

Vorgehensplan für das Projekt

woodgate

Verbandübergreifendes Content Management in der Holzwirtschaft

Version 2

Christian Kobel
waldwerk arnold und kobel

Stefan Schärer
Agrigate AG

Zürich, 17. Mai 2002

waldwerk arnold und kobel

Brauerstrasse 60
CH-8004 Zürich

Tel+41 (0)1 240 25 45
Tel+41 (0)1 240 25 45

www.waldwerk.ch

AgriGate AG

Schwarzenburgstr. 11
CH-3000 Bern 14

Tel+41 (0) 31 378 33 33
Fax+41 (0) 31 378 33 34

www.agrigate.ch

1 Ausgangslage

- Der Produktionsfaktor „Information“ ist für die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Wald- und Holzwirtschaft immer wichtiger.
- Firmen, die nicht in der Lage sind, die neuen Medien (richtig) zu nutzen, werden unweigerlich Marktanteile verlieren sowie weniger Einsparpotentiale ausschöpfen.
- Jeder Verband will eigenen Internetauftritt realisieren, um Mitgliedernutzen zu steigern, Kosten zu sparen (Effizienzgewinne), Image/Position in Branche zu stärken.
- Die Kosten für die Bereitstellung von Internet-Dienstleistungen der Verbände steigen.
- Alle Verbände haben ähnliche Anforderungen an die Funktionalitäten.

2 Lösungsansatz

Ein Portalverbund aus modularer Kombination von horizontalen Web-Services und vertikalen Web-Anwendungen

Modulare Web-Services: Horizontale Querschnittsfunktionalitäten, mit denen bestehende Websites ergänzt werden können (z.B. News-Funktionalität, Kalender-Funktionalität, Shop-Funktionalität, etc.)

Vertikale Web-Anwendungen: Eigenständige Websites, die auf virtuelle Gemeinschaften (sogenannte „Communities“) fokussieren, welche sich bilden, da Inhalte/Services von verschiedenen Herausgebern für die Benutzer zu gemeinsamen, themen- oder branchenspezifischen Erlebnisräumen zusammen- gefasst werden (z.B. www.wvs.ch, www.holz-bois.ch, www.schreiner.ch)

(siehe Beispiel aus der Agrarwirtschaft im Anhang)

3 Vorteile

- Wichtigste Ansprüche an **Individualität** sind gewährleistet, da ...
 - Jeder Verband das Design seiner Website (Portrait, Mitgliederbereich) selber bestimmen kann und unter eigener Domain (www.xy.ch) in Erscheinung tritt
 - Als Sponsor/Co-Branding-Partner für übergeordnete Portal-Sites in Erscheinung tritt, z.B.
 - Horizontale Interest-Sites: Marktinformationen, Forum, Chat
 - Vertikale Community-Sites: Portale des WVS, SHIV, VSSM
- Mehr **Funktionalität** bei gleichen oder tieferen Kosten, da das System auf maximale langfristige Verbands-Bedürfnisse ausgelegt wird
- Tiefere **Kosten** dank Konzentration der Kräfte für IT/System-Entwicklung, Ausbau, Wartung und Betrieb
- Grösser **Kundennutzen** durch branchenübergreifende Zusammenarbeit der führenden Organisationen in und um die Wald- und Holzwirtschaft
- Höhere **Benutzerfreundlichkeit** durch aufeinander abgestimmte Website-Navigation
- Mehr „**Traffic**“ durch gegenseitige Verknüpfung der Websites zu einem integralen Netzwerk
- Grössere **Flexibilität** zur individuellen Weiterentwicklung

4 Vorgehen

Phase 1: Verbandübergreifende Bedürfnisanalyse

- Bestehende Analysen des Internet-Dienstleistungsangebots für die Wald- und Holzwirtschaft bilden die Ausgangslage.
- Darauf basierend werden **Interviews** mit den Geschäftsführern und wichtigen Mitarbeitern der Verbände geführt.
- Es wird eine **verbandübergreifende Bedürfnisanalyse** für die wichtigsten Verbände erstellt:
 - a) Analyse der wichtigsten **Bedürfnisse**
 - b) Identifikation von **Gemeinsamkeiten und Unterschieden**
 - b) Bereitschaft für **Investitionen** und **Ausbau** der Web-Services
 - c) Auswahl von 1-2 Partnerverbänden für die Realisierung eines Pilotprojektes

