

Vorträge zur FIS Bildung-Herbsttagung vom 06.12.2007 zum Thema  
**„(Selbst)Evaluation von Portalen und Informationssystemen“**

1. Antje Gildhorn, ULB Münster: Evaluationsinstrumente im Rahmen von vascoda und deren spezifischen Aufwände und Erträge
2. Thorsten Wilhelm, Firma eResult: Web-Usability - Analyse, Verfahren & aktuelle Erkenntnisse; AJAX & Co.: Grenzen erkennen und Möglichkeiten nutzen
3. Frank Reese, Firma Ideal Observer: Erfolgsmessung von Fachportalen mit Traffic-Analysen



# Evaluationsinstrumente im Rahmen von vascoda und deren spezifische Erträge

Antje Gildhorn, ULB Münster



# Evaluation: Wozu?

- ▣ ubiquitäres Bedürfnis zum Datensammeln
- ▣ Qualitätsbeweis und Rechtfertigungsgrund
- ▣ Vielfältige Methoden mit diversen Fallstricken
- ▣ Subjektivität als allgegenwärtige Gefahr
- ▣ Nicht alle möglichen Merkmale können in einer endlichen Stichprobe abgebildet werden

# Evaluation: Wozu?

Weil jede Art menschlicher Reaktion vorstellbar ist, ist es von großer Bedeutung zu wissen, welche Reaktionen tatsächlich am häufigsten vorkommen und unter welchen Bedingungen

Daher:  
Nutzerfokus!

Keine voreilige  
Vereinheitlichung  
bei heterogenen  
Nutzergruppen

„Gleichbürsten“  
von Nachteil

# Evaluation: Methode und Vorgehen

- Evaluation: systematische Untersuchung zum Zweck der Beseitigung von Unsicherheiten (im Hinblick auf Entscheidungsprozesse)...
- Messung einer Zielerreichung, aber...

Was ist das Ziel?

# Evaluation: Methode und Vorgehen

- Festlegen von geeigneten Indikatoren (Inhalt, Effizienz, Technik, usability, Relevanz)
- Effiziente Ressourcenplanung (Kosten/Ergebnis)
- summative und formative Untersuchungen mit quantitativer und qualitativer Ausrichtung
- Bedarf ⇒ Konzeption ⇒ Umsetzung ⇒ zyklisch und iterativ

# Eingesetzte Instrumente

- ☐ Online Nutzerbefragung (2005, 2006, 2007 tbd.)
- ☐ Fokusgruppen in Fachclustern (2005)
- ☐ Experimente (2006, 2007)
- ☐ Monitoring (ab 2006 alle 6 Monate)
- ☐ LogFile-Analyse (kontinuierlich automatisiert, von Juli 2005 bis Juli 2006 inhaltlich fokussiert)
- ☐ usability-Untersuchungen (2006, 2007)
- ☐ Instrumentenmix ist stets zu empfehlen

# Online-Befragung - Methode

**Ich weiß, was der Nutzer will**

**Weiß der Nutzer, was ich will und trifft  
das Produkt seine Vorstellungen und  
Bedürfnisse?**

# Online-Befragung - Methode

- ❑ Fragebogen erstellen - Skalieren der Themen (Zeitfenster)
- ❑ Fragebogen testen – überarbeiten (Pretest)
- ❑ Punktuelle Repräsentativität (Fächer, Orte)
- ❑ Gepflegte Stichprobe – Wissenschaftler an Universitäten (Quoten- und Zufallsauswahl, direkter Telefonkontakt)
- ❑ Web-Stichprobe – Freiwillige über die vascoda Seite sowie die Teilnehmer aus Bibliotheken

# Online-Befragung: Vor- und Nachteile

- Standardisiert / Strukturiert / Exakte Kriterienmessung
- Große Zielgruppe mit Generalisierung auf Grundgesamtheit – Info-Gewinn durch Datenreduktion
- Schnell / einfach / kostenschonend
- Probanden können Problem durchdenken
- Hypothesen, Verhalten des Interviewers ist ohne Einfluss
- Ergänzung von offenen Fragen möglich



- Sehr unflexibel mit engem Raster
- nicht individuell / wer antwortet eigentlich?
- Geringer Rücklauf, Vorbereitung, offene Fragen erfordern zusätzliche Arbeit, Zeit und Know-how
- Ermittlung von Ursachen / Verbesserung und Lösung schwierig / Gefahr der Selbstselektion
- Keine Hilfe bei Verständnisproblemen



# Aussagen und Erträge

## **Auswertungsschritte:**

- Analyse der Gesamtaussagen und Bewertungen
- Analyse der Gruppenunterschiede
- Selektion der Zufriedenheit stiftenden Faktoren
- Analyse der Freitextantworten (Qualitativ)

## **Ergebnisse - guter Portalansatz, aber:**

- Nutzungseffizienz (Effizienz der Suchfunktionalitäten und der Literaturbereitstellung)
- Inhaltsqualität (bibliographische Angaben)
- Inhaltsquantität
- Treffersortierung, Einschätzung der Anbieter, Volltextpreise

# Fokusgruppen - Methode

- ❑ Verhaltensprüfung / individuelle Beschreibung real erlebter (Alltags-)situationen oder / und...
- ❑ Hypothesenbildung
- ❑ Qualitatives problemzentriertes Interview / Gruppendiskussion zu Faktoren der Zufriedenheit

# Fokusgruppen - Methode

❏ Moderationsleitfaden, Teilnehmerrekrutierung, Interviewabwicklung:

- *Sammlung und Reflektion eigener Erfahrungen*
- *Filtern positiver / negativer Erfahrungen  
(Ergänzung durch Fragebogenergebnisse)*
- *Bewertung der wesentlichsten Erfahrungen*
- *Sammlung von Vorschlägen zur Verbesserung  
(Erfolgsfaktoren)*

# Fokusgruppen: Vor- und Nachteile

- Frei, offen, nicht standardisiert und künstlich
- wesentlich kleinere Stichprobe (Sättigung)
- Höherer Redeanteil
- Hohe Inhaltsvalidität, tiefer Infogehalt, unverzerrt und nicht predeterminierend
- breites Merkmals-Spektrum = neue Entdeckungen
- Subjektbezogen (eigene Erlebnisse)



- Zeitaufwändig, kostenintensiv, hohe Moderationsqualifikation, keine Mengenangaben
- wechselseitige Sinnzuschreibungen / Erwünschtheit etc. (symbolischen Interaktionismus)
- Intensive Materialauswertung und Verdichtung
- Versuchsleitereffekt – externer Moderator empfohlen



# Aussagen und Erträge

## **Auswertungsschritte:**

- ☐ Mitschriften, Fotos, MindMap, Protokoll
- ☐ Verdichtung und Kategorisierung

## **Ergebnisse:**

- ☐ Aussagen der Onlinebefragung bestätigt
- ☐ Inhalt, Trefferstruktur und Suche als wesentlichste Optimierungen
- ☐ Auf Fachportalebene:
  - Suchwortübergabe gewünscht,
  - Transparenz der Daten, häufig „tote links“
  - Sichtbarkeit der Anbieter und Quellen (Abdeckung: „Was, Wer, Warum“)
  - Vorauswahl der Kollektionen gewünscht

# Monitoring – Methode und Ergebnis

- Marktbeobachtung relevanter internationaler Informationsdienstleister nach Facetten
- Schablonen: Treffer, Fachzugänge, Browsing, Sortierung etc.
- standardisierte **Unter - Suchszenarien**
- Ermittlung gängiger Angebote und portalbezogener Webkonventionen
- Good Practice Beispiele zur Lösung problematischer Funktionen

# Monitoring: Vor- und Nachteile

- ❑ **Kostengünstig?** (keine Software / kein externes Personal)
- ❑ Internationale Nutzerwünsche / Gewohnheiten
- ❑ Viele Lösungsmöglichkeiten für das gleiche Problem



- ❑ Wenig standardisiert bei Überlappungen oder Zeitintervallen (Anpassungen erforderlich)
- ❑ nicht valide
- ❑ äußerst zeitaufwändig – langer Zeitraum und Intervalle nötig (Alternative: einmaliges Benchmarking)



# Experimente - Methode

- [-] Sehr fokussierte Untersuchung von Funktionalitäten mit fiktiven Prototypen
- [-] Umfrage  $\Rightarrow$  Portal-Monitoring  $\Rightarrow$  Hypothese
- [-] Computer Assisted Personal Interviewing (CAPI-Methode)
- [-] Mix aus quantitativen und qualitativen Elementen

# Experimente: Vor- und Nachteile

- Frei, offen, nicht standardisiert und künstlich
- wesentlich kleinere Stichprobe
- Höherer Redeanteil
- Hohe Inhaltsvalidität, tiefer Infogehalt, unverzerrt und nicht predeterminierend
- breites Merkmals-Spektrum = neue Entdeckungen
- Subjektbezogen – Spezifität (eigene Erlebnisse)



- Zeitaufwändig, kostenintensiv**, hohe Moderationsqualifikation, keine Mengenangaben
- wechselseitige Sinnzuschreibungen / Erwünschtheit etc. (symbolischen Interaktionismus)
- Intensive Materialauswertung und Verdichtung
- Versuchsleitereffekt** – kann durch singulären Versuchsleiter abgeschwächt werden



# Aussagen und Erträge

## Auswertungsschritte:

- ☐ Protokoll
- ☐ Fragebogen und Statistik online (Deskriptiv)
- ☐ Kodierung und Kategorisierung der Aussagen

## Ergebnisse:

- Suchwortmarkierung, Autor vorne, Dokumenttyp-Icons
- aktive Sortierung erkennbar, Autorensortierung ergänzen, Relevanzsortierung erklären u. personalisieren
- Zeitraumfilterung erwünscht, Kombination u. Ausschluss mehrerer Filterelemente, Angebot Exportoptionen mit Abstract
- Suchhistorie und Alert können Wettbewerbsvorteil sein

# LogFile-Analyse – Methode und Ergebnis

- ❑ tatsächliche Nutzungsuntersuchung
- ❑ Festlegen der interessierenden Variablen
- ❑ Extraktion mit Perl-Skripten aus Textdatei
- ❑ Auswertung der Ergebnisse mit spezieller statistischer Software (quantitativ)

## **Ergebnisse:**

- Ein-Wort-Suchanfragen
- Verwendung der einfachen Suchmaske / selten Boolesche Operatoren
- selten dedizierte Facheinschränkung
- Geistes- und Kulturwissenschaften häufig ausgewählt

# LogFiles: Vor- und Nachteile

- ❑ Standardisiert
- ❑ Kostengünstig bei Open-Source-Produkten
- ❑ Nicht zeitaufwändig bei einfacher Installation
- ❑ Keine Kundeninteraktion – Fehlschlüsse (Masse bedeutet mitnichten Qualität)
- ❑ Häufige Fehlnutzungen der Besucher helfen bei der Funktionskontrolle (Hilfstexte anpassen, Navigation verbessern)



- ❑ Eventuell kostenbehaftet
- ❑ Spezialkenntnisse
- ❑ Transparenz und Vergleichbarkeit?
- ❑ Nur bereits vorhandene Funktionen werden untersucht – keine Entdeckungen
- ❑ technische Anpassungen erfordern Erweiterungen der Analysen



# Usability - Methode

- Benutzbarkeit und intuitive Verständlichkeit von Webseiten – kritischer Erfolgsfaktor
- Expertenzentrierte Methode >versus< Nutzerzentrierte Methode
- Vorhandenes Datenmaterial sichten, Leitfaden, Stichprobe generieren (24 P.)
- Multimethoden - Ansatz

# Usability: Vor- und Nachteile

- ❑ Viele Einschätzungen aus unterschiedlicher Perspektive
- ❑ Geringe Anzahl an Probanden bringen detaillierte Ergebnisse – Katalog an Optionen
- ❑ *Bei Expertenscreening: >> schnell, computergestützt, standardisiert und validiert – **ABER** Kosten für Experten und sehr formalisierte Ergebnisse)*



- ❑ Kostenintensiv (Grundausrüstung, Experten)
- ❑ Spezialkenntnisse
- ❑ Heterogenität der Ergebnisse
- ❑ Transparenz und Vergleichbarkeit bei Versuchspersonen – heterogener und subjektiver Erfahrungshintergrund



# Aussagen und Erträge

## Auswertungsschritte:

- ☐ Eyetracking und Klickverhalten protokollieren
- ☐ Interview- und Mitschnittauswertung: Transkription, Analyse
- ☐ Kodierung und Kategorisierung der Aussagen

## Ergebnisse:

- Allgemein positiv, sympathisch, nützlich
- Interdisziplinarität ist wesentlich
- Startseite, einfache Suche sind konsistent
- Fachtermini, Trefferanzeige, Verfügbarkeit, (Partner-) Transparenz und Inhalt sind zu verbessern



# *Herzlichen Dank!*

*Haben Sie Fragen?*

**Antje Gildhorn:**

Tel. 0251 / 83 255 32

[gildhorn@uni-muenster.de](mailto:gildhorn@uni-muenster.de)



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

**ULB Münster**

Universitäts- und  
Landesbibliothek





# Web-Usability

*- Analyse, Verfahren &  
aktuelle Erkenntnisse -*

© eResult GmbH – Results for Your E-Business  
([www.eresult.de](http://www.eresult.de))

# Agenda

- ❶ Kurze Vorstellung
- ❷ Usability ↔ Entwicklungsphasen
- ❸ Eyetracking: Einsatzbereiche & Fallstudien
- ❹ Einige Regeln (Richtlinien) zur Gestaltung
- ❺ AJAX-Studie: Wie vertraut sind Nutzer mit neuen Gestaltungsmöglichkeiten & Funktionen?

# Kurzvorstellung: **eResult GmbH**

**eResult GmbH**  
**E-Commerce Research & Consulting**

- ❶ **Usability-Tests & Beratung** (Web-Anwendungen, Software, mobile Dienste, Handys u.a.)
- ❷ **Marketing-Forschung & Beratung** (Fokus: Online-Marketing, Online-Werbung, Zufriedenheitsanalysen)

*Eingespieltes Führungsteam ...*  
**Usability- und (Online-)Marketing-Experten**



Wilhelm



Prof. Yom



Rehmann



Jüngel



Dr. Magerhans

**Gründer und  
Firmenleitung**

- Gründung: **2000**
- **14 feste Mitarbeiter/-innen**

**Studienleiter**

Qualitative  
Forschung

Quantitative  
Forschung

# Forschungsinfrastruktur

- (mobiles) **Usability-Lab**
- **Online-Access Panel**  
(48.800 Personen)
- **Forschungstools für ...**
  - Blickverlaufsanalysen
  - Online-/Onsite-Befragungen
  - Online-Fokusgruppen
  - Clickstream-Analysen
- **Umfrage-Datenbank:**  
Bewertungen für **291**  
**Web-Angebote**



