

Forvirrende indretning hos boligmagasiner

Bolig Magasinet løber med en klar sejr over Bo Bedre i denne uges Duellen. Det vækker undren hos usability-ekspert Henrik Vincentz. Han er dog enig med brugerne i, at begge sider kan virke forvirrende

Af Christina Rudkjøbing

Enkelhed og lækkert design. Det burde være nøgleordene for de to livsstilsmagasiner Bo Bedre og Bolig Magasinet. Men det er ikke det indtryk, de to blades hjemmesider giver, når man kigger på resultatet af ugens Duellen.

Siderne efterlader tilsyneladende brugerne forvirrede og ude af stand til at finde konkrete informationer på hjemmesiderne. Af undersøgelsen fremgår det blandt andet, at en ud af tre brugere ikke mener, at forsiden på henholdsvis bobedre.dk og boligmagasinet.dk giver et godt og hurtigt overblik over, hvad der er på siden.

Ifølge Henrik Vincentz, direktør for analyseinstituttet Userneeds, der har udført undersøgelsen for Computerworld, er forsiden da også et af de steder, som de to boligmagasiner godt kan arbejde meget mere med.

- Der er ikke tilstrækkeligt tydelige emneindgange på de to sider. De er jo begge livsstilsmagasiner, der henvender sig om emner som for eksempel indretning, nips samt køkken og bad. Jeg synes, de burde bruge selve hovedfeltet på forsiden til det, i stedet for blot at bruge menuen til de her lidt mere emneorienterede indgange, siger Henrik Vincentz.

Bo Bedres ide med et tema med drømmeboliger på forsiden er han dog begejstret for.

Bladets primære formål er, ifølge concept manager Randi Olsen fra Bo Bedre at sælge drømme og inspiration, mens hjemmesiden primært skal være et opslagsværk og kun sekundært sælge drømme og inspiration.

- Vi ønsker at skabe et unikt univers på nettet og er ikke bange for at bruge de ressourcer, der skal til, for at tiltrække det rigtige publikum. Vi ønsker at involvere brugeren samt gøre brug af nettets mange muligheder og features, siger Randi Olsen.

Hun oplyser, at bladet netop er ble-

vet færdig med strategien og planerne for fremtidens Bo Bedre på nettet.

- I løbet af de næste par måneder vil vores brugere opleve gennemgribende positive forandringer på sitet, siger Randi Olsen.

Og forandring er der brug for, hvis man kigger på resultatet af Duellen. Hele 54 procent kunne eksempelvis ikke finde frem til, hvor mange gange årligt Bo Bedre udkommer, mens 30 procent havde problemer med at finde et telefonnummer til bladet. Samlet set finder hele 70 procent af brugerne det svært at finde rundt på bobedre.dk, mens tallet for boligmagasinet.dk er 57 procent.

Hvor Bo Bedre først nu skal til at lave om på hjemmesiden, er boligmagasinet.dk netop blevet lanceret i midten af december 2006. Det oplyser chefredaktør Louise Willersted fra boligmagasinet.

- Vi lærer stadig af vores fejl. Men selvfølgelig er det ikke tilfredsstillende, at så mange ikke finder det let at navigere rundt på siden, siger hun.

Louise Willersted fortæller, at Bolig Magasinet blandt andet skal til at lave

fokusgrupper på hjemmesiden, så bladet får nogle tips og ideer til, hvordan folk oplever den.

- Vi kommer fra Jubii, som vi havde et samarbejde med, hvor siden var meget kaotisk. Og vores brugere kunne slet ikke finde rundt, tror jeg. Derfor var det vigtigt for os at finde et univers, der lignede boligmagasinet. Det vil sige farver, stemning med mere. Det er meget personligt, og derfor er der også et portræt af mig på forsiden, så man synes, det er et sted, man hører til. Hvis man kender boligmagasinet, så er det samme univers og samme måde, tingene er bygget op på, uddyber hun.

Den samlede vurdering fra brugerne i Duellen mellem de to boligmagasiner er hård. 41 procent finder bobedre.dk dårlig, og 32 procent finder boligmagasinet.dk dårlig.

Det er dog en dom, som Henrik Vincentz ikke forstår. Og i modsætning til brugerne vil han gerne udpege Bo Bedres hjemmeside som vinder af Duellen.

