



University of Zurich
Department of Informatics

Feldtest mobiler Tourismus- Communities

**Diplomarbeit im Fach Informatik
vorgelegt von**

Christof Häusler
Schlieren, Schweiz
Matrikelnummer: 97-707-541

Betreuer: M.Sc. Marco Prestipino
Abgabetermin: 6. Oktober 2006

Universität Zürich
Institut für Informatik (IFI)
Binzmühlestrasse 14, CH-8050 Zürich, Schweiz

I Zusammenfassung

Auf einer Reise ergeben sich vielschichtige Informationsbedürfnisse, die in kürzester Zeit befriedigt sein wollen: Was soll ich unternehmen? Wann ist dies möglich? Wo muss ich hin? Wie komme ich dorthin? Um diese, auch ad hoc auftretenden Fragen beantworten zu können, ist ein leistungsfähiger, aktueller Reiseführer notwendig. In der vorliegenden Diplomarbeit wurde der Einsatz von mobilen Tourismus-Communities auf einer Städtereise anhand eines explorativen Feldtests evaluiert. Dabei wurde festgestellt, dass der mobile Internetzugang alleine nicht ausreicht, ein eigenständiger, einsatzfähiger Reiseführer zu sein. Zwar zeigte die Auswertung dieser Studie, dass ein mobiles Endgerät einen Mehrwert dank Tagesaktualität und Informationsvielfalt des Internets bietet, doch konnten diese Vorteile die aufgetretenen Mängel wie lange Antwortzeiten, Unlesbarkeit von Webseiten aufgrund fehlender PDA-Optimierung sowie mangelndes Kartenmaterial nicht kompensieren.

II Abstract

Tourists face a lot of information needs on their holidays that have to be satisfied in a short time frame: What should I do? When will I do it? Where is it located? How can I get there? To solve these kind of ad hoc problems tourists need a high-performance, up-to-date travel guide. In the presented diploma thesis, mobile tourism communities have been evaluated in use of city travellers by an exploratory field test. It occurred that a mobile Internet connection isn't sufficient to be a stand-alone travel guide. Even though the study analysis showed that a mobile device offers added value due to daily up-to-datedness and information diversity, these advantages couldn't compensate the deficiencies like long response times, unreadable websites due to missing PDA optimization and the lack of usable maps that emerged during the test.

III Inhaltsverzeichnis

I Zusammenfassung.....	I
II Abstract.....	I
III Inhaltsverzeichnis.....	II
IV Abkürzungsverzeichnis	VI
V Abbildungsverzeichnis.....	VII
VI Tabellenverzeichnis	VIII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	7
1.2 Zielsetzung	8
1.3 Vorgehen	9
2 Reise-Informationssysteme.....	11
2.1 Nichtkollaborative Reise-Informationssysteme.....	11
2.2 Kollaborative Reise-Informationssysteme	13
2.2.1 Traditionelle online Tourismus-Communities	13
2.2.2 Wiki-Tourismus-Communities.....	15
2.2.3 Online Tourismus-Communities mit persönlichen Bereichen	16
2.2.4 Mobile Tourismus-Communities.....	16

Feldtest mobiler Tourismus-Communities

2.2.5	Mischformen.....	19
3	Feldtest	22
3.1	Testvorbereitungen	22
3.1.1	Wahl der Testumgebung	22
3.1.2	Auswahl der online Tourismus-Communities.....	24
3.1.3	Auswahl des PDA-Phones	25
3.2	Testdesign.....	30
3.2.1	Leitfragen	30
3.2.2	Probanden.....	31
3.2.3	Konfiguration des PDA-Phones	34
3.2.4	Testablauf.....	36
3.2.5	Übersicht der durchgeführten Tests.....	39
3.3	Testauswertung.....	42
3.3.1	Schriftlicher Fragebogen.....	42
3.3.2	Leitfragengespräch.....	43
3.3.3	Browser History.....	43
3.4	Ergebnisse.....	44
3.4.1	Schriftlicher Fragebogen.....	44
3.4.2	Leitfragengespräch.....	46

Feldtest mobiler Tourismus-Communities

3.4.3	Browser History.....	63
4	Diskussion.....	74
4.1	Mobilitätseffekte.....	74
4.2	Persönliche Bereiche.....	78
4.3	Moblogging	80
4.4	Online-Koordination	81
4.5	Zahlungsbereitschaft	83
4.6	Usability	84
5	Fazit und Ausblick.....	88
5.1	Fazit.....	88
5.2	Ausblick	90
VII	Quellenverzeichnis	92
VIII	Anhang.....	97
VIII.I	URL der kollaborativen Reise-Informationssystemen.....	97
VIII.II	Gewichtete Entscheidungsmatrix	98
VIII.III	URL der auf dem PDA-Phone gespeicherten Webseiten.....	101
VIII.IV	Vereinbarung bei der Ausleihe des Qtek 9000	102
VIII.V	Schriftlicher Fragebogen.....	102
VIII.VI	Ergebnisse der schriftlichen Fragebögen.....	103

Feldtest mobiler Tourismus-Communities

VIII.VII	Interview-Leitfaden	106
VIII.VIII	Transkribierte Leitfragengespräche	108
VIII.IX	Zugriffsblöcke der Probanden	164
VIII.X	Zürich-Informationssysteme	174
VIII.XI	Meeting-Blogs.....	175

IV Abkürzungsverzeichnis

ARC	Austrian Research Centers
EPSRC	Engineering and Physical Sciences Research Council
GPRS	General Packet Radio Service
GPS	Global Positioning System
GSM	Global System for Mobile Communication
MMS	Multimedia Messaging Service
PDA	Personal Digital Assistant
SMS	Short Message Service
SNSF	Swiss National Science Foundation
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
URL	Uniform Source Locator
WLAN	Wireless Local Area Network

V Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Informationsbedürfnisbefriedigung von Informationssystemen.....	6
Abbildung 2: UMTS-Netzabdeckung der Stadt Zürich.....	23
Abbildung 3: Mobilfunktechnologien im Vergleich	27
Abbildung 4: PDA-Phone Qtek 9000	29
Abbildung 5: Altersverteilung der Probanden	32
Abbildung 6: Internetfähigkeiten der Probanden	33
Abbildung 7: Beispieleintrag in einen persönlichen Travel-Blog.....	37
Abbildung 8: Auszug aus dem Meeting-Blog - Eintrag 1	54
Abbildung 9: Auszug aus dem Meeting-Blog - Eintrag 2	54
Abbildung 10: Auszug aus dem Meeting-Blog - Eintrag 3	55
Abbildung 11: Zahlungsbereitschaft zur Informationsgewinnung.....	56
Abbildung 12: Zahlungsbereitschaft zur Informationsgenerierung	57
Abbildung 13: Suchaufwand.....	59
Abbildung 14: Benutzerzufriedenheit.....	60
Abbildung 15: Prozentuale Verteilung der Internetzugriffe (unbereinigt)	65
Abbildung 16: Prozentuale Verteilung der Internetzugriffe	66
Abbildung 17: Aufteilung der Gruppierung Aufgabenstellung	67
Abbildung 18: Aufteilung der Gruppierung Tourismus-Communities	68
Abbildung 20: Aufteilung der Gruppierung Informationen über Zürich.....	70
Abbildung 21: Dauer der Zugriffsblöcke.....	71
Abbildung 22: Kurzzugriffsblöcke.....	72
Abbildung 23: Der subjektiv optimale Reiseführer.....	89

VI Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gewichtung der Kriterien	26
Tabelle 2: Bewertung der Kriterien	28

1 Einleitung

An der 7. Internationalen Tagung der Wirtschaftsinformatik 2005 in Bamberg wurde von [Pres05, S.1] vorgeschlagen, virtuelle Communities¹ auch als Informationssysteme zu betrachten. Diese neue Sichtweise von virtuellen Communities anerkannte somit nicht nur die bereits in der Community-Forschung vielfach diskutierte soziale Bindung in virtuellen Communities, sondern auch deren Potential, Informationsbedürfnisse zu befriedigen. Aufgrund der gewonnenen ersten Erkenntnisse – unter anderem aus Arbeiten von [Sute04] und [Wald04] – wurde folgende Konklusion verfasst:

“Die überraschend hohe Leistungsfähigkeit schon einer kleineren Community in Verbindung mit dem Aufkommen vernetzter mobiler Endgeräte lässt uns vermuten, dass die Informationsverarbeitung von Reisenden vor einem Umbruch steht: Der Reiseführer wird ersetzt durch ein mobiles Endgerät. Dieses wird aber nicht – wie häufig behauptet – hauptsächlich mit professionell erstelltem Content gefüllt sein, sondern neben einem allgemeinen Internetzugang Informationsdienstleistungen von einer Tourismus-Community enthalten.“²

Seither wurden in der Forschungsgruppe Informationsmanagement am Institut für Informatik der Universität Zürich einige Anstrengungen unternommen, das Potential der virtuellen Tourismus-Communities in Bezug auf Informationsbedürfnisbefriedigung von Reisenden empirisch zu erfassen³. Dies waren neben Evaluationen bezüglich der

¹ “Virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace.“ [Rhei93, S.XX]

² [Prest05, S.13]

³ SNSF-Projekt “Online Tourism Community Support“

Einleitung

Leistungsfähigkeit von virtuellen Tourismus-Communities – wie z. B. in der Arbeit von [Kern05], welche aufzeigte, dass virtuelle Tourismus-Communities im Vergleich mit gedruckten Reiseführern

- bessere Antworten auf Informationsbedürfnisse
- Informationen mit Hilfe der Suchmaschine schneller
- jedoch erstaunlicherweise nicht aktuellere⁴ Informationen

liefern – auch Prototypen von mobilen Tourismus-Communities wie z. B. in [Albi05].

Neben den Forschungsbemühungen der Universität Zürich gibt es noch einige andere Projekte, welche das Ziel verfolgen, mobile Unterstützung für Reisende zu erforschen. Einige dieser Projekte werden hier kurz mit ihrer Zielformulierung vorgestellt.

Laufende Projekte:

- EU-Projekt 'Aladdin'
“The EU project Aladdin aims to develop a mobile destination system that combines both the provision of a mobile incoming tour operator workspace and a mobile content and service management system for destinations. Thereby Aladdin will consider different usage scenarios, having in mind the variety of holiday types, such as culture, city or sun destination trips and different types of travellers, like business and leisure travellers in groups or as individuals.”⁵

⁴ Die Community kann sich jedoch mit zunehmender Anzahl User und deren Beteiligung diesbezüglich steigern, wohingegen bei gedruckten Reiseführern aus ökonomischen Gründen keine Verkürzung des Ausgabenzklus erwartet werden kann. Zur User-Beteiligung in Tourismus-Communities siehe auch [Wang04]

⁵ [Schr06, S.2]

- EU-Projekt 'm-LOMA'
"m-LOMA 3D City Map is the first real-time rendered, realistic and scalable 3D map application running on mobile phones. (...) It is intended to make traveling to a neighboring country easier and more comfortable."⁶
- University of Waikato-Projekt 'TIP'
*"TIP is a mobile system that delivers tourist information about sights (information objects) based on the user's context: their location, two personal profiles describing interest in (semantic) sight groups and topics, and the user's travel history."*⁷

Abgeschlossene Projekte:

- EU-Projekt 'CRUMPET'
*"The overall aim of CRUMPET is to implement, validate and trial tourism-related value-added services for nomadic users (across mobile and fixed networks)."*⁸
- EU-Projekt 'TellMaris'
*"The main objective of the project is to evaluate the usability of 3D maps provided on mobile computers for access to tourist information, and to explore how much such maps can help tourists to make better decisions when traveling and planning their holiday."*⁹

⁶ [Nurm06b, S.1]

⁷ [Hinz05, S.2]

⁸ [Posl01, S.5]

⁹ [Laak03, S.1]

- EPSRC¹⁰-Projekt 'GUIDE'

*"The GUIDE system has been built to overcome many of the limitations of the traditional information and navigation tools available to city visitors. (...) The system combines mobile computing technologies with a wireless infrastructure to present city visitors with information tailored to both their personal and environmental contexts."*¹¹

- ACR-Projekt 'Lol@'

*"The aim of Lol@ is to implement and validate a prototype of a location-based multimedia electronic tourist guide based on UMTS/GPRS."*¹²

- Georgia Institute of Technology-Projekt 'Cyberguide'

*"The long-term goal is an application that knows where the tourist is, what she is looking at, can predict and answer questions she might pose, and provide the ability to interact with other people and the environment."*¹³

Diese Projekte gehen jedoch in der Regel von professionell und redaktionell erstellten Inhalten aus, was aufgrund der enormen Kosten für qualitativ hoch stehende Information oft dazu führte, dass sie in der Prototypphase stecken blieben und nicht mehr weiterverfolgt wurden.

¹⁰ "The UK Government's leading funding agency for research and training in engineering and the physical sciences" (<http://www.epsrc.ac.uk/default.htm>)

¹¹ [Chev00, S.17]

¹² [Umla03, S.163]

¹³ [Abow97, S.421]

Einleitung

An der Universität Zürich wird ein komplett anderer Ansatz verfolgt. Dabei sollen die frei verfügbaren, kollaborativ erstellten Inhalte der Mitglieder von virtuellen Tourismus-Communities als Informationsquelle dienen. Wie bereits erwähnt, sind solche virtuellen Tourismus-Communities durchaus in der Lage, gewünschte, hoch qualitative Inhalte anzubieten. Funktionierende virtuelle Tourismus-Communities als kollaborative Informationssysteme haben nämlich im Gegensatz zu nichtkollaborativen Informationssystemen (z. B. einem gedruckten Reiseführer) den Vorteil, dass sie natürlichsprachig kommunizieren und somit das Informationsbedürfnis des Einzelnen in einer Diskussion iterativ ermitteln und verfeinern¹⁴ können. Diese Diskussionen führen dazu, dass

- Neue Informationsbedürfnisse erkannt werden
(In nachfolgender schematischer Abbildung führt dies zu einer Vergrößerung des Informationsbedürfnisses)
- Ausformuliertes Informationsbedürfnis präzisiert wird und sich dadurch dem tatsächlichen Informationsbedürfnis anpasst
(In nachfolgender schematischer Abbildung führt dies zu einer Vergrößerung des ausformulierten Informationsbedürfnisses und gleichzeitiger Verschiebung in Richtung tatsächlichem Informationsbedürfnis)
- Verfügbare Information ansteigt
(Dies führt in nachfolgender schematischer Abbildung zu einer Vergrößerung der verfügbaren Information und gleichzeitiger Verschiebung in Richtung ausformuliertem Informationsbedürfnis und tatsächlichem Informationsbedürfnis)

¹⁴ vgl. [Pres05, S.4]

Einleitung

Dadurch vergrößert sich, wie in nachfolgender schematischer Abbildung sichtbar, die Schnittfläche¹⁵ von Informationsbedürfnis, ausformuliertem Informationsbedürfnis¹⁶ sowie verfügbarer Information und führt zu einem leistungsfähigeren Informationssystem. Im Idealfall werden diese drei Kreise deckungsgleich.

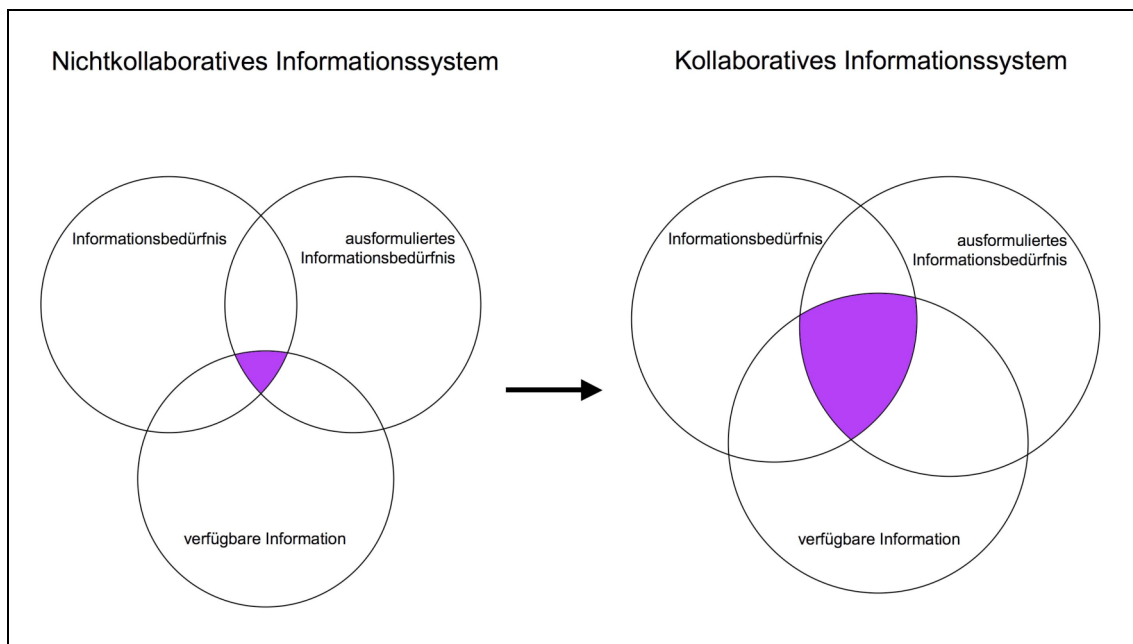


Abbildung 1: Informationsbedürfnisbefriedigung von Informationssystemen
(Quelle: in Anlehnung an [Pres04, S.4])

¹⁵ Die Schnittfläche repräsentiert die erhaltene passende Informationsmenge

¹⁶ Das Problem, dass der ausformulierte Informationsbedarf normalerweise nicht dem tatsächlichen Informationsbedarf entspricht, wurde von [Belk82, S.62] als *“anomalous state of knowledge“* bezeichnet

1.1 Problemstellung

Eine Reise kann in drei verschiedene Phasen aufgeteilt werden:

- Vor der Reise
- Während der Reise
- Nach der Reise

Dabei entstehen in jeder Phase unterschiedliche Informationsbedürfnisse seitens des Reisenden¹⁷. Während vor der Reise die Informationsbeschaffung im Zentrum steht, geht es nach der Reise v. a. um die Dokumentation des Erlebten¹⁸. In diesen beiden Phasen steht dem Reisenden normalerweise genügend Zeit zur Verfügung, wohingegen während der Reise Zeit ein knappes Gut darstellt und somit sehr kostbar ist. Dies wiederum hat zur Konsequenz, dass auf Reisen häufig auftretendes neues Informationsbedürfnis¹⁹ schnell befriedigt werden muss. Gründe für solche spontan auftretenden Informationsbedürfnisse sind mannigfaltig: Sie können persönlicher, klimatischer, geologischer oder auch politischer Art²⁰ sein. So kann beispielsweise eine geplante Wanderung aufgrund der Wetterverhältnisse nicht durchgeführt werden und man muss kurzfristig umdisponieren. Interessanterweise wird das Internet jedoch nur selten während der Reise genutzt, überwiegend dient es als Informationsquelle zur Reisevorbereitung²¹. Hauptgrund hierfür dürfte sein, dass man auf einer Reise gewöhnlich keinen permanenten eigenen Internetzugang hat und deshalb ein Internet-

¹⁷ Alle Bezeichnungen für Personen in dieser Arbeit sind in generischer Form zu verstehen und schliessen jeweils Mann und Frau ein

¹⁸ Diese Informationen haben nicht nur einen hohen Eigenwert (Erinnerungen), sondern sind auch besonders wertvoll für zukünftige Reisende

¹⁹ [Pres06]

²⁰ Diese Aufzählung ist nicht abschliessend zu verstehen

²¹ vgl. [Schm03, S.4]

Einleitung

Café aufsuchen muss, um Zugang zum Internet zu erhalten, was verständlicherweise nicht jedermanns Sache ist. Dieser Umstand soll durch den Einsatz von mobilen Endgeräten behoben werden.

Bis anhin wurde die Leistungsfähigkeit von online Tourismus-Communities ausschliesslich für den Gebrauch an PCs evaluiert und dort auch für gut befunden. Die beiden Phasen der Reisevor- sowie auch der Reisenachbereitung können somit von speziell dafür vorgesehenen kollaborativen Informationssystemen gut abgedeckt werden. Wie leistungsfähig sind nun aber mobile Tourismus-Communities²² im Einsatz während einer Reise? Bieten sie das, was man sich in der Theorie²³ von ihnen verspricht? Das Potential von mobilen Endgeräten auf Reisen wurde vielerorts erkannt. Wie bereits früher erwähnt, gehen diese Bemühungen jedoch fast ausschliesslich in Richtung von nichtkollaborativen Informationssystemen. Wie steht es nun aber um die Leistungsfähigkeit von online Tourismus-Communities in Verbindung mit einem mobilen Endgerät während einer Reise? Diese Frage ist bis heute noch gänzlich unerforscht und soll deshalb in dieser Arbeit explorativ evaluiert werden.

1.2 Zielsetzung

Das Potential von mobilen Endgeräten auf Reisen als jederzeit verfügbare und vielseitig verwendbare Informationsquelle wurde erkannt und die Leistungsfähigkeit von online Tourismus-Communities bewiesen. In dieser Arbeit soll nun der Einsatz von online Tourismus-Communities mit einem mobilen Endgerät in einer explorativen Studie²⁴ mittels eines Feldtests mit Reisenden erstmals evaluiert werden. Oder die eingangs erwähnte Konklusion referenzierend:

²² Eine Arbeitsdefinition für den Begriff “mobile Tourismus-Community“ folgt in Kapitel 2

²³ Aktualität, Vollständigkeit

²⁴ Explorativ deshalb, weil man praktisch noch nichts weiss über das Zusammenspiel von mobilen Endgeräten mit online Tourismus-Communities

Einleitung

Kann ein mobiles Endgerät, lediglich mit Internetzugang versehen, einen gedruckten Reiseführer ersetzen?

Diese Frage und folgende Fragenkomplexe sollen in dieser Arbeit beantwortet werden:

- Bringt Mobilität einen Mehrwert derart, dass Information abgefragt wird, die man ansonsten aufgrund der zeitlichen Differenz bis zum nächsten Internetanschluss nicht nachfragen würde?
- Erzeugen persönliche Bereiche²⁵ am Beispiel von Travel-Blogs einen Mehrwert für andere Nutzer mit ähnlichen Interessen in der Form, dass sie infolge der Strukturierung einfacher zu gewünschter Information gelangen? Steigert die zeitnahe Erstellung sowie Benachrichtigung neuer Einträge diesen Nutzen?
- Führt die Möglichkeit des Mobloggings zu einer Verminderung der Hemmschwelle, öffentlich zugängliche Information zu generieren?
- Wird ein internetbasiertes Werkzeug – am Beispiel eines Blogs – zur Koordination mobil genutzt? Wie wird dabei kommuniziert?
- Wie hoch ist die Zahlungsbereitschaft für den benötigten Datenverkehr?
- Wie wird die Usability eines mobilen online Reiseführers bewertet?

1.3 Vorgehen

Nach erfolgtem Einleitungsteil, welcher den Forschungszusammenhang, die Problemstellung sowie das Ziel dieser Arbeit dargelegt hat, werden in Kapitel 2 die verschiedenen Reise-Informationssysteme beschrieben und deren Stärken und Schwächen aufgezeigt. Des Weiteren werden die unterschiedlichen Definitionen von mobilen Communities aufgezeigt und eine Arbeitsdefinition festgelegt. In Kapitel 3 wird der in dieser Arbeit durchgeführte Feldtest mobiler Tourismus-Communities genau beschrieben und ausgewertet, wobei Wert darauf gelegt wird, noch keine

²⁵ Communities mit persönlichen Bereichen werden im nächsten Kapitel (siehe Kapitel 2.2.3) beschrieben

Einleitung

Interpretationen in diese Ergebnisse einfließen zu lassen. Diese folgen dann in Kapitel 4, in dem die Ergebnisse anhand von, im Design des Feldtest definierten, Leitfragenkomplexen interpretiert und diskutiert werden. In Kapitel 5 wird die zentrale Frage, ob ein mobiles Endgerät den Reiseführer ersetzen kann, beantwortet und werden Optionen für die Weiterentwicklung von bestehenden zu mobilen Tourismus-Communities aufgezeigt.

2 Reise-Informationssysteme

In diesem theoretischen Kapitel geht es um die Einordnung der verschiedenen Reise-Informationssysteme in kollaborative und nichtkollaborative Informationssysteme. Zur Auswahl der verschiedenen Reise-Informationssysteme wird das in [Schw05, S.4] vorgestellte Framework verwendet und um Mischformen erweitert.

2.1 Nichtkollaborative Reise-Informationssysteme

Nichtkollaborative Reise-Informationssysteme sind Informationssysteme bei denen die Inhalte nicht gemeinschaftlich erstellt werden, sondern ein Autor oder ein Autorenteam diese erstellt und dann interessierten Personen kostenpflichtig oder auch (eher seltener) kostenlos zur Verfügung stellt. Die bekannteste Form hierfür ist der gedruckte Reiseführer. Anbieter gibt es unzählige, so dass an dieser Stelle nur einige wenige genannt werden können:

- Lonely Planet
- Rough Guide
- Dorling Kindersley
- Dumont
- Marco Polo
- Baedeker

Gedruckte Reiseführer sind sich in Art und Aufbau sehr ähnlich und überzeugen im Vergleich mit kollaborativen Reise-Informationssystemen v. a. durch ihre klare Struktur²⁶.

²⁶ vgl. [Schw05, S.11]

Dem Siegeszug des Internet²⁷ konnten sich die Verlage nicht verschliessen und bieten deshalb auch diverse Angebote online an. So besitzen alle Verlage eine eigene Webseite, auf der man bereits einige erste Informationen über das gewünschte Reiseziel finden kann. Des Weiteren werden auch zusätzliche Produkte wie:

- E-Books²⁸
- Digitales interaktives Kartenmaterial
- PodScrolls²⁹
- Audio Guides
- etc.

angeboten.

Entscheidend für nichtkollaborative Reise-Informationssysteme ist, dass Autoren sowie Leser klar getrennt sind und die Leser somit nur schwer einen Beitrag leisten³⁰ können. Dies wirft jedoch folgende Frage auf:

“Do we still accept the claim of professional journalists to be the knowledge managers of our daily life when we can manage it by ourselves?”³¹

Wird diese Frage mit nein beantwortet, führt dies direkt zu den im nächsten Kapitel behandelten kollaborativen Reise-Informationssystemen.

²⁷ Aktuell über eine Milliarde Internetuser weltweit (17 % der Bevölkerung) gemäss Statistik von Internet World Stats (<http://www.internetworldstats.com>, 30.9.2006)

²⁸ Elektronische Bücher zur Verwendung mit Computern oder mobilen Geräten

²⁹ Reiseführer für den iPod (MP3-Player von Apple)

³⁰ Leser können Dinge beanstanden, die vielleicht in der nächsten Ausgabe korrigiert werden

³¹ [Kuhl03, S.16]

2.2 Kollaborative Reise-Informationssysteme

Kollaborative Reise-Informationssysteme entstehen, wie es der Name bereits sagt, durch Gemeinschaftsarbeit. Hierbei wird die Grenze zwischen Autoren und Leser vollständig aufgehoben und beiden ermöglicht, sowohl Leser als auch Autor zu sein. Solche kollaborativen Informationssysteme sind offen, d.h. jeder kann seinen Beitrag leisten und Informationen publizieren. Zusätzlich sind sie meist auch kostenlos, um eine möglichst grosse Anzahl Personen zu erreichen, denn der Erfolg von kollaborativen Informationssystemen hängt direkt von der Anzahl der Teilnehmenden sowie deren Bereitschaft, Informationen preiszugeben, ab. Dabei kann eine riesige Menge an verfügbarer Information entstehen³², was jedoch häufig auf Kosten der Struktur geht, wenn das Informationssystem nicht speziell dafür konzipiert³³ wurde.

Die verschiedenen Formen von kollaborativen Reise-Informationssystemen wie traditionelle online Tourismus-Communities, Wiki-Tourismus-Communities, Tourismus-Communities mit persönlichen Bereichen, mobile Tourismus-Communities sowie Mischformen davon, werden in den nachfolgenden Unterkapiteln vorgestellt. Dabei werden nur Tourismus-Communities ohne regionale Reisezielbeschränkung exemplarisch aufgeführt.

2.2.1 Traditionelle online Tourismus-Communities

Traditionelle online Tourismus-Communities bestehen schon seit einigen Jahren mit beachtlichem Erfolg. In diesen Communities geht es primär um die Kommunikation unter den Community-Mitgliedern. Dabei werden v. a. Reiseerfahrungen ausgetauscht, sowie Fragen zu Reisezielen beantwortet und Meinungen diskutiert. Wie bereits in Kapitel 1 aufgezeigt, führt diese natürlichsprachige Kommunikation zu bedürfnisgerechterer Information.

³² Wikipedia besteht z. B. laut eigener Aussage aus über fünf Millionen Artikeln in 229 verschiedenen Sprachen (<http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>)

³³ Siehe Tourismus-Wiki-Communities

Die Diskussionen in traditionellen online Tourismus-Communities werden in Foren³⁴ geführt und dort in Form von Diskussionsbäumen abgebildet, wobei die neuesten Einträge immer zuoberst erscheinen. Dies ermöglicht einen einfachen Einstieg in jede laufende Diskussion, führt jedoch auch dazu, dass Beiträge in aktiven Communities schnell aus dem Blickfeld und somit in Vergessenheit geraten. Schwachpunkte der Foren sind zudem der Mangel an Struktur sowie die unsystematische Archivierung von generiertem Wissen. Der Strukturmangel wird in einigen Fällen durch Unterteilungen nach verschiedenen Themen oder mittels redaktioneller Betreuung etwas reduziert, kann jedoch nie ganz verhindert werden. Das Fehlen von systematischer Archivierung kann auch von einer gut funktionierenden Stichwortsuchmaschine nicht behoben werden, da Informationen aufgrund der Diskussionsstruktur jeweils nur fragmentiert dargestellt und relevante nicht von irrelevanten Informationen unterschieden werden können. Dies führt dazu, dass man im Ergebnis noch nach den relevanten Informationen suchen muss³⁵.

Beispiele für traditionelle online Tourismus-Communities³⁶ sind:

- The Thorn Tree von Lonely Planet
- Forum von Concierge
- STA Travel Forum
- Hospitality Club³⁷

Praktisch alle kollaborativen Reise-Informationssysteme bieten Foren in Kombination mit einem anderen Typ Informationssystem an und werden deshalb erst später im Kapitel 2.2.5 unter den Mischformen erwähnt.

³⁴ Ein Forum (lat. Marktplatz) ist ein virtueller Bereich, der asynchrone Kommunikation ermöglicht

³⁵ vgl. [Pres05, S.13]

³⁶ Die URL befinden sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.I)

³⁷ Ziel dieser Community ist es, Kontakte mit Reisenden in der realen Welt zu knüpfen und freie Unterkunft zu gewähren oder selbst auch zu erhalten auf Reisen

2.2.2 Wiki-Tourismus-Communities

“A wiki is a type of website that allows the visitors themselves to easily add, remove and otherwise edit and change some available content, sometimes without the need for registration. This ease of interaction and operation makes a wiki an effective tool for collaborative authoring.”³⁸

Im Gegensatz zu den traditionellen online Tourismus-Communities wird in den Wiki-Tourismus-Communities nicht diskutiert, sondern es werden gemeinschaftlich Beiträge zu Reisezielen und -informationen strukturiert zusammengetragen. So kann jeder bestehende Information ergänzen, ersetzen oder gar löschen. Um vor Missbrauch und Fehlern zu schützen, werden alle bearbeiteten Einträge so abgespeichert, dass man jederzeit problemlos jede Version des Eintrags wiederherstellen kann. Die bekannteste Wiki-Tourismus-Community ist Wikitravel³⁹. Sie hat folgendes Ziel:

“to create a free, complete, up-to-date, and reliable world-wide travel guide”⁴⁰

Dieses ehrgeizige Ziel, welches gemessen am Erfolg der bereits erwähnten Wiki-Enzyklopädie Wikipedia⁴¹ durchaus weitestgehend erreicht werden könnte, könnte jedoch dadurch gefährdet werden, dass Wikitravel – von Internet Brands⁴² am 20. April 2006 aufgekauft – neu auch zu kommerziellen Zwecken genutzt wird. Welchen Einfluss diese Kommerzialisierung auf die, für den Erfolg entscheidende, Mitgliederbeteiligung haben wird, wird sich erst in Zukunft weisen.

³⁸ Aus: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wiki>, 10.9.2006

³⁹ URL befindet sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.I)

⁴⁰ Aus: http://wikitravel.org/en/Main_Page, 1.10.2006

⁴¹ <http://wikipedia.org>

⁴² <http://www.internetbrands.com>

2.2.3 Online Tourismus-Communities mit persönlichen Bereichen

Online Tourismus-Communities mit persönlichen Bereichen bieten den Reisenden eine Plattform, auf der sie einerseits einen persönlichen Reiseplan aufgrund der bestehenden Community-Inhalte erstellen, sowie andererseits ihre Reiseerfahrungen und -erlebnisse als neuen Community-Inhalt selbst dokumentieren können. Diese Dokumentation geschieht meist in Tagebuchform, d.h. in so genannten Travel-Blogs⁴³, kann jedoch auch andere Formen annehmen, wie dargestellte Reiserouten mit oder ohne Notizmöglichkeiten oder Fotogalerien etc. Ziel hierbei ist, dass der Reisende seine Informationen nicht wie bis anhin üblich⁴⁴ für sich behält, sondern öffentlich zugänglich macht und somit seinen wertvollen Erfahrungsschatz an die Community, und nicht nur an seine Freunde, Bekannten und Verwandten weitergibt. Beispiele für solche online Tourismus-Communities mit persönlichen Bereichen⁴⁵ sind:

- Mytravelguide
- Mytravelbook⁴⁶

2.2.4 Mobile Tourismus-Communities

Mobile Tourismus-Communities sind Erweiterungen der bereits vorgestellten online Tourismus-Communities um mobile Dienste und Dienstleistungen und stellen somit eine Evolution dieser Communities dar. Die heutigen mobilen Kommunikationstechniken eröffnen dabei ganz neue Möglichkeiten der

⁴³ “A blog is a website where entries are made in journal style and displayed in a reverse chronological order.” Aus: <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>, 2.10.2006

⁴⁴ vgl. [Pres06, S.9]

⁴⁵ Die URL befinden sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.I)

⁴⁶ Projekt an der Universität Zürich, welches laufend weiterentwickelt wird. Daraus entstand beispielsweise, der bereits erwähnte Travelguide-Prototyp (siehe [Albi05])

Kommunikation und können somit neuen Nutzen für die einzelnen Community-Mitglieder stiften. Diese Nutzenpotentiale⁴⁷ sind:

- Ubiquitärer Netzzugang
Mobile Endgeräte wie z. B. Smart- oder PDA-Phones⁴⁸ ermöglichen überall den Zugriff auf (mobile) Tourismus-Communities.
- Unmittelbarkeit
Mobile Endgeräte sind ständig empfangsbereit, d. h. sie können jederzeit Nachrichten empfangen und senden. Dies, kombiniert mit dem ubiquitären Netzzugang, ermöglicht, dass jederzeit und überall spontan mit der Community kommuniziert werden kann.
- Sicherheit
Die Anonymität des Internets wird durch die eindeutige Identifizierung mittels Rufnummer aufgehoben. Dies erhöht das für eine Community so wichtige Vertrauen untereinander⁴⁹. Mit der verwendeten SIM-Karte in Kombination mit dem dazugehörigen PIN-Code kann die Authentifizierung gar automatisiert werden.
- Kontextsensitivität
Die mobilen Endgeräte erfassen automatisiert die Umfeldinformationen des Benutzers und können dadurch massgeschneiderte Informationen anbieten.

⁴⁷ vgl. [Reic02] sowie auch [Kaki02]

⁴⁸ Smart- sowie PDA-Phones vereinen den Leistungsumfang eines Mobiltelefones mit dem eines PDA, wobei PDA-Phones zusätzlich noch über eine vollständige Tastatur oder einen Touchscreen verfügen (vgl. Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/PDA-Phone>, 07.09.2006)

⁴⁹ *“When there is trust among people, relationships flourish; without it, they wither.”*
[Pree00, S.191]

Zusätzlich können diese Informationen mittels Nutzerprofilen noch verbessert werden, so dass z. B. einem sportinteressierten Touristen die lokalen aktuellen Sportanlässe angezeigt werden.