## Unsere Referenzen

- *Handel*



- *Tourismus*



## Unsere Referenzen

- *Internet & Telekommunikation*



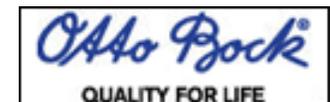
- *Industrie*



- *Medien & Kommunikation*



- *Pharma & Gesundheit*



## Unsere Referenzen

- *Dienstleistungen*



- *Wissenschaft & Non-Profit*

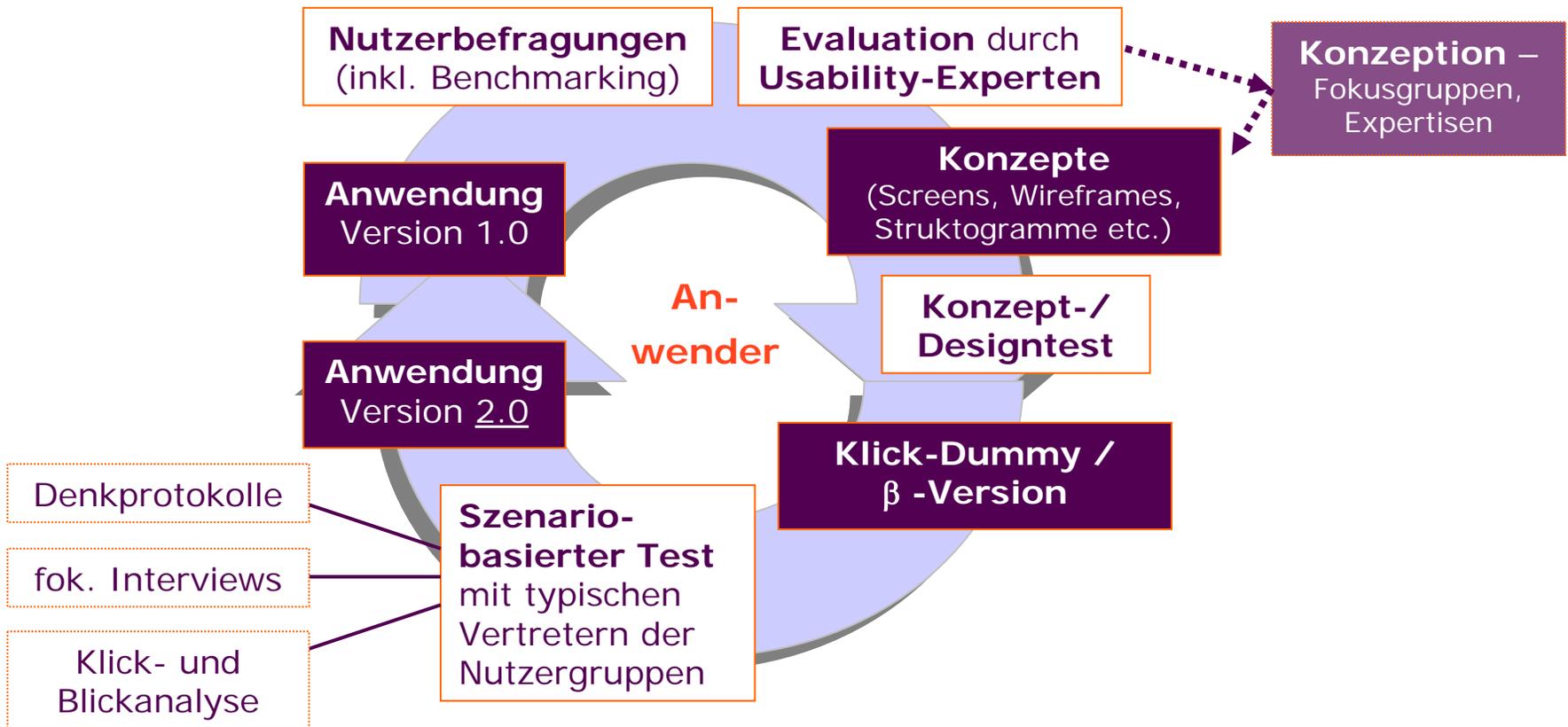


# **Nutzerzentrierte Anwendungsgestaltung:** *Leistungen im Überblick*



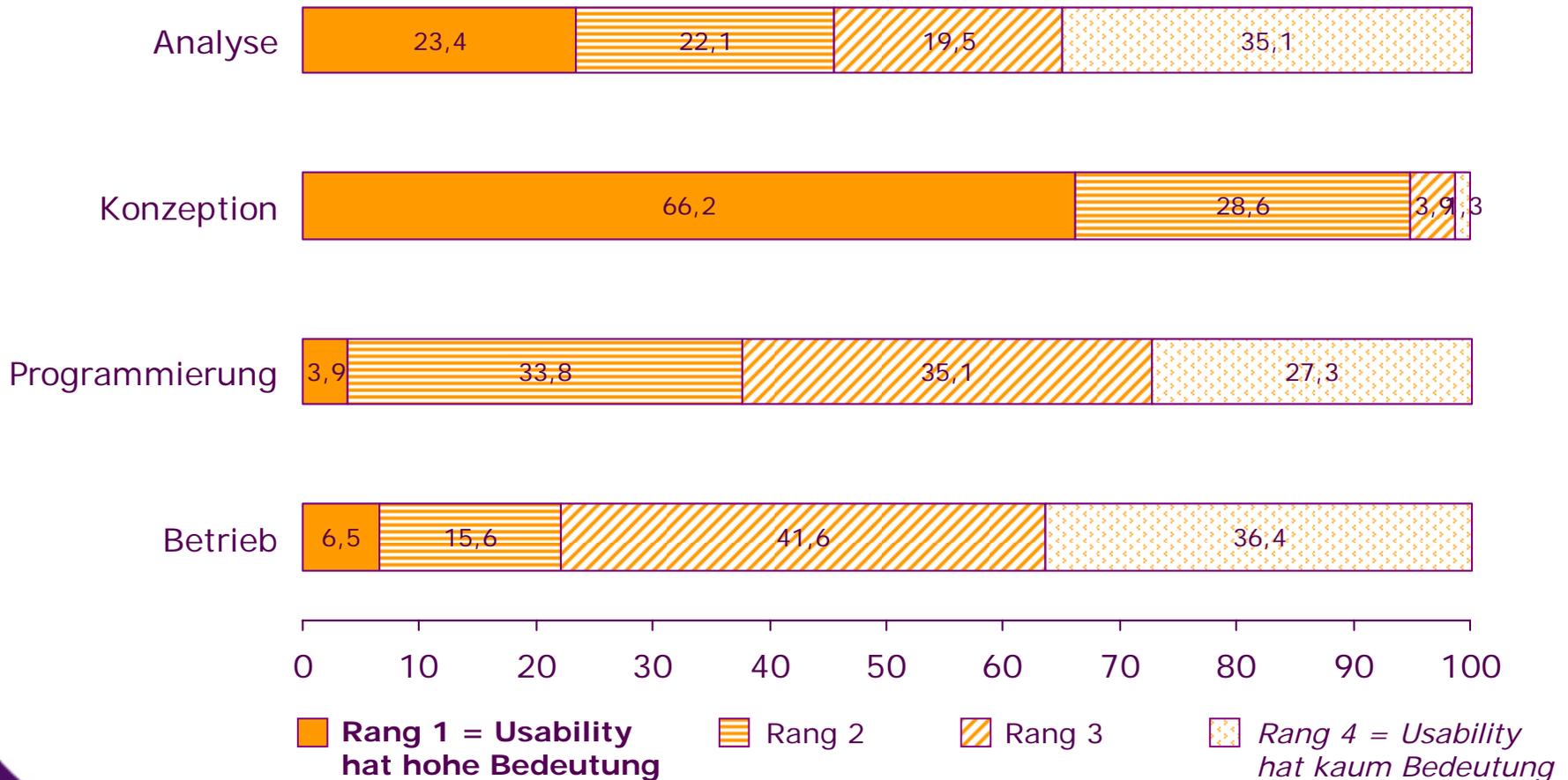
**Nutzerzentrierte  
Anwendungsgestaltung -  
*eine „typische“ Vorgehensweise***

# Nutzerzentrierte Anwendungsgestaltung - *eine „typische“ Vorgehensweise*



# Usability ⇔ Entwicklungsphasen: Relevanz & Verbreitung

# Usability ⇔ Entwicklungsphasen

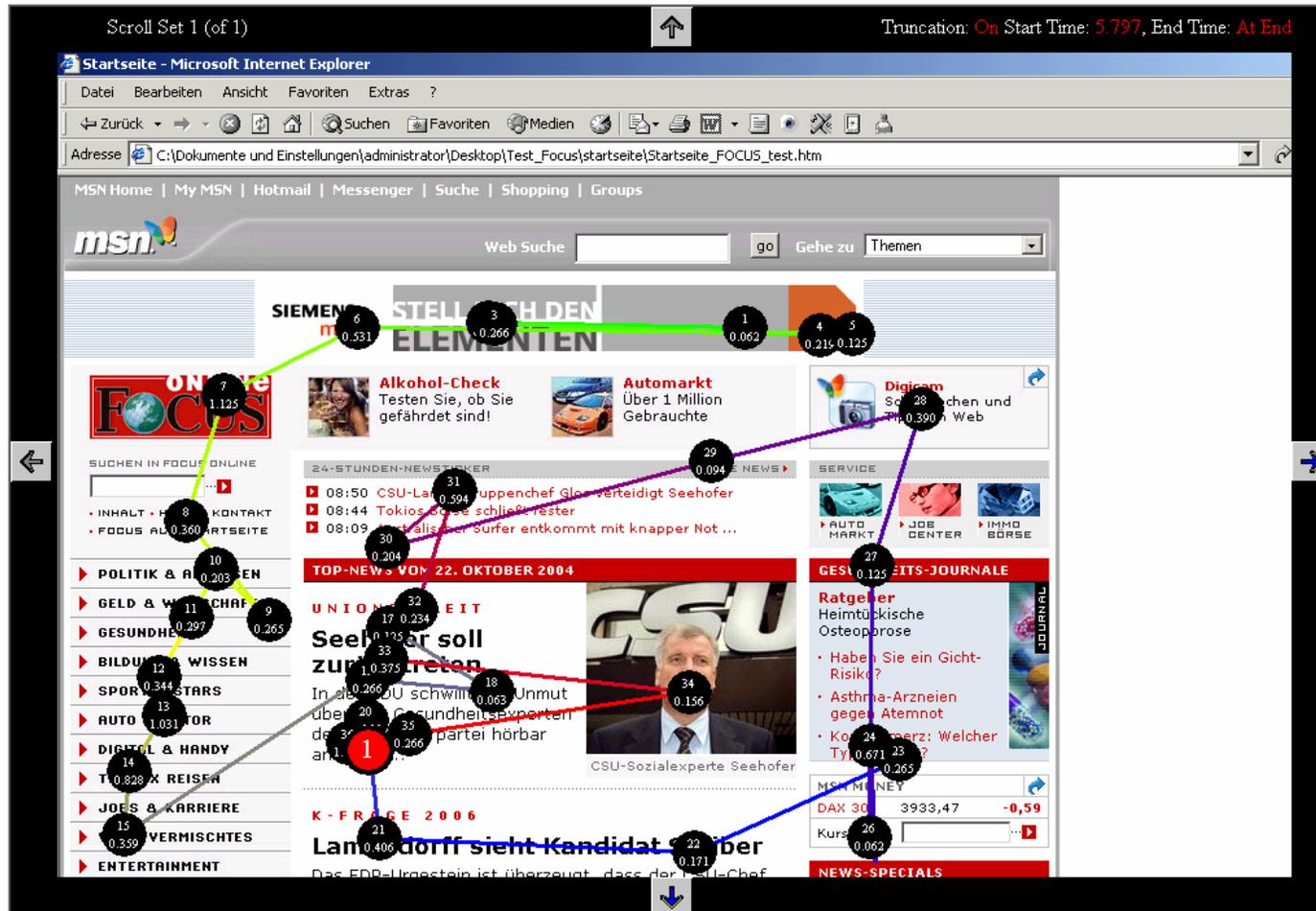


# Usability-Methoden & Verfahren: Top 3 je Phase

Analyse	Konzeption	Umsetzung	Betrieb
Aufgabenanalyse	Prototyping	Usability-Test im Lab	Logfile-Analyse / Web-Analytic
Zielgruppenbefragung / Anforderungsanalyse (Panel)	Fokusgruppen	Experten-Evaluationen	Nutzerbefragung (Onsite)
Personas	Card-Sorting	Eyetracking	Remote Usability-Test

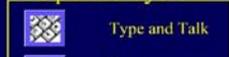
*Blickverlaufsmessung:*  
**Einsatzbereiche und einige  
„Faustregeln“** 

# Informationsaufnahme = selektiver Prozess



# Messung des Blickverlaufs



<b>1. Focus on Eye</b> 	<b>2. Calibrate</b> 1. Calibrate the Eye <i>Completed</i> 2. Calibrate to Screen <i>Not Completed</i> 3. Control Mouse Cursor with Eye <i>Disabled</i>
<b>3. Check Results</b> Status: <i>Not Calibrated by user</i>  Recalibrate	<b>4. Operate System</b>  Type and Talk  Access Computer

## ① Erfassung eines Auges



## ② Kalibrierung

## Einsatzbereiche

- ① **Eyetracking in frühen Entwicklungs-/ Designphase eines Internet-Angebots**
- ② **Vergleichende Analysen:** z. B. im Rahmen von Konzepttests
- ③ **Nutzertests im Usability-Lab**  
(Prototypen, Beta-Versionen, Live-Anwendung)

**Blickbewegungsmessungen  
an Funktionslayouts mit „Schminke“  
(frühe Entwicklungsphase)**

# Startseitengestaltung: Wird die Aufmerksamkeit gleichmäßig verteilt?



Consectetur Ipsum

Lorem Ipsum Adipiscing Consequat Nomummy Volupat Luptatrum

- > Lorem ipsum
- > **Commodo consequat** >
- > Duis autem
- > dignissim

- > Lorem ipsum
- > Dolor sit amet
- > Consectetur adipiscing
- > Elit sed diam
- > Nonummy
- > Aliquam volupat



### Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt dolore magna aliquam erat volupat. Ut wisi enim ad æüß minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

[> tincidunt](#)

### Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volupat. Ut wisi

[> tincidunt](#)

### Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volupat. suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

[> tincidunt](#)

### Lorem ipsum dolor sit amet



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volupat. Ut wisi

[> tincidunt](#)

### Lorem ipsum dolor sit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volupat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper

[> tincidunt](#)

Lorem | Ipsum | Consectetur | Dignissim | Magna aliquam © 2000 - 2007 Lorem Ipsum

Konzepttest:  
**Vergleich von  
Layouts/Entwürfen**

Suche bei neckermann.de

Sie haben gesucht nach: sofa + Schwarz

Ihr Suchergebnis

Artikel 1-8 von 76 Treffern

Sortierung nach Preis

Seite 1 von 9

1 2 3 4 5 6 7 8 9

3D-Ansicht Online-Katalog

**Schlafsofa**  
Maße: ca. 81x25 x H85 x T100 cm, Kopfhöhe ca. H83 cm  
199,00 €  
oder ab 17,88 €/Stk, nur 12.000 Stk

**Roma Polstersofa**  
Maße: ca. 80x100 x H90 x T83 cm  
4100,00 gespart  
auf 299,00 €  
oder ab 14,37 €/Stk, nur 21.000 Stk

**Moderne Schlafsofa**  
Maße: ca. 81x92 x H73 x T80 cm  
349,00 €  
oder ab 16,28 €/Stk, nur 22.000 Stk

**Flora Polstersofa mit Schlaf-Funktion**  
Maße: ca. 81x92 x H80 (inkl. Klappen) x T88 cm  
ab 299,00 €  
oder ab 14,37 €/Stk, nur 21.000 Stk

**Roma Polstersofa**  
Abstrahlend, moderne Polsterbezüge mit Stoff- und Leder-Funktion in einem. Diese Polsterbezüge besticht viel Platz zum Ausstrecken und Schlafen. Der Ausstreck ist in mehreren Stufen ein originales Stützrohr mit Platz zum geschickten Einbauen. Durch.  
199,00 €  
oder ab 17,88 €/Stk, nur 12.000 Stk

**Moderne Schlafsofa**  
Maße: ca. 81x79 x H87 x T87 cm  
299,00 €  
oder ab 14,37 €/Stk, nur 21.000 Stk

**Extrastarkes Lederlook-Liniensofa**  
Extrastarkes Lederlook-Liniensofa in aktueller Farbgebung weiß & schwarz. Schlafen mit beidseitigen Ausstreckbecken. Mit unverwundlichen Metallstütze. Verfügen Sie freien Ausstreck eine ganz besondere Höhe mit Schlaf-Funktion und beidseitigen. 191.2...  
ab 222,00 €  
oder ab 13,33 €/Stk, nur 15.000 Stk

**Altaktives, moderne Polsterbezüge**  
Altaktives, moderne Polsterbezüge mit Stoff- und Leder-Funktion in einem. Diese Länge bestet viel Platz zum Ausstrecken und Schlafen. Der Ausstreck ist in mehreren Stufen ein originales Stützrohr mit Platz zum geschickten Einbauen. Durch.  
199,00 €  
oder ab 17,88 €/Stk, nur 12.000 Stk

**Beach 3-Sitzer-Sofa**  
Maße: ca. 170 (inkl. Klappen) x 80x80 x T103 cm  
699,00 €  
oder ab 23,98 €/Stk, nur 29.000 Stk

Artikel 1-8 von 76 Treffern

Sortierung nach Preis

Seite 1 von 9

1 2 3 4 5 6 7 8 9

21 Produkte pro Seite anzeigen

Sie haben gesucht nach: sofa + Schwarz

Neue Suche

Alle Preise inkl. gesetzlicher Mehrwertsteuer, zuzüglich Versandkosten  
Wir freuen uns Sie mit uns! Wir freuen uns über [L&L 2018](#)  
Lieferung | Beratung | Rückgaberecht | Kontakt | Hilfe & Service  
Anmelden/abmelden | AGB | Datenschutz  
Über neckermann.de | Karriere | Presse | Kontakt

© neckermann.de 2007-2021. Alle Rechte vorbehalten.

