

**3pc**

# **Umfeldanalyse im Rahmen der Neustrukturierung der OVGU-Website**

## Inhaltsverzeichnis

<b>Kandidat:innen im Überblick .....</b>	<b>5</b>
Universität Leipzig .....	5
Technische Universität Braunschweig .....	6
Universität Bielefeld .....	7
Kandidat:innen aus der Vorauswahl .....	8
Weitere Kandidat:innen bzw. Einzelbeispiele .....	9
<b>Kriterien der Analyse .....</b>	<b>10</b>
<b>Usability .....</b>	<b>12</b>
Universität Leipzig: geöffnetes Burgermenü .....	13
Universität Leipzig: Metamenü, Breadcrumb und Navigation auf einer Detailseite .....	14
Universität Leipzig: Studiengangssuche .....	15
Technische Universität Braunschweig: geöffnetes Menü .....	16
Technische Universität Braunschweig: Submenünavigation auf einer Detailseite .....	17
Technische Universität Braunschweig: Studiengangssuche .....	18
Universität Bielefeld: geöffnetes Menü des Bereichs Studium .....	19
Universität Bielefeld: Submenünavigation auf einer Detailseite .....	20
Universität Bielefeld: Studiengangssuche .....	21
Internationale Hochschule: Studiengangssuche .....	22
<b>Zielgruppenorientierung .....</b>	<b>23</b>
Universität Leipzig: Detailseite für internationale Studieninteressierte .....	24

Universität Leipzig: Übersichtsseite Forschungsservice für Forschungsinteressierte .....	25
Universität Leipzig: Detailseite für Stellensuchende .....	26
Universität Leipzig: Detailseite/Informationsseite zum Bewerbungsprozess.....	27
Technische Universität Braunschweig: Verteilerseite für internationale Studieninteressierte.....	28
Technische Universität Braunschweig: Übersichtsseite Forschungsschwerpunkte für Forschungsinteressierte.....	29
Technische Universität Braunschweig: Detailseite für Stellensuchende .....	30
Technische Universität Braunschweig: Detailseite/Informationsseite zum Bewerbungsprozess.....	31
Universität Bielefeld: Verteilerseite für internationale Studieninteressierte .....	32
Universität Bielefeld: Verteilerseite für Stellensuchende .....	33
Universität Bielefeld: Verteilerseite zum Thema Beratung für Forschungsinteressierte.....	34
Universität Bielefeld: Informationsseite zum Bewerbungsprozess .....	35
FH Aachen: Zielgruppeneinstige .....	36
<b>User Experience .....</b>	<b>37</b>
Universität Leipzig: Storytelling .....	38
Universität Leipzig: Explorativer Zugang .....	39
Technische Universität Braunschweig: Microanimation .....	40
Technische Universität Braunschweig: Storytelling .....	41
Universität Bielefeld: Explorativer Zugang .....	42
Universität Bielefeld: Bewegtbild .....	43
Hochschule Furtwangen: Bewegtbild .....	44
<b>Außendarstellung.....</b>	<b>45</b>
Universität Leipzig: Authentische Darstellung .....	46
Universität Leipzig: Konsistentes Design .....	47
Universität Leipzig: Positionierung.....	48

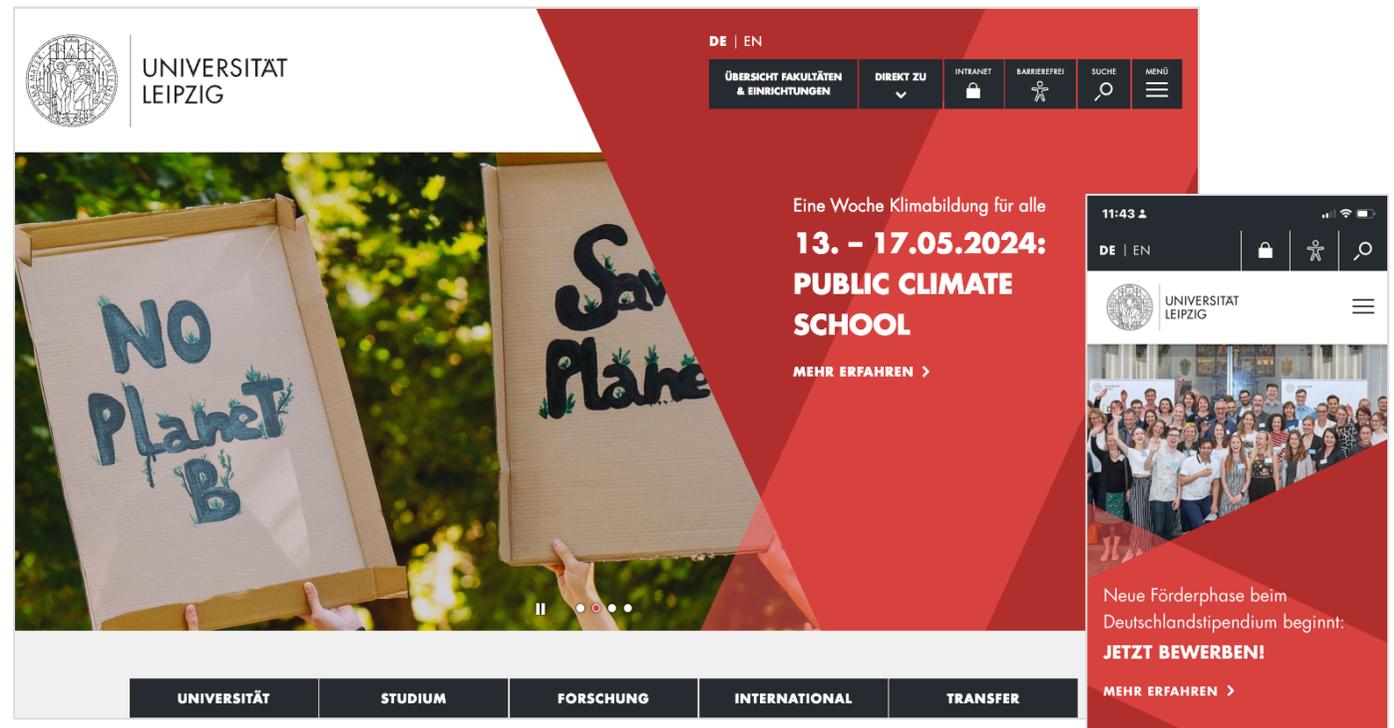
Technische Universität Braunschweig: Positionierung .....	49
Technische Universität Braunschweig: Authentische Darstellung.....	50
Universität Bielefeld: Positionierung .....	51
Universität Bielefeld: Authentische Darstellung.....	52
Universität Bielefeld: Authentische Darstellung.....	53
Wilhelm Löhe Hochschule: Authentische Darstellung .....	54
<b>Fazit.....</b>	<b>55</b>
Usability.....	55
Zielgruppenorientierung .....	56
User Experience.....	56
Außendarstellung .....	57

## Kandidat:innen im Überblick

### Universität Leipzig

<https://www.uni-leipzig.de/>

Die Universität Leipzig wurde 1409 gegründet und ist eine der ältesten Unis Europas. Sie besteht aus 14 Fakultäten und bildet über 31.000 Studierende aus. Sie gehört zu den führenden Universitäten in Medizin in Deutschland.

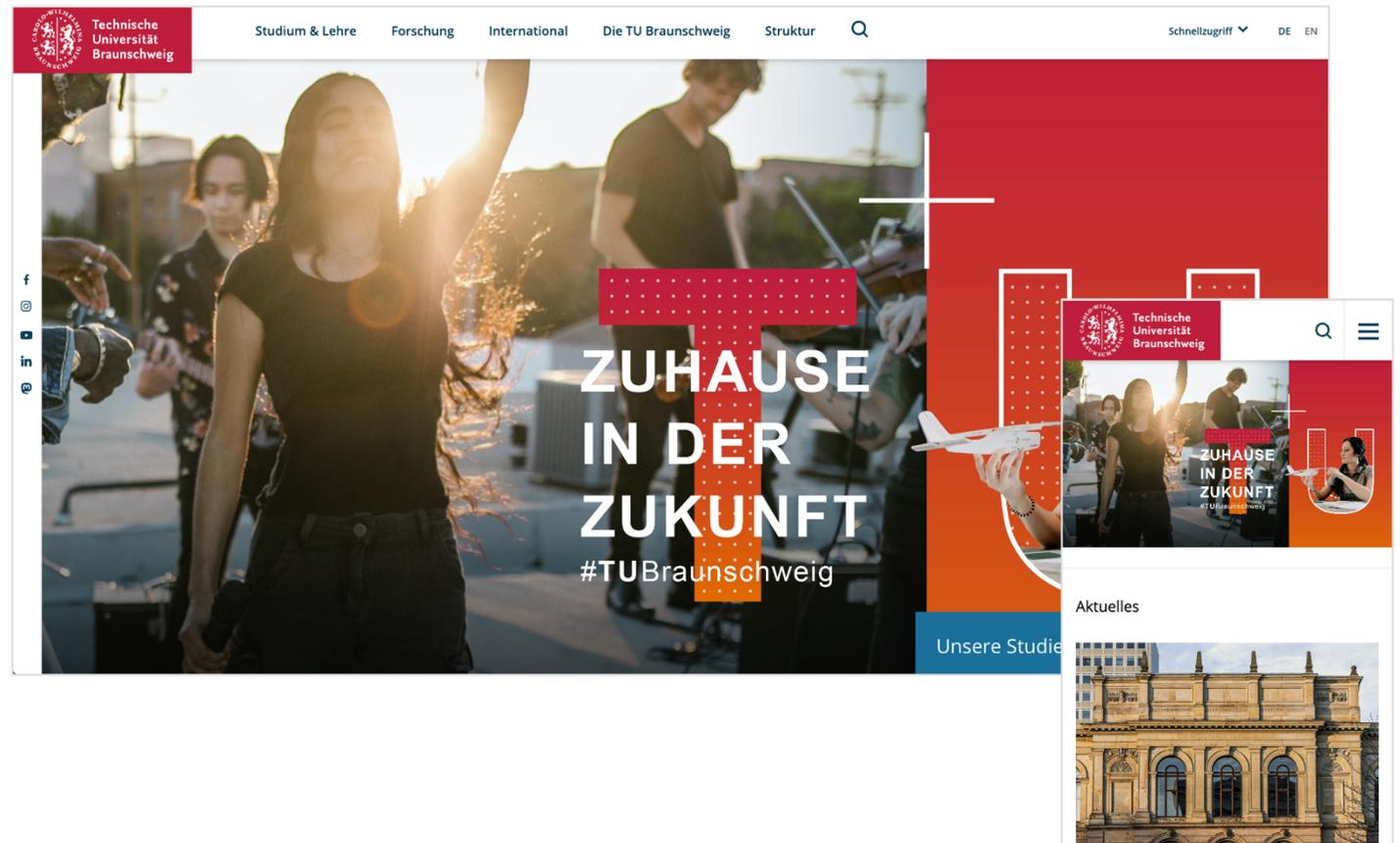


# 3pc

## Technische Universität Braunschweig

<https://www.tu-braunschweig.de/>

Die Universität wurde 1745 gegründet und hat etwa 16.000 Studierende, die an sechs Fakultäten studieren. Sie ist eine traditionsreiche Technische Universität mit einem klaren Profil in Forschung und Lehre.

