

Projektfahrplan für erstklassige Websites

Checklisten für die Konzeption, Entwicklung und Wartung

von

Shirley Kaiser, Florian Boenigk

1. Auflage

Projektfahrplan für erstklassige Websites – Kaiser / Boenigk

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Web Graphik & Design, Web-Publishing

dpunkt.verlag 2007

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 89864 449 5

1 Fangen wir an – aber wie?

Vielleicht haben Sie sich schon einmal Gedanken darüber gemacht, wie Sie Ihr Traumhaus bauen würden: Weitläufige Zimmer mit einer spektakulären Aussicht aus jedem Fenster, mit farbenprächtigen Blumen im Garten, und Sie denken an all die Partys, die Sie für Ihre Freunde ausrichten würden. Sie haben womöglich irgendwo einen Ordner versteckt mit inspirierenden Einrichtungsfotos oder Prospekte von Schränken und schicken High-Tech-Küchen. Möglicherweise haben Sie sich auch schon ein paar Grundrisse skizziert, als Sie einmal mitten in der Nacht vom Schaffensdrang überfallen wurden.

Es kann aber auch sein, dass Sie sich nie besonders viele Gedanken über ein neues Haus gemacht haben, doch nun ist die Zeit dafür gekommen. Sie wissen vielleicht nicht, womit und wie Sie anfangen sollen, oder nicht einmal, wonach Sie fragen sollen.

Eine neue Internetseite zu erstellen oder eine bestehende Seite aufzupolieren, ist der Arbeit an einem Traumhaus recht ähnlich. Bei beiden Projekten ist eine sorgfältige Planung unerlässlich. Wenn Sie gut planen, sparen Sie Zeit und Geld und Sie vermeiden zweifellos viele schlaflose Nächte. Dieses Kapitel stellt nützliche Checklisten bereit, die Ihrem Webprojekt zu einem guten Start verhelfen. Sie unterstützen Sie bei der Planung Ihres Internetauftritts und bei der Vorbereitung von Gestaltungsrichtlinien für Ihre Website.

1.1 Wie man geplante Zeitrahmen und Budgets einhält

Ich kann Ihnen nicht versprechen, dass es sich mit Ihrem Traumhaus ebenso verhält, aber man kann eine Website termingerecht und unter Einhaltung des vereinbarten Budgets ausliefern, ohne dass man dafür schlaflose Nächte durchlebt oder von übermäßigem Stress geplagt wird. Das Geheimnis liegt darin, dass man sich die Zeit nehmen muss, das Projekt von Anfang an sorgfältig zu planen. Erstellen Sie einen realis-

tischen Arbeitsplan, der alle konkreten Details und Aufgaben enthält, und folgen Sie ihm. Doch bevor Sie eine Website entwerfen, müssen Sie verstehen, wie man durch eine zweckmäßige Planung die verfügbare Zeit und den vereinbarten Kostenrahmen optimal einsetzen kann.

1.1.1 Effektive Vorplanung

Wenn Sie sich professionelle und erfolgreiche Internetauftritte anschauen, mit denen Besucher gut zurechtkommen, wie etwa Amazon.com, dann stellen Sie fest, dass hier Einzelheiten bedacht und berücksichtigt wurden, sowohl bei den Angeboten und Funktionen dieser Seiten als auch beim Zielpublikum. Außerdem funktionieren diese Seiten fehlerfrei. Tatsächlich arbeiten diese Seiten so gut, dass es dem Benutzer gar nicht auffällt. Stattdessen kann er sich voll auf das Vorhaben konzentrieren, wegen dem er diese Seite aufgerufen hat, also um einzukaufen oder um mögliche Produkte vor einem Kauf auszusuchen.

Zeit für eine effektive Planung reservieren und dadurch eine grundsätzliche Organisation gewährleisten sowie die ständige Aufmerksamkeit gegenüber Details – dies sind unverzichtbare Schritte zu einer erfolgreichen Website und ihrer Pflege. Besucher solcher Seiten können sich auf den wesentlichen Zweck Ihres Besuchs konzentrieren, anstatt sich von Mängeln der Seite ärgern zu lassen.

Der erste Schritt zu einer effektiven Planung ist die Entscheidung, wie das Projekt angepackt wird. Die folgende Checkliste zeigt die Arbeitsschritte, die zu Beginn eines Projekts notwendig sind.

Checkliste 1-1

Wählen Sie einen Schwerpunkt und beschränken Sie sich darauf.

Das Team hinter einem Internetprojekt hat vielleicht eine Menge grandioser Ideen zu den Inhalten, Besonderheiten oder Funktionalitäten, die alle in dem Webprojekt verwirklicht werden sollten. In Wahrheit ist eine Website bei weitem wirkungsvoller, wenn man sich auf ein einziges Thema konzentriert und dieses sehr gut aufbereitet. Auch zur Bestimmung von Ertragszielen, die unter dem Strich bei Ihrem Internetauftritt herauskommen sollen, oder zur Festlegung von Prioritäten ist dieses Vorgehen nützlich.

