

Martin Salaschek

Vernetzte Prävention 2.0: Anforderungen zur Ausgestaltung digitalisierter Akteursnetzwerke

Ergebnisse der inforo.online-Evaluation (CAHPOT)

Einleitung

Der Forschungsverbund ‚Gesund aufwachsen‘ untersucht vernetzte und lebenslauforientierte Gesundheitsförderung für Kinder in Form von integrierten kommunalen Gesamtansätzen - in der Praxis auch Präventionsketten genannt - und wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert (FKZ EL1426B). Das Teilvorhaben CAHPOT (Community Access to Health Promotion via Online Tools) untersucht, wie die Vernetzung von Akteuren in diesem Bereich durch sogenannte organisationale soziale Online-Netzwerke (engl. Enterprise Social Networks; ESN) unterstützt werden kann, konkret durch die Website <https://www.inforo.online>. Im Zentrum der vorgestellten Untersuchungen steht dabei, welche Rahmenbedingungen für die Nutzung des Online-Netzwerks relevant sind sowie die Usability (Nutzerfreundlichkeit) und die User Experience (gesamtes Nutzungserlebnis) der Website? Im vorliegenden Beitrag berichten wir zentrale Ergebnisse aus acht qualitativen Interviews sowie zwei quantitativen Onlinebefragungen der Nutzenden ($n = 94$ und $n = 59$). Wichtigste Fragestellungen waren:

- Welche Motivatoren liegen der Nutzung des Online-Portals zugrunde, und welche Potenziale bietet inforo hinsichtlich dieser Faktoren?
- Wie intensiv und auf welche Art wird inforo genutzt?
- Wie hoch ist die Zufriedenheit mit der Usability, dem Inhalt und der Ästhetik sowie mit der gesamten User Experience von inforo vor dem geplanten Relaunch der Website?

Theoretischer Hintergrund

Die Forschung zu ESN ist noch jung, und es liegen kaum quantitativ-empirische Studien im Themenbereich vor. Die vorliegende Studie basiert auf einem Bedingungsmodell der Nutzung von Chin, Evans und Choo (2015); die Autoren identifizierten in einer qualitativen Fallstudie vier Dimensionen von Faktoren, die die ESN-Nutzung beeinflussten: technologische, organisationale, soziale und individuelle Faktoren, die wir in unseren Studien leicht adaptiert einsetzen.

- Technologische Faktoren: u.a. Inhalte auf inforo, Usability, wahrgenommene Sicherheit
- Organisationale Faktoren: u.a. Kollaborationsnormen unter inforo-Nutzenden (z.B. *„Das Teilen von Wissen wird von den inforo-Nutzer*innen als wichtig erachtet“*), Unterstützung durch Vorgesetzte, Valenz der Ziele von inforo
- Soziale Faktoren: u.a. Vertrauen unter den Nutzenden, soziale Normen (z.B. *„Ein hoher Anteil meiner Kolleg*innen nutzt inforo“*)

- Individuelle Faktoren: u.a. persönliche Innovationsbereitschaft, Erfahrung mit Sozialer Software; Vorhandensein von Ressourcen (Zeit, Kompatibilität mit Job)

Diese vier Faktoren ergeben im Modell den wahrgenommenen Wert der Plattform-Nutzung, geteilt in funktionalen und hedonistischen Wert. Wir fragten den wahrgenommenen Wert explizit ab (z.B. "Die Nutzung von inforo verbessert meine Effektivität bei der Arbeit" – funktionaler Wert – bzw. "Die Nutzung von inforo macht Spaß"). Der wahrgenommene Wert wiederum beeinflusst laut Modell maßgeblich Art und Intensität der Nutzung.

Die Erfassung der User Experience orientierte sich am components of user experience model (CUE-Model, Thüring & Mahlke, 2007). Das Modell postuliert drei Komponenten der User Experience: die Wahrnehmung instrumenteller Merkmale (z.B. die Kontrollierbarkeit des Systems) und nicht-instrumenteller Merkmale (z.B. visuelle Ästhetik) sowie emotionale Reaktionen (z.B. subjektive Gefühle). Usability beschreibt, inwieweit die Website eine effektive, effiziente und zufriedenstellende Zielerreichung innerhalb eines bestimmten Kontextes garantiert (ISO, 2015). Visuelle Ästhetik steht für das subjektive Gefallen einer Website (Moshagen & Thielsch, 2010). Im speziellen Kontext von Websites gelten die Konstrukte Usability, Inhalt und visuelle Ästhetik als maßgeblich für die User Experience (z.B. Thielsch et al., 2014).

Ergebnisse

Im Durchschnitt bewerteten die Nutzenden die Inhalte auf inforo (Teil der User Experience) auf einer siebenstufigen Likertskala als „eher positiv“; bei der Usability hingegen wurden die Orientierung auf der Seite und die Ästhetik (ebenfalls User Experience) als nicht zufriedenstellend bewertet. Inhalt ($r = .70^{***}$), Ästhetik ($r = .76^{***}$) und Usability ($r = .79^{***}$) zeigten dabei die höchsten Zusammenhänge mit der Bereitschaft zur Weiterempfehlung von inforo auf.