# Listenansicht vs. Galerie:

## Wie unterscheidet sich die Aufmerksamkeitsverteilung?

Suche bei neckermann.de

Sie haben gesucht nach: sofa + Schwarz

Ihr Suchergebnis

Artikel 1-8 von 76 Treffern

Sortierung nach Preis

Seite 1 von 9

1 2 3 4 5 6 7 8 9

3D-Ansicht Online-Katalog

**Schlafsofa**  
199,00 €

**Roma Polsterbezüge**  
4100,00 gespart  
auf 299,00 €

**Moderne Schlafsofa**  
349,00 €

**Flora Polsterbezüge mit Schlaf-Funktion**  
ab 299,00 €

**Roma Polsterbezüge**  
199,00 €

**Moderne Schlafsofa**  
299,00 €

**Extrastarkes Lederlook-Liniensofa**  
ab 222,00 €

**Altaktives, moderne Polsterbezüge**  
199,00 €

**Beach 3-Sitzer-Sofa**  
699,00 €

Artikel 1-8 von 76 Treffern

Sortierung nach Preis

Seite 1 von 9

1 2 3 4 5 6 7 8 9

21 Produkte pro Seite anzeigen

Sie haben gesucht nach: sofa + Schwarz

Neue Suche

Alle Preise inkl. gesetzlicher Mehrwertsteuer, zuzüglich Versandkosten  
Wir freuen uns Sie mit uns! Wir freuen uns über [L&L 2018](#)  
Lieferung | Beratung | Rückgaberecht | Kontakt | Hilfe & Service  
Anmelden/abmelden | AGB | Datenschutz  
Über neckermann.de | Karriere | Presse | Kontakt

© neckermann.de 2007-2021. Alle Rechte vorbehalten.

# Blickverlauf

1. Wert: Nummer der Fixation



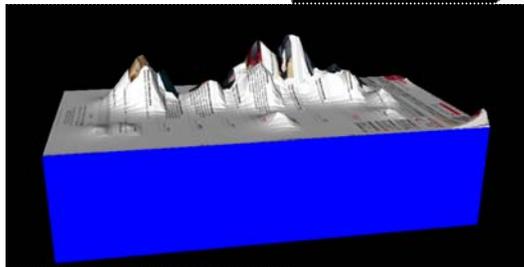
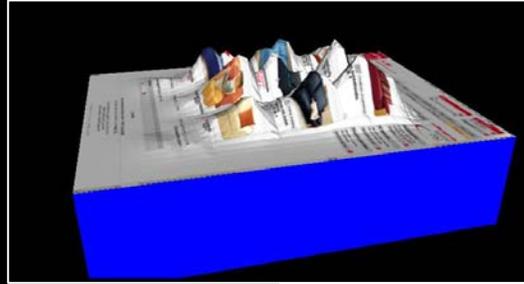
2. Wert: Dauer der Fixation

A screenshot of the neckermann.de search results page for 'sofa'. The page shows search filters, a list of products, and a play button icon. The search results are for 'Schwarz' (black) sofas. The first product is a 'Schlafsofa' (bed sofa) with a price of 199,00 €. The second product is a 'Roma Polsterliege' (Roma upholstered lounge) with a price of 199,00 €. A play button icon is visible in the bottom right corner of the screenshot.



A screenshot of the neckermann.de search results page for 'sofa', similar to the one above, but with a gaze heatmap overlay. The heatmap shows the user's eye movements across the page. A play button icon is visible in the bottom right corner of the screenshot.

# Aufmerksamkeitsverteilung



Nutzertests im Lab:  
**Soll = Ist-Blickverlauf?**

# Blickverlauf während der Bearbeitung von Aufgaben messen ...

**MANUFACTUM.** Es gibt sie noch, die guten Dinge.

Handgearbeitetes Federvieh  
Köseener Küken

Produktsuche

Ihr Warenkorb: 0 Artikel, 0,00 EUR

Ihr Manufactum: Warum registrieren? Jetzt registrieren melden für registrierte Benutzer Wunschzettel

Perfekt passend Arbeitshandschuhe aus Rehlleder

Startseite / Produkte

Warenhäuser

Aktuelle Aktionen:

- » Gutes aus Klöstern
- » Monatsbrief März
- » Gartenkatalog Nr. 9
- » Wintersortiment
- » Einzelstücke
- » Sonderangebote
- » Letzte Gelegenheit

Nur im Internet:

- » Manufactum Marktplatz

Gesamtsortiment:

- »
- »
- »
- »
- »
- »
- » Körperpflege
- » Haus & Hof
- » Von drinnen nach draußen
- » Werkzeug
- » Spielzeug
- » Garten
- » Bücher & Tonträger
- » Gutes aus Klöstern
- » Magazin

Sie befinden sich

Der Manufactum Monatsbrief März/April 2000.

**Produktsuche**

Begriffe, Schlagworte, Bestellnummer und Wortkombinationen

Ungarischer Kotányi-Paprika edelsüß  
Tiefrote und von Hand geerntete Schoten werden in Steinmühlen gemahlen: Die Lieferung kommt in 3 Aromabeuteln direkt aus einem alten Szegegediner Betrieb.  
3,00 EUR

Bestellnummern direkt eingeben!

Bestseller

PhD Feinminenstift und Kugelschreiber  
13,00 EUR

„Suchen Sie bitte nach einem Käsemesser der Marke Herder, gefertigt aus Stahl.“

6,00 EUR

Metronom nach Mälzel  
Das mechanische Metronom wird im Allgäu gefertigt und per Pendel in Schwung gehalten. Mittels Glöckchen bringt es zusätzlich die Taktarten 2/4, 3/4, 4/4 und 6/8 zu Gehör.

Hier finden Sie alle Manufactum-Kataloge und

Tschechischer

# Ergebnisseite: 107 Treffer !

The screenshot shows the Amazon.de search results for 'Messer'. The left sidebar contains filters for 'Kategorie', 'Material', 'Hersteller', and 'Preis'. A green dashed box highlights the 'Kategorie' filter, and a green arrow points from it to the 'Kategorie' list on the right. The main content area shows a list of products with their prices and ratings.

## Kategorie

- » Büro (1)
- » Einzelstücke (2)
- » Ersatzteile (8)
- » Garten (4)
- » Gutes aus Klöstern (1)
- » Haus & Hof (1)
- » Körperpflege (1)
- » Küche (74)
- » Letzte Gelegenheit (3)
- » Monatsbrief Juli/August (1)
- » Monatsbrief Mai/Juni (5)
- » Monatsbrief September (2)
- » Sonderangebote (6)
- » Von drinnen nach draußen (14)
- » Werkzeug (10)

## Material

- » Aluminium (1)
- » Eisen (1)
- » Galalith (1)
- » Glas (2)
- » Hartgewebe (1)

Sie befinden sich hier: [Suchergebnis](#)

## Suchergebnis

Wir haben **107 Ergebnisse** zur Suche nach **Messer** gefunden



[Herder Messer](#)  
[Hechtsäbels](#)  
[blaugeplüßtet](#)  
**55,00 EUR**



[keine Abb.](#)  
[Haarschneidemaschine](#)  
[Messer](#)  
**16,00 EUR**



[Kochmesser 26 cm](#)  
**77,00 EUR**



[Sabatier Kochmesser 20 cm geschmiedet](#)

# Eyecatcher & Aufmerksamkeitsfokus (0-3 Sekunden)



**MANUFACTUM.** Es gibt sie noch, die guten Dinge.

**Zwiebelhacker**  
Müheslos Zwiebel-schneiden mit messer-scharfer Klinge

**Produktsuche**  
Messer, Küche, Metall >>  
Begriff, Schlagwort, Bestellnummer

**Ihr Warenkorb**  
1 Artikel 27,95 EUR  
>> Anzeigen  
>> Bestellnummern direkt eingeben

**Ihr Manufactum**  
[Warum registrieren?](#)  
>> Jetzt registrieren  
>> Anmelden für registrierte Benutzer

**Manufactum Ölshampoo**  
Schonende Reinigung mit „Türkischrotöl“

Startseite / Produkte    Warenhäuser    Neuigkeiten    Unternehmen    Ihr Manufactum    ? Hilfe

Sie befinden sich hier: Suchergebnis

**Kategorie**

- >> Einzelstücke (1)
- >> Gutes aus Klöstern (1)
- >> Küche (51)
- >> Letzte Gelegenheit (1)
- >> Monatsbrief Mai/Juni (1)
- >> Sonderangebote (2)
- >> Von drinnen nach draußen (1)

**Material**

- >> Eisen (1)
- >> Holz (21)
- >> Kunststoff (1)
- >> Metall (52)
- >> Stahl (26)

**Herkunft**

- >> Deutschland (33)
- >> England (3)
- >> Finnland (1)
- >> Frankreich (4)
- >> Großbritannien (2)
- >> Japan (4)
- >> Schweden (1)
- >> Schweiz (3)
- >> Sonstige Herkunft (3)

**Hersteller**

- >> Au Nain (1)
- >> Eichenlaub (3)

**Suchergebnis**

Wir haben **1** Ergebnisse zur Suche nach **Messer, Küche, Metall** gefunden

Seite 1 2 3 4 5 6 >>

**29%**

57,00 EUR

**24%**

Kochmesser  
ab 56,00 EUR

**16%**

Herder Kochmesser geschmiedet  
104,00 EUR

Kochmesser 26 cm  
77,00 EUR

Sabatier Kochmesser 20 cm geschmiedet  
36,00 EUR

Mit Wellenschliff; zum Schneiden von Brot und Backwerk. Dank seiner scharfen Spitze (zum Anschneiden) und des Wellenschliffs ist es gleichzeitig das ideale Messer für jedes andere druckempfindliche und weiche Schnittgut (z.B. Tomaten, weiches...

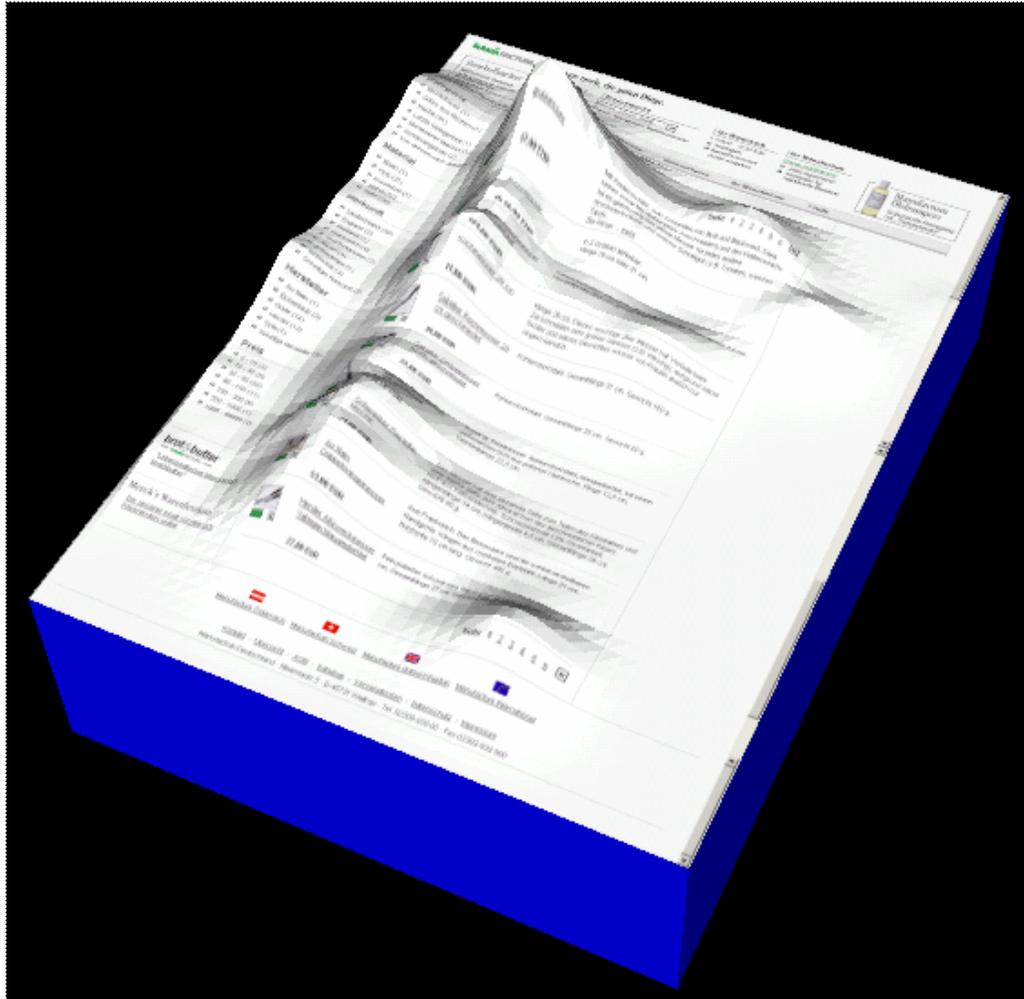
in 2 Größen lieferbar:  
Klinge 16 cm oder 21 cm.

Kohlenstoffstahl. Klinglänge 8 Zoll (20,5 cm), Klingbreite 3,5 cm. Gesamtlänge 33,5 cm. Gewicht 215 g.

Die so genannte wichtige 26er Messer hat Vorteile beim Zerschneiden sehr großer Gemüse (z.B. Wirsing); aufgrund seiner Größe und seines Gewichtes wird es von Frauen jedoch nur ungern benutzt.

Kohlenstoffstahl. Gesamtlänge 31 cm. Gewicht 160 g.

# Aufmerksamkeitsverteilung über die **gesamte Seiten-Kontaktdauer**



# Unsere (einfache) Empfehlung ...

### Kategorie

- » Einzelstücke (3)
- » Ersatzteile (7)
- » Garten (4)
- » Gartenkatalog Nr. 9 (2)
- » Gutes aus Klöstern (1)
- » Haus & Hof (1)
- » Körperpflege (1)
- » Küche (90)
- » Letzte Gelegenheit (3)
- » Magazin (1)
- » Manufactum Marktplatz (19)
- » Mechanik & Büro (1)
- » Sonderangebote (2)
- » Von drinnen nach draußen (8)
- » Werkzeug (8)
- » Wintersortiment (1)

### Material

- » Aluminium (2)
- » Eisen (1)
- » Galalith (1)
- » Glas (2)
- » Hartgewebe (1)
- » Holz (44)
- » Keramik (3)
- » Kunststoff (18)
- » Leder (2)
- » Lefa (1)

Sie befinden sich hier: [Suchergebnis](#)

Wir haben 115 Ergebnisse zur Suche nach **messer** gefunden.  
**Hier können Sie das Ergebnis nach Ihren Wünschen weiter einschränken!**

### Suchergebnis

Seite [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [»](#)

 <p><a href="#">Herder Messer Hechtsäbels blaugepließtet</a> 56,00 EUR</p>	 <p><a href="#">Gehring Messer gezahnt 2 Stück</a> <b>reduzierter Preis:</b> 24,00 EUR</p>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 2px; width: fit-content; margin-bottom: 5px;">kein Bild verfügbar</div> <p><a href="#">Haarschneidemaschine Messer</a> 16,00 EUR</p>
 <p><a href="#">Kochmesser 26 cm</a> 82,00 EUR</p>	 <p><a href="#">Sabatier Kochmesser 20 cm geschmiedet</a> 36,00 EUR</p>	 <p><a href="#">Brotmesser</a> 61,00 EUR</p>
 <p><a href="#">Kochmesser</a> ab 59,00 EUR</p>	 <p><a href="#">Herder Kochmesser geschmiedet</a> 108,00 EUR</p>	 <p><a href="#">Sabatier Officemesser 10 cm geschmiedet</a> 22,00 EUR</p>
 <p><a href="#">Pestmesser Buchsbaumholz</a> 185,00 EUR</p>	 <p><a href="#">Messerschleifer Keramik</a> 49,50 EUR</p>	 <p><a href="#">Messerschärfer Buchsbaumholz</a> 159,00 EUR</p>

# mit „großer“ Wirkung ...

Sie befinden sich hier: [Suchergebnis](#)

Wir haben 11 Ergebnisse zur Suche nach **messer** gefunden.  
Hier können Sie das Suchergebnis nach Ihren Wünschen weiter einschränken!

### Kategorie

- » Einzelstücke (3)
- » Ersatzteile (7)
- » Garten (4)
- » Gartenkatalog Nr.
- » Gutes aus Klöst
- » Haus & Ho
- » ...ege (1)
- » ... (0)
- » Letzte Gelegenheit (3)
- » Magazin (1)
- » Manufactum Marktplatz (19)
- » Mechanik & Büro (1)
- » Sonderangebote (2)
- » Von drinnen nach draußen (8)
- » Werkzeug (8)
- » Wintersortiment (1)

### Material

- » Aluminium (2)
- » Eisen (1)
- » Galalith (1)
- » Glas (2)
- » Hartgewebe (1)
- » Holz (44)
- » Keramik (3)
- » Kunststoff (18)
- » Leder (2)
- » Lefa (1)

### Suchergebnis

Seite 1 2 3 4 5 6 7 8 »

 Herder Messer Hechtsäbels blauegeplätet 56,00 EUR	 Gehring Messer gezahnt 2 Stück reduzierter Preis: 24,00 EUR	 kein Bild verfügbar 16,00 EUR	 Haarschneidemaschine Messer
 Kochmesser 26 cm 82,00 EUR	 Sabatier Kochmesser 20 cm geschmiedet 36,00 EUR	 Brotmesser 61,00 EUR	
 Kochmesser ab 59,00 EUR	 Herder Kochmesser geschmiedet 108,00 EUR	 Sabatier Officemesser 10 cm geschmiedet 22,00 EUR	
 Pestmesser Buchsbaumholz 185,00 EUR	 Messerschleifer Keramik 49,50 EUR	 Messerschärfer Buchsbaumholz 159,00 EUR	

# Blickverlauf (Aufgabenstellung)

The screenshot shows the Bertelsmann Stiftung website interface. At the top, there is a navigation bar with links for English, Karriere, Kontakt, RSS, and Erweiterte Suche, along with a search input field containing 'Suchbegriff'. The main header features the logo 'BertelsmannStiftung' and the tagline 'Für eine zukunftsfähige Gesellschaft'. A left sidebar contains a menu with categories like Die Stiftung, Politik, Gesellschaft, Wirtschaft, Bildung, Gesundheit, Kultur, Presse, Service, and Publikationen. The main content area shows search filters for 'Suchbegriff', 'Wo' (Neuerscheinungen), 'Themen' (Wirtschaft), and 'Erscheinungsjahr' (alle). Below the filters, it indicates 'Anzahl der Einträge 13' and '1-13'. A table lists search results with columns for 'Titel', 'Download', and 'Bestellung'. The first result is 'Internationales Standort-Ranking 2007' by Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), with a description, publication details (1. Auflage 2007, 192 Seiten, ISBN-13: 978-3-89204-887-9, 25,00 EUR), and a 'Details' button. A 'Warenkorb' button is also visible.