Die Bündelung der Energien auf ein einziges Ziel kann beim Erreichen kurz- und mittelfristiger Ziele nützlich sein. Ein Beispiel dafür ist ein Internetauftritt, über den Sie Materialien für Lehrer anbieten: Hier kann es ein kurzfristiges Ziel sein, den Webauftritt am 1. Juni auf den Markt zu bringen, damit Sie Unterrichtsmaterialien online verkaufen können, wenn die Lehrer sich auf das kommende Schuljahr vorbereiten. Ihre langfristigen Ziele für die Web-

site sehen vielleicht die Erstellung und Publikation von hilfreichen Artikeln als Serviceangebot für Lehrer vor, während Sie Ihre Website bewerben und Ihre Produktlinie ausbauen.

Delegieren Sie Entscheidungsprozesse.

Ich habe immer noch meine Mutter vor Augen, wie sie uns aus der Küche scheuchte und uns ausdrücklich verkündete: »Viele Köche verderben den Brei.« Sie lächelte dabei immer, aber sie wollte trotzdem nicht, dass wir Kinder am Herd herumdrehten oder irgendwelche Zutaten ohne ihr Einverständnis ins Essen streuten. Es war ihre Küche und sie hatte in dieser Umgebung die endgültige Entscheidungsbefugnis.

Genauso, wie viele Köche den Brei verderben, können zu viele Entscheider ein Webprojekt ruinieren. Lassen Sie mich ein paar wahre Geschichten von meinen Kunden erzählen und Sie verstehen, was damit gemeint ist.

Einer meiner letzten Kunden hatte drei Personen mit der Leitung eines kleinen Webprojekts betraut. Alle drei hatten vollkommen unterschiedliche Vorstellungen über die visuelle Gestaltung und Funktionsweise der Navigation und das grafische Design ihrer neuen Webanwendung. Obwohl einer der drei mein Ansprechpartner für dieses Projekt war, wollte jeder, dass ich sein oder ihr jeweiliges einzigartiges Gestaltungskonzept umsetze, was mich in meiner Rolle als Designer erstickte. Das Ergebnis war, dass die Projektkosten fast 10 % höher ausfielen und ich mehr als eine Woche länger für die Fertigstellung brauchte, als ursprünglich kalkuliert war.

Zu viele Köche . . .

Sie lernen daraus: Wenn zuviele Entscheider auf höchster Ebene in ein Internetprojekt involviert sind, kann dies zur Überschreitung des Budgets und des Zeitplans führen, Aufgaben können unscharf und verschwommen werden und Projektmitarbeiter frustrieren.



Im Gegensatz dazu hat ein anderer Kunde, ein großer Buchverlag, eine höchst wirksame Vorgehensweise zur Entscheidungsfindung, die ich immer bewundert habe. Ein Mitglied des Projektteams ist für alle Entscheidungen, die das Webprojekt betreffen, verantwortlich. Diese Person tauscht sich mit dem Projektteam aus, bekommt hilfreiche Rückmeldungen und informiert das Team über den Fortschritt des Projekts. Mit ihr stehe ich in Verbindung, wir arbeiten oft und eng zusammen, während ich die Website gestalte und entwickle.

Bis jetzt haben wir die Projekte dieser Firma noch immer in der vorgegebenen Zeit oder auch schon früher fertiggestellt und dabei noch nie den Kostenrahmen überschritten. In all den Jahren habe ich mit einigen Mitgliedern des Website-Teams dieses Verlags zusammengearbeitet und alle hatten eine ähnliche Herangehensweise, den Entwicklungsablauf der Website zu leiten. Zusammen haben wir Dutzende erfolgreiche Internet- und CD-ROM-Projekte verwirklicht.



Mit Freude delegieren

Die Weitergabe von Verantwortlichkeiten und Entscheidungsbefugnissen kann dazu beitragen, dass Projekte im vorgesehenen Zeitrahmen und Budget bleiben, und sie ist auch oft eine positive Erfahrung für die Mitarbeiter, die deren Moral ankurbelt. Delegieren Sie so oft und so viel, wie Sie können!

☑ Planen Sie vorausschauend.

Schätzen Sie Ihren Bedarf an zusätzlicher Hilfe, notwendigem Fachwissen oder Technologien, auf die Sie möglicherweise mit zunehmender Größe der Website angewiesen sind, so gewissenhaft wie möglich ab. Auf lange Sicht können Sie Geld sparen, indem Sie kostenintensive Redesigns oder Überarbeitungen bestimmter Teile der Website vermeiden. Es ist wichtig, auch das Wachstum einer Website mit in die Planung einzubeziehen.

Lassen Sie uns noch einmal auf die Analogie mit dem Hausbau zurückkommen. Wenn ihr ursprünglicher Plan es zulassen soll, dass später weitere Räume angebaut werden können, werden Sie die Fundamente und den Grundriss entsprechend anlegen, damit Sie genug Platz und die strukturellen Voraussetzungen für spätere Anbauten geschaffen haben. Diese Vorgehensweise ist viel sparsamer, als das Haus nicht vorausschauend zu bauen und dann alles umbauen zu müssen und Wände herauszureißen, um neue Räume anzubauen.

