

Erfolgreiche Websites für Öffentliche
Einrichtungen für Dummies

DAS INHALTS- VERZEICHNIS

» Hier geht's
direkt
zum Buch

Auf einen Blick

Über die Autoren	13
Einführung	25
Teil I: Warum braucht die Verwaltung Websites?	31
Kapitel 1: Die Geschichte der Behördenwebsites	33
Kapitel 2: Warum Verwaltungen im Internet barrierefrei vertreten sein müssen ...	43
Kapitel 3: Nutzererwartungen verstehen und erfüllen	61
Teil II: Wie man einen Internetauftritt plant	73
Kapitel 4: Bedarfsanalyse: Braucht Ihre Behörde einen Internetauftritt?	75
Kapitel 5: Zielgruppen richtig identifizieren	85
Kapitel 6: Neue Technologien: Was Nutzerinnen und Nutzer von Ihrer Website erwarten	99
Kapitel 7: Ressourcenmanagement: wie Sie auch die eigenen Mittel sinnvoll einsetzen	107
Teil III: Wie man Ausschreibungen macht	119
Kapitel 8: Der Nutzen von Ausschreibungen	121
Kapitel 9: Bildung einer Arbeitsgruppe und Lastenhefterstellung	129
Kapitel 10: Überblick über Vergaberecht, Wertgrenzen und Einsparpotenziale	139
Kapitel 11: Verdachtsmomente und rechtskonforme Praxis: Umfrage unter Behördenverantwortlichen	151
Kapitel 12: Welches Projektmanagement ist das richtige?	163
Teil IV: Wie man die Website einer Universität umsetzt	171
Kapitel 13: Einführung in universitäre Webpräsenzen und internationaler Vergleich	173
Kapitel 14: Die Universität als Auftraggeber	191
Kapitel 15: Grundlagen der Webentwicklung für Universitäten	213
Kapitel 16: Responsives Design und technischer Aufbau	227
Kapitel 17: Vom Design zur Programmierung	241
Kapitel 18: Kosten und Betriebskonzept	259
Teil V: Weitere Service-Lösungen der öffentlichen Hand	277
Kapitel 19: Erstellung eines Bewerbungsmanagementsystems für eine Behörde	279
Kapitel 20: Wissenschaftskommunikation und Wissenstransfer	297

Teil VI: Der Top-Ten-Teil	309
Kapitel 21: Zehn Methoden, Websites für Behörden erfolgreich zu planen, zu erstellen und am Leben zu erhalten.	311
Kapitel 22: Zehn falsche Annahmen über Behörden-Websites	315
Kapitel 23: Zehn Fehlannahmen zu Agenturen	319
Anhang	323
Glossar	325
Abbildungsverzeichnis	335
Stichwortverzeichnis	339

Inhaltsverzeichnis

Über die Autoren	13
Danksagung	13
Einführung	25
Über dieses Buch	25
Konventionen in diesem Buch	26
Was Sie nicht lesen müssen	26
Annahmen über die Leserinnen und Leser	26
Wie dieses Buch aufgebaut ist	27
Teil I: Warum braucht die Verwaltung Websites?	27
Teil II: Wie man einen Internetauftritt plant	28
Teil III: Wie man Ausschreibungen macht	28
Teil IV: Wie man die Website einer Universität umsetzt	28
Teil V: Weitere Service-Lösungen der öffentlichen Hand	29
Teil VI: Der Top-Ten-Teil	29
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden	30
Helfen Sie mit, dieses Buch aktuell zu halten	30
TEIL I	
WARUM BRAUCHT DIE VERWALTUNG WEBSITES?	31
Kapitel 1	
Die Geschichte der Behördenwebsites	33
Ein kurzer Blick in die Geschichte der Behördenwebsites	33
Wie Verwaltungstransparenz den Dialog auf Augenhöhe zwischen Bürgern und Verwaltung ermöglicht	37
Deutschland möchte unter die europäischen Top 10 der digitalen Verwaltung	37
Wie die technologische Entwicklung die Behördenkommunikation verändert	38
Warum es auch von der Politik abhängt, wie Websites von Behörden aussehen	39
Drei Schritte vor und zwei zurück – warum das OZG nicht richtig vorankommt	40
Kapitel 2	
Warum Verwaltungen im Internet barrierefrei vertreten sein müssen	43
Die Bedeutung von Barrierefreiheit	43
Barrierefreie PDFs	48
Mehrere Gesetze regeln die Barrierefreiheit	50
Warum barrierefreie Websites besser aufgefunden werden	51

