

# Optimierung der Informationsarchitektur

Fallstudie zur Methode des Card Sorting  
[www.hkk.de](http://www.hkk.de)

© eResult GmbH – Results for Your E-Business  
([www.eresult.de](http://www.eresult.de))

# Das Unternehmen hkk



**hkk**  
Erste Gesundheit.

- Krankenkasse
- Hauptsitz in Bremen
- 358.000 Versicherte
- Webseite  
[www.hkk.de](http://www.hkk.de)

# Anlass & Ziele der Studie

## Hintergrund

- Das Unternehmen hkk beauftragte eResult zu der Studie im Kontext eines anstehende Re-Design Prozesses.
- Die Navigationsstruktur und die Bezeichnung der Rubriken wurden als zentrale Erfolgsfaktoren der neuen Webseite verstanden.

**Zielsetzung: Die bestehende Informationsarchitektur aus Nutzersicht analysieren und im Interesse der Nutzer optimieren!**

- Dazu sollte die Einordnung der Inhalte in Navigationsrubriken noch besser an den Nutzererwartungen und Bedürfnissen ausgerichtet werden.
- Für die Rubriken galt es aussagekräftige Namen zu finden, die den Nutzern klar vermitteln, was sich dahinter verbirgt.

# Eckdaten zur Studie

## Teilnehmer

- 100 Personen entsprechend der Zielgruppe der hkk
  - gesetzlich Versicherte
  - 40% zwischen 15 und 30 Jahre
  - 60% zwischen 31 und 50 Jahre
- Die Rekrutierung erfolgte über das eResult Online Access-Panel Bonopolis.de .

## Methodische Vorgehensweise

1. Online-Umfrage zu personenbezogenen Merkmalen
2. Online Card Sorting – offenes Verfahren:
  - Gruppierung von 38 Begriffen in frei wählbare Rubriken
  - Benennung der erstellten Rubriken

# Eingesetztes Tool: „OptimalSort“

The screenshot shows the OptimalSort tool interface. At the top, there is a header with the logo, the text "OptimalSort", and buttons for "Hilfe anzeigen", "Kommentar hinterlassen", and "Beendet". The main area is divided into several sections:

- Left Panel:** A list of terms to be sorted: "Datenschutz", "Lieferdauer", and "Rückgaberecht".
- Service Category:** A group containing "FAQ", "Versandkosten", and "Zahlungsarten".
- Eigener Bereich Category:** A group containing "Mein Konto", "Passwort ändern", "Sendungsverfolgung", and "Bestellstatus".
- Zum Umbenennen klicken Category:** A group containing "Kontaktinformationen" and "Filialen".

Annotations in the image explain the tool's functionality:

- An orange box on the left states: "Begriffe die eingeordnet bzw. sortiert werden sollen." (Terms to be assigned or sorted).
- A purple callout box points to the "Eigener Bereich" category: "Begriffe werden per Drag&Drop sortiert" (Terms are sorted via drag&drop).
- A purple callout box points to the "Zum Umbenennen klicken" category: "Kategorien können frei benannt werden" (Categories can be freely named).
- An orange box at the bottom states: "Bereits sortierte und mit Hauptrubriken-Bezeichnungen versehene Begriffsgruppen." (Already sorted and named with main category labels).



# **Nutzen der Studie für die hkk**

## Kundenstimme

*„Die Zusammenarbeit mit eResult lief problemlos und hat Spaß gemacht. Vom Kickoff bis zur Präsentation haben wir uns stets in guten Händen gefühlt. Unser gewünschter Zeitplan konnte kurzfristig realisiert werden. In enger Zusammenarbeit mit eResult haben wir viel über die Denkweise unserer Nutzer erfahren*

*Die Ergebnisse des Card Sortings waren sehr gut nachzuvollziehen und konnten beim Re-Design umgesetzt werden. Dadurch konnten wir die Auffindbarkeit von Inhalten verbessern.“*



Holm Ay

Abteilungsleiter Kommunikation & Produktentwicklung  
hkk – Erste Gesundheit



## Verbesserung der Informationsarchitektur aus Nutzersicht...

- ✓ Die Informationsarchitektur der neuen Webseite wurde an den Erwartungen und Bedürfnissen der Nutzer ausgerichtet.
- ✓ Durch die optimierte Gruppierung und Benennung der Rubriken finden die Nutzer die gewünschten Inhalte nun schneller und problemlos.
- ✓ *Struktur und Navigation „Hand-in-Hand“:*  
Die von eResult empfohlene Darstellung von weiteren Navigationsebenen als Layer ermöglicht es den Nutzern, alle Informationen ohne Zwischenseiten direkt zu erreichen.



