

Projekt

„Relaunch der zentralen Universitätswebsite“



Leibniz
Universität
Hannover

Relaunch, Responsive Web Design, TYPO3–Layout–Extension – was für manche wie Fachchinesisch klingt, ist von zentraler Bedeutung für den künftigen Webauftritt der Leibniz Universität Hannover und somit für alle, die das Informationsangebot der Universität im Internet nutzen. Mit der Überarbeitung der Homepage startet das Projekt, auf das viele gewartet haben. Was sich ändern wird, haben wir hier für Sie zusammengefasst.

Grundlegende Optimierung des Webauftritts

Hintergrund

Die zentrale Universitätswebsite steht vor der Aufgabe, den Erwartungen unterschiedlicher Zielgruppen gerecht zu werden. Für Studierende und Studieninteressierte ist sie zumeist die erste Anlaufstelle. Den Beschäftigten im administrativen und wissenschaftlichen Bereich dient sie als Arbeitsmittel und Orientierungshilfe im Arbeitsalltag. Darüber hinaus ist sie im Hinblick auf Kooperationspartner und die Öffentlichkeit eines der wichtigsten Kommunikationsmittel unserer Hochschule.

Seit das derzeitige Web–Layout vor knapp zehn Jahren online ging, haben sich die Rahmenbedingungen der Internetnutzung stark verändert. Neue technische Standards, neue Zugangswege, veränderte Nutzungsgewohnheiten etwa über mobile Endgeräte führen dazu, dass das bestehende Webdesign den Anforderungen der Webseitenbesucher nicht mehr gerecht wird. Zudem erschwert eine nicht mehr intuitive Nutzerführung den Zugang zum Informationsangebot.

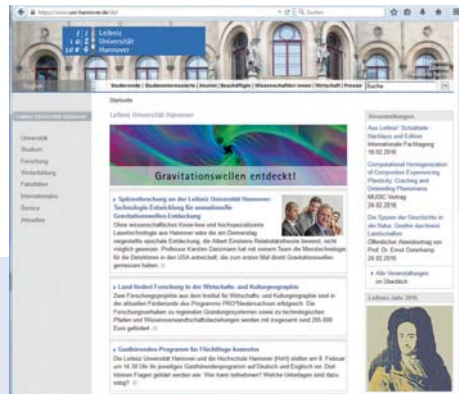
Damit der zentrale Webauftritt der Leibniz Universität auch in Zukunft die Anforderungen an einen modernen, nutzerfreundlichen und wettbewerbsfähigen Internetauftritt erfüllen kann, hat das Präsidium im Sommer 2015 beschlossen, „eine grundlegende Optimierung von Strukturen, Inhalten und Design im Wissen um die grundsätzlichen dezentralen Anforderungen durchzuführen“. Mit der passenden Agentur für die Projektunterstützung startete das Projekt Anfang 2016 und wird voraussichtlich im Dezember 2017 beendet sein.

Ziele

Zu den Hauptzielen des Projektes gehören:

- Ein neues Webdesign entwickeln, das die Nutzung über mobile Endgeräte unterstützt (Responsive Web Design) und im Rahmen des TYPO3–Webservices umgesetzt wird
- Inhalte besser strukturieren durch die Bündelung themenspezifischer und zielgruppenspezifischer Inhalte
- Usability: Eine leichtere und intuitivere Navigation entwickeln
- Die Barrierefreiheit verbessern
- Das Informationsangebot in englischer Sprache ausbauen

Das Überarbeiten und Anpassen von Struktur und Inhalten betrifft im Rahmen des Projektes den zentralen Webauftritt (www.uni-hannover.de) und das Beschäftigtenportal. Änderungen des Designs spielen auch für die weiteren Auftritte der Universität eine große Rolle, die sukzessive angepasst werden sollen. Das Corporate (Web–) Design wird universitätsweit fast flächendeckend von unterschiedlichen Organisationseinheiten genutzt, zentral und in Fakultäten und Instituten. Mit dem TYPO3–Webservice der Leibniz Universität IT Services (LUIS) werden rund 400 Webauftritte mit dem derzeitigen Corporate Web Design betrieben.



Der Webauftritt der Leibniz

Universität fungiert als kommunikative Visitenkarte für alle Zielgruppen. Ziel der Neuentwicklung ist u. a. eine bessere Aufbereitung studiengangbezogener Informationen sowohl für Studieninteressierte als auch für Studierende.

Im Wettbewerb um die „besten Köpfe“ in der Wissenschaft stellt die Website ebenfalls eine wichtige erste Informationsquelle dar und sollte die Qualität der Hochschule und ihrer Angebote sichtbar machen. Für unsere Internationalisierungsstrategie wird die Weiterentwicklung einer englischsprachigen Website im Fokus stehen. Der Relaunch der zentralen Website stellt für die Universität insgesamt eine Chance dar, sich als herausragende Lehr- und Forschungsuniversität mit interdisziplinärem Profil und einzigartigen Schwerpunkten darzustellen.

