HEATMAP

Veröffentlicht am 25. August 2025 von Marie

Heatmap (deutsch: Wärmebild) ist ein **Analyse-Tool,** das zeigt, wie **Nutzer mit einer Webseite interagieren** – zum Beispiel **wo sie klicken, wie weit sie scrollen oder wohin sie ihre Maus bewegen**. Die Ergebnisse werden **farblich dargestellt:** Bereiche mit viel **Aktivität sind rot** (heiß), **Zonen mit wenig Aktivität blau** (kalt).

Beispiel: Eine **Heatmap einer Webseite** kann zeigen, dass der **obere Bereich** – etwa **die Navigation oder das Logo** – besonders stark genutzt wird (rote Bereiche). Gleichzeitig kann deutlich werden, dass der **untere Teil** der Seite oder bestimmte **Inhaltsbereiche** kaum Aufmerksamkeit erhalten (blaue Bereiche).

Nutzen:
Diese Erkenntnisse helfen, eine **Website gezielt zu optimieren.** Wichtige Elemente wie **Buttons, Call-to-Actions** oder **Formulare** lassen sich so besser platzieren, während wenig beachtete Inhalte überarbeitet oder verschoben werden können.

Heatmaps liefern Antworten auf Fragen wie:

- Welche Inhalte ziehen die **meiste Aufmerksamkeit** auf sich?
- Werden **wichtige Buttons** wie „Jetzt kaufen“ oder „Kontakt aufnehmen“ tatsächlich gesehen und geklickt?
- Bis wohin scrollen die meisten Nutzer, und wo steigen sie aus?
- Gibt es **Ablenkungen** oder **überflüssige Elemente,** die Nutzer vom Ziel abhalten?

Anwendungsbereiche:
Heatmaps sind besonders wertvoll im **UX-Design** (Benutzerfreundlichkeit), in der **Conversion-Optimierung** (mehr Abschlüsse wie Käufe oder Anfragen) und im **Content-Marketing** (Welche Inhalte funktionieren am besten?).

Tools: Bekannte Heatmap-Tools sind **Hotjar, Microsoft Clarity** oder **Crazy Egg,** die einfache visuelle Auswertungen ermöglichen.

Fazit: Eine **Heatmap** macht das **Nutzerverhalten sichtbar** – im wahrsten Sinne des Wortes. Sie zeigt, **wo Nutzer wirklich hinschauen und handeln**, und bietet damit eine Grundlage, um **Webseiten benutzerfreundlicher, zielgerichteter und erfolgreicher** zu gestalten.