
Bewertung von Corporate Websites – Erfahrungen aus einem Projekt mit Studierenden und Schülern

Michael Gröschel

1. Einführung und Projektinhalte

Unternehmen setzen Ihre Internet-Auftritte für unterschiedlichste Zwecke ein. Während in den Anfängen des World Wide Web die sog. Corporate Website vor allem für eine überwiegend statische Darstellung des Unternehmens, der Produkte und Leistungen eingesetzt wurde, hat die Website eines Unternehmens mittlerweile an Bedeutung gewonnen und wird auch bei kleiner und mittlerer Unternehmensgröße zunehmend Bestandteil der Wertschöpfungskette. Eine qualitativ hochwertige Corporate Website dient der Transparenz, der Information, der Kommunikation und der Interaktion eines Unternehmens, seiner Kunden und Geschäftspartner. Die Internetpräsenz ist somit kein Selbstzweck oder eine Spielwiese für Techniker oder das Marketing, sondern ein wichtiger Bestandteil des Electronic Business, verstanden als möglichst umfassende Virtualisierung der Wertschöpfungskette, um beispielsweise den Umsatz zu erhöhen, die Kosten zu reduzieren und / oder die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Es stellt sich damit die Frage, was eine „gute“ Website ist, wie die Qualität von Corporate Websites gemessen werden kann, welche Maßstäbe und Kriterien zur Beurteilung herangezogen werden sollten und müssen und wie diese Messkriterien im konkreten Fall anzuwenden sind. Im Projekt „Bewertung von Corporate Websites“ wurde diesen Fragen von Studierenden im Studiengang Electronic Business an der Fachhochschule Heilbronn und Schülerinnen und Schülern des Berufskollegs der Gustav-von-Schmoller-Schule, Heilbronn, nachgegangen. Schüler und Studenten bewerteten dabei in Gruppen die Websites von Unternehmen verschiedener Branchen, wobei der Fokus auf regional ansässigen Unternehmen lag, als Vergleichs- und Referenzobjekte aber auch national und international ansässige Unternehmen herangezogen wurden.

2. Projektteilnehmer

Das Projekt wurde gemeinsam vom Studiengang Electronic Business (www.fh-heilbronn.de/eb) der Fachhochschule Heilbronn und der Schulleitung der Gustav-von-Schmoller-Schule (www.gvss.de) initiiert. Die Gesamtprojektleitung oblag MICHAEL GRÖSCHEL von der Fachhochschule Heilbronn. Projektbearbeiter aus dem Kreis der Studierenden waren ca. 40 Studierende des Faches „Internet-Aufbaukurs“. Die Veranstaltung findet im zweiten Semester des Grundstudiums statt. Die Teilnehmer der Fachhochschule können mit dem World Wide Web routiniert umgehen, beherrschen die Erstellung von statischen und dynamischen Websites und sind mit vielen Details aus dem Bereich Webpublishing vertraut. Von Seiten der Gustav-von-Schmoller-Schule wurde die fachliche Betreuung von RALF PAPKE, Lehrer im Berufskolleg Wirtschaftsinformatik, als Projektkoordinator übernommen. Die Projektbearbeitung wurde durch ca. 25 Schülerinnen und Schüler im Berufskolleg Wirtschaftsinformatik der Gustav-von-Schmoller-Schule durchgeführt. Im Rahmen der abschließenden Projektpräsentation war DEZIDERIO SONJE, Dr. Sonje Webconsult GmbH (www.sonje-webconsult.de), mit einem Gastvortrag beteiligt.