- Jeg synes, at Bo Bedre forstår at brande sig bedre som magasin på net-

tet. Bo Bedre har mere af den eksklusivitet og designfølelse, som man kender fra bladet, end boligmagasinet har. Bolig Magasinet ligner lidt en entusiasthjemmeside, hvor en privatperson samler en hel masse nyheder og artikler. På bobedre.dk kan man godt fornemme, at der er et professionelt selskab bagved, siger Henrik Vincentz.

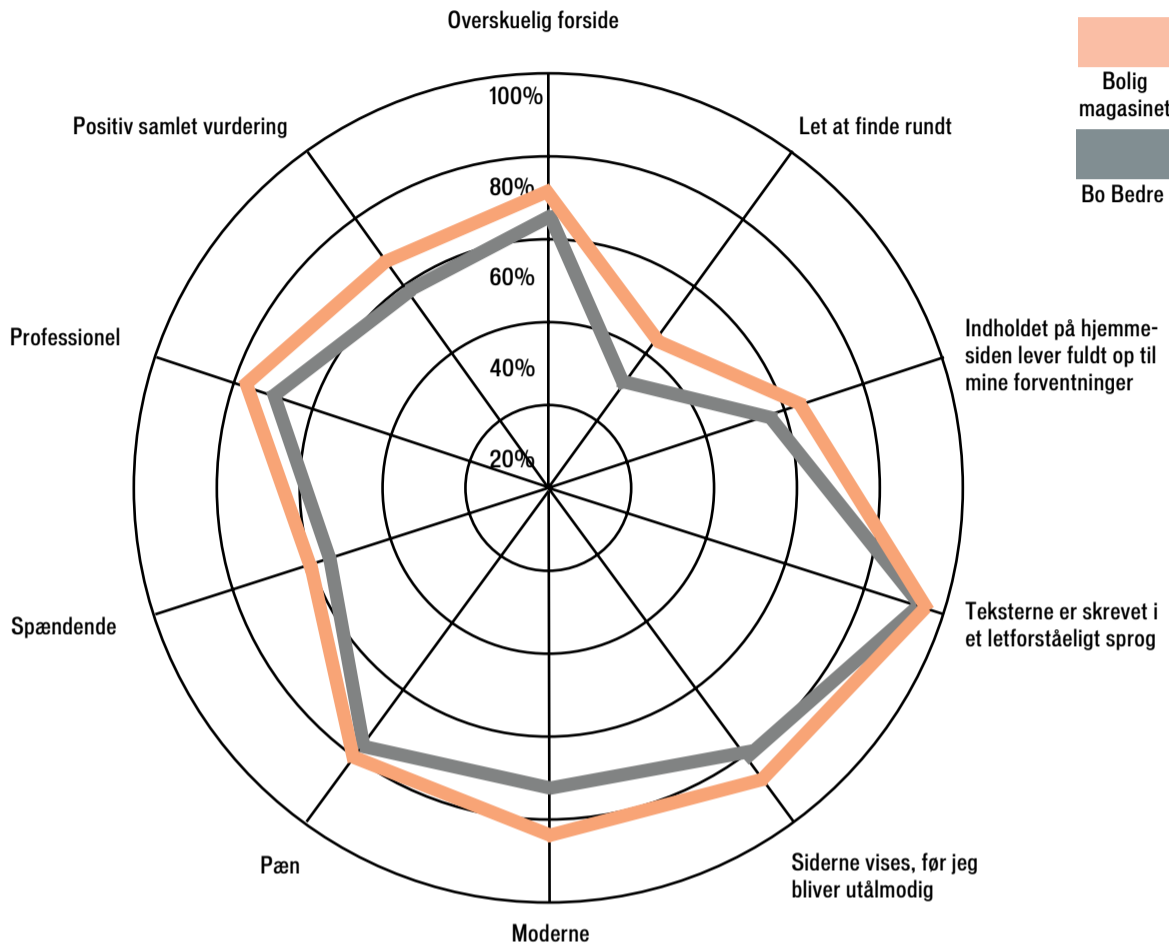
Han kritiserer dog bobedre.dk for at have mere end én menubjælke.

- Det er fjollet at have to menubjælker, også fordi de kun er der nogle gange, afhængigt af det valgte menu-punkt. De gør det lidt sværere for folk end højst nødvendigt, siger han.