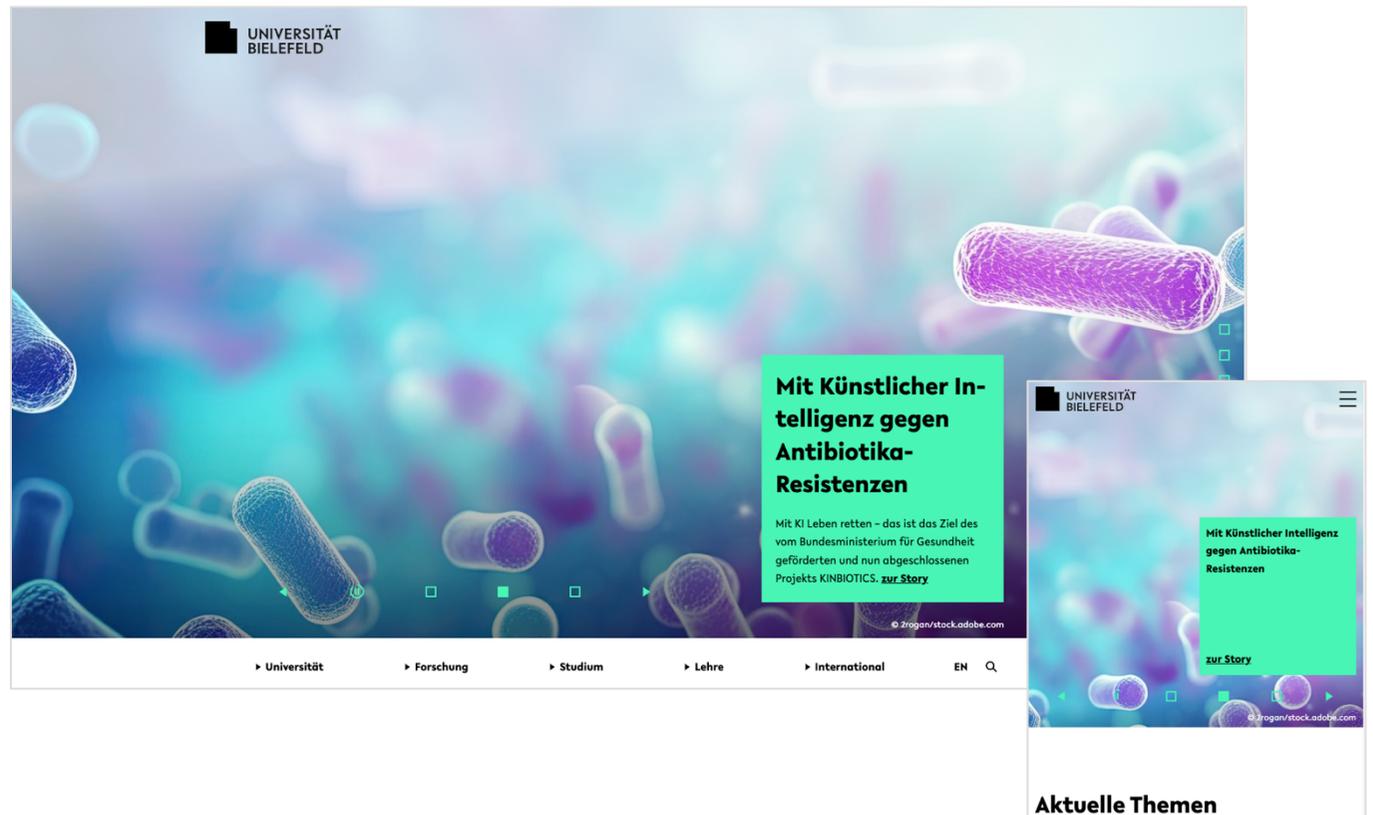


# 3pc

## Universität Bielefeld

<https://www.uni-bielefeld.de/>

Die Universität Bielefeld wurde im Jahr 1969 mit explizitem Forschungsauftrag und hohem Anspruch an die Qualität einer forschungsorientierten Lehre gegründet. Mit circa 24.500 Studierenden umfasst sie 14 Fakultäten.



## Kandidat:innen aus der Vorauswahl

Für die Umfeldanalyse standen des Weiteren die Leibniz Universität Hannover (<https://www.uni-hannover.de>) und die TU Cottbus-Senftenberg (<https://www.b-tu.de/>) zur Diskussion. Beide Universitäten stellten sich nach näherer Betrachtung als ungeeignet heraus, da keine Best Practice Beispiele bzw. Impulse auf den jeweiligen Websites zu finden sind.

Auf den ersten Blick erscheint die Navigationsstruktur der Leibniz Universität zwar übersichtlich, allerdings gelangen Nutzer:innen erst nach mehreren Klicks zu tiefer liegenden Inhalten. Das Verlinkungskonzept ist inkonsistent, d.h. auf den einzelnen Seiten gibt es zahlreiche, verschiedene Navigations- und Teaserelemente. Dadurch fehlt Orientierung und Übersichtlichkeit. Außerdem hat die Leibniz Universität Hannover aufgrund ihrer Farbgebung und Typografie keine moderne Ausstrahlung. Verstärkt wird dieser Eindruck durch die Nutzung beliebiger Stockfotos (wie z.B. im Sliderelement auf der Startseite), die keinen authentischen Einblick in die Universität gewähren.

Die TU Cottbus-Senftenberg überfrachtet mit Informationen und bietet aufgrund der Marginalspalte im rechten Seitenbereich keine klare Nutzer:innenführung. Darüber hinaus gibt es tiefer liegende Seiten wie z.B. im Bereich *Universität*, die im linken Seitenbereich eine verschachtelte Subnavigation aufweisen und somit keine übersichtliche Struktur liefern. Die einzelnen Seiten verfügen über viele verschiedene Elemente und Funktionalitäten und sind nicht konsistent aufgebaut. Mangelnde Konsistenz findet sich auch in der Bildwelt und in der Texttonalität wieder. Hier fehlt nicht nur ein roter Faden, sondern auch Nahbarkeit.

## **Weitere Kandidat:innen bzw. Einzelbeispiele**

Die Best Practices folgender Hochschulen wurden für einzelne Bereiche ergänzt, da sie vielversprechende Lösungsansätze bieten:

- Internationale Hochschule
- FH Aachen
- Hochschule Furtwangen
- Wilhelm Löhe Hochschule

## Kriterien der Analyse

Ein vergleichender Blick auf drei bis vier ausgewählte Mit- und Wettbewerber:innen ist empfehlenswert, um zielgerichtet Best Practices zu identifizieren und Anregungen zu gewinnen. Bei der Untersuchung der digitalen Angebote vergleichbarer Kandidat:innen sollten unter anderem folgende Kriterien im Fokus stehen:

- Intuitive Usability
- Nutzungserlebnis
- Zielgruppenspezifische Aufbereitung & Ansprache
- Bedarfsgerechte und verständliche Inhalte
- Authentische und konsistente Darstellung der Organisation

Wichtig in der Auswahl der Kandidat:innen ist die Vergleichbarkeit sowie der Erfüllungsgrad der Websites in Bezug auf Usability, User Experience und User Centered Design. Denn die Ergebnisse der Umfeldanalyse können nur dann als konkrete Anregungen dienen, wenn die Kandidat:innen hinsichtlich der aufgelisteten Kriterien impulsgebend sind.

Bei der Untersuchung der Websites wurden folgende Fragestellungen bedacht:

### **Usability**

- Ist die Navigation einfach und klar?
- Sind die Elemente intuitiv bedienbar?
- Werden die gewünschten Inhalte schnell und einfach aufgefunden?
- Wird auf zielgruppenspezifische Kanäle verlinkt?
- Wird für eine schnelle Auffindbarkeit eine flache Menüebenen-Hierarchie bedacht?

## **Zielgruppenorientierung**

- Werden die Zielgruppen bedarfsgerecht abgeholt?
- Werden Inhalte zielgruppenspezifisch aufbereitet?
- Ist der Bewerbungsprozess für Studieninteressierte einfach und klar?

## **User Experience**

- Bietet die Website einen explorativen Zugang zu Inhalten?
- Wird das Nutzungserlebnis durch das Design unterstützt?
- Gibt es aktivierende Elemente wie Storytelling, Micro-Animationen, Bewegtbild?

## **Außendarstellung**

- Wird die Positionierung und Haltung der Hochschule auf der Website erfahrbar?
- Wird die Hochschule authentisch dargestellt?
- Ist die visuelle und inhaltliche Darstellung konsistent?

## Usability

- Ist die Navigation einfach und klar?
- Sind die Elemente intuitiv bedienbar?
- Werden die gewünschten Inhalte schnell und einfach aufgefunden?
- Wird auf zielgruppenspezifische Kanäle verlinkt?
- Wird für eine schnelle Auffindbarkeit eine flache Menüebenen-Hierarchie bedacht?

## Usability: Best Practice

### Universität Leipzig: geöffnetes Burgermenü

<https://www.uni-leipzig.de/>



Innerhalb dieses sehr übersichtlichen Burger-Menüs gelangt man per Klick von jedem Menüpunkt zur jeweils nächsten Menüebene des Bereichs. Dadurch sind alle relevanten Informationen zugänglich. Dieses Full Screen Menü zeigt maximal vier Ebenen und bietet unterhalb der Hauptmenüpunkte Zielgruppeneinstiege, um alternative Zugänge zu gewähren.

## Usability: Best Practice

### Universität Leipzig: Metamenü, Breadcrumb und Navigation auf einer Detailseite

<https://www.uni-leipzig.de/studium/im-studium/immatriculation-und-studienstart/immatriculation>

The screenshot displays the website for the University of Leipzig, specifically the page for enrollment and study start. The header features the university's logo and name on the left, and a navigation bar on the right with links for 'ÜBERSICHT FAKULTÄTEN & EINRICHTUNGEN', 'DIREKT ZU', 'INTRANET', 'BARRIEREFREI', 'SUCHE', and 'MENÜ'. Below the header, a breadcrumb trail reads 'STUDIUM > IM STUDIUM > IMMATRIKULATION UND ... > IMMATRIKULATION'. A link to 'ZU „IMMATRIKULATION UND STUDIENSTART“' is also present. The main content area is titled 'IMMATRIKULATION' and includes a paragraph explaining the enrollment process. A 'KONTAKT' section provides contact details for the 'Studierendensekretariat', including the address 'Goethestraße 3-5, 04109 Leipzig' and the phone number '+49 341 97 - 32058'. There is also a link for 'E-MAIL SCHREIBEN >'. At the bottom left, there are two links: 'Unterlagen für die Immatrikulation' and 'Verzicht auf den Studienplatz'.

Das Metamenü beinhaltet alle wichtigen und erwartungskonformen Links sowie Direkteinstiege und Verlinkungen zu den Fakultätswebsites. Außerdem sind die Suche und das Burger-Menü dort zu finden und nach dem Scrollen ständig als Sticky Element verfügbar. Orientierung bietet auch die Breadcrumb, die direkt zu den übergeordneten Seiten verlinkt. Einziger Kritikpunkt: die Barrierefreiheit ist (noch) nicht BITV-konform umgesetzt.

## Usability: Best Practice

### Universität Leipzig: Studiengangssuche

<https://www.uni-leipzig.de/studium/vor-dem-studium/studienangebot>

Suchbegriff

BACHELOR OF ARTS ▼ STUDIENRICHTUNG ▼ ZULASSUNGSBESCHRÄN... ▼

STUDENTYP ▼ STUDIENBEGINN ▼ STUDIENFORM ▼

FAKULTÄT ▼ AUFBAUSTUDIUM ▼ INTERNATIONALER STUD... ▼

LEHRSPRACHE ▼ FILTERN >

Ihre Auswahl: **BACHELOR OF ARTS** ✕ ALLE FILTER ZURÜCKSETZEN ✕

### 39 STUDIENGÄNGE

**Afrikastudien B. A.**  
Im Studiengang Afrikastudien nähern Sie sich „Afrika“ aus unterschiedlichsten Perspektiven: In einer einzigartigen Verbindung von Sprache, Kultur, Gesellschaft, Politik und Geschichte setzen Sie sich kritisch

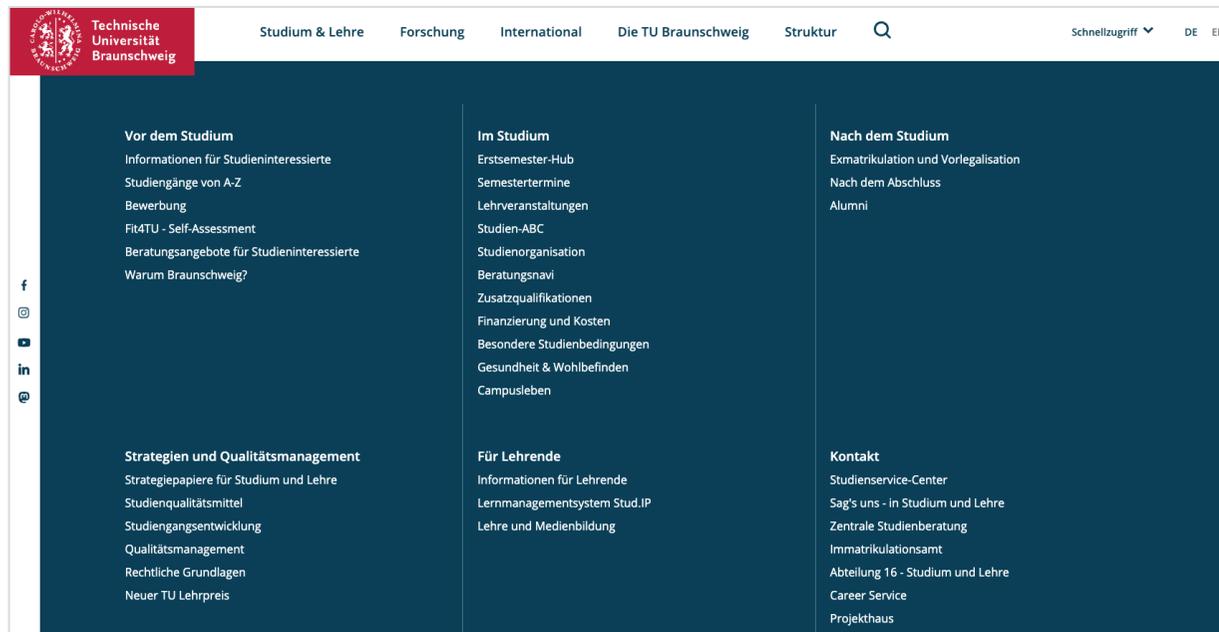
**Ägyptologie B. A.**  
Ägyptologie gehört zu den Altertumswissenschaften. Es geht um die Kultur und Sprache des Alten Ägyptens, das heißt sämtliche Hinterlassenschaften der Menschen, die vom fünften vorchristlichen bis zum ersten

Die Teilsuche zu den Studienangeboten bietet zielgruppengerechte Filtermöglichkeiten. Die Suchergebnisse beinhalten die wichtigsten Informationen. Allerdings ist alles sehr gleichrangig aufgebaut und es mangelt an Bildelementen und Farbakzenten. Dadurch fehlt der Teilsuche der Fokus. Die Filtermöglichkeiten sind ebenfalls zu gleichwertig dargestellt.

