



Veselina Milanova

Die Gestaltung von Emotionen für die mobile User Experience

Veselina Milanova, Uni Hildesheim

Das kognitive Erleben von Nutzern ist unmittelbar durch Emotionen bestimmt. In der Konsumentenforschung wurde die Relevanz dieser Tatsache für Kaufentscheidungen bereits erkannt - heutzutage gibt es eine Vielfalt von Werbemaßnahmen, die Kunden emotional ansprechen sollen. Emotionen werden aber nicht nur durch Werbung vermittelt sondern auch durch das Produkt selbst. Diese „emotionale Botschaft“ des Produktes stellt ein weiteres Differenzierungsmerkmal dar, was bisher vor allem in mobilen Kontexten nur ungenügend erforscht wurde. Gerade in solchen Kontexten ist vieles flüchtiger, so dass es umso wichtiger ist, den emotionalen Teil der mobilen User Experience gezielt anzusprechen.

In diesem Beitrag wird ein Ansatz vorgestellt, der emotionale Aspekte in das Konzept einer mobilen Anwendung für Mitfahrgelegenheiten integriert. Dabei wird eine Methode zur Messung von Emotionen aufgezeigt sowie der Prozess der Emotionsgestaltung für diese Anwendung.