

Analyse und Evaluation der Effekte von geschlechtsspezifischem Webdesign auf Ästhetik, Usability und Vertrauenswürdigkeit

Thema:

Analyse und Evaluation der Effekte von geschlechtsspezifischem Webdesign auf Ästhetik, Usability und Vertrauenswürdigkeit

Art:

BA

BetreuerIn:

Marie Sautmann

BearbeiterIn:

Dena Mehr

ErstgutachterIn:

Christian Wolff

ZweitgutachterIn:

Niels Henze

Status:

abgeschlossen

Stichworte:

gender, webdesign

angelegt:

2024-12-13

Anmeldung:

2025-02-18

Antrittsvortrag:

2025-01-27

Abgabe:

2025-04-22

Hintergrund

Studien zeigen einen Unterschied in der Wahrnehmung von Webseiten abhängig vom Geschlecht (gender) der ErstellerInnen der Seite oder vom Geschlecht (gender) der BetrachterInnen. Die Ergebnisse weisen jedoch auf eher geringe und lediglich punktuelle Unterschiede hin, die bislang geschlechtsspezifisches Webdesign scheinbar nicht ausreichend motivieren. Bisherige Untersuchungen fokussieren häufig auf die Wahrnehmung von Webseiten, nicht die Interaktion mit ihnen. Diese Studien sind außerdem nicht ganz aktuell (~2005-2010), sodass fraglich ist, ob die Ergebnisse für modernes Webdesign überhaupt aussagekräftig bleiben. Neben Aspekten wie Ästhetik oder Usability rückt auch die Vertrauenswürdigkeit von Webseiten in den Fokus der Betrachtung, ebenfalls mit geschlechtsspezifischen Implikationen. Auch der Blick auf Geschlecht hat sich in den letzten Jahren geändert – in der HCI erheben wir in Studien das Geschlecht aber weiterhin oft binär.

Zielsetzung der Arbeit

Im Rahmen dieser Arbeit soll in einem ersten Schritt analysiert werden, für welche Aspekte oder Elemente von Webseiten bzw. Webdesign bisher geschlechtsspezifische Unterschiede festgestellt wurden und welche Limitationen die Untersuchungen haben (z.B. fehlende Interaktion, Art der Webseite, ...). In einer Befragung soll von DesignerInnen erhoben werden, ob Geschlecht (inzwischen/überhaupt) ein beachteter Faktor in der Gestaltung von Webseiten ist und welche (anderen) Aspekte als zentral wahrgenommen werden. Auf Basis dieser Quellen soll in einer prototypischen Anwendung Elemente geschlechtsspezifischen Designs umgesetzt und unter Beachtung aktueller, geschlechtssensibler Erkenntnisse (z.B. bei der Erhebung von gender) in Bezug auf Usability, Ästhetik und Vertrauenswürdigkeit evaluiert werden.

Konkrete Aufgaben

- Literaturrecherche zu geschlechtsspezifischem Webdesign, Erstellung einer strukturierten Übersicht der Ergebnisse (1 Woche)
- Befragung von DesignerInnen zu zentralen Aspekten bei der Gestaltung (Fokus auf Geschlecht) (1 Woche)
- Umsetzung einer prototypischen Anwendung mit Elementen geschlechtsspezifischen Designs (2 Wochen)
- Evaluation des Prototyps in Bezug auf Usability, Ästhetik, Vertrauenswürdigkeit (2 Wochen)
- Schriftliche Ausarbeitung (2 Wochen)

Erwartete Vorkenntnisse

- digitales Prototyping
- qualitative Datenerhebung und -analyse
- Usability-Evaluation (qualitativ/quantitativ)

Weiterführende Quellen

Moss, G., Gunn, R., & Heller, J. (2006). Some men like it black, some women like it pink: consumer implications of differences in male and female website design. *Journal of Consumer Behaviour*, 5(4), 328–341. <https://doi.org/10.1002/cb.184>

Moss, G. A., Gunn, R. W., & Kubacki, K. (2007). Gender and Web Design: The Implications of the Mirroring Principle for the Services Branding Model. *Journal of Marketing Communications*, 14(1), 37–57. <https://doi.org/10.1080/13527260701717214>

Mahazari, A., & Ahmadzadeh, M. (2013). Finding Gender Preferences in E-Commerce Website Design by an Experimental Approach. *International Journal of Applied Information Systems (IJ AIS)*, 5(2), 35–40.

Bauerly, M. & Liu, Y. (2008). Effects of Symmetry and Number of Compositional Elements on Interface and Design Aesthetics. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 24(3), 275–287.

Schmidt, T., & Wolff, C. (2018). The Influence of User Interface Attributes on Aesthetics. *i-com*, 17(1), 41–55.

Tuch, A. N., Bargas-Avila, J. A. & Opwis, K. (2010). Symmetry and aesthetics in website design: It's a man's business. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1831–1837.

Tuch, A. N., Presslauer, E. E., Stöcklin, M., Opwis, K. & Bargas-Avila, J. A. (2012). The role of visual complexity and prototypicality regarding first impression of websites: Working towards understanding aesthetic judgments. *International Journal of Human Computer Studies*, 70 (11), 794–811.

Hsu, Y. (2006). Better educational website interface design: the implications from gender-specific preferences in graduate students. *BJET*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2006.00532.x>

Simon, S. J., & Peppas, S. C. (2005). Attitudes Towards Product Website Design: A Study of the Effects of Gender. *Journal of Marketing Communications*, 11(2), 129–144.
<https://doi.org/10.1080/1352726042000286507>

From:

<https://wiki.mi.uni-r.de/> - **MI Wiki**

Permanent link:

https://wiki.mi.uni-r.de/arbeiten/genderbased_webdesign

Last update: **23.04.2025 10:54**

