

## PRESSEMITTEILUNG

### **AJAX – ABER RICHTIG: USABILITY-STUDIE ZUM EINSATZ DER WEB 2.0-TECHNOLOGIE BEI E-COMMERCE-ANGEBOTEN**

**München, 26.7.2007 – Gemeinsame Studie der Hochschule Furtwangen und der Ray Sono AG beleuchtet Nutzerfreundlichkeit von AJAX-basierten Internet-Angeboten / Untersuchung vergleicht herkömmliche Webanwendungen mit AJAX-basierten Lösungen / AJAX führt dabei nicht generell zu höherer Benutzerfreundlichkeit: Funktionalität, bestehende Nutzungsmuster und bisher gewohntes Feedback-Verhalten von Websites beeinflussen in hohem Maße die Akzeptanz**

Die Nutzung der Web 2.0-Technologie AJAX führt nicht automatisch zu einer höheren Benutzerfreundlichkeit bei Internet-basierten E-Commerce-Anwendungen. Dies ist das zentrale Ergebnis der Diplomarbeit von Ina Mayer, Mitarbeiterin der Ray Sono AG, für die Hochschule Furtwangen University (HFU). Methodische Grundlage der Studie ist ein Vergleichstest, bei dem die Bedienungsfreundlichkeit dreier Websites im E-Commerce-Bereich jeweils mit und ohne AJAX-Funktionalität im Rahmen von Usability-Tests durch insgesamt 20 Anwender bewertet wurden. Die Studie greift dabei auf real existierende AJAX-basierte Online-Angebote zurück, deren Pendant im Rahmen der Studie bei Ray Sono nachgebaut wurden.

Die Ergebnisse überraschen nicht: So ließ sich keine eindeutige Bewertung zugunsten Web 2.0-basierter oder herkömmlicher Programmieransätze bestimmen. Vielmehr war die Akzeptanz von Internet-Angeboten in hohem Maß vom subjektiven Nutzen geprägt, den die Testpersonen den einzelnen Funktionen der Websites zuschreiben. „Unsere Ergebnisse zeigen klar, dass AJAX-basierte Anwendungen zwar oftmals den Spieltrieb der Benutzer befriedigen und deshalb zunächst als ‚neu‘ und ‚aufregend‘ empfunden werden. Letztlich steht für den Nutzer jedoch die Zweckorientierung der Interaktionsform im Vordergrund“, erklärt Ina Mayer.

Zusammenfassend interpretiert Ina Mayer in ihrer Studie, dass der Einsatz von AJAX nicht generell als benutzerfreundlicher eingestuft werden kann. Neben der geforderten Zweckorientierung sind es häufig auch bereits bestehende Standards, wie z.B. die gewohnte Anzeige einer Kalenderfunktionen, die nur dann von Nutzern in einer neuen Form akzeptiert werden, wenn sie einen deutlich höheren Grad an Selbsterklärung aufweisen, als ihr HTML-Vorgänger.

Auch hinsichtlich der durch den Nutzer nicht mehr unmittelbar erkennbaren System-Feedbacks bei AJAX-Anwendungen gibt Ina Mayer eindeutige Empfehlungen: „Internet-Nutzer sind gewohnt, nach Absenden

**Hintergrund Ray Sono**

Die Ray Sono AG ist Partner für die Konzeption, Implementierung und Betreuung innovativer internetbasierter Lösungen. Ray Sono gestaltet und optimiert die elektronischen Geschäftsabläufe seiner Kunden und fokussiert sich dabei auf Corporate Websites und Portale, E-Finance Beratungs- und Vertriebssysteme sowie Trainings- und Simulationslösungen. Zu den Kunden von Ray Sono zählen Unternehmen aus allen Bereichen der Wirtschaft: Austrian Airlines, Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, BMW Group, Deutsche Bundeswehr, EADS, General Dynamics, HDW, HypoVereinsbank, L´TUR, Lufthansa, MAN Nutzfahrzeuge Gruppe, Mövenpick Hotels & Resorts, Postbank, Siemens und Thomas Cook.

**Weitere Informationen:****Ray Sono AG**

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Nadine Dierk

Tel: 089 74646-124

Fax: 089 74646-100

E-Mail: [nadine.dierk@raysono.com](mailto:nadine.dierk@raysono.com)

[www.raysono.com](http://www.raysono.com)

**WORDUP Public Relations**

Achim von Michel

Tel: (089) 2 878 878 0

Fax: (089) 2 878 878 9

E-Mail: [vonmichel@wordup.de](mailto:vonmichel@wordup.de)

[www.wordup.de](http://www.wordup.de)