Prof. Dr. Volker Epping,
Präsident der Leibniz Universität Hannover



Ziel des Projektes ist es, auch das

Image und Profil der Leibniz Universität inhaltlich und visuell glaubwürdig und klar zu kommunizieren. Das Design kann hier maßgeblich dazu beitragen, die Marke „Leibniz Universität“ zu visualisieren und erlebbar zu machen.

Mechtild v. Münchhausen, Leiterin des Referats für Kommunikation und Marketing & Pressesprecherin

Projektorganisation

Auftraggeber

Das Präsidium der Leibniz Universität

Mitglieder der Lenkungsgruppe

Das Präsidium der Leibniz Universität

Prof. Dr. iur. Nikolaus Forgó,
Chief Information Officer

Mechtild v. Münchhausen,
Leitung Referat für Kommunikation und Marketing

Prof. Dr. rer. nat Kurt Schneider, Dekan der
Fakultät für Elektrotechnik und Informatik

Prof. Dr.–Ing. Gabriele von Voigt,
Leitung Leibniz Universität IT–Services

Interne Projektleitung

Luca Emanuelli,
Referat für Kommunikation und Marketing

Externe Projektleitung

Thomas Esders,
Geschäftsführer der Agentur bitmotion GmbH

Kernprojektteam

Martina Ahlsweide, TYPO3–Team/LUIS

Christian Heidrich,
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

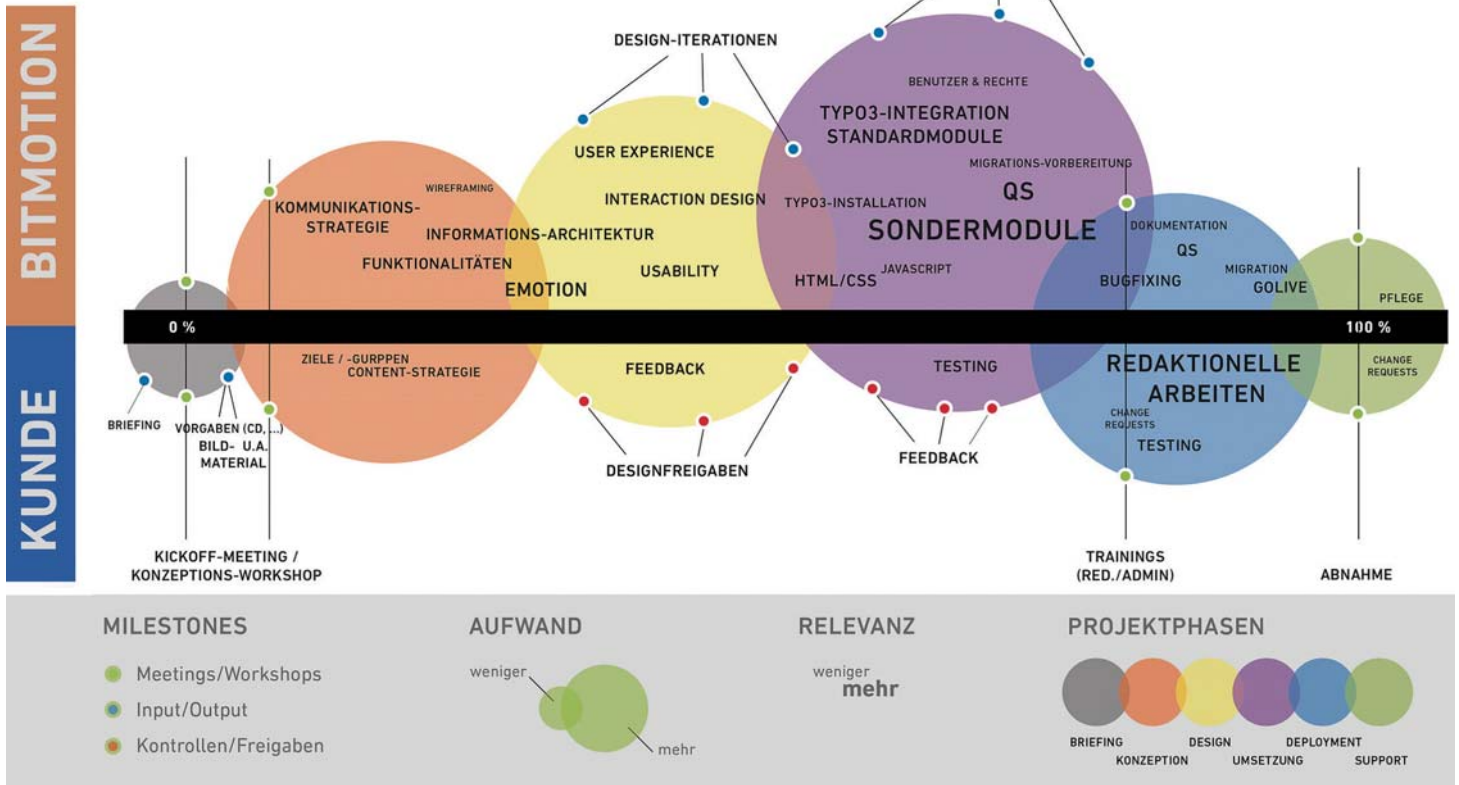
Ina–Susann Obst,
Dez. 1/SG 13 Organisationsentwicklung

Elena Ivanova und Jeffrey Oehlert,
Referat für Kommunikation und Marketing

Zentrale Studienberatung

Darüber hinaus werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anderer Organisationseinrichtungen zur fachlichen Bearbeitung und Begleitung des Projekts einbezogen (Workshops).

