



woick.de im Test: Online-Shop mit rotem Faden

 Andreas Mayer  Freitag | 23. Mai 2014 | 10:17 Uhr

Auch nach der Übernahme durch Branchenleader Globetrotter gilt: Klare Konturen, aussagekräftige Aufteilung – die Macher von Woick.de bleiben bei ihrem roten Faden. Man könnte meinen, was länger währt, wird auch gut, denn die neue Website des Outdoorhändlers [Bernd Woick](#) hat lange auf sich warten lassen.

Dafür zeigt der Branchenpionier jetzt, wie es geht: Er will nicht nur einen schnellen E-Commerce-Laden, sondern eine Infoplattform rund ums Thema Outdoor mit echten Mehrwertangeboten aufsetzen. Den Kunden scheint es zu gefallen, nimmt man die Bewertungen als weiteren Maßstab.

Auffällig als Erstes: Die Farbe Rot wird hier nicht als Preisargument eingesetzt, sondern als Leitfaden durch die Infopunkte. Rot ist aber auch seit 30 Jahren die Farbe des Logos von Woick. Der rote Faden gleich auf der Einstiegsseite fällt also ins Auge und informiert über die Sortimentsbereiche, Produktinfos, Outdoor-Themen allgemein bis hin zu Sonderangeboten und Gutscheinen. Außerdem fällt auf: Die Bereiche Online-Shop, stationäre Filialen und der Katalog stehen hier gleichberechtigt nebeneinander. Endlich – möchte man meinen! Denn nichts ist frustrierender als eine Webseite, auf der Infos wie etwa über das Geschäft oder die Filialen, über Adressen, Öffnungszeiten, Telefon, Anfahrt oder Angebot versteckt sind hinter unnützen Bildspielereien oder Rotstift-Aktionen, die austauschbar sind und ohne Nutzen für den Webseiten-Besucher. Der klassische, gut gemachte Katalog hat nämlich nicht ausgedient – dies machen einige Anbieter, die meist schon einige Jahre hinter sich haben, erfolgreich vor. Also muss diese Info auch in den Vordergrund gestellt werden, ebenso wie der Verweis auf das stationäre Business, zumal wenn dies erfolgreich ist.

Die Homepage ist übersichtlich

Die Seite macht also übersichtlich auf mit Schrift und Bild auf hellem Hintergrund, Rot bestimmt die Info-Buttons rund um die interessanten Themen. Verkauf und Info sind gleichberechtigt. Sonderthemen wie „Dachgepäckträger“ oder aktuelle Marken wie gerade Sherpa machen im unteren Bereich der Seite auf sich aufmerksam. Über eine Slideshow in der Mitte lassen sich verschiedene Produkte, die gerade aktuell oder im Angebot sind, durchstöbern. Ein Click darauf und der User bekommt eine komplette Übersicht inklusive ausführlicher Produkt- und Herstellerinformationen sowie zusätzliche Bewertungen und auch noch Empfehlungen ähnlicher Produkte (durchaus auch von anderen Anbietern).

Der rote Leitfaden wandert mit

Ein zusätzlicher Click und man befindet sich im Warenkorb, der abgesicherte Bezahlvorgang kann losgehen, aber auch wieder abgebrochen werden. Der Ablauf ist schnell und effektiv. Die Belieferung ist weltweit, alle gängigen Zahlungsweisen sind möglich. Sehr serviceorientiert und möglicherweise hilfreich ist das Angebot einer telefonischen Unterstützung, die während des gesamten Auswahl- und Bezahlablaufs auf den jeweiligen Seiten automatisch angeboten wird und mitläuft. Und auch der von der Einstiegsseite bekannte rote Leitfaden durch Sortiment und Zusatzthemen wandert mit. Der Kunde kann also jederzeit weiterstöbern und hat die Angebote und Themenvielfalt im Blick ohne lange scrollen oder hin- und herblättern zu müssen. Die am Bildrand oben rechts angesiedelte rote (!) Einkaufstüte bleibt ebenfalls ständig im Blick und könnte jederzeit weiter gefüllt, geleert oder bezahlt werden.

