


# Digitale Wegbegleiter

*Werbeagentur, Webagentur oder beides? Immer mehr verschwimmen viele Aufgabenbereiche in der Kreativbranche. Hinzu kommt: Auftraggeber wollen Lösungen und Ergebnisse, am besten aus einer Hand. Die Zusammenarbeit mit einer Werbeagentur als Generalunternehmer kann dann gut funktionieren, wenn Transparenz gelebt wird und alle Beteiligten die Rollen, Aufgaben und Fähigkeiten im erweiterten Team kennen und akzeptieren. Das setzt ein Verständnis für die Umsetzungsmöglichkeiten voraus.*

Seit über 20 Jahren gestalten wir, Thomas Renner und Markus Rössler von der webshapers GmbH, digitale Kommunikationslösungen. Erst als Einzelkämpfer, später gemeinsam, jetzt in einem Team von vier Personen im wahrscheinlich lässigsten Büro Tullns, sind wir in der Webentwicklung unterwegs. Wir waren schon dabei, als Websites noch für Netscape Navigator und Internet Explorer 5 optimiert wurden und auf eine Diskette gepasst haben.

Die Entwicklung der mittlerweile etablierten Content Management Systeme (CMS) stand noch bevor oder steckte in ihren Kinderschuhen. Websites wurden tatsächlich von Hand erstellt, oder man setzte auf die Unterstützung von proprietären Softwarelösungen, z. B. Macromedia (heute Adobe) Dreamweaver oder Microsoft Frontpage (letzte Version 2003). Die Erstellung von datenbankgestützten Websites erforderte tatsächliche Programmierkenntnisse: bei der Erstellung des Programmcodes, der von Browsern interpretierbares HTML, also die Website generiert, wie auch bei der Programmierung der Datenbankabfragen, die aus Zeilen in Tabellen, Zellen und Zeilen lesbare Websites wachsen ließen.

Mit entsprechenden Programmierkenntnissen wurden Redaktionssysteme, Newslettertools und Webshops erstellt. Sogar Telekommunikationsdienste wie konfigurierbare Telefonhotlines, individualisierte Auskunftsdienste (wer kann sich noch an die „Wetterhotline“ der ZAMG, die Abfrage des Pegelstands der Donau oder den Pollenwarndienst erinnern?) oder SMS-Chat-Systeme konnten so programmiert werden, dass sie von Webapplikationen und über passwortgeschützte Backends auf Websites gesteuert wurden. Kurz zusammengefasst: Selbst für eine relativ einfache, aber ernst zu nehmende Weblösung war die Unterstützung von Spezialisten notwendig.

**Onlinenutzung 2021**

Man könnte meinen, dass sich nun, seit Website-Baukastensysteme und als SaaS (Software as a Service) verfügbare Shopsysteme verfügbar sind, Werbeagenturen selbst abgeschafft haben. Wir beobachten und begleiten nun bereits seit 25 Jahren die webbasierte Softwareentwicklung und unterstützen Unternehmen dabei, sichtbare Online-Plattformen zu entwickeln. Es hat sich tatsächlich vieles verändert. Und wir meinen: zum Besseren.

> *Die Webprogrammierer von damals haben sich zu digitalen Wegbegleitern entwickelt.*

Von der Textverarbeitungssoftware über Angebots- und Rechnungslegung sowie Buchhaltung bis hin zum Onlinebanking ist webbasierte Software aus den wesentlichen Bereichen unseres Arbeits- und Lebensalltags nicht mehr wegzudenken. Der Browser wird zum bedeutendsten Programm am Endgerät. Die Nutzung des mobilen Endgeräts („Telefon" zu sagen, wäre eine unverschämte Untertreibung) hat sich so etabliert, dass Dienste wie „Signal" oder „Whats-App" nicht mehr als Software zur Nachrichtenübermittlung verwendet werden, sondern die Funktion von sozialen Netzwerken übernommen haben. Die Nutzung von webbasierten Diensten ist im Alltag angekommen und nicht mehr wegzudenken. Das hat zur Folge, dass die Website einen festen Stellenwert in der Unternehmenskommunikation, unabhängig von der Unternehmensgröße, eingenommen hat.

