

INHALTSVERZEICHNIS

Einführung

VIII

TEIL 1 PLANUNG

Kapitel 1	Die Projektphasen	2
1.1	Begriffsklärung	3
1.2	Das typische Projekt.....	3
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.....	13
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

Kapitel 4	Grobkonzept	36
4.1	Verschaffen Sie sich einen Überblick.....	37
4.2	Re-Briefing.....	40
4.3	Besonderheiten beim Relaunch	41
4.4	Recherche zum Unternehmen	41
4.5	Recherche zur Branche.....	42
4.6	Konkurrenzanalyse	42
4.7	Ziele des Auftraggebers	42
4.8	Die Zielgruppe.....	44
4.9	Ziele definieren	47
4.10	Funktionen festlegen	49
4.11	Web 2.0 und Soziale Dienste	50
4.12	Ideenfindung.....	54

4.13	Domainnamen	56
4.14	Medien bestimmen.....	57
4.15	Zusatzangebote.....	64
4.16	Welche technische Basis brauchen Sie?	81
4.17	Das Schreiben des Grobkonzepts	90
4.18	Die Abnahme.....	91
4.19	Inhaltswunschliste	91
4.20	Projektbeispiel Techcom.de – Grobkonzept	92
Kapitel 5	Feinkonzept	94
5.1	Wozu dient das Feinkonzept?	95
5.2	Vorgehen bei einem Relaunch.....	95
5.3	Wie entsteht das Feinkonzept?.....	96
5.4	Informationen sammeln	97
5.5	Informations-Architektur	98
5.6	Sitestructur festlegen.....	105
5.7	Querverlinkungen	115
5.8	Umgang mit großen Datenmengen.....	116
5.9	Sinnvolle Kategorien festlegen	119
5.10	Schleichwege anlegen: Erleichterungen für den Nutzer	124
5.11	Medien einsetzen.....	136
5.12	Die Startseite.....	140
5.13	Benutzergerechte Gestaltung	145
5.14	Das Schreiben des Feinkonzepts.....	167
5.15	Inhaltswunschliste	169
5.16	Projektbeispiel Techcom.de – Feinkonzept.....	169
Kapitel 6	Designkonzept	172
6.1	Design für Nicht-Designer.....	173
6.2	Entwurf des Designkonzepts	203
6.3	Zusammenarbeit im Team.....	208
6.4	Die Abnahme.....	209
6.5	Projektbeispiel Techcom.de – Designkonzept	210
TEIL 3	UMSETZUNG	
Kapitel 7	Usability-Tests	216
7.1	Was genau ist Usability?	217
7.2	Warum ist Usability wichtig?	217
7.3	Wie sichere ich die Usability?	217
7.4	Wann sind Usability-Tests sinnvoll?	218
7.5	Vorgehen	219
7.6	Grenzen von Usability-Tests	229
7.7	Gefahren von Usability-Tests	230
7.8	Ergänzende Methoden zu Usability-Tests.....	231
7.9	Usability-Normen.....	235
7.10	Wann Sie Usability besser ignorieren	240
7.11	Projektbeispiel Techcom.de – Usability-Tests.....	241
7.12	Projektbeispiel taz.de.....	245

Kapitel 8	Produktion Text	250
8.1	Die Bedeutung von gutem Text	251
8.2	Texten für den Bildschirm	253
8.3	Ankündigungen	267
8.4	Suchmaschinen und Metadaten	268
8.5	Rechtliche Verantwortung für Links, Foren & Gästebücher	273
8.6	Impressum	276
Kapitel 9	Produktion Grafik, HTML & Code	280
9.1	Barrierefreiheit – Accessibility	281
9.2	Webseiten für Mobilgeräte	293
9.3	Projektmanagement	295
9.4	Projektbeispiel Techcom.de – Umsetzung	307
TEIL 4	BETRIEB	
Kapitel 10	Launch	310
10.1	Qualitätssicherung	311
10.2	Provider-Suche	313
10.3	Der eigentliche Launch	315
10.4	Dokumentation	315
10.5	Abschlussbesprechung	317
10.6	Projektbeispiel Techcom.de – Launch	317
Kapitel 11	PR, Inhaltspflege, Newsletter	318
11.1	Die Site bekannt machen	319
11.2	Pflege der Inhalte und Wartung	321
11.3	Benutzer-Feedback	322
11.4	Newsletter	325
Kapitel 12	Besuchsstatisiken auswerten	330
12.1	Warum messen?	331
12.2	Vorsicht bei der Interpretation der Daten	331
12.3	Was messen?	332
12.4	Womit messen?	333
12.5	Umfragen	337
Kapitel 13	Soziale Netzwerke nutzen	338
13.1	Was sind Soziale Netzwerke?	339
13.2	Blogs	339
13.3	Soziale Netzwerke im engeren Sinn	339
13.4	Facebook	343
13.5	Bewertungsportale	347
13.6	Ortsbezogene Dienste	348
13.7	Was soll ich veröffentlichen?	351
13.8	Alles unter einem Dach	351
13.9	Lesezeichendienste	352
13.10	Nutzergenerierte Inhalte, Soziale Medien	353
13.11	Wikis	355
13.12	Microblogging	356