## Usability: Best Practice

### Technische Universität Braunschweig: geöffnetes Menü

<https://www.tu-braunschweig.de/>



Das Full Screen Menü bietet sehr übersichtlich Zugang zu bedarfsgerechten Seiten, die klar gruppiert und nicht zu tief verschachtelt sind. (Im Beispiel ist Studium & Lehre geöffnet).

Einziges Manko: Im Metamenü fehlt leichte Sprache und Gebärdensprache.

## Usability: Best Practice

### Technische Universität Braunschweig: Submenünavigation auf einer Detailseite

<https://www.tu-braunschweig.de/flw/studierende/biotechnologie/bsc>

The screenshot displays the website for the Bachelor program in Biotechnology at TU Braunschweig. The page features a navigation bar at the top with the university logo and menu items: Studium & Lehre, Forschung, International, Die TU Braunschweig, and Struktur. A search icon and a language selector (Schnellzugriff) are also present. Below the navigation bar, a breadcrumb trail indicates the current location: Struktur > Fakultäten > Fakultät für Lebenswissenschaften > Studierende > Biotechnologie. The main heading is 'BACHELOR'. A large image shows three students sitting on the grass, looking at a book. Below the image is a dark green button labeled 'Bachelorstudiengang Biotechnologie'. On the right side, a sub-menu titled 'BACHELOR' lists several options: Studienverlaufsplan BSc, Modulhandbuch BSc, Module/Vorbesprechungen, Stundenplan/Praktikumsplan BSc, Prüfungstermine, Formulare, Prüfungsordnungen, Schlüsselkompetenzen BSc, and Wahlpflichtentscheidung Bachelor.

Wenn sich Seiten auf tieferliegenden Ebenen befinden, sind sie über ein Submenü auf der rechten Seite verlinkt. Ein bedingt guter Lösungsansatz, der klug konzipiert werden muss, sonst besteht die Gefahr, dass es wiederum zu verschachtelt wird und Besucher:innen die Übersicht verlieren.

## Usability: Best Practice

### Technische Universität Braunschweig: Studiengangssuche

<https://www.tu-braunschweig.de/studienangebot>

Die Technische Universität Braunschweig bietet Ihnen ein breites Spektrum an Studienmöglichkeiten. Erkunden Sie unser Studienangebot und finden Sie den passenden Studiengang:

Suchbegriff Abschluss Fachrichtung

Wintersemester Zulassung

Fakultät 3 - Architektur, Bauingenieurwesen und Umweltwissenschaften Sprache

Eingaben löschen Finden

14 results:

**Architektur (Bachelor)**  
Studienbeginn: Wintersemester Zulassung: zulassungsbeschränkt

**Architektur (Master)**  
Studienbeginn: Winter- und Sommersemester Zulassung:

**Architektur Plus (Bachelor)**  
Studienbeginn: Winter- und Sommersemester Zulassung:

Die Filtermöglichkeiten in der Teilsuche zu den Studiengängen sind zielgruppengerecht und überschaubar. Die Suchergebnisse sind mit Bild hinterlegt, allerdings sollten sich Bilder nicht doppeln und es fehlen in den Ergebnissen klare Beschreibungen der Studiengänge.

## Usability: Best Practice

### Universität Bielefeld: geöffnetes Menü des Bereichs Studium

<https://www.uni-bielefeld.de/>

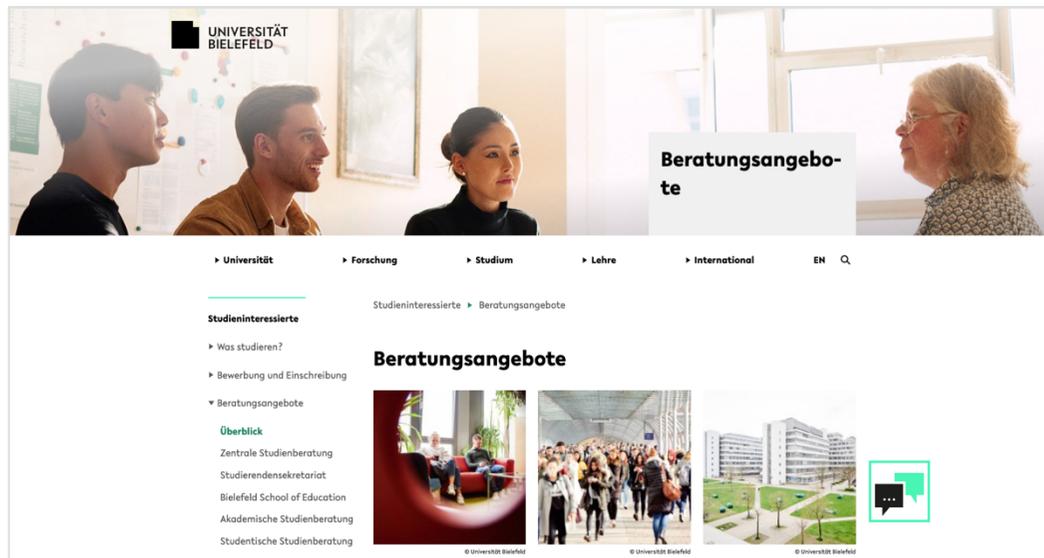


Das Menü bietet eine überschaubare Navigation zur nächsttieferen Ebene. Allerdings besteht das Metamenü nur aus der Suche und einem Sprachwechsler: hier fehlt das Thema Barrierefreiheit. Zu erwähnen ist, dass der hier gezeigte Bereich *Studium* bedarfsgerecht nach Zielgruppen aufgeteilt ist und die Zielgruppe Studierende sehr konsequent ausschließlich zu einem internen Login-Bereich führt.

## Usability: Best Practice

### Universität Bielefeld: Submenünavigation auf einer Detailseite

<https://www.uni-bielefeld.de/studium/studieninteressierte/beratung/>

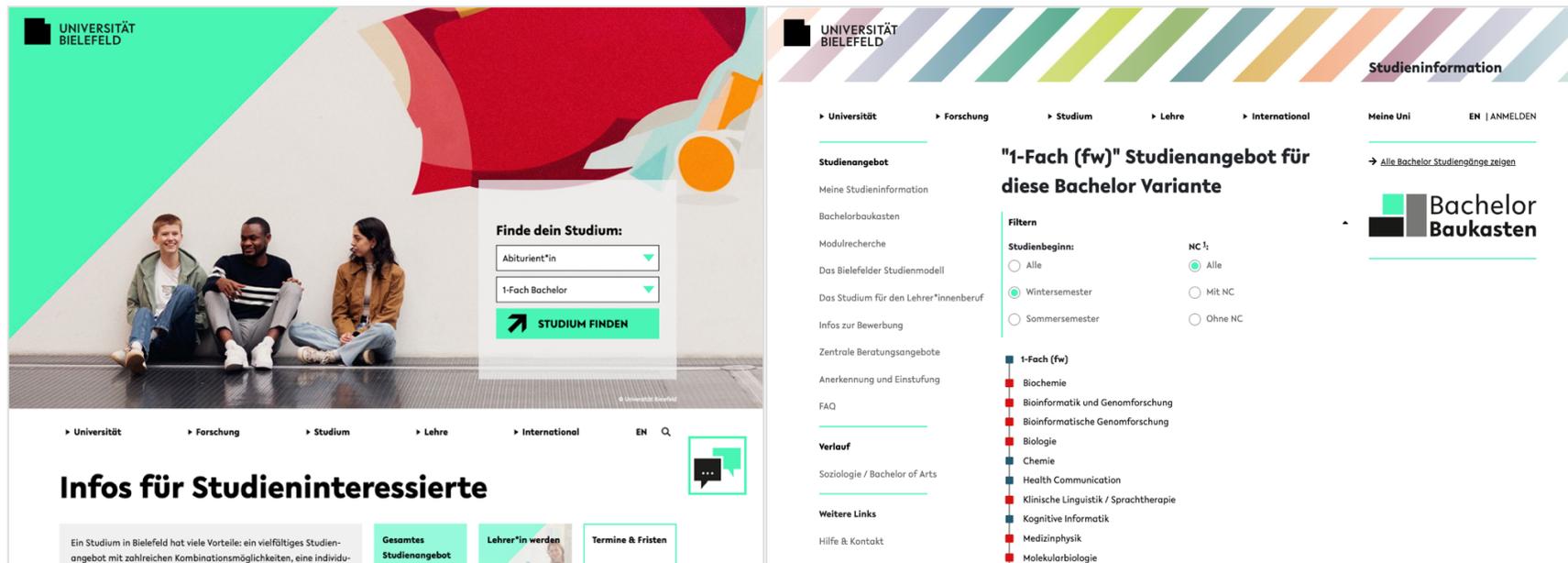


Ab der zweiten Ebene gibt es eine Submenünavigation am linken Bildschirmrand. Dieses Menü bietet zusätzlich zur Breadcrumb eine gute Orientierung, da es nicht zu verschachtelt ist.

## Usability: Best Practice

### Universität Bielefeld: Studiengangssuche

<https://www.uni-bielefeld.de/studium/studieninteressierte/>



Auf der Verteilerseite für Studieninteressierte befindet sich ein niederschwelliger Zugang zur Studiengangssuche mittels Call-to-Action *Studium finden* (siehe linken Screen). Allerdings ist die Suchergebnisseite nicht sehr aussagekräftig, da es nur Links als Ergebnisse gibt und keine Teaser mit Beschreibungstext und Bild.

## Usability: Best Practice

### Internationale Hochschule: Studiengangssuche

<https://www.iu.de/bachelor/design-und-medien/?locations=berlin>

The image displays two screenshots of the IU (Internationale Hochschule) website's program search interface. The left screenshot shows the desktop view, featuring a sidebar with filters for 'Studienbereich', 'Studienformate', 'ECTS-Punkte', 'Sprache', and 'Studienorte'. The main content area shows search results for 'Mediendesign' and 'Medienmanagement' under the 'Bachelor' category. The right screenshot shows the mobile view, where the filter sidebar is collapsed into a top bar, and the search results are displayed in a more compact, vertical layout.

Die Internationale Hochschule bietet einen sehr übersichtlichen Studiengangsfinder an: Auf der linken Seite befinden sich zielgruppenrelevante Filtermöglichkeiten und auf der rechten Seite sind die Suchergebnisse mit allen wichtigen Informationen aufgelistet. In der mobilen Ansicht ist der Filter eingeklappt (siehe rechten Screen).

## Zielgruppenorientierung

- Werden die Zielgruppen bedarfsgerecht abgeholt?
- Werden Inhalte zielgruppenspezifisch aufbereitet?
- Ist der Bewerbungsprozess für Studieninteressierte einfach und klar?