## Vorteile aus der Zusammenarbeit mit eResult

### Alle Leistungen aus einer Hand

- Auswahl und Einrichten eines geeigneten Online Card Sorting Tools
- Rekrutierung & Incentivierung der 100 Teilnehmer
- Professionelles Projektmanagement - mit stetigen Statusmeldungen

### Durchdachte Empfehlungen

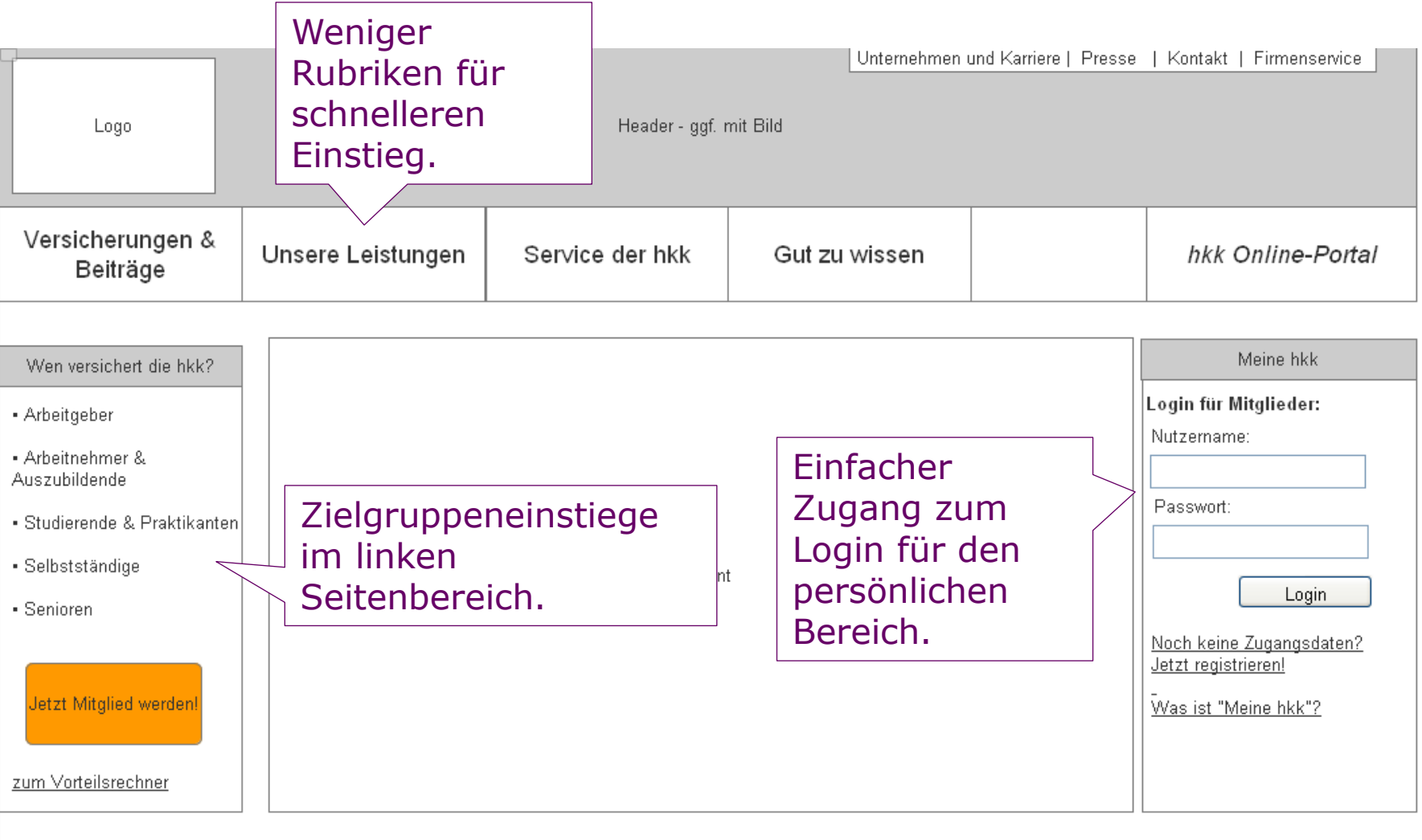
- Die Auswertung der Studie erfolgte durch zwei UX Experten mit Fach- und Branchenwissen.
- Sie ließen ihre langjährige Erfahrung aus anderen Projekten einfließen.
- Die detaillierte Darstellung der Ergebnisse und Empfehlungen boten die perfekte Grundlage für eine rasche Umsetzung.



