



EVALUATION VON HOCHSCHULWEBSITES

Frage 1:

Sind die Navigationswege einheitlich?

Erwartungshorizont:

Die Navigation funktioniert in allen Rubriken einheitlich. Service-Links wie "Kontakt", "Impressum" (z.B. in der Kopfleiste) - soweit vorhanden - haben keine Unterebenen.

Heuristiken: 1, 3, 6, 7.

Frage 2:

Sind alle Seiten der Präsenz einheitlich gestaltet?

Erwartungshorizont:

Logo, Navigations- und Inhaltsflächen sind auf allen Seiten einheitlich gestaltet und positioniert.

Heuristiken: 1, 9.

Frage 3:

Sind alle Seiten in eine einheitliche hierarchische Struktur eingebunden?

Erwartungshorizont:

Alle Seiten sind in die Hierarchie eingebunden. Service-Links wie "Kontakt" oder "Impressum" sind entweder unter einem Hauptnavigationspunkt eingeordnet oder auf jeder Seite in der Navigationsfläche sichtbar.

Heuristiken: 1, 3, 6.

Frage 4:

Stehen alle Texte in lesefreundlicher Auszeichnung?

Erwartungshorizont:

Die Auszeichnungen sind konsistent, das Schriftbild wirkt dadurch aufgeräumt.

Die Typografie des Textkörpers beachtet die "vier Grundregeln zum Schriftbild":



HOCHSCHULWEBSITE

<http://www.hochschulwebsite.de/>

- Die Schriftart ist in den meisten Browsern vorinstalliert (z.B. Times New Roman, Arial, Georgia, Verdana, Courier New, Impact) und hat eine Größe von mindestens 10 Punkt. (Erfahrungsgemäß sind einige Schriftarten wie Verdana bei ausreichendem Zeilenabstand auch in kleinerer Auszeichnung noch gut lesbar.)
- Unruhige Hintergründe mit vielen Bildern und anderen Gestaltungselementen werden vermieden.
- Dunkle Schrift steht auf hellem Hintergrund.
- Grafische Texte (Texte, die als Bilder gespeichert sind) sowie Großbuchstaben werden maximal an einzelnen Stellen und vor allem nicht für längere Textpassagen eingesetzt.

Heuristiken: 1, 6.

Frage 5:

Logo und Claim in der Kopfleiste deutlich zu erkennen? Ist das Logo zur Startseite verlinkt?

Erwartungshorizont:

Logo und Claim stehen in der Kopfleiste, sind deutlich zu erkennen und zur Startseite verlinkt.

Heuristiken: 1, 6.

Frage 6:

Bietet die Website barrierefreien Zugang?

Erwartungshorizont:

- Überschriften und Absätze werden im Quelltext als solche ausgezeichnet (d.h. Umbrüche werden nicht mit `
` erzeugt).
- Es sind keine unsichtbaren Tabellen hinterlegt.
- Farb- und Helligkeitskontraste sind ausreichend.
- Bilder haben einen Alternativ-Text.
- Multimedia-Inhalte können in einem internen Player abgespielt werden.

Heuristiken: 2, 7.

Frage 7:

Gibt es Zielgruppenzugänge und / oder Direktlinks ("Quicklinks")?



HOCHSCHULWEBSITE

<http://www.hochschulwebsite.de/>

Erwartungshorizont:

Zielgruppenzugänge (und evtl. darüber hinaus "Quicklinks") sind vorhanden und sowohl auf der Startseite als auch von allen Unterseiten aus zugänglich.

Heuristiken: 2, 4, 6.

Frage 8:

Sind fremdsprachige Seiten vorhanden?

Erwartungshorizont:

Die Seite steht nahezu vollständig in Englisch zur Verfügung, darüber hinaus gibt es reduzierte Versionen für weitere Fremdsprachen. Ein Sprachwechsel ist 1:1 zwischen den Seiten möglich (d.h., man landet beim Sprachwechsel nicht auf der Startseite, sondern auf der äquivalenten Unterseite der Präsenz).

Heuristiken: 2, 6.

Frage 9:

Nutzt die Präsenz assoziative Informationsstrukturierung?

Erwartungshorizont:

Die Präsenz nutzt eingebettete Links. Externe und interne Links sind stets unterschiedlich ausgezeichnet. Es gibt auf jeder Inhaltsseite einen festgelegten, konsistent platzierten Bereich für assoziative Navigation (z.B. "weitere Informationen", "Ansprechpartner"). Dieser wird individuell gepflegt.

Heuristiken: 2, 6.

