

# Umsetzung

*Alle Checklisten auf einen Blick*

## Grobkonzept

**Formale Aspekte, die Sie berücksichtigen sollten:**

- Welche abgenommenen Dokumente liegen vor? Gibt es weitere Dokumente, zum Beispiel Protokolle, aus denen wichtige Projektinformationen hervorgehen?
- Liegen die erforderlichen Kundenmaterialien vor? Gibt es auf Kundenseite einen zentralen Ansprechpartner für inhaltliche Fragen?
- Liegt ausreichendes Fach-Know How vor? Wo gibt es beispielsweise technischen oder inhaltlichen Informationsbedarf? Bedarf es gegebenenfalls vertiefende Briefing-Termine?
- Welcher Zeitrahmen wird für das Projekt angesetzt? Wieviel Zeit davon kann in die Umsetzungsphase investiert werden?
- Welche Meilensteine sind für das Projekt geplant? Wann werden welche Dokumente präsentiert? Wie verläuft das Abnahmeprozedere?
- Wie wurde das Projekt budgetiert? In welchem Kostenrahmen darf sich die Produktion der Website bewegen?

**Was Sie bedenken sollten, wenn Sie mit dem Grobkonzept beginnen:**

- Wie ist das Projekt positioniert? Welche Marken-Werte soll die Website transportieren? Was soll die Website kommunizieren? Was unterscheidet die Website von den Wettbewerbern? Welche Zielgruppen sollen erreicht werden?
- Was ist die MainIdea? Wie vermittelt sich die MainIdea durch Look & Feel, Navigation und der Inszenierung der Inhalte?
- Wurde bereits ein Grunddesign für die Website entwickelt? Leiten sich daraus inhaltliche oder funktionale Richtlinien ab?

- Liegen inhaltliche Anforderungen vom Kunden vor? Beim Relaunch: Inwieweit soll man sich an der aktuellen Website orientieren?
- Liegen genügend Informationen zur Zielgruppe vor, um sich ein ausreichendes Bild von den Bedürfnissen und Interessen der zukünftigen Nutzer machen zu können?

## Benutzerführung

### Die geeignete Benutzerführung finden

#### *1. Überblick der Zielgruppen*

Führen Sie die wichtigsten Zielgruppen der Website auf. Meist wurden diese schon im Rahmen des Kundenbriefings oder der Strategieentwicklung festgelegt.

#### *2. Zielgruppen-Motive*

Konzentrieren Sie sich auf die Kernzielgruppen und überlegen Sie sich, was die jeweiligen Hauptmotive für den wiederholten Besuch der geplanten Website sein könnten. Für einen Studenten könnte zum Beispiel das Hauptmotiv ein zukünftiger Job sein, für einen Verbraucher verbesserte Serviceleistungen zu seinem Produkt.

#### *3. Zielgruppen-Nutzen*

Leiten Sie anhand der Zielgruppen-Motive den möglichst größten Nutzen ab, den die Website bieten könnte. Für potenzielle Bewerber bestünde ein Nutzen darin, auf detaillierte Jobschreibungen und Stellenanzeigen zu stoßen, die ihnen die Bewerbungsentscheidung erleichtern. Für Verbraucher stellt möglicherweise die Zeitersparnis den größten Nutzen dar.

#### *4. Nutzungs-Anforderungen*

Formulieren Sie die notwendigen Anforderungen, die sich für die Website daraus ergeben. Der potenzielle Bewerber ist sicherlich bereit, durch das gesamte Angebot zu navigieren. Der Verbraucher, für den Effizienz im Vordergrund steht, möchte ohne große Umwege dort hin gelangen.

#### *5. Zugangswege*

Nachdem Sie die einzelnen Anforderungen herausgearbeitet haben, sollte nun ein Abgleich mit der geplanten Navigationsform stattfinden. Bedient die Navigation alle Nutzungsanforderungen? Oder müssen möglicherweise zusätzliche Zugangswege, zum Beispiel in Form von zusätzlichen Links, Suchoptionen oder ähnliches angeboten werden?

# Content-Module

## Vorgehen zur Entwicklung übergreifender Content-Module

### **1. Entwicklung der Inhaltsstruktur**

Erarbeiten Sie zunächst die grobe Inhaltsstruktur mit den Oberrubriken der Website.

### **2. Evaluation der formalen Anforderungen**

Auf Grundlage der Inhaltsstruktur können Sie gemeinsam mit dem Kunden diskutieren, welche möglichen Inhaltsformen berücksichtigt werden müssen. Die Inhaltsformen ergeben sich aus den einzusetzenden Elementen. Bei einer Nachrichten-Site, die überwiegend mit Text-/Bild-Elementen arbeitet und dazu gelegentlich Video-Downloads anbietet, werden sich die Inhaltsformen tatsächlich auf wenige beschränken. Anders verhält es sich beispielsweise bei Entertainment-Plattformen, die sowohl statische Text-/Bild-Inhalte, darüber hinaus aber auch Bildergalerien, interaktive Produkttests und ähnliches beinhalten.

### **3. Entwicklung der Content-Module**

Entwickeln Sie auf Grundlage der formalen Anforderungen eine Reihe von Content-Modulen, die die formale Ausprägung, unabhängig vom dargestellten Inhalt, definieren. Ein Beispiel für ein Content-Modul wäre eine Video-Galerie, bei der die Modulbeschreibung lediglich die vorgesehenen formalen Elemente definiert – unabhängig davon, wo das Modul in der Inhaltsstruktur lokalisiert ist und mit welchen konkreten Inhalten es gefüllt wird.

### **4. Aufbau des Grobkonzeptes**

Erläutern Sie zunächst die Inhaltsstruktur der Website, indem Sie die Inhaltsrubriken und die darunterliegenden Bereiche inhaltlich beschreiben. Stellen Sie anschließend die einzusetzenden Content-Module vor. Da zu diesem Zeitpunkt meist keine konkreten Screen-Layouts vorliegen, reicht eine schematische Skizze, aus der die wesentlichen Elemente wie zum Beispiel Texte, Tabellen, Videos etc. ablesbar sind. Führen Sie zum näheren Verständnis auch die entsprechenden Einsatzgebiete an. So könnte das Video-Galerie-Modul beispielsweise sowohl unter der Rubrik "Musik" die neuesten Video-Clips beinhalten, aber auch in der Rubrik "Film" für die Ankündigung von Filmpremieren eingesetzt werden.