Diese Funktionalitäten ermöglichen es den Mitgliedern einer mobilen Community, sich auch spontan als so genannter “Flash Traveller Mob”⁵⁰ zu treffen, gemeinsam etwas zu unternehmen und sich dann wieder zu trennen.

Dies ist jedoch alles noch Theorie, da es de facto noch keine einsatzfähigen⁵¹ mobilen Tourismus-Communities gibt. Das Potential wurde jedoch erkannt. Stellvertretend hierfür folgendes Zitat von [Reic02, S.8]:

“Mobile Endgeräte haben für Communities das Potential, zu den ‘Heizelmännchen’ der Zukunft zu werden: Zum jeweiligen Zeitpunkt und Aufenthaltsort von Mitgliedern können Kommunikationsprozesse gestartet und je nach aktuellem Kontext mit Informationen bereichert werden.“

Abzuwarten gilt es, welchen Fokus mobile Tourismus-Communities haben werden. Wenn sich das personenbezogene Nutzungsmuster von mobilen Telekommunikationsdiensten wie z. B. SMS auf die mobilen Tourismus-Communities überträgt, wird der normalerweise in Communities vorherrschende Sachbezug durch Personenbezug substituiert und führt zu kleineren Communities, welche auch weniger Inhalte produzieren können⁵².

⁵⁰ In Anlehnung an Flash Mobs: “flash mob describes a group of people who assemble suddenly in a public place, do something unusual for a brief period of time, and then quickly disperse“ (vgl. Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Flash_mob, 3.10.2006)

⁵¹ keine Prototypen

⁵² Beschränkte Kollaboration

“Die mobile Community wird sich also wahrscheinlich um den einzelnen Nutzer herum gruppieren, d. h. sie stellt eine personal community im Sinne der sozialen Netzwerkanalyse dar.“⁵³

Im Kontext dieser Arbeit wird unter mobilen Tourismus-Communities jedoch lediglich der mobile Zugang zu den verschiedenen vorgestellten online Tourismus-Communities verstanden und nicht eine eigenständige Form einer Tourismus-Community. Der Feldtest evaluiert somit den mobilen Zugang zu online Tourismus-Communities⁵⁴.

2.2.5 Mischformen

Um die Stärken der verschiedenen in den vorherigen Kapiteln vorgestellten Formen von kollaborativer Informationsgenerierung zu nutzen, gibt es einige Exponenten, welche Kombinationen hiervon anbieten. Dies ist meist die Kombination des diskussionsbasierten Forums mit persönlichen Bereichen. Dadurch haben die Reisenden die Möglichkeit, auf derselben Webseite, auf der sie ihre Reisepläne erstellen und ihr Reisetagebuch führen, auch gleich Fragen zur Reise zu stellen. Für die anderen Community-Mitglieder wird die Beantwortung dadurch vereinfacht, dass sie bereits Wissen über den Fragesteller⁵⁵ in Erfahrung bringen und somit eine massgeschneiderte Antwort liefern können.

Beispiele für Tourismus-Communities mit Forum und persönlichem Bereich⁵⁶ sind:

- Globosapiens
- Travellerspoint
- Virtual Tourist
- Avigo Community

⁵³ [Frem02, S.25]

⁵⁴ Bei gleichzeitigem Zugriff auf das Internet im Allgemeinen

⁵⁵ Wo befindet er sich gerade? Welche Länder hat er bereist? Was ist er für ein Reisetyp? Etc.

⁵⁶ Die URL befinden sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.I)

- Rough Guides Community
- Yahoo! Travel

Diese Mischform hat eine grosse Anziehungskraft für Reisende, zählt z. B. die 1999 gegründete Tourismus-Community Virtual Tourist beinahe 800'000 Mitglieder⁵⁷ weltweit. Durch die hohe Anzahl Teilnehmer konnte auch eine grosse Menge an Reiseinformationen zusammengetragen werden⁵⁸:

- 1.4 Millionen Reisetipps für über 25'000 Destinationen weltweit
- 2.6 Millionen Fotos
- 85 % beantwortete Fragen im Forum

Daneben gibt es – jedoch eher selten – die Mischform zwischen Wiki und persönlichen Bereichen. Die bekannteste, nicht reisezielbeschränkte Mischform⁵⁹ ist:

- World66

World66 wurde, wie die bereits erwähnte Wiki-Tourismus-Community Wikitravel, diesen Frühling von Internet Brands aufgekauft und im Zuge dessen zur Partnerseite von Wikitravel erklärt. Dadurch erhofft sich Internet Brands Synergieeffekte, welche in Bezug auf World66 auch eingetreten sind, da es seine Inhalte⁶⁰ dadurch beinahe verdoppeln konnte.

⁵⁷ 780'219 Mitglieder (<http://www.virtualtourist.com>, 3.10.2006)

⁵⁸ <http://members.virtualtourist.com/vt/t/32>, 3.10.2006

⁵⁹ Die URL befindet sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.I)

⁶⁰ Von etwas mehr als 50'000 auf über 90'000 Artikel in den letzten 5 Monaten seit der Partnerschaft mit Wikitravel (<http://www.world66.com/about/press> und http://www.world66.com/about/company_overview, 3.10.2006)

Reise-Informationssysteme

In diesem Kapitel wurden die verschiedenen Formen von Reise-Informationssystemen vorgestellt, welche im nachfolgenden Feldtest, bei Verwendung eines mobilen Endgerätes auf einer Reise, zum Einsatz gelangen werden. Des Weiteren wurde eine Arbeitsdefinition für die in dieser Arbeit zentralen mobilen Tourismus-Communities erstellt.

3 Feldtest

In diesem Feldtest geht es, wie bereits in Kapitel 1.2 erwähnt, um die Evaluation mobiler online Tourismus-Communities anhand einer explorativen Studie. Die Mobilität soll dabei mit Hilfe eines Smart- oder PDA-Phones erreicht werden.

3.1 Testvorbereitungen

Um den Feldtest durchführen zu können, musste zuerst evaluiert werden, ob sich die verschiedenen online Tourismus-Communities (siehe Kapitel 2) überhaupt für die Anzeige auf kleinen Displays mit beschränkter Auflösung eignen. Für diese Tests wurde das PDA-Phone Qtek 9090 mit einer Bildschirmauflösung von 240 x 320 Pixel mit 65'536 Farben und einer Bildschirmgrösse von 3.5 Zoll⁶¹ verwendet. Dabei wurde festgestellt, dass der kostenpflichtige Browser von Opera⁶² um einiges leistungsfähiger ist als der, beim vom Testgerät verwendeten Betriebssystem Windows Mobile⁶³, vorinstallierte Internet Explorer. Dies zeigte sich darin, dass getestete Webseiten – wie zum Beispiel, die für den Feldtest verwendete online Tourismus-Community-Webseite, Virtual Tourist - nur vom Opera-Browser korrekt, d.h. inklusive der notwendigen Menüs dargestellt werden konnte. Weiter wurde festgestellt, dass während des Webseitenaufbaus aufgrund der limitierten Downloadrate von GPRS⁶⁴ benutzerunfreundliche Verzögerungen auftreten konnten.

3.1.1 Wahl der Testumgebung

Als Testumgebung wurde die Stadt Zürich ausgewählt, um eine möglichst gute Betreuung der Probanden während der Feldtests gewährleisten zu können. Des Weiteren

⁶¹ 1 Zoll = 2.54 cm

⁶² Opera Mobile 8.60 für Pocket PC

⁶³ Gilt sowohl für Windows Mobile 2003 als auch für Windows Mobile 5.0

⁶⁴ 53.6 KBit/s gemäss Abbildung 3

hat sich die Stadt Zürich angeboten, weil sie, wie in folgender Abbildung ersichtlich, flächendeckend⁶⁵ mit UMTS-Signal versorgt ist.

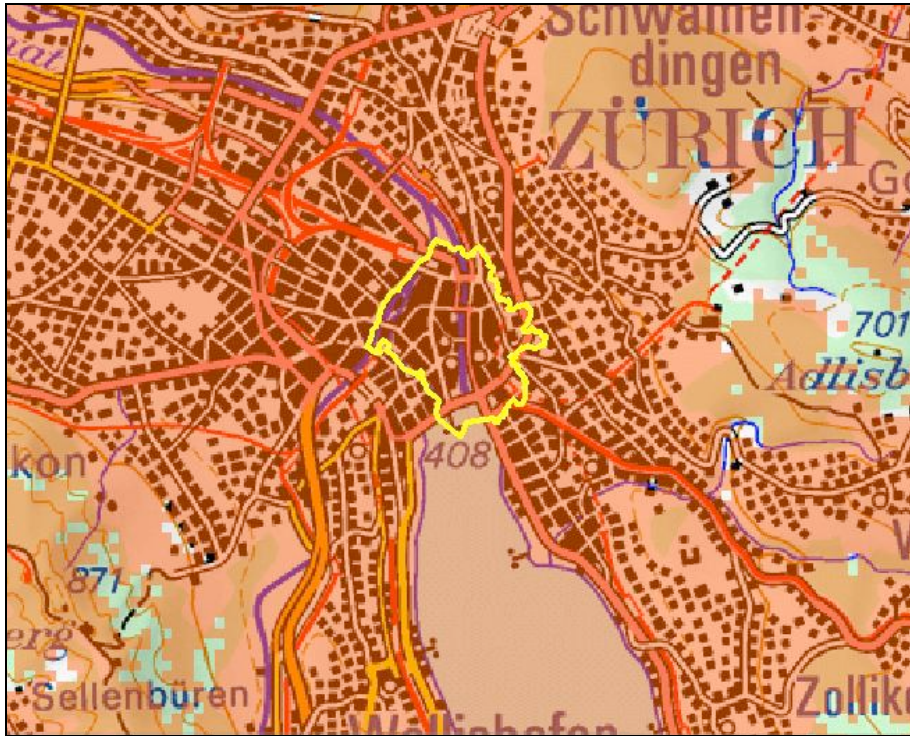


Abbildung 2: UMTS-Netzabdeckung der Stadt Zürich

(Quelle: Swisscom⁶⁶)

Die vollständige UMTS-Abdeckung ermöglichte somit einen Versuch mit der aktuell schnellstmöglichen Mobilfunktechnologie⁶⁷. Dies war vor allem deshalb wichtig, weil sich, wie bereits im vorherigen Kapitel erwähnt, unter Verwendung des lediglich

⁶⁵ orange Färbung bedeutet UMTS-Abdeckung (dunkel auf einem schwarzweiss Ausdruck)

⁶⁶ Quelle: http://www.swisscom-mobile.ch/scm/wir_umts-de.aspx, 25.4.2006; Swisscom ist ein Schweizer Telekommunikationsunternehmen

⁶⁷ UMTS als Mobilfunkstandard der dritten Generation ist mit der zur Zeit angebotenen Bandbreite ungefähr siebenmal schneller als GPRS, welches eine Erweiterung des GSM-Mobilfunkstandards der zweiten Generation darstellt (siehe auch Abbildung 3).

GPRS-fähigen Qtek 9090, beim Internetzugriff zum Teil störend lange Wartezeiten ergaben. Durch das Angebot der zurzeit schnellstmöglichen Mobilfunktechnologie sollte verhindert werden, dass der Feldtest durch niedrige Datenübertragungsgeschwindigkeiten negativ beeinflusst wird und zusätzlich bei aktuell zunehmender Verbreitung von UMTS zu schnell an Gültigkeit verliert.

3.1.2 Auswahl der online Tourismus-Communities

Nach der Entscheidung für die Stadt Zürich als Testumgebung wurden die diversen online Tourismus-Communities dahingehend evaluiert, ob sie sich für einen Feldtest in dieser Testumgebung eignen oder nicht. Diese Evaluation erfolgte nach den Kriterien der in der Tourismus-Community bereits vorhandenen Inhalte, deren Aktualität sowie hilfreichen Features wie z. B. der Travel Help-Möglichkeit⁶⁸ bei Travellerspoint, bei der man direkt mit ortskundigen Community-Mitgliedern in Kontakt treten kann und somit seine Fragen nicht in einem offenen Forum stellen muss mit der damit verbundenen Unsicherheit, ob der Antwortende wirklich ortskundig ist oder sich einfach nur gerne mitteilt. Bei der Evaluation der verschiedenen online Tourismus-Communities wurde zusätzlich festgestellt, dass die online Tourismus-Community Travellerspoint für die persönlichen Travel-Blogs auch Moblogging-Funktionalität⁶⁹ anbietet. Ob diese Funktionalität dazu führt, dass mehr Informationen publiziert werden, wird in dieser Arbeit erhoben (siehe Kapitel 3.2.4).

⁶⁸ *“The Travel Helpers are Travellerspoint members who have volunteered to help others plan their trip by answering questions “* (<http://www.travellerspoint.com/helpersearch.cfm>)

⁶⁹ Moblogging-Funktionalität bedeutet, dass man Blog-Einträge auch mobil, d.h. per E-Mail oder MMS senden kann und sich dafür zuvor nicht auf der entsprechenden Webseite einloggen muss.

Die Auswahl der online Tourismus-Communities, welche dann auch als Bookmark beim verwendeten PDA-Phone (siehe Kapitel 3.1.3) eingefügt wurde, fiel somit auf:

- Virtual Tourist
- Yahoo! Travel
- Travellerspoint
- Wikitravel

3.1.3 Auswahl des PDA-Phones

Im April 2006 wurde in der Schweiz eine Marktanalyse der verfügbaren Smart- sowie PDA-Phones durchgeführt, um das für den Feldtest geeignete Testgerät auszuwählen. Hierzu wurden alle verfügbaren Smart- sowie PDA-Phones mittels einer gewichteten Entscheidungsmatrix evaluiert. Folgende Kriterien wurden dabei bewertet:

- Display (Grösse und Auflösung)
- Mobilfunktechnologie (UMTS, EDGE, GPRS und WLAN)
- Grösse
- Gewicht (inkl. Akku)
- Akkulaufzeit (im Stand-by)

Die Gewichtung der einzelnen Kriterien erfolgte anhand nachfolgender Tabelle. Das Display wurde dabei mit 35% am stärksten gewichtet. Dies in Anbetracht dessen, dass für einen Reiseführer der Lesekomfort das entscheidende Kriterium darstellt. Hinzu kommt, dass die wenigsten Webseiten für kleine Displays konzipiert sind und somit eine erhöhte Prozessorleistung nötig ist, um eine solche Webseite korrekt anzuzeigen. Um die in Smart- sowie PDA-Phones beschränkte Prozessorleistung⁷⁰ nicht zusätzlich

⁷⁰ Das später ausgewählte Testgerät besitzt einen Intel® XScale 520 MHz Prozessor mit 64 MB RAM

Feldtest

zu belasten und dadurch die Antwortzeiten zu optimieren, wurde dem Display das stärkste Gewicht verliehen.

Kriterien		Gewichtung
Display		35 %
aufgeteilt in	Grösse	15 %
	Auflösung	20 %
Mobilfunktechnologie		20 %
Grösse		10 %
Gewicht (inkl. Akku)		10 %
Akkulaufzeit (Stand-by)		25 %
Summe		100 %

Tabelle 1: Gewichtung der Kriterien

(Quelle: eigene Darstellung)

Am zweitstärksten wurde die Akkulaufzeit mit 25% gewichtet, da man bei entleertem Akku das Gerät gar nicht mehr verwenden kann und es somit unbrauchbar wird. Wie sich bei der Testdurchführung herausstellte, wurde der Akkulaufzeit zu wenig Gewicht beigemessen, da bei drei Probanden während der Benutzung des Gerätes der Strom ausging.

Die Mobilfunktechnologie wurde mit 20% gewichtet, um der Geschwindigkeit genügend Rechnung zu tragen. Vor allem auf Städtereisen spielt der Faktor Zeit eine wichtige Rolle, die man nicht mit langen Wartezeiten vergeuden möchte. Die Geschwindigkeit eines mobilen online Reiseführers wird durch die Datenübertragungsrate beeinflusst. Je schneller die Datenübertragungsrate desto schneller kann eine gewünschte Webseite angezeigt werden. Zur Testzeit⁷¹ waren folgende Mobilfunktechnologien in der Testumgebung verfügbar:

⁷¹ 17. Juni bis 2. September 2006

Feldtest

Eigenschaften	Technologiebasis	Versorgung	Geschwindigkeit
GPRS (General Packet Radio Service)	GSM-Standard (NATEL® D)	flächendeckend (99.8% der Bevölkerung)	53.6 KBit/s
EDGE (Enhanced Data Rates for GSM Evolution)	GSM-Standard (NATEL® D)	flächendeckend (99.8% der Bevölkerung)	256 KBit/s
UMTS (Universal Mobile Telecommunications System)	UMTS-Standard (W-CDMA Verfahren)	rund 90% der Bevölkerung	384 KBit/s
WLAN (Wireless Local Area Network)	IEEE 802.11b/g	1000 Hotspots	bis zu 2 MBit/s

Abbildung 3: Mobilfunktechnologien im Vergleich

(Quelle: Swisscom⁷²)

Die drei erstgenannten Mobilfunktechnologien – GPRS, EDGE und UMTS – sind über Natelantennen der Mobilfunk-Provider erreichbar und zielen auf eine flächendeckende Versorgung ab, wohingegen WLAN von Privatpersonen oder Unternehmen als lokaler Netzwerkzugang angeboten wird und somit nur partiell verfügbar ist. In der Testumgebung hatte es im April gemäss der Liste von Swiss Hotspots⁷³ 44 öffentlich zugängliche sowie 106 kostenpflichtige Hotspots⁷⁴. Der UMTS-Empfang war jedoch gemäss Swisscom in der Testumgebung bereits flächendeckend, wie bereits in Abbildung 1 gezeigt. Aus diesem Grunde wurde die Eigenschaft WLAN beim Kriterium Mobilfunktechnologie lediglich als positiver Nebeneffekt und nicht als entscheidender Faktor bewertet.

⁷² http://www.swisscom-mobile.ch/scm/wir_technologie_vergleich-de.aspx, 16.4.2006

⁷³ <http://www.swisshotspots.ch>, 25.4.2006

⁷⁴ Ein Hotspot ist ein mit WLAN versorgter beschränkter Bereich

Feldtest

Die Grösse und das Gewicht des Gerätes wurden mit 10% am wenigsten stark gewichtet, weil auch das grösste Smart- oder PDA-Phone in Form und Gewicht nicht signifikant von einem gedruckten Reiseführer abweicht.

Zur Bewertung der einzelnen Kriterien wurden anlehnend an die Schweizer Notenskala Punkte von 3 bis 6 vergeben, wobei 6 sehr gut, 5 gut, 4 genügend und 3 ungenügend bedeutet. Die bestmögliche Ausstattung zum jeweiligen Kriterium wurde mit der Maximalnote 6 bewertet.

Dies ergab folgende Bewertungstabelle:

		Bewertung						
Kriterien		6	5.5	5	4.5	4	3.5	3
	Displaygrösse (Zoll)	>3.4	3.2	3	2.8	2.6	2.4	2.2
	Auflösung (1000 Pixel)	>300	>225	>150	>100	>75	>50	>30
	Mobilfunk-technologie	UMTS WLAN	EDGE WLAN	EDGE		GPRS WLAN	GPRS	
	Grösse (1000 mm³)	<90	<125	<160	<185	<210	<230	
	Gewicht (g)	<110	<140	<170	<195	<220	<240	
	Akkulaufzeit (h Stand-by)	≥400	>325	>250	≥200	>160	>130	

Tabelle 2: Bewertung der Kriterien

(Quelle: eigene Darstellung)

Feldtest

Anhand dieser gewichteten Entscheidungsmatrix wurde das Qtek 9000 mit einem Wert von 5.175⁷⁵ ausgewählt. Die komplette Entscheidungsmatrix finden Sie im Anhang⁷⁶.

In folgender Grafik ist das ausgewählte Testgerät, ein aufgeklapptes Qtek 9000, ersichtlich, welches über den grössten Display sowie die grösste Tastatur verfügte.



Abbildung 4: PDA-Phone Qtek 9000
(Quelle: Qtek⁷⁷)

⁷⁵ Einziges Smart- oder PDA-Phone mit einer Bewertung von über 5

⁷⁶ Siehe Kapitel VIII.II

⁷⁷ <http://www.qtek.ch/IndexDE.htm>, 30.6.2006

3.2 Testdesign

In diesem Kapitel wird genau beschrieben, welche Ziele in diesem Feldtest verfolgt wurden, d.h. welche Leitfragen beantwortet werden sollen, wer an den Tests teilnahm, wie das Testgerät konfiguriert wurde und wie die Tests abgelaufen sind. Die konkreten Untersuchungsverfahren wie die Methoden der Datenerhebung, Datenaufbereitung sowie deren Auswertung werden im nächsten Kapitel behandelt⁷⁸.

Um iterativ das Verständnis des Feldes zu verbessern und eine höhere Gültigkeit zu erlangen, wurden sechs Tests durchgeführt und wo nötig, die Erfahrungen der vorigen Tests zur Veränderung des Designs genutzt. Solche Änderungen werden an den entsprechenden Stellen in den nachfolgenden Unterkapiteln erwähnt.

3.2.1 Leitfragen

Zu Beginn stellte sich die Frage, was man in diesem Feldtest überhaupt evaluieren soll und will. In Zusammenarbeit mit dem Betreuer wurde definiert, dass im Rahmen des Feldtests folgende Fragenkomplexe beantwortet werden sollen:

1. Bringt Mobilität einen Mehrwert derart, dass Information abgefragt wird, die man ansonsten aufgrund der zeitlichen Differenz bis zum nächsten Internetanschluss nicht nachfragen würde?
2. Erzeugen persönliche Bereiche – am Beispiel von Travel-Blogs – einen Mehrwert für andere Nutzer mit ähnlichen Interessen in der Form, dass sie infolge der Strukturierung einfacher zu gewünschter Information gelangen? Steigert die zeitnahe Erstellung sowie Benachrichtigung neuer Einträge diesen Nutzen?

⁷⁸ vgl. [Mayr02, S.40]

3. Führt die Möglichkeit des Mobloggings zu einer Verminderung der Hemmschwelle, öffentlich zugängliche Information zu generieren?
4. Wird ein internetbasiertes Werkzeug – am Beispiel eines Blogs – zur Koordination mobil genutzt? Wie wird dabei kommuniziert?
5. Wie hoch ist die Zahlungsbereitschaft für den benötigten Zahlungsverkehr?
6. Wie wird die Usability⁷⁹ eines mobilen online Reiseführers bewertet?

Um diese Fragen beantworten zu können, wurde am Ende des Tests ein Leitfadengespräch mit jedem Probanden einzeln durchgeführt. Zur Beantwortung der Frage 1 wurde zusätzlich noch der gesamte Internetverlauf der Probanden mit Hilfe eines Proxy-Servers analysiert (siehe Kapitel 3.3.3).

3.2.2 Probanden

Am Feldtest haben 17 Personen teilgenommen, wobei acht Personen weiblich sowie neun Personen männlich waren⁸⁰. Aufgrund dieser Anzahl sind keine allgemeingültigen Aussagen möglich. Das Ziel, mobile Tourismus-Communities explorativ zu untersuchen, kann jedoch erreicht werden.

Alle Probanden waren Wochenendtouristen in Zürich, die mindestens einen Tag (Samstag oder Sonntag) am Versuch teilgenommen haben. Das ursprüngliche Design sah die Teilnahme an zwei Tagen vor. Aufgrund der Tatsache, dass die durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2005 in Zürcher Hotels gemäss [Diss06, S.13] bei

⁷⁹ *“Usability bezeichnet die Eignung eines Produktes bei der Nutzung durch bestimmte Benutzer in einem bestimmten Benutzungskontext die vorgegebenen Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend zu erreichen“* (Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Usability>, 07.09.2006).

⁸⁰ Alle Informationen zu den Probanden wurden mit einem schriftlichen Fragebogen (siehe Kapitel 3.3.1) erhoben und befinden sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.VI)

1.91 Nächten lag und der Autor deshalb erhebliche Mühe hatte, Probanden für zwei Testtage zu rekrutieren, wurde die Versuchsdauer auf einen Tag gesenkt. Somit haben sechs Probanden einen zweitägigen Test durchgeführt und 11 Probanden einen eintägigen. Die Verkürzung der Testdauer hatte keinen signifikanten Einfluss auf die Ergebnisse (siehe Kapitel 3.4).

Die Probanden waren im Durchschnitt 37.6 Jahre alt, wobei der jüngste Proband 25 Jahre alt und der älteste Proband 60 Jahre alt war. Die Altersverteilung der Probanden ist in folgender Abbildung ersichtlich:

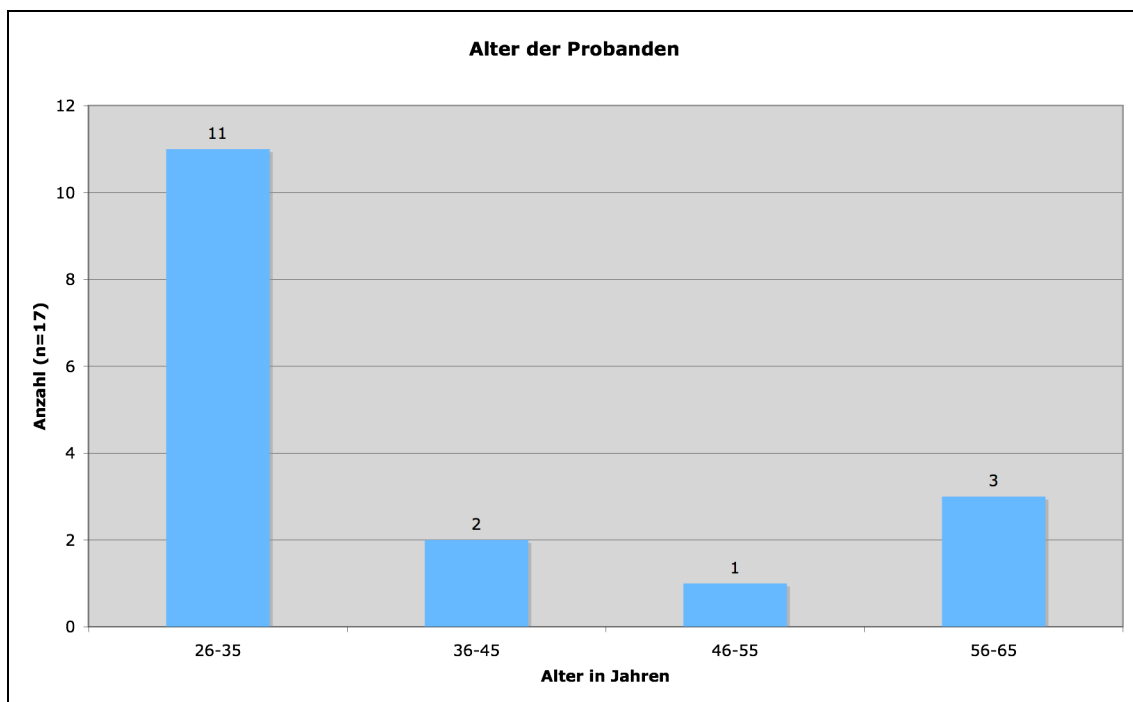


Abbildung 5: Altersverteilung der Probanden

(Quelle: eigene Darstellung)

Von den 17 Personen, die teilgenommen haben, haben 14 einen Hochschulabschluss, zwei einen Mittelschulabschluss sowie eine Person einen Lehrabschluss.

Alle 17 Probanden waren bis anhin nicht Mitglied in einer online Tourismus-Community. Dahingegen hatten sieben Probanden bereits Erfahrungen mit online

Feldtest

Communities und drei davon benutzten privat oder beruflich ein Smart- oder PDA-Phone.

Die eigene Einschätzung der Internetfähigkeiten variierte von zwei – ungeübter Anwender – bis fünf – professioneller Anwender – wobei der Durchschnitt bei 3.59 lag. Die genaue Verteilung der eigenen Einschätzung der Internetfähigkeiten der Probanden ist in folgender Abbildung ersichtlich:

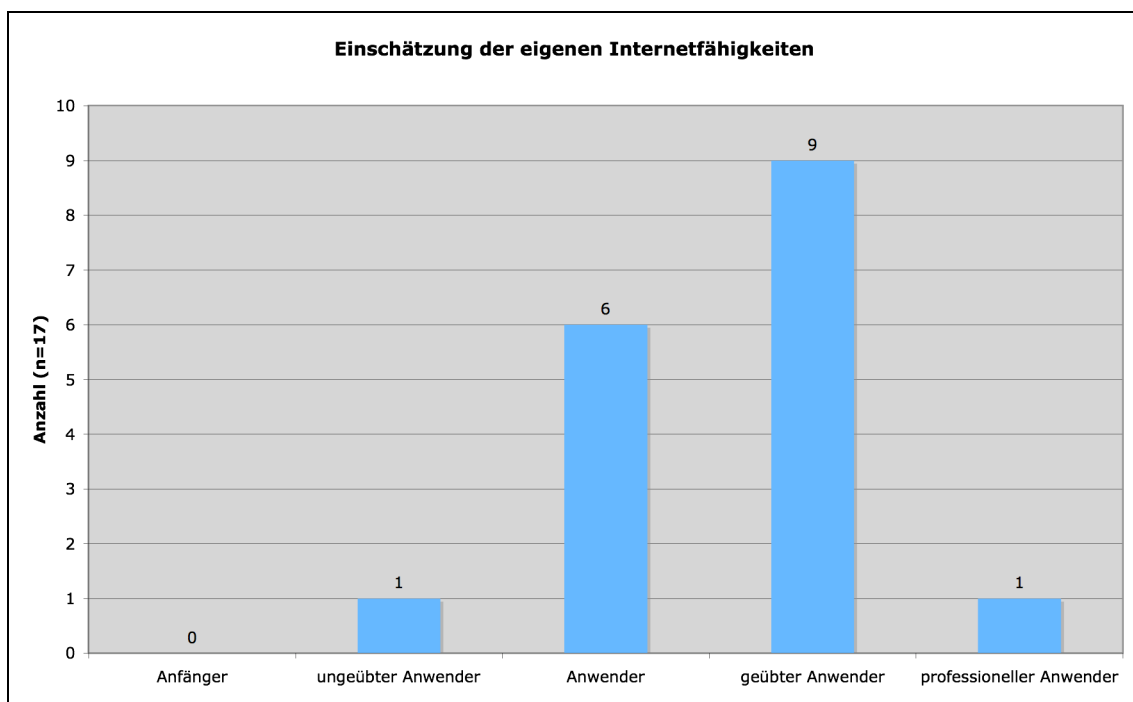


Abbildung 6: Internetfähigkeiten der Probanden

(Quelle: eigene Darstellung)

Diese guten Kenntnisse im Umgang mit dem Internet sollten somit einen aussagekräftigen Feldtest gewährleisten können, da keine Probleme beim Surfen im Internet auftauchen sollten. Während des Tests wurde jedoch festgestellt, dass die Informationsbeschaffung in einer online Tourismus-Community sich von der alltäglichen Internetnutzung unterscheidet und es somit trotzdem hin und wieder zu Problemen bei der optimalen Verwendung dieser Communities kommen konnte.

Die Rekrutierung der Probanden erfolgte auf verschiedene Arten. Einerseits wurden alle ausländischen Studenten der Universität Zürich mittels Mailverteiler der Universität Zürich angeschrieben. Zusätzlich wurden Flyer an exponierten Stellen der Universitätsgebäude angebracht mit dem Ziel, auch ausländische Doktoranden anzusprechen. Andererseits wurden Einträge in Foren von online Tourismus-Communities wie Travellerspoint, Virtual Tourist, STA Travel sowie des Hospitality Clubs geschrieben. Hinzu kam noch die vor Ort-Rekrutierung an exponierten Plätzen in Zürich wie dem Lindenhof, der St. Peter Kirche, dem Grossmünster, dem Niederdorf sowie dem City Backpacker⁸¹ und der Jugendherberge in Zürich.

Den Probanden wurden bei der Rekrutierung drei Anreize geboten, damit es ihnen leichter fällt, am Test teilzunehmen. Zum einen war dies ein kostenloses Ticket für den gesamten öffentlichen Verkehr⁸² der Stadt Zürich während der gesamten Testdauer, zum anderen war dies ein kostenloser Kinobesuch verbunden mit der zu erfüllenden Aufgabe 2 (siehe Kapitel 3.2.3). Daneben wurde den Probanden kostenlos ein PDA-Phone Qtek 9000 mit unlimitierter Internetverbindung zur freien Verfügung gestellt.

3.2.3 Konfiguration des PDA-Phones

Das Gerät wurde für die Tests folgendermassen konfiguriert:

Um die Aufgaben 1 und 2 (siehe Kapitel 3.2.4) ausführen zu können, wurde für jedes Gerät ein Benutzerkonto bei der Webseite von Travellerspoint eingerichtet und die Moblogging-Funktionalität zugelassen. Danach wurde auf der Webseite für jedes Gerät ein eigener Travel-Blog eingerichtet sowie, beim vom Autor erstellten Meeting-Blog⁸³, eine Freigabe erteilt, um selbst eigene Einträge schreiben zu können. Die dadurch erhaltenen zwei Mailadressen für das Moblogging – persönlicher Travel-Blog sowie Meeting-Blog – wurden zusammen mit der Mailadresse des Autors in die Kontakte

⁸¹ Hotel Biber im Niederdorf

⁸² Beinhaltet die Strassenbahn, den Bus, den Zug sowie vereinzelte Schiffe

⁸³ Speziell eingerichteter Blog, bei dem alle Probanden die Möglichkeit hatten, Einträge zu schreiben

eingefügt. Danach wurden alle Travel-Blogs der anderen am gleichen Versuchswochenende teilnehmenden Probanden sowie der Meeting-Blog abonniert, so dass man jederzeit über neue Einträge informiert wurde. Um diese Nachrichtenmails auch zu erhalten, wurde ein eigenes E-Mail-Konto eröffnet und eingerichtet. Des Weiteren wurde auch der MMS-Dienst konfiguriert und frei geschaltet.

Da der im Betriebssystem Windows Mobile 5.0 vorinstallierte Internet Explorer wie bereits erwähnt einige Schwierigkeiten hatte, Webseiten mit Menüs oder anderen Features korrekt anzuzeigen, wurde auf allen Geräten der Opera Browser Mobile 8.60 für Pocket PC installiert, der eine signifikant bessere Webseitenanzeige gewährleisten konnte. In diesem Browser wurden den Probanden folgende Webseiten⁸⁴ als Bookmarks gespeichert:

- Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“
- Yahoo! Travel “Travel Guide Zurich“
- Wikitravel “Zurich“
- Wikipedia “Zürich“
- Travellerspoint
- Karte von Zürich
- Meeting-Blog
- Alle im Laufe des Tests erstellten persönlichen Travel-Blogs

Auf allen Geräte lief die deutsche Version von Microsoft Windows Mobile 5.0. Dies führte zu erhöhtem Schulungsbedarf bei nicht deutsch sprechenden Probanden und sollte bei folgenden Untersuchungen dadurch vermieden werden, dass verschiedensprachige Betriebssysteme zur Verfügung stehen.

⁸⁴ Die URL befinden sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.III)

3.2.4 Testablauf

Am Vormittag des Testtages oder -wochenendes wurden die Probanden⁸⁵ einzeln in die PDA-Phone-Technologie eingeführt und auf die wichtigsten Sorgfaltspflichten, wie zum Beispiel der Umgang mit dem einseitig drehbaren Display, hingewiesen. Danach wurden ihnen bei Bedarf die verschiedenen online Reise-Informationssysteme⁸⁶ vorgestellt. Um die gestellten Aufgaben während des Tests lösen zu können, wurden sie anschliessend ins Moblogging eingeführt. Hierbei schrieben sie bereits ihren ersten mobilen Blog-Eintrag. Nachdem die Probanden eine Vereinbarung⁸⁷ unterzeichnet hatten, worin sie die sachgerechte Nutzung des Geräts bestätigten und sich einverstanden erklärten, dass ihr Surfverhalten aufgezeichnet und ausgewertet wird, wurde ihnen das PDA-Phone ausgehändigt und die ihnen gestellten Aufgaben erklärt.