In der Netzwelt kann vorausschauendes Denken dazu führen, dass Sie Ihre Seiten mit Technologien wie Cascading Style Sheets (CSS) erstellen, womit Sie das Aussehen einer gesamten Website mit vergleichsweise wenig Aufwand beeinflussen können, oder mit Server Side Includes, die die Wartung häufig verwendeter Teile Ihrer Seiten vereinfachen. In den Kapiteln 9 und 11 finden Sie weitere Informationen zu diesen besonderen Techniken.

Erweiterungen einer Website sowie Änderungen im Design der Seiten sollten von Anfang an immer möglich sein. Es ist in der Tat

einer der vielen spannenden Vorteile einer gut geplanten Website, dass die Aktualisierung der Inhalte, Änderungen und die Ausweitung der Kommunikation über das Internet vereinfacht werden.

Stellen Sie sich einmal vor, Sie arbeiten gerade an einer Floristik-Seite mit dem Ziel, später Blumen über das Internet zu verkaufen. So ungefähr um den Valentinstag herum beschließen Sie, auch Stofftiere anzubieten. Zu Weihnachten möchten Sie auch Geschenke und Geschenkkörbe in Ihr Angebot aufnehmen. Noch später entscheiden Sie sich vielleicht, sich auf Luftballonsträuße und Partyausstattungen zu spezialisieren. Wenn Sie Ihre Website nicht von Anfang an so entworfen haben, dass solche Erweiterungen, einschließlich der Extra-Bereiche und ihrer Unterabteilungen, möglich sind, wird es ziemlich frustrierend und schwierig. Wenn Erweiterungen ineffizient durchgeführt werden, können zusätzliche Inhalte die Ladezeiten Ihrer Seiten dramatisch verschlechtern oder sogar die korrekte Arbeitsweise verhindern.

Wie Sie sehen, kann sich eine Internetseite mit der Zeit verändern, und es ist wichtig, dass Sie das erkennen, auch wenn Sie momentan noch keine klare Vorstellung haben, wo Ihre Seite in einem oder zwei Jahren stehen wird. Deshalb sollten Sie Ihre Website im Hinblick auf zukünftige Erweiterungen planen. Dazu gehört die Auswahl einer Designmethode, von Entwicklungstechnologien und anderer Werkzeuge und Methoden, die Ihnen eine Erweiterung so einfach wie möglich machen, wenn die Zeit dafür gekommen ist.

So ziemlich jedes Element oder jede inhaltliche Einzelheit einer Webseite kann im Laufe der Zeit unterschiedliche Änderungen erforderlich machen. In der folgenden Liste sind einige Seiten und Elemente aufgeführt, die sich am ehesten ändern oder erweitert werden:

- die Inhalte der Startseite
- die Navigation eines Bereichs, die interne Seitennavigation
- neue Artikel, Presseerklärungen, Newsletters
- neue Bereiche
- neue oder aktualisierte Produkte und Dienstleistungen
- Seiten, die Kommentare von Besuchern enthalten
- Werbung

In der Anfangszeit möchten Sie vielleicht mit der Veröffentlichung von Werbeanzeigen auf Ihrer Website Umsatz erzielen, möglicherweise erhalten Sie auch Anfragen von Firmen, die ihre Produkte auf Ihrer Seite bewerben möchten. Wenn das so ist, können Werbebanner viel einfacher eingefügt werden, wenn Sie das bereits von Anfang an in Ihre Planung einbezogen haben.

- Lassen Sie sich genügend Zeit für die Planung und Entwicklung Ihres neuen Internetauftritts.**

Fangen Sie so früh wie möglich mit der Planung an, damit Sie den Abgabetermin sicher einhalten oder sogar unterschreiten.

1.1.2 Sammeln Sie Informationen und treffen Sie fundierte Entscheidungen

Wissen ist Macht! Je mehr Sie über das Internet und über die Erfolgsfaktoren von Webseiten wissen, desto eher können Sie fundierte Entscheidungen zur Erstellung und Pflege eines Internetauftritts treffen. Die Technologien des Internets ändern sich ständig und werden immer ausgefeilter, so dass Sie sich auch die Zeit für Fortbildung nehmen müssen, um Ihre Webseite auf dem neuesten Stand halten zu können.

Checkliste 1–2

- Lernen Sie die gebräuchlichsten Arten von Bestandteilen und Inhalten einer Webseite kennen und verstehen.**

Falls Sie einen Schnelleinstieg brauchen, lesen Sie in Kapitel 3 weiter.

