

Website- Konzeption

Erfolgreiche Websites
planen und umsetzen

4. aktualisierte und
erweiterte Auflage

Mit Website zum Buch
www.benutzerfreunde.de



Mit Usability-Test-Video



ADDISON-WESLEY

Usability

PEARSON

Education

INHALTSVERZEICHNIS

Einführung

VIII

Teil 1 PLANUNG

// Wer gleich Texte schreibt, Funktionen definiert oder Grafiken erstellt, fällt mit der Tür ins Haus. Ein erfolgreiches Projekt braucht erst einmal ein solides Fundament. //

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

// Wer die Konzeption schrittweise plant, spart sich viel Zeit und Mühe. So sorgen Sie auch für eine stabile Website. //

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.....	48
4.11	Web 2.0-Funktionen.....	49
4.12	Ideenfindung.....	53
4.13	Domainnamen.....	55
4.14	Medien bestimmen.....	56
4.15	Zusatzangebote.....	61
4.16	Welche technische Basis brauchen Sie?.....	78
4.17	Das Schreiben des Grobkonzepts.....	82
4.18	Die Abnahme.....	83
4.19	Inhaltswunschliste.....	83
4.20	Projektbeispiel Techcom.de – Grobkonzept.....	84

Kapitel 5

Feinkonzept 86

5.1	Wozu dient das Feinkonzept?.....	87
5.2	Vorgehen bei einem Relaunch.....	87
5.3	Wie entsteht das Feinkonzept?.....	88
5.4	Informationen sammeln.....	89
5.5	Informations-Architektur.....	90
5.6	Sitestructur festlegen.....	97
5.7	Querverlinkungen.....	107
5.8	Umgang mit großen Datenmengen.....	108
5.9	Sinnvolle Kategorien festlegen.....	111
5.10	Schleichwege anlegen: Erleichterungen für den Nutzer.....	116
5.11	Medien einsetzen.....	128
5.12	Die Startseite.....	130
5.13	Benutzergerechte Gestaltung.....	136
5.14	Das Schreiben des Feinkonzepts.....	158
5.15	Inhaltswunschliste.....	159
5.16	Projektbeispiel Techcom.de – Feinkonzept.....	159

Kapitel 6

Designkonzept 162

6.1	Design für Nicht-Designer.....	163
6.2	Entwurf des Designkonzepts.....	192
6.3	Zusammenarbeit im Team.....	198
6.4	Die Abnahme.....	199
6.5	Projektbeispiel Techcom.de – Designkonzept.....	200

Teil 3 **UMSETZUNG**

// Wer sich gut vorbereitet hat, für den verliert die Umsetzungsphase ihren Schrecken. Sie bietet sogar noch viele Verbesserungsmöglichkeiten. //

Kapitel 7	Usability-Tests	206
7.1	Was genau ist Usability?.....	207
7.2	Warum ist Usability wichtig?.....	207
7.3	Wie sichere ich die Usability?	207
7.4	Wann sind Usability-Tests sinnvoll?	208
7.5	Vorgehen	209
7.6	Grenzen von Usability-Tests	219
7.7	Gefahren von Usability-Tests.....	220
7.8	Ergänzende Methoden zu Usability-Tests.....	220
7.9	Usability-Normen.....	225
7.10	Wann Sie Usability besser ignorieren.....	229
7.11	Projektbeispiel Techcom.de – Usability-Tests.....	231
7.12	Projektbeispiel taz.de.....	234
Kapitel 8	Produktion Text	240
8.1	Die Bedeutung von gutem Text	241
8.2	Texten für den Bildschirm	243
8.3	Ankündigungen.....	257
8.4	Suchmaschinen und Metadaten	258
8.5	Rechtliche Verantwortung für Links, Foren & Gästebücher.....	263
8.6	Impressum	265
Kapitel 9	Produktion Grafik, HTML & Code	268
9.1	Barrierefreiheit – Accessibility	269
9.2	Projektmanagement	279
9.3	Projektbeispiel Techcom.de – Umsetzung	291

Teil 4 **BETRIEB**

// Eine Website ist heute kein „Projekt“ mehr, sondern ein Prozess. Eine erfolgreiche Site lebt und wird ständig ergänzt und verbessert. //

Kapitel 10	Launch	294
10.1	Qualitätssicherung.....	295
10.2	Provider-Suche	297
10.3	Der eigentliche Launch	299
10.4	Dokumentation	299
10.5	Abschlussbesprechung.....	301

Kapitel 11	Betrieb der Site	302
11.1	Die Site bekannt machen	303
11.2	Pflege der Inhalte und Wartung	305
11.3	Benutzer-Feedback	306
11.4	Newsletter	309
11.5	Besuchsstatisiken auswerten – Logfiles.....	313
11.6	Projektbeispiel Techcom.de – Launch.....	314

Teil 5 TIPPS FÜR SPEZIELLE SITES UND BEREICHE

// Lernen Sie von erfolgreichen Sites. Es hilft immer viel, zu sehen, was andere besser machen – oder was man selbst vielleicht sogar besser machen kann. //

Kapitel 12	Unternehmensrepräsentation	318
12.1	Anforderungen	319
12.2	Vorbildliche Beispiele.....	320

Kapitel 13	Information	324
13.1	Anforderungen	325
13.2	Vorbildliche Beispiele.....	326

Kapitel 14	Einkaufen/Webshops	330
14.1	Anforderungen	330
14.2	Vertrauen	332
14.3	Originalität – eine starke Marke.....	333
14.4	Gute Produkte.....	333
14.5	Ansprechende Beschreibungen.....	335
14.6	Übersichtlichkeit.....	336
14.7	Gute Suchfunktion	336
14.8	Nachvollziehbare Kategorien	336
14.9	Hilfe bei der Auswahl.....	336
14.10	Cross-Selling	336
14.11	Aktualisierungen.....	337
14.12	Hilfe.....	337
14.13	Austausch und Kommunikation	338
14.14	Guter Service.....	338
14.15	Preis	339
14.16	Einbeziehung von anderen Experten bei der Konzeption	339
14.17	Rechtliche Rahmenbedingungen.....	340
14.18	Grundregeln bei der Online-Bestellung.....	340
14.19	Vorbildliche Beispiele.....	342

Kapitel 15	Unterhaltung	346
15.1	Anforderungen	346
15.2	Vorbildliche Beispiele.....	347
Kapitel 16	Vereinswebsites	350
16.1	Anforderungen	351
16.2	Verantwortlichkeiten klären.....	351
16.3	Oberstes Gebot: Aktualität.....	351
16.4	Ziele bestimmen	352
16.5	Zielgruppen festlegen.....	352
16.6	Bedürfnisse der Zielgruppen herausfinden	352
16.7	Gesetzliche Vorschriften.....	353
16.8	Pflichtinfos für Interessenten.....	354
16.9	Vorbildliche Beispiele.....	354
Kapitel 17	E-Learning	358
17.1	Anforderungen	359
17.2	Vorbildliche Beispiele.....	359

Teil 6 ANHANG

Anhang A: Tipps für Auftraggeber	368
Anhang B: Link- und Literaturtipps	377
Anhang C: Inhalt der CD-ROM	387
Glossar	389
Stichwortverzeichnis	399

DIE BUCH-CD

Offline-Anwendungen – CD/DVD	407
Ein typisches Projekt.....	407
Konzeption und Gestaltung.....	410
Beispiele	415
Anwendungen im öffentlichen Raum – Terminals	418
Ein typisches Projekt.....	418
Konzeption und Gestaltung.....	420
Beispiele	434