**Digitale Wegbegleiter**

Wie haben sich die Aufgaben einer Webagentur in den letzten 20 Jahren verändert? Besondere Herausforderungen verlangen damals wie heute intelligente Umsetzungslösungen. Es wird allerdings nicht mehr „from scratch" Codezeile für Codezeile programmiert. Heute greift man bei der Umsetzung komplexer und einfacher Weblösungen auf Tools und Frameworks zurück. Diese erlauben es, Wiederkehrendes und Standardaufgaben aus einem Pool an Funktionen auszuwählen und den eigenen Anforderungen anzupassen.

Die Webprogrammierer von damals haben sich zu digitalen Wegbegleitern entwickelt, die ihre Kunden auf ihrem Weg durch eine Welt der Erneuerungen begleiten. Sie bilden sich ständig fort und arbeiten am Puls der Zeit. Sie verfolgen technische Entwicklungen und Trends und sind dadurch in der Lage, ihren Kunden nachhaltige und zeitgemäße Lösungen anzubieten. Weiters beschränkt sich die Arbeit der Webagentur nicht auf die reine Umsetzung der Website. Im besten Fall steht ein vom Kunden erstelltes Lastenheft zur Verfügung, in dem die Anforderungen an das Projekt umrissen sind. Um daraus ein schlüssiges Konzept erstellen zu können, ist präzise Vorarbeit notwendig. Es werden Texte recherchiert, Filterkategorien und Felder für Produktbeschreibungen definiert und für komplexe Contentseiten werden Inhalte und Texte zerlegt und adaptiert, um für die Besucher eine abwechslungsreiche Inhaltspräsentation zu schaffen.

Dabei gilt es, ständig die „User Stories" zu berücksichtigen. Wir formulieren also die Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppen unserer Kunden an die Website: „Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler." Es sind hier Schnittstellen zu erkennen und Stakeholder zu identifizieren sowie zu berücksichtigen. Das können technische Schnittstellen sein, wie das Anbinden einer internen Datenbank z. B. eines Warenwirtschaftssystems, oder Schnittstellen in der Organisationsstruktur des Kundenunternehmens. Auf dieser Basis lässt sich nun eine schlüssige Struktur der Website entwickeln, die mit einem nachvollziehbaren UX-Konzept in ein modernes und ansprechendes Screendesign umgesetzt wird.

Das Verwenden von passenden, kontrastreichen Farben und Schriftarten, die semantisch korrekte Formatierung von Texten in Überschriften, Listen und Zitaten oder die Eingabe von Alternativtexten bei Bildern sind nicht nur Kriterien für eine Zugänglichkeit der Websites für Menschen mit Behinderungen, sie helfen auch bei einfachen Einschränkungen wie Altersfehlsichtigkeit oder Benutzung der Seite bei ungünstiger Sonneneinstrahlung. Eine technisch einwandfrei umgesetzte, schnell ladende Website ist die Voraussetzung für eine optimale Indexierung und Reihung in Suchmaschinen. Besonders wichtig ist es uns aber auch, begleitend eine nachvollziehbare Projektabwicklung und Projektdokumentation anbieten zu können. Transparenz wirkt vertrauensbildend, zeigt dem Kunden den aktuellen Status des Projekts und verhindert im besten Fall nachträgliche Unklarheiten bei der Abrechnung.

**Kooperation statt Konkurrenz**

Wie man der oben stehenden Beschreibung entnehmen kann, arbeiten wir in Webprojekten weitgehend autark. Gilt es, Leistungen außerhalb des eigenen Spektrums zu erbringen, können wir auf ein stabiles, lang erprobtes Expertennetzwerk zurückgreifen. Hier setzen wir ebenfalls auf Klarheit in der Zusammenarbeit. Die herangezogenen Experten verrechnen meist unter eigenem Namen und treten als eigenständige Unternehmen auf. Die Zusammenarbeit mit einer Werbeagentur als Generalunternehmer kann dann gut funktionieren, wenn hier Transparenz gelebt wird und alle Beteiligten die Rollen, Aufgaben und Fähigkeiten im erweiterten Team kennen und akzeptieren. Das setzt aber auch Verständnis für die Umsetzungsmöglichkeiten voraus. Fest steht: Unabhängig von der Art der Zusammenarbeit sind wir bestrebt, in jeder erstellten Weblösung das Beste herauszuholen, um performante, innovative und schöne Websites zu erstellen, die großartige digitale Erlebnisse für alle Zielgruppen schaffen.

Foto: iStock.com/oatawa