



Teilzeit: Business Analyst (m/w/d) Web-Relaunch- und KI-Initiative - Kostenfreie Einarbeitung

Für einen Kunden aus dem öffentlichen Sektor suchen wir derzeit einen Business Analyst (m/w/d).

WICHTIG: Für diese Position ist die Bereitschaft für eine SÜ2 (Sabotageschutz) notwendig. Zudem fordert der Kunde eine kostenfreie Einarbeitung von ca. 10% der Auftragssumme (ca. 40 Stunden).

Für diese Position können wir einen max netto Stundensatz von 95,00 € für vor Ort und remote anbieten.

Laufzeit: 05.10.2026 - 31.01.2027

Auslastung: ca. 65% (400 Stunden insgesamt)

Standort: Remote & Nürnberg - Aufteilung nach Absprache - Vor Ort Termine voraussichtlich blockweise und bei Bedarf

Folgende Aufgaben im Detail sind vorgesehen:

- + Analyse der Anforderungen des Fachbereichs und anderer interner Stakeholder (Barrierefreiheit, Content-Strategie, redaktionelle Content-Bereiche, Navigation/Menü, UI/UX, Suche, Profilsseiten, Startseite, SEO, GEO)
- + Analyse der fachlichen Anforderungen einer KI-gestützten Lösung für die komplexe Prozesskette zur Veröffentlichung und Vermarktung von Medienprodukten unter Berücksichtigung der IT-Vorgaben
- + Analyse fachlicher Anforderungen externer Stakeholder auf Basis der Ergebnisse der Online-Befragung sowie Einbeziehung der Ergebnisse in die Analyse und Bewertung der Website
- + Analyse der Integration von Datenlieferungen aus internen Drittsystemen
- + Konsolidierung und Abstimmung der fachlichen Anforderungen sowie Erstellung fachlicher Feinkonzepte und weiterer relevanter Dokumente
- + Schnittstellenfunktion zwischen Fachabteilung und Realisierung
- + Vorbereitung und Durchführung von Workshops für Mitarbeitende und Auswertung der Arbeitsergebnisse.

Skills:

- + Fachlicher Hintergrund zum Kontext Webseiten / Kommunikation / Internetauftritt
- + Erfahrung im technischen Umgang mit Inhalten, die redaktionell selbst gepflegt aber auch von Drittsystemen eingespielt werden müssen
- + Software Engineering - Aus Business Analyse Sicht
- + Erhebungstechniken der Anforderungsanalyse
- + V-Modell des Bundes (V-Modell XT)
- + Geschäftsprozessmodellierung (EPK, BPMN)
- + Objektorientierte Analyse (OOA)
- + Fachliche Modellierung: UML, ERM, SERM
- + Domain Specific Languages (DSL)
- + Modellierungswerkzeuge (vorzugsweise Innovator)
- + Objektorientiertes Design (OOD)
- + Software-Architektur
- + MDA
- + Testverfahren, Abnahmekriterien

- + Usability
- + Anforderungsmanagement
- + Qualitätsmanagement
- + Wissensmanagement & Tools (z.B. Confluence)
- + Bewertung von Software-Entwicklungsansätzen
- + Projektmanagement
- + Controlling
- + ITIL
- + Agiles Anforderungsmanagement (z. B. Productowner-Kenntnisse)
- + Track- & Tracetools (JIRA, ARS Remedy)
- + Agile Softwareentwicklung (SCRUM)

Projekthintergrund:

Der deutsch- und englischsprachige Onlineauftritt des Kunden umfasst verschiedene Webseiten und Online-Anwendungen. Dazu gehören die Corporate Site des Kunden und die Website eines nachgeordneten Forschungsdatenzentrums sowie Microsites wie ein Online-Magazin. Internetauftritt des Kunden (einschließlich des Forschungsdatenzentrums) ist neben der Hauptsprache Deutsch auch in englischer Sprache verfügbar. Zur Optimierung der Betriebssicherheit und Verbesserung der Performance soll eine neue tragfähige und zukunftsorientierte Internet-Präsenz für alle Internetpräsenzen des Kunden geschaffen werden. Auf dieser Basis soll die neue Internet-Präsenz des Kunden entwickelt werden.

Zur Vorbereitung der technischen Umsetzung dieser neuen Internet-Präsenz sind eine Überprüfung und Weiterentwicklung des Webangebots struktureller, inhaltlicher und redaktioneller Hinsicht sowie eine Analyse der fachlichen Anforderungen und die Konzeption einer KI-gestützten Lösung für die komplexe Prozesskette zur Veröffentlichung und Vermarktung von Medienprodukten unter Berücksichtigung der IT-Vorgabe übergeordneter Organisation erforderlich (automatisierte Vermarktungspipeline). Der Fokus liegt hier insbesondere auf dem künftigen Redaktionssystem mit Planungsfunktionalitäten für die Corporate Site und die Website des Forschungsdatenzentrums sowie auf der Anbindung eines PR-Tools zur Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit des Kunden.

Grundlage der fachlichen Neukonzeption der Internet-Präsenz sind folgende fachliche Prinzipien, die sich primär an Rezeptionsfaktoren orientieren: Integration und vernetzte Nutzung von Inhalten aus den Geschäftsanwendungen und redaktionellen Inhalten, „mitdenkende“ zentrale Funktion mit Preview und übersichtlicher Ergebnisdarstellung, digitale Barrierefreiheit über die gesamte Darstellung, SEO-Optimierung (Suchmaschinen) und GEO-Optimierung (KI-Chat-Bots) des Webangebots, Responsivität der Darstellung („mobile first“), strukturierte Darstellung von Inhalten, Erweiterung des Angebots an interaktiven Daten, Grafiken und Charts, Erweiterung der persönlichen Profileseiten um Performancefaktoren, soziale Netzwerke und weitere Daten, weitere Verbesserung der Usability (intelligente Benutzungsführung).