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Universität Leipzig: Detailseite für internationale Studieninteressierte

<https://www.uni-leipzig.de/international/studieren-an-der-universitaet-leipzig/vor-dem-studium>

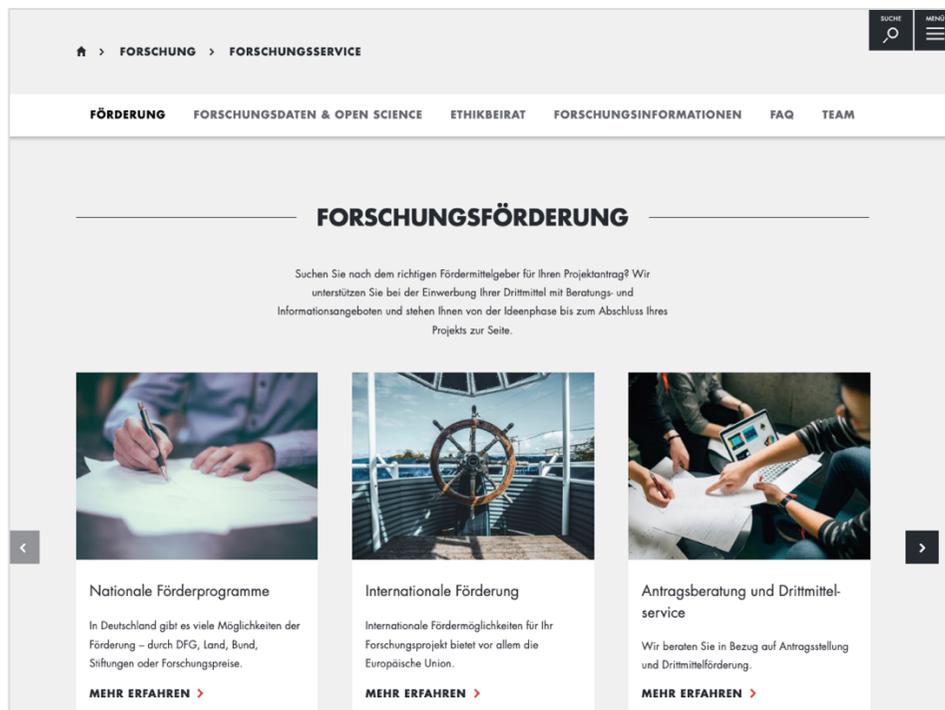
The screenshot shows the website for international students at the University of Leipzig. The header includes the university logo and name, a language selector (DE | EN), and navigation buttons for 'ÜBERSICHT FAKULTÄTEN & EINRICHTUNGEN', 'DIREKT ZU', 'INTRANET', 'BARBEREIT', 'SUCHE', and 'MENÜ'. The breadcrumb trail reads: 'INTERNATIONAL > STUDIEREN AN DER UNIVERSITÄT ... > VOR DEM STUDIUM'. Below this, there is a section titled 'VOR DEM STUDIUM' with a welcome message and three bullet points: 'Hinweise für Ihre Bewerbung', 'Weg nach Leipzig', and 'Leben in Leipzig'. To the right, there is a 'KONTAKT' section for the 'Stabsstelle Internationales' with the address 'Goethestraße 3 – 5, 04109 Leipzig' and an 'E-MAIL SCHREIBEN' button. Below the contact section are two buttons: 'KONTAKT & BERATUNG' and 'STUDIENANGEBOT'. At the bottom right, there is a 'LINKS' section with 'DAAD:' listed. An illustration at the bottom left shows a world map and a person thinking, with a thought bubble containing a crossed-out globe icon.

Die Seite beinhaltet alle wichtigen Infos zur Bewerbung, zum Visum und dem Leben in Leipzig. Darüber hinaus werden Verlinkungen zu relevanten externen Seiten angeboten – alles kompakt auf einer Seite. Allerdings ist diese Seite nicht sehr nahbar, zeigt keine Menschen und vermittelt keinen Eindruck der Universität. Sie strahlt daher auch keine Willkommenskultur aus.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Universität Leipzig: Übersichtsseite Forschungsservice für Forschungsinteressierte

<https://www.uni-leipzig.de/forschung/forschungsservice>



Die Übersichtsseite schafft mit den Teasern, die thematisch geclustert sind, zielgruppengerechte Zugänge und die Universität stellt sich authentisch als Serviceanbieter in diesem Bereich dar. Das Sprungmarkenmenü beinhaltet alle wichtigen Punkte im Bereich Forschungsservice. Am Ende der Seite befindet sich prominent eine Kontaktmöglichkeit.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Universität Leipzig: Detailseite für Stellensuchende

<https://www.uni-leipzig.de/universitaet/arbeiten-an-der-universitaet-leipzig/die-universitaet-leipzig-als-arbeitgeberin>

[🏠](#) > [UNIVERSITÄT](#) > [ARBEITEN AN DER UNIVERSITÄT L...](#) > [DIE UNIVERSITÄT LEIPZIG ALS ARB...](#)

[← ZU „ARBEITEN AN DER UNIVERSITÄT LEIPZIG“](#)

## DIE UNIVERSITÄT LEIPZIG ALS ARBEITGEBERIN

Die Universität Leipzig beschäftigt rund 5.300 Personen, denen sie neben anspruchsvollen und innovativen Aufgaben auch ein attraktives Arbeitsumfeld bietet. Beginnend mit der persönlichen Weiterentwicklung über Teilzeitregelungen bis hin zu Angeboten zum betrieblichen Gesundheitsmanagement – das Spektrum der zusätzlichen Leistungen für unser Personal ist breit gefächert.



Die Arbeit in der Wissenschaft ist von immer neuen Herausforderungen geprägt. Um ihnen gewachsen zu sein, unterstützen wir alle Beschäftigten beim Ausbau von Fähigkeiten und Wissen. Foto: rawpixel / Unsplash

**UNSERE ANGEBOTE**

**KONTAKT**

**Thomas Arndt**  
Sachgebietsleiter  
Personalentwicklung und Gesundheitsmanagement  
Goethestraße 6, Raum 713  
04109 Leipzig  
Telefon: +49 341 97 - 30086  
[E-MAIL SCHREIBEN >](#)

**Dr. Nicole Koburger**  
Referentin akademische Personalentwicklung  
Grundsatzreferat/ Strategische Projekte  
Rektoratsgebäude  
Ritterstraße 26, Raum 312  
04109 Leipzig  
Telefon: +49 341 97 - 35093  
Telefax: +49 341 97 - 35009  
[E-MAIL SCHREIBEN >](#)

Die Universität präsentiert sich als attraktive Arbeitgeberin und spricht Stellensuchende mit ihren Benefits unter „Unsere Angebote“ glaubwürdig und wertschätzend an. Auf der Seite werden in kurzen und prägnanten Textabschnitten alle wichtigen Punkte genannt, die eine Arbeitgebermarke ausmachen. Kritisch anzumerken ist das sehr generische Stockfoto im Headerbereich der Seite: Hier wären echte Mitarbeitende deutlich nahbarer.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Universität Leipzig: Detailseite/Informationsseite zum Bewerbungsprozess

<https://www.uni-leipzig.de/studium/vor-dem-studium/bewerbung/online-bewerbung>

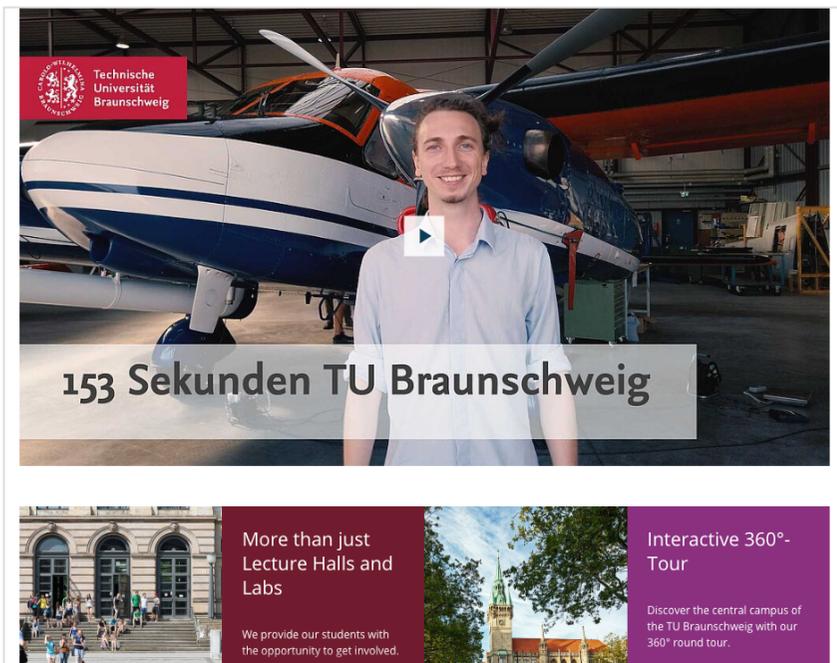
The screenshot shows a web page for online applications. At the top, there is a breadcrumb trail: **STUDIUM > VOR DEM STUDIUM > BEWERBUNG > ONLINE-BEWERBUNG**. Below this, a link **< ZU „BEWERBUNG“** is visible. The main heading is **ONLINE-BEWERBUNG**. A paragraph explains that applications are online and covers the process from application to enrollment. A list of links includes: Hochschulzugangsberechtigung, Bewerbungsportale, Bewerbung über das AlmaWeb-Portal, Voraussetzungen für die Immatrikulation, Nach der Bewerbung, and Ihre Ansprechpartnerinnen im Studierendensekretariat. A section titled **HOCHSCHULZUGANGSBERECHTIGUNG** states that applicants need either general or subject-specific access rights. A **Fachhochschulreife:** section is also present. On the right, a **KONTAKT** box provides the address (Goethestraße 3-5, 04109 Leipzig), phone number (+49 341 97 - 32058), and an **E-MAIL SCHREIBEN >** link. Below that, a **Persönliche Sprechzeit** box lists hours (10:00-12:00 and 13:00-15:00) and a booking link **TERMINBUCHUNGSTOOL** with an external icon.

Die Infos zum Online-Bewerbungsprozess sind gut strukturiert dargestellt und lassen keine Fragen offen. Weiter unten auf der Seite befinden sich themenspezifische FAQs und ein Erklärvideo. Die Sprungmarken sind eine gute Hilfestellung, um gezielt zur gewünschten Info zu gelangen. Kritisch zu betrachten ist, dass das Sprungmarkenmenü anders dargestellt wird, als auf der Seite Forschungsservice und dadurch die Website insgesamt inkonsistent wirkt.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Technische Universität Braunschweig: Verteilerseite für internationale Studieninteressierte

<https://www.tu-braunschweig.de/en/why-braunschweig>



Der Bereich International bietet Studierenden sehr umfangliche Informationen: von der Vorbereitung in Bezug auf ein Studium in Braunschweig bis zu organisatorischen Fragen, die sich bei Studienabschluss ergeben. Allerdings gibt es sehr viele kleinteilige Verteiler- und Detailseiten, die wenig Inhalt bieten und zusammengefasst werden könnten. Auf der Seite *Why Braunschweig?* ist ein Video mit wichtigen Infos zur Universität, welches leider auf der englischsprachigen Seite nur in deutscher Sprache verfügbar ist.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Technische Universität Braunschweig: Übersichtsseite Forschungsschwerpunkte für Forschungsinteressierte

<https://www.tu-braunschweig.de/forschung/forschungsprofil/schwerpunkte>

Technische Universität Braunschweig

Studium & Lehre   Forschung   International   Die TU Braunschweig   Struktur   🔍

🏠 > Forschung > Forschungsprofil

## Forschungsschwerpunkte

▼ Forschungsschwerpunkte

- Mobilität
- Metrologie
- Engineering for Health
- Stadt der Zukunft

Wir gestalten die Zukunft

Leichte Serienautomobile mit niedrigem Kraftstoffverbrauch, lärm- und emissionsarme Flugzeuge, Wirkstoffe gegen Infektionskrankheiten, personalisierte Arzneimittel, Messtechnik für die Nanotechnologie oder Strategien für die Stadt der Zukunft: Mit der Bündelung unserer Forschungsaktivitäten leisten wir Beiträge zur Bewältigung großer gesellschaftlicher Herausforderungen. Dabei arbeiten wir eng mit den international renommierten Forschungseinrichtungen in Braunschweig zusammen.

Der Bereich Forschung bietet Übersichts- und Detailseiten zu allen relevanten Fragestellungen und richtet sich eindeutig an Zielgruppen, die ein professionelles Interesse am Thema Forschung haben. Qualitativ hochwertigere Bilder könnten den Forschungsbereich noch mehr aufwerten und die Nutzungstauglichkeit der dargestellten Seite Forschungsschwerpunkte würde optimiert, wenn die Inhalte nicht in Klappenelementen versteckt wären.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Technische Universität Braunschweig: Detailseite für Stellensuchende

<https://www.tu-braunschweig.de/die-tu-braunschweig/karriere/arbeiten-an-der-tu>

The screenshot shows the 'Arbeiten an der TU' page on the TU Braunschweig website. The page is structured as follows:

- Navigation:** Studium & Lehre, Forschung, International, Die TU Braunschweig, Struktur, and a search icon.
- Header:** Technische Universität Braunschweig logo and name.
- Main Content:**
  - Was wir bieten:** A paragraph stating the university is a special employer and contributes to societal progress and academic training.
  - Welt offen:** A paragraph about the international environment with 3,000 students and researchers from 110 countries.
  - Immer etwas los:** A paragraph about various events like concerts and theater.
  - Vernetzt arbeiten:** A paragraph about the research region and cooperation with other institutions.
  - Für Beschäftigte:** A green box with a white arrow pointing right, containing text about organizational overviews and an internal information portal.
  - Buttons:** 'Arbeiten an der TU' (dropdown), 'Was wir bieten', 'Stellenmarkt', and 'Mehr Angebote der TU Braunschweig ->'.
- Footer:**
  - Mehr zu Braunschweig und Umgebung:** A section with four small images showing campus buildings and a boat.
  - Text:** Braunschweig has 250,000 inhabitants and is a dynamic location with good prospects.

