

# Webportal-Grobkonzept

**www.frauenpolitik.at**

Für

**Braintrust**

New Media Solutions

Wien

Von

**steinrissner+partner**

büro für digitale kommunikations\_architektur

**www.steinrissner.at**

Wien im Dezember 2003

## **Inhalte**

### **1. Einleitung**

Seite 4

### **2. Ausgangssituation**

Seite 4

### **3. Leitbildanalyse**

Seite 4

### **4. Idee**

Seite 5

### **5. Online-Strategie**

Seite 5 - 6

### **6. Online-Marketing**

Seite 6 - 8

### **7. Das Portal**

Seite 8 - 9

### **8. Abgrenzung zum Wettbewerb**

Seite 9 – 10

### **9. Webgrafik**

Seite 10 - 12

**10. Contentstruktur**

Seite 12

**11. Struktur des Portals**

Seite 12 - 14

**12. Navigation des Portals**

Seite 15

**13. Software-Ergonomie**

Seite 15

**14. Metatags**

Seite 15 - 16

**15. technische Umsetzung**

Seite 16 - 18

**16. weitere Maßnahmen**

Seite 18

**17. Zukunft**

Seite 18

**18. Schlussbemerkungen**

Seite 20

**19. über steinrisser+partner**

Seite 20

## **1. Einleitung**

Dieses Papier behandelt eine Grob-Konzeptionierung für ein Frauen Web-Portal. Bei den niedergeschriebenen Maßnahmen handelt es sich einerseits um spezifische Anforderungen an ein vertikales Portal, aber auch um allgemeine Maßnahmen der Website-Konzeption.

Dieses Papier erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es dient als Grundlage für die Planung und Umsetzung der weiteren, entscheidenden Schritte (interne Organisation, Detailplanungen, Stellung und Verantwortung der einzelnen Umsetzungspartner).

Detaillierte Planungen der Teilbereiche (z.B. Online-Marketingkonzept) und einverbindlicher terminlicher Fahrplan (Festlegung der Prioritäten) der weiteren Maßnahmen, kann erst nach Absprache und intensivem Briefing mit den Verantwortlichen von Braintrust New Media Solutions und den weiteren Umsetzungspartnern erfolgen.

## **2. Ausgangslage**

In Österreich gibt es eine Vielzahl von Fraueninitiativen und Projekten, die aber bis dato noch nicht über ein eigenes (Frauen-) Portal zentral erreichbar und vernetzt sind.

## **3. Leitbildanalyse**

Frauenpolitik.at ist eine offene, unabhängige Webplattform, welche sich zum Ziel gesetzt hat, frauenrelevante Themen und Organisationen der Öffentlichkeit in Form eines Frauenportals zur Nutzung bereitzustellen. Der neue Webauftritt ist an alle weiblichen Teilöffentlichkeiten in Österreich gerichtet und soll soweit wie möglich, die Bedürfnisse aller Frauen ansprechen und bedienen.

#### **4. Idee**

Der neue Webauftritt [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at) soll als Informationsdrehscheibe, Beratungsplattform und Workstation über die Angebote diverse Frauen-Organisationen informieren. Das Portal soll, durch die digitale Vernetzung aller österreichischen Frauenaktivitäten und Initiativen von Institutionen, Ministerien, Vereinen usw., einen direkten Nutzen für alle in Österreich lebenden Frauen bringen. Durch hochwertigen Content und diversen Web-Mehrwertdienstleistungen zum Wiederbesuch animieren und eine Browser-Anfangseite bzw. eine Bookmarkfähigkeit erreichen. Die Website ist so ausgelegt, dass eine Modifizierung (ohne Komplett-Relaunch) jederzeit möglich ist.

Weiters soll das neue Portal den Markenaufbau bzw. das Image, die Positionierung von diversen Fraueninitiativen, Frauenvereine usw. (Vermittlung des USP's und des UMP's) und der Verbreitung von frauenbezogenen Informationen und Bedürfnissen unterstützen bzw. fördern.

