

■ Portrait

WebXF misst Qualität, Leistung und Wertbeitrag von Online-Kommunikation

Unternehmens-Websites auf dem Prüfstand

Das Web Excellence Forum (WebXF) setzt Standards für digitale Unternehmenskommunikation. In dem Forum haben sich Kommunikationsverantwortliche aus Dax-30-Firmen und anderen international operierenden Unternehmen zusammengeschlossen. Sie stellen ihre Corporate Websites regelmäßig auf den Prüfstand, um sie einem branchenübergreifenden Qualitäts-Check zu unterziehen. Ziel der WebXF-Teilnehmer ist es Leistung, Qualität und Wertbeitrag ihrer Online-Kommunikation kontinuierlich zu steigern. Darüber hinaus arbeiten sie gemeinsam mit der Universität St. Gallen und der TU Dresden an der beständigen Optimierung der Kommunikationscontrolling-Standards und deren Verbreitung.

Der Nutzen für Teilnehmer: Erfolg wird planbar

Mit Hilfe der WebXF-Benchmark Standards können Unternehmen ihre Kommunikation im Internet zuverlässig messen, bewerten und steuern. Darüber hinaus kann mit Hilfe der WebXF-Scorecard der monetäre Wertbeitrag der Web-Kommunikation in Euro und Cent ausgewiesen werden.

■ Wertschöpfung und Evaluation gewinnen für Unternehmen an Bedeutung. Vorstände erwarten heute präzise Antworten auf die Frage, welchen Erfolgsbeitrag die Kommunikation zu den Geschäftszielen leistet. Online-Verantwortliche stehen darüber hinaus vor der Herausforderung, für ein sich rasant veränderndes Medium adäquate Entscheidungen treffen zu müssen, ohne auf vergleichbare Erfahrungswerte zurückgreifen zu können. Diese Lücke schließt das Web Excellence Forum seit 2004. Es stellt seinen Teilnehmern zentral erhobene Testergebnisse zur Verfügung, liefert ihnen branchen-übergreifende Benchmarks und fördert den regelmäßigen fachlichen Austausch untereinander.

Der Kern des Verfahrens: Balanced Scorecard

Eine auf Online-Kommunikation zugeschnittene Balanced Scorecard bildet den Kern des Verfahrens. Sie wird ergänzt durch wissenschaftlich geprüfte Messungen und Tests. Diese liefern konkrete und präzise Antworten auf planungsrelevante Fragen, darunter: Wie gut gelingt es uns, die Unternehmensbotschaften über die eigene Website zu verbreiten? Wie hoch ist das Einsparpotenzial durch die digitale Bereitstellung von Geschäftsberichten? Mit welcher Erwartungshaltung besuchen uns Nutzer im Internet? Die aus Sicht der Nutzer wichtigsten Leistungsmerkmale von Unternehmens-Websites werden regelmäßig geprüft. In Kennzahlen überführt und verglichen mit anderen Unternehmensdaten lassen sich auf diese Weise Best Practices identifizieren, verstehen und auf die eigene Situation übertragen.