

Eye Tracking

Mit Hilfe von Eye Tracking lassen sich u.a. folgende Fragestellungen beantworten:

- Welche Elemente meiner Website werden von den Benutzern wahrgenommen und welche werden komplett übersehen?
- Werden Navigationselemente als solche erkannt oder entgehen sie der Aufmerksamkeit?
- Welche Texte werden gelesen und welche dagegen nur gescannt?
- Werden die Benutzer effektiv zu den für sie relevanten Inhalten geleitet oder verlieren Sie sich im Layout der Website?

Ablauf / praktisches Beispiel

Bei der Kombination von Eye Tracking und Usability-Test veranlasst der Testleiter den Probanden zur Lösung typischer Aufgaben mit dem Testobjekt und motiviert ihn dabei seine Aktionen, Gefühle und Gedanken laut zu kommentieren ("thinking-aloud"- Methode). Zusätzlich zur Aufzeichnung der Ton-, Video- und Bildschirmaktivität wird hierbei auch der genaue Blickverlauf des Probanden mit Hilfe einer speziellen Hard- und Software aufgezeichnet und ausgewertet.

Bei reinen Eyetracking-Studien sollte auf das "thinking aloud" verzichtet werden, da dadurch der Blickverlauf bzw. die Betrachtungsdauer einzelner Elemente verfälscht wird. Ggf. kann in diesem Fall auf Basis der Aufzeichnungen im Anschluss an das Eyetracking ein so genanntes retrospektives lautes Denken durchgeführt werden.

Potentielle Erkenntnisse

Die Resultate derartiger Untersuchungen können dazu genutzt werden, Benutzeroberflächen hinsichtlich ihrer Wahrnehmbarkeit zu optimieren. Auf diese Weise wird es Anwendern ermöglicht, sich innerhalb kürzester Zeit einen Überblick über die wichtigsten Informationen zu verschaffen.