

URL: [www.sonje-webconsult.de](http://www.sonje-webconsult.de)

Datum: November 2002

## Reihe 1: aus „Webquality“

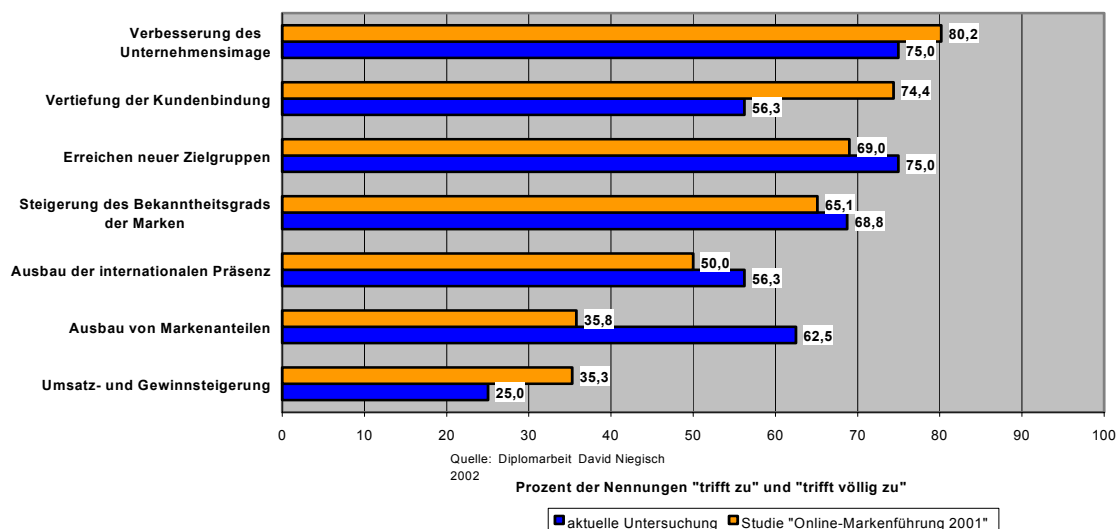
### – Ziele eines Internetauftritts und strukturelle / organisatorische Voraussetzungen

#### Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Internetauftritt?

Dem Unternehmensauftritt bemessen alle befragten Unternehmen einen hohen Stellenwert im Gesamtkonzept ihrer Kommunikationsstrategie zu. Da von der Unternehmenskommunikation erwartet wird, dass sie mit ihren Aktivitäten das Image eines Unternehmens verbessert, ist es nicht ungewöhnlich, dass 75 Prozent der Befragten angeben, mit ihrem Internetauftritt sowohl eine Verbesserung des Unternehmensimages zu erreichen als auch darauf abzielen neue Zielgruppen anzusprechen. 68,8 Prozent der Befragten wollen die Markenbekanntheit mittels ihres Webauftritts steigern, wohingegen nur 25 Prozent auf eine Umsatz- und Gewinnsteigerung abzielen. **Somit dominieren psychologische vor ökonomischen Zielen.** Bereits vor einem Jahr wurde eine Untersuchung von *Altobelli & Handke-Gkouvertis* zur Analyse der Zielsetzungen durchgeführt, wobei die Ergebnisse beinahe identisch mit denen der Diplomarbeit sind. Lediglich bei der Zielsetzung mit dem Internetauftritt Markenanteile auszubauen, konnten Unterschiede festgestellt werden. Gaben bei der Studie von *Altobelli & Handke-Gkouvertis* nur etwa ein Drittel der Befragten an, mit dem Internetauftritt Markenanteile auszubauen, so waren es bei der Befragung von *Niegisch* weit mehr als die Hälfte (62,5%), die dieses Ziel verfolgen.

Insgesamt lässt sich durch die Befragung auch feststellen, dass viele Unternehmen mit ihrem Internetauftritt sehr spezielle Ziele, wie z.B. die Verbesserung des Kontakts zu Wirtschaftsmedien oder das Aufzeigen der Globalität des Unternehmens, verfolgen.

Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Internetauftritt?

