

CASE STUDY: Evaluation des Online-Auftritts von missio aus Sicht von Experten und Nutzern

Internetseiten gewinnen als Informationsquelle immer mehr an Bedeutung. Sie sind die „Visitenkarte“ im weltweiten Netz. Der Inhalt einer Website ist natürlich wichtig, aber eine professionelle Internetseite muss heutzutage mehr können. Sie sollte leistungsfähig sein, leicht zu bedienen und den Nutzer emotional ansprechen. Die meisten "Surfer" halten sich beim ersten Click nur wenige Sekunden auf einer bisher unbekanntem Website auf. Daher gilt: Der erste Eindruck entscheidet.

Kunde: missio

Branche: Organisationen

Methode: Website-Evaluation mit WebInvent©



▲ **Kunden-Benefits auf einen Blick**

- Professionalisierung des Online-Auftritts
- Zielgruppengerechte Kommunikation
- Identifizierung von Optimierungspotenzial
- Kundenzufriedenheitsanalyse als erster Schritt zur Kundenbindung
- Nutzung von Synergie-Effekten

▲ **Hintergrund**

Das internationale katholische Missionswerk plant eine gemeinsame Präsenz der Internet-Auftritte Aachen und München. Das Ziel des gemeinsamen Online-Angebots ist eine geschlossene Außendarstellung und die Nutzung von Synergie-Effekten. Um das neue Angebot erfolgreich zu konzipieren, sollen die bisherigen Angebote evaluiert werden.

In diesem Zusammenhang wird das Medien Institut von *missio* beauftragt, die bisher existierenden Internet-Auftritte auf Stärken und Optimierungspotenziale zu untersuchen, um daraufhin das neue Internet-Angebot zu gestalten.



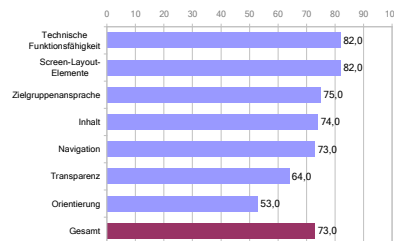
▲ **Zielsetzung/ Aufgabenstellung**

Ziel des Projektes ist die Bewertung der Internet-auftritte hinsichtlich ihrer formalen und inhaltlichen Benutzerfreundlichkeit. Dabei wird sowohl die Sicht von Experten mit Hilfe von WebInvent© als auch die der potenziellen Nutzer berücksichtigt.

▲ Lösung

• Expertenevaluation durch Weblnvent©

Weblnvent© ist ein standardisiertes Tool zur Erfassung der Benutzerfreundlichkeit und Professionalität von Internet-Angeboten. Es umfasst knapp 90 Items und bezieht sich sowohl auf die formale als auch auf die inhaltliche Gestaltung der Angebote.



Mit Hilfe von Weblnvent© wird die technische Funktionalität der Internetseite, die Einhaltung von Vorgaben aus den Erkenntnissen der Wahrnehmungspsychologie sowie die Befolgung etablierter gängiger Internet-Standards analysiert.

• Befragung der potenziellen Nutzer

Zusätzlich wird in einer Befragung die Sichtweise der potenziellen Nutzer erhoben. Ziel ist es, die Wahrnehmung der bisherigen Online-Angebote sowie die Erwartungen an ein neues Angebot zu untersuchen.

▲ Ergebnisse

Es zeigt sich, dass die wichtigsten Faktoren für die Nutzung eines Online-Angebots interessante Inhalte, Übersichtlichkeit und eine einfache Navigation sind. Bedeutende Aspekte beim Spenden via Internet sind Sicherheit und einfache Handhabung der Transaktion sowie die Möglichkeit, dezidiert für bestimmte Projekte zu spenden.

▲ Kontakt



Dr. Andreas Vlastic
Geschäftsführer

Medien Institut

Fon: 0621-5267-44

Fax: 0621-5267-45

E-Mail: vlasic@medien-institut.de

Web: www.medien-institut.de