

WEBSEITEN WERDEN HÄUFIG NUR ÜBERFLOGEN



Veröffentlicht am 17. April 2013 von Annette

Wo schauen Benutzer hin, wenn sie eine neue Webseite ansehen? Diese Frage hat ein kanadischer Forscher mithilfe von [...]



Wo schauen Benutzer hin, wenn sie eine neue Webseite ansehen? Diese Frage hat ein kanadischer Forscher mithilfe von **Eye-Tracking** untersucht. Seine [Studie](#) liefert wichtige Erkenntnisse darüber, welche Informationen im Internet aufgenommen werden und wie.

WEBSEITEN WERDEN NUR GESCANNT

Für die Erstellung von Webseiten und passenden Texten sind die Ergebnisse der Studie wichtig, wenn auch etwas ernüchternd: Die meisten Surfer **scannen** Webseiten im **Eilverfahren** nach **für sie interessanten Inhalten**, wobei sie selten ganze Sätze wahrnehmen, sondern bestenfalls 12-15 Buchstaben davon.

Für die Gestaltung von Webseiten heißt das: **Überschriften** oder **Einleitungen** sollten Kernaussagen direkt enthalten oder so interessant geschrieben sein, dass sie zum Weiterlesen einladen. Eine übersichtliche **Absatzgestaltung** der Texte trägt ebenfalls dazu bei, dass Benutzer schneller finden, was sie suchen. Dies gilt auch für die [Navigation](#).

JE WEITER OBEN DESTO BESSER

Weiter stellte sich in der Studie heraus, dass Benutzer immer zuerst nach **oben in die linke Ecke** einer Seite schauen. Die rechte Seite wird besonders bei Suchmaschinen häufig ignoriert - vermutlich, weil sich hier oft [Werbebanner](#) befinden. Der obere linke Teil einer Webseite ist also ein

wirklich wichtiger Platz. Man sollte gut überlegen, was man dort positioniert. Dies gilt nicht nur für traditionelle Webseiten, sondern auch für [mobile Darstellungen](#) oder [Google Adwords-Anzeigen](#).

Mit dem Wissen, dass Benutzer Webseiten meistens nur überfliegen, sollte man das **Webdesign**, die **Textgestaltung** und die **Navigation** so gestalten, dass **relevante Informationen auf einen Blick sichtbar** sind. So hält man auch Eilige auf der eigenen Webpräsenz.

Thumbnail Image: [Day 111, Project 365 - 2.10.10](#) von [William Brawley](#) via [CC BY 2.0](#)