3. Projektziele

Primäres Ziel des gemeinsamen Projektes war die Sensibilisierung der Projektteilnehmer für das Medium Internet, speziell für die Qualität von Corporate Websites. Dabei wurde der Erwerb von Kenntnissen zu der Frage angestrebt, was „eine gute Website ausmacht“. Um dieses Ziel zu erreichen, mussten die Schüler und Studierenden in vorgegebenen Gruppen intensiv mit dem Medium World Wide Web und verschiedensten Webbrowsern arbeiten. Da die Ergebnisse in Form von Zwischen- und Endberichten aufzubereiten waren und ausgewählte Gruppen zum Projektabschluss vor dem Plenum den Projektverlauf sowie die Ergebnisse präsentieren sollten, wurden parallel dazu Fähigkeiten zur Aufbereitung und Präsentation von Informationen erlangt. Als positiver Nebeneffekt wurde angestrebt, dass die Schüler des Berufskollegs bereits frühzeitig über das Studienangebot an der Fachhochschule Heilbronn informiert werden sollten und bei einer späteren Wahl einer Hochschule und eines Studiengangs Präferenzen für Bekanntes bestehen sollten.

4. Projektablauf

Das Projekt startete mit einer gemeinsamen Vorlesung von MICHAEL GRÖSCHEL. Er referierte vor allen Projektbeteiligten am 7. April 2003 zum Thema „Bewertung von Unternehmens-Websites“ (Die Vortragsunterlagen können unter http://www.taxxas.com/fhhn/forschung_projekte.php heruntergeladen werden). Neben der Diskussion, warum eine Website als ein wichtiger Bestandteil des Electronic Business zum Geschäftserfolg beiträgt, wurden verschiedene Methoden zur Website-Evaluierung – formale Verfahren, kriterienorientierte Verfahren und experimentelle Verfahren – thematisiert. Aufgrund des vorab festgesteckten, relativ knappen, Zeitrahmens wurde außerdem ein Vorgehensmodell für ein kriterienorientiertes Verfahren herausgearbeitet, welches als Rahmenwerk von den Projektbearbeitern zu verwenden war.

Nach diesem „Projekt-Kick-Off“ arbeiteten die Studierenden und Schüler in autonomen Gruppen à 4 bis 6 Personen. In einem ersten Schritt wurden die Untersuchungsobjekte festgelegt sowie gruppenspezifische Kriterienkataloge aufgestellt, die mehrere Kategorien mit einer Vielzahl von Kriterien aufzuweisen hatten. Als Untersuchungsobjekte wurden Websites verschiedener Branchen festgelegt, wobei jede Gruppe ihre Arbeit auf eine Branche beschränkte. Im Einzelnen wurden Untersuchungsobjekte aus den Bereichen IT-Dienstleistungen, Automobil, Lebensmittel, Städte, Universitäten, Fachhochschulen, Banken und Finanzdienstleistungen sowie Maschinenbau betrachtet. Um die Ergebnisse später vergleichen zu können, wurden an der Hochschule und am Berufskolleg größtenteils die gleichen Unternehmen untersucht. Soweit wie möglich wurden Unternehmen aus der Region Heilbronn betrachtet. Zusätzlich wurden überregionale Vergleichsobjekte in die Bewertung einbezogen.

Der Kriterienkatalog für die Gruppe zur Untersuchung der Lebensmittelbranche umfasste beispielsweise die Hauptkriterien Design, Usability, Informationsgehalt, Interaktivität, Aktualität und Technische Umsetzung. Aufgrund einer weiteren Untergliederung ergaben sich im Beispielfall insgesamt 63 Kriterien, die bei der Anwendung zusätzlich einer Gewichtung unterzogen wurden. Im Anhang ist der für das Beispiel vollständige Kriterienkatalog beigefügt. Der Kriterienkatalog wurde von den Projektleitern kontrolliert und – ggf. nach einer Überarbeitung – freigegeben. Für die

Erstellung des Kriterienkatalogs war ein Zeitrahmen von zwei Wochen vorgegeben. Nach der Abnahme der Vorarbeiten bewerteten die Gruppen die festgelegten Websites. Es zeigte sich, dass in der praktischen Tätigkeit die Kriterienkataloge zum Teil leicht modifiziert werden mussten, um Redundanzen und Branchenspezifika besser berücksichtigen zu können. Die Dokumentation der Ergebnisse wurde zum einen in Form eines schriftlichen Projektberichts inklusive einer „Management Summary“ mit jeweils einer Seite pro untersuchte Website vorgenommen. Zum anderen wurde eine komprimierte Darstellung der Ergebnisse in Form einer Präsentation von ca. zehn Minuten Dauer gefordert. Die Ergebnispräsentation für die Lebensmittelbranche kann beim Autor angefordert werden.