#### **5. Online-Strategie (Copy-Strategy)**

Als Copy-Strategy wird die Strategie der Informationsvermittlung (E-Mailmarketing, Newsletter, Foren, Newsgroups, Dienstleistungen), Interaktion (E-Learning, Online-Workshops) und übergeordnete Frauenplattform (Vernetzung der Institutionen) verfolgt. Die Besucherin (egal, welcher Zielgruppe, Cluster oder Region) soll sich im Web gut behandelt fühlen und umfassend betreut werden.

Die Besucherin und ihre Bedürfnisse stehen im Mittelpunkt des Webauftrittes. Eine Verbindung zwischen Produkt/Dienstleistungsdarstellung der jeweiligen Organisationen und zusätzlichen Informationscontent soll generiert werden. Dadurch besteht die Möglichkeit sich ein Gesamtbild über die „Frauenwelt“ in Österreich zu machen. Der Webauftritt bietet auch die Möglichkeit mit dem Portal digital zu kommunizieren, bzw. in diversen Microsites angebotene Serviceleistungen (E-learning, Workshops usw.) von Institutionen oder Unternehmungen zu nutzen.

Die technische Ausrichtung, Auswertung der Logfiles, wie auch direkte Besucherinnenfeedbacks, bzw. Umfragen führen zu einer ständigen Weiterentwicklung der Online-Präsenz.

Zusätzlich soll sich durch diverse Web-Dienstleistungen ein Mehr-Wert für die Besucherinnen ergeben und zum Wiederkommen einladen. Dialogorientierte Webelemente (Newsletter, offene FAQs, Kontaktformulare, Chatrooms usw.) sollen die Besucherin animieren mit dem Portal oder den Institutionen in Kontakt zu treten. Gewonnenes Datenmaterial werden vom Kundenmanagement des Portals für Werbeaktionen und Marketingaktivitäten verwendet.

### **UMP und USP: Frauenpolitik.at wird DIE österreichische Frauenplattform im Netz!**

## **6. Online-Marketing**

Hier werden nachfolgend, vier - der acht möglichen, weiterführenden Marketing-Instrumente für das Internet dargestellt und die Umsetzung für [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at) beschrieben, sowie die Eckpunkte für den Webauftritt definiert. Detaillierterer Online-Marketingmaßnahmen werden über ein eigenes Konzept definiert und umgesetzt.

### **Die 4 C's im Onlineauftritt**

- Content - Besucherin will Informationen und Know-how
- Co-Location - Besucherin will die Plattform kennenlernen
- Community - Besucherin will Interaktion und Kommunikation
- Convenience - Nutzung der Website soll bequem sein

### **Die Web-Schwerpunkte in der Umsetzung**

- Design/Interface (Co-Location)
- Interaktion und Vernetzung (Community)
- Informationsgehalt (Content)
- technische Performance, Struktur, Navigation (Convenience)

## **Content**

Breiter und gut aufbereiteter Content soll einerseits die zufällige Besucherin, potentielle Neukunden (Vereine, Institutionen), sowie die angesprochenen Zielgruppen animieren, sich länger auf der Site aufzuhalten und dazu bewegen die Web-Angebote zu nutzen und sich auch für die anderen Dienstleistungen zu interessieren bzw. Informationen darüber einzuholen. Der hochwertige Content soll Vertrauen schaffen, Wissen vermitteln und ein positives Weberlebnis erzeugen. Außerdem soll er zur Weiterempfehlung anregen und Loyalität (Kundenbindung) durch die Vermittlung von Beratungs-Kompetenz und Seriosität erzielen.

## **Convenience**

Um die Web-Bequemlichkeit zu fördern bzw. für die Besucherin spürbar zu machen, ist es notwendig die Ladegeschwindigkeit (techn. Performance, Anbindung an den Backbone) der einzelnen Sites so zu gestalten, dass sich für jede Besucherin mit einem 28,8 Kb. Modem, innerhalb von 12sec. jede Page downloaded. Mit einer einheitlichen Struktur und Navigationskonsistenz soll die Website leicht erlernbar für die Besucherin sein. Die Website soll selbsterklärend und die Besucherin intuitiv durch das Webangebot führen. Neben der „technischen“ Bequemlichkeit ist auch auf Design (Farben!), Corporate Wording (Lesbarkeit!) ein besonderes Augenmerk zu legen bzw. webtauglich und themenbezogen umzusetzen.

