

Der neue Such-Trend: Faceted Search

Usability Studie / September 09

Suche eingrenzen

Kategorien

- Radsport
- Fahrräder (7.393)
- Kinder- & Jugendräder (860)
- Fahrradteile (845)
- Zubehör (561)
- Bekleidung (291)
- Kindersitze (127)
- Anhänger (67)
- Helme (93)
- Sonstiges (32)
- Schuhe (18)
- Sachbücher & Ratgeber (6)

Preis

€ bis €

Artikelzustand

Neu
 Gebraucht
 Keine Angabe
[Mehr Auswahl...](#)

Verkäufer

[Geben Sie Verkäufer an...](#)

Einstellungen

Angebotsformate [Löschen](#)

Auktion
 Sofort-Kaufen
[Mehr Auswahl...](#)

Suche verfeinern

Preis 53-123 EUR

HRS Sterne ★-★★★★

Bewertung 5 - 10/10

Hotelart

- Hotelausstattung**
- Parkplatz (95)
- Nichtraucherzimmer (7)
- Klimaanlage (21)
- Restaurant (65)
- Internet (15)
- Wellness (3)
- Sauna (26)
- Schwimmbad (5)
- Rollstuhlgeeignet (17)
- Aufzug (78)
- Hotel-Bar (59)

Zimmerkategorien

Zimmerausstattung

Serviceleistungen im Hotel

[Filterung aufheben](#)

Faceted Search (Filter) auf der Auktionsplattform eBay.de (links) und der Hotelsuche HRS.de (rechts).



Testleiter und Teilnehmerin bei einem Usability-Test zur Faceted-Search-Studie.

Die Zukunft der Suche im E-Commerce?

Faceted Search - mitunter als Zukunft der Suche auf Websites gehandelt - bezeichnet die Möglichkeit, durch Auswahl von Filterkriterien eine große Ergebnismenge nach und nach auf das gewünschte Ergebnis einzuschränken: Welche Usability-Probleme bei der Bedienung eines solchen Such-Filters auftreten können, hat usability.de in einer Studie untersucht. Hierzu fanden insgesamt 30 Usability-Tests an den drei Websites eBay.de, Otto.de und HRS.de statt.

Mit Produkt-Facetten zum Ziel

Mit Faceted Search wurde ein Lösungsansatz für lange bekannte Such-Probleme gefunden: Leere oder zu lange Ergebnislisten gehören der Vergangenheit an, die Entscheidung für eine passende Kategorie oder die Verwendung der richtigen Such-Syntax tritt in den Hintergrund. Egal ob die Ausstattungsmerkmale wie Balkon/Garten bei der Immobiliensuche oder die Wunschfarbe bei der Suche nach dem richtigen Kleidungsstück: Benutzer können lange oder ungeordnete Suchergebnislisten nicht nur sortieren, sondern endlich auch nach beliebig kombinierbaren Wunschkriterien filtern.

Filtern statt suchen

Für die Darstellung eines Such-Filters existieren zahlreiche Möglichkeiten. Doch welcher Filter ist wirklich leicht zu bedienen und führt schnell ans Ziel? Funktionieren beispielsweise Schieberegler für die Auswahl einer Preisspanne besser als Freifelder? Gibt es eine maximale Anzahl an Filterkriterien? Wo genau sollte der Produktfilter platziert werden? Diese und andere Fragen zur Benutzerfreundlichkeit wurden mit der Studie von usability.de untersucht und beantwortet.

Filtern statt suchen: Benutzerfreundlich zum Ergebnis



Eye Tracking auf HRS.de: Von vielen Teilnehmern wurde der Filter im linken Bereich nicht einmal gesehen.

Filter benutzerfreundlich gestalten

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Benutzer nicht mit allen Filter-Möglichkeiten gleich gut zurechtkommen. Großen Einfluss auf die Usability hatten u.a. die folgenden Aspekte:

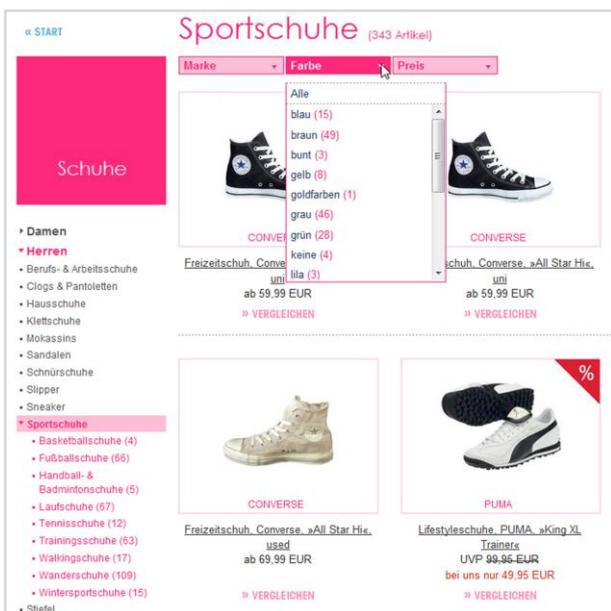
- **Platzierung auf der Seite:** Wo ist der Filter platziert? Rechts oder links der Ergebnisliste, oberhalb oder unterhalb der Ergebnisliste, verteilt auf mehrere Bereiche der Website?
- **Auswahlwerkzeuge:** Wie können Facetten ausgewählt werden? Checkbox, Link, Freifelder, Schieberegler?
- **Verwendete Begriffe (Wording):** Nicht jede Formulierung wird von den Benutzern sofort verstanden: *Auswahl löschen? Filter zurücksetzen?*
- **Größe und Komplexität des Filters:** Wie viele Filterkriterien sollten maximal angeboten werden, und wie geht man mit wenig Platz um?

Ergebnisse der Studie

Die vergleichenden Usability-Tests mit 30 Nutzern zeigten: Die Benutzer haben teilweise große Schwierigkeiten bei der Verwendung der verschiedenen Filter. Die Probleme reichen dabei von falsch verstandenen Begriffen bis zum Wiederauffinden der ausgewählten Facetten.

Was genau beim Einsatz von Faceted Search zu beachten ist damit Benutzer finden und ggf. kaufen, was sie suchen, erfahren Sie in der Studie *Faceted Search – Die neue Suche aus Usability-Sicht*.

Ausführliche Ergebnisse und weitere Usability-Studien finden Sie auf www.usability.de.



Otto.de bietet die Produktfilter in Dropdowns über der Ergebnisliste an.