18 Inhaltsverzeichnis

Wie Sie die Zugänglichkeit Ihrer Website selbst prüfen und verbessern	51
Zugänglichkeitsmessung mit Lighthouse™ – Beispiel.	53
Wie Sie die Zugänglichkeit Ihrer Website mit SEO verbessern	54
Wie die Prüfung der Barrierefreiheit abläuft.	57
Wie Sie mit Datenschutz und Haftung umgehen	58
Warum Vorbeugen besser als Haften ist	59
Warum Sie Webdienstleister nach TOM fragen sollten	60
Kapitel 3	
Nutzererwartungen verstehen und erfüllen.	61
Warum unterschiedliche Erwartungen an Webangebote von Stadt, Land, Bund und Universitäten bestehen	61
Wie sich eine stärkere Nutzerorientierung auszahlt	63
Wie man Behörden durch den Einsatz von Chatbots entlasten kann	64
Herausforderungen als Chancen erkennen	64
Wie Sie eine Feedbackkultur etablieren.	66
Analysieren Sie das Nutzerverhalten	66
Welche gängigen Statistiktools es gibt.	67
Nutzen von KI für Analyse und Usability	69
Wie KI trainiert wird.	70
Das Google-Dilemma	72
TEIL II	
WIE MAN EINEN INTERNETAUFTRITT PLANT	73
Kapitel 4	
Bedarfsanalyse: Braucht Ihre Behörde einen Internetauftritt?	75
Welche Ziele verfolgt Ihre Behörde im Internet?	75
Wie Sie Bedarfe Ihrer Zielgruppen ermitteln können	77
Wie Sie Community-Software zur Ermittlung von Bedarfen einsetzen	80
Wie Communitys für den Klimaschutz genutzt werden.	80
Alumni-Betreuung für die Europäische Kommission	81
Wie Gesetze mit Community-Software partizipativ vorbereitet werden können	82
Wie sich Community-Software in Websites integrieren lässt	82
Wie Sie SWOT-Analysen für Planung und Verbesserung nutzen	83
Kapitel 5	
Zielgruppen richtig identifizieren	85
Warum eine Zielgruppensegmentierung so wichtig ist.	85
Warum man demografische Merkmale kennen sollte.	88
Wie man »Personas« für die Darstellung der Erwartungen nutzt	91
Bundespolitische Ebene	92
Landespolitische Ebene.	93
Kommunale Ebene.	94
Universitäten.	94

Wie Sie demografische Daten mit Personas für die Entwicklung einer Userjourney verwenden.....	96
Ermittlung der demografischen Merkmale für Unis.....	96

Kapitel 6
Neue Technologien: Was Nutzerinnen und Nutzer von Ihrer Website erwarten **99**

Digitaler Wandel: wie neue Technologien die Erwartungen an Behörden-Websites neu definieren	100
KI auch beim Betrieb von Websites nutzen	101
Wie KI das Aussehen und die Funktion von Behörden-Websites ändern könnte	101
Warum Sie Social Media in eine Website integrieren sollten	102

Kapitel 7
Ressourcenmanagement: wie Sie auch die eigenen Mittel sinnvoll einsetzen **107**

