

Online – Shopping Seiten im Test: IKEA

Ikea mag ich eigentlich sehr gerne, sie haben immer freundliche Farben und schicke Möbel. Auch die Preise sind meistens gut, man kann zumindest mal günstig einkaufen, wenn man das will. Geld zu verschwenden ist ebenfalls ein leichtes, wie bei allen großen Kauf- und Warenhäusern mit umfangreicher Produktpalette. Das liegt wahrscheinlich daran, dass für alle Geschmäcker etwas angeboten werden soll. Das durch die Werbung vermittelte Image ist „günstig“, das trifft auf den Großteil der Produktpalette aber nicht zu, wie ich finde.

Ausgangslage u. Problem

Da ich selbst nicht so oft in das Ladengeschäft komme, bin ich natürlich sehr neugierig auf das Online-Angebot und habe es auch schon genutzt. Zur Zeit suche ich eine Möbel-Maßanfertigung für den Flur, was eine komplizierte Aufgabe ist. Da der Flur sehr klein ist, muss alles genau passen und kein Zentimeter soll verschenkt werden. Die Anforderung ist, für den DSL/ Telefonbereich eine Aussparung an der Wand zu haben, damit alle Geräte ihren Platz finden. Hier bietet sich also ein offener Schrank an- auf der IKEA Seite eher Mangelware, hier gibt's sehr viele geschlossene Lösungen. Es wäre aber auch kein Problem, die Rückwand bei Bedarf etwas nachzuarbeiten, die passende Säge und etwas Feingefühl vorausgesetzt.

Auf der linken Hälfte der Wand soll dann der Raum möglichst gut ausgenutzt werden und ein zwei Meter hoher Schrank hingestellt werden. Hier ist das Problem die mangelnde Tiefe von nur 34 cm.

Schon das Ausgangsproblem zeigt, wie wichtig die genauen Maßangaben und die Suche nach Größe und Formen ist. Die IKEA

Homepage bietet aber keinerlei Service in dieser Richtung an, was angesichts der (theoretischen, technischen Möglichkeiten mit modernen Computersystemen) eigentlich schade ist.

Suche der Produkte

Zuerst wählt man nach Raum aus, dann erscheinen übersichtlich (etwas vergleichbar mit dem Computerspiel „Die Sims“) die Einrichtungsgegenstände sortiert nach Verwendung, also z.B. Regale, Sofas, usw.

Bis hierhin ist es logisch und gut aufgebaut. Wenn man möchte, kann man sich auf eine Produktführungstour in Form einer Animation einlassen- man muss aber nicht. Diese Tour ähnelt dem Blättern in einem Prospekt, ist aber vergleichsweise mager gehalten, nach ein paar Seiten ist Schluss. Übrig bleibt dem Suchenden also nur das ständige Scrollen durch den Warenkatalog, die Suchbegriffe sind auf „Name, Preis und Neuheiten“ begrenzt- das ist zu wenig.

Sortiermöglichkeiten nach Farbe oder Größe sucht man vergebens, so dass man unter Umständen ewig mit Suchen verbringt, ohne das Richtige zu finden. Es gibt keine Sortierrichtungsauswahl, so dass man raten muss, ob nun der höchste Preis zuerst kommt oder der niedrigste. Und was ist, wenn man die Richtung umdrehen möchte?

Angaben und Beschreibungen

Die eigentliche Beschreibung der Produkte ist übersichtlich und gut strukturiert, aber die Beschreibungstexte sind zum Teil verwirrend, lustig oder ungenau. Beispiel „Gehärtetes Glas – vorsichtig hantieren!“ oder „Die kleine obere Schublade eignet sich für Schmuck, Unterwäsche usw.“ wie ich auf Twitter schon erwähnte.

Gehärtetes Glas- aber soo hart auch wieder nicht. Zweifelhafte Assoziationen können aufkommen. Die oberere Schublade ist nur für Unterwäsche- und was ist, wenn ich anderes Material wie

Gebrauchsanleitungen oder Kabelbinder reinmachen will? Ein Produkttext sollte immer allgemein gehalten werden und auf eine große, breite Zielgruppe ausgerichtet werden. Ein bisschen Werbedeutsch ist nicht schlecht, aber nicht den eigentlichen Zweck von Beschreibungstexten vergessen- nämlich die korrekte Beschreibung! Das Internet bietet soviel Platz für lange Texte, anders als ein Katalog- das sollte man nutzen.

Die Maßangaben und sonstige Details sind fast immer dabei, das ist ein Pluspunkt.

