

# Empirische Untersuchung von emotionalen Reaktionen im Prozess der Informationsrecherche im Web

Rita Strebe  
Hochschule für Angewandte  
Wissenschaften Hamburg

# Einleitung

---

- ◉ Relevanz der affektiven Ebene für die Untersuchung des Web-Nutzerverhaltens
- ◉ Ergebnisse bisheriger Forschung  
Flow und Selbstwirksamkeit
- ◉ Forschungsbedarf

# Untersuchungsansatz

---

- Mit welcher Häufigkeit und Intensität und in welchen Interaktionsbereichen sind Gefühlsausschläge während der Web-Informationssuche zu beobachten?
- Welchen Gefühlsausprägungen lassen sie sich zuordnen?
- Was sind die Auslöser von emotionalen Reaktionen während der Web-Informationssuche?

# Erhebungsdesign

---

Qualitative Beobachtung und Thinking  
Aloud Methode

Rahmenbedingungen

Sitzungsablauf

# Datenauswertung

---

- ◉ Auswertung des visuellen und verbalen Datenmaterials auf Gefühlsausschläge
- ◉ Einordnungskriterien für die Intensität von Gefühlsausschlägen
- ◉ Identifizierung und Auswertung von Auslösern der Gefühlsausschläge

# Datenauswertung

---

## Einordnung von Gefühlsausprägungen

„...Perfekt. Also das ist ja...das ist ja genau das, was ich gefragt habe.“ (Zufriedenheit)

„‘Biographie‘ , guck mal her, da steht’s extra, jetzt geht’s los.“ (Erwartung)

"Ne, (lacht) steht doch gar nicht viel. Also ich hab' mir jetzt vorgestellt, dass da ähm bisschen mehr steht." (Enttäuschung)