## **Co-Location**

Die Co-Location wird vor allem durch das Graphik-User-Interface bestimmt. In diesem Bereich kommt der grafischen Gestaltung besondere Bedeutung zu. Die aufzubauende E-Architektur soll dem „Look and Feel“ aus dem offline Bereichen (wie werden Frauenorganisationen „gesehen“?) eine geistige Verbindung schaffen und webtauglich umgesetzt sein.

## **Community**

Um eine Datengenerierung durch die Online-Präsenz zu ermöglichen, wird von Anfang an, der Besucherin eine dialogorientierte Kommunikation angeboten. Weiters werden durch Foren, Chatrooms, Online-Workshops usw. digitale Vernetzungsmöglichkeiten auf dem Online-Angebot präsentiert. Die Besucherinnen sollen über diverse Maßnahmen animiert werden, die ihnen angebotenen Interaktionselemente anzunehmen und zu nutzen.

## **Hauptbereiche auf dem Portal [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at)**

[www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at) teilt sich in mehrere Hauptbereiche, welche miteinander verknüpft sind.

- Themenbereiche (Vertikales Portal)
- Communitybildung (Foren, Arbeitsgruppen)
- Semantisches (Wissens-) Netz
- Online-Kommunikation (intern/extern)
- Online-Mehrwertelemente
- Themenbezogene Suchfunktion
- Vernetzung von Frau zu Frau
- Vernetzung von (Frauen-) Interessensgruppen

## **7. Das Portal**

### **Allgemeines**

Planung und Realisierung einer neuen, vertikalen Portallösung und Implementierungen von diversen Webelementen nach den Kriterien Service, Software-Ergonomie, Design, Kundennutzen und Kunden-Zusatznutzen auf dem neuesten Stand der Online-Kommunikation, mit der erforderlichen und besten Technik (Software- und Hardware) und Freistellung der notwendigen personellen und finanziellen Ressourcen.

### **Eckpunkte der Online-Aussagen sind**

- Seriosität
- Wissensvermittlung
- Fachkompetenz
- Beständigkeit
- Qualität
- Sicherheit
- Frauenbezogenheit
- Interaktivität
- Vernetzung

### **Was soll das neue Portal bringen und bieten?**

- Informationen über Fraueninitiativen
- Kontaktmöglichkeiten
- Produkt- und Dienstleistungsbeschreibungen
- Informationen über Frauenthemen
- Adressenverzeichnis
- Jobs für Frauen
- Verlinkungen zu Partnersites
- Darstellung der Partner
- Nur frauenspezifische Werbung auf den Pages
- Kundenkommunikation
- Generieren von Kundendaten
- Div. Downloads
- Bestellmöglichkeit von Infomaterial
- Informationen über Neuigkeiten
- Newsletterversand
- Rechtsberatung
- Chatrooms
- Vernetzung von Initiativen, Vereinen usw.
- Intranet- und Extranetanbindung
- Mehrsprachig

### **8. Abgrenzung zum Wettbewerb**

#### **(Online)-Wettbewerbsdifferenzierung**

Informationsvermittlung, Interaktion und Vernetzung stehen im Vordergrund des Online-Auftrittes. Durch Vermittlung einer vielfältigen, fachbezogenen Themenkompetenz, in channelartiger Aufbereitung und als übergeordnete Kommunikationsdrehscheibe im Internet wird eine klare Differenzierung zu den Mitbewerbern generiert.

Weitere Online-Dienstleistungen (z.B. Adressenverzeichnis, Linkliste, Storys usw.) bieten Zusatznutzen und sollen die Fachkompetenz und Kundenorientiertheit des Portals erhöhen und zum Wiederbesuch einladen. Interaktion wird durch diverse Webelemente (z.B. Chatrooms usw.), die nicht direkt mit den Kern-Dienstleistungen zusammenhängen möglich.

