

Mit bester Empfehlung zu Ihrer Information.
(Quelle: Berner Zeitung, 20. September 2008)

Freundliche Grüsse

Ihr Team von management tools ag

Miss Schweiz Kandidatin Diana Knezevic Vor allem den Männern ins Auge gestochen

Auf den ersten Blick ist Diana Knezevic nicht die schönste Miss Schweiz- Kandidatin. Das zeigt jedenfalls eine Blickverlaufsanalyse der Firma Management Tools. Die Grenchnerin ist jedoch besonders den Männern aufgefallen.

In einer Woche wird die neue Miss Schweiz gekürt. Die Firma Management Tools AG aus Beckenried (NW) wollte bereits im Voraus wissen, welche der 16 Finalistinnen – darunter auch die Grenchnerin Diana Knezevic – die schönste ist. In einer Blickverlaufsanalyse testete die Firma, welche der Kandidatinnen die grössten Eyecatcher-Qualitäten hat. Die Grenchnerin taucht nach dieser Analyse im Mittelfeld der Rangliste auf und würde demnach den Halbfinal der schönsten sechs Kandidatinnen nicht erreichen. «Man darf aber nicht vergessen, dass an der Wahl auch andere Kriterien bewertet werden», relativiert Andreas Logk, Projektmanager bei der Management Tools AG.

Keine Frauenblicke

30 Männern und 31 Frauen wurden in dieser Studie die Portraitbilder der Miss Schweiz-Kandidatinnen gleichzeitig vorgelegt. Die infrarotgesteuerte Blickverlaufsanalyse zeichnete dabei jede Augenbewegung der Betrachter auf. Für die Auswertung wurden die Fixpunkte nach einer beziehungsweise nach acht Sekunden berücksichtigt. Nach einer Sekunde Betrachtungszeit wurde Knezevic von 6,6 Prozent der Probanden visuell fixiert, was dem neunten Rang entspricht. Auffällig dabei ist, dass sie in der ersten Sekunde nur von Männern angeschaut wurde. In der reinen Männer-Rangliste belegt sie damit den sechsten Platz.

Zwei Plätze gutgemacht

Nach acht Sekunden Betrachtungszeit sieht es für Diana Knezevic besser aus. 59 Prozent der Fixationspunkte fallen auf ihr Foto. Sie ist damit auf dem siebten Rang. Aber auch auf den sogenannten zweiten Blick waren es mehr Männer (60 Prozent) als Frauen (58,1), die die Grenchnerin betrachteten. Dies entspricht dem viertbesten «Männer-Wert».

Gemessen wurde auch die Dauer, mit der ein Punkt jeweils auf dem Portraitbild fixiert wurde. Die weiblichen Betrachter schauten weniger lang auf das Bild der Grenchnerin als die männlichen. «Der Blickverlauf der Frauen ist grundsätzlich anders als jener der Männer», erklärt Logk. Während Frauen die Gesichter «sehr präzise von oben bis unten scannen», schweife der Blick der Männer eher umher. «Und die Männer schauen viel mehr auf die Haare», weiss Logk.

Die besten Eyecatcher-Qualitäten haben nach dieser Analyse, die vor allem in der Werbewirkungsforschung zum Einsatz kommt, Stefanie Frei (nach einer Sekunde) und Nancy Kabika (nach acht Sekunden). Ob diese beiden Kandidatinnen Jury und Publikum auch mit weiteren Qualitäten überzeugen können, zeigt sich in einer Woche.