

Reihe „Webquality“: 2. Teil – Qualitätskontrolle unternehmerischer Web-Auftritte in der Praxis

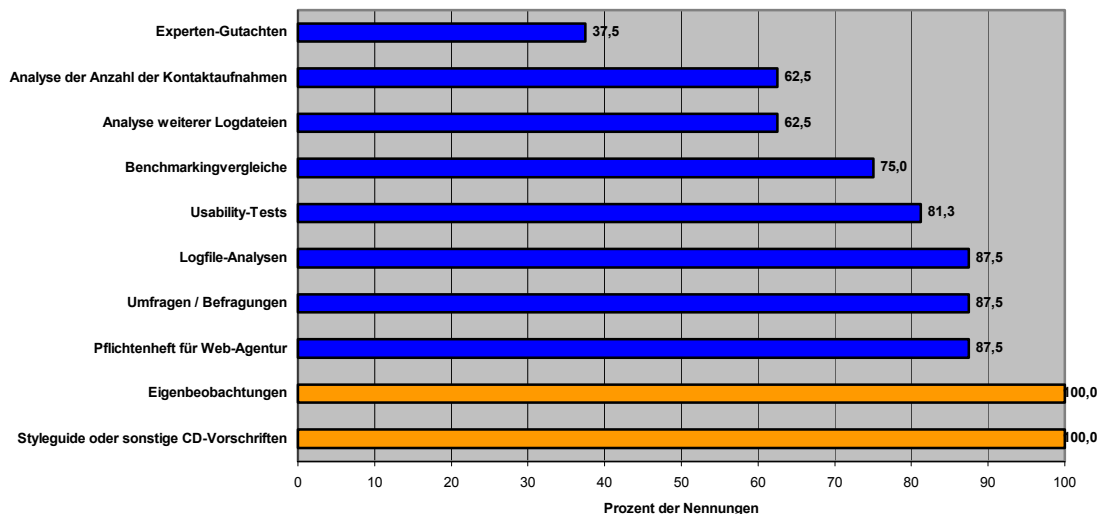
Die Frage der strukturellen und organisatorischen Maßnahmen und Möglichkeiten der Qualitätsmessung ist Kernthema der Reihe "Webquality", mit der sich das Newsletter-Team der dr. sonje webconsult GmbH in insgesamt 3 Ausgaben beschäftigt.

In unserer Serie werden Ihnen Antworten auf Fragen gegeben, die aus den Reihen der Kommunikationsabteilungen kommen. Grundlage dieser Reihe zum Thema Qualitätsmessung im Internet ist eine im Herbst des Jahres 2002 von David Niegisch in Kooperation mit der dr. sonje webconsult GmbH erstellte Diplomarbeit. Anlass der Arbeit war der Trend, die Qualität im Zusammenhang mit der Performance und der Nutzerfreundlichkeit von Websites zu messen, sowie die Frage nach der Güte des Webauftritts im Umfeld der Mitbewerber.

1. Welche Arten der Qualitätskontrolle des Web-Auftritts setzen Sie ein?

Von den verschiedenen Arten der Qualitätskontrolle von Web-Auftritten werden Styleguides und Eigenbeobachtungen unter Mitbewerbern von allen befragten Unternehmen eingesetzt. Insgesamt werden alle Methoden relativ häufig eingesetzt. Je 87,5% der befragten Unternehmen gaben an ein Pflichtenheft zu besitzen, Umfragen bzw. Befragungen durchzuführen sowie regelmäßig ihre Logdateien zu analysieren. Immerhin noch 81,3% der Unternehmen setzen Usability-Tests zur Qualitätskontrolle ihrer Web-Angebote ein und 75% nutzen Benchmarkvergleiche zu diesem Zweck. Lediglich Experten-Gutachten werden von den Unternehmen seltener eingesetzt als alle anderen Methoden (37,5%).

Welche Arten der Qualitätskontrolle des Web-Auftritts setzen Sie ein?