### **Online-USP und Online-UMP**

Eine klare Vermittlung des Online-USP und Online-UMP, bedeutet:

- Mehr Frauen-Infos als der Mitbewerb
- klare Vermittlung der (Kern)Dienstleistungskompetenzen
- direkte Kommunikation über das Portal möglich
- gezielte Online-Werbeaktionen an registrierte User
- Hoher Informationswert
- Einheitliche Darstellung der Institutionen
- Portalvorstellung
- Mehrwertdienstleistungen
- Vernetzung von Institutionen, Vereinen usw.

## **9. Webgrafik**

### **Präambel**

Um eine wirkungsvolle Kommunikation und Imagebildung zu erzielen ist es wichtig ein einheitliches Erscheinungsbild über den gesamten Web-Auftritt zu präsentieren.

Das Design soll dezent und unaufdringlich (trotzdem exklusiv) für die Besucherin wirken. Frauenpolitik.at wird auf jeder Page immer als primärer Absender erkannt. Die Darstellung der Startseite erfolgt als Themensite mit Portalcharakter und erhält mit Unterstützung des Designs Tiefe. Weitere Pages haben eine klare Anmutung und Absendererkennung bei welchem Thema sich die Besucherin online befindet.

Das Webdesign soll auch die Navigation und den (Online-) Markenaufbau unterstützen. Die Website und die restlichen Webelemente (Global-Navigation usw.) werden um das Logo

aufgebaut. Das Logo ist auf allen Sites links oben zu positionieren und dient dadurch als Homepage-Button.

Bei der Verwendung von Farben sind Webfarben zu verwenden. Die Seitenlayouts sind, von den Dimensionen, so zu gestalten das größtmöglicher Raum für die Vermittlung der Inhalte (Infobereich) übrigbleibt und sie sich verschiedenen Bildschirm-Auflösungen anpassen können. Die Global-Navigation, Querverweise werden als grafisches Elemente und Related Links als Textlinks dargestellt. Sie sind somit eigenständige Designelemente.

### **Bilder, Grafiken und Fotos**

Um ein einheitliches Bild zu schaffen, werden, je nach Bereich immer in der gleichen Größe abgebildet und auf der selben Stelle auf der Page positioniert. Der Einsatz von Fotos und Grafiken soll zum Branchen-Image passen und im Konnex zu den angebotenen Verlinkungen stehen und die Seriosität des Portals fördern.

### **Aussagen der Webgrafik**

- Freundlichkeit
- Kompetenz
- Seriös
- Themabezogen
- Frauenbezug
- Know-how

### **Mandatories des Designs**

- Ergonomische Kriterien berücksichtigen
- Usability unterstützend
- Max. 6 Farben verwenden
- Positionierungs-Konsistenz
- Farbliche Trennung der Hauptbereiche
- Farb-Konsistenz
- Grafiken und Bilder sind mit Texten unterlegt

- Keine Angrenzung von Farben mit einer Sättigung von 1
- Gesetz der Gleichmässigkeit einhalten

### **Erstellung eines Design Style Guide für [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at)**

- Vorstellung des Internetdesigns und der zentralen Templates
- Beschreibung der Farben und deren Wirkung im Web
- Vorstellung der Schriftarten und deren Anwendung im Internet
- Darstellung der Design-Elemente
- Beschreibung des Screenrasters

## **10. Contentstruktur**

Die Contentstruktur und Darstellung des Textes von [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at) teilt sich in zwei Ebenen. Der gesamte interne Bereich wird im PR-Stil geschrieben, welcher als sachlich und informativ abgebildet wird. Bereiche der Informationsvermittlung, Dienstleistungen (Storys, FAQs usw.) und Produktbeschreibungen werden wissensvermittelnd geschrieben.

Konnotationen und Denotationen sollen im Verständnisbereich der angesprochenen Zielgruppen liegen.