English | Karriere | Kontakt | RSS | Erweiterte Suche | Suchbegriff

**BertelsmannStiftung**  
Für eine zukunftsfähige Gesellschaft

Die Stiftung | Startseite | Service | **Publikationen** | drucken | senden

Suche | Suchtipps

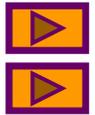
**Suchbegriff** | **Wo**  
Neuerscheinungen

Titel  Text  Autor  ISBN

**Themen** | **Erscheinungsjahr**  
Wirtschaft | alle | **suchen**

Anzahl der Einträge **13** | 1-13 |

Titel	Download	Bestellung
 Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) <b>Internationales Standort-Ranking 2007</b> Wachstum und Beschäftigung Wie wettbewerbsfähig ist Deutschland im internationalen Vergleich? Wie wird Arbeitslosigkeit erfolgreich bekämpft? Welche Faktoren fördern Wachstum? Diesen Fragen geht das "Internationale Standort-Ranking" nach und vergleicht 21 Industrienationen in den Bereichen Arbeitsmarkt und Wachstum. 1. Auflage 2007, 192 Seiten 3-89204-887-8, ISBN-13: 978-3-89204-887-9 <b>25,00 EUR</b> <a href="#">Details</a>		<a href="#">Warenkorb</a>
 Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) <b>Demographiemonitor</b>		



# Aufmerksamkeit für Warenkorb-Button

The screenshot shows the Bertelsmann Stiftung website interface. At the top, there is a navigation bar with links for English, Karriere, Kontakt, RSS, and Erweiterte Suche, along with a search input field containing 'Suchbegriff'. Below this is the site's logo and tagline: 'BertelsmannStiftung Für eine zukunftsfähige Gesellschaft'. A sidebar on the left lists various categories like 'Die Stiftung', 'Politik', 'Gesellschaft', 'Wirtschaft', 'Bildung', 'Gesundheit', 'Kultur', 'Presse', and 'Service'. The main content area features a search filter section with fields for 'Suchbegriff', 'Wo' (set to 'Neuerscheinungen'), 'Themen' (set to 'Wirtschaft'), and 'Erscheinungsjahr' (set to 'alle'). A 'suchen' button is present. Below the filters, it indicates 'Anzahl der Einträge 13' and a pagination control showing '1-13'. A table header is visible with columns for 'Titel', 'Download', and 'Bestellung'. The first entry is 'Internationales Standort-Ranking 2007' by Bertelsmann Stiftung (Hrsg.).

Key performance indicators are highlighted in a red box:

- Kontaktwahrscheinlichkeit: **80 %**
- Time to Contact: **13,3s**
- Durchschnittliche Betrachtungsdauer: **1,97 s**

The shopping cart icon, showing 1 item, is also highlighted in a red box.

# **Einige Regeln (Richtlinien) zur Gestaltung**

# Zwei Startseiten im direkten Vergleich!

**iLove**  
Dating, Flirten, Freunde finden

Automatisch einloggen

[Passwort vergessen?](#)

[HOME](#)
[SUCHE](#)
[GALERIE](#)
[CHAT](#)
[MAGAZIN](#)
[HILFE ?](#)
[ANMELDEN und LOSFLIRTEN!](#)

**Schnellsuche**

Ich bin:  ▾

und suche:  ▾

zwischen:  ▾ und  ▾

Land:  ▾

Ort oder PLZ:

Umkreis:  ▾  
(nur mit vollständiger PLZ möglich)

[Weitere Suchkriterien](#)

**Gerade online:**

Frauen	2327
Männer	2833

**Jetzt kostenlos anmelden!**

+ gratis Klingelton auswählen

**iLove Lovestories**  
Paare, die sich bei iLove gefunden haben

**iLove Casting**  
Ab ins Fernsehen!

**meetic.de**  
zum Verlieben!

Mitglieds-Login:

[Pseudonym oder Passwort vergessen?](#)

Sie haben sich neu eingeschrieben:

its_joy 38 Jahre Baden-wür.	MUChris25 25 Jahre Bayern	Michelle_ 18 Jahre Niedersac.	Joana_327 48 Jahre Rheinland.	Justin_Cr. 37 Jahre Baden-wür.	bellavani. 26 Jahre Bayern

→ Millionen Singles haben sich schon angemeldet

Davon sind **0 5 5 7 8** im Augenblick online!

**Erfolgsberichte**

**Nancy & Mark**

**Nancy:** Ich würde jedem empfehlen, den Versuch bei MEETIC zu starten. Die Seite ist sehr übersichtlich und...

**Mark:** Ja, natürlich! Bei mir hat es ja auch erst ein wenig gedauert...  
.../... Weiter

**MEETIC-GRUNDSÄTZE**

**Seriosität:** Alle Profile werden vor Veröffentlichung vom Kundendienst auf Ernsthaftigkeit und Plausibilität geprüft.

**Sicherheit:** Mehr als 40 Kundenbetreuer stellen eine sichere und angenehme Atmosphäre beim Daten sicher.

**Qualität:** Bilder aller User werden bei Bedarf im Format angepasst.

**Datenschutz:** MEETIC verpflichtet sich, sich an alle gültigen Gesetze und Bestimmungen...

**SCHNELLSUCHE**

Ich bin:  ▾ Ich suche:  ▾

Region:  ▾ Alter:  ▾ /  ▾

Mit Foto?

Welche gefällt Ihnen besser?

# Mehr „Ruhe“ durch strukturierten Aufbau!

**iLove**  
Dating, Flirten, Freunde finden

HOME | **SUCHE** | GALERIE | CHAT | MAGAZIN | HILFE ? | ANMELDEN und LOSELIRTEN!

**Schnellsuche**

Ich bin:    
 und suche:    
 zwischen:  und    
 Land:    
 Ort oder PLZ:   
 Umkreis:    
 (nur mit vollständiger PLZ möglich)

**Weitere Suchkriterien**

Gerade online: **5160**

Frauen	2327
Männer	2833

**Jetzt kostenlos anmelden!**

**+ gratis Klingelton auswählen**

**iLove Lovestorys**  
Paare, die sich bei iLove gefunden haben

**iLove Casting**  
Ab ins Fernsehen!

Login:  Passwort:    
 Automatisch einloggen  
[Passwort vergessen?](#)

**meetic.de**  
Zum Verlieben!

Mitglieds-Login: Ihr Pseudonym  Ihr Passwort    
[Pseudonym oder Passwort vergessen?](#)

Sie haben sich neu eingeschrieben:

its_joy 38 Jahre Baden-wür.	MUChris25 25 Jahre Bayern	Michelle_ 36 Jahre Wiedersac.	Joana_327 48 Jahre Rheinland.	Justin_Cr. 37 Jahre Baden-wür.	bellavant. 26 Jahre Bayern

**Millionen Singles haben sich schon angemeldet**

Davon sind **05578** im Augenblick online!

**Noch nicht angemeldet? Schnell und kostenlos registrieren!**

**Erfolgsberichte**

**Nancy & Mark**  
Nancy: Ich würde jedem empfehlen, den Versuch zu machen bei MEETIC zu starten. Die Seite ist sehr übersichtlich und...  
 Mark: Ja, natürlich! Bei mir hat es ja auch erst ein wenig gedauert...

**MEETIC-GRUNDSÄTZE**

Seriosität: Alle Profile werden vor Veröffentlichung auf ihre Seriosität, Echtheit und Plausibilität geprüft.

Sicherheit: Mehr als 40 Kundenbetreuer stellen eine sichere und angenehme Atmosphäre beim Daten sicher.

Qualität: Bilder aller User werden bei Bedarf im Format angepasst.

Datenschutz: MEETIC verpflichtet sich, sich an alle geltenden Gesetze und Bestimmungen...

**Schnellsuche**

Ich bin:   Ich suche:    
 Region:   Alter:      
 Mit Foto?

# „Vorwärtsgerichtete“ Aktionsbuttons stets rechts positionieren!

Mein Office - Favorit hinzufügen

Titel: Arbeitsschutz

Anmerkungen:

Speichern in: Mein Office >> Favoriten

Hinzufügen

Speicherort ändern

Abbrechen

A sad face icon is present in the top right corner of the dialog box.

A play button icon is present in the bottom right corner of the dialog box.

# Beispiel Button-Positionierung

**Abweichende Lieferadresse**

Ich möchte meine Bestellung nicht nach Hause, sondern an eine andere Adresse schicken lassen.

**Zahlungswunsch**

Per Rechnung, zahlbar innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung

Per Nachnahme

OK >    Löschen >



**Zahlungsart**

**Rechnung in einem Betrag**      ODER       **Andere Zahlungsart**  
z.B. Sofortzahlung, Kreditkarte,  
Zahlung in Monatsraten\*,  
Gutschein

Schritt zurück      Weiter



# Konsistentes Navigationskonzept

The image shows two examples of website navigation menus for AIDA Cruises, illustrating a consistent navigation concept. An orange arrow points from the 'Unternehmen' link in the top menu to the 'Unternehmen' link in the bottom menu.

**Top Menu (AIDA DAS CLUBSCHIFF):**

- Startseite | Kontakt | **Unternehmen** | Jobs & Karriere | A-Z | FAQ | Katalogbestellung | Newsletter | Login
- Angebote & Buchen | Ziele | Schiffe | Reisen mit AIDA | AIDA Online Shop | MyAIDA

**Bottom Menu (AIDA CRUISES):**

- Englisch | Kontakt | Sitemap | FAQ | Newsletter
- AIDA - Das Clubschiff | **Unternehmen** | Verantwortung | Jobs & Karriere | Presse | MyAIDA

# Ladezeiten sinnvoll „nutzen“!



**Tchibo** ✕ [schließen](#)

Ihre Suchanfrage wird ausgeführt...  
Bitte haben Sie einen Moment Geduld.



**opodo**

Wir suchen jetzt nach den besten Angeboten für Sie. Bitte haben Sie einen Augenblick Geduld...

und die Reise beginnt  
500 Airlines  
65.000 Hotels  
Mehr als 7.000 Mietwagenstationen weltweit

Opodo - ein Unternehmen von Lufthansa, Air France, Aer Lingus, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, Finnair, Iberia, KLM und Amadeus

## Sortierung von Listen: *Klapp-Menüs bevorzugt!*



☹ **Visualisierung** der **Sortiermöglichkeit** (durch Pfeile)



☺ Sortierung **allgemein verständlich** bezeichnet  
☺ Sortierfunktionalitäten **leicht bedienbar**

# Fehlermeldungen präsentieren – Bad Practice

The screenshot shows a web browser window displaying a travel website. The website header includes a red logo with a white 'n' and the tagline '...macht's möglich!'. The main heading is 'Reisen & Urlaub'. Below the header is a navigation menu with tabs: 'Start Seite', 'Technik Welt', 'ModeWelt für Sie', 'ModeWelt für Ihn', 'Kinder Welt', 'WohnWelt & Haushalt', and 'Sport & FreizeitWA'. The main content area shows a search result for a car rental: 'Ich möchte keinen Mietwagen!'. Below this, there is a section titled 'Geschäftsbedingungen' with a warning icon and the text 'Alter Teilnehmer-1 bitte angeben!'. The error message is displayed in a blue dialog box with a yellow warning icon and an 'OK' button. The website text includes a disclaimer: 'Hiermit beauftrage ich den Anbieter Schaunsland Reisen und die Progrinstung zu buchen.' and 'Haftung: Die Neckermann UrlaubsWelt übernimmt für die inhaltliche Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen keine Haftung. Maßgeblich für den zustande kommenden Reisevertrag sind die Angaben in der Reisebestätigung, die Sie vom Veranstalter erhalten. Die Neckermann UrlaubsWelt haftet auch nicht für die ordnungsgemäße Durchführung der Reisen und Flüge. Hierfür ist auch der jeweilige Veranstalter verantwortlich.'



# Fehlermeldungen präsentieren – Best Practice



**i** Bitte ergänzen oder berichtigen Sie die markierten Abschnitte.

## Neues Konto erstellen

Genießen Sie die Angebotsvielfalt, den persönlichen Service und die sichere Buchungsabwicklung, die Millionen begeisterte Reisende bereits entdeckt haben. [Mehr zu Expedia.de](#)

**Bitte geben Sie folgende Informationen ein**

---

Titel

**i** Bitte geben Sie im Feld "Nachname" mindestens 2 und höchstens 25 Zeichen ein.

Vorname

Nachname

# Fehlermeldungen präsentieren – Best Practice



[Startseite](#) | [Über](#) | [Registrieren](#) | [Anmelden](#) | [Hilfe](#)

 **remember  
the milk** BETA  
Deutsch

**Registrieren**

Vorname  ✓

Nachname  ✓

Benutzername  ✓ **miriam.yom ist verfügbar**

Passwort  ✓

Passwort bestätigen  ✓

E-Mail-Adresse  ✗ **Ungültige E-Mail-Adresse**

Was ist zutreffend?  14/02/06  02/14/06 ✓

Ich habe die [Nutzungsbedingungen](#) gelesen und akzeptiert.

[Über](#) | [Blog](#) | [Foren](#) | [Nutzungsbedingungen](#) | [Datenschutzrichtlinien](#) | © 2006 Remember The Milk [Feedback](#)

# **eResult AJAX-Studie 2007 – ausgewählte Ergebnisse**

# Rückgängig machen (Google)



google.de



Entfernen



Abschnitt Wetter wurde entfernt. Rückgängig machen | Schließen

2

Rückgängig machen

 Demo starten!

# Rückgängig machen (Google)

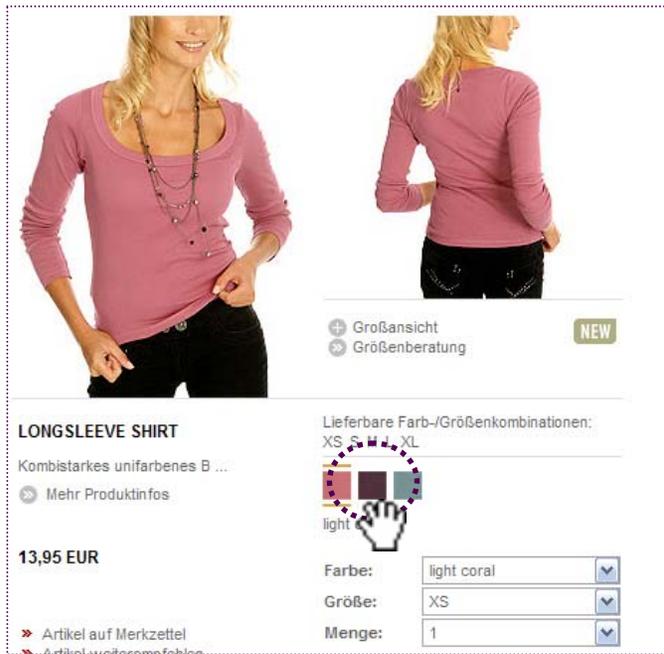


„gut, dass man noch mal  
gefragt wird“ 😊

„...den Hinweis  
„Rückgängig machen“ habe ich  
gar nicht gesehen“ 😞

„der Hinweis sollte deutlicher hervorgehoben werden“

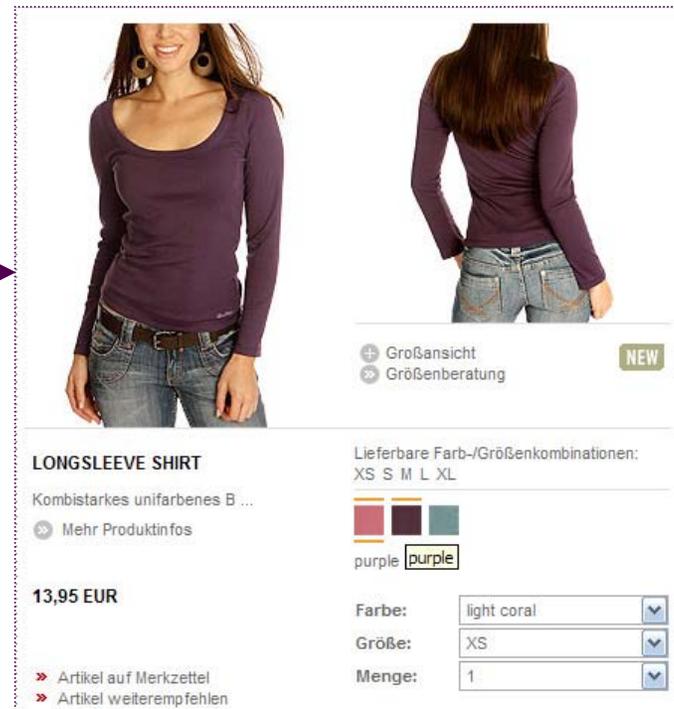
# Mouse-Over Farbwechsel (S.Oliver)



s.oliver-shop.de



„schnell“, „macht Spaß“  
„Funktion erklärt sich von selbst“



„Das wollte ich ja gar nicht. War mir  
jetzt ein bisschen zu schnell.“



 Demo  
starten!

