

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
1. Zur Fragestellung dieser Arbeit.....	1
2. Aufbau der Arbeit	3
3. Wissenschaftstheoretische Einordnung	4
Kapitel I: Hypertext, Hypermedia und das World Wide Web.....	7
1. Vom Memex zum World Wide Web: Die Historische Entwicklung des Hypertextkonzeptes.....	7
2. Hypertext und Hypermedia	11
2.1 Besonderheiten von Hypertext gegenüber klassischem Textmaterial	14
2.2 Untersuchungen zum Umgang mit Hypertext	17
3. Das World Wide Web (WWW).....	20
3.1 Funktionsweise des WWW.....	20
3.2 Gemeinsamkeiten und Unterschiede von WWW und klassischem Hypertext.....	22
Exkurs: HTML - Sprache des World Wide Web.....	24
4. Electronic Marketing im World Wide Web	27
4.1 Das Potential des WWW im Rahmen von Electronic Marketing	28
4.2 Die Bedeutung des WWW für die Kommunikation des Unternehmens-Images.....	31
5. Zusammenfassung von Kapitel I.....	33
Kapitel II: Theoretischer Bezugsrahmen	35
1. Nutzerverhalten von Hypertextanwendern	35
1.1 Beobachtbares Nutzerverhalten auf einer Website	35
1.1.1 Aufgerufene Informationen	36
1.1.2 Sequenzen des Informationsaufrufs	42
1.1.2.1 Eine Typologie unterschiedlicher Navigationsmuster	43
1.1.2.2 Operationalisierung der sequentiellen Navigationsmuster.....	47
1.1.3 Zusammenfassung.....	49
1.2 Kognitionspsychologische Grundlagen der Informationssuche.....	50
1.2.1 Theoretische Grundlagen und historische Wurzeln der Kognitiven Psychologie	52
1.2.2 Problemlösen aus Sicht der Kognitiven Psychologie.....	57
1.2.3 Mentale Konstruktion des Problemraumes.....	61
1.2.3.1 Mentale Modelle, konzeptuelle Modelle und Metaphern.....	62
1.2.3.2 Schemata	63

1.2.3.3	Probabilistische mentale Modelle	67
1.2.4	Informationssuche im WWW als Problemlöseprozeß	71
1.2.4.1	Struktur der Zielumgebung (task environment) und Operatoren	71
1.2.4.2	Mentale Konstruktion des Problemraumes	72
1.2.5	Effektivität und Effizienz der Informationssuche auf einer Website	76
1.3	Flow als Determinante des Nutzerverhaltens im WWW	81
1.3.1	Die Flow-Theorie von Mihaly Csikszentmihalyi	82
1.3.2	Flow-Erlebnisse bei der Nutzung von WWW-Angeboten	86
1.3.3	Antezedierende Variablen für Flow	87
1.3.4	Konsequenzen von Flow	88
1.4	Informationssuche und Flow als zentrale Determinanten des Nutzerverhaltens im WWW	90
2.	Die Linkstruktur einer Website	93
2.1	Linktypen und das Linken von Hypertextnodes	93
2.1.1	Eine Typologie von Hypertextlinks	93
2.1.2	„The fisheye view“: Eine quantitative Methode zur Erzeugung assoziativer Links	95
2.1.3	Adaptive Erzeugung assoziativer Links	96
2.1.4	Qualitative Methoden zur Erzeugung assoziativer Links	99
2.2	Zerlegung der Linkstruktur in drei Teilrelationen	100
2.2.1	Hierarchische Relation	101
2.2.2	Navigationsrelation	103
2.2.3	Assoziative Relation	104
3.	Einflüsse der Linkstruktur auf das Nutzerverhalten	105
3.1	Die These der kognitiven Plausibilität	105
3.2	Einflüsse der Linkstruktur auf Informationssuche und Flow	108
Kapitel III: Empirische Prüfung der Hypothesen.....		113
1.	Die empirische Überprüfung der Kausalhypothesen in einem Web-Experiment	114
1.1	Das Web-Experiment vor dem Hintergrund von Möglichkeiten und Grenzen der Online-Forschung	114
1.2	Aufbau und Ablauf des Web-Experiments der vorliegenden Arbeit	117
1.3	Technische Realisation des Web-Experiments	119
2.	Operationalisierung	124
2.1	Experimentelle Stimuli	124
2.1.1	Struktureller Aufbau der Testsite	124
2.1.2	Aufgaben zur Informationssuche	129
2.2	Effektives und effizientes Nutzerverhalten im Rahmen der Informationssuche	131

