

# Herzlich willkommen

## zu

# Blickverläufe

1

Die Bedeutung der Blickverläufe

2

Analyse von Websites

3

Was ist Eyetracking

4

Aktueller Forschungsstand

5

Tipps zur Optimierung der Blickführung auf Websites

Um die **Conversion Rate zu erhöhen**, Absprungraten zu minimieren und gewünschte Reaktionen bei Usern hervorzurufen, ist es wichtig, die **Blickverläufe** von Website-Besuchern zu **kennen**. Dadurch sind Sie fähig, Websites oder andere Dokumente wie Flyer, Werbeanzeigen oder E-Mails optimal zu gestalten und **Strukturelemente** an sinnvollen Stellen zu platzieren.



Entscheidend sind die ersten **zwei Sekunden**



Finden Suchende nicht die gewünschten Botschaften, **springen sie ab**



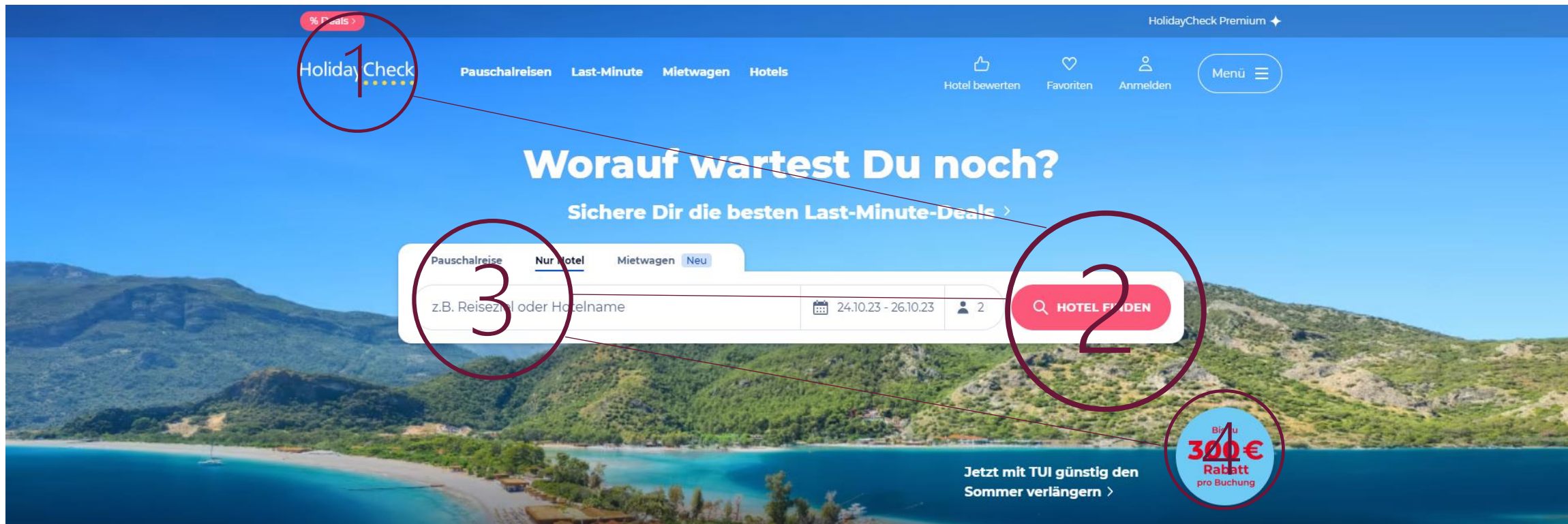
Dies wirkt sich wiederum **negativ** auf die **Verweildauer** und Nutzerfahrung aus



