

Card-Sorting

Das Card-Sorting ist ein Konzeptionsverfahren, mit dem logische, benutzerfreundliche und leicht verständliche Navigations- oder Menüstrukturen, insbesondere für Internet-Anwendungen, entwickelt werden können. Daneben erlaubt es diese Methode, vom Projektstart an die Risiken von Fehlentwicklungen zu minimieren.

∨

Strukturen, wie Nutzer sie wünschen

Je früher das Card-Sorting eingesetzt wird, desto eher lassen sich Kosten in späteren Phasen der Entwicklung sparen. Idealerweise setzen wir diese Methode bereits vor Beginn der eigentlichen Konzeption ein. So können wir bereits am Anfang eines Projekts zentrale Fragen im Zusammenhang mit der Informationsarchitektur klären.

- > Welche Inhalte stoßen auf Akzeptanz bzw. Ablehnung bei der Nutzergruppe?
- > Sind die bestehenden oder vorgeschlagenen Bezeichnungen der Menüpunkte und der Navigation für die Nutzergruppe verständlich?
- > Welche Begriffe aus einem Schlagwortkatalog würden die Anwender zur Zusammenfassung bestimmter Inhalte wählen?
- > Ist die Seitenstruktur für den Anwender verständlich und sinnvoll bzw. wie sollte die Seite aus Sicht der Anwender strukturiert sein?
- > Versteht der Nutzer die Navigationsstruktur und findet er die gesuchten Inhalte dort, wo er sie vermutet?
- > In welchen Ober- bzw. Unterkategorien erwartet der Anwender spezifische Inhalte?
- > Wie sieht letztendlich die optimale Informationsarchitektur aus?

∨

Ergebnis

Card-Sorting hilft, die Struktur der Website so zu gestalten, dass Anwender Inhalte genau da finden, wo sie diese auch erwarten. Das fördert die Zufriedenheit und minimiert Absprungraten. Eine Methode also, die maßgeblich zum Erfolg einer Anwendung beitragen kann.

∨

Die Vorteile im Überblick

- > **Hohe Anwenderzufriedenheit**
- > **Minimierung der Absprungraten, gesteigerte Verweildauer**
- > **Verständliche und intuitive Navigationsstruktur**
- > **Kostenersparnis durch Risikominimierung bei der Entwicklung**
- > **Berücksichtigung der Ziele von User und Anbieter gleichermaßen**



Bei Card-Sortings werden die Teilnehmer, bzw. repräsentative Anwender gebeten, die angebotenen Inhalte in Form von Karten zu sortieren.

Vorgehen beim klassischen Card-Sorting

Zuerst werden repräsentative Testpersonen ausgewählt. Aufgabe der Personen ist es, alle geplanten Menüpunkte (in Form von beschrifteten Karten) einer zu entwickelnden Anwendung nach ihren Wünschen zu strukturieren. Die Ergebnisse werden erfasst, ausgewertet und interpretiert. Card-Sorting führt somit zu klaren Handlungsempfehlungen, wie sich die Struktur der Seite verbessern lässt.

Offenes und geschlossenes Card-Sorting

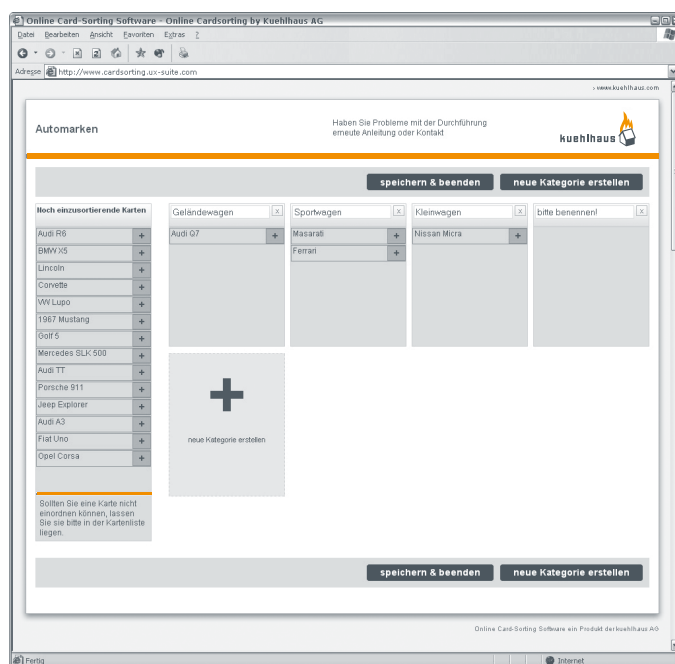
Bei einem geschlossenen Card-Sorting sind die Überbegriffe vorgegeben. Diese Methode eignet sich vor allem dazu, bestehende Informationsarchitekturen, zum Beispiel vor einem Relaunch, zu überprüfen. Bei offenen Card-Sortings hingegen kann der Teilnehmer die Überbegriffe selbst bestimmen. Ein ideales Mittel etwa, um neue Strukturen zu definieren und das Wording der Zielgruppe zu klären.

Business-Card-Sorting: eine Entwicklung der kuehlhaus AG

Das Business-Card-Sorting ist ein spezieller Card-Sorting-Typ, der im Rahmen des von der kuehlhaus AG entwickelten Business Centered Design Modells entstanden ist. Besonders bei E-Business-Angeboten wie zum Beispiel Online-Shops führen wir mit dieser Methode die Ziele und Wünsche der Anwender mit den wirtschaftlichen Zielen der Anbieter zusammen. Als Ergebnis entstehen Informationsarchitekturen, die nicht nur verständlich, sondern auch verkaufsfördernd sind.

Vorgehen mit der Online-Card-Sorting-Software der kuehlhaus AG

Bei der von kuehlhaus entwickelten Online-Variante des Card-Sortings werden die Testergebnisse automatisch erfasst und ausgewertet. Die Teilnehmer bestimmen selbst, wann der Test stattfindet. Die Durchführung ist ortsunabhängig und bequem. Das Online-Card-Sorting ist bei Durchführung und Ergebnisanalyse einfacher, schneller und kostengünstiger als die klassische Variante. Allerdings entfällt die Möglichkeit, den Probanden zu beobachten und direkt zu befragen.



Beim Online-Card-Sorting ordnen die Testpersonen per Drag-and-drop-Technik Karten mit vorgegebenen Begriffen den vorhandenen Hauptkategorien zu. Sollte aus Sicht der Probanden eine Kategorie fehlen, können sie diese per Klick selbst anlegen.

Über die kuehlhaus AG: Firmenfokus und Leistungsspektrum

Die kuehlhaus AG gehört zu den Top 100 Internetagenturen in Deutschland. Ihre Kunden, nationale sowie internationale Konzerne und mittelständische Unternehmen, schätzen sie als reaktionsschnelle und effiziente Full Service Internet Agentur. Dies resultiert aus der Erfahrung und der Kompetenz eines inhabergeführten Experten-Teams, das seit 1995 Internet-Anwendungen entwickelt.

kuehlhaus erkennt Potenziale, entwickelt Konzepte und Ideen und setzt diese gekonnt in Lösungen um, welche die digitale Wertschöpfung der Kunden optimieren. Das ehrgeizige Ziel ist es, mittels Internet-Technologie Werte für Unternehmen zu schaffen – wirtschaftlich, kreativ und technologisch. Das Beratungsangebot der kuehlhaus AG ist exakt auf die Anforderungen im Bereich Internet, E-Business und Online-Marketing abgestimmt.

Leistungsspektrum: Strategie & Beratung, Usability, Design, Development, Online-Marketing.