- Lesen Sie Fallstudien über die Erstellung der Internetauftritte anderer Unternehmen. Dies können Firmen aus ähnlichen Branchen wie Ihr Kunde sein oder ganz andere Geschäftszweige.**

Fallstudien können wertvolle Einblicke und Hinweise in die Erstellung einer Website und die Managementprozesse geben: über Zielsetzungen, Schwerpunkte, aufgetretene Probleme und deren Lösungen, Aspekte der Nutzbarkeit, Marktanalysen und weitere ähnliche Details. Sie enthalten möglicherweise aufrichtige Kommentare zu begangenen Fehlern, den Konsequenzen, die daraus entstanden, und den Schritten, die von der betreffenden Firma zur Lösung unternommen wurden. Sie entwickeln bessere Webseiten, wenn Sie aus solchen realen Beispielen lernen.

Es gibt zwei exzellente Fallstudien¹ über Internetauftritte im Netz, einmal von Gerry Gaffney und Phillip Pagendarm *Website Redesign – a Case Study*² und die zweite zu Royal Borough of Windsor & Maidenhead³.

1. Siehe auch Kelly Braun, et al., *Usability: The Site Speaks for Itself* (Berkeley: Apress, 2003); Malmsten, Ernst, et al., *Boo Hoo: A Dot Com Story* London: Random House Business Books, 2002)
2. <http://www.infodesign.com.au/usabilityresources/general/redesigncasestudy.asp>
3. http://www.windsor.gov.uk/education/case_study.htm

Besuchen Sie andere Websites.

Der Besuch und die Untersuchung anderer Internetauftritte kann bei der Planung der eigenen Website zu ungeheuren Einsichten verhelfen. Tragen Sie eine Liste zusammen, machen Sie reichlich Notizen und übernehmen Sie die Seiten in Ihre Lesezeichen, damit Sie später darauf zurückgreifen können.

Was Sie sich notieren sollen? Gute Frage! Achten Sie besonders darauf, was diese Seiten anbieten, wie sie organisiert sind, wie die Navigation angeordnet ist und ob Sie die Seite einfach bedienen können oder nicht.

Notieren Sie für jede Funktionalität, was klappt und was nicht, welchen Eindruck Farben und Grafiken auf Sie machen, welche Teile intuitiv sind und welche Designelemente einfach zu nutzen sind. Vergessen Sie auch nicht, die Problembereiche der Webseiten aufzuschreiben, einschließlich der Einzelheiten, weshalb Sie diesen Aspekt oder jene Funktion problematisch fanden. Achten Sie auf die Inhaltstypen, die auf den Seiten angeboten werden. Gibt es eine »Über uns«-Seite und eine »Kontakt«-Seite bzw. ein Impressum? Werden Newsletter, Artikel, Hilfeseiten, eine Liste mit FAQs oder ein Inhaltsverzeichnis angeboten? Neben diesen Punkten sollten Sie die Informationen danach ordnen, was Sie für wichtig oder hilfreich halten und was Sie als nichtssagend oder bedeutungslos einstufen. Mehr über die unterschiedlichen Inhaltstypen und Elemente von Webseiten, auf die Sie beim Besuch anderer Websites achten sollten, lesen Sie im Kapitel 3.

Legen Sie eine Liste von Internetseiten Ihrer Konkurrenz an und besuchen Sie diese regelmäßig.

Sie müssen Ihre Konkurrenz im Auge behalten! Nicht nur, dass Sie deren Websites besuchen, wie oben erwähnt, sondern Sie müssen sich auch die Zeit nehmen, herauszufinden, was Ihre Konkurrenz tut. Planen Sie regelmäßige Besuche ihrer Internetseiten ein, um auf dem Laufenden zu sein. Wenn ein Mitbewerber seine Inhalte oft ändert oder aktualisiert, sollten Sie die Speicherung von Bildschirmkopien in Betracht ziehen, und so ein unschätzbar wertvolles, virtuelles Notizbuch für Ideen anlegen.

Recherchieren Sie, welche Kenntnisse und Fähigkeiten zur Entwicklung Ihrer Website erforderlich sind.

In der untenstehenden Liste sind einige Qualifikationen aufgezählt, die typischerweise zur Erstellung und Pflege eines Internetauftritts notwendig sind. Gehen Sie diese Liste durch und markieren Sie die

Fähigkeiten, die Sie gegenwärtig beherrschen und die Qualifikationen, die Sie für dieses bestimmte Projekt vergeben werden. Eventuell müssen Sie Kosten für Schulungen oder Unteraufträge oder beides in Ihr Budget einkalkulieren. Deshalb ist das ein wichtiger Aspekt!

■ **HTML, XHTML, CSS**

Diese Kenntnisse sind grundlegende Voraussetzungen für alle, die Internetseiten erstellen.

■ **Programmiersprachen**

Wichtige Beispiele sind PHP, ASP, Ruby oder Perl

■ **Datenbankadministration**

Hier sind Techniken bzw. Datenbanken wie SQL, MySQL, Oracle relevant.