# Mouse-Over Ansichtswechsel (Zero)

**Sweatshirt**

Unentbehrlich in unserer Garderobe! V-Ausschnitt mit Kräuselfalten, lange Ärmel. Angenehme Qualität.

Artikel-Nr.: 563172  
Farbe:   
Größe:

zero.de



„verschiedene Ansichten“



**Sweatshirt**

ZERO ZOOM

Unentbehrlich in unserer Garderobe! V-Ausschnitt mit Kräuselfalten, lange Ärmel. Angenehme Qualität.

Artikel-Nr.: 563172  
Farbe:   
Größe:

„das geht mir alles zu schnell“

„wie komme ich jetzt zur  
Vorderansicht?“



# Mouse-Over

Anwendung erkannt	😊
Prinzip verstanden	😊
Joy of Use	😊

**s.oliver-shop.de**

Anwendung erkannt	😊
Prinzip verstanden	😞
Joy of Use	😞

**zero.de**

- ✓ Mouse-Over und Mausklick – schwer vereinbar!

# Zoom-Funktion (Vodafone)



vodafone.de

Demo starten!

Eyetracking

Highlight starten!



Klick

Zieh

Zoom out



Zieh

Klick

Zoom in

## Zoom-Funktion

Anwendung erkannt	😊
Prinzip verstanden	😞
Joy of Use	😊

„müsste da jetzt nicht ein Regler  
erscheinen?“

„warum nach Klick keine  
Vergrößerung?“

„anstrengend“

„macht Spaß“

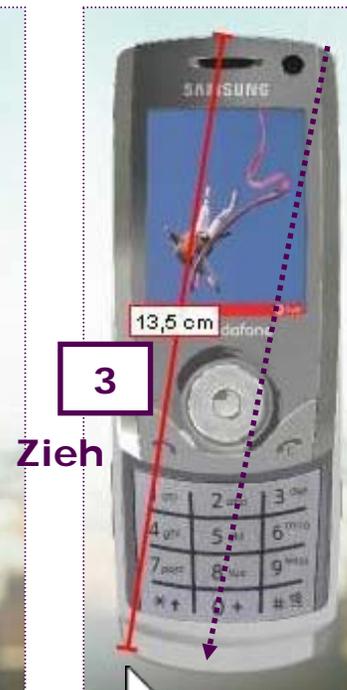
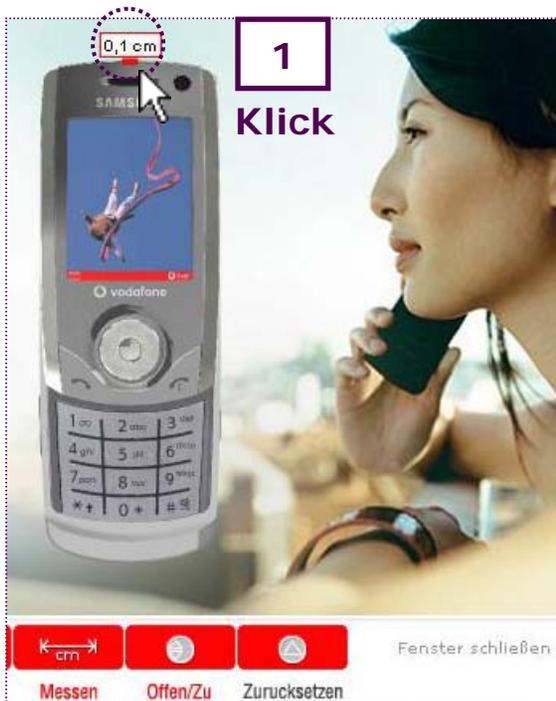
„wenn man weiß, wie's funktioniert,  
will man gar nicht aufhören“

- ✓ Erwartungen / Gelerntes der Nutzer berücksichtigen.

# Maßstab nehmen (Vodafone)



vodafone.de



Loslassen oder Pendeln

## Maßstab nehmen

Anwendung erkannt	😊
Prinzip verstanden	😊
Joy of Use	😊

vodafone.de

„das ist einfach“ 😊

„Maßband legt sich automatisch an den Rand des Handys“

„ah, da kann ich auch hin- und herpendeln“

„praktische Funktion“

- ✓ Die Mouse ist die Hand des Nutzers!
- ✓ Funktionalität wird durch aussagekräftiges Icon angekündigt.
- ✓ Funktion ist usable und useful sein.
- ✓ Hohe Fehlertoleranz!

😊 **Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

Kontakt Daten –  
**Ansprechpartner eResult  
GmbH**

## Firmenleitung

Geschäftsführung:  
Wissenschaftliche Leitung:

**Thorsten Wilhelm**  
**Prof. Dr. Miriam Yom**

☎ 0551 - 5177 426  
✉ thorsten.wilhelm@eresult.de

**eResult GmbH**  
**Planckstr. 23**  
**37073 Göttingen**

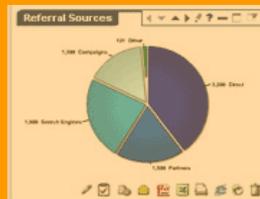


Wilhelm



Prof. Yom

Fax: 0551 - 49 56 93 30  
URL Firma: **www.eresult.de**  
URL Panel: **www.bonopolis.de**



# Erfolgsmessung von Fachportalen mit Traffic-Analysen

IZ Bildung,  
Frankfurt/M., 6.12.07

Frank Reese,  
[www.idealobserver.de](http://www.idealobserver.de)

## Inhalt

- I. Wie funktionieren Traffic-Analysen**
- II. Erfolgsmessung von Fachportalen**
- III. Ergebnisse der Analyse von 8 Portalen**
- IV. konkrete Handlungsmöglichkeiten**

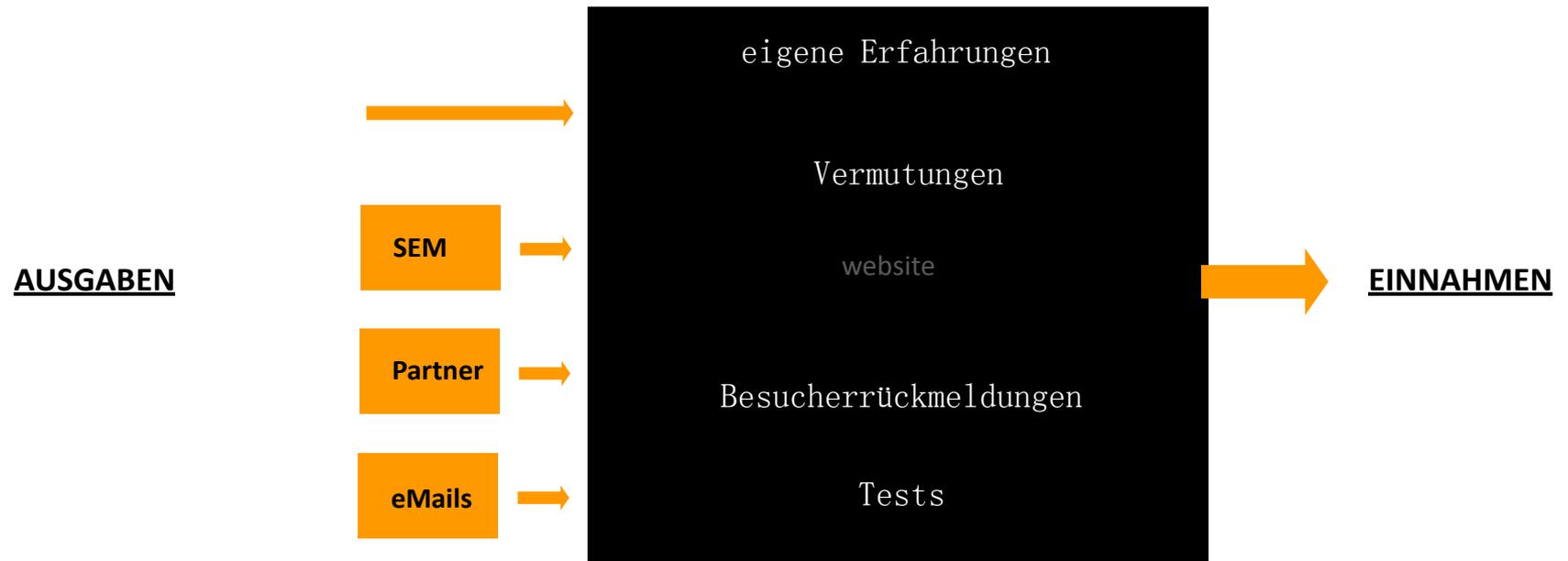
## *Definition*

---

**Web Analytics** umfasst die **Sammlung, Speicherung, Auswertung, Analyse und Nutzung von Nutzungsdaten von Online-Angeboten.**

**Synonym: Web Controlling, Logfile-Analyse, Clickstream-Analysen ...**

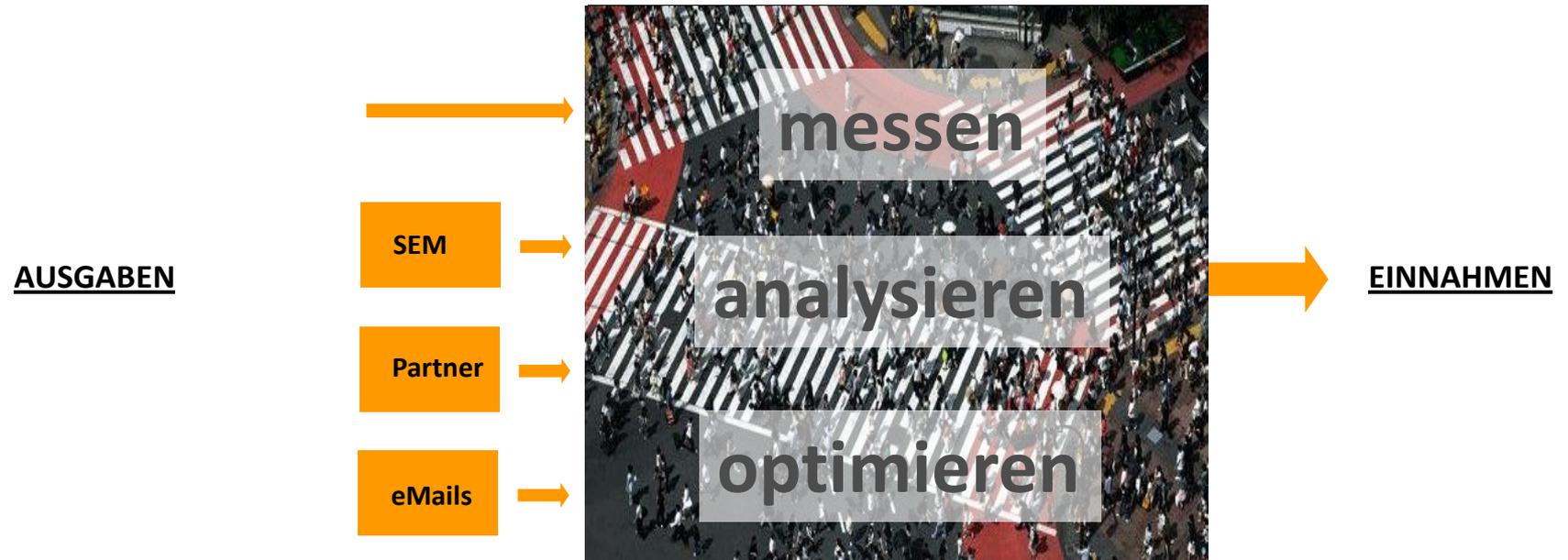
## ohne Web Analytics



An aerial photograph of a busy pedestrian crossing. The crossing is marked with white and red diagonal stripes on a dark asphalt surface. A large, dense crowd of people is walking across the crossing. In the center of the image, there is a semi-transparent grey rectangular box containing white text. The text reads "tausende Besucher täglich".

**tausende Besucher täglich**

# mit Web Analytics



## Entwicklung von Web Analytics



## *operational vs. strategisch*

---

## *operational vs. strategisch*

---

**operationaler Ansatz**

**strategischer Ansatz**

## *operational vs. strategisch*

**operationaler Ansatz**

zählen von PIs, Visits, etc.

**strategischer Ansatz**

Setzung von Kennziffern

**Statistik für:**  
destailleur.fr

**Zusammenfassung:**

**Wann:**  
 Monatliche Historie  
 Tage im Monat  
 Wochentage  
 Stunden (Serverzeit)

**Wer:**  
 Länder  
 Gesamte Liste  
 Regions  
 Cities

**Rechner:**  
 Gesamte Liste  
 Letzter Zugriff  
 Unaufgelöste IP Adressen

**beglaubigte Benutzer:**  
 Gesamte Liste  
 Letzter Zugriff

**Robots/Spiders (Suchmaschinen):**  
 Gesamte Liste  
 Letzter Zugriff

**Navigation:**  
 Aufenthaltsdauer  
 Datei-Typen  
 Zugriffe  
 Gesamte Liste  
 Einstiegsseiten  
 Exit Seiten

**Betriebssysteme:**  
 Versionen  
 Unbekannt

**Browser:**  
 Versionen  
 Unbekannt

**Bildschirmauflösungen:**

**Verweise:**  
 Herkunft  
 Suchmaschinen  
 Websites

**Häufigkeit:**

**Zuletzt aktualisiert:** 22.05.2007 - 13:09

**Zeitraum:** Mai 2007 OK

**Zusammenfassung**

**Zeitraum:** Monat Mai 2007

**Erster Zugriff:** 01.05.2007 - 00:14

**Letzter Zugriff:** 22.05.2007 - 13:06

	Unterschiedliche Besucher	Anzahl der Besuche	Seiten	Zugriffe	Bytes
gesehener Traffic *	<b>1113</b>	<b>1319</b> <small>(1.18 Besuche/Besucher)</small>	<b>5848</b> <small>(4.43 Seiten/Besuch)</small>	<b>30825</b> <small>(23.36 Zugriffe/Besuch)</small>	<b>569.18 MB</b> <small>(441.87 KB/Besuch)</small>
nicht gesehener Traffic *			<b>20990</b>	<b>26747</b>	<b>597.37 MB</b>

\* Nicht gesehener Traffic ist Traffic, welcher von Robots, Würmern oder Antworten mit speziellem HTTP-Statuscode

**Monatliche Historie**

Monat	Unterschiedliche Besucher	Anzahl der Besuche	Seiten	Zugriffe	Bytes
Jan 2007	1782	2157	19156	108283	2.02 GB
Feb 2007	1424	1760	12684	71225	1.47 GB
März 2007	1597	2036	25299	91878	1.84 GB

Frank Reese | Ideal Observer | www.idealobserver.de

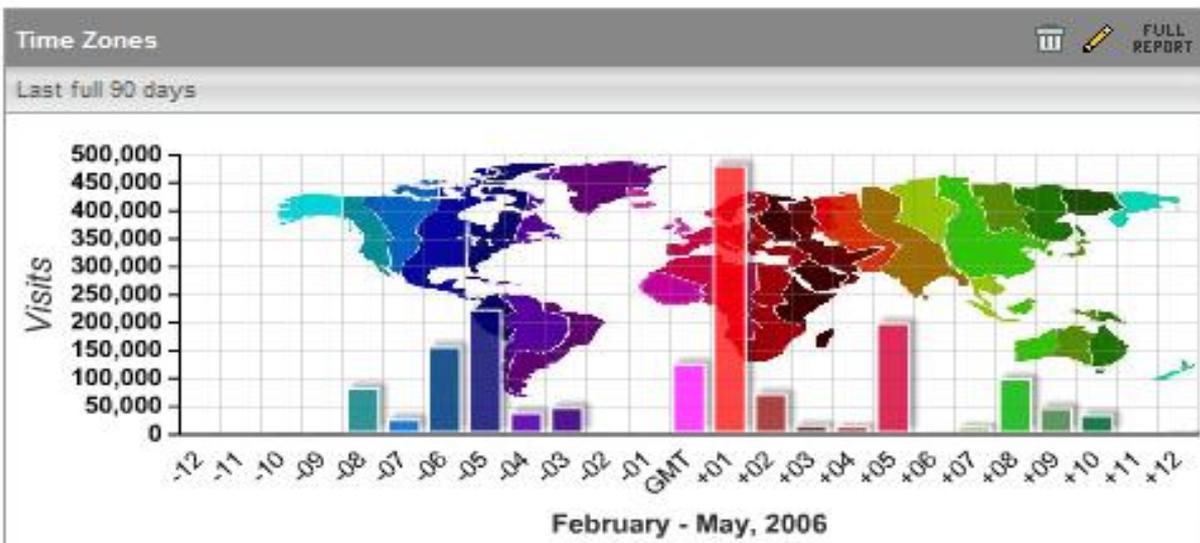
Seite 11 von 61



**KPI**

This year

Action from organic search: SALE	6,783
Avg. clicks:	13
Product Revenue:	€7,452,572
Conversion rate from organic: SALE	5.71%



**GOAL**

This day vs. Last full day

Revenue	0 516 1300
Action SALE	0 17 100
Product Units	0 52 50

## *operational vs. strategisch*

### **operationaler Ansatz**

zählen von PIs, Visits, etc.

ungerichtete Bemühungen

### **strategischer Ansatz**

Setzung von Kennziffern

Unterscheidung von Mittel &  
Zweck

## *operational vs. strategisch*

---

# Was ist wichtig, was nicht?

- attraktiveres Layout
- mehr PageImpressions
- mehr Visits
- mehr Besucher
- mehr Buchungen
- mehr Kunden
- höhere Kundenbindung
- bessere Nutzerführung
- ...