TEIL 5 TIPPS FÜR SPEZIELLE SITES UND BEREICHE

Kapitel 14	Unternehmensrepräsentation	362
	14.1 Anforderungen	363
	14.2 Vorbildliche Beispiele	364
Kapitel 15	Information	366
	15.1 Anforderungen	367
	15.2 Vorbildliche Beispiele	368
Kapitel 16	Unternehmensblogs („Corporate Blogs“)	372
	16.1 Konzeption des Blogs	372
	16.2 Technikkonzept für ein Blog	375
	16.3 Das Blog betreiben	378
Kapitel 17	Einkaufen/Webshops	380
	17.1 Anforderungen	380
	17.2 Vertrauen	382
	17.3 Originalität – eine starke Marke	383
	17.4 Ansprechende Beschreibungen	383
	17.5 Übersichtlichkeit	384
	17.6 Gute Suchfunktion	385
	17.7 Nachvollziehbare Kategorien	385
	17.8 Hilfe bei der Auswahl	385
	17.9 Cross-Selling	385
	17.10 Aktualisierungen	386
	17.11 Hilfe	386
	17.12 Austausch und Kommunikation	387
	17.13 Guter Service	387
	17.14 Preis	388
	17.15 Einbeziehung von anderen Experten bei der Konzeption	388
	17.16 Rechtliche Rahmenbedingungen	388
	17.17 Grundregeln bei der Online-Bestellung	389
	17.18 Vorbildliche Beispiele	391
Kapitel 18	Unterhaltung	396
	18.1 Anforderungen	396
	18.2 Vorbildliche Beispiele	397
Kapitel 19	Vereinswebsites	400
	19.1 Anforderungen	401
	19.2 Verantwortlichkeiten klären	401
	19.3 Oberstes Gebot: Aktualität	401
	19.4 Ziele bestimmen	402
	19.5 Zielgruppen festlegen	402
	19.6 Bedürfnisse der Zielgruppen herausfinden	402
	19.7 Gesetzliche Vorschriften	403
	19.8 Pflichtinfos für Interessenten	404
	19.9 Vorbildliche Beispiele	404

Kapitel 20	E-Learning	408
20.1	Anforderungen	409
20.2	Vorbildliche Beispiele.....	409

TEIL 6 ANHANG

Anhang A	Tipps für Auftraggeber	416
	Ziele festlegen	416
	Konkurrenz analysieren	417
	Agentur auswählen.....	417
	Kalkulation prüfen	419
	Agentur briefen.....	421
	Inhalte liefern	421
	Abnahmen und Änderungswünsche.....	421
	Launch	422
	Wartung und Pflege	423
	Vertrieb von CDs/DVDs	424
	Wartung von Terminals	424
Anhang B	Link- und Literaturtipps	425
	Konzeption.....	425
	Studien und Marktforschung	427
	Texten und Sprache	427
	Usability	428
	Umsetzung	429
	Recht	430
	Kalkulation	431
	Projektmanagement	432
Anhang C	Zusatzinfos auf der Website	434
Glossar		436
Stichwortverzeichnis		445

Onlinekapitel

Offline-Anwendungen – CD/DVD	451
Ein typisches Projekt.....	451
Konzeption und Gestaltung.....	453
Beispiele	459
Anwendungen im öffentlichen Raum – Terminals	461
Ein typisches Projekt.....	461
Konzeption und Gestaltung.....	463
Beispiele	477