Aufgabe 1)

Die Probanden sollten einen persönlichen Travel-Blog schreiben, worin sie ihre besuchten Sehenswürdigkeiten festhalten konnten. Um den Mehrwert für die Leser dieser Travel-Blogs zu steigern, wurde darauf hingewiesen, den Travel-Blog mit einer Ortsbeschreibung (Strasse, Tramhaltestelle, nahe gelegenes bekanntes Gebäude, etc.) sowie dem Eintrittspreis einzuleiten. Weil die anderen Probanden die Travel-Blogs gegenseitig abonniert hatten, wurden sie somit jeweils zeitnah⁸⁸ über neue Einträge informiert.

Da die Vorgabe, einen Travel-Blog zu schreiben, die Realität verzerrte, wurde bereits ab der dritten Testgruppe das persönliche Bloggen fakultativ. Dies hatte jedoch zur Folge,

⁸⁵ An einem Test haben jeweils drei bis vier Personen(gruppen) teilgenommen. Aufgrund einer kurzfristigen Absage, haben in der ersten Testgruppe nur 2 Probanden teilgenommen

⁸⁶ Siehe Kapitel 2

⁸⁷ Der genaue Wortlaut der Vereinbarung befindet sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.IV)

⁸⁸ Die Verzögerung zwischen dem Senden eines Travel-Blog-Eintrags und dessen Benachrichtigung betrug maximal 30 Minuten

Feldtest

dass im Durchschnitt deutlich weniger gebloggt⁸⁹ wurde. Nichtsdestotrotz kann man keineswegs behaupten, dass die Freiwilligkeit des Travel-Blog-Schreibens automatisch zu keinen Travel-Blog-Einträgen führt, da z. B. der Proband mit den meisten Travel-Blog-Einträgen dies auf freiwilliger Basis tat.

Ein Eintrag in den persönlichen Travel-Blog sah dann beispielsweise wie folgt aus:

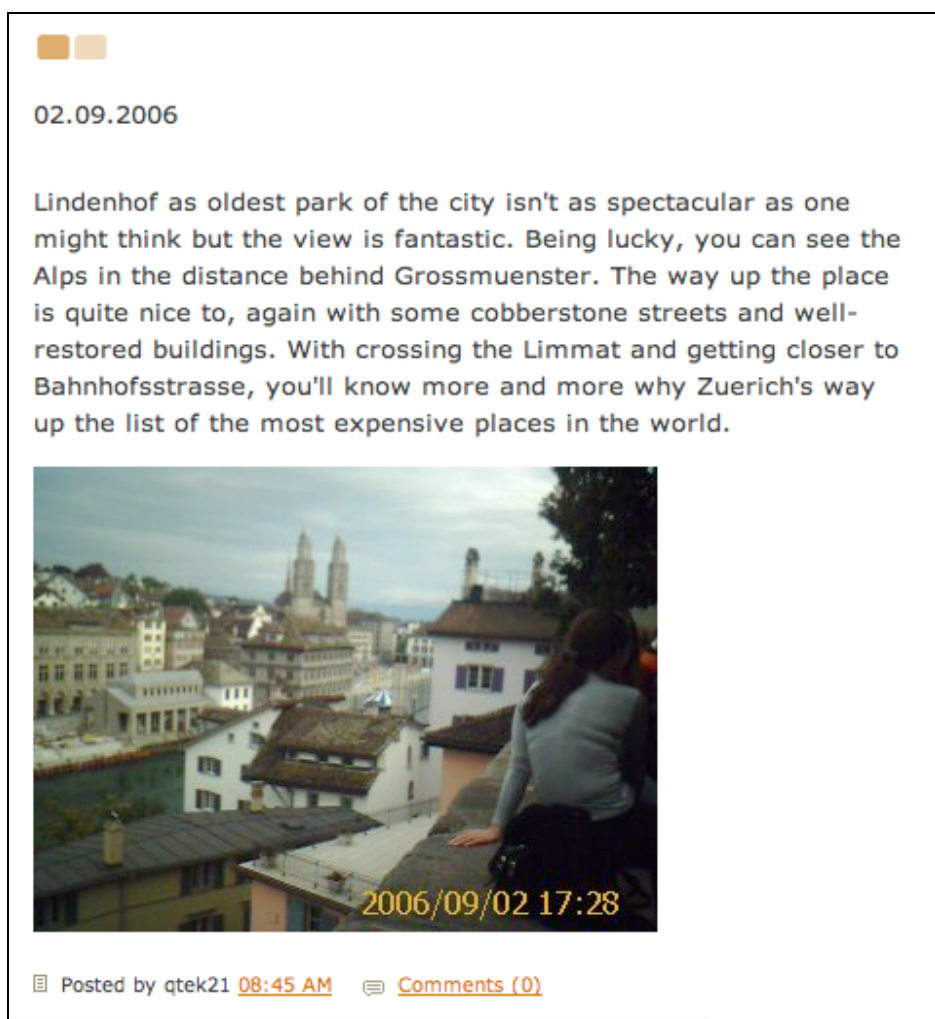


Abbildung 7: Beispieleintrag in einen persönlichen Travel-Blog
(Quelle: Travellerspoint⁹⁰)

⁸⁹ Von durchschnittlich 4.4 Blog-Einträgen pro Proband auf 2.25 Blog-Einträge pro Proband

⁹⁰ <http://qtek21.travellerspoint.com>, 8.9.2006

Aufgabe 2)

Die Probanden sollten eine Koordinationsaufgabe erfüllen. In dieser Aufgabe ging es darum, einen gemeinsamen Treffpunkt am Abend untereinander zu vereinbaren. Startplattform der Kommunikation war ein speziell dafür vorgesehener Blog (Meeting-Blog), indem der Autor am Vormittag erste grobe Informationen über den Treffpunkt veröffentlicht hatte. Da alle Probanden diesen Meeting-Blog abonniert hatten, wurden sie automatisch per E-Mail über jeden neuen Eintrag benachrichtigt. Zusätzlich konnten auch alle Probanden Einträge in diesen Meeting-Blog schreiben (Moblogging). Dadurch war es möglich, über diesen Meeting-Blog miteinander zu kommunizieren. Den Probanden stand es jedoch frei, auch andere Kommunikationskanäle zu verwenden. Ziel dieser Aufgabe war es, sich am Abend gemeinsam, am tagsüber vereinbarten Ort, zu treffen und einen schönen Abschluss des Testtages oder -wochenendes zu erleben.

Bei der ersten Testgruppe sollte man sich an einem speziellen Ort⁹¹ in der Testumgebung⁹² treffen. Diese Vorgabe führte jedoch dazu, dass sich die Probanden nicht untereinander austauschten, sondern sich lediglich mit Google über den Standort informierten und dann unabhängig voneinander zum vereinbarten Zeitpunkt dort erschienen. Aus diesem Grund wurde der erste Eintrag des Autors dahingehend geändert, dass sich die zweite Testgruppe in einer beliebigen Eisdiele treffen solle. Da beim Eisessen das Eis und weniger der Ort, wo man das Eis isst, im Zentrum steht, gab es nur einen Vorschlag eines Probanden, und die anderen waren sofort damit einverstanden. Um eine Koordinationsleistung unter den Probanden zu erreichen, wurde der Treffpunkt der folgenden Testgruppen in ein beliebiges Kino verlegt. Die verschiedenen Vorlieben für Filmgenres und -schauspieler sowie der unterschiedliche Kenntnisstand, d.h. wer hat welchen Film bereits gesehen, sollten die Kommunikation unter den Probanden anregen und gleichzeitig die Koordinationsleistung erhöhen.

⁹¹ Alfred Escher-Statue beim Hauptbahnhof Zürich

⁹² Zürich (siehe Kapitel 3.1.1)

Der erste Eintrag des Autors im Meeting-Blog sah demnach wie folgt aus:

“Hallo miteinander

Als Dankeschön für Eure Teilnahme lade ich Euch ins Kino ein. Welchen Film Ihr wann in welchem Kino schauen möchtet, ist Euch überlassen. Einigt Euch auf eine Filmvorstellung und schreibt die definitive Entscheidung in diesen Meeting-Blog! Ich werde dann die Tickets organisieren.“

Ziel dieser Aufgabe war es, dass sich die Probanden untereinander koordinieren. Der Autor überwachte jeweils diesen Blog und griff nur im Notfall⁹³ ein.

Zum Schreiben der Blog-Einträge der Aufgaben 1) und 2) wurde die Webseite von Travellerspoint verwendet, die das mobile Bloggen erlaubt.

Nach Beendigung des Testtages oder -wochenendes wurden die Probanden alle einzeln befragt (siehe Kapitel 3.3).

3.2.5 Übersicht der durchgeführten Tests

Wie bereits erwähnt, wurden an sechs verschiedenen Wochenenden Tests durchgeführt. Um einen Gesamtüberblick über diese Tests zu erhalten und die Lesbarkeit dieser Arbeit zu verbessern, werden in diesem Unterkapitel die wichtigsten Punkte der einzelnen Tests noch einmal kurz zusammengefasst.

⁹³ Z. B. Akkuausfall oder fehlende Beteiligung

Feldtest

Test 1

- 16. und 17. Juni 2006
- Zwei Probanden
- Travel-Blog schreiben (Aufgabe 1) und gemeinsames Treffen bei der Alfred-Escher-Statue (Aufgabe 2) als Vorgabe
- Nur Schriftliche Befragung

Test 2

- 16. Juli 2006⁹⁴
- Drei Probanden
- Travel-Blog schreiben (Aufgabe 1) und gemeinsames Treffen bei einer beliebigen Eisdiele in Zürich (Aufgabe 2) als Vorgabe
- Schriftliche und mündliche Befragung

Test 3

- 29. und 30. Juli 2006
- Drei Probanden
- Travel-Blog schreiben (Aufgabe 1) freiwillig und gemeinsames Treffen bei einem beliebigen Kino in Zürich (Aufgabe 2) als Vorgabe
- Schriftliche und mündliche Befragung

⁹⁴ Ausnahmsweise eintägig, weil keine zweitägigen Teilnehmer rekrutiert werden konnten, sich jedoch drei Probanden für den 16. Juli zur Verfügung stellten

Feldtest

Test 4

- 12. und 13. August 2006⁹⁵
- Drei Probanden⁹⁶
- Travel-Blog schreiben (Aufgabe 1) freiwillig und gemeinsames Treffen bei einem beliebigen Kino in Zürich (Aufgabe 2) als Vorgabe
- Schriftliche und mündliche Befragung

Test 5

- 20. August 2006⁹⁷
- Vier Probanden
- Travel-Blog schreiben (Aufgabe 1) freiwillig und gemeinsames Treffen bei einem beliebigen Kino in Zürich (Aufgabe 2) als Vorgabe
- Schriftliche und mündliche Befragung

Test 6

- 2. September 2006
- Drei Probanden
- Travel-Blog schreiben (Aufgabe 1) freiwillig und gemeinsames Treffen bei einem beliebigen Kino in Zürich (Aufgabe 2) als Vorgabe
- Schriftliche und mündliche Befragung

⁹⁵ Ein Proband nahm nur am 13. August am Feldtest teil

⁹⁶ Es konnten jedoch nur zwei evaluiert werden, da einer das Gerät nicht verwendete und zur Befragung auch nicht zur Verfügung stand, da er vorzeitig abreiste

⁹⁷ Die Testdauer wurde aufgrund der Schwierigkeit, zweitägige Testteilnehmer zu rekrutieren (siehe Kapitel 3.2.2) definitiv auf einen Tag reduziert

3.3 Testauswertung

Die Testauswertung erfolgte auf drei Arten. Einerseits mussten die Probanden einen schriftlichen Fragebogen ausfüllen, indem einige persönliche Merkmale abgefragt wurden (siehe Kapitel 3.3.1) und andererseits wurden sie in einem Leitfragengespräch⁹⁸ (siehe Kapitel 3.3.2) über ihre Erfahrungen im Umgang mit dem mobilen online Reiseführer befragt. Diese gemachten Erfahrungen der Probanden während des Feldtests ermöglichten ein Leitfragengespräch in Form eines explorativen Experteninterviews, wobei der Autor hierbei als 'Interviewer als Komplize' auftrat, um ein hohes Vertrauen der Befragten zu gewinnen und somit die relevanten Informationen während des Interviews zu erhalten⁹⁹.

Des Weiteren wurde auch noch die gesamte Browser History¹⁰⁰ (siehe Kapitel 3.3.3) der einzelnen Probanden ausgewertet. Die Ergebnisse dieser Auswertung flossen direkt in das Leitfragengespräch ein.

3.3.1 Schriftlicher Fragebogen

Vor Beginn des Tests oder direkt danach mussten alle Probanden einzeln einen schriftlichen Fragebogen¹⁰¹ ausfüllen, in dem folgende persönliche Merkmale abgefragt wurden:

- Geschlecht
- Alter
- Schulbildung

⁹⁸ *“Diese Form der Befragung erlaubt es, zu bestimmten Themen genauer nachzufragen, Sachverhalte intensiver oder mehr in die Tiefe gehend zu erfassen.”* [Krom02, S.378]

⁹⁹ vgl. [Bogn02, S.63]

¹⁰⁰ Alle im Verlaufe des Tests besuchten Webseiten

¹⁰¹ Der komplette schriftliche Fragebogen sowie die Ergebnisse befinden sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.V und VIII.VI)

- Internetfähigkeiten
- Erfahrung mit online Communities
- Mitgliedschaft in einer online Tourismus-Community
- Verwendung eines Smart- oder PDA-Phones

Die erste Testgruppe wurde nur schriftlich befragt. Sie mussten jedoch neben den persönlichen Merkmalen auch noch zusätzliche Fragen betreffend den mobilen Reiseführer beantworten. Diese Methode führte jedoch dazu, dass viel Erfahrungsschatz der Probanden verloren ging und nicht evaluiert werden konnte. Aus diesem Grund wurde die schriftliche Befragung in Bezug auf den mobilen Reiseführer durch ein Leitfragengespräch ersetzt.

3.3.2 Leitfragengespräch

Im Leitfragengespräch sollten die Probanden die Gelegenheit erhalten, ihre Erfahrungen mit dem mobilen online Reiseführer einzubringen. Mit Hilfe des Interview-Leitfadens¹⁰² sollten gleichzeitig auch die in Kapitel 3.2.4 erwähnten Fragenkomplexe beantwortet werden können. Der komplette Interview-Leitfaden sowie die transkribierten Interviews befinden sich im Anhang¹⁰³.

3.3.3 Browser History

Vor Beginn des Versuchs wurde an der Universität Zürich ein Windows Server 2003 aufgesetzt und darauf ein Proxy-Server¹⁰⁴ installiert. Dieser Proxy-Server diente dazu, das Surfverhalten der Probanden während der Tests aufzuzeichnen, damit es danach ausgewertet werden konnte. Bei der ersten Testgruppe wurde leider nicht bedacht, dass

¹⁰² *“Der Interviewleitfaden ist ein Papier, auf dem die Fragen stehen, die man dem Interviewpartner im Verlauf des Interviews stellen will. Er ist also ein ‘Erhebungsinstrument’.”*
[Gläs04, S.138]

¹⁰³ Siehe Kapitel VIII.VII und VIII.VIII

¹⁰⁴ JanaServer 2, <http://www.janaserver.de>

die Swisscom bei UMTS-Empfang die IP-Adressen bündelt und somit für alle Probanden die gleiche IP-Adresse aufgezeichnet wird. Aus diesem Grund konnte keine Unterscheidung des Surfverhaltens der einzelnen Probanden vorgenommen werden. Dieses Problem wurde dadurch behoben, dass beim Proxy-Server Benutzer angelegt wurden, die sich authentifizieren mussten und dadurch eindeutig aufgezeichnet wurden. Die gesamten Logfiles wurden, um den Rahmen dieser Arbeit nicht zu sprengen¹⁰⁵, auf beiliegender CD gespeichert. Um die in Kapitel 3.4 getroffenen Ergebnisse belegen zu können, wurden alle Einträge in den Logfiles in Zugriffsblöcke gegliedert. Ein Zugriffsblock vereint dabei alle Einträge, die nicht länger als drei Minuten vom letzten Eintrag auseinander liegen. Das heisst, liegt zwischen zwei Einträgen eine Zeitspanne von mehr als drei Minuten, so gehören beide Einträge zu verschiedenen Zugriffsblöcken. Diese Auswertung der Logfiles befindet sich im Anhang¹⁰⁶.

3.4 Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse des Feldtests präsentiert. Dabei werden noch keine Interpretationen seitens des Autors vorgenommen. Dies geschieht dann im nachfolgenden Kapitel 4. Alle Ergebnisse basieren auf den Auswertungen des schriftlichen Fragebogens, der Leitfragengespräche sowie der Logfiles, welche vollständig im Anhang¹⁰⁷ vorliegen.

3.4.1 Schriftlicher Fragebogen

Die Ergebnisse des schriftlichen Fragebogens wurden bereits in Kapitel 3.2.1 präsentiert und werden deshalb an dieser Stelle nur noch zusammengefasst dargelegt. Die kompletten Resultate des schriftlichen Fragebogens befinden sich im Anhang¹⁰⁸.

¹⁰⁵ 240 Seiten Datenmaterial

¹⁰⁶ Siehe Kapitel VIII.IX

¹⁰⁷ Aufgrund der Datenmenge von 240 Seiten befinden sich die Logfiles komprimiert im Anhang (siehe Kapitel VIII.IX). Die vollständigen Logfiles befinden sich auf beiliegender CD

¹⁰⁸ Siehe Kapitel VIII.VI

Feldtest

17 Personen haben am Feldtest teilgenommen und den schriftlichen Fragebogen ausgefüllt. Die Auswertung dieser Fragebögen ergab für die teilnehmenden Probanden folgende Ergebnisse:

- Geschlecht
Neun Männer und acht Frauen
- Alter
Durchschnittsalter 37.6, wobei der jüngste Proband 25 Jahre alt und der älteste Proband 60 Jahre war¹⁰⁹
- Bildungsgrad
Vierzehn Probanden mit Hochschul-, zwei mit Mittelschul- und einer mit Lehrabschluss
- Internetfähigkeiten (von 1 'Anfänger' bis 5 'professioneller Anwender')
Durchschnittswert 3.6, wobei der niedrigste Wert 2 und der höchste Wert 5 war¹¹⁰
- Erfahrungen mit online Communities?
Sieben Probanden hatten bereits Erfahrungen mit online Communities gemacht und 10 nicht
- Sind Sie Mitglied einer Tourismus-Community?
Keiner der Probanden war Mitglied in einer Tourismus-Community

¹⁰⁹ Für die genaue Altersverteilung siehe Abbildung 4

¹¹⁰ Für die genaue Verteilung siehe Abbildung 5

- Nutzen Sie privat oder beruflich ein Smart- oder PDA-Phone?

Drei Probanden nutzen beruflich und/oder privat ein PDA-Phone wohingegen 14 noch nie eines verwendet haben

3.4.2 Leitfragengespräch

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse des Leitfragengesprächs anhand der dreissig Interview-Leitfragen¹¹¹ präsentiert. Dabei wird, wie bereits erwähnt, noch keine Interpretation des Autors vorgenommen. Dies geschieht dann im folgenden Kapitel. Der Interview-Leitfaden sowie die transkribierten Leitfragengespräche befinden sich vollständig im Anhang¹¹².

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen nachgefragt, die Sie ansonsten nicht abgefragt hätten?

Diese Frage wurde 14 Mal mit ja und dreimal mit nein beantwortet. Dank des mobilen Endgerätes war es demzufolge möglich, Informationen nachzufragen, die man ansonsten auf Reisen nicht abfragen konnte.

Was für Informationen waren das?

Bei dieser Frage wurden die Antworten kategorisiert in tagesaktuelle, allgemeine und private Informationen. Acht Probanden haben dabei tagesaktuelle Informationen nachgefragt. Dies waren folgende Informationsbedürfnisse:

- Kinoprogramm
- Fahrplan
- Ausgehkalendar

¹¹¹ Die Interview-Leitfragen (siehe Anhang VIII.VII) unterscheiden sich von den Leitfragen des Testdesigns dahingehend, dass mit Hilfe der Ergebnisse aus den Interview-Leitfragen die übergeordneten Leitfragen des Testdesigns beantwortet werden können

¹¹² Siehe Kapitel VIII.VII und VIII.VIII

Feldtest

- Veranstaltungen
- Märkte
- Sonderausstellung in einem Museum
- Wetter
- Zeitung von zuhause

Sechs Probanden nutzten das PDA-Phone, um allgemeine Informationen nachzufragen

- Detailliertere Informationen über Sehenswürdigkeiten und deren Geschichte
- Parkplatzangebot
- Schlechtwetterprogramm

Weitere vier Probanden nutzten das mobile Endgerät, um private Informationen wie

- E-Mails
- WM-Tippspiel
- Zeitung von zuhause
- Sportnachrichten

abzurufen.

Waren diese Informationen hilfreich?

Diese Frage wurde sechsmal mit ja, viermal mit teilweise und dreimal mit nein beantwortet. Ein Proband fand diese Informationen zwar interessant jedoch nicht hilfreich.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Der mobile Zugriff erfolgte ausschliesslich in zwei Situationen. Entweder wollte der Proband direkt vor Ort (8 von 12 Probanden) etwas wissen oder er nutzte die ansonsten ungenutzte Zeit (7 von 12 Probanden) in einem Café, während der Fahrt mit einem

öffentlichen Verkehrsmittel oder beim Erholen im Park, um sein Informationsbedürfnis zu stillen.

Warum hätten Sie diese Informationen ohne PDA-Phone nicht abgefragt?

Zu dieser Frage waren die Antworten sehr unterschiedlich. Es gab jedoch zwei Hauptgründe für die exklusive Verwendung des mobilen Reiseführers (in Verbindung mit der direkten Zugriffsmöglichkeit):

- Tagesaktualität
- Informationsvielfalt

Sieben Probanden haben die Tagesaktualität des Internets genutzt, um den Fahrplan (2 Nennungen), das Kinoprogramm (4 Nennungen) oder kurzfristige Unternehmungsmöglichkeiten aufgrund eines Wetterwechsels (1 Nennung) nachzufragen.

Zwei Probanden haben die Informationsvielfalt im Internet verwendet, um weiterführende Informationen oder nicht reisespezifische Informationen (z. B. E-Mails, Zeitung von zuhause, Verlauf der Lieblingsfernsehserie) nachzufragen. V. a. weiterführende Informationen zu einer Sehenswürdigkeit waren ein Informationsbedürfnis, welches nur sofort vor Ort oder ansonsten gar nicht gestillt wurde. Stellvertretend hierfür folgendes Zitat:

“Bis ich beim nächsten Internetanschluss gewesen wäre, wäre das meiste vergessen gewesen“¹¹³

Zwei Probanden haben den mobilen Reiseführer verwendet, weil sie ihn gerade dabei hatten und nicht weil sie einen dringenden Informationsbedarf hatten.

¹¹³ Zitat des Probanden 200609021121 (siehe Kapitel VIII.VIII)

Feldtest

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben? Warum?

Acht von 15 Probanden haben neben dem mobilen Reiseführer auch noch andere Informationsquellen verwendet. Dies aufgrund verschiedener Faktoren:

- Technische Probleme
- Kartenmaterial mangelhaft
- Gewohnheit
- bessere Lesbarkeit von Tafeln und Schildern vor Ort

Technische Probleme waren hierbei die Geschwindigkeit des Geräts sowie die Tatsache, dass nicht alle Seiten angezeigt werden konnten und das System hin und wieder abstürzte. Dreimal wurde erwähnt, dass das Kartenmaterial unbrauchbar ist und man somit auf Alternativen angewiesen war. Des Weiteren wurde dreimal erwähnt, dass die Lesbarkeit der Beschreibung an Ort und Stelle viel besser ist, was aufgrund des beschränkten Displays eines PDA-Phones nicht weiter verwundert. Ein Proband hat zudem erwähnt, dass er es gewohnt ist, die Fahrpläne direkt an der Haltestelle zu lesen und somit keine Veranlassung sah, diese zu ändern.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Sechs der 17 Probanden empfanden die Travel-Blogs als hilfreich, da man Ideen für Reiseziele oder auch spezielle Entdeckungen von anderen Touristen erhält, wie folgendes Zitat belegt:

“Hilfreich, da sie gute Ideen liefern und vor allem persönliche Eindrücke vermitteln, die man sonst nicht erhält, wie z. B. zufällige Entdeckungen wie das beste Café der Stadt.“¹¹⁴

¹¹⁴ Zitat des Probanden 200609021120 (siehe Kapitel VIII.VIII)

Feldtest

Weitere sechs Probanden fanden die Travel-Blogs interessant. Dies v. a. weil man einen ersten Überblick und einige Ideen erhält. Zusätzlich positiv bewertet wurde von zwei Probanden, dass es Meinungen von Touristen sind, was die Unabhängigkeit und somit die Glaubwürdigkeit des Eintrags erhöht. Somit fanden insgesamt 71% (12 von 17) aller Probanden die Travel-Blogs hilfreich oder zumindest interessant. Demgegenüber empfanden vier Probanden die Travel-Blogs als gar nicht hilfreich. Dies hatte verschiedene Gründe:

- Sprachproblem, d. h. Eintrag nicht in der gewünschten Sprache vorhanden
- Nur Schönwettereinträge gefunden bei aktuell schlechter Wetterlage
- Zu kurz gefasste Einträge (z. B. keine Ortsangabe¹¹⁵), so dass man selber im Internet weitersuchen musste

Drei Probanden wiederum haben die Travel-Blogs gar nicht angeschaut oder nur überflogen und konnten deshalb keine Aussage über den Nutzen von Travel-Blogs machen. Ein Proband hat angemerkt, dass die Gefahr der Informationsüberflutung bei wachsender Anzahl Travel-Blogs bestehe und man somit die geeigneten Travel-Blog(-Einträge) gar nicht mehr finden können.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Diese Frage wurde nur den letzten drei Testgruppen (neun Probanden) gestellt. Dabei empfanden sieben Probanden (78 %) die Travel-Blogs als angenehmer. Dies v. a. deshalb, weil diese Seiten keine störenden, überflüssigen Informationen wie Werbung, Links und Zusatzinformationen enthalten, was die Zugriffsgeschwindigkeit sowie die Lesbarkeit erhöht.

¹¹⁵ Bei der ersten Testgruppe waren diese Ortsangaben Vorgabe des Autors. Um möglichst nicht die Realität zu verzerren, wurde diese Vorgabe für die anderen Testgruppen wieder aufgehoben.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Bei der Beantwortung dieser Frage gingen die gemachten Erfahrungen stark auseinander. Drei der 17 Probanden fanden die zeitnahe Benachrichtigung hilfreich, da sie hochaktuell ist und zu neuen Ideen anregen kann. Vier Probanden hingegen fanden die Benachrichtigungen überhaupt nicht hilfreich, da man sich entweder nicht dafür interessierte, was andere Personen gerade machen oder nicht glaubte, dass in einer Stadt etwas Neues genau an diesem Tag entdeckt werden würde. Fünf Probanden wiederum empfanden die Benachrichtigung über zeitnahe Blog-Einträge eher als Amusement. Dieser Spassfaktor könne zusätzlich erhöht werden, wenn man in einer Gruppe unterwegs sei und den anderen mitteilen könne, was man selbst gerade erlebe¹¹⁶. Knapp ein Drittel der Probanden (5 von 17) konnte diesbezüglich leider keine Auskunft geben, da er aufgrund der Freiwilligkeit einen Travel-Blog-Eintrag zu schreiben entweder lediglich eine oder gar keine Benachrichtigung bekam.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt? Inwiefern?

Bei einem¹¹⁷ Probanden hat eine zeitnahe Benachrichtigung zu einer Änderung des ursprünglichen Reiseplans geführt, so dass er am Abend an das im Travel-Blog-Eintrag erwähnte Strassenfest ging. Die anderen 16 Probanden blieben bei ihren ursprünglichen Plänen. Zehn davon könnten es sich jedoch vorstellen, die Pläne zu ändern, wenn sie über einen passenden Eintrag informiert würden.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert? Warum nicht?

Diese Frage wurde von allen Probanden mit nein beantwortet, d.h. keiner hatte bisher online Reiseinformationen publiziert.

¹¹⁶ Vgl. Interview mit Proband 200608201210 (siehe Kapitel VIII.VIII)

¹¹⁷ Aufgrund der Freiwilligkeit des Bloggens ab der dritten Testgruppe und der damit verbundenen Reduzierung der Einträge von durchschnittlich 11 auf 5.5 pro Testgruppe, sank logischerweise auch die Wahrscheinlichkeit auf einen persönlich relevanten Eintrag

Feldtest

Hierfür gibt es drei Gründe:

- Aufwand zu gross
- Nutzniessermentalität / Faulheit
- Unwissenheit

Fünf der 15 befragten Probanden gaben an, dass sie keine Reiseinformationen online publizieren, weil sie nicht wissen, wie man das macht oder sich gar nie überlegt haben, dies zu tun. Weiteren fünf Probanden ist der Aufwand schlicht zu gross und vier haben noch nie Reiseinformationen online publiziert aus Bequemlichkeit, Faulheit oder weil sie Informationen zwar nutzen, jedoch selber keine preisgeben wollen. Ein Proband hat noch nie online Reiseinformationen publiziert, weil er seit längerer Zeit keine Reise mehr gemacht hat und somit gar nie vor die Entscheidung gestellt wurde.

Werden Sie in Zukunft online Reiseinformationen publizieren?

Acht der 17 Probanden, also knapp die Hälfte, gaben an, dass sie in Zukunft Reiseinformationen publizieren werden. Sieben werden es auch in Zukunft nicht tun und zwei werden es wahrscheinlich nicht tun, können es sich jedoch vorstellen, wenn das ganze Prozedere noch einfacher würde (gilt für den einen dieser beiden) oder wenn man wüsste, dass die erstellten Informationen auch genutzt würden (gilt für den anderen der beiden). Einfach so publizieren um des Publizierens willen möchte er nicht.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst? Inwiefern?

Die Möglichkeit des mobilen Bloggings hat die Entscheidung, online Reiseinformationen zu publizieren, bei sechs von 17 Probanden positiv beeinflusst. Dies ausschliesslich deshalb, weil der Aufwand dadurch enorm reduziert werden kann. Hilfreich ist hierbei die nahe Verwandtschaft zum bereits bekannten MMS.

Wie haben Sie miteinander kommuniziert, um die Aufgabe 2 zu lösen?

Die erste Testgruppe, welche die Aufgabe hatte, sich an einem bestimmten Ort¹¹⁸ zu treffen, hat diese Information in einer Suchmaschine nachgeschaut, gefunden und somit gar nicht miteinander kommuniziert. Die anderen fünf Testgruppen haben alle ausschliesslich den eingerichteten Meeting-Blog zur Kommunikation verwendet.

Wie wurde eine Einigung erzielt? Welche Probleme sind dabei aufgetaucht?

Die zweite Testgruppe, welche die Aufgabe hatte, sich am frühen Abend in einer Eisdielen zu treffen, erzielte die Einigung dadurch, dass einer der Probanden einen Vorschlag machte, die anderen beiden damit einverstanden waren und sich alle dort trafen. Um diese Entscheidungsbequemlichkeit¹¹⁹ etwas herauszufordern, mussten sich die anderen vier Testgruppen auf einen Kinofilm einigen. Dies führte dazu, dass eine Art Diskussion im Meeting-Blog¹²⁰ entstand.

Die dritte Testgruppe kam hierbei zu keiner Einigung, weil ein Proband aufgrund anderer Pläne absagen musste und ein anderer diese Gelegenheit wahrnahm auch abzusagen, weil er aufgrund des schönen Wetters nicht ins Kino wollte.

Die vierte und die fünfte Testgruppe kamen alle mittels eines Ausscheidungsverfahrens zu einer Einigung. Das Ausscheidungsverfahren lief dergestalt, dass einer der Probanden einen oder mehrere Filme vorschlug und die anderen darauf mit Zustimmung oder neuen Vorschlägen reagiert haben. Nachfolgende drei Abbildungen zeigen ein solches Ausscheidungsverfahren exemplarisch:

¹¹⁸ Alfred-Escher-Statue beim Hauptbahnhof Zürich

¹¹⁹ Vor allem auf Reisen ist diese meist hoch

¹²⁰ Die verschiedenen Meeting-Blog-Einträge befinden sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.XI)

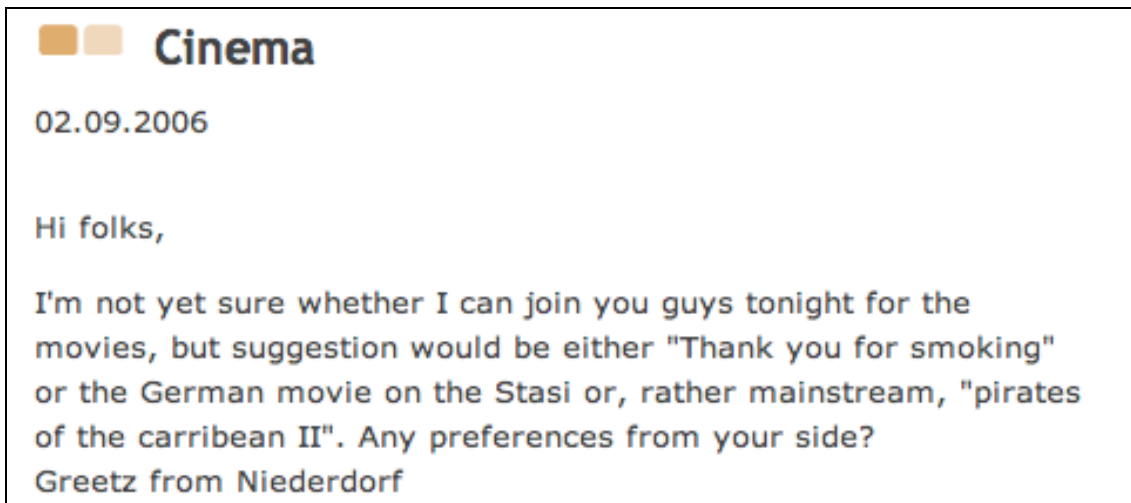


Abbildung 8: Auszug aus dem Meeting-Blog - Eintrag 1
(Quelle: Travellerspoint¹²¹)

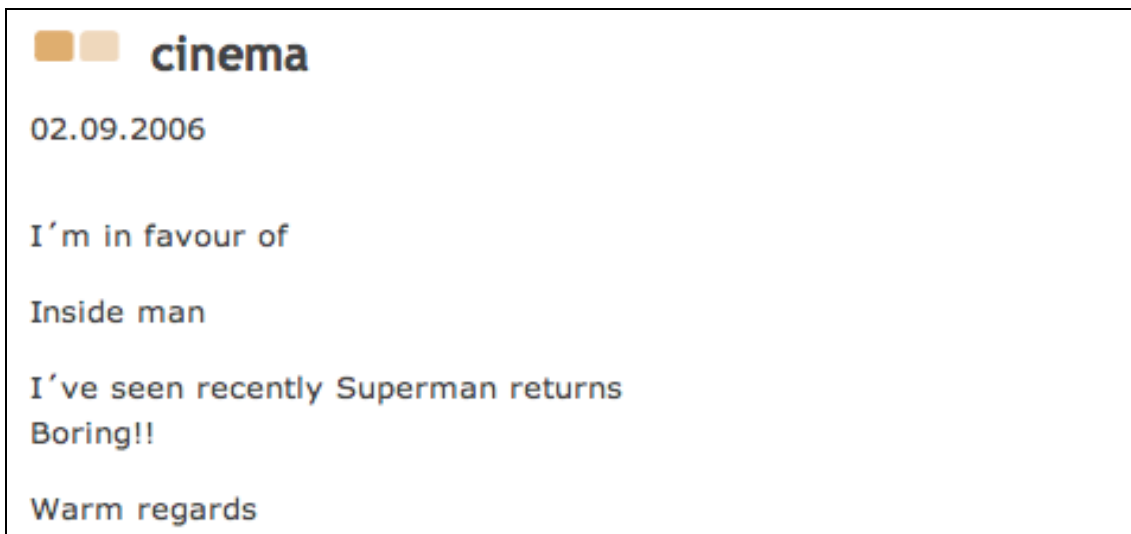


Abbildung 9: Auszug aus dem Meeting-Blog - Eintrag 2
(Quelle: Travellerspoint¹²¹)

¹²¹ <http://ifi-meeting.travellerspoint.com>, 5.9.2006

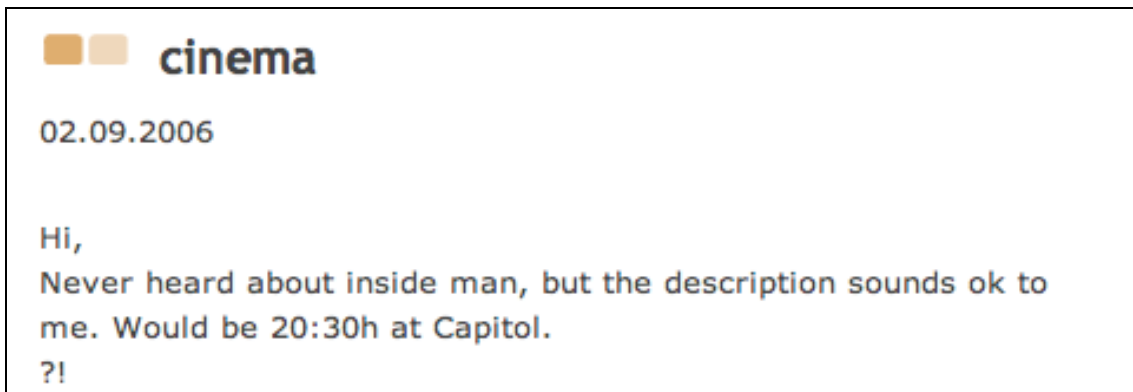


Abbildung 10: Auszug aus dem Meeting-Blog - Eintrag 3
(Quelle: Travellerspoint¹²²)

Die sechste und somit letzte Testgruppe kam nicht zu einer endgültigen Einigung im Meeting-Blog, weil sich bei zwei von drei Probanden der Akku frühzeitig entladen hatte und sie sich deshalb nicht mehr untereinander informieren konnten¹²³.