Samtidig er der en tredje menubjælke placeret helt i toppen af siden, som ifølge Henrik Vincentz er helt gal.

- Hovedreglen er, at man aldrig nogensinde må placere noget over et banner, fordi folk med det samme ser logoet og banneret. Og så tænker de, at det gider de i hvert fald ikke kigge på. Vi er jo blevet reklameblinde efterhånden. Så de søger med det samme ned under logo og banner. Det er en amatørfejl, siger han.

c.rudkjoebing@cw.dk



→ **BOLIGMAGASINET.DK**

Ansatte:
2
Platform:
FreeBSD/Apache med en postgres-
SQL-database.
CMS:
Er lavet inhouse
Skærmopløsning:
Optimeret til 1024x768

→ **BOBEDRE.DK**

Ansatte:
2 + en studentermedhjælp
Platforme:
Java
CMS:
Polypoly 9
Skærmopløsning:
Optimeret til 1024x768

Duellen gennemføres med Userneeds' Danmarkspanel på flere end 100.000 danskere. Hver uge deltager over 500 danskere, fra hjemmesidernes målgrupper. Deltagerne er repræsentativt fordelt på alder, køn og geografi.

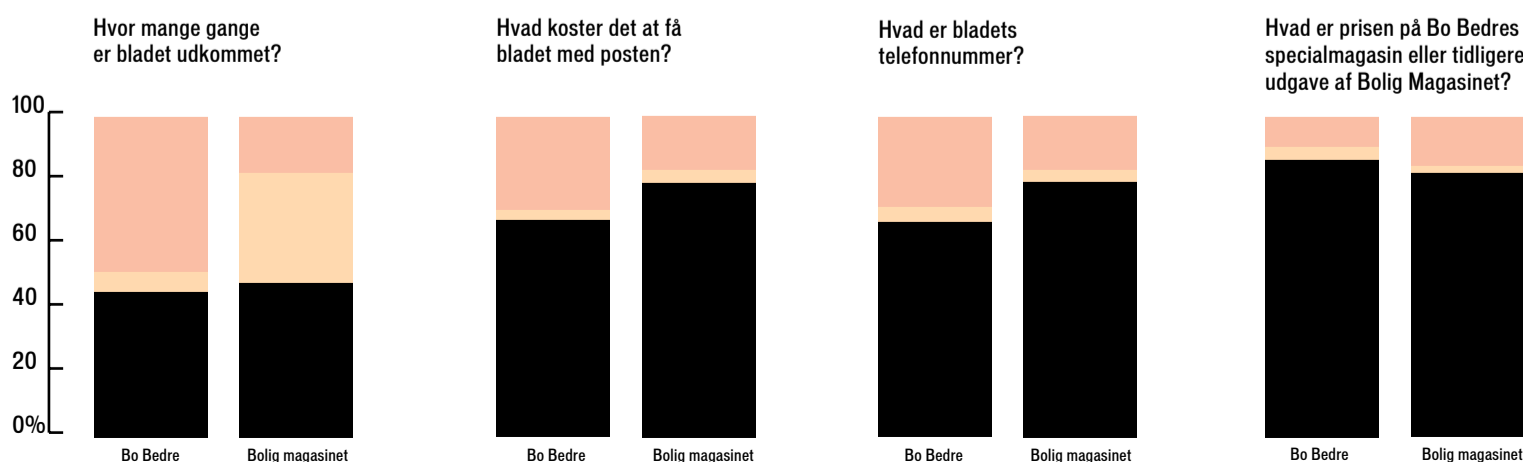
Userneeds er et uafhængigt analyseinstitut med speciale i rådgivning om hjemmesiders brugervenlighed.

Duellanterne er udvalgt af Computerworld. Analysen er udarbejdet af Henrik Vincentz.



Læs Henrik Vincentz' blog på: cw.dk/blog/usability

Debatter undersøgelsen på nettet på: cw.dk/tag/duellen



Jeg kunne ikke finde svaret på hjemmesiden
Forkert svar
Rigtigt svar

Testpanelet bliver bedt om at løse bestemte opgaver på duellanterne hjemmeside.

Søjlerne viser, hvor mange procent, der har fundet det rigtige svar, har svaret forkert, eller ikke har kunnet finde svaret.