*Nächstes Kapitel*

# **Einige Studien-Erkenntnisse**

# Visualisierung der neuen Informationsarchitektur



## Zielgruppeneinstiege ...

*Relevant, Nützlich, Hilfreich*

### ➔ Zielgruppeneinstiege gesondert anbieten!

Wir erkannten, dass zielgruppenspezifische Inhalte nicht in den Bereichen zur Beschreibung der Produkte verortet werden.

*Wir empfehlen daher für unterschiedliche Zielgruppen auch entsprechende Einstiege anzubieten.*

### ➔ Zielgruppeneinstiege = Service am Kunden

Die Einstiege für die Zielgruppen sollten losgelöst von der Navigation präsentiert werden – z. B. am linken Seitenrand.

*Grund:* Für viele Nutzer haben sie die Funktion einer einfachen und schnellen Beratung; sie sind äußerst nützlich!

# Layer – für die schnelle Auffindbarkeit

<p><b>Unsere Leistungen</b></p>	<p>Service der hkk</p>	<p>Gut zu wissen</p>	<p>hkk</p>
<p><b>Gesetzliche Leistungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle Leistungen von A-Z</li> <li>• Auslandsschutz</li> <li>• Behandlungsprogramm für chronisch Erkrankte</li> <li>• Kostenübernahme für Naturheilverfahren</li> <li>• Vorsorgeleistungen</li> </ul>	<p><b>Exklusiv bei der hkk</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle Extraleistungen im Überblick</li> <li>• Zusätzliche Vorsorge</li> <li>• Zusatzversicherungen</li> </ul>		<p><b>Individuelle Vorteile</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonusprogramm</li> <li>• Vorteilsrechner</li> </ul>

Alle Leistungen, Extras und Zusatzversicherungen sind jetzt auf einen Blick zugänglich. Der Nutzer muss sich nicht mehr fragen, welche Leistung er wo findet.



# **Weitere Referenzen der eResult GmbH (Card Sorting Studien)**

The logo for DebeKa, featuring the word "DebeKa" in a blue, cursive script font.

Neustrukturierung des Intranets mit  
Card Sorting und Fokusgruppen

The logo for OTTO, featuring the word "OTTO" in a bold, red, sans-serif font with a white outline.

Optimierung der Shop-Navigation inkl.  
alternativen Einstiegen mit Card Sorting  
und Online-Umfrage

The logo for ING DiBa, featuring the word "ING" in blue, a lion icon, and "DiBa" in blue, with the tagline "Die Bank und Du" below.

Optimierung der Navigationsstruktur  
durch Card Sorting und Panelbefragung

The logo for ROSSMANN, featuring the word "ROSSMANN" in red, a red horse icon, and the tagline "Mein Online-Shop" below.

Analyse und Optimierung der Shop-  
Struktur durch Card Sorting und  
Nutzerbefragung

**Optimieren auch Sie die Navigation  
Ihre Anwendungen im Nutzer- und  
Kunden-Interesse.**

Gern erstellen wir Ihnen ein  
unverbindliches Angebot ...



Für Ihre Fragen und Wünsch sind für Sie da ...



### **Thorsten Wilhelm**

Geschäftsführender Gesellschafter & Gründer

☎ 0551 51 77-426

✉ [thorsten.wilhelm@eresult.de](mailto:thorsten.wilhelm@eresult.de)



### **Martin Beschnitt**

Managing Director

☎ 040 36 166-7981

✉ [martin.beschnitt@eresult.de](mailto:martin.beschnitt@eresult.de)

Büros in **Göttingen**,  
**Hamburg** und seit 2008  
auch in **Frankfurt am Main**