Welche Probleme sind dabei aufgetaucht?

Zwei Testgruppen hatten technische Probleme. Bei einer erhielt ein Proband nicht alle Nachrichten und bei der anderen ging, wie bereits erwähnt, der Akku aus.

In einer Testgruppe wurde zudem bemängelt, dass man auf Fragen über das Kino (Tramhaltestelle) oder den Film (Handlung) keine Antwort von den anderen erhielt sondern sich selber informieren musste.

Ansonsten sind keinerlei Probleme aufgetaucht.

¹²² <http://ifi-meeting.travellerspoint.com>, 5.9.2006

¹²³ Alle Probanden hatten jedoch die Natelnummer des Autors und konnten dennoch informiert werden, so dass man sich am Abend für die Kinovorstellung traf

Feldtest

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung zu bezahlen? Wie viel pro Tag?

Sechzehn der 17 Probanden sind bereit für den Datenverkehr zu bezahlen. Die genaue Zahlungsbereitschaft ist in folgender Abbildung ersichtlich:

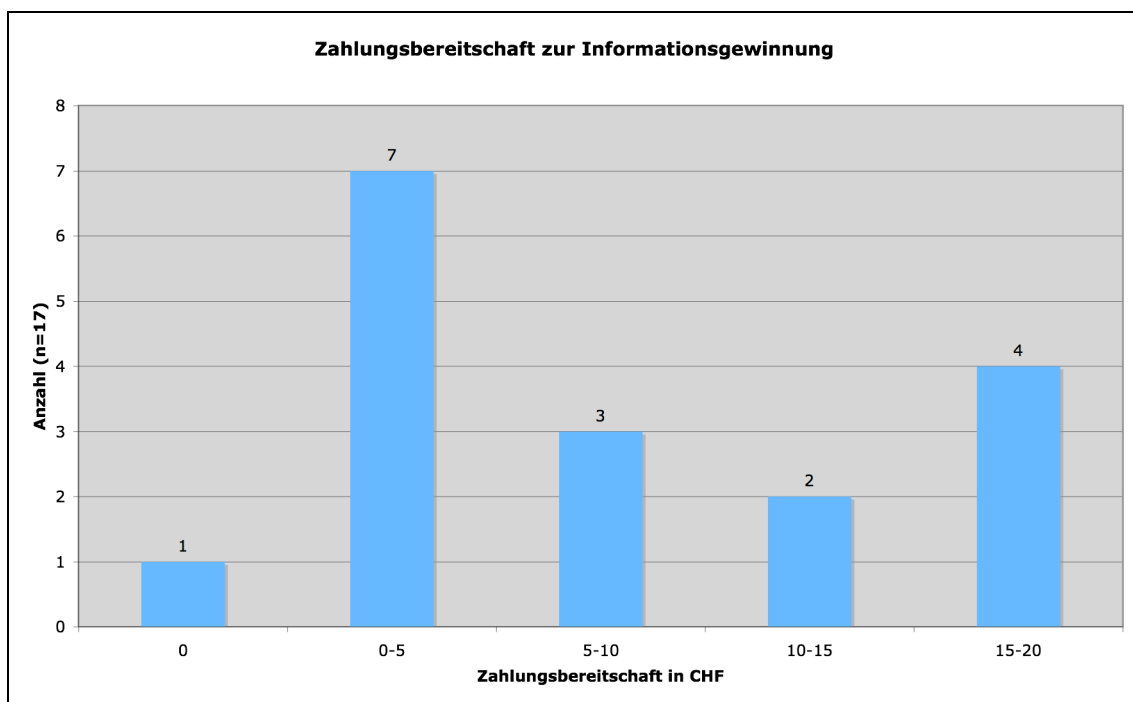


Abbildung 11: Zahlungsbereitschaft zur Informationsgewinnung

(Quelle: eigene Darstellung)

Die durchschnittliche Zahlungsbereitschaft zur Informationsgewinnung liegt somit zwischen CHF 5 und CHF 10 pro Tag, wobei fast die Hälfte (7 von 17 Probanden) maximal bereit ist, CHF 5 zu bezahlen. Demgegenüber stehen vier Probanden die bereit sind CHF 15 bis CHF 20 zu bezahlen.

Feldtest

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen? Wie viel pro Tag?

Die Zahlungsbereitschaft zur Informationsgenerierung ist sehr niedrig, d.h. sie liegt zwischen CHF 0 und CHF 5, wobei mehr als die Hälfte (9 von 17 Probanden) überhaupt nicht bereit ist, etwas zu bezahlen. Die genaue Verteilung der Zahlungsbereitschaft ist in folgender Abbildung ersichtlich:

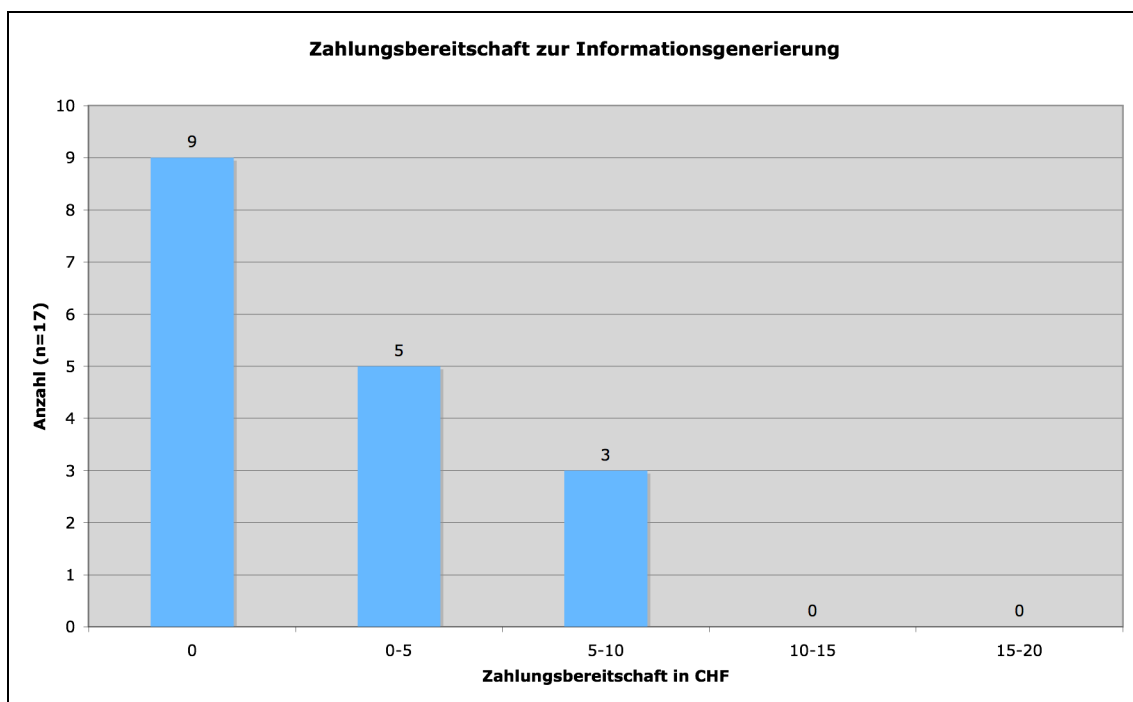


Abbildung 12: Zahlungsbereitschaft zur Informationsgenerierung

(Quelle: eigene Darstellung)

Hauptgrund für die geringe Zahlungsbereitschaft bei Informationsgenerierung ist, dass man für eigenen Aufwand nicht auch noch bezahlen möchte. Ein Proband erwähnte hierzu, dass er für die Informationsgenerierung bezahlen würde, wenn man für den Datenverkehr insgesamt bezahlen müsste und keine Unterscheidung zwischen den einzelnen Datenströmen gemacht würde. Ansonsten müsste er sich das für jeden Eintrag überlegen und wohl nur sehr selten Informationen publizieren.

“Wenn das natürlich so ist, dass man ein Abonnement hat, weil man eben darauf zugreifen will und da ist das Publizieren dann integriert und man hat dann sowieso dafür bezahlt, dann ist es irgendwie in Ordnung. Aber wenn ich mir jedes Mal überlege, was das mich jetzt kostet, dann eher nicht.”¹²⁴

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Zehn Probanden haben die erforderlichen Informationen erhalten, zwei teilweise und fünf nicht. Interessant hierbei ist, dass von den drei, im Umgang mit solchen Geräten geübte Probanden, zwei die gewünschten Informationen nicht gefunden haben, was Probleme mit der Gerätebedienung als Ursache für nicht gefundene Informationen ausschliessen lässt. Deutlich sichtbar ist jedoch, dass gute Internetkenntnisse zu signifikant besseren Ergebnissen¹²⁵ führen. Dies ist nicht weiter überraschend, da die gewünschten Informationen im Internet gesammelt werden müssen und sich somit die Fähigkeiten, sich im Internet bewegen zu können, einen direkten Einfluss auf das Ergebnis haben.

¹²⁴ Zitat des Probanden 200607301120 (siehe Kapitel VIII.VIII)

¹²⁵ 80 % (8 von 10) der geübten oder professionellen Anwender haben im Gegensatz zu 43 % (3 von 7) der normalen oder ungeübten Anwender die gewünschten Informationen gefunden

Feldtest

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Lediglich vier der 17 Probanden stuften den Aufwand als gering ein, wohingegen 10 den Aufwand als zu gross empfanden. Auf einer Rating-Skala von 1 (minimaler Aufwand) bis 5 (riesiger Aufwand) ergab die Umfrage einen hohen Durchschnittswert von 3.47. Die genaue Verteilung ist in folgender Abbildung ersichtlich:

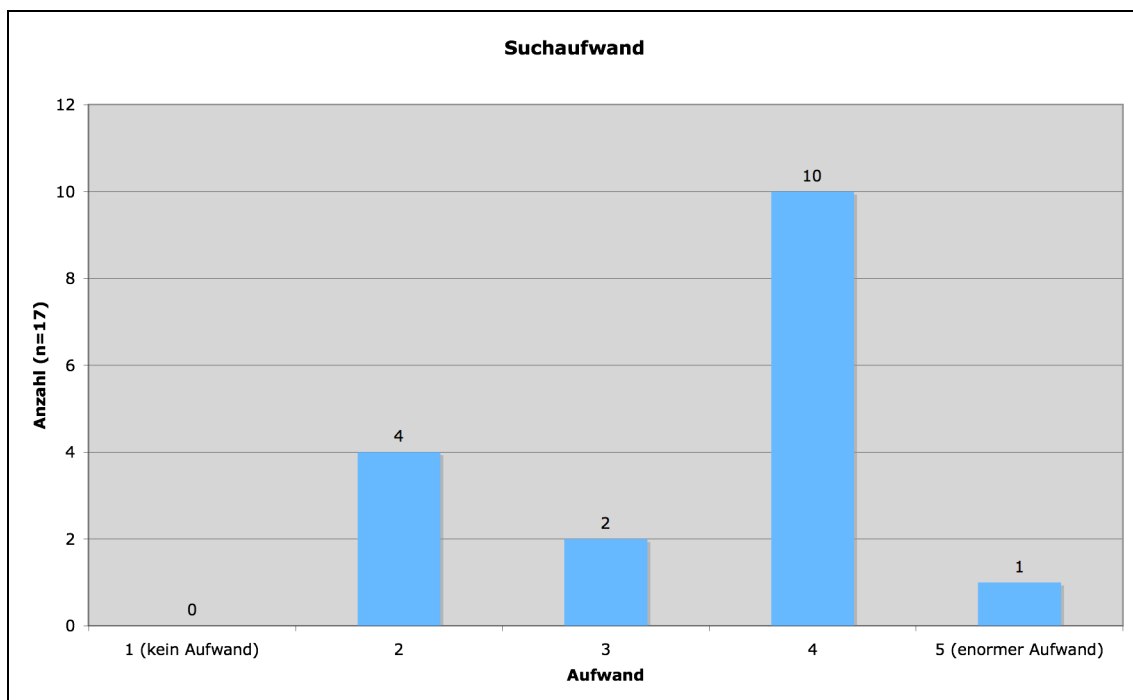


Abbildung 13: Suchaufwand

(Quelle: eigene Darstellung)

Feldtest

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden? Warum?

Die Probanden sind trotz relativ hohem Suchaufwand einigermaßen zufrieden mit dem mobilen Reiseführer. In einer Rating-Skala von 1 (unbrauchbar) bis 10 (perfekt) wurde ein zufrieden stellender Durchschnittswert von 5.71 erreicht. Die genaue Verteilung ist in folgender Abbildung ersichtlich:

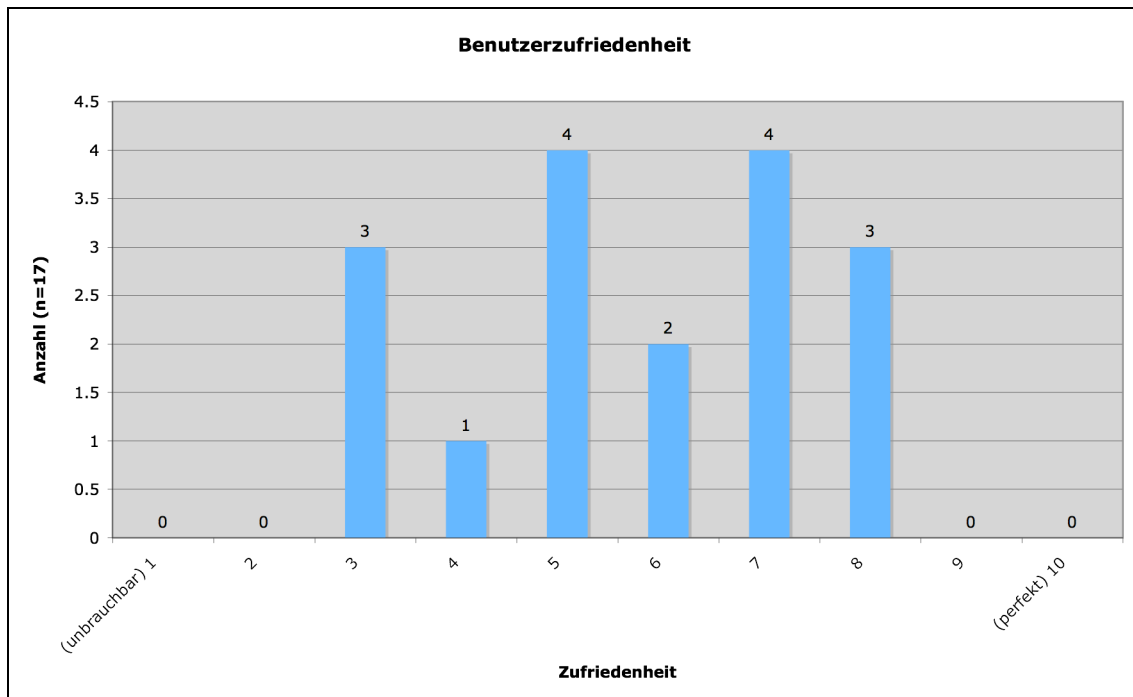


Abbildung 14: Benutzerzufriedenheit

(Quelle: eigene Darstellung)

Zufriedenheitsfaktoren waren absteigend nach Anzahl Nennungen¹²⁶:

- Informationsvielfalt inkl. Detaillierungsgrad (2)
- Aktualität (1)

¹²⁶ Die Anzahl der Nennungen wird in Klammern angezeigt

Feldtest

Unzufriedenheitsfaktoren waren absteigend nach Häufigkeit der Nennungen⁷⁹:

- Zu langsam (4)
- Gewünschte Information nicht gefunden (3)
- Kein Navigationssystem (2)
- Nicht aktuell (1)
- Zu viel Aufwand, um an die Informationen zu kommen (1)
- Webseite wurde nicht angezeigt (1)
- Bedienungsprobleme (1)
- Display zu klein, v. a. für Kartenmaterial (1)

Interessant hierbei ist, dass der Faktor Aktualität sowohl positiv als auch negativ erwähnt wurde. Dies ist damit zu erklären, dass bestimmte aktuelle Informationsbedürfnisse wie Kinoprogramm, Fahrplan oder Ausgehkalendar von speziellen, extra hierfür vorgesehenen Webseiten tagesaktuell angeboten werden, wohingegen v. a. Informationen über Märkte, aber auch diverse andere tagesaktuelle Anlässe auf den verschiedenen online Informationsplattformen gar nicht angeboten werden und deshalb nur schwer im Internet zu finden sind. Das Informationsbedürfnis wird somit nicht gestillt, und dieser Umstand führt deshalb zu Unzufriedenheit.

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein Smart- oder PDA-Phone verwenden? Warum?

Zehn von 17 Probanden würden auf ihrer nächsten Reise wieder ein solches Gerät mitnehmen, wenn sie es mieten oder ausleihen könnten¹²⁷.

¹²⁷ Die Frage wurde zusätzlich im Konjunktiv gestellt, da 14 der Probanden kein solches Gerät besitzen und somit auch keines verwenden könnten, ohne sich speziell für die Reise eines zu kaufen, was aufgrund der hohen Kosten eher unrealistisch wäre

Feldtest

Folgende Faktoren sprachen für eine erneute Verwendung¹²⁸:

- Aktualität (4)
- Fehlende Sprachkenntnis vor Ort (1)
- Kontakt mit Daheimgebliebenen (1)
- Ad-hoc-Planung (1)
- Informationstiefe (1)
- Gute Grösse des Geräts (1)

Demgegenüber standen folgende Argumente gegen eine erneute Verwendung (ebenfalls absteigend sortiert nach Anzahl Nennungen¹²⁹):

- Zu langsam (4)
- Zu viel Aufwand (3)
- Akkulaufzeit zu gering (3)
- Gerät zu gross (2)
- Gerät zu schwer (2)
- Gewünschte Information nicht erhalten (2)
- Nicht aktuell (1)
- Zuwenig Inhalte in der eigenen Muttersprache (1)
- Hoher Preis (1)
- Fehlende Struktur (1)
- Bedienung des Geräts zu kompliziert (1)

¹²⁸ Absteigend sortiert nach Anzahl Nennungen, welche in Klammern angezeigt werden

¹²⁹ Die Anzahl der Nennungen wird in Klammern angezeigt

Im Laufe des Gesprächs wurden zudem einige Anregungen, Kritiken oder Verbesserungsvorschläge seitens der Probanden gemacht. Diese werden abschliessend noch kurz zusammengefasst.

Der am häufigsten genannte Verbesserungsvorschlag (von sechs Probanden) war der Einbau eines Navigationssystems. Es ist scheinbar ein grosses Bedürfnis der Probanden vorhanden, ortssensitive Informationen zu erhalten. Dies dergestalt, dass einem das Gerät anzeigen soll, was sich in unmittelbarer Nähe befindet und gleichzeitig auch noch Informationen dazu liefern.

“Das Gerät könnte mir mittels GPS sagen, wo ich bin und wohin ich gehen muss, wenn ich zu einer bestimmte Sehenswürdigkeit gehen will und zusätzlich die passenden Informationen dazu liefern. Das Gerät dürfte auch Vorschläge liefern, wenn ich irgendwo bin und sage, dass ich gerne eine Pizza essen möchte. Das ist die grosse Chance von diesen Geräten gegenüber einem normalen Reiseführer.“¹³⁰

Weiter wurde angeregt, dass die wichtigen Webseiten PDA-optimiert werden sollten, damit diese Seiten schnell aufgerufen werden können und auch einfacher navigierbar sind. Kritisiert wurde zudem die mangelnde Akkulaufzeit, die Geschwindigkeit sowie das Gewicht des Gerätes.

3.4.3 Browser History

Die Browser History wurde auf verschiedene Arten ausgewertet. Zuerst wurden alle Logeinträge in Zugriffsblöcke¹³¹ aufgeteilt. Danach wurde anhand dieser Zugriffsblöcke evaluiert, wie lange die einzelnen Probanden Informationen im Internet gesucht hatten und wie viel Zeit davon zur Informationssuche in einer online Tourismus-Community sowie auch in anderen online Informationssystemen aufgewendet wurde. Des Weiteren

¹³⁰ Zitat des Probanden 200608201120 (siehe Kapitel VIII.VIII)

¹³¹ siehe Kapitel 3.3.3

wurde evaluiert, wie gross die jeweiligen Zugriffsblöcke waren, d.h. wie lange ein Zugriffsblock dauerte. Zusätzlich wurde noch evaluiert, wie gross der Datenverkehr der einzelnen Probanden war. Zu guter Letzt wurde noch überprüft, ob die bestehenden Travel-Blogs unterwegs überhaupt angeschaut wurden. Die auf Zugriffsblöcke komprimierte Fassung der gesamten Browser History mit allen Logeinträgen befindet sich im Anhang¹³².

Wie viel mal hat ein Proband auf das Internet zugegriffen?

Dies wurde anhand der Anzahl Zugriffsblöcke gemessen, wobei die von der Aufgabenstellung diktierten aktuellen Blog-Einträge¹³³ nicht mitgezählt wurden.

Durchschnittlich wurde somit 7.7 Mal pro Versuchsdauer auf das Internet zugegriffen. Überraschenderweise machte es keinen signifikanten Unterschied¹³⁴, ob die Probanden einen oder zwei Tage am Test teilgenommen hatten.

Wie lange wurde im Internet gesurft?

Hierfür wurden die einzelnen Zugriffsblöcke der Probanden kumuliert. Die durchschnittliche Online-Zeit eines Probanden lag bei 56 Minuten und 32 Sekunden, wobei es wieder keinen signifikanten Unterschied¹³⁵ ausmachte, ob ein Proband einen oder zwei Tage am Test teilgenommen hatte.

Wie lange wurde auf online Tourismus-Communities zugegriffen?

Dies wurde anhand der Logeinträge gemessen. Durchschnittlich wurde 22 Minuten und 57 Sekunden, oder 41 % der gesamten Zeit, auf Tourismus-Communities zugegriffen.

¹³² Siehe Kapitel VIII.IX

¹³³ Meeting-Blog und aktuelle Travel-Blogs

¹³⁴ Acht durchschnittliche Zugriffe pro zweitägigem gegenüber 7.5 durchschnittlichen Zugriffen pro eintägigem Proband

¹³⁵ Zweitägige Probanden haben im Durchschnitt lediglich 1 Minute und 48 Sekunden länger auf das Internet zugegriffen

Feldtest

Ein bisschen länger, nämlich 26 Minuten und 45 Sekunden, oder 47 % der Zeit, wurde auf Webseiten über Zürich zugegriffen. Der Rest der Zeit¹³⁶ wurde dazu verwendet, private Informationen wie E-Mails, Sportnachrichten o. ä. abzurufen. Die genaue prozentuale Verteilung ist in folgender Abbildung ersichtlich. Diese Verteilung der Zugriffe ist jedoch etwas trügerisch, da ein grosser Teil der Zugriffe¹³⁷ auf die im Feldtest aufgetragene Aufgabenstellung¹³⁸ zurückzuführen sind und somit nur bedingt freiwillig geschahen.



Abbildung 15: Prozentuale Verteilung der Internetzugriffe (unbereinigt)
(Quelle: eigene Darstellung)

¹³⁶ 7 Minuten und 42 Sekunden (12 % der gesamten Zeit)

¹³⁷ 14 Minuten und 50 Sekunden (26 % der gesamten Zeit)

¹³⁸ Aktuelle Travel- und Meeting-Blogs sowie Zugriffe auf Webseiten mit dem Kinoprogramm oder der Kinos selbst

Feldtest

Bereinigt um die Zugriffe aufgrund der Aufgabenstellung wurde im Durchschnitt noch 13 Minuten und 10 Sekunden auf Tourismus-Communities zugegriffen, um Informationsbedürfnisse zu stillen. Dies entspricht einem prozentualen Anteil an der gesamten Surfzeit von 23 %. Viel häufiger, nämlich 39 % (21 Minuten und 42 Sekunden) der Zeit, wurden zur Informationsbefriedigung Webseiten über Zürich aufgerufen. Die genaue Verteilung der Zugriffe¹³⁹ auf das Internet sieht wie folgt aus:

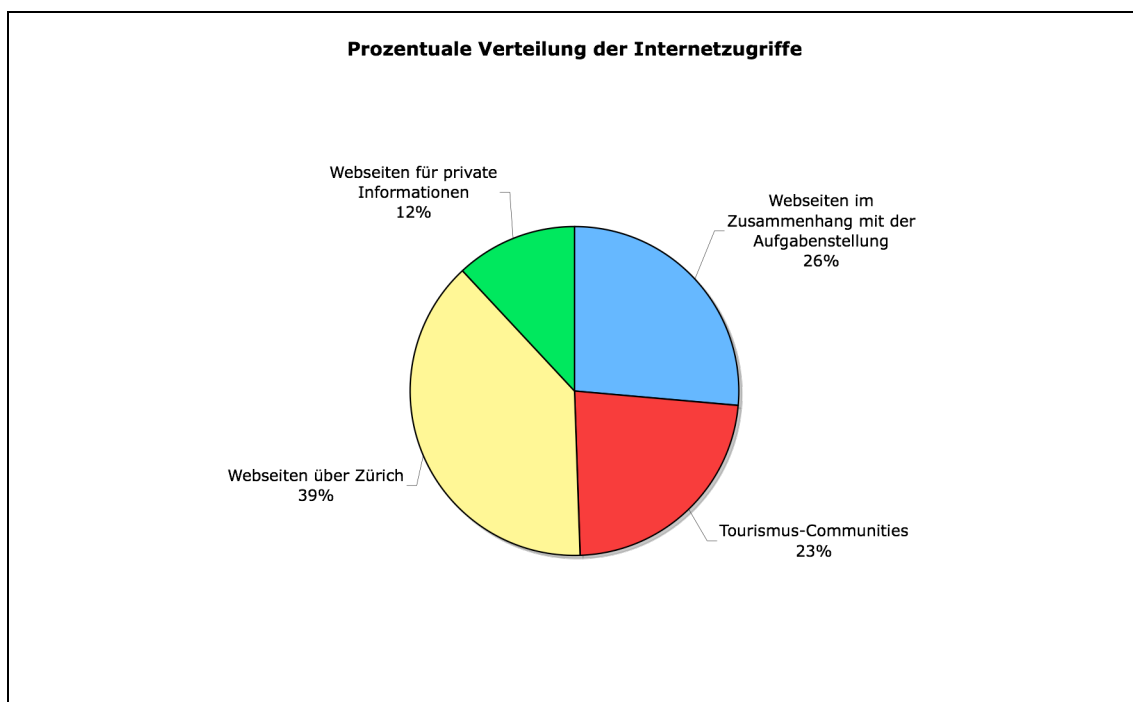


Abbildung 16: Prozentuale Verteilung der Internetzugriffe
(Quelle: eigene Darstellung)

¹³⁹ siehe Logfiles auf beiliegender CD

Die Internetzugriffe wurden dabei in folgende Nutzungsarten gruppiert:

- **Aufgabenstellung**

Die Gruppierung Aufgabenstellung kumuliert alle Zugriffe auf den Meeting-Blog, auf die tagesaktuellen Travel-Blogs sowie alle Zugriffe auf das Kinoprogramm und die betreffenden Kinos, weil sie direkt mit der Aufgabenstellung der Aufgabe 2 des Feldtests zusammenhängen und somit gewissermassen erzwungene Zugriffe darstellen. Die genaue Aufteilung der Zugriffe sah wie folgt aus:

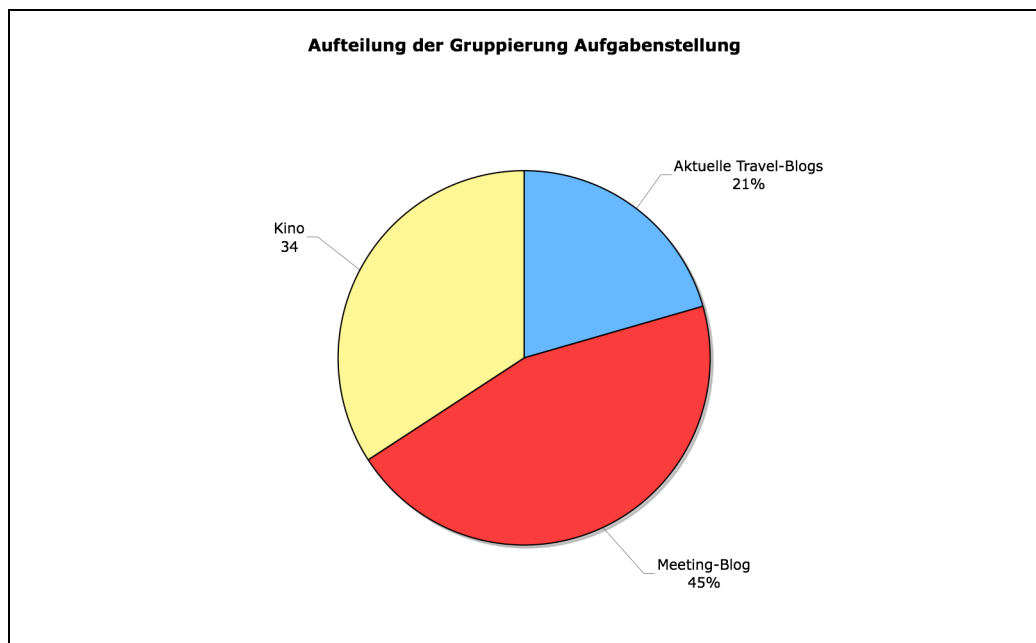


Abbildung 17: Aufteilung der Gruppierung Aufgabenstellung
(Quelle: eigene Darstellung)

- Tourismus-Communities

Unter Tourismus-Communities wurden alle Zugriffe auf die diversen, in Kapitel 2 beschriebenen und beim PDA-Phone als Bookmark gespeicherten, online Tourismus-Communities subsumiert. Dazu gehören auch die Travel-Blogs von vorangegangenen Testgruppen. Dabei wurde in folgendem Verhältnis auf die diversen Tourismus-Communities zugegriffen:

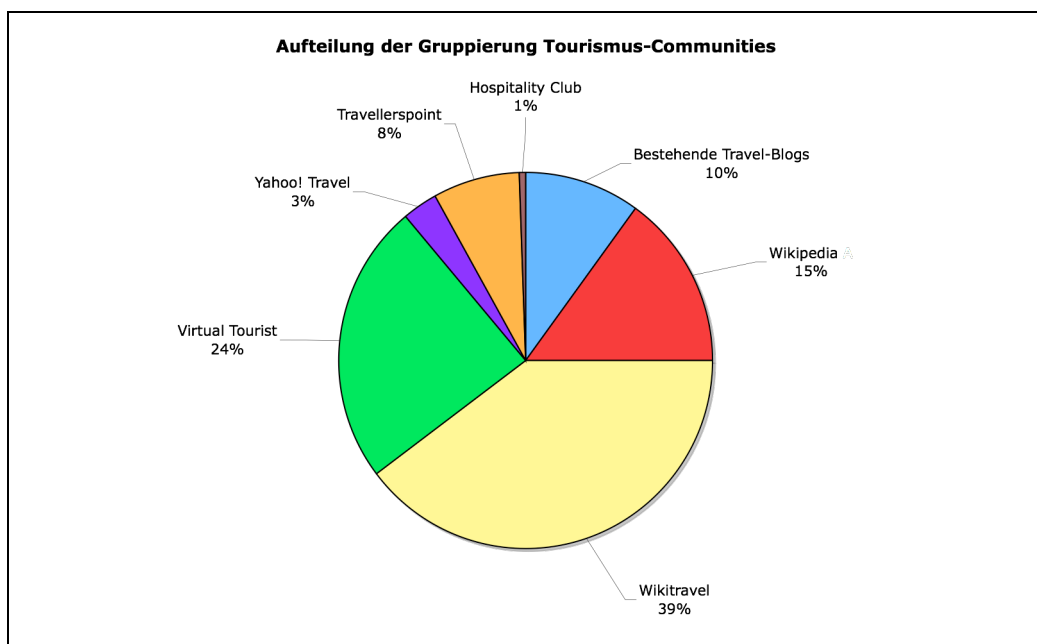


Abbildung 18: Aufteilung der Gruppierung Tourismus-Communities
(Quelle: eigene Darstellung)

Der grosse Anteil von Wikitravel muss mit einer gewissen Skepsis betrachtet werden, da diese Webseite als Startseite im Browser eingestellt war und somit auch aufgerufen wurde, ohne dass Informationen abgefragt wurden.

- Informationen über Zürich

Den mit Abstand grössten Anteil an Zugriffen hatten Informationen über Zürich, die nicht von online Tourismus-Communities angeboten werden. Diese Gruppe wurde noch einmal unterteilt in

- Zürich-Informationssysteme
- Google
- Homepage
- Kartenmaterial
- Fahrplan

Als Zürich-Informationssysteme wurden alle Webseiten von und über Zürich wie z. B. die offizielle Webseite von Zürich Tourismus oder der Stadt Zürich¹⁴⁰ taxiert.

Unter dem Punkt Google wurden alle Suchabfragen auf der Webseite von Google subsumiert. Diese Ergebnisse führten dann entweder auf ein Zürich-Informationssystem, direkt auf die Homepage der gesuchten Sehenswürdigkeit, des gesuchten Ausgangstipps oder des gesuchten Geschäfts oder in einem Fall auch auf die Tourismus-Community Wikipedia.