Im schlimmsten Fall kommt es zu **Rankingverlusten**



**Conversion-Rate** ist gering



The screenshot shows the HolidayCheck website homepage. The background is a scenic view of a beach and mountains. The top navigation bar includes the HolidayCheck logo (circled with a red circle and the number 1), a link to '% Deals', and a 'HolidayCheck Premium' badge. The main navigation menu lists 'Pauschalreisen', 'Last-Minute', 'Mietwagen', and 'Hotels'. On the right, there are icons for 'Hotel bewerten', 'Favoriten', and 'Anmelden', along with a 'Menü' button. The main headline reads 'Worauf wartest Du noch?' followed by 'Sichere Dir die besten Last-Minute-Deals >'. Below this is a search bar with tabs for 'Pauschalreise', 'Nur Hotel' (circled with a red circle and the number 3), 'Mietwagen', and 'Neu'. The search bar contains the placeholder text 'z.B. Reiseziel oder Hotelname', a date range '24.10.23 - 26.10.23', and a person icon with the number '2'. A red 'HOTEL FINDEN' button (circled with a red circle and the number 2) is to the right of the search bar. In the bottom right corner, there is a circular badge (circled with a red circle and the number 4) that says 'Bis zu 300€ Rabatt pro Buchung'. At the bottom of the main section, there is a promotional banner for TUI that says 'Jetzt mit TUI günstig den Sommer verlängern >'.



Anzeige  
AN EX  
BE  
AMERICAN EXPRESS



% TOP DEALS  
Faszinierende Tauchgänge zu traumhaften Preisen  
JETZT ABTAUCHEN >



Anzeige  
Three people standing next to bicycles.



Diese Website verwendet Cookies, um Ihnen eine großartige Nutzererfahrung bieten zu können. Für weitere Informationen, lesen Sie unsere Cookie-Richtlinien. [OK](#)

Wir sind der weltweit größte Sekundärmarktplatz für den Verkauf von Live-Event-Tickets. Die Preise werden von den Verkäufern festgelegt und können unter oder über dem Originalpreis liegen.

**viagogo**

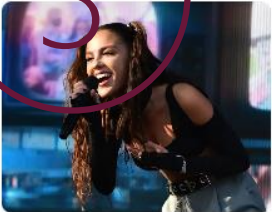
[Erkunden](#) [Verkaufen](#) [Meine Tickets](#) [Anmelden](#)


[Sport](#) [Konzerte](#) [Theater & Comedy](#) [Top-Städte](#)


München, Deutschland [Alle Daten](#)


**Konzerte**


alle anzeigen

  
Olivia Rodrigo

  
Taylor Swift


  
Coldplay


  
Depeche Mode


  
Jonas Brothers


**Sport**


alle anzeigen

  
FC Bayern München

  
Borussia Dortmund






  
RB Leipzig

  
TSG 1899 Hoffenheim

  
Eintracht Frankfurt

**Kultur**




alle anzeigen

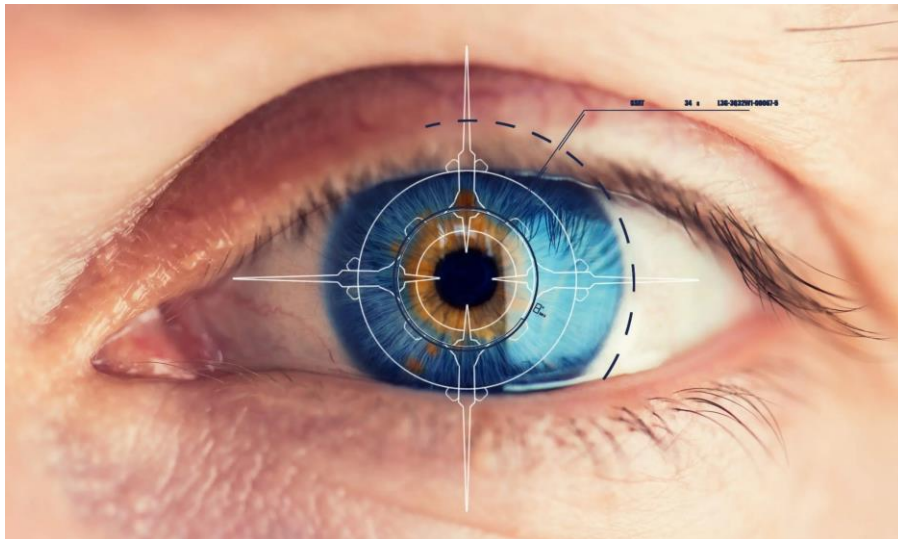
  
  
  
