

Heatmap

Stand: 04.03.2025

Wofür eine SEO Heatmap?

Zu einer guten [SEO Analyse](#) gehört es auch, dass **unterbewusste Verhaltensweisen von Usern auf einer Website** untersucht und analysiert werden. Eine besonders effektive Maßnahme ist die SEO Heatmap, die sich vornehmlich an dem Klickverhalten der Nutzer orientiert. Heatmap ist ein englischer Begriff, der in etwa mit Wärme-Karte übersetzt werden kann. *Er zeigt, wie beispielsweise von Infrarot- oder Wärmebildkameras bekannt, die Klicks und die Verweildauer des Mauszeigers in verschiedenen Hitze-Stufen an.* Die Farben reichen von blau bis rot und repräsentieren jeweils die Temperaturabstufungen von kalt nach warm, wobei blau für kalt und rot für warm steht. Im Online Marketing hat sich die Analyse von Webseiten durch Heatmaps bewährt und ist ein Teil der Onpage Analyse bei SEO.

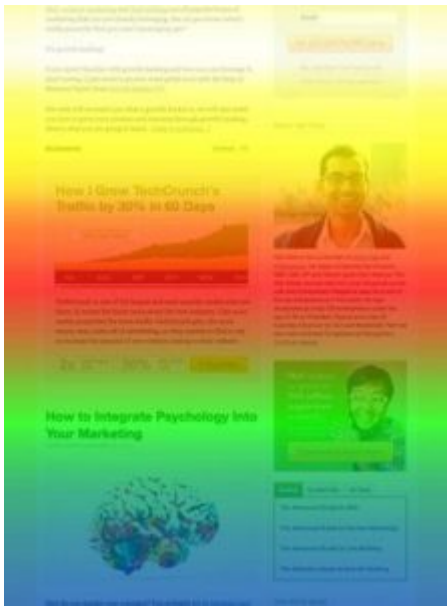
Klickraten

Eine SEO Heatmap hilft demnach dabei, herauszufinden, welche Abschnitte einer Website vom Nutzer häufig angeklickt werden. So können Sie durch die SEO Heatmap Ihre Website so optimieren, dass die für den User interessanten Inhalte besonders hervorgehoben oder in den Mittelpunkt rücken werden. Auch können Sie **erkennen, an welchen Stellen Ihre Seite nicht beachtet wird** und dort effizient gegenarbeiten.

Verweildauer

Neben der Anzahl der Klicks können Sie auch die **Verweildauer Ihrer Nutzer auf der Seite anzeigen lassen**. Die Verweildauer ist für [SEO](#) ebenfalls sehr wichtig, da die Suchmaschine Google diese als Ranking-Faktor Ihrer Seite heranzieht. *Eine längere Verweildauer Ihrer potentiellen Kunden verspricht also ein besseres Ranking bei Google.*

Scrollmap



Eine Scrollmap zeigt an, welche Bereiche der User auf der Website zuerst ansteuert und welche er eventuell gar nicht erst erreicht. Im Allgemeinen landet der Nutzer im „Above The Fold“-Bereich und scrollt dann im Laufe der Zeit weiter nach unten. Sollte der Anfang der Website nicht seinen Erwartungen entsprochen haben, wird er vermutlich den unteren Teil gar nicht zu Gesicht bekommen. Eine Scrollmap als Teil der SEO Heatmap ist deshalb **wichtig, um das Scroll-Verhalten des Users zu analysieren** und etwaige Schwachstellen zu beseitigen, um ihn zum Verbleiben auf der Seite zu animieren.

Mausbewegungen

Mittels graphischer Visualisierung lassen sich auch die Bewegungen des Maus-Cursors darstellen. So kann **in der SEO Heatmap jede einzelne Bewegung nachvollziehen** und Optimierungsbedarf feststellen. Dadurch können Sie eventuell falsch platzierte Buttons oder Links besser identifizieren und die Gestaltung der Website den Ergebnissen der Heatmap anpassen.

Clickmap

Die Clickmap zeigt an, **wieviele Klicks an welchen Stellen explizit vom User vorgenommen** worden. Hier wird meist die exakte Anzahl aller Klicks als einzelne Punkt dargestellt. Sogenannte Confetti-Maps zeigen beispielsweise jeden einzelnen Klick farblich markiert als Overlay über die eigene Seite und demonstrieren damit das Klickverhalten der User.

1. Alle wichtigen Informationen der Website sollten auf den ersten Blick erkennbar sein.

User bewegen sich im Netz meistens recht ungeduldig. Inhalte werden schnell überflogen und eher gescannt als gelesen. Bieten Sie deshalb Ihren Usern beim Start Ihrer Internetpräsenz **alle relevanten Daten auf einem Blick** an. Der Bereich, der auf dem Monitor zu sehen ist, wird „Above The Fold“ genannt. *In diesem Bereich müssen Sie den User erreichen und ihn zum Bleiben animieren.*

2. Usability erhöhen

Durch SEO Heatmaps können Sie **Usability-Schwächen Ihrer Website sofort erkennen und beheben**. Finden Sie heraus, wie die User mit der Website interagieren und gewährleisten Sie so eine optimale Navigation, indem Sie die Interessen definieren. Des Weiteren können Sie feststellen, *welche Flächen oder Texte für den Besucher anklickbar erscheinen, es aber nicht sind* und wie Buttons wahrgenommen werden. Zusätzlich können Sie die am häufigsten aufgerufenen Links präzentieren und dadurch die [Absprungrate senken](#) sowie Einnahmen steigern.