Als Homepage werden in diesem Kontext die offiziellen Webseiten von Gebäuden, Unternehmen oder Veranstaltungen wie z. B. die Webseite des Landesmuseums, von Sprüngli oder der langen Nacht der Museen¹⁴¹ verstanden. Hinzu kamen Webseiten mit Kartenmaterial der Stadt Zürich¹⁴² sowie Webseiten über den Fahrplan des öffentlichen Verkehrs wie z. B. der Schweizerischen

¹⁴⁰ Die komplette Liste der aufgerufenen Zürich-Informationssysteme befindet sich im Anhang (siehe Kapitel VIII.X)

¹⁴¹ <http://www.landesmuseum.ch>, <http://www.spruengli.ch>, <http://www.langenacht.ch>

¹⁴² <http://map.search.ch>, <http://map.maponair.com>, <http://bme.map24.com>

Bundesbahn oder des Zürcher Verkehrsverbundes¹⁴³. Die genaue Aufteilung ist in folgender Abbildung ersichtlich:

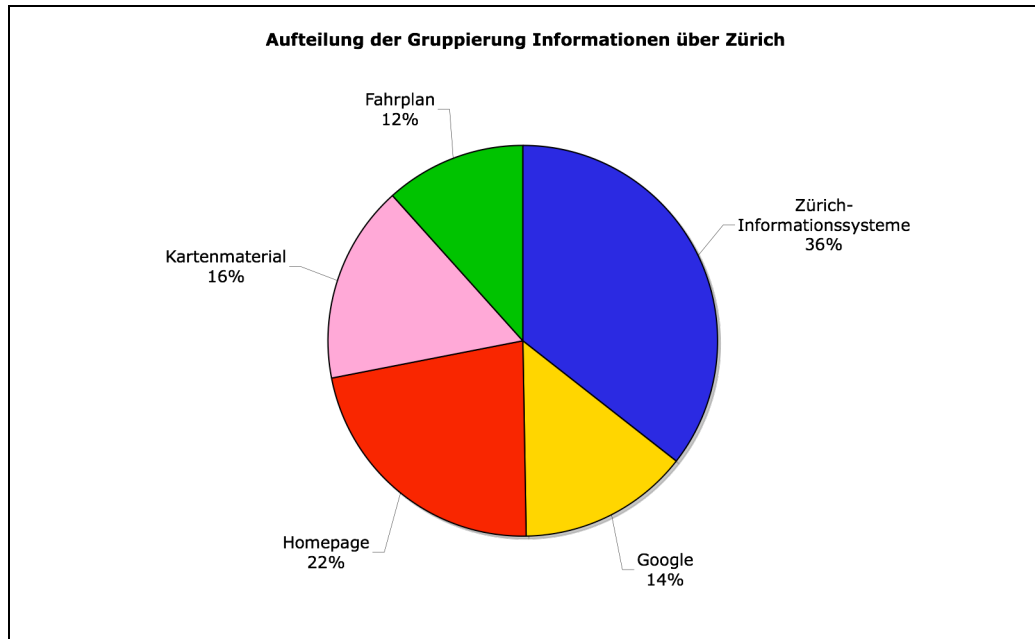


Abbildung 19: Aufteilung der Gruppierung Informationen über Zürich
(Quelle: eigene Darstellung)

- Private Informationen

Neben den bereits erwähnten Zugriffen wurde auch noch ein kleiner Teil der Zeit (knapp sieben Minuten pro Proband) dazu verwendet, private Informationen wie E-Mails, die Zeitung von zuhause, Sportnachrichten o. Ä. abzurufen.

¹⁴³ <http://www.sbb.ch>, <http://www.zvv.ch>

Feldtest

Wie sehen die Zugriffsblöcke in Bezug auf ihre Dauer aus?

Im gesamten Feldtest gab es 198 Zugriffsblöcke, welche in ihrer Dauer von wenigen Sekunden bis zu über 45 Minuten variierten. In folgender Abbildung ist die genaue Verteilung dieser Zugriffszeiten ersichtlich:

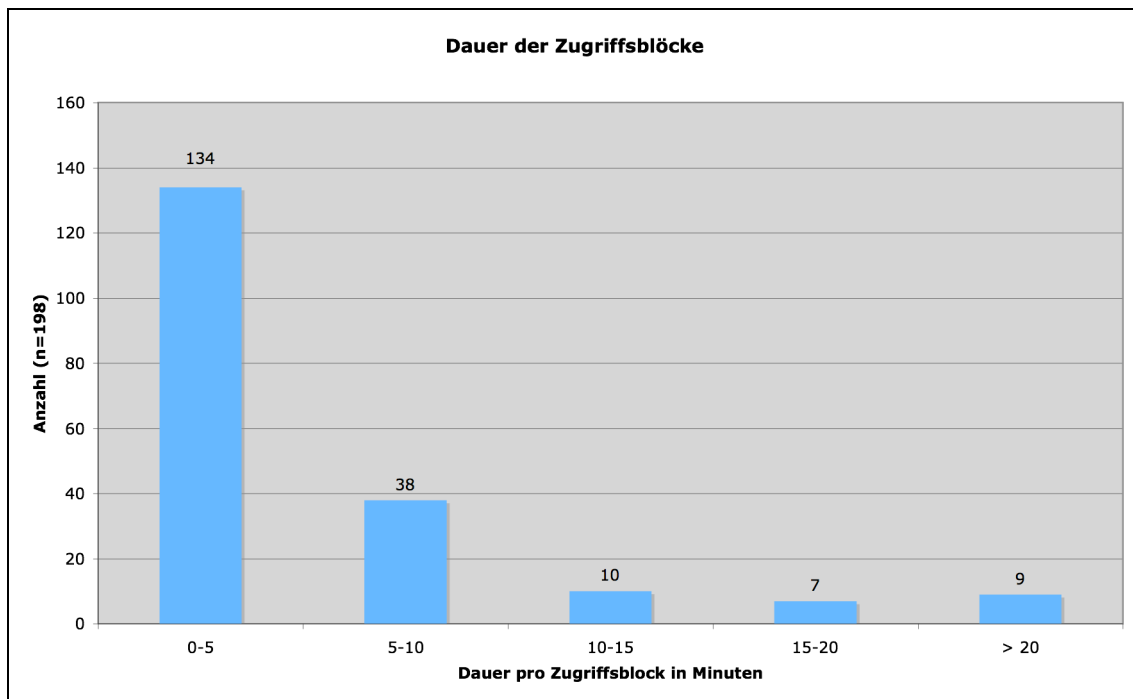


Abbildung 20: Dauer der Zugriffsblöcke

(Quelle: eigene Darstellung)

Die durchschnittliche Dauer eines Zugriffsblocks lag bei knapp 5 Minuten¹⁴⁴. Von den 134 Kurzzugriffsblöcken (weniger als 5 Minuten) gehen genau die Hälfte, nämlich 67, auf das Konto der Aufgabenstellung, d. h. Meeting-Blog oder aktueller Travel-Blog eines Probanden aus derselben Testgruppe. Dieser Umstand verkürzte die durchschnittliche Dauer eines Zugriffsblocks logischerweise deutlich. Bereinigt um diese von der Aufgabenstellung diktierten Zugriffsblöcke ergibt sich eine

¹⁴⁴ 4 Minuten und 44 Sekunden

Feldtest

durchschnittliche Dauer eines Zugriffsblocks von etwas mehr als 7 Minuten¹⁴⁵. Nichtsdestotrotz ist klar ersichtlich, dass die Möglichkeit, kurzfristig nach Informationen zu suchen, auch rege genutzt wurde. In folgender Abbildung werden die Kurzzugriffsblöcke auf Minutenbasis dargestellt. Dabei wird getrennt zwischen “freiwilligen” Zugriffsblöcken (in blau; unten) und Zugriffsblöcke der Aufgabenstellung¹⁴⁶ (in rot; darüber).

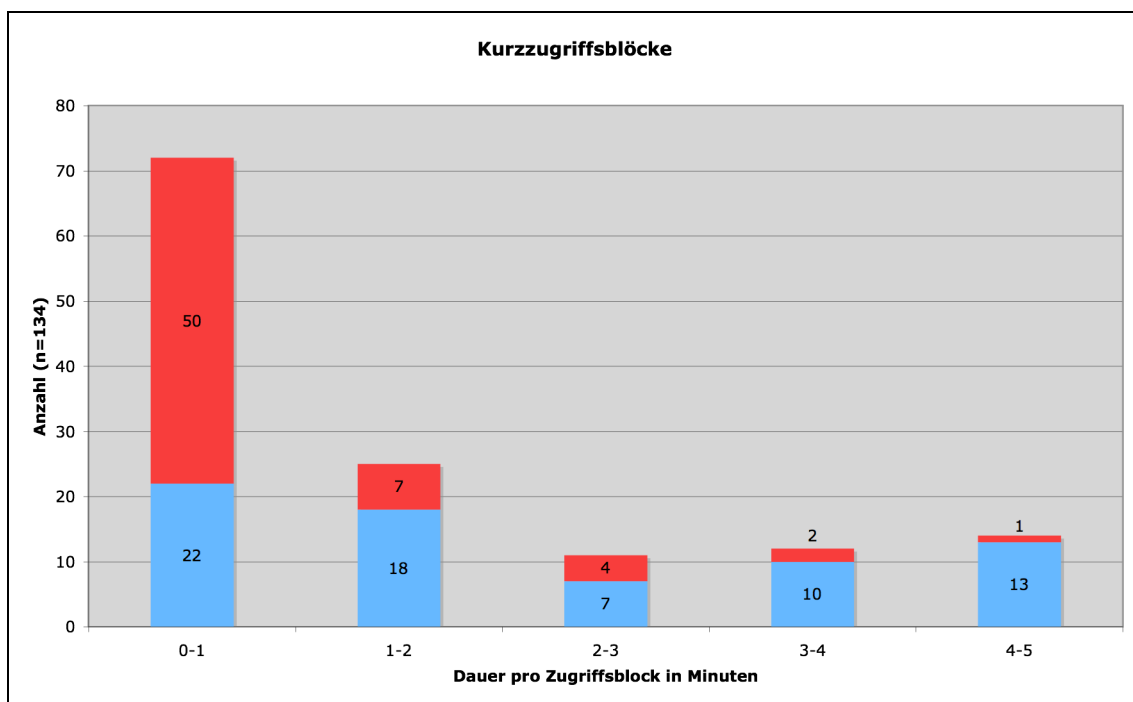


Abbildung 21: Kurzzugriffsblöcke

(Quelle: eigene Darstellung)

¹⁴⁵ 7 Minuten und 7 Sekunden

¹⁴⁶ Dies sind Zugriffe auf den Meeting-Blog und die Travel-Blogs derselben Testgruppe

Welche Datenmenge wurde beim Surfen heruntergeladen?

Ein Proband hat im Durchschnitt 2.27 MB an Daten heruntergeladen, wobei interessanterweise die eintägigen Probanden deutlich mehr Daten¹⁴⁷ bezogen. Aufgrund der Tatsache, dass sie im Durchschnitt weniger lang surften, muss davon ausgegangen werden, dass sie Seiten mit mehr Inhalten und Bildern angeschaut haben.

Wurden die bestehenden Travel-Blogs angeschaut?

Elf Probanden haben die bestehenden Travel-Blogs unterwegs angeschaut und sechs nicht.

Alle diese Ergebnisse zeigen deutlich, dass ein ziemlich grosser Informationsbedarf bestand und auch versucht wurde, diesen mit Hilfe des Internets zu stillen. Nicht ausser Betracht lassen darf man jedoch, dass aufgrund dessen, dass den Probanden etwas ihnen Neues¹⁴⁸ zum Ausprobieren ausgeliehen wurde, das PDA-Phone tendenziell eher häufiger¹⁴⁹ verwendet wurde, als wenn die Probanden bereits im Besitz eines solchen Gerätes gewesen wären und sich mit der Informationsbeschaffung in Tourismus-Communities auf Reisen ausgekannt hätten¹⁵⁰.

¹⁴⁷ Zweitägige Probanden haben im Durchschnitt 1.74 MB an Daten heruntergeladen, wohingegen die eintägigen Probanden 2.57 MB heruntergeladen haben

¹⁴⁸ Neue Technik (PDA-Phone) sowie Art der Informationsbeschaffung (Tourismus-Communities)

¹⁴⁹ Neugier und möglicher psychologischer Druck bei einer Teilnahme an einem Feldtest

¹⁵⁰ Für die Probanden bestand somit jeweils eine Unsicherheit über das zu erwartende Ergebnis

4 Diskussion

Nachdem es im vorangegangenen Kapitel darum ging, die Ergebnisse ohne subjektive Färbung darzulegen, werden die Ergebnisse der Interview-Leitfragen (siehe Kapitel 3.4.2) in diesem Kapitel vom Autor interpretiert und anhand der Leitfragenkomplexe (siehe Kapitel 3.2.1) diskutiert.

4.1 Mobilitätseffekte

Bringt Mobilität einen Mehrwert derart, dass Information abgefragt wird, die man ansonsten aufgrund der zeitlichen Differenz bis zum nächsten Internetanschluss nicht nachfragen würde?

Vierzehn der 17 Probanden haben dank mobilen Zugriffs Informationen abgefragt, die sie nach eigenen Angaben ansonsten nicht nachgefragt hätten. Dies waren folgende Informationen:

- Aktuelle Veranstaltungen, Märkte sowie Ausgehtipps
- Kinoprogramm
- Fahrplan
- Detaillierte Informationen über Sehenswürdigkeiten
- Wetter
- Private Dinge wie z.B. die Zeitung oder E-Mails
- Schlechtwetterprogramm¹⁵¹

Auffallend ist, dass fast ausschliesslich¹⁵² tagesaktuelle Informationen nachgefragt wurden. Diese Informationen können von gedruckten und somit nie tagesaktuellen Reiseführern nicht angeboten werden. Deshalb wurde von den Probanden auch

¹⁵¹ Spontaner Informationsbedarf aufgrund eines Wetterwechsels

¹⁵² Detaillierte Informationen über Sehenswürdigkeiten müssen nicht zwingend tagesaktuell sein

Diskussion

bestätigt, dass sie diese Informationen ansonsten nicht abgerufen hätten, weil diese in einem Reiseführer so gar nicht vorhanden wären, was einen Mehrwert gegenüber gedruckten Reiseführern darstellt. Der Mehrwert gegenüber stationären Endgeräten besteht in der Orts- und Zeitunabhängigkeit. Online Tourismus-Communities können zur Aktualität keinen Beitrag leisten, da ihre Inhalte fast ausschliesslich aus Erfahrungen von Reisenden, d.h. erlebten, vergangenen Informationen und nicht zukunftsorientierten bestehen. Lediglich im direkten Kontakt mit Mitgliedern von online Tourismus-Communities (z. B. in Foren oder mit den von Travellerspoint angebotenen Travel Helper) könnten solche tagesaktuellen Informationen in Erfahrung gebracht werden. In diesen Fällen muss sich jedoch auch erst einmal ein Ortskundiger in angemessener Frist¹⁵³ zu Wort melden, was aufgrund der Freiwilligkeit, Beiträge zu schreiben oder als Travel Helper zu fungieren, nicht garantiert werden kann. Die Probanden haben diese Option jedoch nicht wahrgenommen und nur bereits bestehende Informationen durchsucht. Somit kann gesagt werden, dass der mobile Zugriff auf online Tourismus-Communities faktisch keinen Mehrwert bietet, sondern lediglich die Möglichkeit, jede beliebige Webseite jederzeit aufrufen und somit tagesaktuelle Informationen erhalten zu können.

Der ubiquitäre Zugang an sich bietet jedoch einen Mehrwert. So erfolgte der Zugriff während der Tests ausschliesslich in zwei Situationen. Einerseits war dies direkt vor Ort, um z. B. weiterführende Informationen zu einer Sehenswürdigkeit, die ansonsten in Vergessenheit geraten würde, nachzufragen oder andererseits, um ansonsten 'ungenutzte' Zeit in öffentlichen Verkehrsmitteln oder auch in einem Park dazu zu verwenden, bestehendes Informationsbedürfnis zu stillen oder den weiteren Verlauf der Reise zu planen.

¹⁵³ Auf Reisen beträgt diese Frist maximal ein paar Stunden, wobei meist eine minutenschnelle Antwort erwünscht wird. Gemäss [Sute04, S.64] werden knapp ein Viertel der Anfragen innerhalb einer Stunde beantwortet

Diskussion

Ganz eindeutig hat dieser Feldtest gezeigt, dass ein Bedürfnis an situationsgerechter, aktueller Information auf Reisen besteht. So haben die Probanden im Durchschnitt fast achtmal¹⁵⁴ pro Versuchsdauer – es gab praktisch keinen Unterschied¹⁵⁵ zwischen eintägigen und zweitägigen Probanden – auf das Internet zugegriffen, um Informationen nachzufragen. Dieser Wert ist etwas zu hoch, da aufgrund der genannten technischen Mängel wie Fehler im Seitenaufbau z. T. mehrfach versucht wurde, die gleiche Seite aufzurufen und der Wert somit etwas verfälscht wurde.

Der grosse Vorteil des mobilen online Reiseführers lag dabei in der Möglichkeit, tagesaktuelle Informationen jederzeit und ortsunabhängig abrufen zu können. Da diese Informationen jedoch wie bereits erwähnt, nicht von online Tourismus-Communities angeboten werden, muss man die einschlägigen Webseiten kennen, um diese Informationen zu erhalten. Dies setzt beim momentanen Stand der diversen Webseiten¹⁵⁶ einiges an Recherche vor der Reise voraus.

Neben dem grossen Vorteil der Aktualität hat der mobile online Reiseführer im jetzigen Zustand jedoch zwei grundlegende Mängel:

- Performance
- Fehlende ortsbezogene Informationen sowie Kartenmaterial

¹⁵⁴ 7.7 gemäss Auswertung der Zugriffsblöcke (siehe Kapitel VIII.IX). Zugriffsblöcke, die von der Aufgabenstellung diktiert wurden, wie Meeting-Blog und aktueller Travel-Blog, wurden nicht einkalkuliert

¹⁵⁵ 7.5 Zugriffsblöcke pro eintägigem Probanden und 8 Zugriffsblöcke pro zweitägigem Probanden

¹⁵⁶ Gemäss Netcraft (http://www.netcraft.com/archives/web_server_survey.html) gibt es, Stand September 2006, knapp 100 Millionen (96'854'877) Webseiten im Internet, bei einer monatlichen Wachstumsrate von 4 bis 5 %

Diskussion

Performanceprobleme können auf verschiedene Art und Weise auftreten, führen jedoch stets direkt zu Unzufriedenheit bei den Anwendern. Ein grosses Problem der mobilen online Reiseführer liegt darin, dass die Webseiten nicht für kleine Displays konzipiert, geschweige denn optimiert sind. Dies führt dazu, dass viele Webseiten einerseits schwer lesbar sind und das Gerät andererseits einiges an interner Rechenleistung aufbringen muss, um die Webseite überhaupt anzuzeigen. Dieser interne Aufwand schlägt sich direkt auf die Antwortgeschwindigkeit nieder und steigert somit den Unzufriedenheitsfaktor. Dabei kann es durch Ungeduld des Anwenders und daraus folgenden mehrfachen Klicks auch leicht zu Abstürzen des Betriebssystems kommen. Vom alltäglichen Gebrauch des Internets ist man sich jedoch gewohnt, dass man sehr schnell tagesaktuelle Informationen nachfragen kann. Dies wird deshalb auch von einem mobilen online Reiseführer verlangt, was er jedoch nur schwer zu leisten imstande ist, da die gesamte Infrastruktur¹⁵⁷ eine andere ist.

Neben dem erwähnten Performanceproblem bot der mobile online Reiseführer auch keine ortsbezogenen Informationen an. Einerseits ist es aufgrund der beschränkten Displaygrösse nur schwer möglich, einen gut lesbaren Kartenausschnitt abzubilden¹⁵⁸ und andererseits werden zum momentanen Zeitpunkt noch keine ortsbezogenen Informationen¹⁵⁹ angeboten. Genau diese Informationen würden dem mobilen online Reiseführer jedoch den grössten Mehrwert liefern.

“Ein GPS-System im Gerät, das mir zeigt, wo ich bin, was in der Nähe für Sehenswürdigkeiten, Restaurants etc. sind und mir Informationen darüber liefert. Das wäre fantastisch!”¹⁶⁰

¹⁵⁷ Datenübertragungsmethode, Prozessorleistung, virtuelle Speichergrösse um nur einige zu nennen

¹⁵⁸ Von interaktiver Funktionalität aufgrund damit verbundener Rechnerleistung ganz zu schweigen

¹⁵⁹ GPS oder Ortsbestimmung mittels Natelantennen

¹⁶⁰ Zitat des Probanden 200607301119 (siehe Kapitel VIII.VIII)

Bereits das Fehlen von geeigneter Anzeige von Kartenmaterial führt zu erheblichen Nachteilen im Umgang mit dem mobilen online Reiseführer. Um Informationen zu erhalten, muss man jeweils nach etwas suchen. Wenn man jedoch nicht weiss, wie z.B. das gegenüberliegende Gebäude heisst, dann kann man auch keine Informationen darüber erhalten.

“Ich wollte zum Beispiel einmal wissen, wie die Kirche gegenüber heisst und herausfinden, ob es sich lohnt sie zu besichtigen, aber habe es nicht geschafft. Dabei war auch wieder die Karte das Problem. Mit einem gedruckten Reiseführer hätte ich das ohne Probleme herausgefunden.”¹⁶¹

Zusammenfassend ist der Autor der Meinung, dass ein mobiler online Reiseführer nur dann einen Mehrwert bietet, wenn er tages- sowie auch ortsaktuelle Informationen benutzerfreundlich anbieten kann, was er momentan nicht zu leisten im Stande ist.

4.2 Persönliche Bereiche

Erzeugen persönliche Bereiche – am Beispiel von Travel-Blogs – einen Mehrwert für andere Nutzer mit ähnlichen Interessen in der Form, dass sie infolge der Strukturierung einfacher zu gewünschter Information gelangen?

In der Arbeit von [Schw05, S.11] wurde die Unterschiedshypothese aufgestellt, dass online Tourismus-Communities mit persönlichen Bereichen besser strukturierte Informationen anbieten als traditionelle online Tourismus-Communities. Diese Hypothese wurde anhand der Antworten zu den im Leitfragengespräch gestellten Fragen untersucht. 77 % (7 von 9) der Probanden fanden, dass es in Travel-Blogs einfacher sei, an die benötigten Informationen zu gelangen als über traditionelle Tourismus-Community-Webseiten, was diese Hypothese bestätigt. Aus Sicht des

¹⁶¹ Zitat des Probanden 200608201121 (siehe Kapitel VIII.VIII)

Diskussion

Autors ist jedoch nicht nur die bessere Struktur der Travel-Blogs für dieses positive Ergebnis verantwortlich, sondern auch der, im Vergleich mit den traditionellen online Tourismus-Communities PDA-optimiertere Seitenaufbau eines Blogs, der kürzere Ladezeiten und eine bessere Darstellung ermöglicht. Zusätzlich dazu beigetragen hat der Faktor, dass die verwendeten Travel-Blogs frei von Werbung waren, was v. a. auf kleinen Displays einen entscheidenden Faktor darstellt.

Anzumerken gilt es, dass die Probanden, welche alle keine Mitglieder in Tourismus-Communities waren und noch nie einen Travel-Blog geschrieben haben, diese Travel-Blogs¹⁶² nicht nach bestimmten Zielen durchsuchten, sondern sie lediglich als Inspirationsquelle verwendeten. Es ist davon auszugehen, dass keine Travel-Blogs gelesen worden wären, wenn sie nicht als Lesezeichen zur Verfügung gestanden hätten.

Steigert die zeitnahe Erstellung sowie Benachrichtigung neuer Einträge diesen Nutzen?

Diese Frage muss für die Testgruppe mit nein beantwortet werden. So empfanden lediglich drei der 17 Probanden die zeitnahen Benachrichtigungen als hilfreich und nur einer davon änderte aufgrund dessen seine ursprüngliche Reiseplanung¹⁶³. Da sich jedoch 10 der 16 Probanden vorstellen können, den Reiseplan zu ändern, wenn der Eintrag für sie hilfreiche oder interessante Informationen beinhaltet, kann diese Frage nicht abschliessend verneint werden. Dazu müsste als Vergleich auch ein Versuch mit erfahrenen Tourismus-Community-Mitgliedern in einer grösseren Gruppe durchgeführt werden, welche vermutlich mehr und auch informellere Blog-Einträge publizieren würden.

Herauskristallisiert hat sich, dass zwei Faktoren entscheidend sind für die sinnvolle Verwendung von Travel-Blogs durch Dritte¹⁶⁴. Einerseits ist eine klare Struktur in den einzelnen Einträgen vorteilhaft, d. h. beispielsweise eine einleitende Kopfzeile mit den

¹⁶² Waren als Lesezeichen auf dem mobilen Endgerät gespeichert

¹⁶³ Er ging am Abend an ein Strassenfest

¹⁶⁴ In erster Linie erstellt man einen Travel-Blog für sich selbst

Diskussion

Ortsangaben, möglicherweise mit dem Link zur Homepage, zu Öffnungszeiten, Eintrittspreisen etc. Andererseits ist der Inhalt des Beitrags entscheidend. Je ausführlicher und interessanter berichtet wird, desto eher stiftet er einen Nutzen für Dritte.

Abschliessend kann gesagt werden, dass Travel-Blogs ohne strukturierten Aufbau der Einträge bestenfalls als Inspirationsquelle für Dritte dienen können, da sie sich aufgrund fehlender Detailinformationen stets noch anderweitig darüber informieren müssen.

4.3 Moblogging

Führt die Möglichkeit des Mobloggings zu einer Verminderung der Hemmschwelle, öffentlich zugängige Information zu generieren?

Diese Frage kann mit ja beantwortet werden, da von den 17 Probanden, die alle noch nie Reiseinformationen publiziert hatten, acht in Zukunft Reiseinformationen publizieren werden¹⁶⁵ und davon sechs lediglich aufgrund der Moblogging-Funktionalität.

Folgende Faktoren hatten bisher dazu geführt, dass keine Reiseinformationen publiziert wurden:

- Aufwand
- Nutzniessersmentalität / Faulheit
- Unkenntnis

¹⁶⁵ Da die Probanden auf die Frage “Werden Sie in Zukunft Reiseinformationen publizieren?” antworten mussten, besteht natürlich bzgl. der gemachten Aussage eine gewisse Unsicherheit, die man zu einem späteren Zeitpunkt überprüfen müsste

Unkenntnis konnte logischerweise während der Tests ausgeräumt werden. Zusätzlich reduziert die Moblogging-Funktionalität, v. a. dank ihrer direkten Verwandtschaft mit MMS, den Publikationsaufwand erheblich¹⁶⁶.

“Ich habe die Möglichkeit mit dem Fotohandy Bilder und Texte via MMS hochzuladen. Dieses Vorgehen ist mir bereits bekannt und somit einfach für mich.”¹⁶⁷

Der Siegeszug der Fotohandys¹⁶⁸ im Bereich der Mobiltelefonie wird ermöglichen, dass die meisten Reisenden in Zukunft vor Ort Bilder mit den dazugehörigen Informationen werden schiessen können. Die neuartige Möglichkeit, Fotos mit Texten zu versehen und diese in einer chronologischen Struktur abzuspeichern, kann dazu beitragen, mehrwertige Urlaubserinnerungen zu generieren. Aufgrund dieser Erkenntnisse und der Ergebnisse des Feldtests stelle ich folgende Hypothese auf:

Moblogging-Funktionalität erhöht die Anzahl Travel-Blogs sowie auch die Anzahl der Einträge.

4.4 Online-Koordination

Wird ein internetbasiertes Werkzeug – am Beispiel eines Blogs – zur Koordination mobil genutzt? Wie wird dabei kommuniziert?

Zur Erfüllung der Aufgabe 2 (siehe Kapitel 3.2.4) während des Testverlaufs mussten sich die Probanden untereinander auf einen Treffpunkt am Abend einigen. Dieser Treffpunkt änderte sich aufgrund der Erkenntnisse aus den Tests.

¹⁶⁶ Kein Zugriff auf eine Webseite notwendig sondern lediglich das Verschicken einer Nachricht an eine gespeicherte Adresse

¹⁶⁷ Zitat des Probanden 200609021119 (siehe Kapitel VIII.VIII)

¹⁶⁸ Gemäss einer Studie von [Mila05] werden 2009 70 % Prozent aller weltweit verkauften Mobiltelefone eine Fotokamera enthalten

Diskussion

Startkommunikationsplattform war dabei ein speziell eingerichteter Blog (Meeting-Blog¹⁶⁹), in dem alle Probanden Einträge mobil bloggen konnten. Diese Plattform wurde dann auch ausschliesslich zur Koordination verwendet.

Im ersten Feldtest sollten sich die Probanden an einem vorgegebenen Ort¹⁷⁰ treffen und hatten somit kein Bedürfnis zur Koordination. Sie suchten sich hierfür autonom die notwendigen Informationen über den Treffpunkt im Internet und erschienen dann, ohne miteinander kommuniziert zu haben, pünktlich beim Treffpunkt.

Im zweiten Feldtest sollten sich die Probanden in einer beliebigen Eisdielerie in der Testumgebung treffen. Das 'beliebig' sollte im Gegensatz zum vorgegebenen Treffpunkt dazu führen, dass die Probanden untereinander kommunizieren werden. Aufgrund der fehlenden Emotionalität zu einer Eisdielerie waren alle Testpersonen mit dem einen publizierten Vorschlag sofort einverstanden. Diese Entscheidungsbequemlichkeit bei Themen ohne grossen emotionalen Bezug ist v. a. auf Erholungsreisen verständlich.

Für die restlichen Testgruppen wurde deshalb der Besuch eines beliebigen Kinofilms als Treffpunkt vorgeschlagen. Dies führte dazu, dass aufgrund der verschiedenen Vorlieben für Filme sowie der unterschiedlichen Vorkenntnisse¹⁷¹, eine Koordination unter den Probanden im Meeting-Blog stattfand. Dabei wurde jeweils ein Ausscheidungsverfahren¹⁷² angewandt: Ein Proband publizierte seine Vorschläge im Meeting-Blog und die anderen antworteten darauf mit neuen Vorschlägen oder Zustimmung zu einem Vorschlag. So konnte jeweils ein Konsens gebildet werden.

Keine Einigung konnte in zwei Testgruppen erzielt werden. Dies deshalb, weil

- In einer Testgruppe zwei der drei Probanden, aufgrund des schönen Wetters, keine Lust auf einen Kinobesuch hatten und ihn deshalb absagten

¹⁶⁹ siehe Kapitel 3.2.3

¹⁷⁰ Alfred-Escher-Statue beim Hauptbahnhof Zürich

¹⁷¹ Film schon gesehen oder Kritiken darüber gelesen

¹⁷² Siehe Abbildungen 8, 9 und 10 in Kapitel 3.4.2

- Sich in einer Testgruppe der Akku von zwei der drei Probanden vorzeitig entlud und sie deshalb nur noch per privatem Telefon mit dem Autor in Kontakt treten konnten¹⁷³

Technische Mängel des Meeting-Blogs sind keine aufgetreten. Abschliessend kann man sagen, dass ein Blog mit zeitnaher Benachrichtigung über neue Einträge sehr gut zur Koordination mobil verwendet werden kann.

4.5 Zahlungsbereitschaft

Wie hoch ist die Zahlungsbereitschaft für den benötigten Datenverkehr?

Die Zahlungsbereitschaft der Probanden wurde getrennt nach Informationsgewinnung (Aufrufen von Webseiten) und Informationsgenerierung (z. B. Travel-Blog schreiben mittels Moblogging-Funktionalität) evaluiert. Dabei wurden die Probanden im Leitfragengespräch befragt, wie viel sie bereit wären, für die datenmengenunabhängige Nutzung an einem Tag zu bezahlen. Es wurde ersichtlich, dass von den 17 Probanden 16 gewillt sind, für die Informationsgewinnung zu bezahlen, wohingegen lediglich acht Probanden bereit sind, für die Informationsgenerierung zu bezahlen.

Die durchschnittliche Zahlungsbereitschaft zur Informationsgewinnung liegt zwischen CHF 5 und CHF 10 pro Tag. Bei einer durchschnittlichen Downloadrate während der Tests von 2.27 Megabyte pro Tag dürfte das Megabyte somit maximal CHF 4 kosten. Dies wird aktuell von der Swisscom¹⁷⁴ um 250 % überboten, so dass der mobile Zugang auch bei erkanntem Nutzen aufgrund der zu hohen Kosten kaum genutzt werden wird. Diesem Effekt entgegenwirken könnte, die in einigen Städten geplanten stadtweiten

¹⁷³ Alle Probanden hatten die Natelnummer des Moderators und konnten so über den Treffpunkt informiert werden

¹⁷⁴ Der normale Tarif für Privatkunden des Schweizer Telekommunikationsunternehmens Swisscom ist CHF 10 pro Megabyte im Inland und CHF 14 pro Megabyte weltweit (Quelle: http://www.swisscom-mobile.ch/scm/prv_datenuebertragung-de.aspx, 7.9.2006)

Diskussion

WLAN-Netze¹⁷⁵, welche eine höhere Datenübertragungsrate (siehe Abbildung 3) bei tieferen zu erwartenden Kosten ermöglichen werden.

Die Zahlungsbereitschaft zur Informationsgenerierung ist signifikant niedriger, d.h. sie liegt zwischen CHF 0 und CHF 5, wobei mehr als die Hälfte (9 von 17 Probanden) nicht bereit ist etwas zu bezahlen. Hauptgrund hierfür ist, dass man für eigenen Aufwand nicht auch noch bezahlen möchte. Diese Erkenntnis muss im Zusammenhang mit dem Leitfragenkomplex 3 (siehe Kapitel 4.3) gesehen werden, bei dem evaluiert wurde, ob die Möglichkeit des Mobloggings eine Verminderung der Hemmschwelle der Informationsgenerierung hervorrufen kann. Die Tatsache, dass beinahe keine Zahlungsbereitschaft für die Informationsgenerierung besteht, könnte das erkannte Potential des Mobloggings unterlaufen. Dies könnte durch pauschale Angebote ohne Trennung nach Informationsgenerierung oder Informationsgewinnung verhindert werden. Es ist jedoch auch gut möglich, dass der Nutzen der Informationsgenerierung v. a. zur Information der Daheimgebliebenen erkannt wird und dadurch die Zahlungsbereitschaft erhöht würde.

4.6 Usability

Wie wird die Usability eines mobilen online Reiseführers bewertet?

Um die Usability eines mobilen online Reiseführers bewerten zu können, wurden die drei begriffsinhärenten Faktoren einzeln betrachtet. Diese sind:

Effektivität:	Wurde die gewünschte Information gefunden?
Effizienz:	Wurde die gewünschte Information mit geringstmöglichem Aufwand gefunden ¹⁷⁶ ?
Zufriedenheit:	Wie zufrieden sind die Nutzer mit dem mobilen Reiseführer?

¹⁷⁵ z. B. Taipei (<http://wlan.taipei-elif.net/english/wlanplan.html>, 4.10.2006)

¹⁷⁶ vgl. [Pico02, S.43]

Diskussion

Am Ende dieses Kapitels werden diese Faktoren zu einer Gesamtbewertung vereint.

Die Effektivität des Reiseführers wurde sehr unterschiedlich bewertet. Elf Probanden haben mit Hilfe des mobilen online Reiseführers die erforderlichen Informationen erhalten, wohingegen sechs die erforderlichen Informationen nicht bekamen. Interessant dabei ist, dass, wie bereits im Kapitel 3.4.2 erwähnt, von den drei, im Umgang mit solchen Geräten geübten Probanden, zwei die gewünschten Informationen nicht gefunden haben, was Probleme mit der Gerätebedienung als Ursache für ungestillte Informationsbedürfnisse ausschliessen lässt. Offensichtlich ist jedoch, dass gute Internetkenntnisse zu signifikant besseren Ergebnissen¹⁷⁷ bei der Informationssuche führen. Dies ist nicht überraschend, da die gewünschten Informationen im Internet gesammelt werden müssen und sich somit die Fähigkeit, sich im Internet zurechtzufinden, direkt auf das Suchergebnis auswirkt. Bei einem Wert von 65% (11 von 17 Probanden) gefundener Informationen kann der mobile online Reiseführer als durchschnittlich effektiv bezeichnet werden.

Die Effizienz des mobilen online Reiseführers wurde in den Leitfragengesprächen mehrfach kritisiert. Lediglich vier Probanden (24 %) waren mit dem Suchaufwand zufrieden, wohingegen 11 Probanden (65 %), den Aufwand als zu gross empfanden. Auf einer Rating-Skala von eins (kein Aufwand) bis fünf (enormer Aufwand) ergab die Befragung einen hohen Mittelwert von 3.47. Der mobile online Reiseführer ist somit als nicht effizient zu bewerten. Fehlende Effizienz kann jedoch dazu führen, dass der mobile online Reiseführer seinen Status als Informationsquelle verliert und durch andere Informationsquellen substituiert wird, wie nachfolgende Proposition zeigt:

¹⁷⁷ 80 % (8 von 10) der geübten oder professionellen Anwender haben im Gegensatz zu 43 % (3 von 7) der normalen oder ungeübten Anwendern die gewünschte Information gefunden

Diskussion

“As the cost of external search increases, tourists’ utilization of external sources is likely to decrease”¹⁷⁸.