■ **Grafisches Design**

Grafikdesigner müssen im Umgang mit Grafikprogrammen wie Adobe Photoshop, Illustrator und Macromedia Freehand geübt sein

■ **Fotografieren**

■ **Texten**

■ **Textaufbereitung**

■ **Erfahrung mit Content-Management-Systemen**

Für alle, die große Internetauftritte mit bedeutenden Mengen von Texten leiten, ist etwas Erfahrung mit der Einrichtung und Wartung eines Content-Management-Systems wirklich wichtig. Weniger kritisch ist die Kenntnis, wie Inhalte aktualisiert werden, denn das ist der einfachere Teil der Übung, oder sollte es zumindest sein. Im Kapitel 4 gibt es eine Checkliste zu der Verwaltung von Texten.

■ **Projektmanagement**

☑ **Ermitteln Sie die möglichen Kosten des Internetauftritts.**

Fragen Sie bei einschlägigen Unternehmensverbänden und Kollegen nach, was für verschiedene Elemente eines Webprojekts als vernünftiger Preis angesehen wird. Fragen Sie, welche Quellen sie gut finden oder selbst benutzen. Rückmeldungen von Personen, die ein Projekt mit ähnlichen Merkmalen und Anforderungen realisiert haben, sind besonders hilfreich und dienen Ihnen als Vergleichsmaßstab.

Preise können trügerisch sein, weshalb Sie die Details jeder Rückmeldung prüfen sollten. Manche kostengünstigen Dienstleistungen sind recht gut, andere wiederum kommen im Endeffekt teurer. Vielleicht, weil die Webseiten fehlerhaft oder auch zeitweise nicht verfügbar sind oder die Qualität so schlecht ist, dass sie dem professionellen Firmenimage mehr schaden als nützen. Andererseits sollten Sie aber nicht voraussetzen, dass teurere Dienstleistungen immer besser sind. Es ist am besten, überhaupt keine Annahmen zu treffen. Ich ziehe es vor, mir die Firmen, mit denen ich eine Zusammenarbeit in Betracht ziehe, genau anzuschauen und Leute oder Firmen, denen ich vertraue, um Empfehlungen zu bitten.

Machen Sie sich Notizen zu den gängigen Preisen für die ausgewählten Dienstleistungen und was alles darin eingeschlossen ist. Diese Notizen werden wir im Kapitel 2 brauchen, wenn es um die Kostenermittlung geht.

Holen Sie sich Rat von anderen, die Erfahrung mit Webprojekten haben.

Fragen Sie bei Verbänden und anderen vertrauenswürdigen Leuten nach ihren Erfahrungen, hilfreichen Tipps, Empfehlungen und Anregungen für die Arbeit mit einem Internetprojekt.

Informieren Sie sich über optimale Verfahren und Standards.

Wenn Sie empfohlene, erprobte Vorgehensweisen und Standards einhalten, können Sie sicher sein, dass Ihre Website effektiver arbeitet, schneller geladen wird und in den meisten Browsern oder alternativen Geräten angezeigt werden kann. Sie sorgen damit für zufriedeneren Benutzer und können Zeit und Geld sparen! Die Internet-Technologie ändert sich ständig und wird laufend verbessert. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Website aktuell bleibt. Implementieren Sie keine Technologien, die noch sehr neu und nicht gründlich genug getestet sind. Es ist weitaus besser, bewährte, solide Technologien einzusetzen, deren Leistungsfähigkeit bewiesen ist. Nicht nur, dass Sie sich auf solche Pakete verlassen können, sie werden in der Regel fortwährend aktualisiert und perfektioniert.

Auch durch das Lesen dieses Buches sind Sie auf dem richtigen Weg. Die folgenden Kapitel sind den bewährten Methoden und Standards gewidmet. Ein paar Besonderheiten sind in den Kapiteln 9, 10 und 11 nachzulesen.

1.1.3 Gestaltungsrichtlinien für eine Website entwickeln

In den Gestaltungsrichtlinien (Style Guide) für eine Website sind präzise, hilfreiche und wichtige Anweisungen zur Erstellung und Pflege einer Website und ihrer Inhalte dokumentiert. Es ist wichtig, diese Richtlinien gut zu strukturieren und die Balance zwischen ausreichend Details und einer knappen, aber übersichtlichen Darstellung der Besonderheiten zu finden. Das Dokument muss genug Informationen enthalten, damit seine Benutzer alle Kommunikationselemente auf der gesamten Website einheitlich pflegen können und sich an alle gesetzlichen Bestimmungen halten, die für die Website relevant sind. Außerdem muss sichergestellt sein, dass die Markenpolitik des Unternehmens feststehenden Konventionen folgt.

Vielleicht ziehen Sie es vor, die Gestaltungsrichtlinien zu einer Kurzreferenz zusammenzufassen, wo die wichtigsten Punkte des Dokuments hervorgehoben sind und auf die Details verwiesen wird. Benutzer können so zu jedem Punkt die spezifischen Einzelheiten finden, wie etwa Vorlagen, Bilder oder andere Elemente, mit deren Hilfe sie die Empfehlungen des Style Guides in ihrer täglichen Arbeit umsetzen können.