## *operational vs. strategisch*

---

# Was ist wichtig, was nicht?

- ~~attraktiveres Layout~~
- ~~mehr PageImpressions~~
- ~~mehr Visits~~
- ~~mehr Besucher~~
- ~~mehr Buchungen~~
- ~~mehr Kunden~~
- ~~höhere Kundenbindung~~
- ~~bessere Nutzerführung~~
- ...

## *operational vs. strategisch*

### **operationaler Ansatz**

zählen von PIs, Visits, etc.

ungerichtete Bemühungen

ad-hoc-Auswertungen

### **strategischer Ansatz**

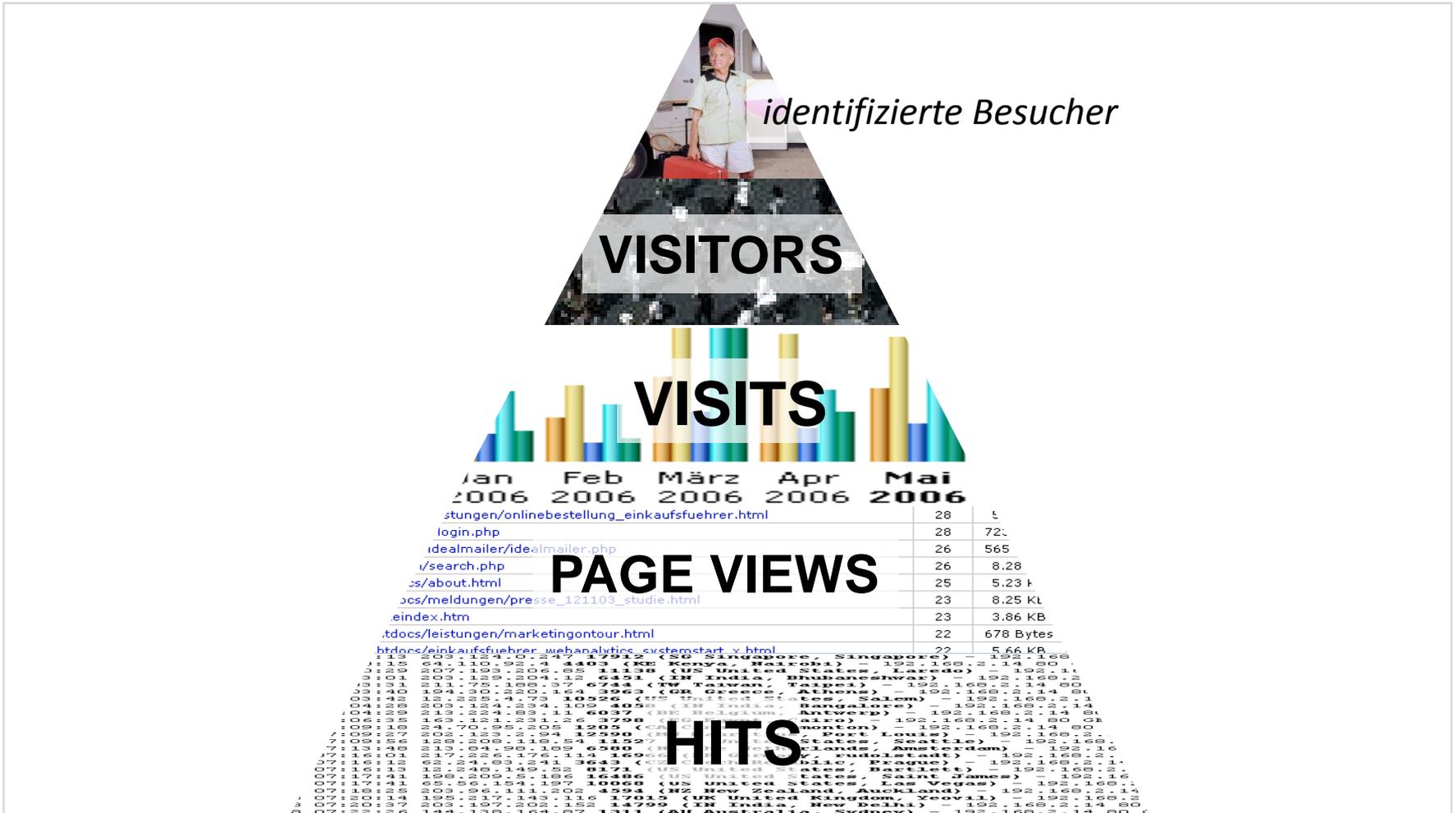
Setzung von Kennziffern

Unterscheidung von Mittel &  
Zweck

definierte Kommunikations- und  
Entscheidungsprozesse

Die Resultate der Systeme können nur so gut sein, wie die zugrundeliegenden, gesammelten Traffic-Daten.

# Pyramide der Analytics-Daten

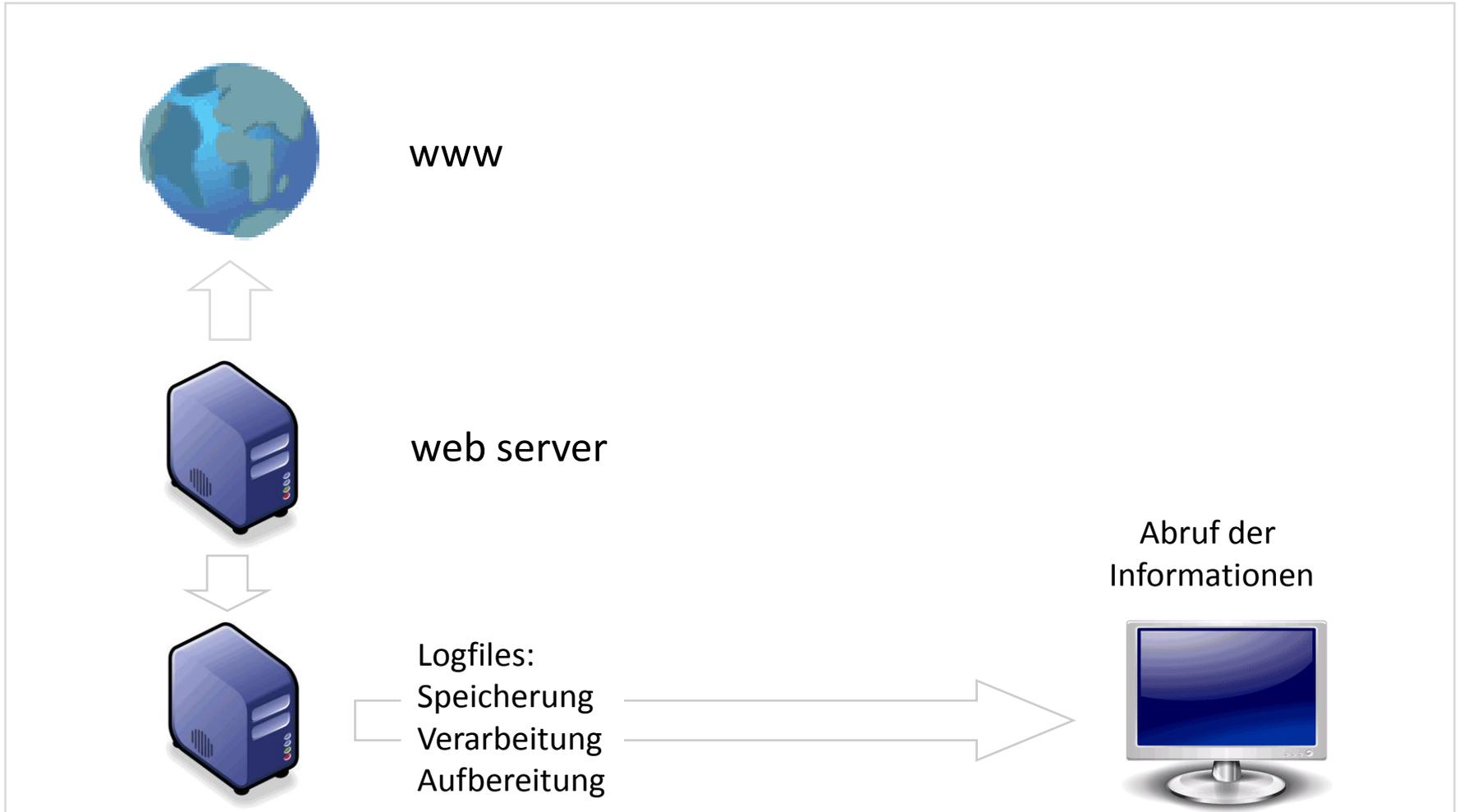


## *server-basierte Daten*

---



## server-basierte Daten



## server-basierte Daten

```
2002-04-08 07:00:13 203.124.0.247 17912 (SG Singapore, Singapore) - 192.168.2.14 80 POST /g
2002-04-08 07:00:15 64.110.92.4 4403 (KE Kenya, Nairobi) - 192.168.2.14 80 GET /geophrase.h
2002-04-08 07:00:29 207.193.206.85 11138 (US United States, Laredo) - 192.168.2.14 80 GET /
2002-04-08 07:03:01 203.129.204.12 6451 (IN India, Bhubaneshwar) - 192.168.2.14 80 GET /Def
2002-04-08 07:03:31 211.75.188.37 6744 (TW Taiwan, Taipei) - 192.168.2.14 80 GET /images/da
2002-04-08 07:03:40 194.30.220.164 3963 (GR Greece, Athens) - 192.168.2.14 80 GET /geophras
2002-04-08 07:03:42 12.225.4.73 10526 (US United States, Salem) - 192.168.2.14 80 GET
2002-04-08 07:04:28 203.124.234.109 4058 (IN India, Bangalore) - 192.168.2.14 80 GET /geoph
2002-04-08 07:04:29 213.224.83.11 6037 (BE Belgium, Antwerp) - 192.168.2.14 80 GET /geophra
2002-04-08 07:06:35 163.121.231.26 3798 (EG Egypt, Cairo) - 192.168.2.14 80 GET /images/hel
2002-04-08 07:09:18 24.70.95.205 1205 (CA Canada, Edmonton) - 192.168.2.14 80 GET /images/B
2002-04-08 07:09:27 202.123.2.94 12590 (MU Mauritius, Port Louis) - 192.168.2.14 80 GET /de
2002-04-08 07:09:56 128.208.118.54 11527 (US United States, Seattle) - 192.168.2.14 80 GET
2002-04-08 07:13:48 213.84.98.189 6580 (NL The Netherlands, Amsterdam) - 192.168.2.14 80 GE
2002-04-08 07:16:01 217.226.176.114 16966 (DE Germany, rudolstadt) - 192.168.2.14 80 GET /g
2002-04-08 07:16:12 62.24.83.241 3643 (CZ Czech Republic, Prague) - 192.168.2.14 80 GET /ge
2002-04-08 07:16:13 12.248.149.52 8171 (US United States, Bartlett) - 192.168.2.14 80 GET
2002-04-08 07:17:41 198.209.5.186 16486 (US United States, Saint James) - 192.168.2.14 80 G
2002-04-08 07:17:41 65.56.154.197 10068 (US United States, Las Vegas) - 192.168.2.14 80 GET
2002-04-08 07:18:25 203.96.111.202 4594 (NZ New Zealand, Auckland) - 192.168.2.14 80 GET /g
2002-04-08 07:20:14 195.217.143.116 17015 (UK United Kingdom, Yeovil) - 192.168.2.14 80 GET
2002-04-08 07:20:37 203.197.202.152 14799 (IN India, New Delhi) - 192.168.2.14 80 GET /Defa
2002-04-08 07:22:26 144.138.164.87 1311 (AU Australia, Sydney) - 192.168.2.14 80 GET /geoph
```

## server-basierte Daten



WV

we

Log

Spe

Ver

Aufbereitung

### Vorteile:

- Daten bleiben im Unternehmen
- offenes Datenformat

### Probleme:

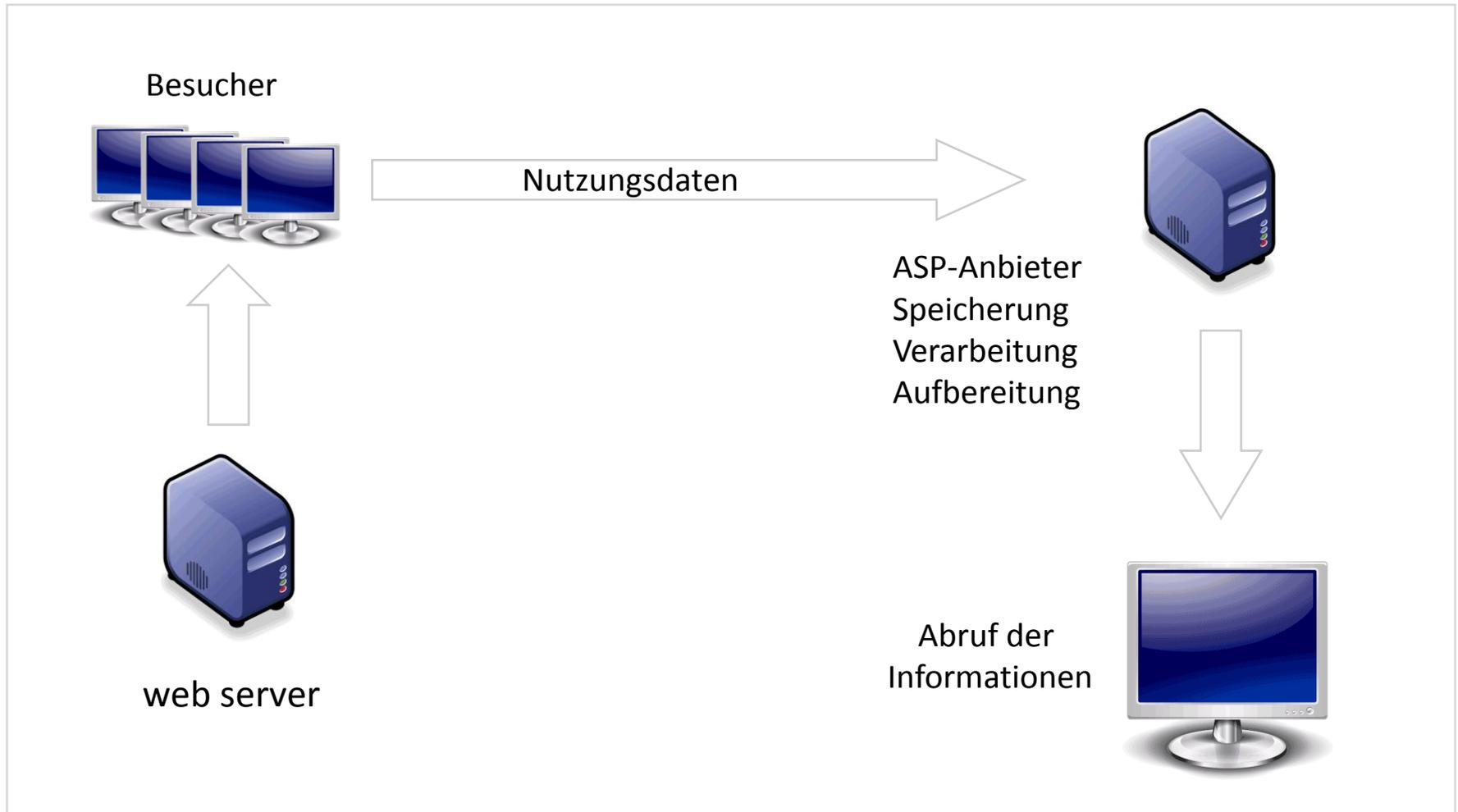
- grosse Datenmengen  
mit irrelevanten Inhalten
- Verzerrungen durch Zwischenspeicher
- keine klare Besucher-Identifizierung