Auch wenn diese Seite insgesamt weder attraktiv gestaltet noch zielgruppengerecht formuliert ist, so ist der Abschnitt *Was wir bieten* onlinegerecht (d.h. mit Zwischenüberschriften, Bildern und kurzen Texten) aufbereitet und es gibt Infos zu Braunschweig als Standort. Allerdings fehlen auf der Seite Bilder von Mitarbeitenden und Infos zu Rahmenbedingungen, dem Bewerbungsprozess und den Konditionen. D.h. insgesamt ist der Bereich Karriere wenig einladend.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Technische Universität Braunschweig: Detailseite/Informationsseite zum Bewerbungsprozess

<https://www.tu-braunschweig.de/bewerbung/bewerbungsverfahren>

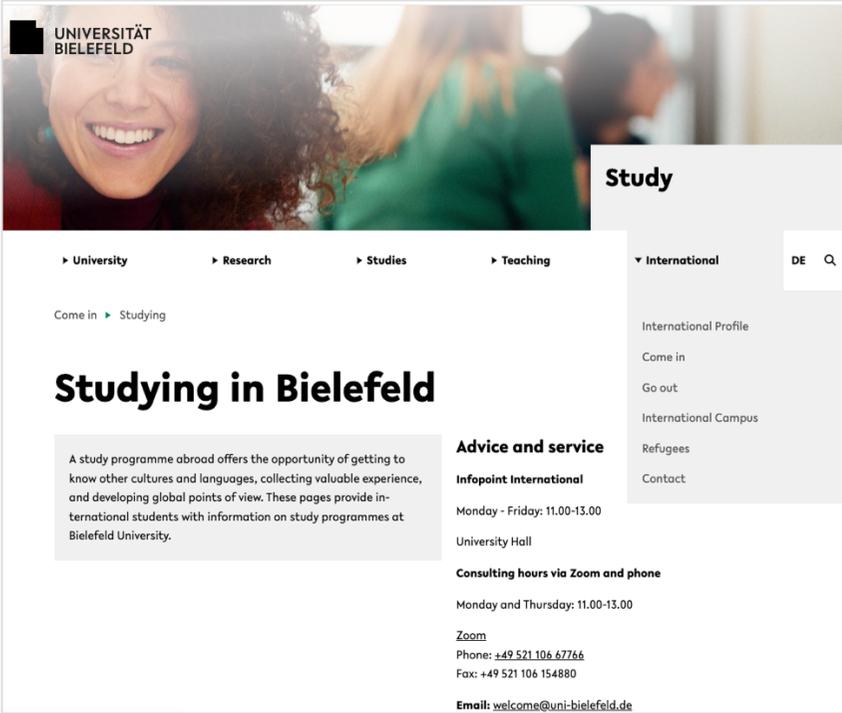
The screenshot shows the website for the application process at TU Braunschweig. The page title is 'Bewerbungsverfahren'. The main content is titled 'Das Bewerbungsverfahren in fünf Schritten' and lists five steps: 1. Informieren, 2. Online bewerben, 3. Bewerbungsunterlagen hochladen, 4. Warten, and 5. Studienplatz annehmen oder weitere Chancen wahrnehmen. A sidebar on the right contains a 'Bewerbung' menu with links to 'Bewerbungsverfahren', 'Besondere Bewerbungsverfahren', 'Zugangsvoraussetzungen', and 'Bewerbungs-ABC'. Below the text, there is a section 'Das Bewerbungsverfahren im Video erklärt' with an illustration of a study desk and a video player icon.

Positiv zu erwähnen ist, dass es zum Bewerbungsverfahren ein niederschwelliges Erklärvideo gibt, das die wichtigsten Fakten erläutert. Hier wäre allerdings ein Video mit echten Studierenden deutlich nahbarer und zielgruppengerechter. Die im Screen abgebildete Schrittabfolge ist gut überschaubar – jedoch zu oberflächlich. Es fehlen außerdem Kontaktinfos, um individuelle Fragen zu stellen.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Universität Bielefeld: Verteilerseite für internationale Studieninteressierte

<https://www.uni-bielefeld.de/international/come-in/studium/>



**UNIVERSITÄT BIELEFELD**

**Study**

► University    ► Research    ► Studies    ► Teaching    ▼ International    DE    Q

Come in    ► Studying

## Studying in Bielefeld

A study programme abroad offers the opportunity of getting to know other cultures and languages, collecting valuable experience, and developing global points of view. These pages provide international students with information on study programmes at Bielefeld University.

**Advice and service**

**Infopoint International**

Monday - Friday: 11.00-13.00

University Hall

**Consulting hours via Zoom and phone**

Monday and Thursday: 11.00-13.00

Zoom

Phone: [+49 521 106 67766](tel:+4952110667766)

Fax: +49 521 106 154880

**Email:** [welcome@uni-bielefeld.de](mailto:welcome@uni-bielefeld.de)

International Profile  
Come in  
Go out  
International Campus  
Refugees  
Contact

Die Verteilerseite ist sehr übersichtlich und bietet direkte Kontaktmöglichkeiten. Authentische Bilder vermitteln einen Einblick in die Uni und zeigen Studierende. Internationale Studieninteressierte finden auf der Website Infos zu allen wichtigen Themen, allerdings benötigt man viele Klicks, um zu den gewünschten Infos zu gelangen.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Universität Bielefeld: Verteilerseite für Stellensuchende

<https://www.uni-bielefeld.de/uni/karriere/>

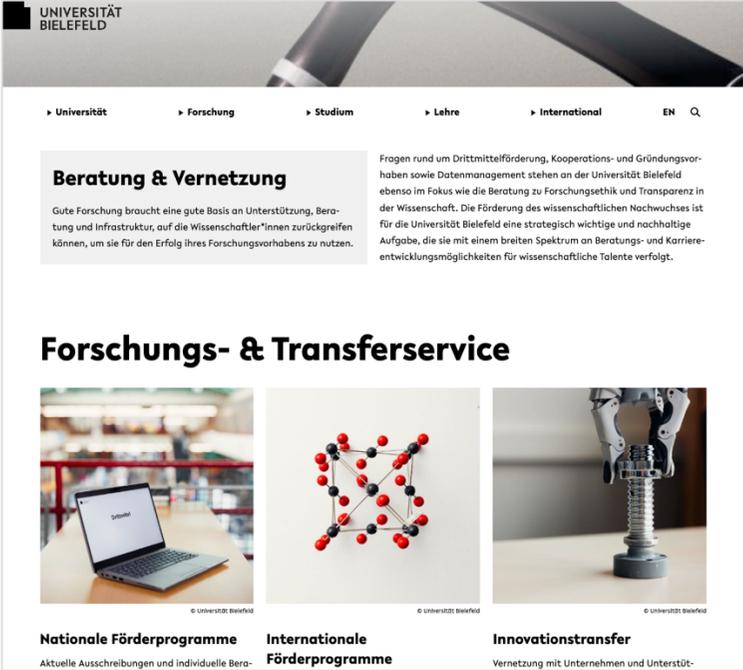
The screenshot shows the career page of the University of Bielefeld. At the top, there is a navigation bar with links for 'Universität', 'Forschung', 'Studium', 'Lehre', and 'International', along with 'EN' and a search icon. The main heading is 'Stellenausschreibungen suchen'. Below this, there is a 'Jobs filtern' section with five radio button options: 'Wissenschaftliches Personal' (selected), 'Personal in Technik und Verwaltung', 'Ausbildungsplätze', 'Praktikumsplätze', and 'Interne Stellen (\*nur für eingeloggte Uni-Mitarbeiter\*innen verfügbar)'. A 'Filter' section follows with four expandable categories: 'Befristung', 'Einrichtung', 'Berufserfahrung', and 'Tätigkeitsbereich'. A green button labeled 'Ausschreibungen anzeigen' is positioned to the right. Below the filters, there is a section titled 'Professuren mit Verfahrensstand'. The main content area features the headline 'Zusammen gut arbeiten. Die Uni Bielefeld als Arbeitgeberin.' and a short paragraph describing the university as an attractive, family-friendly workplace. At the bottom, there are three highlighted boxes: 'Innovatives und modernes Umfeld', 'Gesundes Arbeiten', and 'Work-Life-Balance'.

Die Karriereseite bietet einen übersichtlichen Einstieg in alle zielgruppenrelevanten Themen und bietet durch Verwendung von Bild und Video sowie durch Zitate von Mitarbeitenden echte Nahbarkeit. Zu erwähnen ist außerdem die Teilsuche mit Filtermöglichkeiten im Headerbereich der Karriereseite, die Interessierte sofort zu passenden Angeboten führt.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Universität Bielefeld: Verteilerseite zum Thema Beratung für Forschungsinteressierte

<https://www.uni-bielefeld.de/forschung/support/>



UNIVERSITÄT BIELEFELD

» Universität » Forschung » Studium » Lehre » International EN Q

### Beratung & Vernetzung

Gute Forschung braucht eine gute Basis an Unterstützung, Beratung und Infrastruktur, auf die Wissenschaftler\*innen zurückgreifen können, um sie für den Erfolg ihres Forschungsvorhabens zu nutzen.

Fragen rund um Drittmittelförderung, Kooperations- und Gründungsvorhaben sowie Datenmanagement stehen an der Universität Bielefeld ebenso im Fokus wie die Beratung zu Forschungsethik und Transparenz in der Wissenschaft. Die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses ist für die Universität Bielefeld eine strategisch wichtige und nachhaltige Aufgabe, die sie mit einem breiten Spektrum an Beratungs- und Karriereentwicklungsmöglichkeiten für wissenschaftliche Talente verfolgt.

### Forschungs- & Transferservice



**Nationale Förderprogramme**  
Aktuelle Ausschreibungen und individuelle Bera-



**Internationale Förderprogramme**



**Innovationstransfer**  
Vernetzung mit Unternehmen und Unterstüt-

Die Verteilerseite ist sehr übersichtlich und bietet Teaser, die zu weiterführenden Inhalten führen. Insgesamt könnten auf den Verteilerseiten etwas mehr Informationen vorhanden sein – auch um bei Suchmaschinen wie Google besser zu ranken.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice

### Universität Bielefeld: Informationsseite zum Bewerbungsprozess

<https://www.uni-bielefeld.de/studium/studierende/studienorganisation/einschreibung/einschreibungsverfahren/zulassungsfrei/>