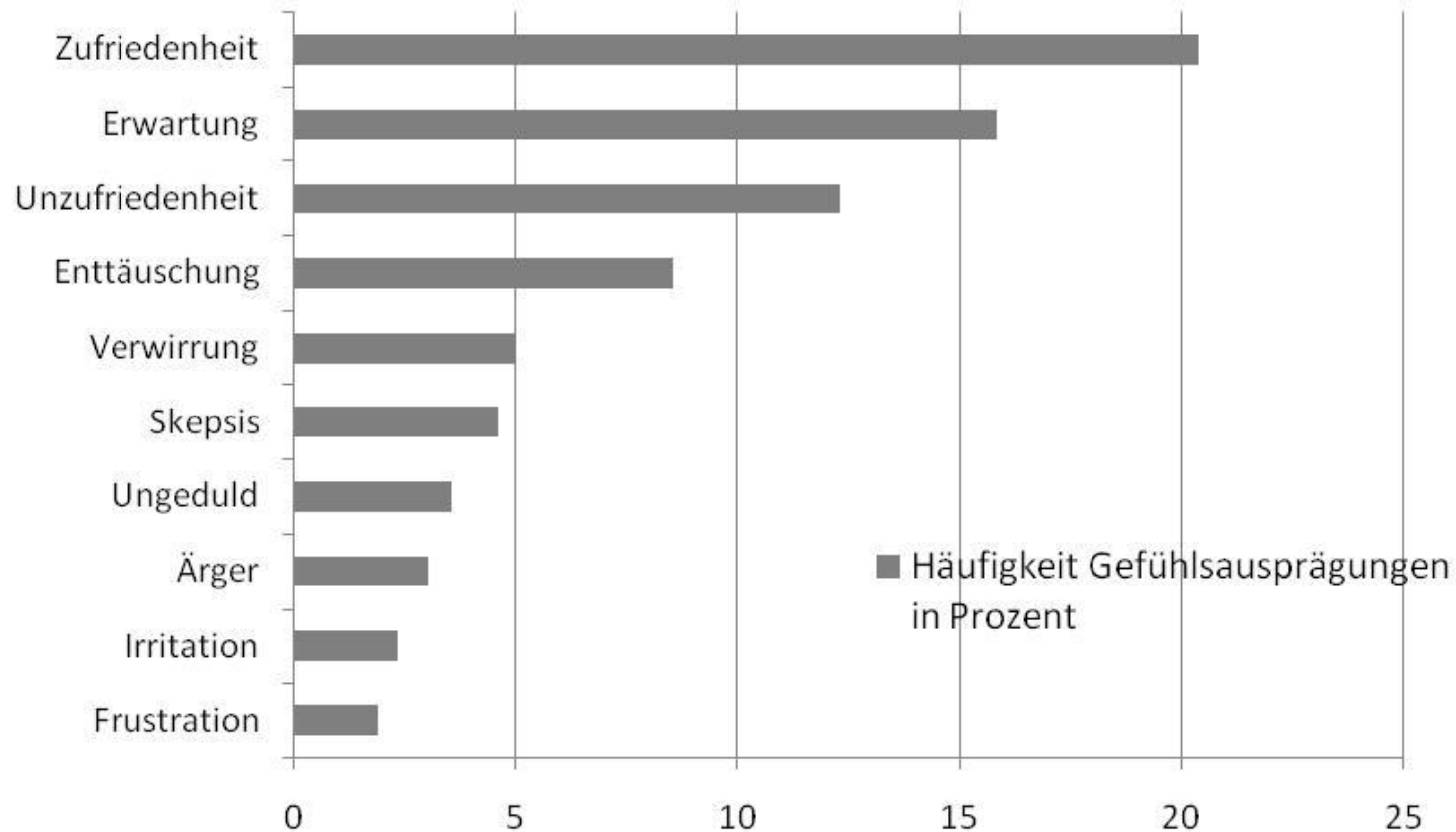
# Ergebnisse

---

- Testgruppe
- 1156 identifizierte Gefühlsausschläge
- Stimmungsbild: positiv (50,7%) – negativ (49,3%)
- gefühlsintensive Interaktionsbereiche:
  - Trefferlisten und Auseinandersetzung mit Information (je 14,4%)
  - Linkziele (13,8%)
  - Trefferseiten (13,6%)
  - Links in Webseiten (11,3%)
  - optischer Eindruck von Webseiten (5,9%)

# Ergebnisse

## Art und Häufigkeit von Gefühlsausprägungen



# Auslöser der Gefühlsausschläge

---

## Die häufigsten Auslöser

- Erwartung relevanter Information hinter Link/Linkbenennung (74)
- Erwartung relevanter Information hinter Trefferlink (63)
- Linkziel enthält relevante Information (55)
- Information in Linkziel ist nicht relevant (51)
- Trefferseite enthält relevante Information (47)

# Auslöser der Gefühlsauschläge

---

## Auslöser mit größter positiver Gefühlsintensität

- Bild wirkt positiv (+1,93)
- Trefferseite enthält relevante Information (+1,87)
- Information entspricht den Vorstellungen/Wünschen (+1,72)
- Linkziel enthält relevante Information (+1,49)
- Seitengestaltung (Layout) wirkt positiv (+1,35)

# Auslöser der Gefühlsauschläge

---

## Auslöser mit größter negativer Gefühlsintensität

- Webseite wirkt unübersichtlich (-1,6)
- Schwierigkeiten bei der Auswahl von Suchbegriffen (-1,58)
- Trefferliste enthält keine relevanten Treffer (-1,52)
- Information stellt Pläne in Frage (-1,5)
- Trefferseite enthält zu wenig Information (-1,5)

# Schlussfolgerungen

---

- die Web-Informationssuche ist eine gefühlsintensive und emotional facettenreiche Tätigkeit
- Relevanz ist ein zentraler Einflussfaktor auf emotionale Reaktionen während der Websuche
- sowohl Ästhetik als auch Usability von Webseiten lösen gerade intensive Gefühlsreaktionen aus