

Eye-Tracking Internet

Mit den Augen der Nutzer sehen

Finden die Besucher einer Webseite nicht innerhalb kürzester Zeit die gewünschten Informationen, sind sie meist schon wieder weg. Durch den Einsatz moderner Blickregistrierungsverfahren machen wir Orientierung, Aufmerksamkeit und Leseverhalten auf Webseiten, Portalen und Intranet-Anwendungen sichtbar und leiten so die entscheidenden Empfehlungen für die Optimierung von Layout und Seitengestaltung Ihrer Online-Angebote ab.



Vorgehen und Methode

Im Rahmen von Usability-Tests erheben wir in unserem hauseigenen Teststudio die Blickverläufe der User auf einzelnen Seiten oder während der Lösung spezifischer Nutzungsaufgaben. Die Blickverläufe geben Aufschluss über das Such- und Orientierungsverhalten und können gezielt zur Optimierung der Nutzerführung herangezogen werden. Im Rahmen von Layout-Pretests liefern Blickverlaufsanalysen wertvolle Hinweise für die Seitengestaltung und Platzierung einzelner Seitenelemente. Zur Auswertung der Blickdaten verwendet phaydon ein speziell von uns

für die Usability-Forschung entwickeltes Analyseprogramm, das die Blickdaten über Zielgruppen, Areale und Zeitpunkte aggregiert.

Scanpfad: Die Zahlen in den Kreisen geben die typische Blick-Reihenfolge wieder. Die Größe des Kreises indiziert die Verweildauer im Erstkontakt mit einem Areal

Blickregistrierung Scanpfad
0 – 10 Sekunden,
Stichprobe n=24

Erläuterungen:
Die Zahlen in den roten Kreisen geben die typische Blick-Reihenfolge wieder (er bedeutet also nicht, dass alle Betrachter in exakt dieser Reihenfolge geschaut haben).

Die Größe des Kreises indiziert die durchschnittliche Verweildauer im Erstkontakt mit dem jeweiligen Areal. Die Position des Kreises bedeutet nicht, dass nur auf diesen Punkt geschaut wurde, sondern zeigt den Schwerpunkt der Fixationen innerhalb des Areals an.

0-10 Sekunden



Die Zahlen in den roten Kreisen geben die typische Blick-Reihenfolge wieder (dies bedeutet also nicht, dass alle Betrachter in exakt dieser Reihenfolge geschaut haben). Die Größe des Kreises indiziert die durchschnittliche Verweildauer im Erstkontakt mit dem jeweiligen Areal. Die Position des Kreises bedeutet nicht, dass nur auf diesen Punkt geschaut wurde, sondern zeigt den Schwerpunkt der Fixationen innerhalb des Areals an. Es können weitere Parameter wie Kontakthäufigkeit, Anzahl und Länge der Fixationen abgebildet werden.

Die aggregierte Blickspur mehrerer Nutzer wird mittels Heatmap dargestellt. So wird sichtbar, welche Aufmerksamkeit die verschiedenen Seitenareale im zeitlichen Verlauf erhalten.

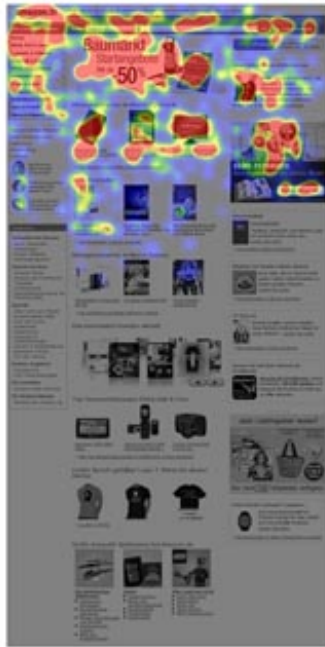
**Blickregistrierung
Heatmaps**
0 - 30 Sekunden,
Stichprobe n=24

Hohe
Aufmerksamkeit

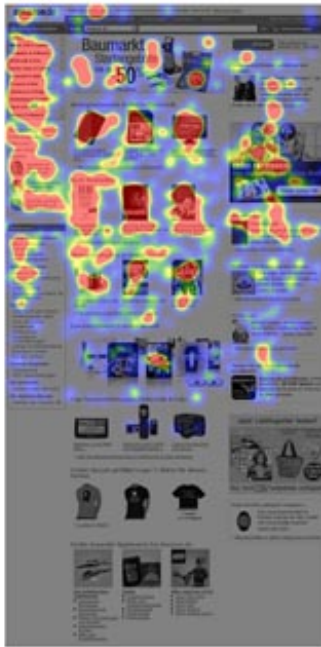


Geringe
Aufmerksamkeit

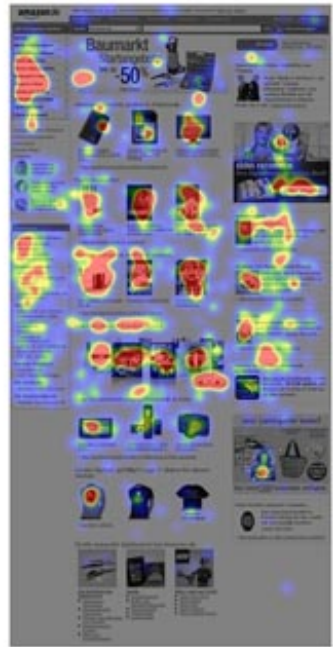
0-5 Sekunden



6- 10 Sekunden



11- 20 Sekunden



Die aggregierte Blickspur mehrerer Nutzer wird mittels Heatmap-Darstellung (rot=intensive Beachtung; blau=geringe Beachtung) dargestellt. So wird sichtbar, welche Aufmerksamkeit die verschiedenen Seitenareale im zeitlichen Verlauf erhalten.

Alpha-Map: Individuelle Blickspuren beim ersten Betrachten einer Homepage liefern Anhaltspunkte auf das Orientierungsverhalten der Nutzer.

**Blickregistrierung
Alphamaps**
0 - 15 Sekunden,
Stichprobe n=1

Hohe
Aufmerksamkeit



Geringe
Aufmerksamkeit

0-5 Sekunden



0-10 Sekunden



0-15 Sekunden



Individuelle Blickspuren beim ersten Abtasten einer Homepage liefern Anhaltspunkte über das Orientierungsverhalten der Nutzer.