  






## Definition

-  Methoden zur Registrierung bzw. **Erfassung von Augenbewegungen**
-  Man kann herausfinden, wie **visuelle Informationen** verarbeitet werden
-  Websites können hinsichtlich der **Benutzerfreundlichkeit bewertet** werden



Quelle: <https://www.seo-analyse.com/seo-lexikon/e/eyetracking/> (26.09.2023)



## Unterschiedliche Augenbewegungen

### 1 Sakkaden

- ➔ Sakkaden sind **schnelle Bewegungen** der Augen
- ➔ Eine Informationsaufnahme **findet nicht statt**

### 2 Fixationen

- ➔ Punkte, die von Augen **genauer betrachtet** werden
- ➔ 90 % der Wahrnehmung bestehen aus Fixationen

### 3 Regressionen

- ➔ **Rückwärtsgewandte** Sakkaden bzw. Augenbewegungen
- ➔ Der Blick wandert auf eine **zuvor erfasste Stelle** zurück

## Techniken des Eye-Tracking

### Monitorbasierte Systeme (table-mounted)



Die Testperson sitzt vor einem **Monitor**



Im **Monitor** befinden sich Kameras im oberen und unteren **Bildschirmrand**



**Infrarotstrahlen** werden auf die **Netzhaut** ausgerichtet



**Strahlen** werden durch die Hornhaut **reflektiert**



Quelle: <https://www.zhaw.ch/de/engineering/institute-zentren/zav/humans-in-safety-critical-systems/human-factors/eye-tracking-labor/> (26.09.2023)

## Techniken des Eye-Tracking

### Kopfbasierte Systeme (head-mounted)

- 1 **Gerät** wird mit Hilfe einer Vorrichtung **am Kopf befestigt**
- 2 Eine Kamera ist in die **Brille** der Testperson **montiert**
- 3 Eine an die Brille montierte **Lampe strahlt Licht** auf das Auge **aus**
- 4 Von der Netzhaut wird das **Licht reflektiert** und von einer **eingebauten Kamera gespeichert**



Quelle: <https://www.ifab.kit.edu/1731.php#gallery-2> (26.09.2023)

## Heatmaps

1. Bedeutende **Visualisierungsmethode** für Daten
2. In Abhängigkeit der Größe werden die **Zahlenwerte farblich** markiert
3. **Nutzerverhalten** und **Aufbau von Websites** können analysiert werden
4. **Fixationspunkte** werden durch **Färbung** in Szene gesetzt

## Datei: Eyetracking heat map Wikipedia.jpg



Größe dieser Vorschau: 800 × 534 Pixel. Weitere Auflösungen: 320 × 213 Pixel | 640 × 427 Pixel | 1.000 × 667 Pixel

Originaldatei (1.000 × 667 Pixel, Dateigröße: 203 KB, MIME-Typ: image/jpeg)

Quelle: [https://de.m.wikipedia.org/wiki/Datei:Eyetracking\\_heat\\_map\\_Wikipedia.jpg](https://de.m.wikipedia.org/wiki/Datei:Eyetracking_heat_map_Wikipedia.jpg) (26.09.2023)



## Gazeplots

- 1 Betrachtete Bereiche werden mit **Punkten** markiert
- 2 Je **länger** eine Stelle angesehen wird, desto **größer** ist der **Kreis**
- 3 Punkte werden mit **Nummern** versehen
- 4 Die **durchnummerierten** Punkte stellen den **Blickverlauf** dar
- 5 **Unterschiedliche Farben** stehen für verschiedene Blickverläufe



[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a4/Gaze\\_plot\\_eye\\_tracking\\_on\\_Wikipedia\\_with\\_3\\_participants.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a4/Gaze_plot_eye_tracking_on_Wikipedia_with_3_participants.png)  
 (27.09.2023)