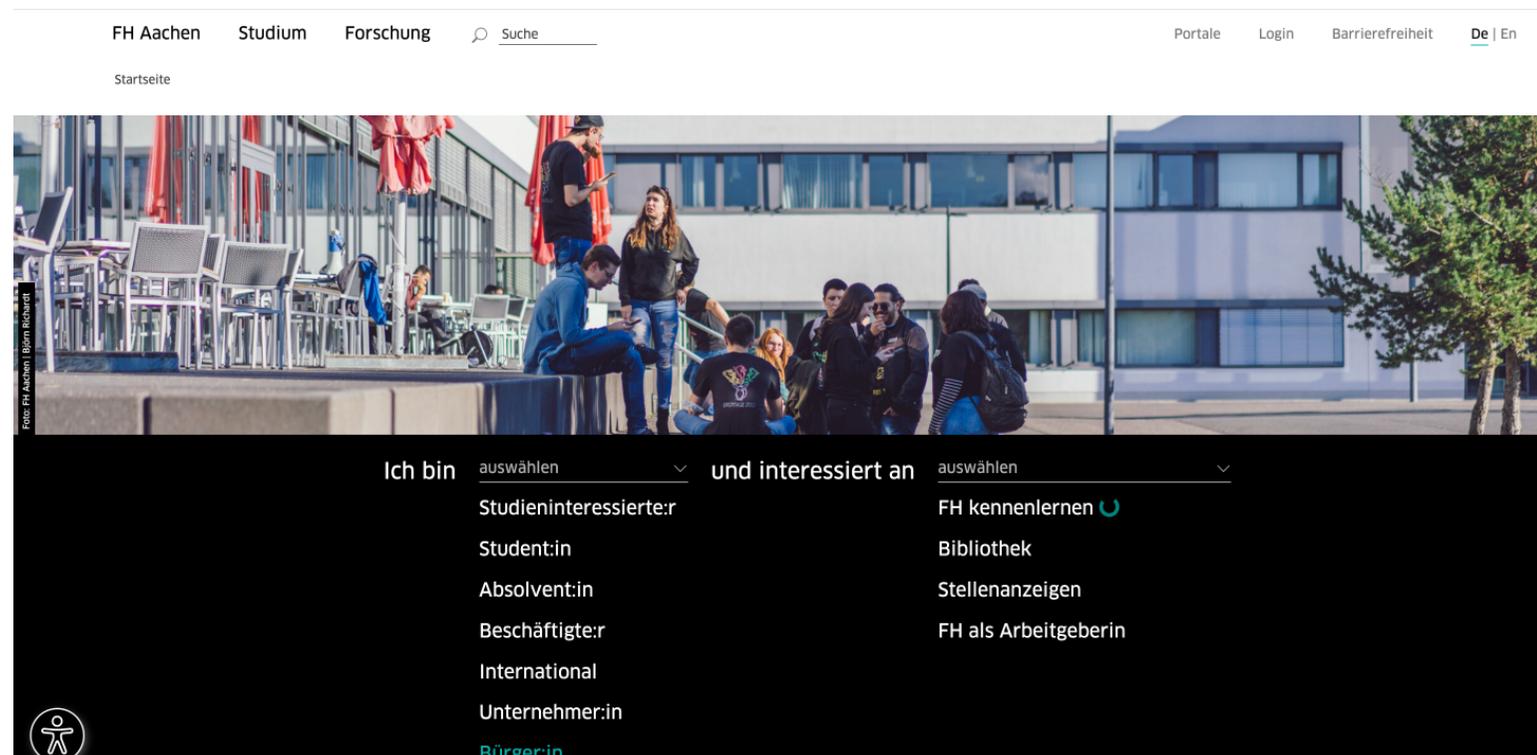
The image shows a screenshot of the University of Bielefeld website and a chatbot interface. The website page is titled "Einfach einschreiben" and provides information about the application process for non-admission-free Bachelor's programs. It includes a navigation menu with options like "Universität", "Forschung", "Studium", "Lehre", and "International". The main content area is divided into two steps: "1. Schritt: Registrieren und Einschreibung starten" and "2. Schritt: Abschluss und Fach auswählen". The chatbot interface, titled "FABI", is overlaid on the right side of the website. It shows a conversation where the chatbot asks the user about their desired degree and provides links to the application portal and FAQs. The chatbot interface includes a search bar, a language selector (DE), and a "Nachricht eingeben..." input field.

Der Bewerbungsprozess wird für spezifische Bedarfe (mit NC, ohne NC, Master, Bachelor etc.) detailliert und übersichtlich in einer Schritt-für-Schritt Anleitung beschrieben. Darüber hinaus bietet die Universität Bielefeld einen Chatbot, der zielgruppengerecht zu den gewünschten Infos führt. Außerdem gibt es am Seitenende Kontaktmöglichkeiten.

## Zielgruppenorientierung: Best Practice einer weiteren Hochschule

### FH Aachen: Zielgruppeneinstiege

<https://www.fh-aachen.de/>



Auf der Startseite der FH Aachen befindet sich sehr prominent ein konsequenter Zielgruppeneinstieg, der Besucher:innen Vorschläge zu relevanten Inhalten macht. Dieser Einstieg unterstreicht die klare Nutzer:innenführung auf der Seite.

## User Experience

- Bietet die Website einen explorativen Zugang zu Inhalten?
- Wird das Nutzungserlebnis durch das Design unterstützt?
- Gibt es aktivierende Elemente wie Storytelling, Micro-Animationen, Bewegtbild?

## User Experience: Best Practice

### Universität Leipzig: Storytelling

<https://www.uni-leipzig.de/entdeckerstorys/details/entdeckerstory/14a02-a782db0e0d>

#### DEUTSCHE SCHULE ALGARVE

Suche Menü

##### STECKBRIEF

Länge des Aufenthalts	<b>04.02.2023 – 05.04.2023</b>
Stadt, Land	<b>Silves, Portugal</b>
Arbeitssprache	<b>Deutsch</b>
Studienrichtung	<b>Lehramt und Erziehungswissenschaften</b>
Studiengang, Studienabschluss	<b>Deutsch als Zweitsprache Lehramt an Gymnasien, Staatsexamen</b>
Förderprogramm	<b>Erasmus+</b>
War Ihr Praktikum im Ausland freiwillig oder obligatorisch in Ihrem Studium vorgeschrieben?	<b>Freiwillig</b>
Wie haben Sie Ihr Praktikum organisiert?	<b>Eigenständig</b>
Haben sich Ihre Erwartungen an das Studium im Ausland erfüllt?	<b>★★★★★</b>

**EIGENE ENTDECKERSTORY SCHREIBEN** >

**EINEN AUSTAUSCHPLATZ FINDEN** >

##### KONTAKT

**Stabsstelle Internationales**  
Goethestraße 3 – 5  
04109 Leipzig

**E-MAIL SCHREIBEN** >

##### LINKS

**STUDIUM UND PRAKTIKUM IM AUSLAND** >

**AUSSCHREIBUNGEN AUSLANDSAUFENTHALTE** >

**ENTDECKER-APP DOWNLOADEN**   
Apple App Store

**ENTDECKER-APP DOWNLOADEN**   
Google Play Store

Die Entdeckerstorys klingen sehr vielversprechend, sobald man auf die Seite kommt, findet man einen wenig nahbaren Steckbrief plus Fakten. Die Seite hat nichts Erzählerisches, allerdings gäbe es hier das Potenzial, es zu einem Nutzungserlebnis auszubauen.

## User Experience: Best Practice

### Universität Leipzig: Explorativer Zugang

<https://www.uni-leipzig.de/universitaet/alumni/leipziger-alumni/kluge-koepfe>

Verónica Michelle Bachelet Jeria

Erich Kästner



Foto: Dutch National Archives, The Hague, Fotocollectie Algemeen Nederlands Persbureau (ANEPB), 1945-1989

Der Schriftsteller und Kabarettist Erich Kästner (1899 – 1974) finanzierte sein Studium der Geschichte, Philosophie, Germanistik und Theaterwissenschaft unter anderem als Theaterkritiker der „Neuen Leipziger Zeitung“. Dort nahm er 1925 seine erste Stelle an und machte sich mit scharfsinnigen Kinderbüchern und seinen humoristischen wie zeitkritischen Beiträgen und Gedichten schnell einen Namen. 1927 verließ Kästner Leipzig und zog nach Berlin, später lebte er in München.

Gottfried Wilhelm Leibniz

Dr. Angela Merkel

Clemens Meyer

Die Seite *Kluge Köpfe* macht neugierig und bietet einen unterhaltsamen und informativen Zugang zu Alumnis der Universität.

## User Experience: Best Practice

### Technische Universität Braunschweig: Microanimation

<https://www.tu-braunschweig.de/studienangebot/architektur-bachelor>

Technische Universität Braunschweig

Studium & Lehre    Forschung    International    Die TU Braunschweig    Struktur    Q

Schnellzugriff ▼    DE    EN

🏠 > Studium & Lehre > Vor dem Studium > Studiengänge von A-Z

## Architektur (Bachelor)

Haben Sie schon mal eine Stadt bewundert, ihre besondere Atmosphäre unvergesslich in Erinnerung behalten? Standen Sie schon einmal fasziniert vor oder in einem Bauwerk, gebannt von der Architektur, beeindruckt durch deren Ausstrahlung?

Die Entscheidung für das Architekturstudium an der TU Braunschweig bedeutet die Möglichkeit, an einer renommierten Universität zu lernen, zu experimentieren und sich zu entfalten. Dabei ist Architektur nie nur eine Lösung zu einer gestellten Aufgabe; sie besteht immer aus einer Vielfalt von Möglichkeiten.

### Auf dieser Seite

- [Was ist besonders an der TU Braunschweig?](#)
- [Informationen zum Studiengang](#)
- [Zugangsvoraussetzungen und Bewerbung](#)
- [Weitere Informationen](#)
- [Kontakt](#)

Was ist besonders an der TU Braunschweig?

#### Eckdaten

Abschluss	Bachelor of Science
Regelstudienzeit	6 Semester
Unterrichtssprache	Deutsch
Studienbeginn	Wintersemester
Zulassung	zulassungsbeschränkt (Auswahlverfahren)

Während die Fakten auf der linken Seite stehen bleiben, bietet die rechte Seite durch Scrolling vertiefende Infos. So lädt die Seite zum Entdecken ein und wirkt lebendig.

## User Experience: Best Practice

### Technische Universität Braunschweig: Storytelling

<https://www.tu-braunschweig.de/alumni/alumni-kennenlernen/nele-otto>

Nele Otto, Dipl.-Arch.

Studienfach: Architektur

Abschlussjahr: 2011

Arbeitgeber: enco Energie- und Verfahrens-Consult GmbH

Position: Architektin, Prokuristin und Leiterin der Bautechnik sowie der Öffentlichkeitarbeit



Was ist Ihre schönste Erinnerung an Braunschweig und gibt es einen Lieblingsort?

Die Kneipenabende im Magniviertel oder rund um den "Turm".

Den Studienort TU Braunschweig zeichnet für mich aus:

Viele Studenten, kompakte Örtlichkeiten.

Was können Sie aus Ihrem Studium noch heute im Beruf nutzen?

Selbstorganisiertes Arbeiten

Beschreiben Sie Ihr Studium in 3 Worten:

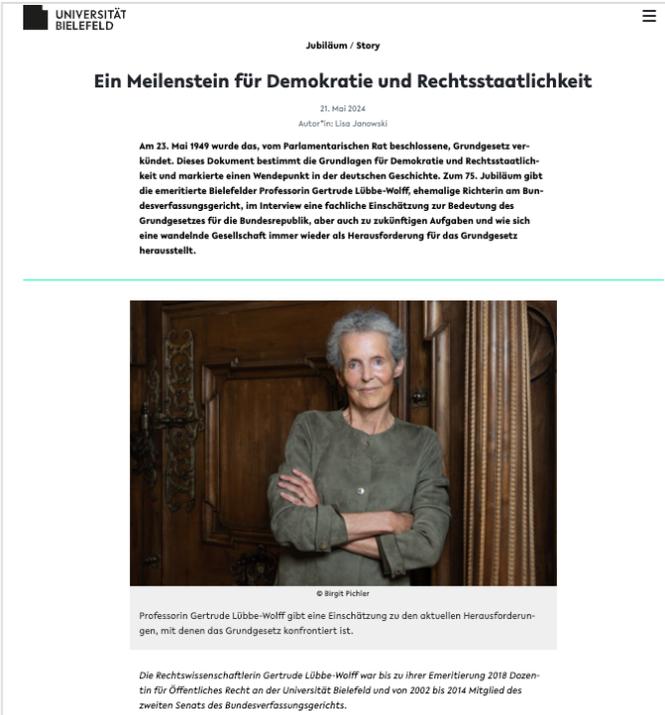
- Basteln
- Gemeinschaft
- Individuum

Die Interviews mit Alumni und Alumnae zeigen Perspektiven für die Zeit nach dem Studium auf. Aufgrund der persönlichen Fragen vermitteln sie einen authentischen Eindruck des Student:innenlebens. Kritisch anzumerken ist allerdings die visuelle Aufbereitung, die keinen klaren Seitenaufbau erkennen lässt.

## User Experience: Best Practice

### Universität Bielefeld: Explorativer Zugang

<https://aktuell.uni-bielefeld.de/2024/05/21/ein-meilenstein-fuer-demokratie-und-rechtsstaatlichkeit/>



UNIVERSITÄT  
BIELEFELD

Jubiläum / Story

### Ein Meilenstein für Demokratie und Rechtsstaatlichkeit

21. Mai 2024  
Autor\*in: Lisa Janowski

Am 23. Mai 1949 wurde das, vom Parlamentarischen Rat beschlossene, Grundgesetz verkündet. Dieses Dokument bestimmt die Grundlagen für Demokratie und Rechtsstaatlichkeit und markierte einen Wendepunkt in der deutschen Geschichte. Zum 75. Jubiläum gibt die emeritierte Bielefelder Professorin Gertrude Lübke-Wolff, ehemalige Richterin am Bundesverfassungsgericht, im Interview eine fachliche Einschätzung zur Bedeutung des Grundgesetzes für die Bundesrepublik, aber auch zu zukünftigen Aufgaben und wie sich eine wandelnde Gesellschaft immer wieder als Herausforderung für das Grundgesetz herstellt.



© Birgit Fichler

Professorin Gertrude Lübke-Wolff gibt eine Einschätzung zu den aktuellen Herausforderungen, mit denen das Grundgesetz konfrontiert ist.