Im Leitfragengespräch wurden die Probanden befragt, wie zufrieden sie mit dem mobilen online Reiseführer auf einer Rating-Skala von 1 (unbrauchbar) bis 10 (perfekt) waren. Dies ergab eine mittlere Zufriedenheit von 5.71. Verschiedene Faktoren des mobilen online Reiseführers beeinflussten die Bewertung positiv oder auch negativ.

Zufriedenheitsfaktoren:

- Vollständigkeit (Informationsvielfalt inkl. Detaillierungsgrad)
- Aktualität

Unzufriedenheitsfaktoren:

- Technische Mängel¹⁷⁹
- Gewünschte Information nicht erhalten (Effektivität)
- Aufwand zu gross (Effizienz)
- Mangelnde Aktualität

Wie bereits in Kapitel 3.4.2 erwähnt, ist Aktualität ein zentraler Punkt für einen mobilen online Reiseführer. Mangelnde Aktualität führt dabei zu Unzufriedenheit, wohingegen Tagesaktualität die Zufriedenheit erhöht und einen Mehrwert gegenüber allen anderen Reiseinformationssystemen darstellt. Die Zufriedenheit mit dem mobilen online Reiseführer kann als genügend bewertet werden.

¹⁷⁸ [Gurs04, S.357]

¹⁷⁹ Zu langsam oder die Webseite wurde nicht angezeigt

Diskussion

Abschliessend bedeutet dies, dass die Usability eines mobilen online Reiseführers bestenfalls als durchschnittlich bezeichnet werden kann. Dies vor allem deshalb, weil der mobile online Reiseführer im jetzigen Stadium noch ineffizient ist und Zeit besonders auf kurzen Reisen ein entscheidender Faktor ist.

“Die Idee ist gut, aber wenn man es nicht relativ schnell findet – ich meine, man ist ja da, um sich etwas anzuschauen – dann verschwendet man nicht damit seine begrenzte Zeit.”¹⁸⁰

Nichts desto trotz würden 10 der 17 Probanden auf ihre nächste Reise wieder einen mobilen online Reiseführer mitnehmen, falls sie einen mieten oder ausleihen könnten.

Das grösste Potential für einen mobilen online Reiseführer sehen die Probanden im Einbau eines Navigationssystems. Mehr als ein Drittel (6 von 17 Probanden) der Probanden bemängelten oder vermissten ortsbezogene Angaben und Informationen. Dieses Bedürfnis wurde auch in anderen Studien wie z. B. in [Schm03, S.5] erkannt und kann somit als akutes Bedürfnis der Reisenden bezeichnet werden.

¹⁸⁰ Zitat des Probanden 200607161119 (siehe Kapitel VIII.VIII)

5 Fazit und Ausblick

Nachdem im vorangegangenen Kapitel die Ergebnisse des Feldtests interpretiert und diskutiert wurden, wird in diesem Kapitel die eingangs der Arbeit erwähnte Frage, ob ein mobiles Endgerät den Reiseführer ersetzen kann, beantwortet, ein Blick in die Zukunft der mobilen Endgeräte geworfen und werden Optionen für die Weiterentwicklung von bestehenden zu mobilen Tourismus-Communities aufgezeigt.

5.1 Fazit

Zu Beginn dieser Arbeit wurde folgende Konklusion aus [Pres05, S.13] zitiert:

“Der Reiseführer wird ersetzt durch ein mobiles Endgerät.“

Ist das 'wird' schon heute? Kann ein mobiles Endgerät den Reiseführer heute ersetzen? Aufgrund der Ergebnisse der sechs Feldtests und der eigenen Erfahrungen in Selbsttests komme ich zum Schluss, dass ein mobiles Endgerät heute noch nicht in der Lage ist, einen traditionellen, gedruckten Reiseführer zu ersetzen. Dennoch kann es als sinnvolle Ergänzung zu einem etablierten, gedruckten Reiseführer verwendet werden.

Was muss das mobile Endgerät bieten, damit es den Reiseführer ersetzen kann?

Im Rahmen eines Forschungsprojekts der Wirtschaftsuniversität Wien wurden die entscheidenden Kriterien eines optimalen Reiseführers evaluiert. Dabei gelangten die Autoren zur Hypothese, dass es den für die Allgemeinheit optimalen Reiseführer gar nicht geben kann, sondern aufgrund der vielen verschiedenen Facetten des Reisens sowie auch der Reisenden lediglich einen subjektiv optimalen¹⁸¹. Nichtsdestotrotz muss jeder Reiseführer zwei "objektive" Muss-Kriterien erfüllen, welche somit das Fundament eines optimalen Reiseführers bilden.

¹⁸¹ vgl. [Bösc05, S.31]

Fazit und Ausblick

Was sind das für Kriterien?

Folgende Abbildung zeigt die entscheidenden Kriterien eines subjektiv optimalen Reiseführers:

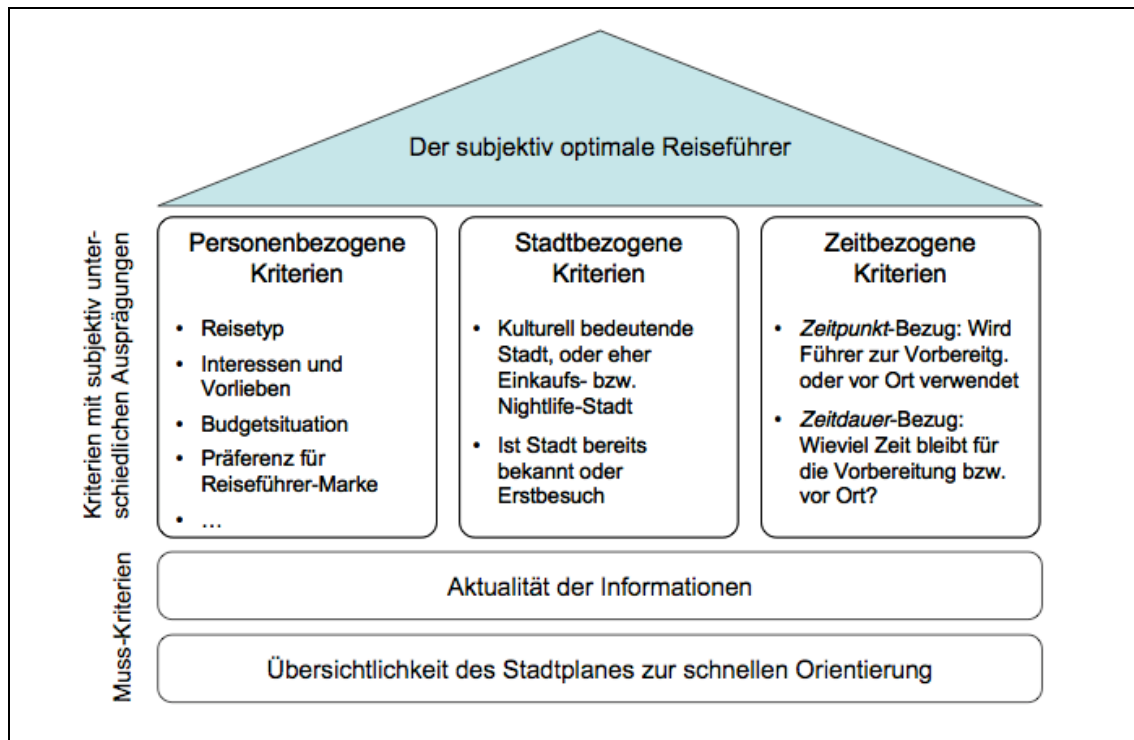


Abbildung 22: Der subjektiv optimale Reiseführer

(Quelle: [Bösc05, S.31])

Erfüllt das mobile Endgerät die beiden Muss-Kriterien eines optimalen Reiseführers?

Der im Feldtest evaluierte mobile online Reiseführer, das PDA-Phone Qtek 9000 mit permanentem Internetzugang, erfüllt das Muss-Kriterium "Aktualität der Informationen" und bietet einen Mehrwert gegenüber traditionellen, gedruckten Reiseführern, scheitert jedoch am zweiten Muss-Kriterium "Übersichtlichkeit des Stadtplanes zur schnellen Orientierung".

Somit komme ich zur Konklusion, dass der mobile online Reiseführer heute nicht in der Lage ist, ein subjektiv optimaler Reiseführer zu sein.

Fazit und Ausblick

Erhält der mobile online Reiseführer jedoch PDA-optimiertes Kartenmaterial kombiniert mit einem Navigationssystem¹⁸², so ist das Fundament für einen optimalen Reiseführer gelegt. Dies, gepaart mit dem hohen Aktualitätsgrad sowie der riesigen Fülle an Informationen im Internet, könnte dazu führen, dass er die traditionellen, gedruckten Reiseführer wird verdrängen können.

Offen bleibt jedoch, wie das Wissen generiert wird – professionell oder kollaborativ – und wer die gewonnenen Reiseinformationen zu welchem Preis zur Verfügung stellt.

5.2 Ausblick

Gemäss einer Studie von Canalys¹⁸³ wurden im zweiten Quartal 2006 weltweit 75 % mehr Smart- sowie PDA-Phones verkauft als in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Dies zeigt eindeutig den Trend in Richtung mobiler Endgeräte als Kombination aus Telefon und Computer. Dass auch die Gerätehersteller das Potential von mobilen Endgeräten als Reiseführer erkannt haben, zeigt das Beispiel des führenden¹⁸⁴ Mobilgeräteherstellers Nokia, welcher im ersten Quartal 2007 ein 'Multimediacomputertelefon' auf den Markt bringen wird.

*“It’s GPS. It’s a photo studio. It’s a mobile disco. It’s the world wide web. It’s anything you want it to be. Explore the internet with 3.5G ease. Navigate the world with interactive maps and purchasable local city guides.”*¹⁸⁵

Dabei werden jedoch nichtkollaborative Inhalte angeboten. Die grosse Chance der kollaborativen Reiseinformationssysteme sieht der Autor darin, dass sie eine wertvolle

¹⁸² wie z. B. in [Nurm06a]

¹⁸³ <http://www.canalys.com/pr/2006/r2006071.htm>, 14.8.2006

¹⁸⁴ <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS20350406>, 4.10.2006

¹⁸⁵ <http://www.nokia.com/nseries/index.html#product,n95>, 30.9.2006

Fazit und Ausblick

Ergänzung zu diesen professionell erstellten Inhalten¹⁸⁶ darstellen. Dies kann in der Form geschehen, dass die bestehenden online Tourismus-Communities für den mobilen Zugriff durch beispielsweise

- Instant Messaging¹⁸⁷-Funktionalität für mobile Diskussion als Erweiterung der Foren (auch Integration in die Foren denkbar)
- Grafische Darstellung der beschrittenen Reiseroute mit den besuchten Sehenswürdigkeiten zur vereinfachten Erstellung von Reiseberichten
- PDA-optimierte Community-Inhalte¹⁸⁸

erweitert werden, oder dass sich neue, eigenständige mobile Tourismus-Communities (siehe Kapitel 2.2.4) bilden werden. Diese mobilen Tourismus-Communities könnten sich dann v. a. durch orts- und personenbezogene¹⁸⁹ Informationen auszeichnen, so dass sich spontan Interessengruppen bilden könnten, die sich nach gemeinsamer Aktivität auch gleich wieder trennen würden. Wohin der Weg von online Tourismus-Communities geht, wird die Zukunft zeigen. Bei allem Interesse an technischer Unterstützung von Reisenden darf jedoch nie vergessen werden, dass

“Travelling and finding out where to go is part of the very enjoyment of tourism. (...) Good tourist technologies are not only those that make tourist more efficient, but that also make tourism more enjoyable.”¹⁹⁰

¹⁸⁶ V. a. Kartenmaterial

¹⁸⁷ Echtzeitkommunikation mit einer oder mehreren Personen (Chat)

¹⁸⁸ Reduktion auf das Notwendige, d. h. keine Grafiken, keine Werbung, einfache Navigation etc. (wird z. B. von World66 bereits angeboten)

¹⁸⁹ Anhand von Benutzerprofilen

¹⁹⁰ [Brow03, S.6 und S.18]

VII Quellenverzeichnis

- [Abow97] Abowd, G. D.; et al. (1997): Cyberguide. A Mobile Context-aware Tour Guide, in: ACM Wireless Networks 3(1997)3, S. 421-433
- [Albi05] Albiez, T. (2005): Konzeption und Umsetzung eines kollaborativ unterstützten mobilen Reiseführers, Diplomarbeit an der Universität Zürich am Institut für Informatik, Zürich
- [Belk82] Belkin, N. J.; Oddy, R. N.; Brooks, H. M. (1982): Ask for Information Retrieval: Part I, in: Journal of Documentation 38(1982)2, S. 61-71
- [Bogn02] Bogner, A.; Littig, B.; Menz, W. (2002): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
- [Bösc05] Bösch, D., Dabic, M. (2005): Stadtmarketing-Instrumente mit Hebelwirkung als Möglichkeit zur Steigerung der Touristenzahlen, Wirtschaftsuniversität Wien, Wien
- [Brow03] Brown, B.; Chalmers, M. (2003): Tourism ans Mobile Technology, in: Kuutti, K.; Karsten, E. H. (Hrsg.): Proceedings of the Eight European Conference on Computer Supported Cooperative Work 2003, Helsinki
- [Chev00] Cheverst, K. (2000): Developing a Context-aware Electronic Tourist Guide: Some Issues and Experiences, in: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems 2000, Den Haag, S. 17-24

Quellenverzeichnis

- [Diss06] Dissler, M. (2006): Zürcher Hotellerie. Entwicklung 2005, Stadt Zürich
Präsidialdepartement Statistik Stadt Zürich, Zürich
- [Frem02] Fremuth, N.; Tasch, A. (2002): Virtuelle und mobile Communities.
Begriffserklärungen und Implikationen für Geschäftsmodelle,
Arbeitsbericht Nr. 35 des Lehrstuhls für Allgemeine und Industrielle
Betriebswirtschaftslehre der Technischen Universität München,
München
- [Gläs04] Gläser, J.; Laudel G. (2004): Experteninterviews und qualitative
Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, Verlag
für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
- [Gurs04] Gursoy, D.; McCleary, K. W. (2004): An Integrative Model of Tourists'
Information Search Behavior, in: Annals of Tourism Research,
31(2004)2, S. 353-373
- [Hinz05] Hinze, A.; Malik, P.; Malik, R. (2005): Towards a TIP 3.0 Service-
oriented Architecture. Interaction Design, Working Paper No. 8 der
Universität von Waikato, Waikato
- [Kaki02] Kakiyama, M.; Sørensen, C. (2002): Mobility: An Extended Perspective,
in: Proceedings of the Hawai'i International Conference on System
Sciences 2002, Hawaii
- [Kern05] Kerner, D. (2005): Eine Analyse von Wikis als Informationssysteme für
Touristen, Diplomarbeit an der Universität Zürich am Institut für
Informatik, Zürich

Quellenverzeichnis

- [Krom02] Kromrey, H. (2002): Empirische Sozialforschung, 10. Auflage, Verlag Leske + Budrich, Opladen
- [Kuhl03] Kuhlen, R. (2003): Change of Paradigm in Knowledge Management: Framework for the Collaborative Production and Exchange of Knowledge, in: World Library and Information Congress: 69th IFLA General Conference and Council 2003, Berlin
- [Laak03] Laakso, K.; Gjesdal, O.; Sulebak, J. R. (2003): Tourist Information and Navigation Support by Using 3D Maps Displayed on Mobile Devices, in: Workshop HCI in Mobile Guides 2003, Udine
- [Mayr02] Mayring, P. (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung, 5. Auflage, Beltz Verlag, Weinheim und Basel
- [Mila05] Milanesi, C.; et. al. (2005): Forecast. Camera Phones, Worldwide, 2004-2009, Gartner, Stamford
- [Nurm06a] Nurminen, A. (2006): m-LOMA. A Mobile 3D City Map, in: Gracanin, D. (Hrsg.): Web3D '06. Proceedings of the Eleventh International Conference on 3D Web Technology, Columbia, S. 7-18
- [Nurm06b] Nurminen, A. (2006): m-LOMA Brochure, in: <http://www.init.hut.fi/research&projects/m-loma/about.html>, 4.10.2006
- [Pico02] Picot, A.; Dietl, H.; Franck, E. (2002): Organisation. Eine ökonomische Perspektive. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

Quellenverzeichnis

- [Posl01] Poslad, S.; et al. (2001): CRUMPET: Creation of User-friendly Mobile Services Personalised for Tourism, in: Proceedings of the second International Conference on 3G Mobile Communication Technologies 2001, London
- [Pree00] Preece, J. (2000): Online Communities. Designing Usability, Support Sociability, John Wiley & Sons, New York
- [Pres04] Prestipino, M. (2004): Supporting Collaborative Information Spaces for Tourists, in: Keil-Slawik, R., Selke H., Szwillus G. (Hrsg.): Mensch & Computer 2004: Allgegenwärtige Interaktion, Oldenbourg Verlag, München
- [Pres05] Prestipino, M.; Schwabe, G. (2005): Tourismus-Communities als Informationssysteme, in: 7. Internationale Tagung Wirtschaftsinformatik 2005, Bamberg
- [Pres06] Prestipino, M. (2006): From Information Behaviour of Independent Travellers to Requirements for Information Systems, in: Proceedings of ENTER 2006, Lausanne
- [Reic02] Reichwald, R.; Fremuth N.; Ney, M. (2002): Mobile Communities. Erweiterung von Virtuellen Communities mit mobilen Diensten, in: Reichwald, R. (Hrsg.): Mobile Kommunikation, 2002, Gabler Verlag, Wiesbaden
- [Rhei93] Rheingold, H. (1993): The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier, Addison Wesley, Boston

Quellenverzeichnis

- [Schm03] Schmidt-Belz, B.; Poslad, S. (2003): User Validation of a Mobile Tourism Service, in: Workshop HCI in Mobile Guides 2003, Udinese
- [Schr06] Schröder, F. (2006): Aladdin Project Information Brochure, in: <http://www.aladdin-project.org/publicdocu.html>, 4.10.2006
- [Schw05] Schwabe, G.; Prestipino M. (2005): How Tourism Communities can change Travel Information Quality, in: Proceedings of the 13th European Conference on Information Systems 2005, Regensburg
- [Sute04] Suter, S. (2004): Virtuelle Gemeinschaften als Informationssysteme im Bereich Tourismus, Lizenziatsarbeit an der Universität Zürich am Institut für Informatik, Zürich
- [Umla03] Umlauf, M. et al. (2003): Lol@. A Mobile Tourist Guide for UMTS, in: Information Technology & Tourism, 5(2003)3, S. 151-164
- [Wald04] Waldburger, M. (2004): Unterstützungswerkzeuge für mobile virtuelle Gemeinschaften im Bereich Tourismus, Diplomarbeit an der Universität Zürich am Institut für Informatik, Zürich
- [Wang04] Wang, Y.; Fesenmaier, D. R. (2004): Modeling Participation in an Online Travel Community, in: Journal of Travel Research 42(2004)Februar, S. 261-270

VIII Anhang

VIII.I URL der kollaborativen Reise-Informationssystemen

Traditionelle online Reise-Informationssysteme

- The Thorn Tree von Lonely Planet (<http://thorntree.lonelyplanet.com>)
- Forum von Concierge.com (<http://www.concierge.com/forums>)
- STA Travel Forum (<http://www3.statravel.de/phpbb>)
- Hospitality Club (<http://www.hospitalityclub.org>)

Reise-Wiki-Communities

- Wikitravel (http://wikitravel.org/en/Main_Page)

Online Tourismus-Communities mit persönlichen Bereichen

- Mytravelguide (<http://www.mytravelguide.com>)
- Mytravelbook (<http://mytravelbook.org>)

Mischformen

- Globosapiens (<http://www.globosapiens.net>)
- Travellerspoint (<http://www.travellerspoint.com>)
- Virtual Tourist (<http://www.virtualtourist.com>)
- Avigo Community (<http://www.avigo.de/community>)
- Rough Guide Community (<http://travel.roughguides.com/community>)
- Yahoo! Travel (<http://travel.yahoo.com>)
- World66 (<http://www.world66.com>)

Anhang

VIII.II Gewichtete Entscheidungsmatrix

		Qtek 8020		Qtek 8310		Qtek S100	
Kriterien	Gewichtung	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis
Display	35 %		1.05		1.25		1.475
- Grösse	15 %	3	0.45	3	0.45	4.5	0.675
- Auflösung	20 %	3	0.6	4	0.8	4	0.8
Mobilfunktechn.	20 %	3.5	0.7	5.5	1.1	3.5	0.7
Grösse	10 %	6	0.6	6	0.6	5.5	0.55
Gewicht	10 %	6	0.6	6	0.6	5	0.5
Akkulaufzeit	25 %	3.5	0.875	4.5	1.125	4	1
Summe	100 %		3.825		4.675		4.225
Rang		18		7		14	

		Qtek S110		Qtek S200		Qtek 2020i	
Kriterien	Gewichtung	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis
Display	35 %		1.475		1.475		1.7
- Grösse	15 %	4.5	0.675	4.5	0.675	6	0.9
- Auflösung	20 %	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Mobilfunktechn.	20 %	3.5	0.7	5.5	1.1	4	0.8
Grösse	10 %	5.5	0.55	5.5	0.55	4.5	0.45
Gewicht	10 %	5	0.5	5	0.5	4.5	0.45
Akkulaufzeit	25 %	4	1	4 ^{p191}	1	4	1
Summe	100 %		4.225		4.625		4.4
Rang		14		8		10	

¹⁹¹ Ein hochgestelltes p bedeutet, dass der Wert lediglich eine Annahme des Autors darstellt, da die Angabe auf der Webseite des jeweiligen Herstellers zum Zugriffszeitpunkt (April 2006) nicht verfügbar war

Anhang

		Qtek 9090		Qtek 9100		Qtek 9000	
Kriterien	Gewichtung	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis
Display	35 %		1.7		1.475		2.1
- Grösse	15 %	6	0.9	4.5	0.675	6	0.9
- Auflösung	20 %	4	0.8	4	0.8	6	1.2
Mobilfunktechn.	20 %	4	0.8	5.5	1.1	6	1.2
Grösse	10 %	4.5	0.45	5	0.5	3.5	0.35
Gewicht	10 %	4	0.4	5	0.5	4	0.4
Akkulaufzeit	25 %	4	1	4.5	1.125	4.5	1.125
Summe	100 %		4.35		4.7		5.175
Rang		12		6		1	

		Sony Ericsson P910i		HP iPAQ hw6515		HP iPAQ hw6915	
Kriterien	Gewichtung	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis
Display	35 %		1.45		1.45		1.45
- Grösse	15 %	5 ^p	0.75	5	0.75	5	0.75
- Auflösung	20 %	3.5	0.7	3.5 ^p	0.7	3.5	0.7
Mobilfunktechn.	20 %	3.5	0.7	5	1	5.5	1.1
Grösse	10 %	4.5	0.45	4.5	0.45	5	0.5
Gewicht	10 %	5	0.5	5	0.5	4.5	0.45
Akkulaufzeit	25 %	6	1.5	3.5 ^p	0.875	3.5	0.875
Summe	100 %		4.6		4.275		4.375
Rang		9		13		11	

Anhang

		BlackBerry 7290		BlackBerry 7730		BlackBerry 8700v	
Kriterien	Gewichtung	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis
Display	35 %		1.275		1.45		1.4
- Grösse	15 %	4.5 ^p	0.675	5 ^p	0.75	4 ^p	0.6
- Auflösung	20 %	3	0.6	3.5	0.7	4	0.8
Mobilfunktechn.	20 %	3.5	0.7	3.5	0.7	5	1
Grösse	10 %	4	0.4	4.5	0.45	5	0.5
Gewicht	10 %	5.5	0.55	5	0.5	5.5	0.55
Akkulaufzeit	25 %	4.5	1.125	4.5	1.125	5.5	1.375
Summe	100 %		4.05		4.225		4.825
Rang		17		14		4	

		Palm Treo 650		Nokia 9300i		Nokia 9500	
Kriterien	Gewichtung	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis	Note	Ergebnis
Display	35 %		1.575		1.8		1.8
- Grösse	15 %	4.5	0.675	6	0.9	6	0.9
- Auflösung	20 %	4.5	0.9	4.5	0.9	4.5	0.9
Mobilfunktechn.	20 %	5	1	5.5	1.1	5.5	1.1
Grösse	10 %	5	0.5	5	0.5	4	0.4
Gewicht	10 %	4.5	0.45	4.5	0.45	3.5	0.45
Akkulaufzeit	25 %	5	1.25	4.5	1.125	5	1.25
Summe	100 %		4.775		4.975		4.9
Rang		5		2		3	

VIII.III URL der auf dem PDA-Phone gespeicherten Webseiten

- Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“
http://www.virtualtourist.com/travel/Europe/Switzerland/Kanton_Zuerich/Zuerich-689714/TravelGuide-Zuerich.html
- Yahoo! Travel “Travel Guide Zurich“
http://travel.yahoo.com/p-travelguide-191501810-zurich_vacations-i;_ylt=Aoay62kPeXJMdHbjL.wsD478xmoA
- Wikitravel “Zurich“
<http://wikitravel.org/en/Zurich>
- Wikipedia “Zürich“
<http://en.wikipedia.org/wiki/Zürich>
- Travellerspoint
<http://www.travellerspoint.com/>
- Karte von Zürich
<http://map.search.ch/zuerich?w=400&h=400>
- Meeting-Blog
<http://ifi-meeting.travellerspoint.com>
- Persönliche Travel-Blogs
<http://username.travellerspoint.com>¹⁹²

¹⁹² Jeder Proband hatte eine eigene Subdomain (z.B. <http://qtek21.travellerspoint.com>)

VIII.IV Vereinbarung bei der Ausleihe des Qtek 9000

Hiermit bestätige ich, dass ich das Qtek 9000 in einwandfreiem Zustand erhalten habe und es in einwandfreiem und funktionstüchtigem Zustand nach Beendigung des Versuches wieder zurückgeben werde. Für die sachgerechte Nutzung habe ich eine ausführliche Schulung erhalten. Es ist mir untersagt, das Gerät in einer anderen Weise zu nutzen, als dies für das Projekt notwendig ist. Für entstandene Schäden am Gerät übernehme ich die volle Haftung, soweit mich ein Verschulden trifft oder soweit ich das Gerät in anderer Weise nutze als vereinbart.

Des Weiteren bin ich darüber informiert worden und einverstanden, dass meine Browser History aufgezeichnet und ausgewertet wird.

VIII.V Schriftlicher Fragebogen

- 1) Geschlecht
Männlich / Weiblich
- 2) Alter
____ Jahre
- 3) Bildungsgrad

- 4) Internetfähigkeiten
professioneller Anwender / geübter Anwender / Anwender / ungeübter
Anwender / Anfänger
- 5) Haben Sie Erfahrungen mit online Communities?
Ja / Nein

Anhang

6) Sind sie Mitglied einer online Tourismus-Community?

Ja / Nein falls ja, welcher? _____

7) Nutzen Sie privat oder beruflich ein Smart- oder PDA-Phone?

Ja / Nein

VIII.VI Ergebnisse der schriftlichen Fragebögen

200606181120

- 1) Weiblich
- 2) 27
- 3) Universität
- 4) geübter Anwender
- 5) Ja
- 6) Nein
- 7) Nein

200606181121

- 1) Männlich
- 2) 32
- 3) Fachhochschule
- 4) professioneller Anwender
- 5) Ja
- 6) Nein
- 7) Nein

200607161119

- 1) Männlich
- 2) 35
- 3) Universität
- 4) geübter Anwender
- 5) Ja
- 6) Nein
- 7) Ja

200607161120

- 1) Weiblich
- 2) 33
- 3) Fachhochschule
- 4) Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

Anhang

200607161210

- 1) Männlich
- 2) 34
- 3) Fachhochschule
- 4) Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

200607301119

- 1) Weiblich
- 2) 30
- 3) Universität
- 4) geübter Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

200607301120

- 1) Männlich
- 2) 26
- 3) Universität
- 4) geübter Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

200607301210

- 1) Männlich
- 2) 30
- 3) Universität
- 4) geübter Anwender
- 5) Ja
- 6) Nein
- 7) Nein

200608131119

- 1) Weiblich
- 2) 58
- 3) Universität
- 4) geübter Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

200608131210

- 1) Weiblich
- 2) 31
- 3) Universität
- 4) Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

Anhang

200608201119

- 1) Weiblich
- 2) 60
- 3) Handelsmittelschule
- 4) geübter Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

200608201120

- 1) Männlich
- 2) 42
- 3) Universität
- 4) Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

200608201121

- 1) Männlich
- 2) 43
- 3) Gymnasium
- 4) ungeübter Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

200608201210

- 1) Männlich
- 2) 59
- 3) Technische Hochschule
- 4) Anwender
- 5) Nein
- 6) Nein
- 7) Nein

200609201119

- 1) Männlich
- 2) 47
- 3) Lehre
- 4) Anwender
- 5) Ja
- 6) Nein
- 7) Ja

200609021120

- 1) Weiblich
- 2) 25
- 3) Universität
- 4) geübter Anwender
- 5) Ja
- 6) Nein
- 7) Nein

200609021121

- 1) Weiblich
- 2) 28
- 3) Universität
- 4) geübter Anwender
- 5) Ja
- 6) Nein
- 7) Ja

VIII.VII Interview-Leitfaden

Leitfrage 1

- Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?
- Was für Informationen waren das?
- Waren diese Informationen hilfreich?
- Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?
- Warum hätten Sie diese Informationen ohne PDA-Phone nicht abgefragt?
- Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?
- Warum haben Sie es nicht verwendet?

Leitfrage 2

- Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?
- War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit anderen Tourismus-Community-Webseiten?
- Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Anhang

- Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?
- Inwiefern?

Leitfrage 3

- Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?
- Warum nicht?
- Werden Sie dies in Zukunft tun?
- Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?
- Inwiefern?

Leitfrage 4

- Wie haben Sie miteinander kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?
- Wie wurde eine Einigung erzielt?
- Welche Probleme sind dabei aufgetaucht?

Leitfrage 5

- Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung zu bezahlen?
- Wie viel pro Tag?
- Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?
- Wie viel pro Tag?

Leitfrage 6

- Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?
- Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?
- Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden?

- Warum?
- Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein Smart- oder PDA-Phone verwenden?
- Warum?

VIII.VIII Transkribierte Leitfragengespräche

200606181120

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die ansonsten nicht abgefragt hätten?

Nein.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Sie waren interessant, um einen Überblick über mögliche Reiseziele zu gewinnen.

Wie bewerten Sie den Nutzen der zeitnahen Benachrichtigung über neue Einträge (1-5)?

3

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein.

Haben Sie zuvor bereits einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Ja.

Wie?

Blogging.

Welche Informationsquellen haben Sie verwendet, um an die erforderlichen Informationen bzgl. des Treffpunktes zu gelangen?

Mit der Suchmaschine.

Sind Sie bereit, für den entstehenden Datenverkehr zur Informationsgewinnung zu bezahlen?

CHF 10-15 pro Tag.

Sind Sie bereit für den entstehenden Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

CHF 5-10 pro Tag.

Haben Sie die erforderlichen Informationen von Ihrem mobilen Reiseführer erhalten?

Ja.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden (1-5)?

4

Wie zufrieden waren Sie mit dem mobilen Reiseführer (1-10)?

8

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Nein.

Warum?

Weil ich keines besitze, ansonsten ja.

Die nächste Reise wird mich wahrscheinlich in eine Stadt führen, die ich noch gar nicht kenne (Seoul ist geplant) und ich denke, dort wäre das PDA-Phone noch wesentlich praktischer als in Zürich, wo ich mich doch schon ein bisschen auskenne und zumindest die Sprache spreche und nachfragen kann, was in Seoul nicht der Fall sein wird.

200606181121

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die ansonsten nicht abgefragt hätten?

Nein.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Die habe ich gar nicht angeschaut.

Wie bewerten Sie den Nutzen der zeitnahen Benachrichtigung über neue Einträge (1-5)?

4

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein.

Haben Sie zuvor bereits einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Ja.

Wie?

(Mo)blogging.

Welche Informationsquellen haben Sie verwendet, um an die erforderlichen Informationen bzgl. des Treffpunktes zu gelangen?

Mit der Suchmaschine.

Sind Sie bereit, für den entstehenden Datenverkehr zur Informationsgewinnung zu bezahlen?

CHF 5-10 pro Tag.

Sind Sie bereit für den entstehenden Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

CHF 0-5 pro Tag.

Haben Sie die erforderlichen Informationen von Ihrem mobilen Reiseführer erhalten?

Nein.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden (1-5)?

4

Wie zufrieden waren Sie mit dem mobilen Reiseführer (1-10)?

6

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Nein.

Warum?

Die Akkulaufzeit war zu gering, das Gerät relativ gross und ich war enttäuscht von der UMTS - Geschwindigkeit.

200607161119

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja, ich habe Informationen im Internet nachgefragt.

Das heisst? Haben Sie nicht gefunden, was Sie wollten?

Ich habe fast nichts von dem gefunden, was ich wollte. Angefangen hat es mit: „Wo parke ich in Zürich?“ Dazu habe ich nichts gefunden. Oder: „Wo parke ich günstig in Zürich?“ Dazu habe ich auch nichts gefunden. Wenn man Allgemeines sucht, dann ist dieses System echt gut, aber wenn ich nach irgendetwas Speziellem gesucht habe, dann habe ich eigentlich nichts dazu gefunden. Ich habe nicht einmal Informationen über den Zürichsee gefunden.

Wo haben Sie gesucht?

Ich suchte in den Bookmarks (Virtual Tourist, Yahoo! Travel), Google und Wikipedia.

Und überall dort haben Sie nicht das gefunden, was Sie wollten?

Genau.

Haben Sie aufgrund dessen irgendwo anders nach Informationen gesucht oder haben Sie dann aufgegeben?

Nein, dann habe ich abgebrochen.

Haben Sie dann jemanden gefragt?

Ja, das ging schneller.

Also haben Sie vor allem andere Leute gefragt?

Ja. Also man versucht es halt schon einmal und ich denke, die Idee ist gut, aber wenn man nicht relativ schnell zu Informationen kommt - ich meine, man ist ja da, um sich etwas anzuschauen – dann verschwendet man nicht damit seine begrenzte Zeit. Und in einer Stadt hat man sowas nur wenig Leerlauf.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung? Haben Sie irgendwelche Sehenswürdigkeiten entdeckt?

Ja klar. Ich weiss jedoch nicht, ob ich die ohne Bookmark auch gefunden hätte. Die sind nicht schlecht. Fand ich cool.

Wie empfanden Sie die zeitnahe Benachrichtigung über neue Blog-Einträge, waren sie hilfreich?

Jetzt in unserem Fall war es natürlich ganz lustig aber ansonsten, unnützlich. Ich meine, was bringt mir das, wenn ich weiss, dass irgendein Anderer nun dies oder jenes unternimmt? Also mir bringt das eigentlich nichts. Mich interessiert das nicht, was ein Fremder macht. Und ich finde auch dieses Erfassen von Information fragwürdig. Ich bin nicht der Typ, der so ein Fotoalbum macht. Aber es gibt viele Leute, die machen das und da frage ich mich, ob sie das unterwegs machen. Ein Fotoalbum machen ist so eine Tätigkeit, die man irgendwann drei Monate nach dem Urlaub zuhause an einem regnerischen Sonntag macht und in dieser Situation hier bist du unterwegs und machst das irgendwo online. Du kannst natürlich alles viel besser erfassen, weil du gerade da warst oder da bist, aber es nimmt dir einfach auch die Zeit von deinem Besuch weg.

In Bezug auf die zeitnahe Benachrichtigungen könnte auch jemand, den Sie nicht kennen, etwas erleben, worauf Sie gar nie gestossen wären (Party etc.) und anhand dessen Sie Ihre Pläne ändern?

Weisst Du, am Anfang suchten wir Infos darüber, was heute in Zürich los sei. Das ist ja genau der Gedanke und irgendwie haben wir nichts gefunden. Klar, die Streetparade findet bald statt, aber ich wusste, dass die nächstens stattfindet. Ich wusste jetzt

vielleicht nicht das exakte Datum, aber es hilft mir nicht, dass sie jetzt in vier Wochen stattfindet. Andere Informationen, z.B. von einem Markt, der von Frühling bis Herbst ist, fand ich. Ich habe aber nichts gefunden, was nur heute, jetzt speziell geplant ist oder dieses Wochenende speziell durchgeführt wird. Vielleicht lag es auch an mir, klar.