Frage 10:

Wie funktioniert die interne Suche?

Erwartungshorizont:

Die interne Suche ist über das Suchfenster von jeder Seite der Präsenz aus nutzbar. Der Nutzer erhält bei seiner Eingabe Suchvorschläge. Das erste Ergebnis der Liste entspricht stets der Eingabe (d.h., wer nach "Studienberatung" sucht, erhält als Ergebnis den Link zu deren Seite).

Heuristiken: 3, 6.



HOCHSCHULWEBSITE

<http://www.hochschulwebsite.de/>

Frage 11:

Bietet die Navigation den Nutzern jederzeit Orientierung?

Erwartungshorizont:

Nutzer sehen jederzeit, wo sie sich befinden und welche Navigationsmöglichkeiten sie haben:

- Die geöffnete Seite wird in der Navigationsfläche visuell hervorgehoben.
- Es gibt einen Breadcrumb-Pfad.
- Service-Links (z.B. Anfahrt, Kontakt, Impressum) sind von jeder Seite aus erreichbar.
- Die Präsenz wird in der gesamten Breite abgebildet.
- Die Präsenz wird in der gesamten Tiefe bis zur geöffneten Seite abgebildet. Links auf gleicher Ebene werden stets angezeigt.
- Hauptnavigationsrubriken können voneinander unterschieden werden, z.B. durch Color Coding, Kopfbild o.ä.

Heuristiken: 3, 6.

Frage 12:

Gibt es eine Sitemap?

Erwartungshorizont:

Die Sitemap ist vorhanden und bildet alle Seiten der Präsenz (Ausnahme: Pressemitteilungen, Karteikarten der Telefonliste u.ä.) ab. Die Struktur (Tiefe / Breite) kann voll erfasst werden.

Heuristik: 3.

Frage 13:

Wie sind Fakultäts- bzw. Studiengangsseiten (je nachdem, auf welchen sich Informationen für Studieninteressierte befinden) in die Präsenz eingebunden?

Erwartungshorizont:

Die Fakultätsseiten sind als Rubriken in die Haupthierarchie integriert. Die Navigation erfolgt daher problemlos. Bzw. die Studieninteressierten sind nicht gezwungen, Fakultätsseiten zu besuchen, weil sich fachspezifische Inhalte auf der Hauptpräsenz befinden. Bzw. die Fakultätsseiten sind klar abgegrenzte Microsites, Aufbau und Navigationswege entsprechen jedoch denen der Hauptpräsenz und die Verknüpfung untereinander ist gut.

Heuristiken: 3, 6, 7.



HOCHSCHULWEBSITE

<http://www.hochschulwebsite.de/>

Frage 14:

Wie sind Microsites zur Studierendenanwerbung in die Präsenz eingebunden? Gehört die Microsite zu einer Hochschule, oder handelt es sich um eine Gemeinschaftskampagne? Oder informiert die Hochschule ohne Microsite umfassend und anschaulich?

Erwartungshorizont:

Relevante Informationen zur Studierendenanwerbung (Fragen 25-27) werden in der Hochschulpräsenz und auf Web2.0-Plattformen umfassend dargestellt. Eine Microsite erscheint daher nicht notwendig. Bzw. die Microsite wirbt exklusiv für eine Hochschule und ist an zahlreichen Stellen mit der allgemeinen Präsenz verbunden. Links sind thematisch abgestimmt.

Heuristiken: 3, 5, 7, 8.

Frage 15:

Werden Studieninteressierte direkt angesprochen?

Erwartungshorizont:

Auf der Präsenz steht ein persönliches Grußwort aus dem Rektorat oder der Studienberatung. Testimonials erzählen über ihr Studium. Außerdem werden Studieninteressierte direkt ("Sie", Aktiv- statt Passivsätze) auf Seiten angesprochen, die sich vorwiegend an sie richten.

Heuristik: 4.

Frage 16:

Sind die Texte, die sich an Studieninteressierte richten, anschaulich formuliert?

Erwartungshorizont:

Verwendete Fachbegriffe und komplizierte Prozesse werden erklärt (z.B. in einem Glossar, FAQ o.ä.). Schachtelsätze werden vermieden. Zur Beschreibung komplexer Sachverhalte werden Beispiele herangezogen oder Metaphern eingesetzt.

Heuristiken: 4, 7.

Frage 17:

Sind die Navigationspunkte eindeutig benannt? Werden nicht-eindeutige Begriffe ("Struktur", "Service", "Allgemein", "Information") und Benennungen nach Verwaltungseinheiten ("Dezernat", "Stabsstelle") für Seiten, die sich an Studieninteressierte richten, vermieden?