Die folgende Checkliste stellt die wichtigsten Punkte zusammen, die bei der Entwicklung und Pflege von Gestaltungsrichtlinien zu beachten sind.

Checkliste 1–3

- Bieten Sie die Elemente und Inhalte auf der Website in einer einheitlichen Form an und treiben Sie diese Durchgängigkeit voran.**
- In Ihrem Style Guide sollten Richtlinien zur Erstellung von Texten enthalten sein. Fügen Sie klärende Beispiele ein, die den Benutzern zeigen, wie Texte einer Website gepflegt werden.**

Verwenden Sie nach Möglichkeit aktuelle, gebräuchliche Schreibrichtlinien als Grundlage für Ihre eigenen Stile. Im englischen Sprachraum sind dies z.B. *The Chicago Manual of Style*, das *Publication Manual of the American Psychological Association* oder der *Economist Style Guide*.⁴ Im Abschnitt Ihres Style Guides, der sich

4. The University of Chicago, *The Chicago Manual of Style, Fifteenth Edition* (Chicago: The University of Chicago Press, 2003); American Psychological Association, *Publication Manual of the American Psychological Association, Fifth Edition* (Washington, DC: American Psychological Association, 2002); The Economist, *Economist Style Guide, Eighth Edition* (London: Economist Books, 2003).
Anm. d. Übers.: Für deutsche Texte ist der Duden, *Band 2 Stilwörterbuch*, (Dudenverlag, 1988) hilfreich, für Webtexte Stefan Heijns *Texten fürs Web* (dpunkt.verlag, 2002).

mit der Definition der Formate befasst, sollten Sie die eigenen Stile, die speziell für Ihren Internetauftritt gelten, hervorheben, sowie vermerken, worin und warum sich Ihre Stile von den empfohlenen Richtlinien unterscheiden.

- Fügen Sie Anweisungen zur Veröffentlichung von Inhalten und Berechtigungen hinzu.**

Beispielsweise, ob Webinhalte ohne vorherige Freigabe durch eine bestimmte Person vom Redakteur veröffentlicht werden dürfen.

- Fügen Sie Spezifikationen zur Verwendung von Grafiken oder Multimediaobjekten hinzu.**

- Geben Sie Leitlinien und Beispiele für die Verwendung von Logos oder anderen Markenzeichen vor.**

Um das unternehmensspezifische Firmenimage (Corporate Identity) zu bewahren erlauben viele Firmen nicht, dass ihre Logos in irgendeiner Weise verändert werden. Die Farben eines Logos zu ändern, es zu drehen oder zu animieren, ist oft unzulässig. Ihre Gestaltungsrichtlinien sollten klare Bedingungen zur akzeptablen Verwendung der Logos und Markenzeichen enthalten. Darin sollten die Farbcodes der Logos und Markenzeichen angegeben werden, die Mindest- und Maximalgrößen, die jedes Element haben muss, sowie andere Bedingungen, die sicherstellen, dass Ihr Logo und Markenzeichen korrekt abgebildet werden.

- Stellen Sie ein Merkblatt für Besprechungen zur Verfügung sowie eine Beschreibung der rechtlichen Gepflogenheiten Ihres Unternehmens.**

Muss der Internetauftritt einen Urheberrechtsvermerk enthalten oder entsprechende Hinweise, Haftungsausschlüsse, Nutzungsbedingungen für die Webseiten oder Datenschutzrichtlinien? Fragen Sie einen Anwalt, wie solche rechtlichen Leitlinien für Webseiten formuliert werden müssen.

Vermerken Sie in Ihren Gestaltungsrichtlinien, wo auf der Website überall auf diese rechtlichen Hinweise verwiesen werden soll und welcher bestimmte Text wo angezeigt werden soll. Üblicherweise enthalten Fußzeilen abgekürzte rechtliche Hinweise, beispielsweise Nutzungsbedingungen, Datenschutzhinweise oder einen grundsätzlichen Hinweis auf das Urheberrecht, etwa so:

Copyright © 1996–2007 SKDesigns. Alle Rechte vorbehalten.



Mehr über rechtliche Dinge

Wenn Sie mehr Informationen über rechtliche Dinge für Webseiten, einschließlich Urheberrecht, erfahren möchten, lesen Sie meinen Artikel *The Legal Side*⁵ und die häufig gestellten Fragen zum Urheberrecht⁶ des U.S. Copyright Office.⁷

- ✓ **Stellen Sie Vorlagen der wichtigsten Webseiten zur Verfügung, samt Anweisungen und Beispielen, wie sie zu nutzen sind.**

Beziehen Sie Richtlinien zur Struktur des HTML- und CSS-Codes sowie die Standard-Layouts in Ihren Style Guide ein. Regeln zur Benennung der einzelnen Seiten, Dateien und Verzeichnisse sollten nicht fehlen, das gilt auch für interne und externe Links und deren Protokolle.