Hatten die Informationen der anderen einen Einfluss auf Ihre ursprüngliche Reiseplanung?

Nein.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum nicht?

Weil ich ein Nutzniesser bin. Ich schaue mir vorher an, was andere für Erfahrungen gemacht haben, wenn ich eine Reise plane. Aber vielleicht ist das auch, weil ich die Technik nicht gut genug kenne. Klar, die Webseiten gibt es bestimmt, aber sie sind mir nicht gut bekannt. Also ich würde auch nur etwas publizieren, wenn ich entweder etwas Supertolles melden will oder was Superschreckliches ausschliessen will. Aber ich poste auch sonst nicht viel im Internet.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Nein, weil ich es unterwegs wahrscheinlich nicht machen werde - es sei denn, das wirklich irgendetwas Brandaktuelles stattfindet und ich weiss, da sind noch ein paar andere Leute und die will ich dahin locken oder fernhalten oder was weiss ich, dann ja - aber ich bin nicht so der Typ dazu. Wenn ich im Urlaub bin, dann will ich ihn geniessen und mich nicht mit anderen Sachen aufhalten. Es gibt schon ein paar coole Ideen: Wenn du jetzt wüsstest, was wann wo läuft und du auch so eine Art Routenplaner drin hast, wäre das supercool. Aber selbst wenn du irgendwie eine Adresse herausfindest und dann unter map.search.ch nachschaut, wo das ist, fällt die Orientierung trotzdem sehr schwer. Also ich hätte mich mit einer normalen Karte sicher leichter getan.

Wie haben Sie miteinander kommuniziert, um das Treffen zu arrangieren?

Wir haben versucht, uns mittels des gemeinsamen Blogs zu treffen, aber irgendwie war alles ziemlich zeitversetzt. Ich weiss nicht, ob das ein Einstellungsproblem war oder nicht, auf jeden Fall habe ich alle Nachrichten erhalten, im Gegensatz zu anderen.

Wie wurde eine Einigung erzielt?

Ich habe vorgeschlagen, wo wir uns treffen können, und alle waren einverstanden.

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Wie gesagt, wenn ich die Sachen finden würde, fände ich das eigentlich schon super. Ich meine, du musst dich nicht extrem vorbereiten und kannst auch mal so etwas nachschauen. Wenn du irgendetwas Tolles herausfindest und wenn du auch den Weg dahin findest und so weiter, dann finde ich diese Art mich fortzubewegen super. Aber momentan - so wie es heute gelaufen ist - würde ich dafür nichts bezahlen. Also wenn mich jetzt jemand fragen würde, was war das wert, dann würde ich sagen, nichts. Vor allem hängst du auch ewig an dem Gerät und vergeudest wertvolle Zeit.

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Nein. Beim Publizieren bin ich ja praktisch ein Dienstbringer. Also ich würde schon publizieren, aber nichts dafür bezahlen. Nutzniessend würde ich, glaube ich, auf jeden Fall etwas zahlen, wenn es mir etwas bringt, aber für das Publizieren würde ich nichts zahlen. Dann haben ja andere etwas davon.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Nein. Oder teilweise, positive ausgedrückt. Aber wenn ich jetzt das nächste Mal gehen würde und du würdest mir so ein Gerät umsonst mitgeben, würde ich sagen, brauche ich nicht.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Ich habe einfach fast nichts gefunden. Die Sachen sind ja bestimmt alle da, aber wenn ich jetzt z.B. am Zürichsee bin und Zürichsee eingebe und wissen will wie gross er ist und welche Fläche er hat, wie tief er ist und woher das Wasser kommt und ich suche 10 Minuten und finde nichts - diese Information muss ja da sein - dann bringt mir das Ganze nichts. Über das Gerät an sich kann ich gar nicht sagen, dass es schlecht ist, denn der Seitenaufbau war ganz in Ordnung, aber irgendwie habe ich trotzdem nichts gefunden.

Wie sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

3

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Nein. Beim momentanen Stand nicht. Ich finde, es hat echt Perspektiven und ich kann mir auch vorstellen, dass es kommt, aber wenn du ewig suchst und nichts findest oder besser: Wenn du relativ lange suchst und nichts findest, dann ist auch der Mehrwert für dich nicht da. Und letztendlich läufst du herum und hast so ein Ding in der Hand, anstatt dich auf die Eindrücke zu konzentrieren, die du von der Stadt erhalten könntest, weil du dich stattdessen mit dem Gerät beschäftigst.

200607161120

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht gefragt hätten?

Ja.

Was für Informationen waren das?

Informationen über Veranstaltungen und Märkte. Diese Informationen waren jedoch nicht aktuell.

Wo haben Sie diese Informationen gefunden?

Bei Google.

Wenn Sie kein PDA-Phone bei sich gehabt hätten, hätten Sie dann einen Reiseführer konsultiert?

Ja.

Hätten Sie dieselben Informationen dort gesucht oder hätten Sie dann nicht nachgeschaut?

Doch schon, ja. Aber ich weiss nicht, ob ich die gleichen Informationen gekriegt hätte.

Waren Sie zufrieden mit den Informationen, die Sie gekriegt haben?

Ja, mit den Informationen war ich zufrieden. Ich habe es mir ein bisschen anders vorgestellt und glaubte, dass man noch mehr rauskriegen kann. Zum Beispiel beim Grossmünster hat es wunderbar funktioniert, aber wenn ich irgendwo anders bin, dann muss ich zuerst wissen, wie das heisst. Dann gebe ich das Wort ein und wenn ich Glück hab, dann kommt auch etwas dabei heraus. Aber ich hab mir das eher als Stadtführer vorgestellt. Dass ich zum Beispiel mehrere Sehenswürdigkeiten aufgelistet bekomme und dann steht: Gehen sie nun von der Strasse X in die nächste Strasse, dort finden sie die nächste Sehenswürdigkeit. Ich dachte, man bekomme eine Stadtführung in diesem Stil. Die Stadtführung, die im Internet unter www.zuerich.ch zu finden ist, diese Seite konnte ich nicht aufrufen. Also wenn man genau weiss, wie das Objekt heisst und es eine bekannte Sehenswürdigkeit ist, ist die Informationsbeschaffung wunderbar.

Gab es Situationen auf ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Wenn ich in einer fremden Stadt bin, dann habe ich einen Stadtplan zur Hand und orientiere mich zuerst einmal, wo ich bin. Anhand des Stadtplans gehe ich dann weiter oder ich gehe einfach so und schau dann später, wo ich entlang gegangen bin. Eigentlich wäre es praktisch gewesen, wenn ich so etwas wie GPS gehabt hätte und mir

Anhang

das PDA-Phone gesagt hätte, wo ich bin und welche Sehenswürdigkeiten wo in der Nähe zu finden sind. Gleichzeitig sollten die Informationen zu diesen Sehenswürdigkeiten eingeblendet sein. Das wäre ideal.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Nein.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden (1-5)?

4

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Die habe ich gar nicht angeschaut.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blockeinträge hilfreich?

Das hat bei mir nicht so gut geklappt, d.h. ich habe nicht alle bekommen, wie ich im Nachhinein feststellen musste.

Haben diese Informationen zu einer Änderung ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein.

Haben Sie zuvor schon einmal Reiseinformationen online publiziert?

Nein.

Warum nicht?

Das ist viel Aufwand.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Nein.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Nein.

Wie haben sie miteinander kommuniziert?

Über den eingerichteten Blog.

Wie wurde eine Einigung erzielt?

Jemand hat einen Vorschlag gemacht und ich war damit einverstanden.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Ich habe die Einträge erst spät erhalten.

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung zu bezahlen?

Ja, wenn die Informationen wirklich up to date und informativ sind und schnell zugreifbar.

Wie viel pro Tag?

CHF 0-5

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Nein.

Wie sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

3

Warum?

Er hat mir nicht die Informationen geliefert, die ich wollte. Zudem waren die Informationen nicht aktuell, die Verbindung zu langsam und die Suche war zu aufwändig.

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Nein.

Warum?

Das Gerät hat mir nicht die Informationen geliefert, die ich haben wollte. Die Informationen waren nicht aktuell, das Gerät arbeitete für meinen Geschmack zu langsam und ich hatte zu viel Aufwand, um an die Informationen zu kommen.

200607161210

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja klar.

Was für Informationen waren das?

Ich habe mich über die Streetparade informiert. Dann wollte ich nachschauen, welche aktuellen Veranstaltungen es momentan gibt. Allerdings hat es mir ein paar Seiten gar nicht angezeigt, z.B. konnte ich Veranstaltungen gar nicht aufrufen.

Welche Seite war das?

Virtual Tourist Zürich. Dann kam ich aber über Google immer wieder auf die Seite zurück. Ein paar Seiten wurden einfach gar nicht aufgerufen.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Nein. Als wir Eis gegessen haben, haben wir zwar irgendjemanden gefragt, der war auch sehr auskunftsfreudig.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Ich habe sie wahrscheinlich erst mal falsch angewendet, würde ich sagen. Da waren ja schon welche drin aber da hätte ich dann ja über das Internet noch weitersuchen müssen, wo sich was befindet und das habe ich nicht gemacht.

Hätten Sie gerne gewusst, wo genau die beschriebenen Sehenswürdigkeiten sich befinden?

Eigentlich schon.

Wie bewerten Sie die Travel-Blogs in Bezug auf Informationsgehalt?

Man hat endlich einmal so ein bisschen einen Eindruck, wie es der normale Tourist empfindet und was dessen Meinung ist - was ihm gefällt oder auch nicht - und nicht wie es Zürich oder ein Anbieter, die es ja vermarkten und nur das Positive zeigen wollen, darstellen will.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Das war nicht so das Wahre. Ich glaube, es ist eher interessant wenn du dich mit einer grossen Gruppe auf einer Reise befindest und dann einmal ein paar Stunden oder einen Tag Ausgang hast. Dann kannst du dir die Informationen untereinander schicken und weisst, was die anderen so treiben. Könnte auch helfen, wenn du dich verirrt hast.

Könnte dies zu einer Änderung Ihres Reisplans führen?

Ja, klar. Die Frage ist, ob es momentan sinnvoll ist. Für mich würde es erst einen richtigen Sinn ergeben, wenn ich sagen könnte, ich befinde mich hier und der andere steht 2 km entfernt an diesem oder jenem Punkt und nun führe mich dorthin. Das wäre optimal. Ein mobiles Navigationssystem. Das wäre das Angenehmste.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein, das habe ich noch nicht gemacht.

Warum nicht?

Es würde bestimmt genügend Gelegenheiten geben, aber da bin ich zu faul.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Ich sehe das Ganze mehr als gute Möglichkeit sich ein bisschen weiterzubilden oder zu informieren. Aber ein Riesenfreak bin ich nicht. Es gibt ja Leute - da haben auch ein paar im Internetcafe gesessen – die gehen sonntags, wenn sie schon einmal raus gehen, in ein Internetcafe. Mir ist das einfach zuviel Aufwand. Ich habe zuhause noch ein altes System. Das könnte ich natürlich modernisieren, so dass es schneller funktioniert. Aber ich nutze es wirklich nur zu dem einen Zweck, mich einfach kurz zu informieren.

Wie haben Sie miteinander kommuniziert, um sich zu treffen?

Via Meeting-Blog. Es hat einen Eintrag gegeben und damit war ich einverstanden.

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Es darf nicht zu viel kosten. Verwenden würde ich es bestimmt, es ist schon praktisch, aber wahrscheinlich nicht hätte ich nicht ein so grosses, schweres Gerät, sondern ein kleineres.

Wie viel pro Tag?

CHF 0-5

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung bezahlen?

Da möchte ich eher nichts dafür bezahlen.

Wäre das eine Barriere, Informationen zu publizieren, wenn es kosten würde?

Ja. Also nein, bezahlen will man dafür nichts mehr.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Teils-Teils. Das ist aber nicht eine Frage der Technik. Als wir einmal drin waren, war die Seite einfach schlecht gepflegt. Da waren Infos, die nicht speziell für diesen einen Tag waren und Sachen, die bereits seit einem Monat vorbei waren und welche, die über das ganze Jahr waren. Ich kann dir jetzt nicht mehr sagen, welche Seite das war. Da waren Informationen für ein halbes Jahr dabei und wenn ich aber einen speziellen Tag haben wollte und ein paar Suchbegriffe dazu eingab, konnte das Gerät dann nichts damit anfangen. Es wurde nichts gefunden. Gut, das kommt bei Google auch manchmal vor, dass man nicht weiss, welchen Link man gebrauchen kann.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Das ist bestimmt eine Übungssache. Wenn man das ein paar Mal gemacht hat, ist man ziemlich schnell. Man hat ja nur 3, 4 Schritte zu tun, dann weiss man eigentlich schon, wo man hin muss oder will. Es war nicht so kompliziert.

Wie sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

Wenn das Gerät mit einem Navigationssystem ausgestattet sein würde, wäre das eine ziemlich gute Sache. Ansonsten, so wie es jetzt ist, kann ich mich auch daheim hinsetzen und mir die Infos aus dem Internet holen. Also eine 5. Mit Navigation wäre es eine 8 oder 9.

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

In einem völlig fremden Gebiet, ja. Jedoch nur, wenn es die Seiten auch auf Deutsch gibt.

Wäre es ein Ersatz oder eine Ergänzung zu einem gedruckten Reiseführer?

Ich bräuchte dieses Gerät zusätzlich. Und wenn noch eine richtige Stadtkarte drin abgespeichert wäre, etwas brauchbares Grösseres, dann wäre das Gerät noch wertvoller. Die Karte, die wir aufgerufen haben, war winzig.

200607301119

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja, ein paar wenige.

Was für Informationen waren das?

Ich suchte ein paar englische Wörter in einem online Wörterbuch und beäugte das Kinoprogramm und die Seite von Sat1. Ich versuchte auch meine Mails zu checken.

Waren diese Informationen hilfreich?

Ja, klar!

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

In Kaffees, auf Bänken, überall dort, wo ich sitzend verweilen konnte.

Warum hätten Sie diese Informationen ohne PDA-Phone nicht abgefragt?

Es waren alles Informationen, die in keinem Reiseführer stehen und die ich auch nicht von Passanten erfragen konnte.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Den Tramfahrplan hab ich mir jeweils an der Haltestelle angeschaut.

Warum haben Sie es nicht verwendet?

Aus reiner Bequemlichkeit und weil es weniger Zeit beanspruchte.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Ja, ausser der Zürich-Seite, die wollte nicht alles anzeigen.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Am Anfang brauchte ich viel zu lange und fand Aufwand und Ertrag nicht passend. Gegen Ende hab ich wirklich Spass an diesem Gerät gekriegt, weil die Handhabung immer einfacher wurde.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Sie waren sehr hilfreich.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Da ich die anderen Seiten nicht gross besucht habe, kann ich das nur schlecht abschätzen.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Ja. Sie regten zu neuen Ideen an.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein, das Programm hatte an diesem Tag für mich gestimmt. Ich kann mir aber sehr gut vorstellen, das Programm zu ändern, wenn ich gute Tipps lese.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum nicht?

Erstens war ich schon länger nicht mehr auf Reisen und zweitens kam ich bisher gar nicht auf die Idee, das zu tun.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Auf einer längeren Reise kann ich mir das durchaus vorstellen. Freunde und Familie freuen sich schliesslich immer über News aus der Ferne.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Nein, die E-Mails einer Freundin, die längere Zeit am Reisen war, haben mich beeinflusst.

Wie haben Sie miteinander kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Mit dem eingerichteten Blog.

Wie konnte eine Einigung erzielt werden?

Es wurde keine Einigung erzielt, da die anderen bei schönem Wetter nicht ins Kino gehen wollten.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Eigentlich keine, nur dass sich einer erst sehr spät gemeldet hat, weil er ausgeschlafen hat.

Sind Sie bereit für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?.

Ja.

Wie viel pro Tag?

CHF 10-15

Sind Sie bereit für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung bezahlen?

Wenn ich auf einer längeren Reise bin, ja. Auf einer kurzen nicht.

Wie viel pro Tag?

CHF 5-10

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

7

Warum?

Die Internetverbindung war zeitweise viel zu langsam und gewisse Seiten werden einfach gar nicht gezeigt.

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Wenn die Kosten nicht zu hoch würden und ich ein solches Gerät ausleihen kann und nicht kaufen müsste.

Warum?

Weil ich mir ein Gerät in diesem Preisrahmen nicht kaufen würde. Ansonsten ist es praktisch, um aktuelle Informationen zu beschaffen und um den Verwandten und Freunden mitteilen zu können, was man so erlebt.

Gab es allgemeine (technische Probleme)?

Die Internetverbindung war zu langsam!
Alle Seiten müssen angezeigt werden können.

Haben Sie Verbesserungsvorschläge?

Ein GPS-System im Gerät, das mir zeigt, wo ich bin, was in der Nähe für Sehenswürdigkeiten, Restaurants etc. sind und mir Informationen darüber liefert. Das wäre fantastisch!

200607301120

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Auf jeden Fall. Fahrplan und Ausgehkalendar für den Abend.

Hätten Sie die ansonsten nicht nachgefragt? In einem Internetcafe zum Beispiel?

Ja doch, ins Internetcafé hätte ich natürlich gehen können, das kommt ja letztendlich auf dasselbe heraus. Aber so hatte ich es natürlich direkt dabei und bzgl. des Fahrplans ist es schon so, dass wir irgendwo waren und sofort fahren wollten. Wenn man dann erst ein Internetcafé suchen muss, dann ist es natürlich sinnlos. Für den Ausgehkalendar, wäre es natürlich gegangen.

Waren diese Informationen hilfreich?

Ja, das auf jeden Fall. Ich würde sagen, das war auf jeden Fall der grösste Vorteil, Informationen, die richtig aktuell sind, jederzeit abfragen zu können.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Vor Ort und während einiger Zeit im Park. Dies war sehr nützlich, da es sonst ungenutzte Zeit gewesen wäre.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Nein.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Ja.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Eher viel Aufwand. Die Suche mit Google ist im Gegensatz zu einem Index in einem Reiseführer nicht garantiert sinnvoll.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Nicht sehr, ich habe sie lediglich überflogen.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Hilfreich nicht, aber interessant.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein. Sie hätten jedoch, wenn etwas sehr Interessantes in der Nähe gewesen wäre, zu einer Änderung geführt.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Publiziert nicht, nein.

Warum nicht?

Ehrlich gesagt, habe ich mir noch nie darüber Gedanken gemacht, ob das sinnig wäre oder nicht. Ich bin bis anhin noch gar nicht auf die Idee gekommen.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Könnte ich mir vorstellen, wenn es nicht sehr zeitaufwändig wäre. Also wenn es z.B. eine ganz einfache Plattform gäbe.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Ja.

Wie haben Sie kommuniziert?

Über den eingerichteten Blog.

Wie wurde eine Einigung erzielt?

Es wurde keine Einigung erzielt, da ich bereits andere Pläne hatte.

Sind Sie bereit für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Wenn es nicht viel ist. Es hat sich gerade so ein bisschen die Waage gehalten, dass ich gedacht habe, manche Dinge sind echt toll, so wie dass man aktuelle Informationen bekommt und dass man vielleicht auch Interaktion hat mit Leuten. Aber grundsätzlich könnte ich mir genauso gut vorstellen, darauf zu verzichten, wie immer einen Reiseführer zu kaufen und dann zu reisen.

Wie viel pro Tag?

Ich würde sicherlich nicht CHF 5 pro Tag bezahlen, um da Zugriff zu haben. Das würde ich wahrscheinlich nicht machen.

Sind Sie bereit für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung bezahlen?

Ich würde grundsätzlich denken, dass Publizieren eigentlich frei sein sollte und nur der Zugriff allenfalls etwas kosten sollte. Wenn ich für das Publizieren bezahlen muss, dann nur sehr wenig. Und ich glaube, dann ist es so, wenn du für jedes Mal was zahlen musst, überlegst du dir irgendwann, ob du das machst. Wenn das natürlich so ist, dass man ein Abonnement hat, weil man eben darauf zugreifen will und da ist das Publizieren dann integriert und man hat dann sowieso dafür bezahlt, dann ist es irgendwie in Ordnung. Aber wenn ich mir jedes Mal überlege, was das mich jetzt kostet, dann eher nicht.

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

7 würde ich sagen.

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Wenn ich die Möglichkeit habe und entsprechend unterwegs bin. Z.B. fahre ich nächste Woche in Urlaub und da bin ich auch mit dem Rucksack unterwegs, da würde ich sagen: „Nein, das ist Schnickschnack, weil erstens besteht die Gefahr, dass es geklaut wird und zweitens ist es zu schwer“. Ich würde es nicht mitnehmen. Aber wenn ich jetzt

Anhang

nur auf eine Städtereise gehe und sowieso im Hotel übernachtete und mit Koffer unterwegs bin, dann schon, ja.

200607301210

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja.

Was für Informationen waren das?

Fahrplan von Bus, Schiff und Tram.

Waren diese Informationen hilfreich?

Ja.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Vor Ort und stationär (Park, Café, Tram).

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht als PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Nein.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Wie schon gesagt, grundsätzlich ja. Ich hätte mir die Informationen jedoch ein bisschen detaillierter gewünscht.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Es ging einigermaßen.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Nicht wirklich hilfreich. Sie sind individuell und es ist eine Meinung und meistens relativ kurz gefasst. Es ist jedoch noch cool, um eine Übersicht zu erhalten. Zu sehen, was es alles für Möglichkeiten gibt, aber dann muss man doch selber im Internet nachforschen. Die Information reicht nicht aus, es ist lediglich eine Anregung.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Es ist eine coole Sache eigentlich. Man geht sicher schauen und entscheidet, ob das etwas ist oder nicht.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein.

Wäre es theoretisch möglich?

Ja, es lag an den Beiträgen.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum nicht?

Ich bin noch nie dazu gekommen und habe es nicht gross gekannt.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Ich denke, ich würde es machen, wenn ich die Informationen von dort holen würde, quasi wenn ich das ganze benutze, dann ja.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Nein. Ich denke, das liegt an der Bedienung des Geräts. Es ist doch mühsam, etwas ausführlich auf so kleinen Tasten zu schreiben. Es ist gut als kurzer Hinweis, aber wenn

Anhang

man wirklich etwas Nützliches schreiben will, dann ist es doch bequemer am Computer, irgendwo in einem Internetcafe oder so.

Wie haben Sie miteinander kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Über den eingerichteten Blog.

Wie wurde eine Einigung erzielt?

Es wurde keine Einigung erzielt, da eine Person abgesagt hatte und ich bei schönem Wetter auch nicht unbedingt ins Kino wollte.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Kommt darauf an wie viel. Zurzeit nicht, aber grundsätzlich schon.

Wie viel pro Tag?

Maximal CHF 5

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Nein.

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

7

Könnte es ein Ersatz für einen gedruckten Reiseführer sein?

Ich glaube es nicht, jetzt noch nicht. Wenn die Informationen so sind wie in einem Buch, dann auf jeden Fall. Was mir genau fehlt, z.B. wenn man es mit einem Lonely Planet vergleicht, ist die Struktur. Wenn ich dort unter Zürich nachschlage, erhalte ich alle Informationen darüber und wenn ich unter Übernachten nachschlage erhalte ich die Informationen darüber. Diese Struktur fehlt mir noch. Das Medium an sich ist sehr interessant. Trotzdem ist es noch kein Ersatz für mich.

Werden Sie es auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Nein, im jetzigen Stadium noch nicht, was das Gerät betrifft, die Webseiten hingegen schon.

200608131119

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja. Ich habe Informationen vom Hotel aus nachgefragt, die ich sonst im Tourismusbüro geholt hätte.

Was für Informationen waren das?

Das Schlechtwetterprogramm von Zürich.

Wo haben Sie diese Informationen gefunden?

Bei Wikitravel.

Waren diese Informationen hilfreich?

Der deutsche Bereich zeigte wenig an. Den müsste man ergänzen.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Ich fand es spannend mit anderen zu kommunizieren. Ich hab jeweils vor Ort mein Gerät ausgepackt, geschrieben und fotografiert.

Haben Sie auch nach Informationen gesucht?

Ja. Einmal schaute ich die Öffnungszeiten vom Kunsthaus nach, die auch aktuell waren.

Hätten Sie diese Information ohne das PDA-Phone aus einem Reiseführer geholt (der ja nicht immer aktuell ist), oder wären Sie für diese Information ins Tourismusbüro gegangen?

Ich wäre ins Tourismusbüro gegangen oder hätte vorgängig im Hotel oder zuhause schon diese Information im Internet nachgeschaut. Das bedingt aber, dass ich mich schon vorgängig entscheiden muss, was ich unternehmen will.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Ich hab die Tramlinien nicht mit dem Gerät gesucht, sondern sonst nachgeschaut.

Warum nicht?

Weil ich mir das Nachschauen von Plänen gewohnt bin.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Ja, teilweise.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Es braucht eine Angewöhnungszeit an das Gerät. Hat man dann aber den Dreh raus, funktioniert alles schnell.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Ich hab sie angeschaut. Sie waren nicht unbedingt hilfreich, aber interessant. Man konnte seine Neugierde stillen und die Blogs dienten als Ideenspender. Hilfreich waren sie nicht unbedingt, weil bei den anderen es immer schönes Wetter war und bei uns es geregnet hat.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Aktuelle Blogs finde ich besser.

Wieso?

Weil der kommunikativ-zwischenmenschliche Bereich dabei ist. Man weiss, das hat jemand eben erst gemacht und gut empfunden.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Es gab keine.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein, nie.

Warum?

Aus Bequemlichkeit. Das machen ja schon andere.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Wenn ich wüsste, dass diese Informationen jemandem nutzen, ja. Aber einfach so würde ich das nicht tun.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Je einfacher es ist, um so eher würde ich es machen.

Wie haben sie kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Über den eingerichteten Blog.

Wie wurde die Einigung erzielt?

Durch das Ausscheidungsverfahren. Zuerst waren es drei Filme, dann zwei und zuletzt einer.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Es gab keine, weil sich unsere Interessen getroffen haben.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Ich muss mir vorher überlegen, welchen Nutzen ich davon habe. Wenn ja, dann schon. Zuhause habe ich vielleicht ein Buch, in dem diese Informationen auch stehen, dann nein. Wenn ich unterwegs bin und dieses Buch nicht dabei habe, dann ja.

Wie viel pro Tag?

Maximal CHF 10.

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Nein.

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

Die Grösse ist gut. Es braucht einfach eine Angewöhnungszeit und man muss damit spielen, um in die Handhabung hineinzukommen, bevor man es richtig gebraucht. 7.

Könnte es ein Ersatz für einen gedruckten Reiseführer sein?

Es wäre eher eine Ergänzung. Vor der Reise würde ich ein Buch konsultieren, weil es lesbarer ist, als dieses Gerät. Während der Reise, nähme ich jedoch das Gerät, weil es die aktuelleren Informationen hat.

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Ja, besonders wenn ich wenig andere Zugänge habe. Normalerweise habe ich den kommunikativen Zugang lieber, aber ich finde es eine gute Alternative.

200608131210

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja.

Was für Informationen waren das?

Wo das Kino ist. Wir haben das allgemeine Kinoprogramm abgerufen und nachgeschaut, wann wo was läuft. Und dann haben wir etwas versucht, aber das hat nicht geklappt. Wir wollten wissen, was das Landesmuseum für eine Sonderausstellung hat. Aber wir kamen auf dieser Seite einfach nicht weiter, weil sie nicht komplett aufgebaut wurde.

Wo haben Sie diese Informationen gefunden?

Unter landesmuseum.ch und cineman.ch.

Waren diese Informationen über das Kino hilfreich?

Ja, sehr.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Wir haben immer direkt etwas gesucht und nicht gewartet, bis wir im nächsten Kaffee waren. Dennoch haben wir an den betreffenden Orten einen Sitzplatz gesucht. Wir standen aber zum Beispiel nicht vor einem Bild und haben dann Informationen darüber gesucht.

Hätten Sie diese Information ohne das PDA-Phone aus einem Reiseführer geholt (der ja nicht immer aktuell ist), oder wären Sie für diese Information ins Tourismusbüro gegangen?

Wir hätten dann irgendwo nachfragen müssen.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht als PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Nein, wir haben immer das PDA-Phone benutzt.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Im Landesmuseum nicht, aber im Kino ja.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Man musste viel klicken. Der Aufwand war eher gross.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Die haben mich auf die Idee gebracht, dass wir ins Landesmuseum könnten.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Die Blogs waren viel einfacher.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Theoretisch schon.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein, es gab jedoch auch nur einen Eintrag.

Inwiefern?

Ich wäre froh gewesen, um neue Ideen, weil man bei schlechtem Wetter weniger weiss, was man mit seiner Zeit anstellen soll.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum?

Ich weiss es auch nicht. Vielleicht, weil ich nicht soviel Zeit mit solchen Geräten verbringen will. Ich habe schnell genug davon.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Wenn es total einfach wäre, dann schon. Man müsste es in extrem kurzer Zeit machen können. Wenn man am Reisen ist, hat man nicht die Zeit, viel Zeit mit einem solchen Gerät zu verbringen.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Ja, man braucht nur die E-Mailadresse und kann das Mail senden. Ansonsten muss man irgendwo hinein, die Adressen einfügen etc.

Wie haben sie kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Wir haben nur über den Blog kommuniziert.

Wie wurde die Einigung erzielt?

Alle waren jeweils sofort einverstanden mit den Vorschlägen.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Der Letzte, der sich zu spät gemeldet hat und fragte, ob man ihn abholen könnte, weil es sonst zeitlich nicht mehr gereicht hätte. Das war mühsam.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Nein. Höchstens wenig.

Wie viel pro Tag?

Maximal CHF 5

Sind Sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Nein.

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

Eigentlich bin ich sehr zufrieden mit ihm, weil er viel aktueller und vielseitiger (Kinoprogramm) ist als ein Reiseführer. Also 8.

Könnte es ein Ersatz für einen gedruckten Reiseführer sein?

Es wäre eher eine Ergänzung. Für mich ist die Handhabung eines Buches immer noch einfacher.

Werden Sie es auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Ja, das könnte ich mir vorstellen.

Warum?

Weil die Informationen extrem aktuell sind. Als wir auf Reisen waren, haben wir öfters ein Restaurant im Reiseführer gefunden und haben es gesucht, aber dann stimmten die Öffnungszeiten nicht. All das könnte man mit einem PDA-Phone nachkontrollieren.

200608201119

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja.

Was für Informationen waren das?

Genaue Adressen wie z.B. des Chinesischen Gartens und des Heimatwerks. Des Weiteren auch noch die nächste Tramhaltestelle des Kinos.

Waren diese Informationen hilfreich?

Ja, sehr!

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Immer im Sitzen, d.h. im Café, Tram, Schiff sowie im Chinesischen Garten.

Warum hätten Sie diese Information ohne PDA-Phone nicht abgefragt?

Kinoinformationen sind wahrscheinlich nicht vorhanden.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Ja, an Ort und Stelle. Dort habe ich die dortigen Informationen verwendet.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Ja, mit genügend Geduld.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Viel Aufwand.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Nicht besonders hilfreich, da alles auf Englisch geschrieben stand.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Ja, denn die anderen Webseiten waren überladen mit Werbung und Informationen.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Die waren gut und haben Anregungen gegeben.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein, aber sie könnten, wenn die Information interessant ist.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum?

Ist mir noch nie in den Sinn gekommen.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Eher weniger.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Nein, dies hatte keinen Einfluss.

Wie haben sie kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Wir haben nur über den Blog kommuniziert.

Wie wurde die Einigung erzielt?

Ich habe ein paar Vorschläge gemacht und danach ist mir ein Geheimitipp eines Bekannten in den Sinn gekommen und alle waren mit diesem Film einverstanden.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Keine sind aufgetaucht.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

CHF 20

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

CHF 5

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

5

Warum?

Es hat eindeutig Potential, jedoch hatte ich einige Mühe mit der Bedienbarkeit.

Werden Sie es auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Ja, wenn mehr deutsche Inhalte gepflegt werden.

200608201120

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja.

Was für Informationen waren das?

Wir haben zum Beispiel die Stadtheiligen von Zürich, Regula und Peter, nachgeschaut. Dann haben wir das Kinoprogramm nachgeschaut und weitere Informationen im Internet gesucht.

Wo haben Sie diese Informationen gefunden?

Unter cineman.ch und google.ch.

Waren diese Informationen hilfreich?

Ja, sie waren hilfreich. Aber zum Teil waren die Informationen sehr klein geschrieben.

Hatten Sie sonst Probleme, zum Beispiel mit der Hardware?

Nein. Die Geschwindigkeit war relativ gut. Da ich ein ziemlich ungeduldiger Mensch bin, muss ich das betonen.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Wir haben immer direkt etwas gesucht, wenn wir etwas wissen wollten und nicht gewartet, bis wir im nächsten Kaffee waren.

Hätten Sie diese Information ohne das PDA-Phone aus einem Reiseführer geholt (der ja nicht immer aktuell ist), oder wären Sie für diese Information ins Tourismusbüro gegangen?

Ich hätte sie eventuell später nachgeschaut, zuhause in Google. Vielleicht auch per Telefon mit einem Freund, der Historiker ist.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Nein, wir haben immer das PDA-Phone benutzt.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Ja.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Da ich ein solches Gerät noch nie benutzt hatte, musste ich es zuerst anschauen und am Anfang hatte ich ein bisschen Schwierigkeiten damit. Da es für mich mit einem normalen Reiseführer konkurrenziert, würde ich eigentlich ein bisschen ein grösseres Format schätzen, weil ich somit die Informationen schneller finden könnte.

Verbesserungsvorschläge?

Das Gerät sollte mir Routen vorschlagen, denen ich nachlaufen kann. Das sollte mit diesem Gerät auch möglich sein. Die Chance von diesen Geräte wäre, dass man am Vorabend dem Gerät mitteilen könnte, welche Route man gerne ablaufen möchte und am kommenden Tag führt es einem durch die Stadt. Das Gerät könnte mir mittels GPS sagen, wo ich bin und wohin ich gehen muss, wenn ich zu einer bestimmte Sehenswürdigkeit gehen will und zusätzlich die passenden Informationen dazu liefern.

Anhang

Das Gerät dürfte auch Vorschläge liefern, wenn ich irgendwo bin und sage, dass ich gerne eine Pizza essen möchte. Das ist die grosse Chance von diesen Geräten gegenüber einem normalen Reiseführer. Momentan unterliegt das Gerät aber einem Reiseführer.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Sie waren hilfreich, deshalb wollten wir z.B. den Chinesischen Garten anschauen.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Ich muss sagen, dass der Blog fast übersichtlicher ist als teilweise die Internetseiten. Der Blog ist relativ übersichtlich, da er nur die Informationen enthält und nicht noch links und rechts Links etc. Es geht spezifischer auf das ein, was dich interessiert z.B. Sightseeing, im Gegensatz zur Zürich-Seite, die alles enthält und man deshalb zuerst die geeigneten Informationen suchen muss.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Wenn einer am gleichen Tag unterwegs ist und etwas tippt, finde ich es nicht unbedingt notwendig. Er wird ja nicht gerade an diesem Tag etwas Neues entdecken, vor allem in einer Stadt, die viele Besucher hat. Ich finde einfach allgemein die Blogs eine gute Sache.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum?

Es ist ein Aufwand, den ich gar nicht betreiben möchte.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Eher nicht.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Nein.

Wie haben sie kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Wir haben nur über den Blog kommuniziert.

Wie wurde die Einigung erzielt?

Wir haben Vorschläge bekommen und schauten im Internet die Kritiken nach. Danach taten wir unsere Meinung kund.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Keine sind aufgetaucht.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

Ich achte mich sowieso nicht gross auf Gebühren. Wenn ich die Information will, dann bin ich bereit zu zahlen. Sagen wir 20.- pro Tag.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Es ist so weit verbreitet, dass ich es akzeptieren würde.

Wie viel pro Tag?

Da ich es wahrscheinlich eher selten machen werde, ist es nicht so ein Thema für mich. Aber wenn ich es will, dann bezahle ich es auch.