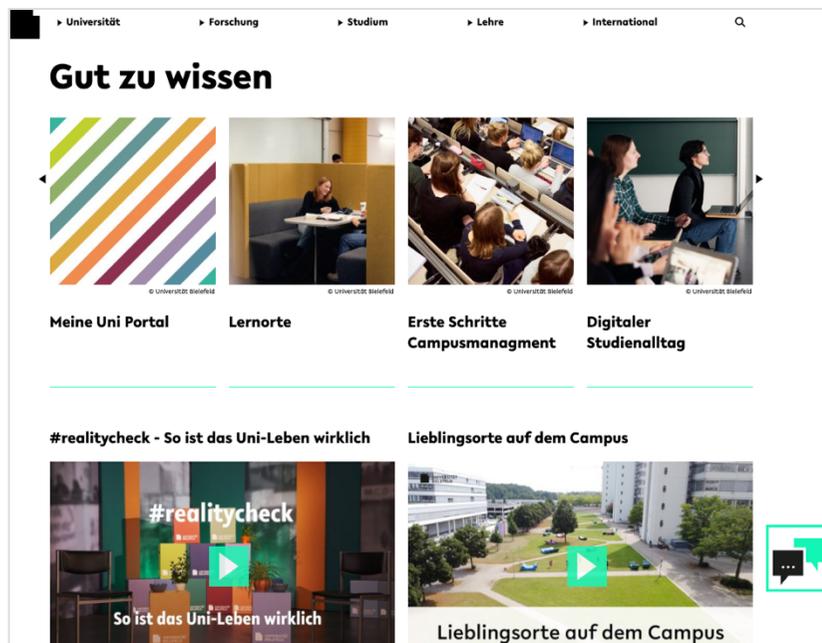
Die Rechtswissenschaftlerin Gertrude Lübke-Wolff war bis zu Ihrer Emeritierung 2018 Dozentin für Öffentliches Recht an der Universität Bielefeld und von 2002 bis 2014 Mitglied des zweiten Senats des Bundesverfassungsgerichts.

Inhaltsseiten und Artikel machen neugierig auf mehr – mit authentischem und hochwertigem Bildmaterial, Zwischenüberschriften, Infoboxen, Zitaten und Related Content am Seitenende regen die Inhaltsseiten der Universität zum Weiterlesen an.

## User Experience: Best Practice

### Universität Bielefeld: Bewegtbild

<https://www.uni-bielefeld.de/studium/studierende/start-ins-studium/index.xml>



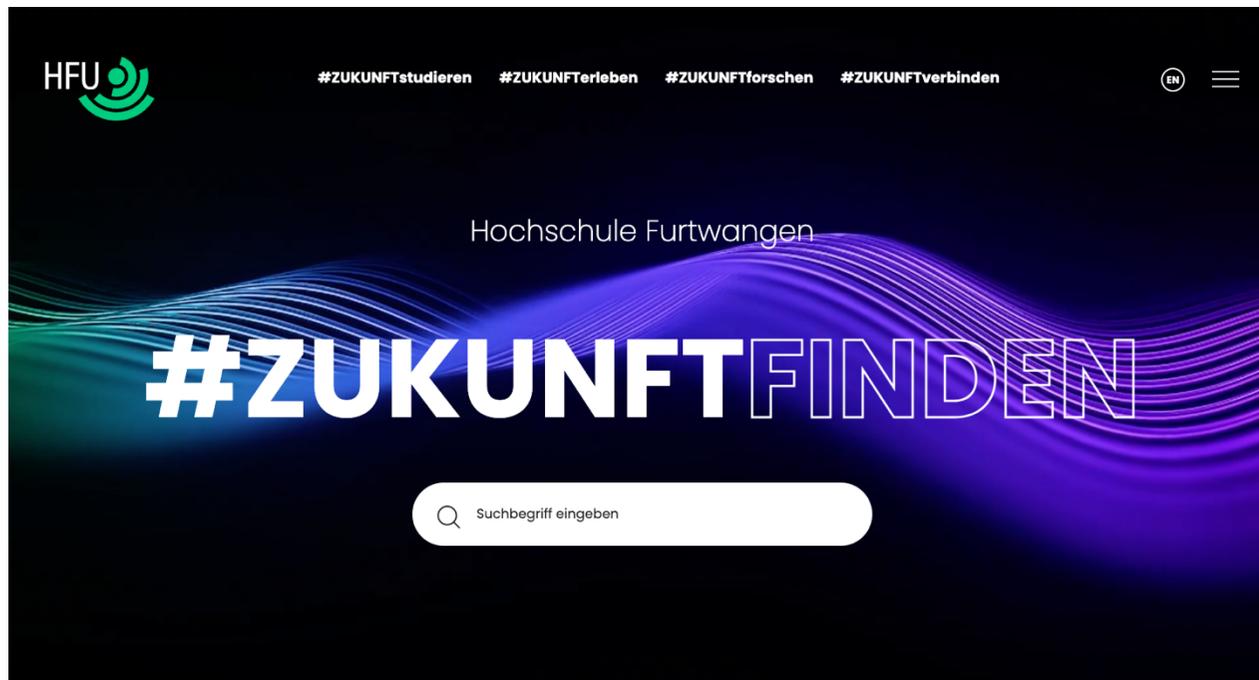
Videocontent macht die Seite zu einem Nutzungserlebnis und bietet der Zielgruppe *Studierende* Informationen im Format ihrer Wahl. Das Beispiel dieser Seite zeigt darüber hinaus wenig Text, viel Bild und Zugang zu einem Chatbot – mit anderen Worten: eine onlinegerechte Aufbereitung im Sinne der Zielgruppe.

# 3pc

## User Experience: Best Practice

### Hochschule Furtwangen: Bewegtbild

<https://www.hs-furtwangen.de/>



Der Headerbereich auf der Startseite beinhaltet ein kurzes Video im Loop, das den Claim „Zukunft finden“ hervorragend unterstreicht. Die Startseite ist insofern ein echtes Nutzungserlebnis. Darüber hinaus ist das prominente Sucheingabefeld eine Einladung an alle Zielgruppen, den Besuch der Website auf die eigenen Bedürfnisse auszurichten.

# 3pc

## Außendarstellung

1. Wird die Positionierung und Haltung der Hochschule auf der Website erfahrbar?
2. Wird die Hochschule authentisch dargestellt?
3. Ist die visuelle und inhaltliche Darstellung konsistent?

## Außendarstellung: Best Practice

### Universität Leipzig: Authentische Darstellung

<https://www.uni-leipzig.de/universitaet/profil/geschichte#c735617>

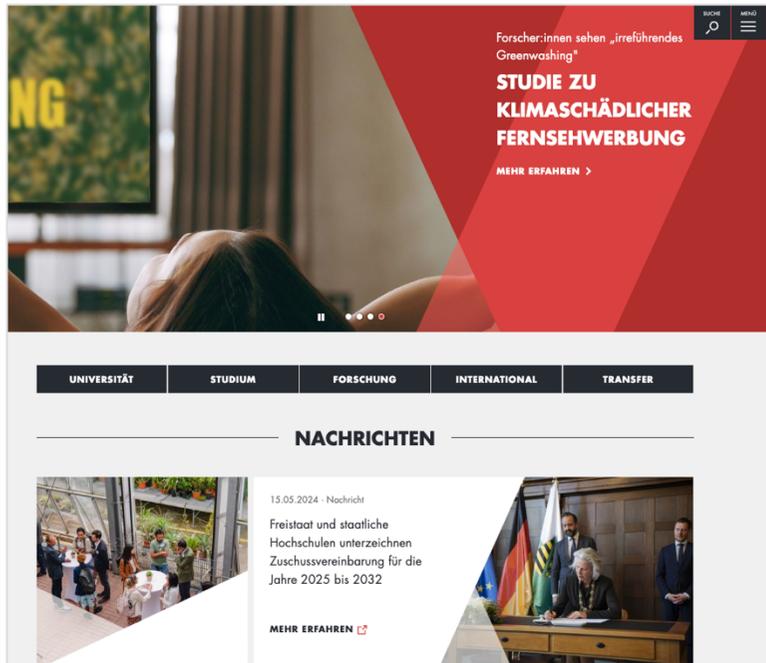


Die Aufbereitung der Geschichte der Universität Leipzig mit einer Collage und einem Zeitstrahl vermittelt Qualität und Wertigkeit. Die Meilensteine der Universität werden durch die Visualisierung greifbar und prägen sich ein.

## Außendarstellung: Best Practice

### Universität Leipzig: Konsistentes Design

<https://www.uni-leipzig.de>



Die konsequente Verwendung der Farben (Rot, Grau und Schwarz) sowie der schrägen Kanten führt zu einem klaren Wiedererkennungswert und gibt der Website einen eigenen Charakter.

## Außendarstellung: Best Practices

### Universität Leipzig: Positionierung

<https://www.uni-leipzig.de/universitaet/service/medien-und-kommunikation/podcast>

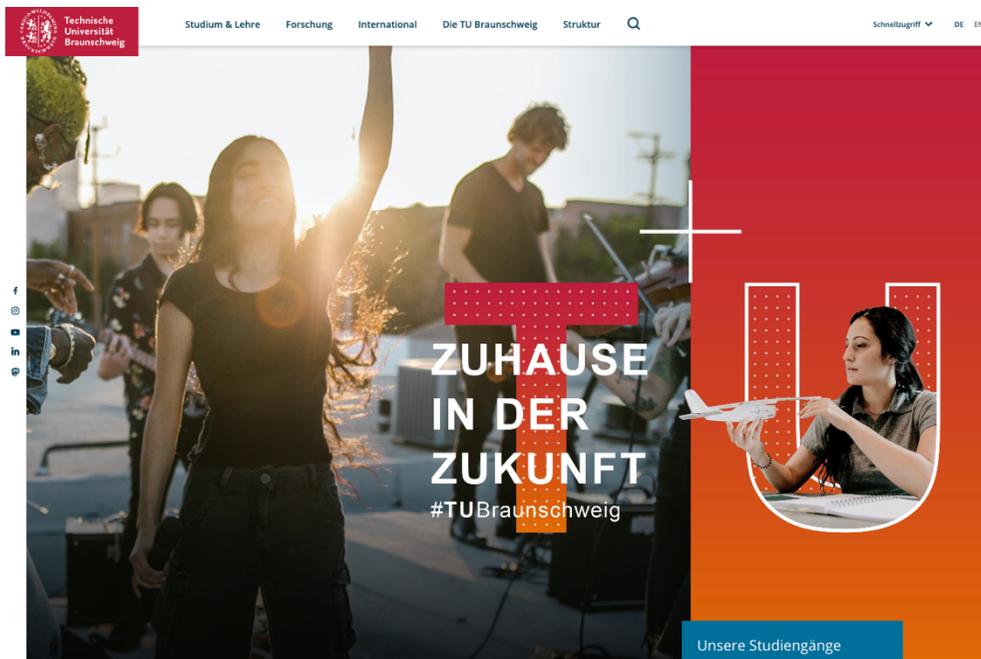
The screenshot shows a webpage for a podcast titled 'AUF EINEN KAFFEE MIT ...'. The page features a breadcrumb trail: 'UNIVERSITÄT > SERVICE > MEDIEN UND KOMMUNI... > PODCAST'. Below the title, there is a short description: '„Auf einen Kaffee mit ...“ ist der Wissenschaftspodcast der Universität Leipzig. Bei einer Tasse Kaffee sprechen wir mit Dozent:innen über ihre Forschungsgebiete. Ob Naturwissenschaft oder Geisteswissenschaft – hier bekommen Sie Wissenschaftsthemen frisch aufgebrüht.' The main content area displays three podcast episodes, each with a circular image of the host and a play button icon. The episodes are: 'Folge 41: Auf einen Kaffee mit Stimmmediziner Michael Fuchs', 'Folge 40: Auf einen Kaffee mit Japanologin Dorothea Mladenova', and 'Folge 39: Auf einen Kaffee mit Ethnologin und Doktorandin Sophia Wagemann'. Each episode card includes a brief description of the topic. The page also features a search bar and a menu icon in the top right corner.

Der Wissenschaftspodcast bringt den Nutzer:innen auf unterhaltsame Weise die Forschungsstärke der Universität Leipzig nahe.