Wie man sich einen Überblick über das Budget verschafft.....	107
Was »digitale Souveränität« an Kosten sparen kann	108
Was zu einem Kostenplan gehört	109
Kostenrahmen für Webprojekte	110
Fachleute bei der Budgetplanung hinzuziehen.....	112
Wie Sie einen Zeitplan erstellen.....	113
Wie man Personal richtig einsetzt.....	115
Externe bei der Entwicklung des Designs einbinden	115
Wie man Projekttools richtig einsetzt.....	116

TEIL III
WIE MAN AUSSCHREIBUNGEN MACHT **119**

Kapitel 8
Der Nutzen von Ausschreibungen **121**

Warum gibt es eigentlich Ausschreibungen?.....	121
Wie Angebote objektiv beurteilt werden	123
Warum es schwierig ist, Leistungsangebote zu skalieren	125
Wie Sie eine Checkliste für faire Ausschreibungen erstellen	125
Wie Sie den Kreis der Anbieter vergrößern	126
Öffentliche Ausschreibungen – Angstgegner vieler Agenturen	127

Kapitel 9
Bildung einer Arbeitsgruppe und Lastenhefterstellung **129**

Gleich zu Anfang eine Arbeitsgruppe bilden	129
Wie man effektiv in einer Arbeitsgruppe zusammenarbeitet.....	130
Warum es wichtig ist, wer ein Projekt initiiert.....	132
Wo Konflikte entstehen können und wie Sie sie lösen	132
Wie Sie ein Lastenheft erstellen	133

Wie ein Lastenheft aufgebaut ist	134
Ist umfangreicher immer besser?	136
Wichtige Punkte hinsichtlich der Bewerber	137

**Kapitel 10
Überblick über Vergaberecht, Wertgrenzen und
Einsparpotenziale 139**

Was das Vergaberecht regelt	139
Welchen Sinn Wertgrenzen haben	140
Wie »europäisch« sind europaweite Ausschreibungen?	143
Wie man Dumpingangebote erkennt und überteuerte Angebote verhindert	143
Wie Sie trotz leerer Kassen qualitativ hochstehende Webangebote erstellen	145
Wie KI die Kosten für die Websiteentwicklung senkt	146

**Kapitel 11
Verdachtsmomente und rechtskonforme
Praxis: Umfrage unter Behördenverantwortlichen 151**

Herausforderungen des Vergaberechts	151
Warum Fakeausschreibungen keine gute Idee sind	152
Mögliche Konsequenzen für ausschreibende Behörden und Dienstleister	153
Fallbeispiele und Erkenntnisse der EU	153
Wie und warum Dienstleister sich verbotenerweise absprechen	155
Was die EU zum Aufdecken von Bieterabsprachen rät	156
Was erfahrene Projektverantwortliche in Behörden zu sagen haben	158

**Kapitel 12
Welches Projektmanagement ist das richtige? 163**

Warum die Projektmanagementmethode wichtig ist	163
Der Klassiker – die Wasserfallmethode	164
Der junge Wilde – Scrum	165
Passt Scrum zu Behörden?	167
Scrum – die wichtigsten Konzepte und Begriffe	169

**TEIL IV
WIE MAN DIE WEBSITE EINER UNIVERSITÄT UMSETZT 171**

**Kapitel 13
Einführung in universitäre Webpräsenzen und
internationaler Vergleich 173**

Welche Grundfunktionen eine Hochschulwebsite bieten muss	174
Ziele von Uni-Websites	175
Studierende anziehen und gewinnen	175
Förderung der internationalen Sichtbarkeit	176
Forschungsstärken darstellen	176
Alleinstellungsmerkmale hervorheben	176