HOCHSCHULWEBSITE

<http://www.hochschulwebsite.de/>

Erwartungshorizont:

Alle Navigationspunkte sind eindeutig benannt: Die Systematik ist konsistent, exakt und für die Zielgruppe verständlich.

Heuristiken: 4, 6.

Frage 18:

Werden Multimedia-Inhalte zur Veranschaulichung von relevanten Inhalten ansprechend für Studieninteressierte eingesetzt?

Erwartungshorizont:

Es wird viel multimedialer Inhalt angeboten.

- Dieser wirkt aktuell.
- Er richtet sich z.T. explizit an Studieninteressierte.
- Er ist in die Hochschulpräsenz eingebunden.

Heuristiken: 4, 5.

Frage 19:

Werden Testimonials eingesetzt? Ist Kontaktaufnahme mit den Testimonials möglich?

Erwartungshorizont:

- Es werden mehrere Testimonials eingesetzt.
- Diese sind aktuelle Studierende und / oder Alumni, die ihr Studium vor Kurzem beendet haben.
- Sie geben mehr als nur ein kurzes Statement ab: Entweder berichten sie per Video oder ausführlich schriftlich über ihr Studium.
- Kontaktaufnahme ist - entweder direkt oder über die Hochschule - möglich.

Heuristik: 5.

Frage 20:

Werden Web2.0-Plattformen in den Auftritt einbezogen? Findet dort reger Austausch statt?

Erwartungshorizont:

Die Hochschule setzt mehrere Dienste ein, integriert sie in ihre Präsenz und pflegt sie:

- Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Wer-kennt-Wen, SchülerVZ).



HOCHSCHULWEBSITE

<http://www.hochschulwebsite.de/>

- Ein Hochschul-Blog.
- Microblogging (Twitter).
- Videos, Fotos und Audio-Beiträge werden auf Social-Software-Plattformen bereitgestellt. (z.B. Youtube oder Flickr).
- Ein moderiertes Forum, dessen Themenspektrum Studieninteressierte anspricht.

Heuristiken: 5, 8.

Frage 21:

Werden Ansprechpartner für weitergehende Informationen genannt?

Auf Seiten, die für Studieninteressierte relevant sind (Frage 25), werden grundsätzlich Ansprechpartner für weitere Informationen genannt. Zu den Angaben gehören:

- bei Hochschulmitarbeitern/innen der Name und telefonische Durchwahl
- Email-Adresse bzw. bei externen Links Email-Adresse oder URL
- auf Seiten wie denen der Studienberatung ein Foto der Ansprechpartner/innen
- Darüber hinaus existiert eine Übersichtsseite bzw. ein alphabetisches Register mit allen persönlichen Ansprechpartnern.

Heuristik: 5.

Frage 22:

Ist die Informationsarchitektur "von unten nach oben" konsistent und hilfreich?

Erwartungshorizont:

Die Texte werden strukturiert durch:

- kurze Absätze
- Zwischenüberschriften
- Tabellen und Info-Grafiken
- Sehr lange Texte werden, wenn vorhanden, durch Sprungmarken eingeteilt oder auf mehrere Seiten verteilt.

Heuristik: 6.

Frage 23:

Ist die Seite übersichtlich gestaltet?

Erwartungshorizont:

- Zusammengehörige Elemente werden nebeneinander platziert.



HOCHSCHULWEBSITE

<http://www.hochschulwebsite.de/>

- Zwischen Spalten und nicht zusammengehörigen Elementen wird ausreichend Weißraum gelassen.
- Die Spaltenbreite in der Inhaltsspalte verläuft nicht bis zum rechten Rand des Browser-Fensters.
- Navigations- und Inhaltsfläche sind klar unterscheidbar.
- Links, Sprachwechsel und Suchfenster sind deutlich erkennbar.

Heuristik: 6.

Frage 24:

Sind die Elemente auf der Website nachvollziehbar für die Nutzer angeordnet?

Erwartungshorizont:

- Die Hauptnavigation ist deutlich erkennbar: Sie steht auf der Startseite und den Unterseiten prominenter als andere Navigationselemente.
- Service- und Breadcrumb-Links (soweit vorhanden) nehmen weniger Raum ein als die Links der Hauptnavigationenfläche.
- Die assoziative Navigationsfläche schließt an die Inhaltsfläche an: Sie bietet Raum für Inhalte aus dem Kontext des Seiteninhalts - z.B. Adressen, Downloads, Fotos, weiterführende externe Links.
- Unterhalb der Kopfleiste dominiert die Inhaltsfläche: Sie nimmt den meisten Raum ein und wird von der Navigationsfläche umgeben.
- Auf den Unterseiten ist ausreichend Fläche für die Abbildung der Navigation in der Tiefe vorhanden.