## Opacity Maps

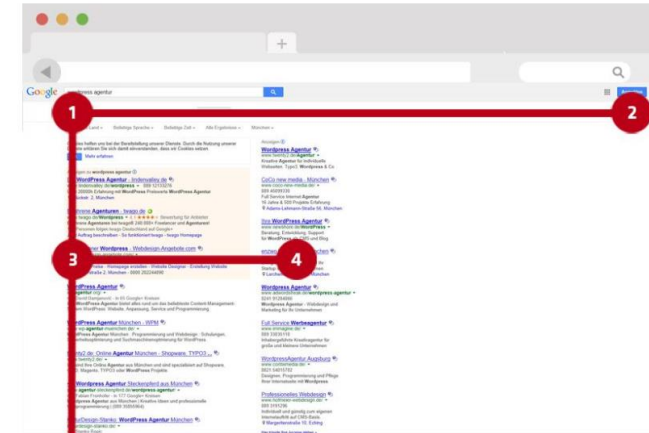
- 1 Man erkennt, welche Bereiche **häufig betrachtet** werden
- 2 Ein **Schatten** wird über die Website gelegt
- 3 Je **länger** eine Stelle betrachtet wird, desto **durchsichtiger** der Schatten
- 4 **Nicht betrachtete** Bereiche sind **schwarz**
- 5 **Unterschiedliche Farben** stehen für verschiedene Blickverläufe



<https://www.conversionreview.com/services/visual-design/> (27.09.2023)

### ✓ F-Muster

- ➔ Immer noch das **Standardmodell** im Bereich Eyetracking
- ➔ F-Form-Muster wurde 2006 von **Jakob Nielsen** entdeckt
- ➔ Nutzer schauen **eine vertikale und zwei horizontale** Linien entlang



Quelle: <https://wolkenhart.com/webdesignblog/f-pattern>



## Z-Muster

- ➔ Blick wandert **von oben links horizontal nach rechts**
- ➔ Daraufhin wandert der Blick **vertikal nach links**
- ➔ Und gegebenenfalls wieder **nach rechts**



Das Z-Pattern bei Facebook. (Montage: t3n.de)

Quelle: <https://wolkenhart.com/webdesignblog/f-pattern> (26.09.2023)



Grundsätzlich sollten Sie **Strukturelemente** auf Websites **mit Bedacht einsetzen**. Dabei gilt in der Regel das Motto: Weniger ist mehr!

- ✓ Sorgen Sie für einen **einheitlichen und strukturierten Seitenaufbau**

Elemente	Integration
Firmenlogo	Oben links
Warenkorb	Oben rechts
Kontaktinformation	Footerbereich
Suchfunktion	Mittig im Headerbereich
Registrierung	Oben rechts

- ✓ **Integrieren Sie visuelle Elemente** und Texte an passenden Stellen
  - ➔ **Tabellen** mit relevanten Produkteigenschaften
  - ➔ Heben Sie die wichtigsten **Alleinstellungsmerkmal** stichpunktartig hervor
  - ➔ Platzieren Sie **Buttons mit Textinhalten** wie „Jetzt buchen“ oder „Hier geht’s zum Warenkorb“
  - ➔ **Positive Kundenbewertungen** und Testimonials schaffen Vertrauen
  - ➔ Im **oberen Bereich** von Texten, Flyern, Websites sollten **zentralen Botschaften** vermittelt werden

- ✓ Richten Sie Suchfunktionen und Navigationselemente gezielt ein
  - ➔ **Sinnvolle Produktkategorien** sorgen für eine bessere Übersicht
  - ➔ Bieten Sie Suchmaschinen mit **Filterfunktion** an
  - ➔ **Usability verbessert** sich, indem sie Autovervollständigungen anbieten

## Quellen

<https://kulturbanause.de/faq/f-pattern/>

<https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/eye-tracking-blickverlaufsmessung>

<https://www.textbroker.de/eyetracking>

<https://fhstpmedien.wordpress.com/2014/09/15/blickregistrierung/>

<https://onma.de/online-marketing-lexikon/blickverlauf/>

<https://www.textbroker.de/eyetracking>

<https://krank.de/koerperprozesse/regression/>

<https://www.mollie.com/at/growth/onlineshop-usability-tipps>