
Zusammenfassung

Technische Produkte sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Nachdem der nutzerzentrierte Gestaltungsprozess noch vor kurzer Zeit vor allem darauf abzielte, eine möglichst hohe Usability interaktiver Produkte sicherzustellen, geht der Trend mittlerweile dahin, auch die Wahrnehmung und das Erleben des Nutzers bei der Interaktion mit einem Produkt maßgeblich zu berücksichtigen und zu beeinflussen. Darauf verweist das Konzept *User Experience*, das neben der Usability auch emotionale Bewertungen, ästhetische Erfahrungen sowie die Motivation zur zukünftigen Nutzung eines Produkts integriert. Zur adäquaten Erfassung dieser Aspekte wurde auf Basis eines weithin etablierten und empirisch abgesicherten Modells zur User Experience, dem CUE-Modell von Thüring und Mahlke (2007), ein modular aufgebauter Fragebogen entwickelt. Dafür wurden zunächst bestehende Fragebogenverfahren untersucht und deren Probleme herausgestellt, die sich vor allem auf drei Bereiche beziehen: eine Operationalisierung, der es häufig an einer theoretischen Grundlage mangelt, eine Einschränkung auf einzelne Produkte, wie Software oder Webseiten, und methodische Schwächen bei der Konstruktion. Deshalb fanden diese Bereiche für den Fragebogen besondere Berücksichtigung. Drei Modulgruppen, die sich auf die Wahrnehmung aufgabenbezogener und nicht-aufgabenbezogener *Produkteigenschaften* (*Nützlichkeit, Benutzbarkeit, visuelle Ästhetik, Status und Bindung*), auf *Emotionen* und auf *Konsequenzen* der Interaktion (*Produktloyalität* sowie *Nutzungsintention*) beziehen, wurden zur Entwicklung erarbeitet. Die Basis bildeten zwei Online-Studien mit jeweils $N = 238$ Teilnehmern. Diese wurden instruiert anhand von 67 Items ein selbst gewähltes Produkt aus ihrem Alltag zu beurteilen, wodurch eine Vielzahl von Produktgruppen unterschieden werden konnte. Die gewonnenen Daten wurden faktoranalytisch durch eine Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation untersucht und auf eine Anzahl von Items reduziert, die das Nutzungserleben umfassend beschreiben. Am Ende der Konstruktion enthält der finale Fragebogen 33 Items zur Bewertung der User Experience. Die Ergebnisse stützen dabei die Reliabilitätsannahme der konstruierten Module.

Stichworte: User Experience, Emotionen, Fragebogen, interaktive Produkte