## Außendarstellung: Best Practices

### Technische Universität Braunschweig: Positionierung

<https://www.tu-braunschweig.de/>

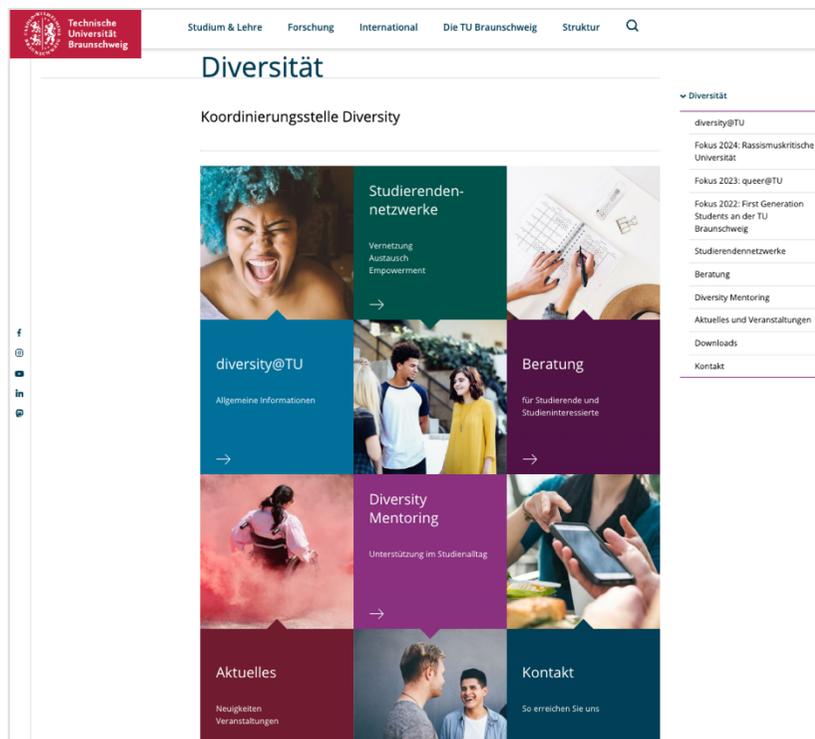


Auf der Startseite positioniert sich die Universität insbesondere aufgrund des Headerbilds und des Claims „Zuhause in der Zukunft“ als zukunftsgerichtete und moderne Institution. Dieses Versprechen macht Lust auf mehr. Kritisch anzumerken ist, dass dieses Versprechen auf tieferliegenden Seiten nicht eingehalten wird.

## Außendarstellung: Best Practices

### Technische Universität Braunschweig: Authentische Darstellung

<https://www.tu-braunschweig.de/chancengleichheit/koordinierungsstellediversity>

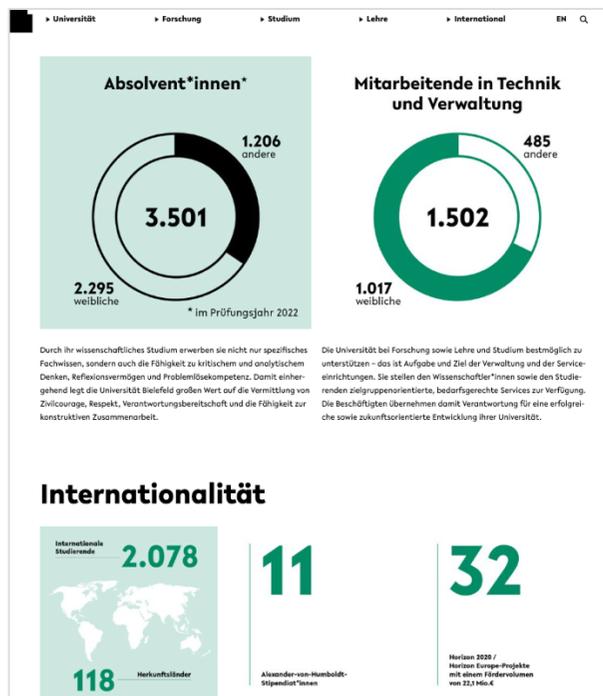


Die Website unterstreicht, dass die Werte der Universität Braunschweig gelebt werden: Im Bereich Diversität gibt es zahlreiche weiterführende Inhalte, die passend zum Thema bunt und vielfältig präsentiert werden.

## Außendarstellung: Best Practices

### Universität Bielefeld: Positionierung

<https://www.uni-bielefeld.de/uni/profil/daten-zahlen/>



Im Bereich *Universität* werden sehr transparent und visuell hochwertig alle relevanten Zahlen dargestellt. Die Infografiken sind in ihrer Schlichtheit sehr gut geeignet, um Informationen mit einem Blick erfassbar zu machen.

## Außendarstellung: Best Practices

### Universität Bielefeld: Authentische Darstellung

<https://chronik.uni-bielefeld.de/>

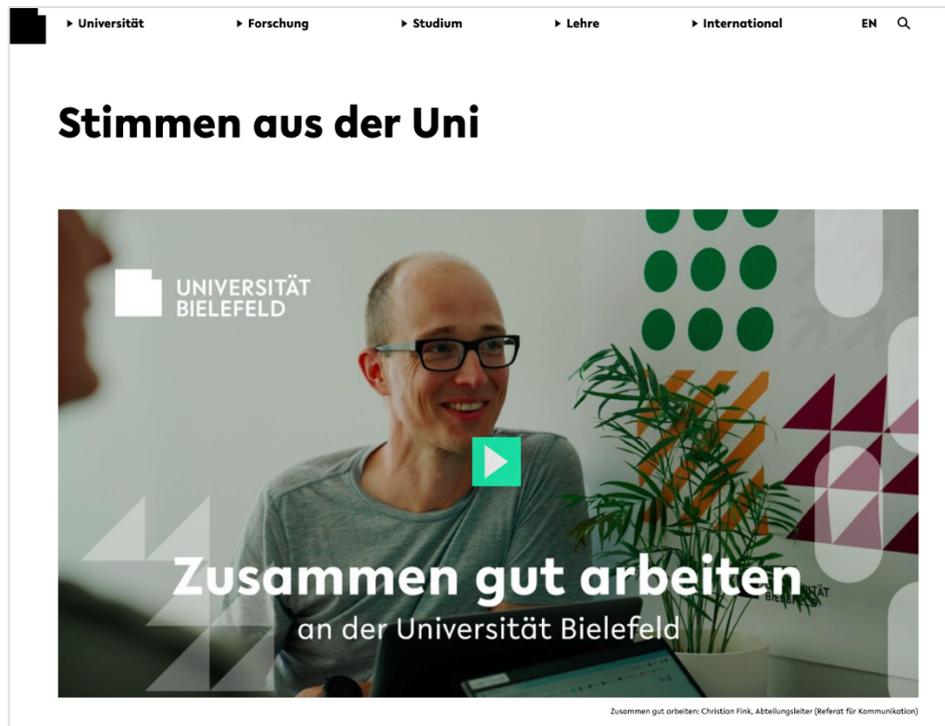


Die Storytellingseite ist ein herausragendes Beispiel dafür, wie Besucher:innen in den Bann gezogen werden können und die Geschichte einer Universität greifbar werden kann. Die vielfältigen Fotos geben ein sehr authentisches Bild der Universität wieder. Die Parallaxenverschiebung beim Scrollen der Seite ist ein gutes Beispiel für ein echtes Nutzungserlebnis.

## Außendarstellung: Best Practices

### Universität Bielefeld: Authentische Darstellung

<https://www.uni-bielefeld.de/uni/karriere/>



Die authentische Darstellung der Universität zieht sich konsistent durch den gesamten Auftritt und gilt auch für die Darstellung der Mitarbeitenden im Bereich Karriere.

## Außendarstellung: Best Practices

### Wilhelm Löhe Hochschule: Authentische Darstellung

<https://www.srh-hochschule-fuerth.de/hochschule/hochschulteam/prof-dr-anja-knippel/>

**Prof. Dr. Anja Knippel**

Professorin für Erwachsenenbildung und Personalentwicklung

Raum: 1.11 (1. OG)  
E-Mail: [anja.knippel@srh.de](mailto:anja.knippel@srh.de)  
Telefon: +49 911 766069 28

**STUDIENGÄNGE**

**In diesen Studiengängen sehen wir uns**

- Berufspädagogik für Gesundheit – Rettung OHNE NC
- Berufliche Bildung im Gesundheitswesen OHNE NC
- Berufspädagogik für Gesundheit – OTA/ATA
- Berufspädagogik für Gesundheit – Pflege HOCHSCHULKOOPERATIONEN [Bewerben](#)

Die Wilhelm Löhe Hochschule stellt die Lehrenden und deren Arbeitsbereiche sehr authentisch dar – insbesondere durch die Fotos und die Verknüpfung mit den Studiengangsdetailseiten.

## Fazit

### Usability

Der Fokus der hier aufgeführten Best-Practice-Beispiele liegt auf einer guten Auffindbarkeit relevanter Angebote. Aufgeräumte und übersichtliche Menüs mit klarer Benennung sind hier zentral. Darüber hinaus sind alternative Zugänge wie Zielgruppeneinstiege und Einstiege über Teaser wesentlich für die Usability der gezeigten Websites. Um auf die verschiedenen Bedarfe der Zielgruppen einzugehen, müssen Zugänge über intelligente Suchen mitbedacht werden.

Mit Blick auf das Hauptmenü aller Kandidat:innen wird deutlich, dass die Hauptmenüpunkte Universität, Studium und Forschung die zentralen Bereiche und maximal fünf Menüpunkte ausreichend sind.

Die Universität Leipzig ist ein gutes Beispiel für eine übersichtliche und gut strukturierte Menüführung und bildet alle relevanten Ebenen ab. So kann eine Subnavigation - wie die Universität Braunschweig sie nutzt - umgangen werden.

Weitere erwähnenswerte Lösungen für eine gute Navigationsstruktur sind:

- Die Universität Bielefeld führt die Zielgruppe Studierende konsequent in einen internen Bereich, so dass die Website verschlankt wird.
- Die Universität Leipzig bietet im aufgeklappten Menü Direktlinks für Zielgruppeneinstiegsseiten.
- Die Fachhochschule Aachen zeigt im aufgeklappten Menü einen übersichtlichen Mobile-First-Ansatz und ermöglicht durch die Darstellung eine Skalierbarkeit des Menüs.

Aufgrund der vielschichtigen Inhalte von Hochschulen und Universitäten bieten Suchen mit zielgruppenrelevanten Filtermöglichkeiten und übersichtlichen Suchergebnissen einen wichtigen Zugang zu Informationen. Für die wichtige Zielgruppe der Studieninteressierten ist hier die Studiengangssuche als Teilsuche zentral - mit wenigen, eindeutigen Filtermöglichkeiten und Suchergebnissen, die bereits die wichtigsten Fakten des Studiengangs abbilden, wird die Zielgruppe optimal in der Entscheidungsfindung unterstützt.

## Zielgruppenorientierung

Um eine zielgruppengerechte Website zu schaffen, ist es nicht nur wichtig, die für Nutzer:innen relevanten Informationen anzubieten, sondern auch, diese Inhalte den Bedürfnissen der Nutzer:innen entsprechend aufzubereiten.

Erwähnenswerte Best Practices für eine zielgruppengerechte Aufbereitung sind:

- Zielgruppeneinstiege
- Glaubwürdige und nahbares Bildmaterial mit echten Menschen
- Zitate von Zielgruppen-Vertreter:innen, die authentische Einblicke vermitteln.
- Related Content bzw. Verlinkungen zu zielgruppenrelevanten weiterführenden Inhalten
- Für Studieninteressierte: Übersichtliche Darstellung des Bewerbungsprozesses mit einer niederschweligen Schritt-für-Schritt-Anleitung sowie Erklärvideos.

## User Experience

Ein Auftritt wird zum Nutzungserlebnis, wenn Geschichten erzählt werden, explorative Zugänge geschaffen werden und Bilder sowie (Mikro-)Animationen zum Einsatz kommen. Durch eine solche Aufbereitung sind Informationen gut rezipierbar und bleiben nachhaltig im Gedächtnis der Besucher:innen.

Erwähnenswerte Best Practices für ein echtes Nutzungserlebnis sind:

- Geschichten über Menschen wie z.B. prominente Alumni der Universität
- Microanimationen und Parallax Scrolling (d.h. Bewegen von Elementen in unterschiedlichen Geschwindigkeiten)
- Videocontent
- Onlinerechte Aufbereitung der Inhalte mit Bildern, Zwischenüberschriften, Infoboxen, Zitaten und Related Content

## Außendarstellung

Eine durchgehend glaubwürdige und konsistente Darstellung in der Bild- und Texttonalität unterstützt den Wiedererkennungswert einer Institution und ihrer Webpräsenz. Qualitativ hochwertige Inhalte haben eine direkte Wechselwirkung zur positiven Außenwahrnehmung einer Institution.

Erwähnenswerte Best Practices für sind:

- Konsistente Aufbereitung des Designs und der Inhalte
- Interviews mit Wissenschaftler:innen und Forschenden (Podcasts & Videos)
- Klare Infografiken
- Storytelling

Die Best-Practice-Beispiele zeigen Lösungsansätze, welche immer ein Zusammenspiel aus Usability, Zielgruppenorientierung und Nutzungserlebnis darstellen: So können beispielsweise Storytelling sowie der Einsatz von Bewegtbild oder Infografiken nicht nur zu einem verbesserten Nutzungserlebnis führen, sondern unterstützen gleichzeitig die Usability und die Zugänglichkeit für Zielgruppen.