

Eine Studie aus dem Wissensarchiv von



Die Erzeugung von Flow-Erlebnissen in elektronischen Medien

Eine Analyse des Flow-Konstruktes
am Beispiel
des World Wide Web

von

Astrid Peter-Assmuth

Kontakt zum Autor erhalten Sie über
Autorenkontakt@LearnAct-Verlag.de

Weitere Studien finden Sie in unserem Online-Shop

www.LearnAct-Verlag.de

unter <Studien>

und auf angeschlossenen Partnersites.

Kommentare und Fragen zur Vermarktung
richten Sie bitte an:

Sales@LearnAct-Verlag.de

Diplomarbeit

am Fachbereich Informations- und Wissensmanagement
zur Erlangung des akademischen Grades
Diplom Informationswirtin FH

Die Erzeugung von Flow-Erlebnissen in elektronischen Medien: Eine Analyse des Flow-Konstruktes am Beispiel des World Wide Web

Inhaltsverzeichnis	V, VI
Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	VIII

Inhaltsverzeichnis

Kapitel I: Einleitung Fehler! Textmarke nicht definiert.

- 1.1 Themenfeld dieser Arbeit **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 1.2 Fragestellung dieser Arbeit **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Kapitel II: Untersuchungsgegenstand World Wide Web..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

- 2.1 Die Bedeutung der Website als Instrument der Marktkommunikation **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 2.2 Die Erfassung des Nutzerverhaltens im WWW **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 2.3 Potentiale für die Kommunikation des Unternehmensimage **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 2.4 WWW-Angebote auf dem Prüfstand **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 2.5 Herausforderungen für WWW-Angebote ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 2.6 Abgrenzung des WWW zu anderen elektronischen Medien **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 2.7 Zusammenfassung von Kapitel II . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Kapitel III: Theoretische Grundlagen..... Fehler! Textmarke nicht definiert.

- 3.1 Usability als Erfolgsfaktor für WWW-Angebote?!..**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 3.1.1 Richtige Technik als Voraussetzung für Usability ..**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 3.2 Die Flow-Theorie von Mihaly Csikszentmihalyi**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 3.2.1 Merkmale für Flow-Erlebnisse..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 3.2.2 Bedingungen für Flow-Erlebnisse . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 3.2.3 Untersuchungen hinsichtlich Flow Erlebnissen.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 3.3 Prozess der Informationssuche im Hypertextsystem**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 3.3.1 Kognitionspsychologische Grundlagen: Mentale Modelle ...**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 3.3.2 Einfluss von Linktypen auf das Nutzerverhalten ...**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 3.3.3 Einfluss von Stimmungen auf die Informationsverarbeitung..**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 3.4 Zusammenfassung von Kapitel III **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Kapitel IV: Flow als Determinante des Nutzerverhaltens im WWW..... Fehler!
Textmarke nicht definiert.

- 4.1 Flow bei der Nutzung von WWW-Angeboten: exploratives Verhalten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.1.1 Positive Stimmung im WWW **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.1.2 Ausgewogenheit von Fähigkeiten und Herausforderungen im WWW **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.1.3 Navigation, Interaktion, Lernprozess und Flow.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.1.4 Mögliche Flow-Störfaktoren im WWW..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.2 Die Rolle von Flow im Web-Design **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.2.1 Orientierungshilfen für eine flow-fördernde Gestaltung.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.2.2 Ein Interview mit Mihaly Csikszentmihalyi **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.2.3 Modell für Flow bei der Nutzung einer Website ...**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 4.3 Die Messung von Flow-Erlebnissen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.3.1 Die Experience Sample Method (ESM) nach Csikszentmihalyi **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.3.2 Kritik an der ESM..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.3.3 Verbesserungsmöglichkeiten der Flow-Messung. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.3.4 Die Messung komplexer psychologischer Konstrukte **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.3.5 Generalisierbarkeit von WWW-Umfragen ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 4.3.6 Beurteilung von Kausalanalysen.. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.4 Zusammenfassung von Kapitel IV **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Kapitel V: Flow-Studien über einzelne Websites **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 5.1 Flow-Erlebnisse auf der Website einer Konzertagentur..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.1.1 Struktur der Website IN CONCERT **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.1.2 Die Hypothesen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.1.3 Die Konzeptionierung des Flow-Konstruktes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.1.4 Indikatoren für Flow **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.1.5 Untersuchungsergebnisse **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.1.6 Diskussion zur Vorgehensweise..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 5.2 Flow Erlebnisse auf der Website eines Luftfahrtunternehmens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.2.1 Struktur der Website InfoFlyway ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.2.2 Die Konzeptionierung des Flow-Konstruktes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.2.3 Die Hypothesen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.2.4 Untersuchungsergebnisse **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 5.2.5 Fazit der Untersuchung auf der Website InfoFlyway **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 5.3 Zusammenfassung und Diskussion von Kapitel V. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Kapitel VI: Beispiel für ein flow-förderndes Internetunternehmen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 6.1 Das Unternehmen Amazon **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 6.2 Amazon.de Website Features **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 6.2.1 Flow-fördernde Web-Site Features von Amazon. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 6.2.2 Flow-fördernde Navigationselemente **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 6.2.3 Tiefergehende, flow-fördernde Navigationsstrukturen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 6.2.4 Serviceleistungen von Amazon ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
 - 6.2.5 Sonstige Leistungen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

6.3 Zusammenfassung von Kapitel VI **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Kapitel VII: Schlussbetrachtung und Ausblick.....Fehler! Textmarke nicht definiert.

Kapitel VIII: Literatur- und QuellenverzeichnisFehler! Textmarke nicht definiert.

Kapitel IX: AnhangFehler! Textmarke nicht definiert.

9.1 Online-Quellen zum Thema Usability **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

9.2 Kausalanalyse: das lineare Strukturgleichungsmodell..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

9.3 Untersuchung IN CONCERT: Ergebnisse der Analyse..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

9.4 Untersuchung InfoFlyway: Ergebnisse der Analyse **Fehler! Textmarke nicht definiert.**