2.2.1 Navigationsverlauf, Effektivität und Effizienz der Informationssuche.....	131
2.2.2 Lösung der Aufgabenstellung als Validitätskriterium effektiver Informationssuche	132
2.3 Operationalisierung von Flow als theoretischem Konstrukt	135
2.3.1 Wahrgenommenes Image	136
2.3.2 Bewertung des Internetauftritts der Konzertagentur	139
2.3.3 Subjektiv empfundene Desorientierung	139
2.3.4 Mögliche Störfaktoren	141
2.3.4.1 Persönliche Wichtigkeit und Nutzung von Internet und WWW	142
2.3.4.2 Soziodemographische Variablen	143
2.4 Aufbau des Fragebogens	143
3. Pre-Test	144
4. Feldphase und Datenaufbereitung	147
4.1 Rekrutierung potentieller Teilnehmer des Experiments	147
4.2 Anzahl und Herkunft der Zugriffe auf den Experimentalserver	149
4.3 Datenaufbereitung	153
4.3.1 Datenbereinigung.....	154
4.3.2 Identifikation von Abbrechern und Trittbrettfahrern.....	155
5. Datenanalyse des Logfiles: Das Nutzerverhalten im Rahmen der Informationssuche	166
5.1 Logfileanalyse: PageImpressions	166
5.2 Logfileanalyse: Verlauf und Effizienz der Navigation.....	171
5.2.1 Navigationsverlauf.....	172
5.2.1.1 Operationalisierung und univariate Analyse.....	172
5.2.1.2 Einfluß der Sitestruktur auf den Navigationsverlauf	174
5.2.2 Aufgabenspezifische Effektivität und Effizienz der Informationssuche	180
5.2.2.1 Operationalisierung von Effizienz und Effektivität der Informationssuche.....	180
5.2.2.2 Einfluß der Sitestruktur auf Effizienz und Effektivität der Informationssuche.....	182
5.2.3 Wiederholte Nodeaufrufe.....	184
6. Flow als intervenierende Determinante des Nutzerverhaltens	188
6.1 Beurteilung des Images der Konzertagentur IN CONCERT	189
6.1.1 Skalenbildung und univariate Analyse	189
6.1.2 Einfluß der Sitestruktur auf die Beurteilung des Images	194
6.2 Bewertung des Internetauftritts der Konzertagentur	197
6.2.1 Skalenbildung und univariate Analyse	197
6.2.2 Einfluß der Sitestruktur auf die Beurteilung des Internetauftritts	199
6.3 Subjektive Desorientierung.....	200
6.3.1 Skalenbildung und univariate Analyse	200

6.3.2	Einfluß der Sitestruktur auf die subjektive Desorientierung.....	203
6.4	Störfaktoren.....	204
6.4.1	Persönliche Wichtigkeit und Nutzung von Internet und WWW.....	204
6.4.2	Soziodemographische Variablen.....	207
6.5	Ein lineares Strukturgleichungsmodell mit Flow als intervenierendem theoretischen Konstrukt.....	209
6.5.1	Die Analyse linearer Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen als Spezialfall der Kausalanalyse.....	212
6.5.2	Untersuchung der Eignung der zu analysierenden Kovarianzmatrix.....	217
6.5.2.1	Test auf multivariate Normalverteilung.....	217
6.5.2.2	Einfluß der Störfaktoren auf die zu analysierende Kovarianzmatrix.....	219
6.5.3	Analyse des rekursiven Strukturgleichungsmodells.....	221
6.5.4	Analyse des nicht-rekursiven Strukturgleichungsmodells.....	225
6.5.5	Der Einfluß der Sitestruktur auf Flow: Inhaltliche Würdigung und Vergleich der getesteten Strukturgleichungsmodelle.....	227
7.	Zusammenfassung der Ergebnisse der Datenanalyse.....	229
Kapitel IV: Schlußbetrachtung und Ausblick		233
1.	Rückblick.....	235
2.	Methodenkritisches Fazit.....	239
2.1	Das Web-Experiment als Untersuchungsform.....	239
2.2	Güte der Stichprobe und Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse.....	241
2.3	Operationalisierung der theoretischen Konstrukte.....	243
2.4	Wertung der Arbeit aus wissenschaftstheoretischer Perspektive.....	245
3.	Inhaltliches Fazit.....	247
3.1	Der Einfluß der Site-Struktur auf die Effizienz der Informationssuche.....	247
3.2	Der Einfluß der Site-Struktur auf Flow als intervenierende Determinante des Nutzerverhaltens: Ein lineares Strukturgleichungsmodell.....	254
3.3	Relevanz der Ergebnisse für die Praxis des Marketing.....	258
4.	Ausblick.....	261
Anhang		263
Personenregister		315
Literatur		321
Eingesetzte Software.....		335