Dieses Ergebnis zeigt, dass standardisierte Verfahren zur Messung der Qualität von Web-Angeboten auf dem Vormarsch sind, während qualitative und subjektive Verfahren sich auf dem Rückzug befinden.

Eine detaillierte Erklärung der einzelnen Arten der Qualitätskontrolle von Web-Auftritten folgt zusammen mit einer vergleichenden Gegenüberstellung im dritten und letzten Teil der Reihe „Webquality“.

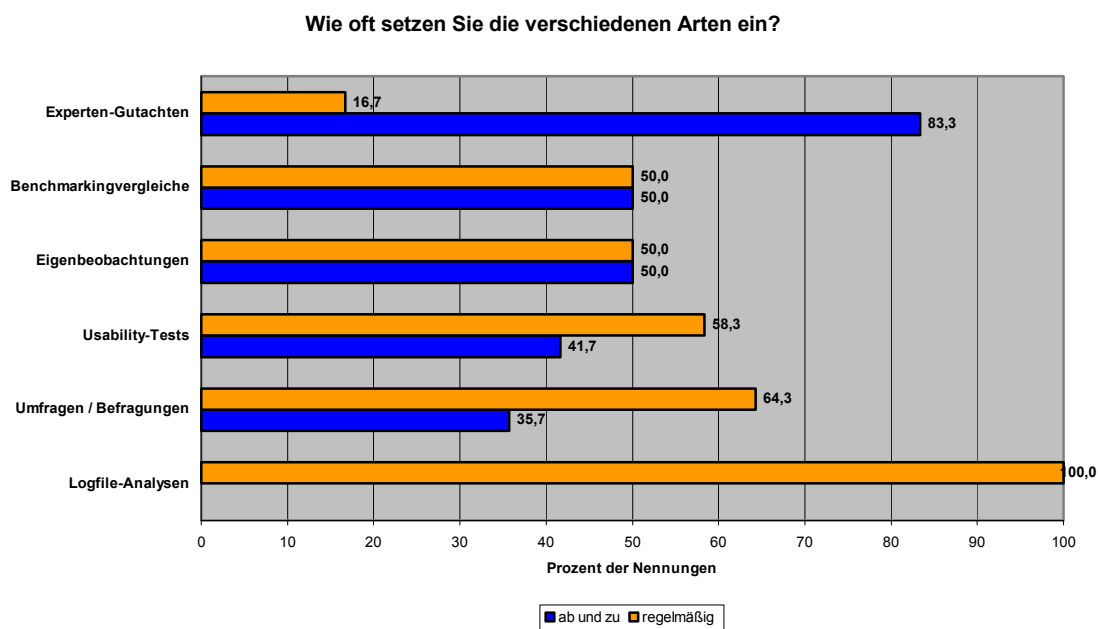
2. Werden die Ergebnisse einzelner Verfahren der Qualitätskontrolle Ihres Web-Auftritts systematisch miteinander verglichen bzw. aufeinander bezogen?

Bei 50% der Unternehmen werden die Ergebnisse einzelner Verfahren der Qualitätskontrolle des Web-Auftritts, in der Absicht umfassendere Erkenntnisse zu erlangen, miteinander verglichen bzw. aufeinander bezogen. Es scheint also noch ein langer Weg bis zu einer systematischen Qualitätskontrolle der Web-Angebote zu sein. Die Abstimmung der Ergebnisse verschiedener Verfahren miteinander ist eine Grundvoraussetzung für eine effektive Kontrolle. Nur dadurch kann ein Untersuchungsmerkmal von allen Seiten beleuchtet werden.

3. Wie oft setzen Sie die verschiedenen Arten ein?

Insgesamt werden alle Methoden der Qualitätskontrolle von Web-Auftritten relativ häufig eingesetzt. Experten-Gutachten werden von den Unternehmen seltener eingesetzt, als alle anderen Methoden, während Logfile-Analysen von allen Unternehmen regelmäßig durchgeführt werden.

