



# LUSTVOLLES SURFEN

Mit einem Online-Experiment untersuchte der Psychologe Armin Kaser, wie die Gestaltung von Websites das Nutzungsverhalten verändert.

**M**oderne technische Geräte helfen nicht nur bei der Erfüllung alltäglicher Aufgaben. Statusmeldungen in Facebook, Spiele am iPhone und das Betrachten von Hotel-Websites stimmen Menschen auch glücklich. Die Wissenschaft versucht seit einigen Jahren, dieses emotionale Nutzungserleben – die „User Experience“ – zu ergründen. Mag. Armin Kaser, Psychologe und ehemaliger Informatikstudent der Universität Innsbruck, untersucht in seiner Doktorarbeit, welche Rolle die User Experience bei der Nutzung von Hotel-Websites spielt. Betreut wird er von Pierre Sachse, Professor für Allgemeine Psychologie am Institut für Psychologie. Dieser lobt Kasers fächerübergreifende Herangehensweise: „Innovative Forschung erfordert interdisziplinäre Ansätze.“


„Für Unternehmen stellt sich häufig die Frage, in welchem Maß die User Experience eines IT-Produkts das Kaufverhalten des Users beeinflusst“, weiß Sabine Gafriller, Webverantwortliche der Marketing-Agentur brandnamic aus eigener Erfahrung zu berichten. In Zusammenarbeit mit der Agentur und dem Naturhotel Lüsnerhof führte Kaser ein interessantes Online-Experiment durch.

Zunächst ließ er aber Probandinnen und Probanden verschiedene Tiroler Websites mithilfe von Fragebögen bewerten. So wollte Kaser herausfinden, welche Faktoren eine positive User Experience begünstigen. „Ich stellte fest,

dass diese besonders durch emotional stimulierende Texte, Bilder und Videos begünstigt wird. Eine weitere wichtige Rolle spielt ästhetisches Design und die Helligkeit bei Homepages“, berichtet der Psychologe.

## ONLINE-EXPERIMENT

Gerüstet mit diesem Wissen, startete Kaser im Dezember 2010 das Online-Experiment: Dabei wurden zwei verschiedene Versionen der Hotel-Website mit Google AdWords beworben. Mithilfe von Web Analytics konnten anschließend das Verhalten der Besucherinnen und Besucher auf der Website erfasst und die im ersten Schritt gewonnenen Erkenntnisse verifiziert werden. Jene Homepage, welche die Nutzer mehr forderte und auf die User Experience besser einging, verzeichnete deutlich höhere Zugriffs- und Buchungsraten. „Wir fanden heraus, dass neben der User Experience auch die

Freude des Nutzers („Joy of Use“) und die Funktionalität von Homepages eine wichtige Rolle spielen. Wir erkannten, dass gerade das Verlangen nach Interaktion bei Homepages groß ist. So ist es sinnvoll, gezielt Foren und Blogs sowie die boomenden Sozialen Netzwerke wie Facebook und Twitter einzusetzen. Diese können das Verlangen der Anwenderinnen und Anwender stillen“, weiß Kaser. ds 

## ZUR PERSON

Mag. Armin Kaser wurde 1982 in Bozen (Italien) geboren. Nach dem Besuch des Deutschen Realgymnasiums in Bozen studierte er an der Universität Innsbruck Informatik und Psychologie. 2009 schloss er das Psychologiestudium ab. Seine Arbeitsschwerpunkte: allgemeine und experimentelle Psychologie.

Das Gespräch mit Armin Kaser zu diesem Thema finden Sie als Audiofile im O-Ton auf [www.uibk.ac.at/forschung/magazin/6/](http://www.uibk.ac.at/forschung/magazin/6/)