

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	Benutzeroberfläche 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, Inhaltpflege, 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

Teil 5	Tipps für spezielle Sites und Bereiche	375
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