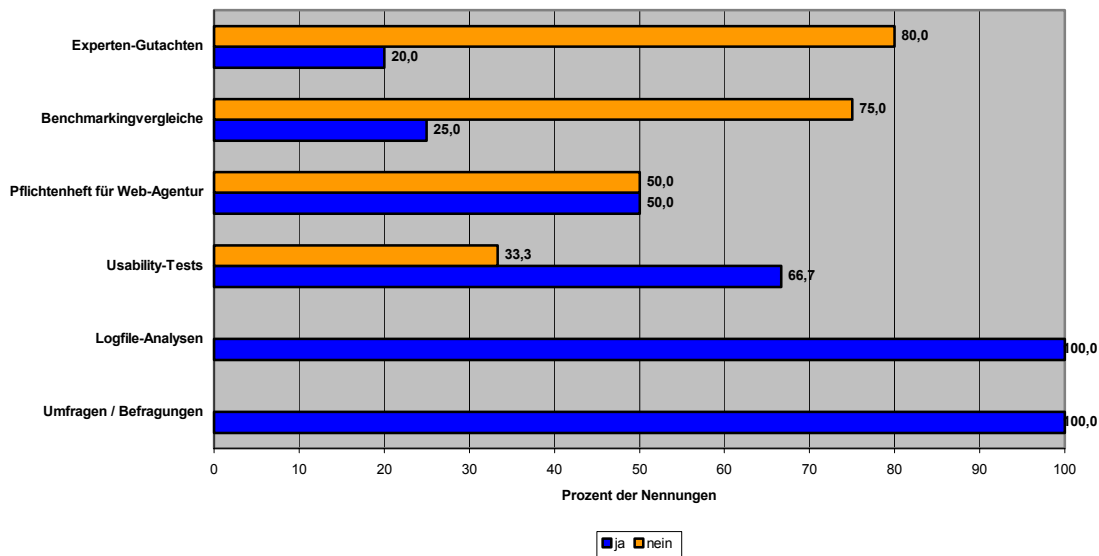
Pflichtenhefte werden von den meisten Unternehmen (68,8%) regelmäßig fortgeschrieben. Da man hierbei nicht von einem regelmäßigen Einsatz des Pflichtenheftes sprechen kann, wird diese Methode nicht zusammen mit den restlichen Arten der Qualitätskontrolle von Web-Auftritten dargestellt.



4. Planen Sie in Zukunft den Einsatz eines dieser Verfahren?

Aufmerksamkeit verdient die Tatsache, dass alle Unternehmen die bisher noch keine Umfragen bzw. Befragungen durchführen, den Einsatz dieses Verfahrens planen. Zwei Unternehmen gaben an, keine Logfile-Analysen durchzuführen. Eines der Unternehmen plant dies jedoch für die nahe Zukunft und das andere Unternehmen hat erhebliche Probleme mit dem Umfang seiner Logdateien, weshalb eine sinnvolle Auswertung der Daten zur Zeit nicht möglich erscheint, jedoch geplant ist. Zwei Drittel der befragten Unternehmen (66,7%) gab an, dass in Zukunft Usability-Tests geplant seien. Ein Pflichtenheft will die Hälfte der Unternehmen beim nächsten Relaunch einsetzen. Den Einsatz von Experten-Gutachten planen die wenigsten Unternehmen.

Planen Sie in Zukunft den Einsatz eines dieser Verfahren?