### **Mandatories des Textes**

- Einfache und informelle Schreibweise
- Bei Bedarf Hypertext Einbindung
- Inverted Pyramide Style
- Scannbar machen
- Webschriften verwenden
- Aktiver Schreibstil
- Texte sind vergrösserbar und verkleinerbar

## **11. Struktur des Portals**

### **Allgemeines**

Die Struktur des Online-Auftrittes [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at) ist so aufgebaut, dass die Besucherin mit max. 4 Klicks jede gesuchte Information/Webpage im Online-Angebot aufrufen kann. Die Besucherinnen des Portals soll ohne Erklärungen durch die Website navigieren können und alle relevanten Inhalte rasch auffindbar und nutzbar sind.

### **Struktur und Aufbau der Seiten**

Die Startseite besteht im wesentlichen aus den Navigationselementen und den Infobereichen. Die Anordnung und Größe der Strukturelementen (Startseite/Pages) erfolgt auf Basis einer Prioritätenliste und den Nutzertypen der Usability-Kriterien. Klare Trennung und Gliederung der Hauptbereiche auf der Startseite ermöglichen eine stärkere Fokussierung in den unteren Ebenen auf die jeweilige Zielgruppe und deren Bedürfnissen.

### **Die Strukturelemente der Startseite**

- Global-Navigation
- Querverweise
- Informationsbereich
- Meta-Navigation
- Bannerplatz
- Newsbereich
- Login
- Suchfunktion

### **Die Strukturelemente der weiteren Pages**

- Global-Navigation
- Hyperlinks
- Breadcrumbsleiste
- Related Links
- Login
- Querverweise
- Informationsbereich
- Bookmarkbutton

- Meta-Navigation
- Bannerplatz
- Suchfunktion

#### **Fixe Webelemente auf [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at)**

- Powerpointpräsentationen
- Aktualisierungstransparenz
- Downloads
- Inhaltsverzeichnis
- Jobs bei Frauenpolitik.at
- Garantieerklärung

#### **Fixe Pages auf [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at)**

- Sitemap
- Datenschutz
- Team
- Daten und Fakten
- Leitbild des Portals
- Partner
- Web-Index
- Impressum
- Nutzungsbedingungen
- Rechtliche Hinweise

#### **Fixe Funktionalitäten auf [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at)**

- Hyperlinks
- Linktexte
- Druckversionen
- Kontaktformulare
- Text-Only Version
- Send a Friend

## **12. Navigation des Portals**

### **Allgemeines**

Die Navigation durch [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at) ist auf 4 Hauptnavigationen und 2 Subnavigationen aufgebaut. Über das Zusammenspiel von Struktur und Navigation wird eine Spike-Navigation weitgehend verhindert.

### **Aufbau Hauptnavigation**

- Kaskadensystem
- Schlüsselwörter und Index
- Semantisches Netz
- Sitemap

### **Aufbau Subnavigation**

- Querverweise
- Related Links

## **13. Software-Ergonomie**

Um einen reibungslosen und erfolgreichen Websitebesuch zu ermöglichen, sind bei der Umsetzung der einzelnen Teilbereiche (Technik, Content und Grafik) des Portals [www.frauenpolitik.at](http://www.frauenpolitik.at) die Grundsätze der Software-Ergonomie zu beachten.

## **14. Metatags**

### **Allgemeines**

Keywords und Deskription werden für alle Seiten geschrieben, bzw. dynamisch generiert.

### **Beispiel: Metatags Startseite**

**Title:** Frauenpolitik.at – Informationsplattform für Frauenthemen und Frauenfragen.

### **Keywords**

Förderungen, Gesundheit, Frauenhäuser, Frauenhaus, Notruf, Wiedereinsteigerinnen, Frauenplattform, Menschenrechte, Geburt, Kinder, Forschung, Bildung, Weiterbildung, Rechtsberatung, Frauengeschichte, Dokumentationsarchiv, Bücher, Gesetze, Unterstützung, Politik, Parteien, Frauenforschung, Österreich, Wien, Salzburg, Graz, Linz, Innsbruck.