Wie Sie die gesamten Informationen in Ihren Gestaltungsrichtlinien zusammenfassen, zeigen wir im nächsten Kapitel.



Von anderen lernen

Hilfreiche Einblicke in die Erstellung von Gestaltungsrichtlinien erhalten Sie, indem Sie andere Style Guides lesen und sich notieren, welche Abschnitte Sie für nützlich halten und welche Informationen unnötig sind (solche Informationen sollten nicht in Ihrem Style Guide enthalten sein). Werfen Sie ein Auge auf den hoch geschätzten Web Style Guide: *Basic Design Principles for Creating Web Sites*, Second Edition (Yale University Press, 2002) von Patrick Lynch und Sarah Horton, <http://www.webstyleguide.com/>. Es ist ein hilfreiches Beispiel guter Gestaltungsrichtlinien. Weitere Web Site Style Guides finden Sie im Internet, wenn Sie nach »Web Site Style Guide«, mit und ohne Anführungszeichen, suchen.

1.1.4 Verwalten wie von Zauberhand: Effektive Organisation

Ob Sie eine Website alleine oder im Team planen spielt keine Rolle, wohl aber die effektive Verwaltung des Projekts. Sie hilft Ihnen so mühelos, den Zeitrahmen und das Kostenlimit einzuhalten, dass Sie sich fragen, ob Sie nicht einen Nebenjob als Zauberer annehmen könnten!

5. <http://websitesetips.com/legal/>

6. <http://www.copyright.gov/help/faq/>

7. Anm. d. Übers.: In Deutschland gelten natürlich andere Gesetze. Informationen hierzu gibt es beim Bundesjustizministerium, <http://bundesrecht.juris.de/urhg/>, sowie speziell zum Urheberrecht in der digitalen Welt bei <http://www.irights.info/>

Die erfolgreiche Organisation eines Internetauftritts oder eines Webprojekts hängt davon ab, wie Sie den großen Zusammenhang in kleinere Stücke aufteilen, Aufgaben delegieren und den Zeitaufwand für jedes einzelne Teilstück abschätzen. Hier ist eine Checkliste, die Ihnen genau dabei helfen soll:

Teilen Sie Ihr Internetprojekt in seine wichtigsten Phasen auf.

Checkliste 1-4

Normalerweise umfasst ein Internetprojekt die folgenden Hauptabschnitte:

1. Erste Vorplanung
2. Planung der Inhalte
3. Planung von Design und Entwicklung
4. Implementierung
5. Nachbereitung

Zerteilen Sie die Hauptabschnitte in kleinere, überschaubare Schritte.

Sie können das Inhaltsverzeichnis dieses Buches als Richtschnur zur Aufteilung Ihres Internetprojekts in einzelne, überschaubare Schritte benutzen.

Entsprechend der oben beschriebenen Aufteilung wird eine Aufgabenliste erstellt.

Nachdem Sie Ihr Projekt in handliche Stücke zerlegt haben, können Sie eine Aufgabenliste erstellen und darin vermerken, welche Arbeiten wann und von wem durchzuführen sind.

Stellen Sie einen realistischen Zeitplan auf.

Das scheint zwar naheliegend zu sein, aber die benötigte Arbeitszeit zur Fertigstellung der einzelnen Schritte eines Internetprojekts wird oft unterschätzt. Deshalb müssen Sie, wie schon weiter oben bemerkt, für jede Aufgabe vernünftige Zeitreserven einplanen, manchmal sogar das Zwei- oder Dreifache der Zeit, die Sie ursprünglich veranschlagt haben.

Sehen Sie auch unvorhergesehene Ereignisse in Ihrem Zeitplan vor, zum Beispiel überraschende Verabredungen, Funktionsstörungen der Soft- und Hardware oder Krankheit sowie Zeit für unvermeidliche Unterbrechungen, wie etwa Feiertage oder Ähnliches. Setzen Sie Abgabetermine, in denen sich die Termine für die Fertigstellung der großen und kleinen Eckpunkte widerspiegeln. Vielleicht haben viele eine Hassliebe zu Abgabeterminen, sie sind trotzdem wichtig und unerlässlich, damit wir unsere Arbeit termingerecht abliefern können.

Vor allem für Projektleiter von mittleren bis großen Internetauftritten sind Projektmanagement-Werkzeuge nützlich, besonders solche, die Terminpläne in sog. Gantt-Diagrammen darstellen können oder andere visuelle Werkzeuge zur Zeiterfassung anbieten. Auf solche Werkzeuge werden wir gleich noch näher eingehen.

Für kleinere Internetprojekte können Sie einen Terminkalender verwenden oder sich ein Diagramm einer Zeitachse erstellen und sich beispielsweise zum Ziel setzen, die neue Website in zwei Monaten fertigzustellen. Danach verfeinern Sie den Terminplan und setzen für alle Tätigkeiten in diesem Projekt einen Zeitpunkt für die Fertigstellung.