Kriterien zum Einsatz von SEO Heatmaps:



Genug Traffic: Für ein aussagekräftiges Ergebnis der SEO Heatmaps benötigen Sie ausreichend Traffic auf Ihrer Seite. *Mindestens 20 – n Besucher pro Tag sollte Ihre Website aufweisen*, um relevante Heatmaps erzeugen zu können. **Gegebenenfalls sollten Sie die Analyse über einen längeren Zeitraum laufen lassen**. Es kann sich des Weiteren lohnen, das Tracking einer SEO Heatmap gezielt über eine Saison oder Jahreszeit zu verwenden. Gerade beim Einsatz eines Shop-Systems mit saisonalen Artikeln, wie zum Beispiel Gartenhäuser oder Weihnachtsartikel, kann das mehr Aufschluss über generierten Traffic bringen. Seiten, die dynamisch angelegt sind, und deren Inhalt sich regelmäßig ändert, sind nicht die beste Voraussetzung für SEO Heatmaps. Dort kommt es eher auf Kontinuität, also statische Seiten mit festgelegtem Inhalt an. Allerdings können dennoch Daten zur SEO Heatmap für den Header, [Footer](#) oder die Sidebar ausgewertet werden. Das macht zum Beispiel bei [Blogs](#) Sinn, die regelmäßig neue Inhalte auf der Seite präsentieren.

Bei dem Einsatz von SEO Heatmaps ist der **Datenschutz ein wichtiger Faktor**. Auch wenn die erfassten Daten beim [Tracking](#) anonymisiert erfasst werden, müssen Sie unbedingt einen Datenschutzpassus einsetzen, der es dem Nutzer erlaubt, der Erstellung von Nutzerprofilen durch Tracking zu widersprechen. Damit die Daten der SEO Heatmap überhaupt erfasst werden können, muss im benutzten Shop-System oder CMS (Content Management System) der Website der Tracking-Code im Template hinterlegt werden. Wenn Sie [Google Analytics](#) verwenden, gibt es dort eine detaillierte Anleitung für den Einsatz von Tracking Code.

Welche Tools bieten eine SEO Heatmap Analyse?

SEO Heatmaps können Sie durch drei verschiedene Arten von Tools erzeugen lassen. Zum einen gibt es **Online-Dienste, die eine Heatmap simulieren**. Die Simulationen tracken den Besucher nicht in Echtzeit, sondern sammeln Daten über einen gewissen Zeitraum, um sie dann gebündelt als Abbild in der Heatmap darzustellen.

Des Weiteren kann **mittels Scripten oder durch Plugins**, die zum Beispiel auf einem eigenen [Server](#) liegen, eine Heatmap für SEO erzeugt werden. Wer sowieso ein Google Analytics Konto hat, kann sich hier zumindest die Clickmaps anzeigen lassen. Auch diese Möglichkeit bietet schon einen Einstieg in eine kleine Analyse des Besucherverhaltens.

Letztendlich bieten nur **kostenpflichtige Tools**, wie zum Beispiel **Crazy Egg** einen umfassenden Service mit allen relevanten Daten, die durch eine SEO Heatmap erhoben werden können. So bietet Crazy Egg unter anderem einen *Confetti-Report, bei dem jeder einzelne Klick auf der Seite angezeigt wird*. Auch wird erhoben, aus welchem Land der User kommt oder mit welchem [Browser](#) die Website angesteuert wurde. Also alles in allem ist Crazy Egg ein sehr mächtiges und hilfreiches Tool zum Erstellen einer Heatmap für Search Engine Optimization.

» [CrazyEgg DEMO](#)

CrazyEgg Video

Weitere empfehlenswerte Tools sind unter anderem [Mousflow](#), [clicktale](#) oder [m-pathy](#). Mit ihnen können Sie ebenfalls **wertvolle Erkenntnisse hinsichtlich des Besucherverhaltens sammeln**, um Ihre Seite dahingehend zu optimieren, Ihr Ranking in den Suchmaschinenergebnissen zu verbessern.

Fazit

Wenn Sie wissen möchten, was Ihre User am meisten anklicken, welche Teile Ihrer Website keine Beachtung erhalten oder wo sie mit der Maus waren, denken Sie über eine SEO Heatmap Analyse nach. Gerade in Bezug auf das Optimierungspotential Ihrer Website kann es sich lohnen, SEO Heatmaps einzusetzen. Durch das Analysieren der Heatmap-Ergebnisse und der Umsetzung können Sie Ihren Traffic steigern und die Navigation für den User freundlicher gestalten. Vielleicht ergeben sich durch die SEO Heatmap völlig neue Erkenntnisse hinsichtlich des Besucherverhaltens, die Sie so noch gar nicht bedacht haben? Google wertet sowohl die Anzahl, als auch die Aufenthaltsdauer, die sogenannte „Bounce Rate“ aller Besucher auf Ihrer Website. Insofern ist es auch für Ihr Ranking ein unerlässlicher Faktor, das Besucherverhalten genauestens zu analysieren und konsequent darauf zu reagieren. Nicht nur deswegen ist die Heatmap bei der Suchmaschinenoptimierung eine lohnende Investition und ein mächtiges Tool.

Als [SEO-Agentur](#) stehen wir Ihnen mit unserer Expertise zur Seite. Kontaktieren Sie uns gerne!