Stetige Verbesserung der Nutzererfahrung	176
Community stärken und Netzwerke bilden	177
Welche Probleme bei Universitätswebsites häufig anzutreffen sind.	177
Universitätswebsites im internationalen Vergleich	180
Sind Universitäten mit guter Website erfolgreicher als andere?	181
Welche Websites Top-Universitäten haben	181
Wer kam zuerst – das Ei oder doch vielleicht die Henne?	183
Sind Uni-Websites noch ein zeitgemäßes Mittel, um Studieninteressierte anzusprechen?	186
Die Rolle von KI und internationaler Ausrichtung	187
Wie Top-Universitäten innovative Elemente in ihre Websites integrieren.	189

Kapitel 14
Die Universität als Auftraggeber 191

Welche Hauptakteure man bei der Planung einer Uni-Website berücksichtigen muss	191
Warum nicht alle Projekte von Universitätswebsites gelingen.	195
Wie man eine effektive Kommunikation und Arbeitsbeziehung aufbaut	197
Wie man Erwartungen an eine Universitätswebsite managt	200
Warum man nicht einfach die Websites anderer Universitäten nachbauen sollte	202
Warum es auf das richtige Wording ankommt	204
Siezen oder duzen?	205
Wie man Unterlagen erstellt, die Website-Verantwortlichen Orientierung bieten.	206
Welche Möglichkeiten man an einer Uni hat, um Nutzerbedürfnisse zu ermitteln	207
Design-Thinking-Workshops.	207
Nutzer-Tagebücher	210
Experience Mapping	210
Kontextuelle Befragungen	211
Crowdsourcing-Feedback	211
A/B-Tests und multivariate Tests.	211
Interaktive Prototypen.	212

Kapitel 15
Grundlagen der Webentwicklung für Universitäten 213

Wie sich Universitätswebsites von denen anderer größerer Behörden unterscheiden	213
Wie sich soziale Medien und die Website eine Universität ergänzen	215
Was Benutzerfreundlichkeit bei Uniseiten ausmacht	218
Wie Sie eine komplizierte Infostruktur »entschachteln«	219
Wie eine Fly-out-Navigation Übersicht schafft.	219
Wie man den Aufbau einer komplexen Universitätswebsite plant	220
Wie Online-Workshops genutzt werden können, um eine Website zu planen.	222
Wie man eine Uni-Website grundsätzlich strukturieren kann.	223

Kapitel 16
Responsives Design und technischer Aufbau **227**

- Warum responsives Design? 227
- Wie Sie die Elemente auf einer Website platzieren 231
- Wozu ein Webbakasten gut ist 232
- Welches CMS sich für eine Uni-Website eignet 233
- Welche Systeme sich eignen 237

Kapitel 17
Vom Design zur Programmierung **241**

- Wie Sie das beste Design erhalten 241
 - Wie Design und Programmierung Hand in Hand gehen 243
 - Übernahme einer Vorlage in ein CMS 244
- Sinnvoll – gemeinsame Ressourcenverwaltung 245
- Wie Programmcode und Versionen dokumentiert werden 246
 - Sinn und Zweck einer Software-Dokumentation 246
 - Was ist GitHub? 247
 - Wie Programmcode im GitHub hinterlegt wird 248
- Testing 250
 - Inhaltliche SEO mit internationaler Perspektive 252
 - SEO für Universitäten aus nationaler und lokaler Perspektive 253
 - Wie Sie mit der Google Search Console Ihr Ranking verbessern 256

Kapitel 18
Kosten und Betriebskonzept **259**

- Aufwand für die Erstellung einer Universitätswebsite 259
- Wie Sie die Kosten berechnen 262
- Wofür ein Betriebskonzept nötig ist 264
- Warum Cybersicherheit zum Betriebskonzept gehört 267
 - Bekannte Cyber-Angriffe auf öffentliche deutsche Einrichtungen 271
 - Wie Rollenspiele und Ethical Hacking zur Härtung Ihrer Systeme beitragen 273

