

Kinderseiten werden mobil

Projektverlauf

- 1. Entscheidung, die eigene Website mobiloptimiert anzubieten**
 - z.B. auf Grundlage von Analysendaten zu Zielgruppe(n) und bisheriger Nutzung
- 2. Formulierung Zielstellungen und Anforderungen**
 - Was soll die Website in der definierten Zielgruppe erreichen?
 - Was sind die grundlegenden Anforderungen, die die Website erfüllen soll?
- 3. Hinzuziehung ausführender Part (Agentur, inhouse) und Vorstellung Ausgangsposition**
 - Briefing zu Zielstellung(en), Zielgruppe(n), allgemeiner Ausrichtung
 - Ist die Website bereits vorhanden?
 - Wird ein CMS gewünscht?
 - Wird bereits ein CMS verwendet?
 - Gibt es Erfahrungen mit einem bestimmten CMS?
 - Existiert ein CI oder CD?
- 4. Analyse auf Grundlage der gegebenen Informationen**
 - Wo liegen die Vor- und Nachteile beim Einsatz eines CMS allgemein?
 - Wo liegen die Vor- und Nachteile beim Einsatz eines bestimmten CMS?
 - Soll die Umsetzung als „m.“-Domain oder responsive Website erfolgen?
 - Muss eine separate Betrachtung der Inhalte für mobil und desktop erfolgen?
 - Auf welche Inhalte kann im mobilen Bereich verzichtet werden?
- 5. Planung Struktur und Design**
 - Muss ein CI oder CD beachtet werden?
- 6. Planung der Umsetzung**
 - Welche Zielplattformen sollen bedient werden (Browser, Browser-Versionen)?
 - Wird die Website als responsive Website oder „www.“-„m.“-Kombination umgesetzt?
 - Kommt ein CMS zum Einsatz?
 - Wenn ja, welches CMS?
 - Welche technischen Details und Funktionen werden umgesetzt (z.B. Integration Google Maps oder eines Kontaktformulars)?
 - Müssen ggf. Schnittstellen integriert und bedient werden?
 - Welche Inhalte kommen für welchen Bereich zum Einsatz?
 - Wer liefert diese Inhalte?
 - Wann werden diese Inhalte geliefert?
- 7. Umsetzung**
- 8. Testlauf**
- 9. Launch**

Vorbereitung ist alles

Um diejenigen, die ein solches Projekt umsetzen sollen (Agentur, inhouse) adäquat vorbereiten zu können, sollten folgende Punkte vorab möglichst detailliert ausgearbeitet werden:

- Zielgruppe(n) analysieren und definieren
- Zielstellung(en) klar definieren
- Rahmenbedingungen formulieren
- eigene Vorstellungen kommunizieren, aber flexibel halten
- ggf. Corporate Identity/Corporate Design zur Verfügung stellen
- Inhalte definieren
- bei vorhandenen Inhalten diese priorisieren und fokussieren

Stolperfallen

Probleme bei einem derartigen Vorhaben treten meist auf, weil ...

- ... klare Zielstellungen und Anforderungen fehlen.
- ... nach erfolgter Planung von Struktur, Design und Umsetzung grundlegend neue Anforderungen und Ausrichtungen hinzukommen.
- ... die sehr wichtigen Phasen von Analyse und Planung aus Zeitmangel oder wider besseren Wissens übersprungen oder nicht vollständig absolviert werden.
- ... die technische Aspekte beachtet, die inhaltlichen Aspekt jedoch unterschätzt werden.
- ... eine ausreichende Testphase (ggf. in der Zielgruppe) nicht berücksichtigt wird.

Kosten

Hauptsächlich folgende Positionen verursachen Aufwand und damit Kosten:

- Analysen und Konzeption im Vorfeld (meist eigene Ressourcen)
- allgemeine Projektplanung
- Strukturplanung und Planung Benutzerführung
- Planung und Umsetzung Design (Gestaltung, Farben, Schriften)
- Planung der technischen Umsetzung (jede Funktion an sich wird integriert und es spielt keine Rolle, ob diese evtl. bisher bereits vorhanden war oder nicht)
- ggf. Integration und Anbindung CMS samt Datenbank
- Integration von Inhalten und Materialien

Gern vergessen oder unterschätzt werden Kosten für folgende Positionen:

- Erstellung Texte
- ggf. Übersetzungen
- ggf. Erstellung, Kauf, Bearbeitung Bildmaterial
- ggf. Erstellung Ikonographie
- ggf. Kauf von Schriftarten
- ggf. die Kosten für die Erstellung von multimedialen Inhalten
- Testphase vorbereiten, durchführen und auswerten