Die Projektphasen



Was bedeutet der Relaunch für ...

Studieninteressierte und Studierende:

Nicht nur ansprechendere Optik des Web-auftrittes der Universität, sondern auch einfachere und intuitivere Wege zu allen relevanten Informationen rund um das Thema Studium.

Fakultäten und Einrichtungen:

Bei der Design-Entwicklung werden auch die Bedürfnisse der Fakultäten und Einrichtungen Berücksichtigung finden. Anschließend steht ihnen das neue Design zur Verfügung, damit sie eigenständig ihre Webinhalte anpassen können.

Beschäftigte in Wissenschaft und Verwaltung:

Eine Arbeitserleichterung: Alle wichtigen Informationen sind künftig an einem Ort – im Beschäftigtenportal – zu finden.

TYPO3-Redakteure des zentralen Webauftritts:

Sie können weiter arbeiten wie gewohnt. Über die Neuerungen werden wir rechtzeitig informieren.



Beim Relaunch steht Usability, also eine gute Bedienbarkeit im Vordergrund.

Der Weg zum neuen Webauftritt der Leibniz Universität

Analysephase

Zunächst wird der bestehende zentrale Web-auftritt auf seine Stärken und Schwächen hin analysiert, die Zielgruppen genauer definiert und Anforderungen für zukünftige Strukturen und Inhalte, sowohl im zentralen Webauftritt, als auch im Beschäftigtenportal, erhoben. Dabei werden Anforderungen und Bedarfe dezentraler Auftritte durch Analysen von 8-10 prototypischen Web-auftritten des TYPO3-Webservices berücksichtigt und in die generelle Anforderungserhebung mit einbezogen. Interne Inhalte, die hauptsächlich für die Zielgruppen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Beschäftigte bestimmt sind und zukünftig im Beschäftigtenportal platziert werden sollen, werden identifiziert und für die weitere Konzeption dokumentiert.

Konzeptionsphase

Aus den Erkenntnissen der Analysephase wird in gemeinsamen Workshops mit der Agentur, dem Projektteam und Vertretern entsprechender Organisationseinheiten ein Struktur- und Navigationskonzept für den zentralen Webauftritt und das Beschäftigtenportal entwickelt. Die Inhalte für Beschäftigte und Studierende sowie Studieninteressierte werden grundlegend umstrukturiert. Ziel ist nicht nur eine übersichtliche Darstellung der Inhalte, sondern auch ein minimierter redaktioneller Pflegeaufwand für TYPO3-Redakteure.

Design-Entwicklung

Layout-Entwürfe für die zentrale Webseite, das Beschäftigtenportal und die dezentralen Seiten (Fakultäten, Institute, Kooperationsauftritte) werden entwickelt. Neben einem moderneren Aussehen sollen sich auch das Image und die Schwerpunkte der Leibniz Universität im neuen Webdesign sichtbarer widerspiegeln.

Prototyping

Anhand erster Prototypen kann das interaktive Verhalten des neuen Layouts sowohl auf mobilen Endgeräten als auch auf herkömmlichen Displays beurteilt werden. Usability-Tests zeigen, inwieweit das neue Design und der neue Seitenaufbau den Anforderungen der Zielgruppen gerecht werden und an welchen Stellen noch Optimierungsbedarf besteht.

Qualitätssicherung

Während das neue Layout in das Content-Management-System TYPO3 implementiert wird, kann mit der inhaltlichen Qualitätssicherung begonnen werden. Es gilt, Seiten und Informationen inhaltlich so aufzubereiten, dass diese in den neuen Seitenstrukturen und Inhaltselementen optimal dargestellt werden können.

Schulungen

Damit allen Redakteuren der Einstieg in die neuen Web-Strukturen und der Umgang mit der neuen TYPO3-Version leicht fällt, werden am Ende des Projekts Schulungen angeboten.

Weitere Informationen zum Relaunch-Projekt finden Sie im Internet unter

➔ www.uni-hannover.de/webrelaunch

Falls Sie Fragen oder Anregungen zum Relaunch-Projekt haben, senden Sie sie gern an webauftritt@zuv.uni-hannover.de

Redaktion:

Referat für Kommunikation und Marketing
Leibniz Universität Hannover, Welfengarten 1,
30167 Hannover

Fotos: Projektphasen ©Bitmotion GmbH, Hannover,
Card Sorting ©usability.de, Hannover