Überlegen Sie, ob der neue Internetauftritt in mehreren Phasen veröffentlicht wird, entsprechend den kurz- und langfristigen Projektzielen. Sie erinnern sich an das Beispiel weiter oben in diesem Kapitel, wo die Möglichkeit, Lehrmaterialien elektronisch zu verkaufen, zum 1. Juni freigegeben werden sollte. Das könnte ein kurzfristiges Ziel für diesen Internetauftritt sein. Langfristig könnte geplant sein, dass im nächsten Schritt Artikel zur Verfügung gestellt werden.

Planen Sie die regelmäßige Aktualisierung der Inhalte Ihrer Seite, um sie auf dem neuesten Stand zu halten.

Nachdem Ihre Website veröffentlicht ist, sollten Sie in regelmäßigen Abständen Zeit zur Aktualisierung einplanen, damit die Inhalte Ihrer Website auf dem aktuellen Stand sind. Reservieren Sie Zeit für wiederkehrende Aktualisierungen der Website und die Pflege der Inhalte. Eventuell gehören dazu auch die folgenden Punkte:

- Veröffentlichen von Produktaktualisierungen
- Serviceleistungen für Kunden
- Durchführung von Seiten- und Fehlerüberprüfungen
- Aktualisieren, Editieren und Verwalten von Texten
- Ergänzungen im grafischen Bereich
- Regelmäßiges Auswerten der Website
- Implementieren von Programmaktualisierungen und Änderungen im Front- und im Backend
- Werbe- und Marketingaufgaben

Prüfen Sie den Einsatz hilfreicher Projektmanagement-Programme.

Ein paar Programme, die hierfür in Frage kommen sind Basecamp von 37Signals⁸, dotProject⁹, eine Open-Source-Lösung, GoalPro

8. <http://www.basecampHQ.com/>

9. <http://www.dotproject.net/>

von Success Studios¹⁰, Microsoft Office Project¹¹ oder Mind- Mapper von Simtech¹².

1.1.5 Die Zusammenarbeit im Team

Drücken Sie sich klar aus.

Checkliste 1-5

Sowohl der Projektleiter als auch die Projektmitarbeiter müssen den Projektfortschritt kennen und verstehen, und sie müssen wissen, welche Aufgaben bereits von wem erledigt wurden. Halten Sie alle Beteiligten auf dem Laufenden, indem Sie sie regelmäßig und auf eine bestimmte Weise unterrichten, sei es durch Telefonkonferenzen, persönliche Treffen, E-Mails, private Chats oder private Online-Foren¹³. Arbeiten Sie Treffen und Besprechungen hinterher schriftlich auf, damit alle gleichermaßen informiert sind und Missverständnisse selten bleiben. Diese Reports sind eine praktische Referenz und ein detailliertes Dokument über den Fortschritt des Projekts.

Erstellen Sie ein Gesamtkonzept und einen zugehörigen Terminplan.

Diese Dokumente müssen stets aktuell und allen Mitgliedern des Projektteams zugänglich sein.

Unterstützen Sie Ihre Kollegen und Mitarbeiter.

Projektleiter und Teammitglieder müssen professionell arbeiten. Seien Sie allen gegenüber hilfsbereit.

Seien Sie bestimmt und zuverlässig.

Seien Sie allen am Projekt Beteiligten gegenüber diplomatisch und einfühlsam.

Seien Sie flexibel.

10. <http://www.goalpro.com/>

11. <http://office.microsoft.com/home/office.aspx?assetid=FX01085795>

12. <http://www.mindmapper.com/>

13. Online-Chat-Programme, einschließlich AOL Instant Messenger <http://aim.com/> und Miranda Instant Messenger <http://www.miranda-im.org/>. Für IRC-Channels z.B. mIRC <http://www.mirc.com/> und ChatZilla <http://www.mozilla.org/projects/rt-messaging/chatzilla/>



Ein großartiges Team bilden

In der Regel haben die besten Teams viel Spaß zusammen, sind gut vernetzt und kommunizieren gut miteinander. Um positive Bindungen in einem Team zu ermöglichen, sollten Sie Gelegenheiten schaffen, bei denen die Teammitglieder miteinander arbeiten und spielen können.

1.2 Zusammenfassung

Mit einer effektiven Planung bleiben Internetprojekte innerhalb des vorgesehenen Zeitrahmens und veranschlagten Budgets, was schließlich zum Erfolg einer Website beiträgt. Dieses Kapitel enthielt einige Checklisten, mit deren Hilfe Sie effektiver planen und fundierte Entscheidungen treffen können. Die Entwicklung von Gestaltungsrichtlinien, die wir in den kommenden Kapiteln weiterführen werden, wurde begonnen.

Im Kapitel 2 bauen wir auf das bisher Gelesene auf und geben Ihnen Checklisten an die Hand, die Sie dabei unterstützen sollen, wie Sie den Schwerpunkt Ihres Projekt bestimmen, einen Entwicklungsplan für Ihre Website organisieren und Gestaltungsrichtlinien entwickeln.