## *client-basierte Daten*

---



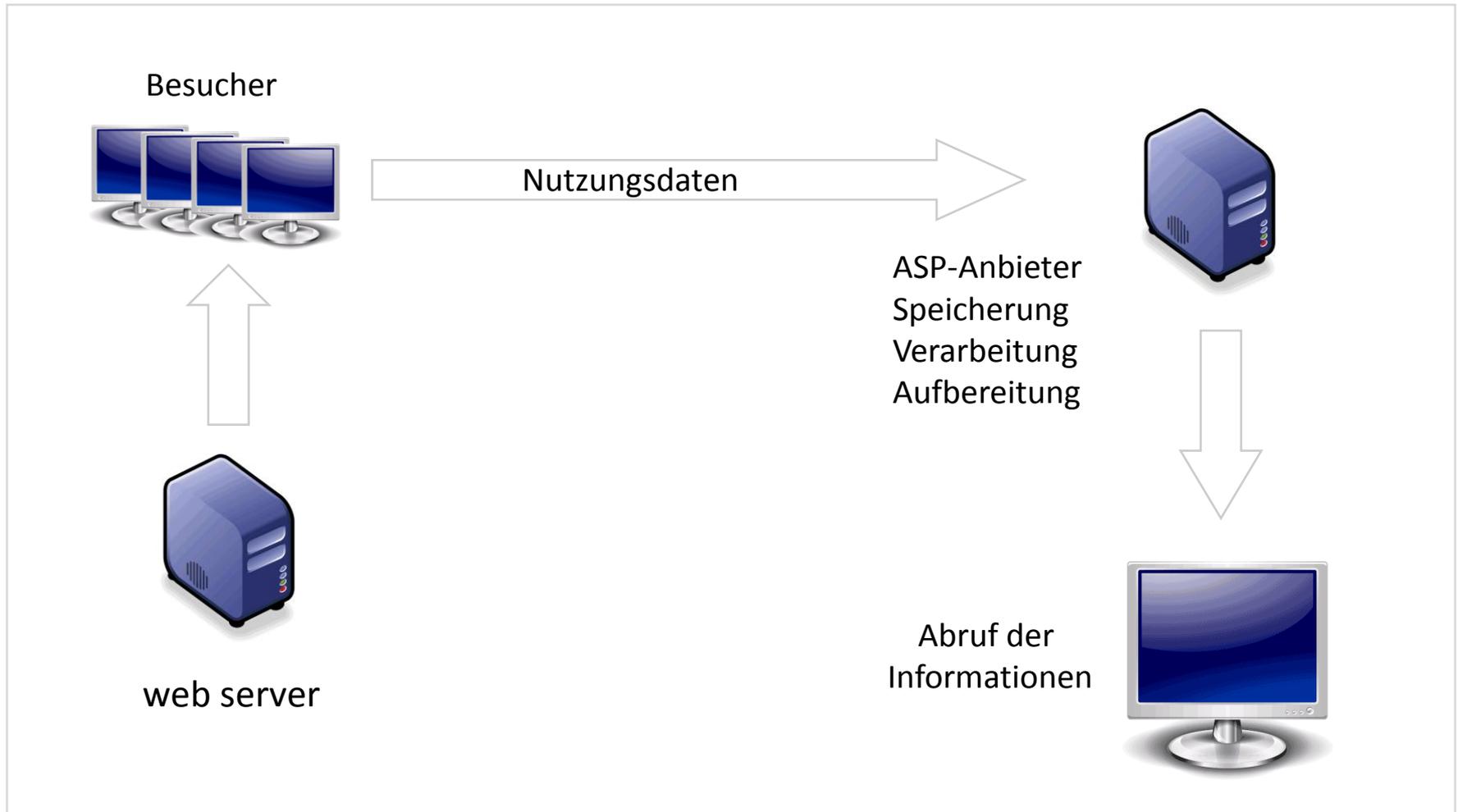
## client-basierte Daten



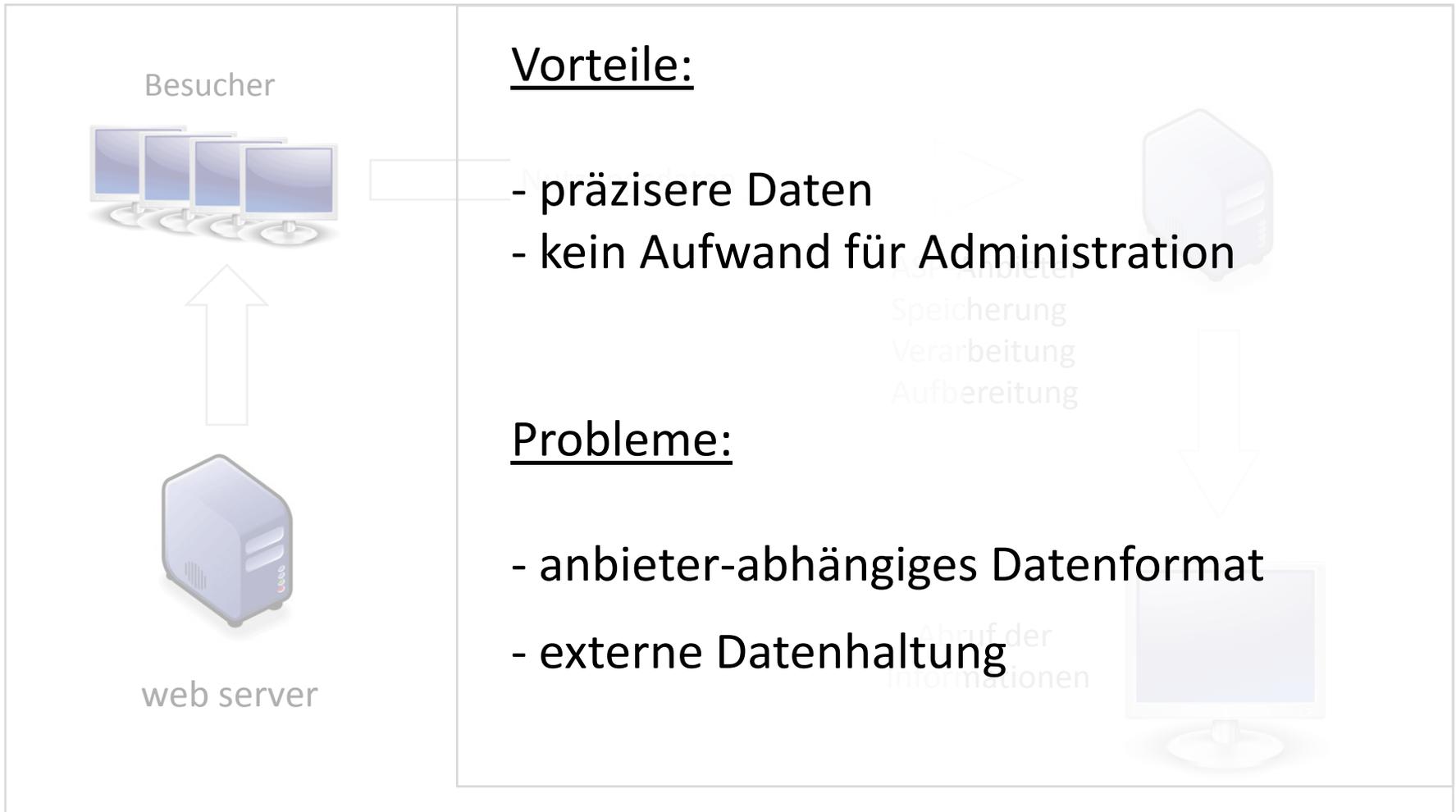
## client-basierte Daten



## client-basierte Daten



## client-basierte Daten

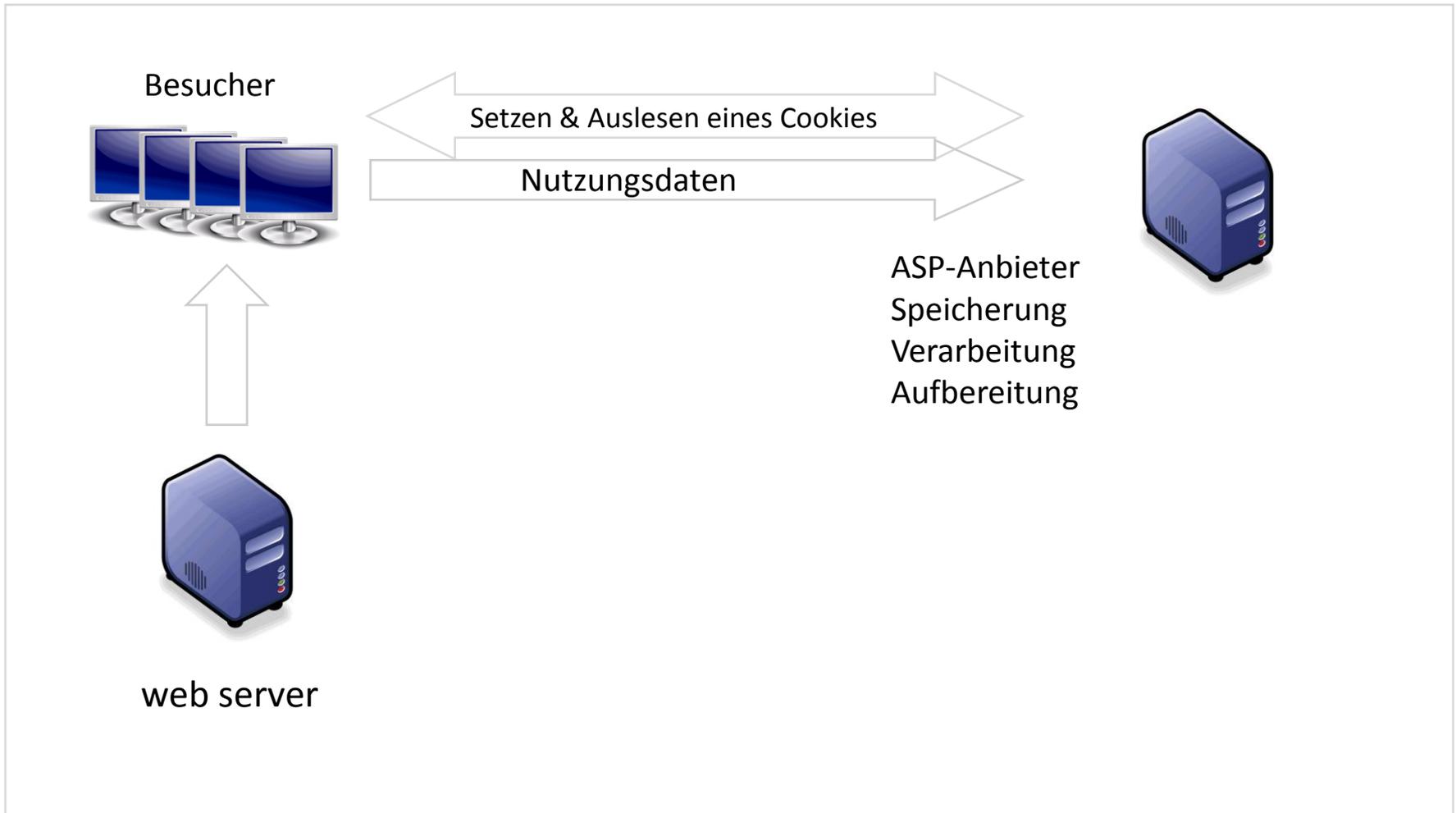


## Cookies

---



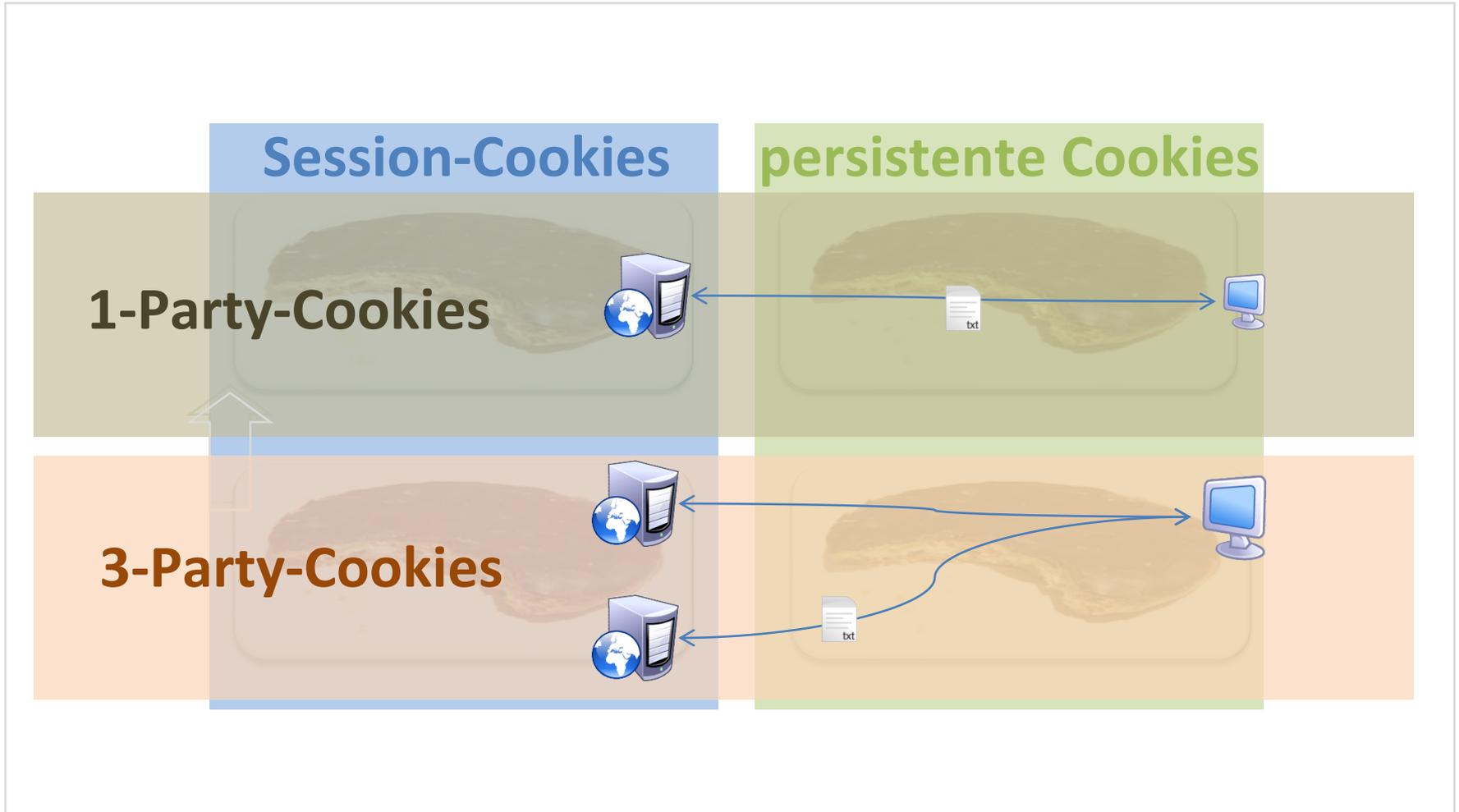
# Cookies



# Cookies



# Cookies



## Cookies

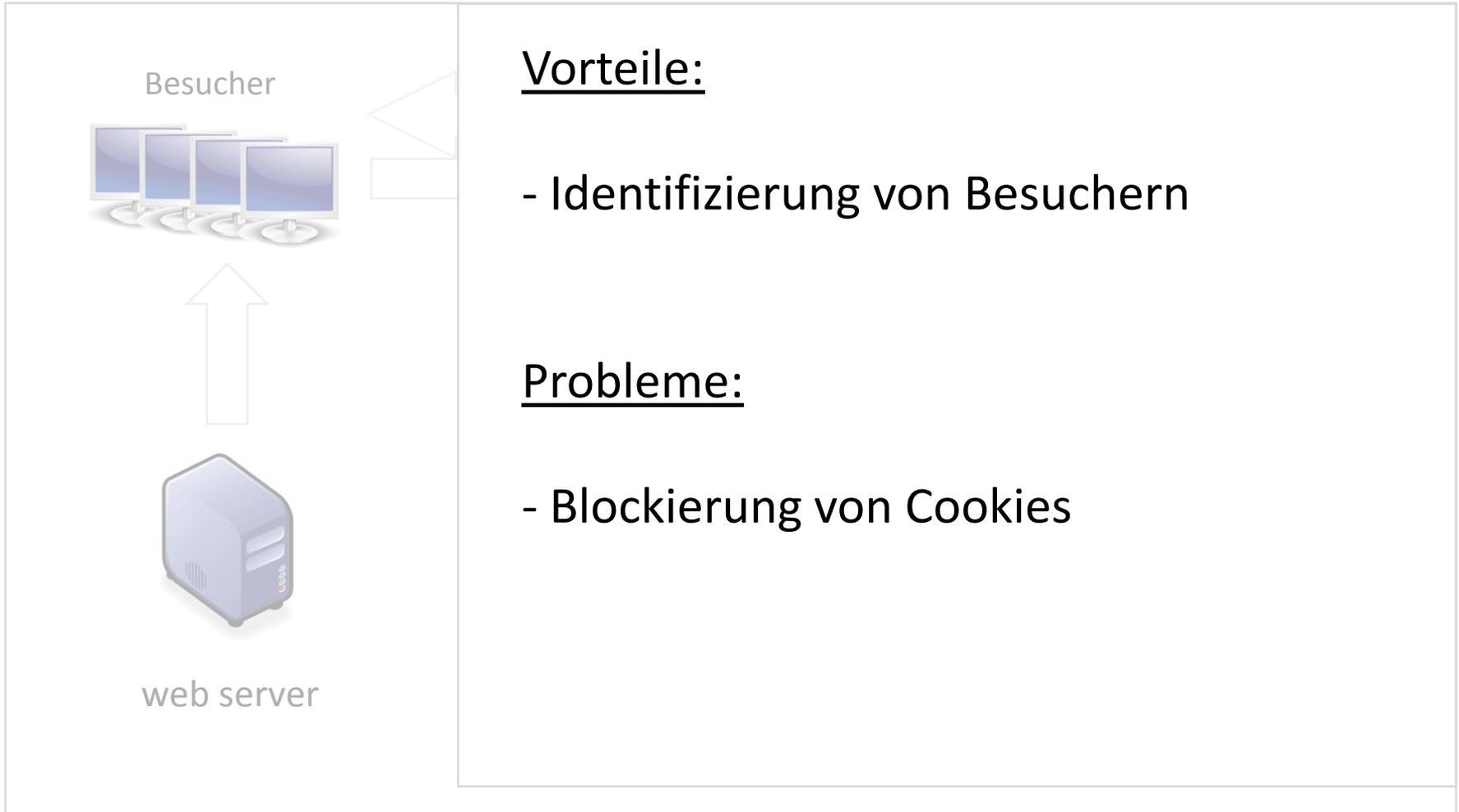
---

Name: Cl5es  
Inhalt: 156343\_846048  
Host: www.faz.net  
Pfad: /  
Senden für: Jeden Verbindungstyp  
Gültig bis: am Ende der Sitzung

Name: fazts  
Inhalt: -2253738672493807360  
Domain: .faz.net  
Pfad: /  
Senden für: Jeden Verbindungstyp  
Gültig bis: Freitag, 1. Januar 2100 00:00:11

Name: r  
Inhalt: AAAFRtHTqHYvALw6uRo=  
Host: faz-net.nuggad.net  
Pfad: /  
Senden für: Jeden Verbindungstyp  
Gültig bis: Samstag, 16. August 2008 21:25:44

## Cookies



## Wie gut sind die Daten?

---



## Wie gut sind die Daten?

### RedEye-Studie

Methode der Datensammlung	Seitenaufrufe	Besucher	Wiederholungsbesucher	Besuche insgesamt
tatsächliche Aktivität	100	100	100	100
IP-Adressen	100	261	(-)	361
Cookies	100	113	90	99

## Wie gut sind die Daten?

### Cookie-Probleme

- Blockade 3-Party-Cookies: bis zu 20%
- Blockade 1-Party-Cookies: ca. 2%
- offizielle Einstufung von 3-Party-Cookies als 'Malware'
- sehr grosses Unwissen + sehr grosses Misstrauen gegenüber Cookies
- alternativ: Flash- oder DOM-Cookies
- unklare Löschraten von Cookies

## Wie gut sind die Daten?

Cookie-Lösch-Raten pro Monat

### Comparative Estimates: US Internet Users Who Delete Cookies at Least Monthly, 2005 (as a % of respondents or by company measurements)

<b>Atlas DMT*, April 2005</b>	<b>56.3%</b>
<b>InsightExpress*, April 2005</b>	<b>55.8%</b>
<b>Nielsen//NetRatings**, March 2005</b>	<b>43.7%</b>
<b>JupiterResearch*, March 2005</b>	<b>39.0%</b>
<b>Burst! Media,* June 2005</b>	<b>38.4%</b>

Note: \*from Internet user responses; \*\*from company measurements  
Source: various, as noted, 2005; eMarketer calculations, July 2005

065831 ©2005 eMarketer, Inc.

[www.eMarketer.com](http://www.eMarketer.com)

## Wie gut sind die Daten?

### Cookie-Lösch-Raten pro Monat (1-Party Cookies / 3 Party Cookies)

wie oft wurde gelöscht:	Anzahl PC's	Anz. Cookies/PC	% d. Cookies
insgesamt	100%	2.5 / 2.6	100%
Mehr als 1 Mal	31% / 27%	4.7 / 5.5	58% / 57%
Mehr als 4 Mal	7%	12.5 / 14.2	35% / 38%

Quelle: ComScore,, 4/07

## *Datenschutz und Vertrauen*

---



## *Datenschutz und Vertrauen*

---

- personenbezogenen Daten dürfen nicht ohne Einwilligung gespeichert werden
- IP-Adressen sind personenbezogen, anonyme Cookies nicht
- Cookies, besonders 3-Party-Cookies, werden blockiert und gelöscht

- **Web Analytics liefert keine Wahrheiten**

- **Web Analytics liefert keine Wahrheiten**
- **Web Analytics liefert nur Verhaltensdaten**

- **Web Analytics liefert keine Wahrheiten**
- **Web Analytics liefert nur Verhaltensdaten**
- **Web Analytics liefert nur Trenddaten**

## *Erfolgsmessung von Fachportalen*

---



## *Vier Schritte*

---

1. Was ist das Ziel bzw. sind die Ziele der Website?
2. Wie kann dies operationalisiert werden?
3. Festlegung von Entwicklungszielen
4. Optimierung in Richtung der Ziele

## Ziel

---

*"die Suche nach wissenschaftlich relevanten Informationen [...] wesentlich zu erleichtern."*

(zitiert nach <http://www.baltica-net.de>)

## Zieloperationalisierung

Sucherfolgsrate

≈ Hat der Besucher die Detailseite eines Suchergebnisses abgerufen?

Suchrate

≈ Hat der Besucher eine Suchergebnisliste abgerufen?

Loyalität

≈ Kommen Besucher mehr als einmal?

Informationstiefe

≈ Hat der Besucher mehr als eine Seite des Angebotes abgerufen?

## Zieloperationalisierung - Kennzahlen

### Sucherfolgsrate

≈ Hat der Besucher die Detailseite eines Suchergebnisses abgerufen?

$$= \frac{\text{Anzahl der Besuche mit min. einem Abruf einer Detailseite}}{\text{Anzahl der Besuche insgesamt}} \times 100$$

### Suchrate

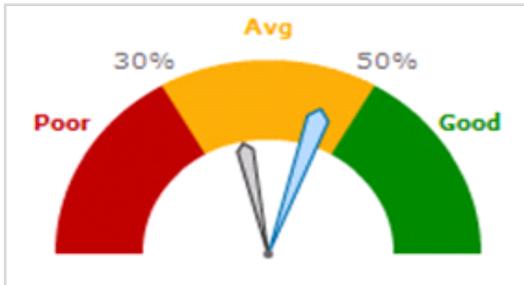
≈ Hat der Besucher eine Suchergebnisliste abgerufen?

$$= \frac{\text{Anzahl der Besuche mit min. einem Abruf einer Suchergebnisliste}}{\text{Anzahl der Besuche insgesamt}} \times 100$$

## Festlegung von Entwicklungszielen

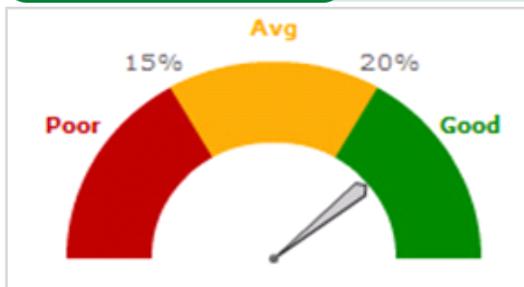
Sucherfolgsrate

≈ Hat der Besucher die Detailseite eines Suchergebnisses abgerufen?



Suchrate

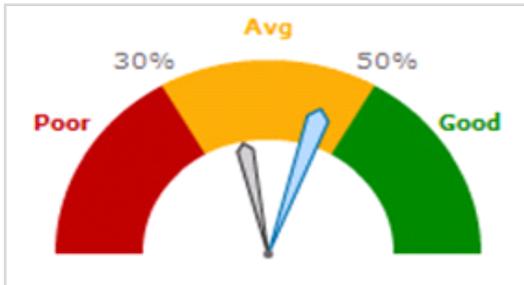
≈ Hat der Besucher eine Suchergebnisliste abgerufen?



## Optimierung

### Sucherfolgsrate

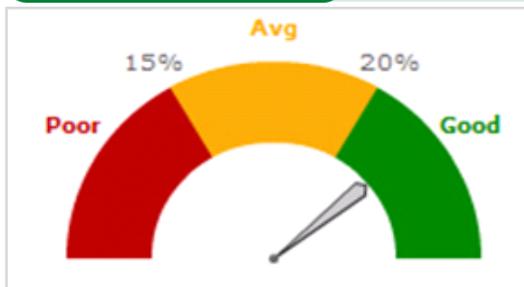
≈ Hat der Besucher die Detailseite eines Suchergebnisses abgerufen?



- Absprungraten auf Ergebnislisten messen
- 0-Ergebnis-Suchen finden
- analysieren wohin Besucher wechseln

### Suchrate

≈ Hat der Besucher eine Suchergebnisliste abgerufen?



- Absprungraten auf Startseiten messen
- Herkunft der Besucher analysieren
- Felder und Buttons verändern

# Optimierung

## schnelles & pragmatisches Ausprobieren mit A/B-Tests

Sucherfolgsrate

≈ Hat der Besucher die Detailseite eines Suchergebnisses abgerufen?

Poor



Absprungraten auf Ergebnislisten messen  
- analysieren wohin Besucher wechseln

Suchrate

≈ Hat der Besucher eine Suchergebnisliste abgerufen?

Poor



- Absprungraten auf Startseiten messen  
- Herkunft der Besucher analysieren  