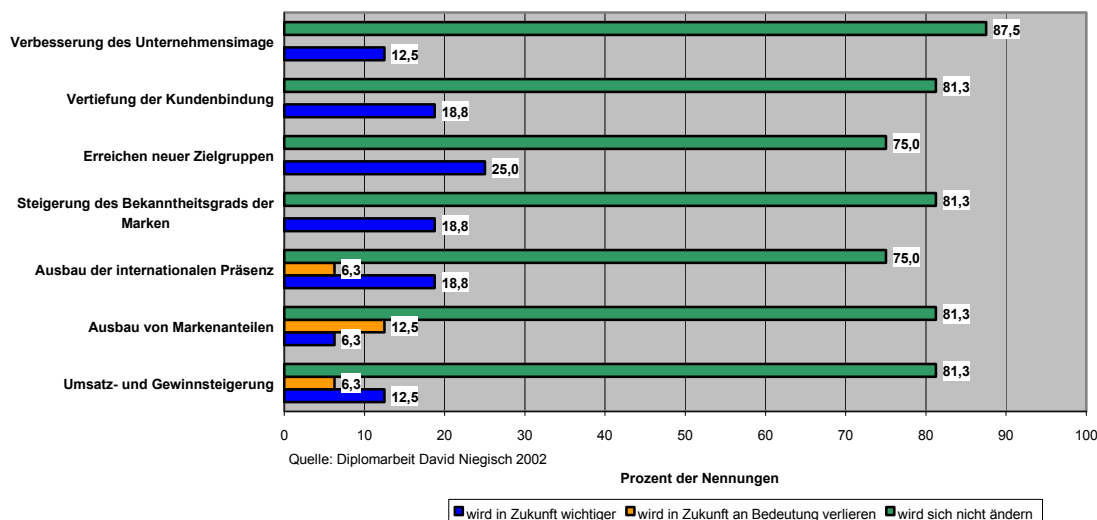


#### Wird sich die Wichtigkeit der Ziele in Zukunft ändern?

Auf die Frage hin, ob und inwiefern sich diese Zielsetzungen in Zukunft verändern werden, ergab die Befragung folgendes **Bild**:

Laut der Einschätzung der Befragten wird sich **keine der oben genannten Zielsetzungen in nächster Zeit verändern**. Jedoch vermuten sie Veränderungen in Bezug auf die Priorität der einzelnen Ziele für die Zukunft. Keine Veränderung wird bei dem Ziel das Unternehmensimage zu verbessern erwartet, aber immerhin glauben 25 Prozent der Befragten, dass mit dem Internetauftritt eines Unternehmens in Zukunft **insbesondere neue Zielgruppen erreicht werden können**. Keine höhere Priorität wird dem Corporate Webauftritt in Bezug auf den Ausbau von Marktanteilen für die Befragten zugeschrieben, hier sind es sogar 12,5 Prozent, die dieser Zielsetzung einen Bedeutungsverlust prophezeien. Dies hängt damit zusammen, dass alle befragten Unternehmen neben ihrem Corporate Webauftritt noch weitere produkt- und markenspezifische Internetauftritte besitzen, mit welchen aktuell und auch zukünftig vermehrt ökonomische Ziele verfolgt werden.

### Wird sich die Wichtigkeit der Ziele in Zukunft ändern?



### Voraussetzungen für eine qualitativ hochwertige Site

Unternehmerische Webauftritte unterliegen einer stetigen Veränderung und nehmen kontinuierlich an Umfang zu. Daraus entsteht für die Kommunikationsverantwortlichen in den Unternehmen das Problem der strukturellen und gestalterischen Aufbereitung, um dem Anspruch der jeweiligen Corporate Identity gerecht zu werden. Um dieser Schwierigkeit entgegenzuwirken setzen fast alle befragten DAX Unternehmen (68,8 Prozent) bereits **Content-Management-Systeme (CMS)** ein oder planen den Einsatz für die nahe Zukunft (ein bis zwei Jahre). Sie versprechen sich davon eine vereinfachte Überprüfung des Corporate Styleguides.

Die Frage, ob die Unternehmen trotz der Verwendung eines solchen Redaktionssystems immer noch kontinuierlich mit einer oder mehreren **Web-Agenturen** zusammen arbeiten, wurde von allen Befragten mit ja beantwortet. Dabei bestehen die Aufgaben der Agenturen hauptsächlich im Design und der Programmierung von neuem Inhalt oder Features, wie z.B. der Live-Übertragung einer Hauptversammlung.

Insbesondere wenn es um das **Management der Konzernsite** geht, ergibt sich oft die Frage der personellen Besetzung und der dazugehörenden Aufgabenbereiche. Ergebnis der Untersuchung ist, dass 68,8 Prozent der Unternehmen ein bis drei Mitarbeiter für das Management der Site abstellen, bei den restlichen Unternehmen sind es vier bis maximal zehn. Ein Grossteil der Verantwortlichen (75 Prozent) haben neben der Steuerung, Weiterentwicklung und Optimierung des Konzernauftritts noch weitere Aufgaben inne. So sind die Verantwortlichen nebenher noch mit den klassischen Aufgaben der Unternehmenskommunikation, wie bspw. verfassen von Artikeln für die Mitarbeiterzeitschrift, etc. beschäftigt. Nur ein geringer Anteil (8,3 Prozent) hat noch die Verantwortung für andere Unternehmenswebseiten.

Schaut man sich den **beruflichen Hintergrund** der Befragten an, geben 86,6 Prozent an, Internetspezialisten zu sein. Dies ist erstaunlich, wenn man sich den beruflichen Hintergrund der Befragten anschaut. Hier findet man kaum Informationswirte oder Verantwortliche mit einer speziellen Fachrichtung im Bereich Multimedia und Internet, sondern der Großteil der Befragten weist eine klassische Journalistik oder Publizistikausbildung oder einen betriebswirtschaftlichen Background vor.

Die Selbsteinschätzung könnte jedoch mit der Tatsache zusammenhängen, dass sich die Verantwortlichen zu 85 Prozent regelmäßig in diesem Bereich weiterbilden.