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

4. Vor allem wenn man die Karte (map.search.ch) als Kriterium nimmt - ich kenne die ja nicht so gut und weiss nicht, was alles möglich ist – dann ist er noch gar nicht zufrieden stellend. Da war das Gerät fast zu klein um sich zu orientieren.

Könnte es ein Ersatz für einen gedruckten Reiseführer sein?

Es wäre eher eine Ergänzung. Für mich ist die Handhabung eines Buches immer noch einfacher.

Werden Sie es auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Ich nehme an, dass man sich ein solches Gerät anschaffen muss und nicht mieten kann. Extra zum Reisen würde ich mir kein solches Gerät anschaffen. Wenn ich eins ausleihen könnte, dann würde ich's gebrauchen, wenn man Anschluss hat, weil die Informationen viel aktueller sind.

200608201121

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja.

Was für Informationen waren das?

Information über das Kino.

Waren diese Informationen hilfreich?

Ja, aber ansonsten wäre ich mit einem Reiseführer wahrscheinlich besser bedient gewesen. Um das Kino zu suchen, war es hilfreich, das hätten wir wahrscheinlich ohne Gerät nicht so schnell gefunden.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Bei der Ankunft in Zürich am Bahnhof haben wir für 20 Minuten Informationen nachgeschaut, ansonsten direkt vor Ort (z.B. im Grossmünster)

Gab es technische Probleme?

Ja. Erstens einmal – vielleicht war ich etwas zu ungeduldig – bin ich mehrmals rausgeflogen. Ich konnte die Karte nicht lesen, da sie zu klein war. Zwei-, dreimal wurde die Verbindung unterbrochen.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht als PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Ja.

Warum haben Sie es nicht verwendet?

Weil die Karte viel zu klein war und ich mehrmals rausgeflogen bin.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Nein. Ich wollte zum Beispiel einmal wissen, wie die Kirche gegenüber heisst und herausfinden, ob es sich lohnt, sie zu besichtigen, aber ich habe es nicht geschafft. Dabei war auch wieder die Karte das Problem. Mit einem gedruckten Reiseführer hätte ich die fehlende Information ohne Probleme herausgefunden.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Also wenn man nur mal das Grossmünster sucht, dann war es zu kompliziert und zu viel Aufwand.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Sie liefern Ideen.

Anhang

War es dank der Travel-Blogs einfacher an benötigte Informationen zu gelangen, als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Ja, da sie keine störenden Werbebalken enthalten.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Es gab nur zwei und die waren nicht hilfreich.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein

Warum?

Kenne ich gar nicht.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Nein.

Warum?

Warum sollte ich es machen? Der Aufwand ist mir zu gross. Ich bin eher ein Konsument.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Nein.

Wie haben sie kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Über den eingerichteten Blog.

Wie wurde die Einigung erzielt?

Jemand hat Vorschläge gemacht und ich war mit dem letzten einverstanden und habe zugesagt.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Eigentlich keine.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Kommt darauf an wie viel, ja.

Wie viel pro Tag?

CHF 5. Momentan würde ich nichts bezahlen, aber wenn es für mich ein nützlicher Dienst wäre, dann schon.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Nein, definitiv nicht.

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

Nein, ich bin mit ihm nicht zufrieden, 3.

Warum?

Ich finde, es müsste noch eine spezielle Software dazu geben. Irgendetwas, das einen selbst führt. Es müsste mir sagen, du bist da und kannst jetzt dorthin gehen.

Werden Sie es auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Nein.

Warum?

Es ist mir zu umständlich.

200608201210

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja.

Was für Informationen waren das?

Zeitung von zuhause sowie Zürich Tourismus.

Waren diese Informationen hilfreich?

Ja, sie waren hilfreich. Aber zum Teil waren die Informationen sehr klein geschrieben.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Stationär, d.h. heisst im Tram, Café und Schiff.

Warum hätten Sie diese Informationen ohne PDA-Phone nicht abgefragt?

Die Zeitungen von zuhause kriege ich in den Ferien sonst nicht.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Ja, an Ort und Stelle, da habe ich lieber die dortige Information gelesen.

Warum haben Sie es nicht verwendet?

Es ist für mich viel einfacher am und im Gebäude die Information zu lesen. Durch mangelnde Fertigkeit bin ich jeweils in Stresssituationen gekommen, so dass ich das Gerät lieber nicht verwendet habe.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Ja, aber ich hatte einfach Mühe mit der Technik.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Es war viel Aufwand und mit einigen Anlaufschwierigkeiten verbunden.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Wenig hilfreich.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Ja, da sie keine störende Werbung enthalten. Jedoch sind sie so mager, dass man danach weitersuchen muss. Sie liefern nur ein Ziel aber fast keine Informationen dazu.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Eher lustig, vor allem wenn man sich in einer Gruppe bewegt.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein, aber sie könnten schon.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum?

Ich habe keine Zeit dafür und der Aufwand ist mir zu gross.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Nein.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Nein, dies hat keinen Einfluss.

Wie haben sie kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Wir haben nur über den Blog kommuniziert.

Wie wurde die Einigung erzielt?

Die anderen haben sich auf einen Film geeinigt. Ich konnte aus terminlichen Gründen leider nicht daran teilnehmen.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Keine sind aufgetaucht.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

CHF 20

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

CHF 5

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

6

Warum?

Einiges Potential ist vorhanden, doch für Zürich fehlen Informationen.

Werden Sie auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Nein

Warum?

Ich bin mit dem Gerät überfordert und bin somit mehr gestresst als es mir etwas bringen würde. Auch gab es einige Probleme mit dem Empfang. Wenn es jedoch ortsgenaue Informationen verarbeiten und liefern könnte, dann würde ich es mir noch einmal überlegen.

200609021119

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Nein.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Im Café und unterwegs.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht das PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Ja, bzgl. Stadt- und Fahrplan.

Warum?

Es ging viel zu langsam.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Nein.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden (1-5)?

4.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

In diesem überschaubaren Rahmen waren sie hilfreich. Es besteht jedoch die Gefahr der Überflutung und des Wildwuchses.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Nein.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Ja, da sie hochaktuell waren.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Ja.

Inwiefern?

Ich ging deshalb nach dem Kino noch ans Langstrassenfest.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum?

Das wäre für mich viel zu viel Aufwand und bringt mir nichts.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Ja.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Ja.

Inwiefern?

Ich habe die Möglichkeit mit dem Fotohandy Bilder und Texte via MMS hochzuladen. Dieses Vorgehen ist mir bereits bekannt und somit einfach für mich.

Anhang

Wie haben sie kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Über den vorgegebenen Blog.

Wie wurde die Einigung erzielt?

Mein Vorschlag wurde akzeptiert, d.h. niemand hat etwas dagegen gesagt.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Die anderen hatten scheinbar nicht genug Akku.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

CHF 5-10

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

CHF 0-5

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

5.

Warum?

Viel zu langsam und dies führt zu Stresssituationen.

Werden Sie es auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Nein.

Warum?

Es war viel zu langsam und bietet deshalb keinen Mehrwert gegenüber einem gedruckten Reiseführer.

Verbesserungsvorschläge?

Die Webseiten müssten PDA-optimiert sein, so dass die Seiten schnell aufgerufen und aufgebaut werden können.

200609021120

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja.

Was für Informationen waren das?

Aktuelle Ausgangsinformationen und Fahrplan.

Waren diese Informationen hilfreich?

Die Ausgangsinformationen schon, sie lieferten Ideen, aber der Fahrplan nicht, da die Seite nicht komplett aufgebaut wurde.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Vor Ort und im Tram.

Warum hätten Sie diese Information ohne PDA-Phone nicht abgefragt?

Sie waren nicht dringend notwendig, d.h. es wäre auch ohne diese Informationen gegangen.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht als PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Nein.

Anhang

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Ja.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Es war ziemlich einfach, wie im Internet.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Hilfreich, da sie gute Ideen liefern und vor allem persönliche Eindrücke vermitteln, die man sonst nicht erhält, wie z. B. zufällige Entdeckungen wie das beste Café der Stadt.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Ja.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Sie waren lustig und haben mir gut gefallen.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein, sie hätten jedoch, wenn etwas für mich Interessantes beschrieben worden wäre.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum?

Ich bin zu faul.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Kann ich mir gut vorstellen, ja.

Anhang

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Nein. Ich schreibe gerne etwas mehr und dafür ist die Tastatur nicht geeignet

Wie haben sie kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Über den eingestellten Blog.

Wie wurde die Einigung erzielt?

Ich weiss es nicht, weil mein Akku leider vorher ausgestiegen ist.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Mein Akku ist ausgestiegen.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

15-20 CHF

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Nein.

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

7

Warum?

Gute Informationsmöglichkeiten sind vorhanden.

Werden Sie es auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Ja.

Warum?

Es ist angenehm, um Informationen direkt vor Ort abzufragen und ermöglicht eine Ad-hoc-Planung, was ich gerne habe.

Verbesserungsvorschläge?

Akkulaufzeit muss länger sein, dann sollte die Schrift grösser eingestellt werden, sowie die Geschwindigkeit muss verbessert werden, sonst ist es frustrierend.

200609021121

Haben Sie während Ihrer Reise mit dem PDA-Phone Informationen im Internet nachgefragt, die Sie ohne direkten Zugriff nicht abgefragt hätten?

Ja.

Was für Informationen waren das?

Detailliertere Informationen über das Grossmünster, den Lindenhof etc.

Waren diese Informationen hilfreich?

Hilfreich in dem Sinne nicht, aber interessant.

Wo und wann haben Sie das PDA-Phone verwendet?

Überall und wann immer mich etwas interessiert oder fasziniert hat.

Warum hätten Sie diese Information ohne PDA-Phone nicht abgefragt?

Ich hätte wohl keine Möglichkeit gehabt. Die Informationen stehen nicht in jedem Reiseführer und bis ich beim nächsten Internetanschluss gewesen wäre, wäre das meiste vergessen gewesen.

Gab es Situationen auf Ihrer Reise, in denen Sie etwas wissen wollten und nicht als PDA-Phone als Quelle verwendet haben?

Nein.

Haben Sie die erforderlichen Informationen vom mobilen Reiseführer erhalten?

Ja.

Wie viel Aufwand war es, die erforderlichen Informationen zu finden?

Ging relativ schnell, entweder über die Suchfunktion der vorgegebenen Seite oder über www.zuerich.ch.

Wie hilfreich waren Ihnen die Travel-Blogs in Bezug auf die Reiseplanung?

Kaum relevant.

War es dank der Travel-Blogs einfacher, an benötigte Informationen zu gelangen als mit den anderen Tourismus-Community-Webseiten?

Nein.

Waren die zeitnahen Benachrichtigungen über neue Blog-Einträge hilfreich?

Ich habe nur einen erhalten und konnte die Informationen daraus aus Zeitgründen nicht in Betracht ziehen.

Haben diese Informationen zu einer Änderung Ihrer ursprünglichen Reiseplanung geführt?

Nein, aber sie könnten schon.

Haben Sie zuvor schon einmal online Reiseinformationen publiziert?

Nein.

Warum?

Ich habe in den vergangenen vier Jahren keine nennenswerten Reisen unternommen.

Werden Sie dies in Zukunft tun?

Ja.

Hat die Möglichkeit des Mobloggings diese Entscheidung beeinflusst?

Ja.

Inwiefern?

Es war spannend, auch mit den Möglichkeiten von Photos zu schiessen und diese zu versenden, welche ideal sind für Erinnerungszwecke.

Wie haben sie kommuniziert, um die Aufgabe zu lösen?

Wir haben nur über den Blog kommuniziert.

Wie wurde die Einigung erzielt?

Der Akku ist vor Erreichung einer Einigung ausgestiegen.

Welche Probleme sind aufgetaucht?

Die anderen haben sich ewig lange nicht gemeldet.

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgewinnung bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

5 CHF

Sind sie bereit, für den Datenverkehr zur Informationsgenerierung zu bezahlen?

Ja.

Wie viel pro Tag?

5 CHF

Sind Sie mit dem mobilen Reiseführer zufrieden (1-10)?

8

Warum?

Er bietet umfassendere Informationsmöglichkeiten und mehr Details als ein herkömmlicher Reiseführer.

Werden Sie es auf Ihrer nächsten Reise wieder ein PDA-Phone verwenden?

Ja.

Warum?

Ist einfach, nimmt nicht so viel Platz weg und liefert spezifischere Informationen.

Verbesserungsvorschläge?

Die Akkulaufzeit muss länger sein, Buchstaben sind auf einigen Webseiten zu klein so dass man den Link nicht anklicken kann und müssten somit grösser eingestellt werden können. Zusätzlich ist das Gerät ein bisschen zu schwer.

VIII.IX Zugriffsblöcke der Probanden

Zu jedem Probanden werden die Zugriffsblöcke mit Start- und Endzeitpunkt angegeben. Neben diesen Zugriffsblöcken steht jeweils, welche Webseiten in diesem Zeitraum aufgerufen wurden. Um Platz zu sparen und Übersichtlichkeit zu gewinnen, wurde bei Webseiten das <http://www> weggelassen. Subdomains werden jedoch angezeigt. In Klammern stehen jeweils Suchwörter, die auf dieser Seite eingegeben wurden. Das Zeichen “->“ bedeutet, dass die beiden Webseiten verlinkt sind und direkt von der einen zur anderen gewechselt wurde. Es wird zwischen aktuellen (im gleichen Test erstellte) und bestehenden (in vorherigen Tests erstellte) Travel-Blogs unterschieden. Die besuchten Tourismus-Communities wurden wie in Kapitel 3.2.2 benannt. Webseiten mit

Anhang

Kartenmaterial wurden unter dem Titel “Karte“ zusammengefasst. Das Gleiche gilt für online Fahrpläne, welche unter dem Titel “Fahrplan“ zusammengefasst wurden.

Diese Auswertung basiert auf den Logfiles des Proxy-Servers, welche sich auf beiliegender CD befinden.

20060617/120/1121

15:49:53 – 15:53:20 bestehender Travel-Blog; aktueller Travel-Blog
16:45:40 bestehender Travel-Blog
17:17:55 – 17:30:35 bestehender Travel-Blog; aktueller Travel-Blog; Travellerspoint;
sport1.de; tippspiel.kaifer.net; aktueller Travel-Blog
19:04:49 – 19:06:21 bestehender Travel-Blog
19:20:23 – 19:21:18 Virtual Tourist

20060618/120/1121

02:42:47 – 02:43:04 Meeting-Blog
11:33:59 – 11:34:13 Meeting-Blog
11:38:43 – 11:40:23 Meeting-Blog
12:29:28 – 12:35:41 Travellerspoint (zurich bike); Virtual Tourist (zurich) -> Virtual
Tourist “Zürich Travel Guide“; aktueller Travel-Blog
14:25:26 – 14:25:36 aktueller Travel-Blog
14:33:39 – 14:37:54 Meeting-Blog; Google (alfred escher statue) -> fotopanorama.ch
15:29:20 – 15:29:49 aktueller Travel-Blog

20060716/1119

11:24:09 – 11:34:07 Virtual Tourist (parking zuerich, kaufleute zuerich); Google
(kaufleute zuerich); Google (spruengli zuerich) -> spruengli.ch;
Yahoo! Travel “Travel Guide Zurich“; Karte (limmatquai)
11:39:32 Karte (limmatquai)
11:55:50 – 12:01:54 Karte (limmatquai); Hospitality Club; bestehender Travel-Blog;
bestehender Travel-Blog; bestehender Travel-Blog

Anhang

12:08:00 – 12:09:46 Meeting-Blog
12:19:14 – 12:20:31 Google (chinesischer garten) -> swisspanoramas.ch -> stadt-zuerich.ch
12:36:29 – 12:37:22 Google (chinesischer garten) -> swisspanoramas.ch
12:44:43 Meeting-Blog
12:59:01 – 13:02:11 aktueller Travel-Blog; Google
13:43:25 – 13:53:25 Wikipedia (zuerichsee); Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“ (lake, zuerich see); Yahoo! Travel “Travel Guide Zurich“; persönlicher Travel-Blog
14:31:00 – 14:32:56 Google; Meeting-Blog; aktueller Travel-Blog

200607161120

10:38:36 – 11:05:10 aktueller Travel-Blog; zuerich.ch; stadt-zuerich.ch -> zuerich.com
11:09:02 – 11:15:43 zuerich.com
11:28:59 – 11:32:57 Google (starbucks zuerich) -> starbucks.ch
12:06:02 – 12:06:17 zuerich.com -> baeckeranlage.ch
12:44:25 – 12:50:57 Google (grossmuenster zuerich) -> Wikipedia
13:00:46 – 13:01:05 persönlicher Travel-Blog, Meeting-Blog
13:29:29 – 13:29:32 persönlicher Travel-Blog
13:52:14 – 13:56:44 persönlicher Travel-Blog; Travellerspoint
14:31:37 – 14:33:10 aktueller Travel-Blog

200607161210

10:43:36 – 10:43:51 aktueller Travel-Blog
10:59:03 – 11:16:24 persönlicher Travel-Blog; bestehender Travel-Blog; Google (zuerich umsonst parken, zuerich parken); Google (zuerich) -> zuerich.com
11:51:52 – 12:05:31 Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“; zuerich.com; Google, zuerich.com
12:14:00 aktueller Travel-Blog

Anhang

12:47:16 – 12:47:21 Meeting-Blog

13:25:45 – 13:33:55 aktueller Travel-Blog; zuerich.com; aktueller Travel-Blog,
aktueller Travel-Blog

13:46:45 – 13:51:44 Google (streetparade.ch) -> liberty.ch -> street-parade.ch

14:31:33 – 14:32:47 Meeting-Blog; zuerich.com

15:14:24 – 15:14:35 Meeting-Blog

200607291119

13:08:25 – 13:14:46 swissonline.ch -> your.hispeed.ch; hispeed.ch

13:20:18 – 13:20:56 hispeed.ch

13:48:35 – 13:55:25 Karte (trittligasse)

14:03:58 – 14:10:39 Karte (trittligasse); Meeting-Blog; Virtual Tourist “Zürich Travel
Guide“

14:17:04 – 14:17:40 pda.leo.org (brunnen)

200607291120

14:29:01 – 14:30:48 Google (zurich grossmunster) -> Wikipedia

14:37:53 – 14:45:47 Google (zurich einwohnerzahl); Wikitravel “Zurich“; bestehender
Travel-Blog

15:22:46 – 15:24:04 Karte; Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“

16:31:48 – 16:32:25 Travellerspoint

16:36:25 – 16:40:44 gmx.net

16:47:45 – 16:47:50 gmx.net

16:56:34 – 17:03:44 Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“

18:07:28 – 18:08:44 Google (frauenbad zurich) -> badi-info.ch

18:16:08 – 18:53:01 Google (illegal rave zurich) -> raveordie.com; Google (karaoke
zurich metal bar) -> mokka.ch; mascotte.ch; swiss-model.com;
Google (blonde fracht sansibar imdb) -> web1.ofdb.net-build.de
und imdb.com; Google (pier west zurich) -> myzuri.ch;
zueritipp.ch (nightlife); hiveclub.ch -> rakete-li

Anhang

22:38:19 – 22:57:56 spiegel.de; zueritipp.ch (nightlife); Google (tonight zurich club)
-> tonight.li, zuri.net, myzuri.ch und heute-online.ch; Karte
(baslerstr); Google

200607291210

11:47:30 – 11:50:35 gmx.net
14:59:27 – 15:05:25 gmx.net -> boalingua.ch
15:33:16 – 15:35:41 gmx.net
16:11:51 – 16:35:51 Fahrplan; persönlicher Travel-Blog -> Travellerspoint ->
bestehender Travel-Blog; zzz-hb.ch
17:07:09 – 17:15:24 Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“; bestehender Travel-Blog

200607301119

12:19:48 – 12:26:32 aktueller Travel-Blog; Meeting-Blog; cineman.ch
12:42:25 – 12:52:05 sat1.ch
13:03:45 – 13:05:56 Meeting-Blog
13:52:35 – 13:53:55 pda.leo.org (riesenrad)
14:01:24 – 14:01:50 zurich.ch
14:23:49 Meeting-Blog
15:03:52 – 15:05:19 aktueller Travel-Blog; Meeting-Blog

200607301120

14:23:26 – 14:31:16 Meeting-Blog; Fahrplan
14:38:25 – 14:39:44 Meeting-Blog; Fahrplan
15:20:35 – 15:21:43 Meeting-Blog; aktueller Travel-Blog

200607301210

12:01:34 – 12:48:10 Meeting-Blog; Wikitravel “Zurich“; cineman.ch
13:03:06 – 13:14:13 gmx.net
13:17:26 – 13:22:14 Google (kinoprogramm schaffhausen) -> schaffhausen.ch

Anhang

13:40:32 – 13:40:44 Meeting-Blog
14:08:51 – 14:17:50 gmx.net -> bluedivers.ch
14:23:03 – 14:24:16 gmx.net; aktueller Travel-Blog
14:41:57 Meeting-Blog
14:49:53 Meeting-Blog
14:54:36 – 14:54:56 persönlicher Travel-Blog
14:59:48 – 15:00:38 Meeting-Blog
15:45:08 – 15:48:07 Google (redline schaffhausen video) -> swissguide.ch;
redlinevideo.ch; aktueller Travel-Blog
16:13:13 – 16:22:59 swisslotto.ch; Google (lotto) -> swisslotto.ch

20060812/119

18:53:18 – 18:59:37 Wikipedia “Zürich“; Wikitravel “Zurich“
22:05:29 – 22:08:31 Wikitravel “Zurich“
22:16:56 – 22:17:05 Wikitravel “Zurich“

20060813/119

12:13:03 – 12:34:04 Wikitravel “Zurich“ (museum in zurich)
13:31:23 – 13:34:51 Wikitravel “Zurich“
13:41:42 – 13:45:48 Meeting-Blog
13:50:09 – 13:50:19 bestehender Travel-Blog
13:59:15 Meeting-Blog
14:05:38 – 14:10:33 cineman.ch
14:39:48 Meeting-Blog
16:09:57 – 16:15:41 Travellerspoint; Meeting-Blog
16:18:46 – 16:19:27 Meeting-Blog
16:56:54 Meeting-Blog

Anhang

200608131210

13:05:48 – 13:15:34 aktueller Travel-Blog; Meeting-Blog; cineman.ch
13:28:13 – 13:30:07 bestehender Travel-Blog; persönlicher Travel-Blog
13:42:41 Meeting-Blog
13:50:19 – 13:51:03 glynwed.ch
13:56:30 – 13:56:58 Wikitravel “Zürich“
14:16:24 – 14:22:01 Meeting-Blog; cineman.ch -> clubgirl.ch
14:28:35 – 14:57:52 Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“; Google (picadilly kino zürich) -> cineman.ch -> Karte und arthouse.ch; Google (landesmuseum zürich) -> schweizer-portal.ch und musee-suisse.ch; Google (landesmuseum zh) -> zuerigay.ch
15:09:04 Meeting-Blog
15:28:49 Meeting-Blog
16:32:08 Meeting-Blog
16:42:46 – 16:47:06 Meeting-Blog; atzmaennig.ch

200608201119

10:05:21 – 10:14:37 bluewin.ch; Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“; stadt-zuerich.ch
10:20:54 – 10:42:32 stadt-zuerich.ch; Google (heimatwerk zuerich) -> bahnhofstrasse-zuerich.ch, sculptor.ch und railcity.ch -> heimatwerk.ch; Karte (heimatwerk)
11:32:56 – 11:32:57 blick.ch
11:42:51 – 11:44:10 blick.ch
12:26:01 – 12:26:22 aktueller Travel-Blog
12:50:09 – 12:55:56 Meeting-Blog
13:00:04 – 13:02:19 cineman.ch
13:20:56 – 13:31:14 Meeting-Blog; cineman.ch
13:57:00 – 13:58:00 Meeting-Blog
14:01:12 – 14:06:05 cineman.ch

Anhang

14:23:55 – 14:24:21 Meeting-Blog
14:43:24 – 14:44:15 Meeting-Blog
15:59:06 Meeting-Blog
16:20:55 – 16:38:12 Meeting-Blog; cineman.ch -> Karte und rifferaff.ch; Karte
(neugasse 57)
16:42:13 – 16:53:07 Fahrplan; Meeting-Blog
17:03:05 – 17:05:43 Meeting-Blog; Fahrplan

200608201120

12:10:01 – 12:33:06 aktueller Travel-Blog; bestehender Travel-Blog; Wikitravel
“Zürich“; zuerich.ch -> stadt-zuerich.ch und zuerich.com;
Meeting-Blog
12:37:40 – 12:38:45 Google (kino zürich) -> cineman.ch
12:50:21 – 13:01:36 cineman.ch -> kino-buelach.ch; stadt-zuerich.ch; Wikitravel
“Zürich“; Karte; Google (grossmünster zürich) ->
swisspanoramas.ch; Meeting-Blog
13:07:27 – 13:08:20 Meeting-Blog
13:34:16 – 13:35:09 Google (felix und regula stadtheilige zürich) -> jesu.ch
13:52:24 Meeting-Blog
13:57:43 – 14:06:23 Meeting-Blog
14:12:54 – 14:13:46 Google (kinoprogramm zürich) -> kulturinfo.ch
14:22:02 Meeting-Blog
14:42:12 – 14:43:10 Meeting-Blog
14:51:08 – 15:09:16 Karte; Meeting-Blog; bestehender Travel-Blog; kulturinfo.ch;
tel.search.ch
15:21:38 Meeting-Blog
15:31:00 – 15:32:47 Wikitravel “Zürich“
15:40:05 Meeting-Blog
16:49:20 – 16:54:15 Wikipedia “Zürich“

Anhang

200608201121

12:10:14 – 12:17:00 aktueller Travel-Blog; Wikitravel “Zurich“; bestehender Travel-Blog; Travellerspoint
12:32:47 – 12:36:49 Wikitravel “Zurich“ (zuerich)
12:40:50 – 12:43:46 Wikitravel “Zurich“ (paradeplatz)
12:51:52 – 13:07:16 Wikitravel “Zurich“ (karte); Karte (zwingliplatz)
13:18:32 – 13:34:42 Karte (zwingliplatz)
13:40:10 – 13:44:01 Karte
14:00:02 – 14:02:45 Meeting-Blog
14:10:57 – 14:17:05 Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“; aktueller Travel-Blog
14:24:40 – 14:32:20 Wikipedia “Zürich“
14:37:23 – 14:41:34 Wikipedia “Zürich“
14:50:53 – 14:51:52 Wikitravel “Zurich“
14:56:47 – 14:57:57 Wikipedia; Meeting-Blog
15:06:02 – 15:10:07 Wikipedia “Zürich“
15:23:54 – 15:24:40 Wikipedia “Zürich“
16:43:33 – 16:46:16 Google (riffraff) -> riffraff.ch
16:51:19 – 16:54:20 Meeting-Blog
16:57:48 – 17:04:20 Meeting-Blog; Google (das leben der anderen)

200608201210

10:06:15 – 10:07:53 Wikitravel “Zurich“; blick.ch
10:14:30 – 10:28:38 blick.ch; Wikitravel “Zurich“; bestehender Travel-Blog; zuerich.ch -> stadt-zuerich.ch -> sf.tv-Wetter und zuerich.com
10:33:54 – 10:45:48 zuerich.com; zurich.ch; stadt-zuerich.ch -> zuerich.com
11:16:03 – 11:17:40 blick.ch
12:08:47 – 12:09:10 aktueller Travel-Blog, blick.ch
12:51:11 – 12:51:32 Meeting-Blog
12:56:15 – 12:56:32 Meeting-Blog
14:40:58 Google

Anhang

14:47:48 – 14:52:48 Meeting-Blog
16:34:15 – 16:36:42 Meeting-Blog, Google (neugasse 57) -> Karte (neugasse 57)
17:21:51 – 17:22:04 Meeting-Blog

200609021119

10:14:09 – 10:14:22 Karte (bahnhofstrasse 45)
10:21.30 – 10:22:00 Meeting-Blog
15:37:44 – 15:38:18 Meeting-Blog
15:41:53 – 15:45:08 Wikitravel “Zurich“
16:55:25 – 16:58:08 aktueller Travel-Blog; Meeting-Blog
17:01:43 – 17:06:23 Meeting-Blog; Wikitravel “Zurich“
17:11:07 – 17:11:35 aktueller Travel-Blog
17:16:08 – 17:18:09 aktueller Travel-Blog
17:23:54 – 17:52:55 aktueller Travel-Blog; Wikitravel “Zurich“; Travellerspoint;
Virtual Tourist “Zürich Travel Guide“; zuerich.ch -> stadt-
zuerich.ch -> zuerich.com
18:45:57 aktueller Travel-Blog
18:49:22 aktueller Travel-Blog
19:51:06 – 19:58:47 Meeting-Blog; zuerich.com; Wikitravel “Zurich“; stadt-zuerich.ch

200609021120

03:49:41 – 03:53:10 Wikitravel “Zurich“ -> zueritipp.ch
13:58:19 – 14:06:08 Google (yamato) -> musical.ch -> bb-promotion.com; Meeting-
Blog
15:06:11 – 15:21:42 Wikitravel “Zurich“; Fahrplan -> langenacht.ch
15:28:07 – 15:31:26 langenacht.ch; Karte
17:01:36 – 17:01:46 aktueller Travel-Blog
17:09:12 – 17:09:17 aktueller Travel-Blog
18:11:45 – 18:13:32 Meeting-Blog
18:18:15 – 18:18:19 aktueller Travel-Blog

Anhang

200609021121

10:25:00 – 10:25:17 Meeting-Blog
14:17:38 – 14:23:31 Google (bagel zürich) -> bohemia.ch
14:28:20 – 14:35:11 bohemia.ch; Wikitravel “Zurich“; kunsthaus.ch;
landesmuseum.de; landesmuseum.ch -> musee-suisse.com
15:04:18 – 15:11:15 musee-suisse.com; Meeting-Blog
15:57:24 – 16:10:03 zuerich.ch -> stadt-zuerich.ch -> zuerich.com; Wikitravel
“Zurich“ -> kirche-zh.ch
16:26:53 – 16:27:05 Meeting-Blog
16:44:27 – 16:48:05 Meeting-Blog
17:03:15 – 17:04:44 Wikitravel “Zurich“; stadt-zuerich.ch
17:20:12 – 17:28:20 zuerich.ch; stadt-zuerich.ch -> Google (lindenhof) -> stadt-
zuerich.ch; aktueller Travel-Blog; stadt-zuerich.ch -> Google
(langstrasse) -> stadt-zuerich.ch -> langenacht.ch
17:33:34 – 17:40:28 langenacht.ch -> Karte
17:43:43 – 17:50:13 Meeting-Blog; Google (inside man zuerich) -> kulturinfo.ch ->
kitag.com
18:14:02 Meeting-Blog
18:43:56 aktueller Travel-Blog

VIII.X Zürich-Informationssysteme

- Offizielle Portalseite der Region Zürich (<http://www.zuerich.ch>)
- Offizielle Webseite der Stadt Zürich (<http://www.stadt-zuerich.ch>)
- Offizielle Webseite von Zürich Tourismus (<http://www.zuerich.com>)
- Online Ausgehmagazin der Zeitung Tagesanzeiger (<http://www.zueritipp.ch>)

VIII.XI Meeting-Blogs

Anbei werden die Meeting-Blogs der einzelnen Tests aufgeführt. Wie bereits erwähnt, gab es in der ersten Testgruppe keine Einträge. Die Einträge der zweiten Testgruppe wurden versehentlich gelöscht und stehen deshalb nicht mehr zur Verfügung. Jeder Meeting-Blog begann mit folgendem Eintrag des Autors:

“Hallo miteinander

Als Dankeschön für Eure Teilnahme lade ich Euch ins Kino ein. Welchen Film Ihr wann in welchem Kino schauen möchtet, ist Euch überlassen. Einigt Euch auf eine Filmvorstellung und schreibt die definitive Entscheidung in diesen Meeting-Blog! Ich werde dann die Tickets organisieren.“

Die Einträge der Probanden wurden vom Autor ins deutsche übersetzt und orthografisch korrigiert.

30. Juli 2006

200607301119: Entweder 'Volver' im Alba um 3 oder 6 Uhr, oder 'Take the
12:40 Lead' im Capitol um 6 Uhr, oder 'Das Haus am See' im Abaton um 2.45 Uhr. Was meint Ihr?

200607301210 Unsere Vorschläge für's Kino:
13:05 1. 'Fluch der Karibik', 17 Uhr im Abaton
2. 'The Lake House', 17.30 Uhr im Abaton
Lasst hören!

200607301119 Ich bin bei allen Vorschlägen dabei! Gehe jetzt auf's Riesenrad
13:20 beim Bellevue. Grüße

Anhang

Moderator: Hallo 20060730-1120, wie sieht es bei Euch aus?
14:20

200607301120 Hi zusammen, bin im Kino leider nicht dabei. Nach durchtanzter
14:45 Nacht sind wir eben (14:15) erst aufgewacht. Ausserdem müssen
wir um 4 einen Freund vom Bahnhof abholen. Danach ist auch
schon verplant. Wünsche allen viel Spass beim Film. Viele
Grüsse

13. August 2006

200608131210 Danke. Wir würden gerne 'Volver', 'Over the Hedge' oder 'The
13:30 Lake House' sehen. Was meint Ihr?

200608131119 'Volver' haben wir schon gesehen, die anderen beiden sind ok.
14:00

200608131119 Unser Favorit: 'The Lake House, 17 Uhr, Picadilly
14:20

200608131210 Da sind wir dabei! Bis später.
14:30

200608131119 Wir kommen kurz vor 17 Uhr zum Picadilly.
15:05

20. August 2006

200608201210 Danke für die Einladung. Leider bin ich verhindert.
13:00

Anhang

200608201119	Bin dabei.
13:45	Metropol 17.15 Uhr, 'Superman Returns' Capitol 17.45 Uhr, 'Ein ganz gewöhnlicher Jude' Abaton 18.30 Uhr, 'The Lake House' Was meint Ihr?
200608201119	Riffraff 18.00 Uhr, 'Das Leben der Anderen'
14:15	Habe gehört, das sei ein Geheimtipp!
200608201120	Bin mit dem Film einverstanden!
14:35	
200608201120	Was hat der Film für eine Handlung? Wo befindet sich das Kino?
14:35	
200608201121	Bin auch dabei.
14:45	
Moderator	Soll ich nun Tickets für 'Das Leben der Anderen' um 18 Uhr im
16:15	Riffraff organisieren?
200608201119	So wie ich die anderen beiden verstanden habe, kommen alle ins
16:30	Riffraff (Neugasse 57). Du kannst die Tickets kaufen. Danke für die Einladung! Gruss
200608201119	Habe Mühe, mit SBB und ZVB den Weg zum Riffraff zu finden.
17:00	Welches Tram muss ich ab dem Central nehmen? Gruss

Anhang

2. September 2006

Moderator: Hallo Ihr da draussen in Zürich, habt Ihr keine Lust, heute ins
16:15 Kino zu gehen oder warum meldet sich niemand?

200609021121 Hallo zusammen, ich bin nicht sicher, ob heute Abend ins Kino
16:35 kommen kann, aber meine Vorschläge sind entweder 'Thank you
for Smoking' oder der deutsche Film über die Stasi oder etwas
Mainstream 'Pirates of the Caribbean 2'. Habt Ihr irgendwelche
Präferenzen? Gruss aus dem Niederdorf
PS: Christof, mach Dir keine Sorgen

200609021119 Ich bevorzuge 'Inside Man'. Ich habe kürzlich 'Superman
17:35 Returns' gesehen. Langweilig! Freundliche Grüsse

200609021121 Hallo, ich habe noch nie von 'Inside Man' gehört, aber die
18:05 Beschreibung klingt gut. Wäre das um 20.30 Uhr im Capitol?
Grüsse

200609021121 Hallo zusammen, sieht so aus als wären die Batterien des PDA-
18:30 Phones nicht die besten. Mir geht der Strom aus! Wo und wann
sollen wir uns fürs Kino treffen? Gruss

200609021120 Hallo zusammen, ich bin nicht sicher, ob wir heute Abend ins
19:05 Kino kommen. Ich glaube, wir werden an die lange Nacht der
Museen oder ans Langstrassenfest gehen. Aber ich hoffe, Ihr habt
Spass. Ich kann 'Pirates of the Caribbean' nur empfehlen, ist ein
super Film! Grüsse