Heuristiken: 6, 7.

Frage 25:

Sind Inhalte zu folgenden für Studieninteressierte wichtigen Bereichen vorhanden:

- a) Bewerbung: Online-Bewerbung, Studienberatung, Übersicht über Zulassungsvoraussetzungen, Studienfachbeschreibungen.
- b) Hochschule: Leitbild / Portrait, Profil, städtisches / regionales Umfeld, Studentenleben.
- c) Servicebereiche: Anfahrt, Lageplan, Jobs & Karriere, Hochschulsport, Studienfinanzierung.

Erwartungshorizont:

Inhalte zu allen Bereichen sind vorhanden, es gibt darüber hinaus hilfreiche Angebote wie A-Z-Index, Glossar oder FAQs.

Heuristik: 7.



Frage 26:

Wie wird das Schwerpunktthema "Studienfachwahl" präsentiert?

Erwartungshorizont:

Es gibt für jedes Studienfach ausführliche, anschauliche Informationen mit Text, Bildern und weiterführenden Links sowie evtl. Audio / Video, auch als HTML-Seite und nicht nur als PDF-Dokument zum Download. Folgende Themen werden behandelt:

- Zulassungsvoraussetzungen
- Studieninhalte, -schwerpunkte
- Studienablauf
- Ausstattung des Studiengangs (Labors, Computerkabinett, Fachliteratur in der Bibliothek) und Betreuungssituation (Seminargröße und -vielfalt, Kontakt zu Lehrenden)
- mögliche Berufsfelder und berufliche Perspektive
- internationale Kooperationen mit anderen Hochschulen

Heuristiken: 4, 7.

Frage 27:

Wie wird das Schwerpunktthema "städtisches Umfeld" behandelt?

Erwartungshorizont:

Es gibt ausführliche, anschauliche Informationen mit Text, Bildern, weiterführenden Links und evtl. Audio / Video zu folgenden Bereichen:

- Studentenleben (AGs, Initiativen, Leben nach der Vorlesung)
- Sehenswürdigkeiten der Stadt und Ausflugsziele in der Umgebung
- kulturelle Angebote der Stadt
- Wohnmöglichkeiten und Wohnungsmarkt: empfehlenswerte Wohnviertel, Preise, Vermieter, Wohnheime.
- Mobilität: Erreichbarkeit bzw. Entfernungen zwischen Instituten sowie zwischen Hochschule und Innenstadt, Notwendigkeit eines eigenen Autos.
- Markt für Studentenjobs und (bezahlte) Praktika in der Region

Heuristiken: 4, 7.

Frage 28:

Sind die Inhalte, die sich an Studieninteressierte richten, aktuell?



HOCHSCHULWEBSITE

<http://www.hochschulwebsite.de/>

Erwartungshorizont:

Die Inhalte sind dort, wo es Studieninteressierte betrifft (Frage 25), stets aktuell.

Heuristik: 7.

Frage 29:

Ist die Hochschulpräsenz bei der Eingabe des Hochschulnamens ("Uni x", "FH x" ...) das erste Suchergebnis bei den organischen Links von Google?

Erwartungshorizont:

Die Hochschulpräsenz ist das erste Ergebnis.

Heuristik: 8.

Frage 30:

Sind die URLs der Seiten eingängig und für die Suchmaschine leicht auffindbar? Werden Schlüsselwörter eingesetzt?

Erwartungshorizont:

Die URL ist logisch benannt, d.h. die Benennung gibt den Inhalt der Seite wieder. Schlüsselwörter sind auf den Seiteninhalt und / oder die URL abgestimmt.

Heuristik: 8.

Frage 31:

Fördert die Hochschule die virale Verbreitung ihrer Inhalte?

Erwartungshorizont:

- Die Seiten der Webpräsenz haben eine "Weiterleiten"-Funktion.
- Die Seiten bieten Social Bookmarking über Bookmark-Icons an.
- Die Hochschule nutzt selbst Social Bookmarking.
- Die Inhalte für Studieninteressierte, die auf Web2.0-Plattformen stehen, haben hochschulbezogene Tags.
- Es werden mindestens wöchentlich Blogposts verbreitet.
- Die Hochschule verbreitet über Twitter Links auf ihre Hochschulpräsenz, z.B. zum Veranstaltungskalender.

Heuristik: 8.