Bei allen Befragungen fiel darüber hinaus auf, dass die Nutzung der Plattform bisher insgesamt nicht sehr intensiv erfolgt; die meisten Befragten nutzten inforo fast ausschließlich konsumierend, d.h. sie lesen Beiträge und rufen sonstige Informationen ab. Zum Teil war den Nutzenden auch unklar, wie sie inforo zur Erreichung der eigenen Ziele nutzen können. Nur wenige Mitglieder zeigten eine beitragende Nutzung, d.h. sie erstellen selbst Textbeiträge, laden Materialien hoch u.ä. Es ist somit anzunehmen, dass Usability und User Experience eine „Torwächter“ für hohe Nutzung sind.

Inferenzstatistische Analysen bestätigten teilweise die Annahme, dass positive Zusammenhänge zwischen den vier Faktoren des Bedingungsmodells und der Nutzung von inforo bestehen. Dabei hing die Intensität der konsumierenden Nutzung vor allem mit der Bewertung der Inhalte und der Usability (beides technologische Faktoren), mit der Klarheit der Ziele (organisationale Faktoren) sowie mit der Kompatibilität mit dem Job (individuelle Faktoren) zusammen ($R^2 = .30$, $p < .001$). Die bereitstellende Nutzung wurde ebenfalls durch die Bewertung von Inhalt und Usability erklärt, darüber hinaus jedoch auch u.a. durch die wahrgenommene Sicherheit (ebenfalls technologische Faktoren) und die Unterstützung durch Vorgesetzte (organisationale Faktoren; $R^2 = .20$, $p < .001$).

Modellkonform hing das Ausmaß der Nutzung zum Teil mit dem wahrgenommenen Wert von inforo zusammen, jedoch nur zum Teil so stark wie zu erwarten wäre: Die konsumierende Nutzung

wurde durch beide Teile des wahrgenommenen Werts der Plattform zusammen in recht hohem Maße erklärt ($R^2 = .44$, $p < .001$); der hedonistische Wert trug dazu anteilig noch etwas stärker bei als der funktionale Wert. Die bereitstellende Nutzung wurde ebenfalls durch den wahrgenommenen Wert (gesamt) erklärt, allerdings in eher geringem Ausmaß ($R^2 = .17$, $p < .001$); es hatte nur der funktionale Wert für sich genommen einen signifikanten Einfluss. Hier ist jedoch zu beachten, dass möglicherweise durch die insgesamt niedrige beitragende Nutzung und somit durch Varianzeinschränkungen kein höherer Zusammenhang gezeigt werden konnte.

Ausblick

Die bisherigen Untersuchungen zeigten, dass infomorph bisher nicht breit genutzt wird, das Ziel der breiten Unterstützung von Netzwerken zur Gesundheitsförderung somit bisher insgesamt nicht zufriedenstellend erreicht wird. Die vorliegenden Ergebnisse sprechen dafür, dass eine Reihe von Faktoren Einfluss auf das Nutzungslevel hat, darunter solche, die durch eine Website nur schwer beeinflusst werden können (z.B. individuelle Bereitschaft zum digitalen Austausch, Unterstützung von Vorgesetzten). Die Ergebnisse zur Usability bzw. User Experience zeigen jedoch, dass die Nutzung im Schnitt umso höher ausfällt, je niedriger die Zugangsschwellen sind. Daher stellen Verbesserungen in diesem Bereich ein wesentliches Ziel des Relaunchs der Website dar, der im Sommer 2017 erfolgen soll. Die inferenzstatistischen Ergebnisse sprechen dafür, dass neben der allgemeinen Usability und der Bereitstellung von mehr hochwertigen Inhalten auch der Spaß an der Nutzung (hedonistischer Wert) gefördert werden sollte, was insbesondere eine Erhöhung der konsumierenden Nutzung erwarten lässt. Verbesserte Funktionalität ist hingegen für eine höhere beitragende Nutzung wichtig. Weitere Untersuchungen des Forschungsprojekts werden daher sowohl die Veränderungen von Usability und User Experience nach dem Relaunch der Plattform messen als auch analysieren, mit welchen weiteren Funktionen Akteure im Gesundheitsbereich bei ihrer Arbeit unterstützt werden können.

Literatur- und Quellenangaben:

Chin, C. P.-Y., Evans, N., & Choo, K.-K. R. (2015). Exploring Factors Influencing the Use of Enterprise Social Networks in Multinational Professional Service Firms. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 25(3), 289–315. doi:10.1080/10919392.2015.1058118

ISO (2015). Ergonomie der Mensch-System-Interaktion - Teil 11: Gebrauchstauglichkeit: Begriffe und Konzepte (ISO/DIS 9241-11:2015). Berlin: Beuth.

Moshagen, M. & Thielsch, M. T. (2010). Facets of visual aesthetics. *International Journal of Human-Computer Studies* 68, 689-709. doi:10.1016/j.ijhcs.2010.05.006

Thielsch, M. T., Blotenberg, I., & Jaron, R. (2014). User evaluation of websites: From first impression to recommendation. *Interacting with Computers*, 26(1), 89–102. doi: 10.1093/iwc/iwt033

Thüring, M., & Mahlke, S. (2007). Usability, aesthetics and emotions in human–technology interaction. *International Journal of Psychology*, 42(4), 253-264. doi: 10.1080/00207590701396674

Gesundheit Berlin-Brandenburg e.V. (Hrsg.): Dokumentation Kongress Armut und Gesundheit, Berlin 2017, Gestaltung des Headers: Britta Willim

Dr. Martin Salaschek

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

Kontakt:

Referat 2-24 Fortbildung/Qualifizierung/Hochschulkooperation

Maarweg 149-161

50825 Köln

martin.salaschek@bzga.de

<http://www.bzga.de>