Phase 2: Moduldefinition mit Partnerverband

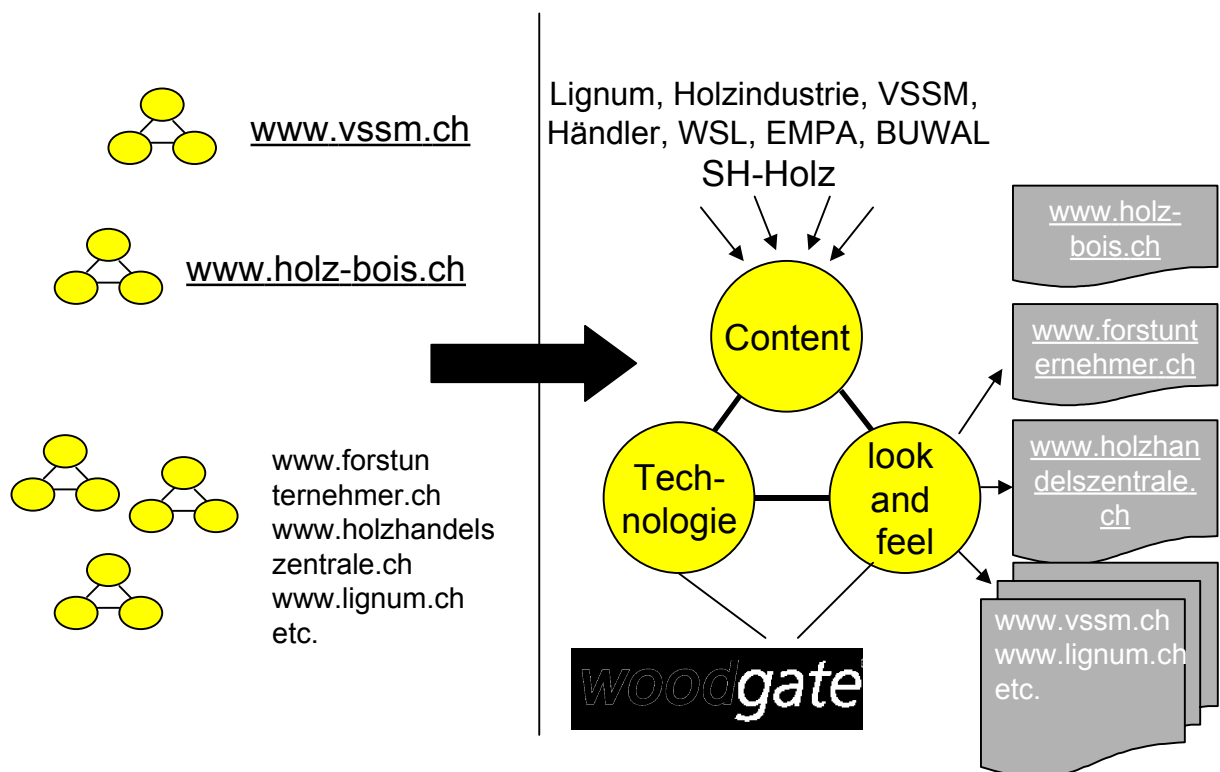
- Ausgangslage ist die verbandübergreifende Bedürfnisanalyse
- Es wird ein gemeinsamer **Workshop** zur Erstellung der Projektdefinition durchgeführt
 - a) Die verantwortlichen der Partnerverbände präsentieren ihre konkreten Vorstellungen und zeigen die Eckpunkte des Projektes auf
 - b) Wir führen systematisch durch die wichtigsten Fragestellungen, um gemeinsam die **Eckpunkte der Projektdefinition** zu erarbeiten
- Analyse der Bedürfnisse, Probleme und Prozesse
- Erstellung eines **umfassenden Projektbeschriebs**
 - a) Identifikation der wichtigsten Hauptfunktionalitäten
 - b) Identifikation der operativen Prozesse zur Aktualisierung der Webseite
 - c) Grobkonzept für die Realisierung des Konzeptes
 - d) Grobe Projektkalkulation

Phase 3: Konzept

- Erstellung eines detaillierten Pflichtenheftes
 - a) IT Konzeption
 - Definition der Funktionstiefe und –breite, inkl. Alternativen
 - Benutzerführung, Aufgabenrekonstruktion
 - Nutzergruppen / Rechte
 - DB Entwurf, HW – SW Konzept
 - b) Projektkalkulation
 - c) Graphische Prototypen

Anhang 1

Idee des verbandübergreifenden Content Managements: Gemeinsame Nutzung von Ressourcen (Technologie und Content) und individueller Webauftritt (look and feel)



Anhang 2

Ein verbandübergreifendes Content Management aus modularer Kombination von horizontalen Web-Services und vertikalen Web-Anwendungen am Beispiel eines Projektes von Agrigate in der Agrarwirtschaft

KONZEPTIONELL