Mehrwert-Angebote sind selbstverständlich

Übersichtlichkeit und Funktionalität spielen auf der neuen Woick-Seite eine bedeutende Rolle. Mehrwert-Angebote gehören zu der selbstverständlichen und selbsterklärenden Aufbereitung der Seite. So gibt es im oberen Leistenbereich Infopunkte wie „Mietprodukte“, „Service“, „Events“ oder auch „Ship'n Fly“, die interessante Zusatzinformationen liefern. Die Buttons sind als Drop-down-Menü aufgebaut, beim Thema Miete geht es aktuell beispielsweise um Schneeschuhe und um Satellitentelefone – einem Steckenpferd von Bernd Woick. Unter „Filialen“ öffnen sich alle wichtigen Infos in Bild und Wort zu den jeweiligen Standorten. Der Überblick ist immer gewährleistet. Das

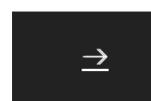
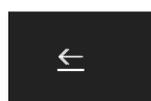
Layout der Seite kommt immer auf den Punkt. Der Händler legt großen Wert auf eine Verknüpfung zwischen online und offline. Gleiches schafft er auch über eine hochwertige Bildsprache (die man andernorts oft vermisst) aus den Geschäften und im Sortiment. Eine wirklich sehr umfangreiche Link-Liste im Service- und Event-Bereich rundet die Website ab.

Nicolas Kellner

The screenshot shows the website **woick.de** with the following elements:

- Header:** Navigation links (Shop, Filialen, Ship'n'Fly, Mietprodukte, Produktinformationen, Service, Events, Unternehmen), search bar, and utility links (Warenkorb, Ihr Konto, Kasse, Anmelden).
- Logo:** woick.de Get your adventure.
- Contact:** Bestell-Hotline: +49 711 70 96 700 (Mo-Fr 9:00-18:00).
- Shipping:** 2,45€ Versandkosten (D), Kein Mindestbestellwert, Über 30 Jahre Erfahrung.
- Navigation:** Shop, Filialen, Ship'n'Fly, Mietprodukte, Produktinformationen, Service, Events, Unternehmen.
- Main Image:** A white expedition truck in a field.
- Left Sidebar:** A vertical list of product categories with icons: Sonderangebote, GORE-TEX®-Produkte, Outdoor-Bekleidung, Outdoor-Schuhe, Rucksäcke, Taschen, Kletter- und Wanderausrüstung, Schlafsäcke, Isomatten, Zelte, Camping-Ausrüstung, Küche, Messer, Werkzeuge, Schaufeln, Trekkingnahrung, Licht, Lampen, Fackeln, Gesundheit und Sicherheit, Hund auf Reisen, Boote, Fahrradausrüstung, Kanister und Tanks.
- Center:** "FRÜHLING! TRAILRUNNINGZEIT! Passende Schuhe findest Du **HIER!**" with an image of a person's feet on a trail.
- Right Sidebar:** "Katalog" (Atlas für Outdoor, Reise & Trekking auf 432 Seiten), "Online Shops" (Icebreaker Shop, Fjällräven Shop), and "PRODUKT DER WOCHE" (Faltbares Solar-modul 12V 25W, statt 349,00 € für € 279,00).
- Bottom Row:** Four product thumbnails: Millet - Trilogy GTX Pro Jacket, Fjällräven - Keb Trousers, Meindl - Badle Ziegenhäut, and Salewa - Wildfire cactus.

Outdoorhändler Bernd Woick bietet das Wesentliche online an und will mehr als nur einen schönen Verkaufsshop präsentieren.

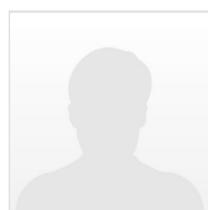


Autor: Andreas Mayer

Chefredakteur sportFACHHANDEL / Wanderlust / SkiMAGAZIN



Weitere Artikel ...



Bernd Woick
[1 weiterer Artikel](#)

Diese Artikel könnten Sie auch interessieren