

### **Zusammenfassung**

Die Verbreitung von Smartphones steigt immer weiter an. Smartphones werden dabei nicht mehr nur für ihren herkömmlichen Verwendungszweck, wie beispielsweise der Telekommunikation sowie, um das Leben ihrer Nutzer zu vereinfachen, genutzt, sondern vermehrt auch, um sogenannte Mobile Games auf ihnen zu spielen. Mobile Games sind mittlerweile ein Milliardengeschäft und erfreuen sich immer größer werdender Beliebtheit. Ein Thema, mit dem sich jeder Spielehersteller im Laufe des Produktzyklus auseinandersetzen muss, ist das Testen seiner Produkte an seinen Endkunden, dem sogenannten User-Testing. Es gibt bereits eine Vielzahl an Methoden, um die Zufriedenheit von Nutzern im Umgang mit Produkten zu evaluieren. Weiter existiert Evidenz dafür, dass es einen Zusammenhang zwischen Affekt und der Größe des Sichtfeldes von Personen gibt. Ziel dieser Untersuchung war es, den Zusammenhang von Affekt und dem Sichtfeld von Nutzern genauer zu analysieren und als kontinuierliche Erhebungsmethode im User-Testing einzusetzen. Für diesen Zweck wurden insgesamt drei Levels für eine schaffbare Kondition erstellt, welche für eine weitere unschaffbare Kondition abgeändert wurden. Während des Spielens der Levels sollten die Versuchspersonen auf Reize im peripheren Sichtfeld reagieren sowie jeweils nach einer Minute Angaben zu ihrem Affekt machen. Es zeigte sich ein signifikanter Unterschied des Affekts sowie der Reaktionszeiten der Probanden zwischen der schaffbaren und unschaffbaren Kondition während des Spielens. Ein Zusammenhang zwischen Affekt und Reaktionszeiten sowie Affekt und dem Erkennen von Reizen konnte nicht vollständig nachgewiesen werden. Es lässt sich somit nicht belegen, dass der unterschiedliche Affekt Einfluss auf das Sichtfeld der Probanden hat.

**Keywords:** UX-Testing, User-Testing, Mobile Games, Affekt, PDT, Affect Grid