### **Deskription**

Frauenpolitik.at ist eine unabhängige Plattform, mit Dienstleistungsschwerpunkten in der Vermittlung von Information zu frauenspezifischen Themen, sowie der Vernetzung von Fraueninstitutionen und Organisationen und deren Kundinnen.

**Publisher:** Braintrust New Media Solutions 2003

**Copyright:** Frauenpolitik.at , Wien, Austria 2003

**Autor:** Markus Steinrisser 2003

**Date :** 2003-12-31 T 00:00:00+00:00

**Robots :** Index, Follow

**Revisit-After:** 1 Month

**Content – Language:** Deutsch/Englisch

## **15. technische Umsetzung**

### **Programmierung**

Da der Web-Auftritt einer ständigen Veränderung und Erweiterungen unterliegt (Portalentwicklung, Ergebnisse aus Umfragen, Monitoring usw.), wird er dynamisch – also mit Einsatz von Datenbanken programmiert.

### **Eckpunkte der Technik**

Durchführung einer Optimierung für alle Browsertechnologien (Browserkompatibilität), sowie Bildschirmauflösungen. Die technischen Anforderungen an die Rechner der Kunden sind möglichst gering zu halten. Die Seite sollte bei einer Bildschirmauflösung von 800 x 600 Bildpunkten noch gut lesbar sein. Die Inhalte dieses Webauftrittes sollen über ein eigens geschriebenes Redaktionssystem gepflegt werden. Damit ist es auf einfache Weise möglich, die Artikel stets auf dem aktuellsten Stand zu halten und Änderungen auch durch Kooperationspartner selbst vorzunehmen. Die Möglichkeit einer Integration von zusätzlichen Kooperationspartnern zu einem späteren Zeitpunkt ist bei der Entwicklung zu berücksichtigen (modularer Aufbau).

Auf die Verwendung von PlugIns (z.B. Shockwave, Flash) ist in der Navigation und anderen kritischen Seitenbereichen zu verzichten, damit Kunden, die keine PlugIns installiert haben, alle Seitenbereiche erreichen können. Geringe Ladezeiten sind vor allem bei Seiten, die wichtige Informationen enthalten, zu gewährleisten (einfache Grafiken, einfache Tabellenstrukturen).

### **Weiters einfache Handhabung im Backend**

Daten sollen über ein intuitives Webinterface eingegeben werden können - somit ist eine Dateneingabe auch von Personen möglich, welche nicht mit der Erstellung von Websites vertraut sind. Graphische Administration via Web-Browser. Stabilität und Zuverlässigkeit

### **Trennung von Daten und Design**

Daten und Design sollen getrennt vorliegen. Das Design beinhaltet einzelne Templates. Daten wie Überschriften, Texten, Links oder auch Bildern werden in einer Datenbank abgelegt.

### **Aktuelle Inhalte**

Die Benutzerinnen können alle Daten verwalten, ohne aus dem Content-Design zu fallen, da dieses in den Design-Vorlagen (Templates) vorliegt. Ein Redesign wird erleichtert, da nur die entsprechenden Design-Vorlagen geändert werden müssen

### **Administrator (Webmaster)**

Der Administrator hat alle Rechte im System. Zu seinen Aufgaben zählen die Verwaltung der User (Jeder Abteilung und Kooperationspartner werden Rechte für die Verwaltung Ihrer Inhalte vergeben), sowie die Verwaltung der Rechte der einzelnen User. Des weiteren ist er für die Struktur der Seiten zuständig. Er sorgt auch für den reibungslosen technischen Ablauf der Online-Präsenz.

### **Grafikerin**

Die Grafikerin ist für den Entwurf der Design-Vorlagen (Templates), welche zum Beispiel mittels XSL-Files oder HTML definiert werden, zuständig. Im Design werden pro Seite das Layout und damit die Seitenelemente bestimmt.