Technische und logische Tücken im Benutzerinterface

Beim Anmelden ging der Frust allerdings schon los, denn ich hatte mein Passwort vergessen. Nachdem ich mich durch ein siebenzeichtiges Wusel- und Verifizierungsbild raten musste (ein kundenfeindliches Unding auf sovielen Webseiten!), kam die freundliche Mitteilung, dass das Passwort gesendet wurde- bis heute habe ich aber nichts erhalten. Was also folgte, war eine komplette Neuankmeldung- ärgerlich. Hier muss noch eine Abfrage eingebaut werden, ob die Email überhaupt in der Datenbank existiert oder nicht.

Nach der Anmeldung, suche ich mein Profil- finde es aber nirgends. Man kommt nach der Anmeldung sofort auf die Profilseite und hinterher nicht mehr. Nur, wenn man die virtuelle Verkäuferin „Anna“ fragt, die einen freundlich anlächelt (na immerhin!), leitet diese auf die Profilseite weiter. Warum wird mir aber kein Link dafür angeboten? Oder hab ich den nach so langem Suchen noch immer nicht gefunden?

Weiter gehts mit dem Onlineshopping. Ich stöbere durch die Listen und will mir was notieren- ein Merkzettel wird aber nicht bereit gestellt und so muss ich es per Hand und mit dem Textverarbeitungsprogramm nebenbei machen- das wird schnell unübersichtlich, gerade wenn man viel vergleichen und suchen will. Hier geht der Weg nur über das Ablegen im Warenkorb-

Absicht?

Bilder

Die Bilder sind zuwenig und schlecht dargestellt. Ich will die Produkte drehen und wenden und auf dem Bildschirm quasi „anfassen“. Ich will die Stoffe und Oberflächen sehen, Details und in verschiedenen Beleuchtungen, bei Dämmerung, Kunst- und Sonnenlicht. Kurz: Ich möchte wissen, was ich kaufe.

Nach zwei Stunden der Suche habe ich endlich zwei Schränke gefunden, die für den Flur passen. Günstig ist was anderes, denn der eine kostet 80, der andere 40 € und ich habe schon lange nach was Günstigem gesucht. Okay, Echtholz in einem Möbelgeschäft wäre noch teurer, ich gebe mich also geschlagen-vorläufig.

Jetzt möchte ich noch eine Lampe dazu kaufen, ich bin gerade in Kaufstimmung und die fehlt sowieso noch. Hängende Glühbirnen an einem Kabel sehen einfach so hässlich aus!

Ich stöbere und freue mich über das große und schöne Angebot. Der Schreck folgt kurz danach, denn die lapidare Mitteilung, dass der Artikel nicht online zu beziehen ist, folgt kurz darauf- schon wieder Ärger! Diesmal aber richtig, ich wechsle also kurzerhand zu Ebay und kaufe mir da nach ca. 10 Minuten Suche zwei passende Lampen- 50 € verschenkt. So wirbt man Kunden ab, die selbst bei bester Laune und bestem Wunsch ihr Geld ausgeben wollen.

Die Frage ist vor allem: Warum werden Lampen im Shop angeboten, wenn man sie doch nicht kaufen kann? Das ist mir ein Rätsel.

Ich breche nach zweieinhalb Stunden die letzte Suche ab und beende (zumindest vorläufig) den Einkaufsvorgang. Ich möchte mir die gefundenen Schränke ausdrucken, ein spezieller „Ausdrucken“ Button existiert aber nicht- hey, das hat doch heute schon jeder.

Fazit

IKEA sollte meiner Meinung nach nicht soviel Geld in die Werbung stecken, sondern lieber ein paar Euronen in die Qualität der Website. Denn hier werden die zukünftigen Umsätze gemacht- und ehrlich, ich finde es reichlich bequemer, mir die schweren Möbel zuschicken zu lassen, anstatt in der heißen Sonne schwitzend auf dem Parkplatz zu stehen und mir zu überlegen, wie das Ganze in den Kofferraum passen soll.

Aber mit dieser Webseite wird es sehr schwer, meine Begeisterung für IKEA auch online aufrecht zu erhalten. Falls sich nichts ändert.

Bewertung 1 bis 10 (10 = max)

Optik/ Layout: 9

Produktpalette: 8

Preis/Leistung: 7

Benutzerfreundlichkeit: 5

Technik d. Website/ Funktionsvielfalt: 4

Versandgeschwindigkeit / Bezahloptionen: 7

Gesamt: 6,6 von 10