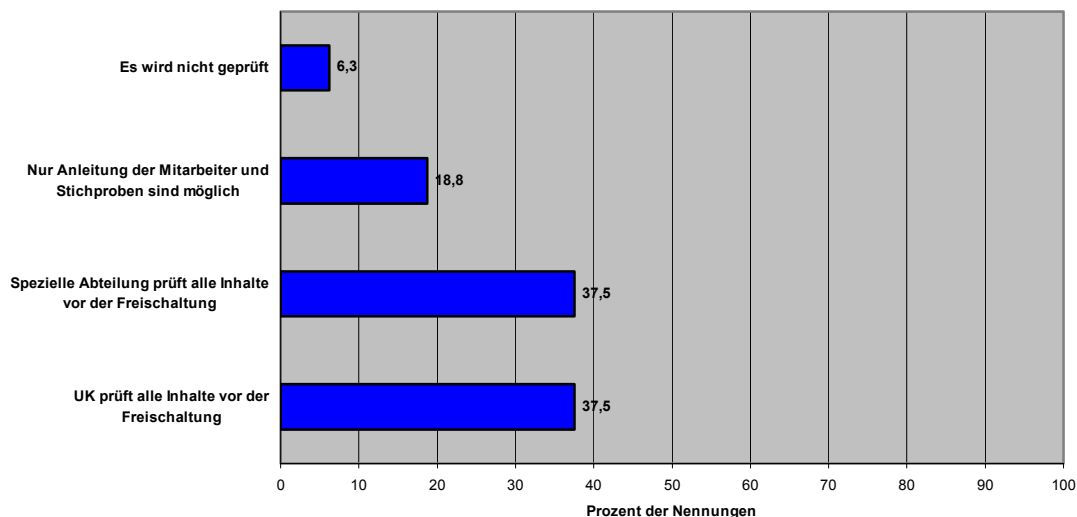


Diese Antworten von Seiten der Internet-Verantwortlichen verdeutlichen, dass zur Zeit noch keine Standard-Lösung für eine umfassende und systematische Qualitätskontrolle eines unternehmerischen Web-Angebotes existieren. Vielmehr müssen die Unternehmen die einzelnen Verfahren auf ihre Bedürfnisse abstimmen und anpassen, was wiederum einen erhöhten Zeit- und Kostenaufwand bedeutet.

5. Wie wird die Einhaltung des Styleguides bzw. der CD-Vorschriften für das Web kontrolliert?

Da ein Styleguide für sich allein genommen noch keine Form der Qualitätskontrolle darstellt, sollten die Befragten angeben, wie in ihrem Unternehmen die Einhaltung des Styleguides bzw. der Corporate Design-Vorschriften für das Web kontrolliert wird.

Wie wird die Einhaltung des Styleguides bzw. der CD-Vorschriften für das Web kontrolliert?



In vielen der befragten Unternehmen (37,5%) wird die Einhaltung des Styleguides durch die Abteilung Unternehmenskommunikation oder spezielle Abteilungen überprüft. Solche speziellen Abteilungen oder "Review Teams" werden vor allem von international tätigen Konzernen eingesetzt, um die Vielzahl der weltweit vorhandenen Web-Auftritte des Konzerns auf Konformität mit dem Styleguide zu überprüfen.

Bei manchen Unternehmen (18,8%) sind, bedingt durch den Umfang der Web-Auftritte und aus Kostengründen, lediglich Stichproben bei der Kontrolle möglich. In diesen Fällen liegt das Hauptinteresse, der für die Kontrolle der Einhaltung des Styleguides verantwortlichen Abteilung, in der Anleitung der Mitarbeiter anderer Abteilungen, sowie dem Anbieten von Hilfestellungen und Beratung bezüglich den unternehmenseigenen Richtlinien.

Einige Unternehmen (6,3%) überprüfen die Einhaltung des Styleguides überhaupt nicht.

Die mangelnde Systematik bei der Überprüfung der Einhaltung des unternehmenseigenen Styleguides stellt vor allem für international tätige Unternehmen ein großes Defizit dar. Sowohl das Corporate Image als auch die Markenführung werden dadurch negativ beeinflusst.

In dem letzten Teil der Reihe „Webquality“ erhalten Sie einen vergleichenden Überblick über die verschiedenen Arten der Qualitätskontrolle von Web-Auftritten. Mit dem Fazit der Untersuchung möchten wir dann die Reihe abschließen.