### **Redakteurinnen**

Die Redakteurinnen erfassen und warten die Pages. Die Bearbeitung der Inhalte einer Seite erfolgt im Redakteursinterface. Durch einen Klick auf ein Element öffnet der Autor dieses und kann über die vom Grafiker definierten Eingabefelder die Inhalte eingeben. Abhängig von den Rechten darf er an definierten Stellen Elemente bearbeiten, anlegen und löschen.

### **Mandatories der Programmierung**

- Cookies
- Barrierefrei
- Breadcrumbsleiste
- Logo in der Browserleiste
- Keine Plugins
- Kein News-Ticker
- Auf gute Performance achten
- Dynamische Metatags
- Sprachmutation
- PDA und WAP tauglich

## 16. nächste Schritte

### Freigabe und Erstellung von

- Kommunikations-Konzepte
  - (Online-) Marketing
  - (Online-) Werbung
  - (Online-) PR
  - CI-Konzept
  - Contentkonzept
- Web-CD-Manual
- Technische Konzeptionierung
- Suchmaschineneintragung
- Suchmaschinenmarketing
- Usabilitytest
- Kundinnenbefragungen
- Analyse-Tool
- Monitoring
- Benutzerdaten
- Fotomaterial
- Contenterstellung
- Schulungsunterlagen

## 17. Zukunft

Auf Basis eines klardefinierten Anforderungsprofils (Übertragung der Verantwortung und Kompetenzen), soll das Portal zukünftig auf Marketingebene (Ausbau der Kooperationen und Kommunikation), Inhaltlich (Ausbau der Webelemente, Inhalt, Links usw.) wie auch Technisch (Implementierung neuerer Technologien) weiterentwickelt und betreut werden. Nur durch diese ständigen Betreuungsmaßnahmen und Weiterentwicklungen kann eine für den Portalbetreiber messbare und erfolgreiche Online-Kommunikation, ein Ausbau der Kooperationen, Kundinnenbindung und Generierung von Neukunden stattfinden.

## **18. Schlussbemerkungen**

Dieses Webportal-Konzept wurde für das Projekt „Frauenpolitik.at“ erstellt. Es wurde von Markus Steinrisser, Firma steinrisser+partner erdacht und konzeptioniert und im Auftrag für das Unternehmen – Braintrust, New Media Solutions – geschrieben. Es wurde nach besten Wissen und Gewissen verfasst und ist nur durch den Autor selbst veränderbar bzw. erweiterbar.

Es besitzt aufgrund der permanenten Weiterentwicklungen in der Technik und der Online-Kommunikation eine beschränkte Gültigkeit. Projektverschiebungen oder eine Änderung der Projektziele erfordern eine Überarbeitung des Konzeptes. Dies wird über eine Entgeltleistung von Seiten des Auftraggebers an und durch den Autor selbst durchgeführt.

Dieses Konzept ist urheberrechtlich geschützt. Weitergabe, auch nur auszugsweise, an Dritte oder Vervielfältigungen jeglicher Art ist ohne schriftliche/mündliche Zustimmung des Autors und des Unternehmens steinrisser+partner verboten und zu unterlassen. Bei Zustimmung zur Weitergabe oder Veröffentlichung des Konzeptes, auch auszugsweise, ist eine namentliche Nennung der Firma steinrisser+partner verpflichtend und erfordert eine Entgeltleistung zu Gunsten des Unternehmens. Urheber- und Werknutzungsrechte wirksam auch ohne Unterschrift des Autors. Es gelten die gesetzlichen Urheberrechte von Österreich und der Europäischen Gemeinschaft. Gerichtsstand Wien.

## **19. über steinrisser+partner**

steinrisser+partner, Büro in 1050 Wien, Agentur für digitale Kommunikations-Architektur. Schwerpunkt der Unternehmung ist die Beratung, Realisierung und Betreuung aller Online-Kommunikationsvorhaben für alle österreichischen Unternehmen.

Original am 18. Dezember 2003 fertiggestellt. Aktualisiert am 11. Oktober 2004

© by steinrisser+partner - alle Angaben ohne Gewähr auf Richtigkeit und Vollständigkeit.