Das Projekt wurde im Mai 2003 abgeschlossen. Zur Abschlussveranstaltung kamen Schüler und Studierende erneut zusammen. DEZIDERIO SONJE, Dr. Sonje Webconsult GmbH, hielt einen Vortrag zum Thema „Qualitätsmanagement? – Das machen bei uns Praktikanten!“. Ausgehend von einigen Beispielen fehlerhafter Websites wurden die Begriffe Qualität und Qualitätsmanagement konkretisiert und der Bedarf eines Qualitätsmanagements erörtert. Die Vorstellung des von Dr. SONJE praktizierten Vorgehensmodells rundete das Referat ab und bildete den Übergang zu den Projektvorstellungen. Je drei Gruppen präsentierten ihre Ergebnisse vor dem Plenum.

5. Projektergebnisse und Diskussion der Zielerreichung

Als vorteilhaft hat sich die strenge Vorgabe eines Zeitplans erwiesen, der durch einen einführenden Vortrag und die Projektpräsentation sowie den Gastvortrag zum Abschluss determiniert war. Die im einführenden Vortrag skizzierte Vorgehensweise wurde vollständig eingehalten. Für den Projekterfolg und die Qualität der Ergebnisse war auch die während der Laufzeit durchgeführte Abnahme des Kriterienkatalogs wichtig. Dadurch wurden die Projektbearbeiter einerseits gezwungen, Zwischenergebnisse zu erarbeiten und zu dokumentieren. Andererseits gab das Feedback Sicherheit und motivierte für die weitere Arbeit.

Die Ergebnisse der Website-Bewertung sind in diesem Projekt von untergeordneter Bedeutung gewesen. Sie wurden zunächst auch nicht mit den betroffenen Unternehmen kommuniziert. Die zentrale Zielsetzung – die Projektbearbeiter zu einer kritischen Betrachtung von Websites hinzuführen – kann als vollständig gelungen bezeichnet werden. Durch die Gruppenarbeit wurde außerdem ein Teil einer eventuell vorhandenen Subjektivität entschärft und gleichzeitig eine Dynamik erreicht. Zwischen den Studierenden der Hochschule und den Schülern des Berufskollegs entstand eine motivierende Konkurrenz. Die Studierenden profitierten bei der Bearbeitung von einer klareren methodischen Vorgehensweise und bei den Abschlusspräsentationen durch größere Erfahrung auf diesen Gebieten.

Die Bewertungsergebnisse für die Branchen deckten sich aber trotz nicht identischem Kriterienkatalog zum Großteil. Es bleibt zu hoffen, dass die Schüler des Berufskollegs damit einen Einblick in die Hochschule gewonnen haben und ein Studium an der Fachhochschule Heilbronn in die engere Wahl ziehen. Das Projekt wurde außerdem durch einen Artikel in der Tageszeitung *Heilbronner Stimme* dokumentiert (<http://newsregional.stimme.de/heilbronn/0,544735384,0,0,0,0.html>).