- Felder und Buttons verändern

# Optimierung

Sucherfolgsrate ≈ Hat der Besucher die Detailseite eines Suchergebnisses abgerufen?  
**schnelles & pragmatisches Ausprobieren mit A/B-Tests**

Poor

Suchrate

Poor

	Anzeige "2 for 1"	Differenz	Anzeige "Half price"	
Versand / Zielgruppe	Nicht verfügbar	Nicht verfügbar	Nicht verfügbar	Versand / Zielgruppe
Geöffnet / Ad Impress...	Nicht verfügbar	Nicht verfügbar	Nicht verfügbar	Geöffnet / Ad Impress...
Klicks (Page Impr.)	158	229,17 %	48	Klicks (Page Impr.)
Visits	141 (89,24 %)	235,71 %	42 (87,5 %)	Visits
Overview	141 (100 %)	235,71 %	42 (100 %)	Overview
Interessierte	141 (100 %)	235,71 %	42 (100 %)	Interessierte
Kaufwillige	11 (7,8 %)	83,33 %	6 (14,29 %)	Kaufwillige
Kaufabbrecher	6 (54,55 %)	20 %	5 (83,33 %)	Kaufabbrecher
Käufer	2 (33,33 %)	0 %	2 (40 %)	Käufer
Neue Visits beste Gruppe	2 (100 %)	100 %	1 (50 %)	Neue Visits beste Gruppe

Traffic	Differenz	Traffic
Visitors	250 %	40
Visits	235,71 %	42
Klicks (Page Impr.)	229,17 %	48
Neubesucherrate (%)	14 %	69,05

## Ergebnis der Analyse von 8 Portalen

---



## Einzelne Ergebnisse

### Sucherfolgsrate

≈ Hat der Besucher die Detailseite eines Suchergebnisses abgerufen?

- durchschnittlich wurde in 15,2% der Besuche eine Detailseite aufgerufen (Mittelwert)
- die Werte variierten von 5,4% bis 27,2%
- der Median lag bei 11,7%

### Suchrate

≈ Hat der Besucher eine Suchergebnisliste abgerufen?

- durchschnittlich wurde in 29,1% der Besuche eine Suchergebnisliste aufgerufen (Mittelwert)
- die Werte variierten von 10,2% bis 59,4%

### Absprungrate der Startseite

- durchschnittlich wurde in 49,2% die Startseite als erste aufgerufene Seite direkt wieder verlassen
- die Werte variierten von 83% bis 25,9%

## Das beste Fachportal

The image shows a screenshot of a website header. At the top right, there is a link for "My MEDPILOT.DE" and a "Login" button with a small flag icon. The main content area is a large white box with a blue border containing the text "Das beste Fachportal" in a large, bold, black serif font. Below this, a horizontal line separates the header from the footer. The footer contains several logos and text: "Ein Service von" followed by the ZB MED logo (Deutsche Zentralbibliothek für Medizin), "und" followed by the DIMDI logo (Deutsches Institut für Medizinische Dokumentation und Information), "gefördert von" followed by the DFG logo (Deutsche Forschungsgemeinschaft), "und" followed by the logo of the Bundesministerium für Bildung und Forschung, and "Partner" followed by the vascoda logo.

## Das beste Fachportal

The screenshot shows the homepage of MEDPILOT.DE. At the top right, there are links for "My MEDPILOT.DE" and "Login" next to a small UK flag icon. The main heading "MEDPILOT.DE" is prominently displayed in blue and red, with the tagline "Eine Seite. Alles Wissen." below it. A red CD icon is positioned to the right of the main heading. Below the heading, there are two links: "erweiterte Suche" and "Dokumentbestellung". A large, dark blue search bar is centered on the page, containing the text "Suche nach" followed by an input field and a red "Suchen" button. A "Hilfe" link is located below the search bar. At the bottom of the main content area, there is a row of links: "sichere Verbindung", "lokale Sichten", "Impressum/Datenschutz", "Kontakt", and "Umfrage zur Nutzung von Fachportalen". The footer section is divided into four parts, each with a logo and text: "Ein Service von ZB MED Deutsche Zentralbibliothek für Medizin", "und DIMDI medizinwissen Deutsches Institut für Medizinische Dokumentation und Information", "gefördert von DFG", "und Partner Bundesministerium für Bildung und Forschung", and "vascoda".

## Das beste Fachportal

The screenshot shows the MEDPILOT.DE website interface. On the left, three green callout boxes display performance metrics: 'Sucherfolgsrate: 27,2', 'Suchrate: 59,4%', and 'Absprungrate Startseite: 25,9%'. The website header includes 'My MEDPILOT.DE' with a 'Login' link and a German flag icon. The main logo 'MEDPILOT.DE' is accompanied by the tagline 'Eine Seite. Alles Wissen.' and a CD icon. Below the logo are links for 'erweiterte Suche' and 'Dokumentbestellung'. A large blue search bar with a 'Suchen' button and a 'Hilfe' link is prominent. At the bottom of the page, there is a footer with logos for 'ZB MED' (Deutsche Zentralbibliothek für Medizin), 'DIMDI' (Deutsches Institut für Medizinische Dokumentation und Information), 'DFG' (Deutsche Forschungsgemeinschaft), and 'vascoda' (Partner of the Bundesministerium für Bildung und Forschung).

## Zusammenfassung der Ergebnisse

- a) die Mehrzahl der untersuchten Portalen funktioniert nur schlecht im Sinne des definierten Zieles (< 30% Sucherfolgsrate)
- b) die Daten belegen die Effektivität der Konzentration auf das 'Google-Design'
- c) viele Portale verstossen gegen die Empfehlungen der Datenschutzbeauftragten (Speicherung der IP-Adressen)

## Konkrete Handlungsmöglichkeiten

---



## Konkrete Handlungsmöglichkeiten

- a) Implementierung eines client-basierten Messverfahrens
- b) Definition von Erfolgskriterien
- c) regelmässige, automatische Report-Erstellung entsprechend definierter Kennzahlen
- d) Optimierung auf Basis der Verhaltensdaten und Erfolgskriterien

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit