

Inhalt

Einführung

Vorwort zur 7. Auflage	VIII
Was ist neu?	VIII
Danksagung	XII

Teil 1 Planung 1

Kapitel 1	Die Projektphasen	2
1.1	Begriffsklärung	3
1.2	Das typische Projekt	4
Kapitel 2	Briefing: Was will der Auftraggeber?	8
2.1	Welche Fragen müssen geklärt werden?	10
2.2	Tipps zur Gesprächsführung	11
2.3	Projektbeispiel Techcom.de – Briefing	12
Kapitel 3	Angebot und Kalkulation	18
3.1	Vorüberlegungen.	19
3.2	Was gehört in das Angebot?	19
3.3	Ihre Referenzen.	20
3.4	Die Projektbeschreibung	20
3.5	Die Kalkulation aufstellen	22
3.6	Das Team	26
3.7	Der Zeitplan	27
3.8	Kommunikationswege zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer.	30
3.9	Pflege und Wartung	30
3.10	Rechtsfragen	31
3.11	Angebot Projektbeispiel – Techcom.de	32

Teil 2 Konzeption 35

Kapitel 4	Grobkonzept	36
4.1	Verschaffen Sie sich den Überblick	37
4.2	Re-Briefing	40
4.3	Besonderheiten beim Relaunch	40
4.4	Recherche zum Unternehmen	41
4.5	Recherche zur Branche	41
4.6	Konkurrenzanalyse	42
4.7	Ziele des Auftraggebers.	42
4.8	Die Zielgruppe	45
4.9	Ziele definieren	48
4.10	Funktionen festlegen	50
4.11	Soziale Medien, Web 2.0 & HTML5	51
4.12	Ideenfindung	54
4.13	Domainnamen	57

4.14	Medien bestimmen	58
4.15	Welche technische Basis brauchen Sie?	82
4.16	Das Schreiben des Grobkonzepts	89
4.17	Die Abnahme	90
4.18	Inhaltswunschliste	91
4.19	Projektbeispiel Techcom.de – Grobkonzept	91
Kapitel 5	Feinkonzept	94
5.1	Wozu dient das Feinkonzept?	95
5.2	Vorgehen bei einem Relaunch	95
5.3	Herangehensweise ans Feinkonzept	96
5.4	Informationen sammeln	99
5.5	Informationsarchitektur	100
5.6	Site-Struktur festlegen	109
5.7	Querverlinkungen	117
5.8	Unterverzeichnis, Subdomain oder Microsite?	119
5.9	Umgang mit großen Datenmengen	120
5.10	Sinnvolle Kategorien festlegen	122
5.11	Schleichwege anlegen: Erleichterungen für den Nutzer	127
5.12	Spezielle Bereiche der Site	137
5.13	Die Startseite	141
5.14	Benutzergerechte Gestaltung	146
5.15	Das Schreiben des Feinkonzepts	167
5.16	Inhaltswunschliste	169
5.17	Projektbeispiel Techcom.de – Feinkonzept	169
Kapitel 6	Designkonzept	172
6.1	Design für Nicht-Designer	173
6.2	Entwurf des Designkonzepts	209
6.3	Zusammenarbeit im Team	213
6.4	Die Abnahme	215
6.5	Projektbeispiel Techcom.de – Designkonzept	215
Teil 3	Umsetzung	219
Kapitel 7	Usability-Tests	220
7.1	Was genau ist Usability?	221
7.2	Warum ist Usability wichtig?	221
7.3	Wie sichere ich die Usability?	222
7.4	Wann sind Usability-Tests sinnvoll?	222
7.5	Vorgehen	223
7.6	Online-Usability-Tests	234
7.7	Grenzen von Usability-Tests	234
7.8	Gefahren von Usability-Tests	235
7.9	Ergänzende Methoden der UX	236
7.10	Agile UX	240
7.11	Usability-Normen	241
7.12	Wann Sie Usability besser ignorieren	246
7.13	Projektbeispiel Techcom.de – Usability-Tests	247
7.14	Projektbeispiel taz.de	251

Kapitel 8	Produktion Text	256
8.1	Die Bedeutung von gutem Text	257
8.2	Texten für den Bildschirm	259
8.3	Termine und Ankündigungen	272
8.4	Suchmaschinen und Metadaten	273
8.5	Rechtliche Verantwortung für Links, Foren & Gästebücher	278
8.6	Impressum	281
Kapitel 9	Produktion Grafik, HTML & Code	284
9.1	Barrierefreiheit – Accessibility	285
9.2	Webseiten für Mobilgeräte & Responsive Design	296
9.3	Projektmanagement	301
9.4	Projektbeispiel Techcom.de – Umsetzung	312

Teil 4	Betrieb	315
---------------	----------------	------------

Kapitel 10	Launch	316
10.1	Qualitätssicherung	317
10.2	Provider-Suche	319
10.3	Der eigentliche Launch	321
10.4	Dokumentation	321
10.5	Abschlussbesprechung	323
10.6	Projektbeispiel Techcom.de – Launch	323
Kapitel 11	PR, Inhaltspflege, Newsletter	324
11.1	Die Site bekannt machen	325
11.2	Pflege der Inhalte und Wartung	330
11.3	Benutzer-Feedback	332
11.4	Newsletter	334
Kapitel 12	Besuchsstatistiken auswerten	340
12.1	Warum messen?	341
12.2	Vorsicht bei der Interpretation der Daten	341
12.3	Was messen?	342
12.4	Womit messen?	343
12.5	Umfragen	347
Kapitel 13	Soziale Netzwerke nutzen	348
13.1	Was sind soziale Netzwerke?	349
13.2	Blogs	349
13.3	Soziale Netzwerke im engeren Sinn	349
13.4	Facebook	354
13.5	Google+	357
13.6	Microblogging – Twitter	358
13.7	Bewertungsportale	362
13.8	Ortsbezogene Dienste	362
13.9	Videos & Bilder	365
13.10	Lesezeichendienste	369
13.11	Wikis	370
13.12	Was soll ich veröffentlichen?	371
13.13	Alles unter einem Dach	372

Kapitel 14	Unternehmensrepräsentation	376
	14.1 Anforderungen	377
	14.2 Vorbildliche Beispiele	378
Kapitel 15	Information	380
	15.1 Anforderungen	381
	15.2 Vorbildliche Beispiele	382
Kapitel 16	Unternehmensblogs	
	16.1 Konzeption des Blogs	386
	16.2 Technikkonzept für ein Blog	389
	16.3 Das Blog betreiben	392
	16.4 Vorbildliche Beispiele	394
Kapitel 17	Einkaufen/Webshops	396
	17.1 Anforderungen	396
	17.2 Vertrauen	398
	17.3 Originalität – eine starke Marke	399
	17.5 Übersichtlichkeit	400
	17.6 Gute Suchfunktion	400
	17.7 Nachvollziehbare Kategorien	401
	17.8 Hilfe bei der Auswahl	401
	17.9 Cross-Selling	401
	17.10 Aktualisierungen	402
	17.11 Hilfe	402
	17.12 Austausch und Kommunikation	402
	17.13 Guter Service	403
	17.14 Preis	403
	17.15 Einbeziehung von anderen Experten bei der Konzeption	404
	17.16 Rechtliche Rahmenbedingungen	404
	17.17 Grundregeln bei der Online-Bestellung	405
	17.18 Vorbildliche Beispiele	406
Kapitel 18	Unterhaltung	412
	18.1 Anforderungen	412
	18.2 Vorbildliche Beispiele	412
Kapitel 19	Vereinswebsites	416
	19.1 Anforderungen	417
	19.2 Verantwortlichkeiten klären	417
	19.3 Oberstes Gebot: Aktualität	417
	19.4 Ziele bestimmen	418
	19.5 Zielgruppen festlegen	418
	19.6 Bedürfnisse der Zielgruppen herausfinden	418
	19.7 Gesetzliche Vorschriften	419
	19.8 Pflichtinfos für Interessenten	420
	19.9 Vorbildliche Beispiele	420

Kapitel 20 Bildung & Lernen 424

20.1 Anforderungen..... 425

20.2 Vorbildliche Beispiele..... 425

Teil 6 Anhang 431

Anhang A	Tipps für Auftraggeber	432
	Ziele festlegen	432
	Konkurrenz analysieren	433
	Agentur auswählen	433
	Kalkulation prüfen	435
	Agentur briefen	436
	Inhalte liefern	437
	Abnahmen und Änderungswünsche	437
	Launch	438
	Wartung und Pflege	438
	Vertrieb von Apps und E-Books	439
	Vertrieb von Offline-Anwendungen	439
	Wartung von Terminals	440
Anhang B	Link- & Literaturtipps	441
	Konzeption	441
	User Experience & Usability	442
	Kalkulation	443
	Studien & Marktforschung	444
	Texten & Sprache	445
	HTML, CSS & Code	445
	Recht	447
Anhang C	Glossar	448
Anhang D	Inhalt der Website	458
	Index	460

Onlinekapitel

Kapitel 21	Offline-Anwendungen – CD/DVD	471
	Ein typisches Projekt	471
	Konzeption und Gestaltung	473
	Beispiele	478
Kapitel 22	Anwendungen im öffentlichen Raum – Terminals	481
	Ein typisches Projekt	481
	Konzeption und Gestaltung	483
	Beispiele	497