterest Design wirkt zwar modern, für den User wird die Orientierung aber erschwert. Wichtige Links wie der "Konfigurator" sind in einer Fußzeile versteckt.

**Händlersuche:** Die Händlersuche ist wegen der wegscrollenden Hauptnavigation schwer zu finden.

**Mobil:** Mobil uneingeschränkt nutzbar.

**Fazit:** User könnten hier aufgrund von Orientierungsproblemen verfrüht aus der Probefahrt aussteigen.

## Opel

**Gesamtbewertung:** 



**Eyetracking:** Heatmap der Homepage. Preise sind für User wichtig und erhalten daher eine hohe Blickdichte. Bei der doppelreihigen Navigation ist nicht so ganz klar, was dabei die Hauptnavigation ist, da sich in beiden wichtige Links befinden. In der „Metanavigation“ existiert ein Link „Angebot“, in der darunterliegenden Navigation gibt es „Angebot & Finanzierung“ – für User wird der Unterschied nicht klar genug sein.

**Allgemein:** Zum Teil starten Videos mit Ton unaufgefordert, eine längst überholte Praxis, die im Großraumbüro wenig Freude macht.

**Informationen zu Modellen:** Beim Aufbau der Detailseiten der Modelle werden unterschiedliche Designansätze und Navigationsarten verwendet, wodurch die Site sehr inkonsistent wirkt.

**Mobil:** Eine Mobilversion der Site existiert, auf manchen Android-Geräten ist die Benutzung aufgrund einer überdimensionalen „News“-Box jedoch unmöglich.

**Fazit:** Viel Inhalt mit höchst inkonsistenter Navigation.

## Kontakt

Dr. Martina Manhartsberger  
Interface Consult GmbH  
mm@usability.at  
<http://www.usability.at>

Tel. + 43 1 204 86 50  
Fax + 43 1 204 86 50 - 18  
Praterstraße 33/12  
1020 Wien