Anhang

Internet-Aufbaukurs, Übungsblatt 3, Aufgabe 4 – Gruppe 3

Folgende Sites werden untersucht: Lebensmittelbranche

1. www.campina.de
2. www.knorr.de
3. www.ritter-sport.de
4. www.huoberbrezel.de
5. www.sadex.de
6. www.teusser.de
7. www.loewenbrauerei-hall.de
8. www.wg-heilbronn.de

Kriterienkatalog

Design

- Konsistenz
 - Corporate Identity auf allen Seiten einheitlich?
 - Seitenaufbau auf allen Seiten identisch?
 - Farbliche Gestaltung einheitlich?
- Übersichtlichkeit
 - Schriftgröße ausreichend auf allen Auflösungen?
 - Schrift klar und gut leserlich (Schriftart, Schriftfarbe, Kontrast zum Hintergrund)?
 - Navigationselemente klar abgetrennt von anderen Grafiken und deutlich zu erkennen?
 - Lange Texte gut lesbar (Anordnung in Spalten, Unterteilung in Abschnitte, erhöhter Zeilenabstand)
- Bilder
 - Dimensionen geeignet für alle Auflösungen
 - Ggf. illustriert
 - Optische und technische Qualität (Komprimierung zu stark?)
- Innovationsfähigkeit
 - Innovative Idee
 - Abweichend von den üblichen Standards
- Wiedererkennungswert

Usability

- Benutzerführung & Benutzerfreundlichkeit
 - Gibt es eine Guided-Tour?
 - Wie werden Fehleingaben in Formularen behandelt?
 - Sitemap vorhanden?
 - Homogenität
- Struktur/Informationsaufbereitung
 - Tiefe der Ebenen
 - Content-Management
- Domain-Name
 - Affinität zum Firmennamen
 - Domain-Namen: Länge
- Suchfunktion
 - Keyword und/oder Volltext
 - Trefferaufbereitung

- Sprachen
 - Anzahl
 - Qualität

Informationsgehalt

- Produkte und Dienstleistungen
 - Alle Produkte enthalten
 - Ausführliche Beschreibung
 - Ggf. Bezugsquellen
 - Preisangaben
- FAQ
 - Vorhanden?
 - Werden häufig auftretende Fragen angesprochen?
- Konzernstruktur
 - Informationsgehalt
 - Darstellung
- Visionen
 - Informationsgehalt
 - Darstellung
- Investor Relations (Aktienkurse, Geschäftsbericht, Kundenbericht, Sonstiges)
 - Informationsgehalt
 - Darstellung
- Abo-Funktionen
 - Existenz einer Abo-Funktion
 - Newsletter
- Download Area
 - Logos
 - Presse-Infos
 - PDF ?
 - „Goodies“

Interaktivität

- Response-Möglichkeiten
 - E-Mail
 - interaktive Formulare
 - Bestellmöglichkeit
- Interaktionselemente
 - Foren
 - Chatrooms
 - FAQ
- Response-Geschwindigkeit
- Response-Qualität

Aktualität

- Aktuelle Bereiche
 - Wartung
 - Informationsgehalt
- Anreiz zur regelmäßigen Nutzung
- News
 - Inhalt
 - Qualität
 - Archiv
 - Links
- Neuigkeiten seit letztem Besuch

Technische Umsetzung

- Browser-Kompatibilität
 - Spezielle „Optimierungshinweise“?
 - Inkompatibles Javascript
 - Wichtige Seitenelemente basierend auf Javascript?
 - Lauffähigkeit auf allen aktuellen Browsern
 - Lauffähigkeit auf älteren Browsern
- Bildschirm-Kompatibilität
 - Breite passt sich dem Browserfenster an?
 - Gut bedienbar auf allen Auflösungen
- Ladezeiten
- Funktionstüchtigkeit
 - Fehler
 - Broken Links
- Konformität mit HTML-Standards

Gewichtung der Kriterien

- Technische Umsetzung (14%)
- Aktualität (18%)
- Interaktivität (15%)
- Informationsgehalt (20%)
- Usability (19%)
- Design (14%)

Prof. Dr. Michael Gröschel
Fachhochschule Heilbronn – Hochschule für Technik und Wirtschaft
Studiengang Electronic Business
Max-Planck-Str. 39, 74081 Heilbronn
www.fh-heilbronn.de/eb
www.taxxas.com
Telefon: 07131-504 450
Fax: 07131-252470
E-Mail: groeschel@fh-heilbronn.de

Autor