TEIL V
WEITERE SERVICE-LÖSUNGEN DER ÖFFENTLICHEN HAND **277**

Kapitel 19
Erstellung eines Bewerbungsmanagementsystems für eine Behörde **279**

- Wofür man Bewerbungsmanagementsysteme braucht 279
 - Bewerbungsprozesse bei Behörden früher – und manchmal noch heute 280
 - Warum moderne HRM webbasiert sind 281
- Warum Behörden ein besonderes Augenmerk auf das Bewerbermanagement haben sollten 281
- Zukünftige Entwicklungen und verschärfter Wettbewerb 282
- Warum eine Behörde ein HRM von Grund auf neu entwickeln ließ 284

Wie die Kandidatenauswahl läuft	286
Wie Bewerbungsformulare aufgebaut sein können	287
Wie Sie das Speichern von Bewerberdaten handhaben	289
Welche Module sich sinnvoll integrieren lassen	291
Jobprofile hinterlegen, um Bewerberinnen und Bewerber zu beurteilen.	291
Warum es sinnvoll ist, sich auf Kernfunktionen zu konzentrieren.	292
KI für die Sichtung von Bewerberunterlagen nutzen	292

Kapitel 20

Wissenschaftskommunikation und Wissenstransfer 297

Warum Wissenschaftskommunikation zum Service der öffentlichen Hand gehört	297
Was das Meereis mit unserer Umwelt zu tun hat.	298
Wie Ziele in der Wissenschaftskommunikation formuliert werden	300
Gestalterische Ziele der Plattform	302
Technische Ziele der Plattform	302
Zielgruppenansprache	303
Wie die Zielgruppenbedarfe ermittelt wurden	303
Wie die Maßnahmen umgesetzt wurden	304

TEIL VI

DER TOP-TEN-TEIL 309

Kapitel 21

Zehn Methoden, Websites für Behörden erfolgreich zu planen, zu erstellen und am Leben zu erhalten 311

Bedarfsanalyse und Zieldefinition	311
Nutzerzentrierte Gestaltung (User-Centered Design)	311
Agiles Projektmanagement	312
Technologieauswahl und -integration	312
Barrierefreiheit und Inklusion	312
Effektive Content-Strategie	313
SEO und Auffindbarkeit	313
Sicherheits- und Datenschutzmaßnahmen	313
Monitoring und Performance-Analyse	314
Schulung und Support	314

Kapitel 22

Zehn falsche Annahmen über Behörden-Websites 315

Behördenwebsites müssen nicht benutzerfreundlich sein.	315
Barrierefreiheit ist eine optionale Ergänzung.	315
Einmal erstellt, muss die Website nicht mehr aktualisiert werden.....	316
Eine komplizierte Website zeigt Kompetenz..	316
Die Website dient nur der Informationsverteilung.	316
SEO ist für Behördenwebsites nicht relevant.....	316
Sicherheitsmaßnahmen sind übertrieben.	317
Nur die IT-Abteilung ist für die Website verantwortlich.	317

Soziale Medien sind nicht notwendig. 317
Ein großes Budget garantiert den Erfolg. 317

Kapitel 23

Zehn Fehlannahmen zu Agenturen 319

Agenturen kennen die Anforderungen der Behörde besser als die
Behörde selbst. 319
Agenturen liefern immer perfekte Ergebnisse ohne Nachbesserungsbedarf. 319
Eine große Agentur garantiert eine hochwertige Website. 320
Agenturen sind nur für die technische Umsetzung verantwortlich. 320
Die Zusammenarbeit mit Agenturen ist immer konfliktfrei. 320
Agenturen mit dem günstigsten Angebot sind die besten. 320
Eine Agentur kann alle Probleme schnell lösen. 321
Einmal beauftragt, brauchen Sie sich als Auftraggeber sich nicht mehr
um das Projekt zu kümmern. 321
Agenturen verstehen immer die politischen und administrativen
Rahmenbedingungen der Behörde. 321
Eine einmalige Projektbesprechung reicht aus, um alles zu klären. 322

ANHANG 323

Glossar 325

Abbildungsverzeichnis. 335

Stichwortverzeichnis 339