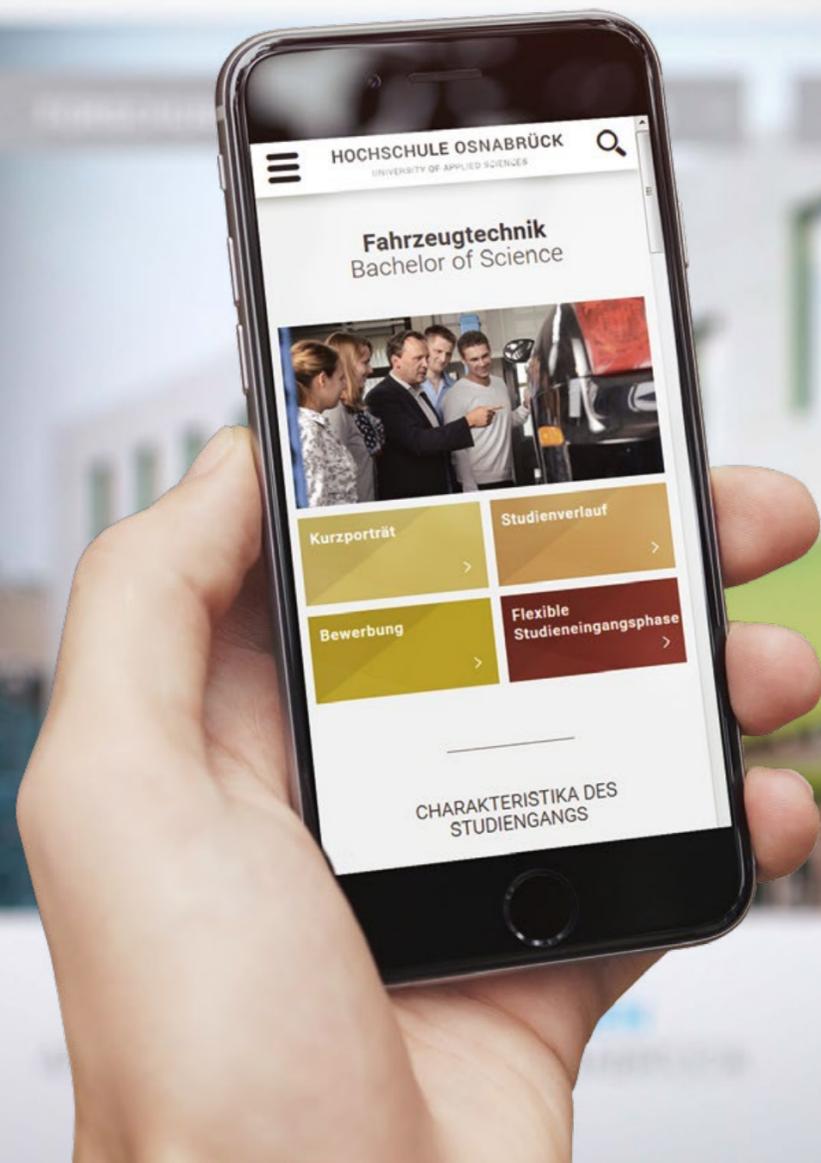


CHRISTINA KAUFMANN
LEITERIN DER
HOCHSCHULKOMMUNIKATION
DER HOCHSCHULE MÜNCHEN

„Es macht Spaß, auf der neuen Website der Hochschule Osnabrück zu surfen. Die Storys zum Beispiel sind super gemacht: persönliche Geschichten, tolle Bilder. Diese Studierenden möchte man sofort kennenlernen. Aber auch technisch ist die neue Seite richtig gut gemacht. So befinden sich die internen Links in Boxen – SEO-technisch optimal gelöst. Und die Navigation oben ist zwar ungewohnt, fällt aber gerade deswegen sofort ins Auge – und ist zudem noch übersichtlich strukturiert. Gesamteindruck: Verirren ist schwierig, der Lesespaß groß.“



DER NEUE INTERNET-AUFTRITT: MODERN, MOBIL, MARKANT



Schnell, einfach, attraktiv aufbereitet und möglichst überall und jederzeit abrufbar: Das ist die Erwartungshaltung verschiedener Zielgruppen an eine moderne Webseite: 2016 hat die Hochschule Osnabrück deshalb ihren neuen Internet-Auftritt präsentiert.

Überraschend ist diese Aussage sicher nicht, trotzdem steht sie für einen bedeutenden Wendepunkt: „Das Smartphone ist 2016 das meistgenutzte Gerät für den Internetzugang: Zwei Drittel der Bevölkerung und nahezu jeder 14- bis 29-Jährige geht darüber ins Netz.“ Das ist ein Kernergebnis der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. In der für die deutschsprachige Bevölkerung repräsentativen Studie liegt das Smartphone erstmals vorne, noch vor dem Laptop, dem stationären PC und dem Tablet. Eine zentrale Konsequenz aus diesem Ergebnis: Eine zeitgemäße Webseite muss responsiv sein, also unabhängig vom Ausgabegerät attraktiv und nutzerfreundlich dargestellt werden. „Diese Erkenntnis haben wir natürlich nicht erst seit 2016“, betont Prof. Dr. Sabine Eggers, Vizepräsidentin für Hochschulmarketing der Hochschule Osnabrück. Seit der Einführung des iPhones im Jahr 2007 haben sich die alltäglichen Kommunikationsroutinen radikal gewandelt, und sie bleiben schnelllebig. Wie prägend Smartphones sind, zeigt auch eine aktuelle Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom vom August 2017. Demnach nutzen mehr als drei Viertel aller Bundesbürgerinnen und -bürger ab 14 Jahren ein Smartphone. In der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen nutzen 95 Prozent ein Gerät. In der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen sind es 93 Prozent, bei den 50- bis 64-Jährigen 88 Prozent.

„Mobile First“-Strategie wird konsequent umgesetzt

Vor diesen Hintergründen ist der 1. März 2016 ein wichtiges Datum für die Hochschule Osnabrück. Denn an diesem Tag wurde der neue Internetauftritt der Hochschule freigeschaltet. Dabei wurde die „Mobile First“-Strategie konsequent umgesetzt: Das Design der Webseite passt sich automatisch dem Ausgabegerät an. Auch in seiner Aufmachung wurde der Internetauftritt der Hochschule deutlich weiterentwickelt. „Die Hochschule Osnabrück soll als ein lebendiger, attraktiver und moderner Ort gezeigt werden, der schnell vertraut ist und es leicht macht, sich zu orientieren“, schildert Sabine Eggers die Zielsetzung. Diesem Ziel hatte sich seit dem Frühjahr 2014 ein hochschulweites Team verschrieben. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unterschiedlichen Funktionen, Professorinnen und Professoren, studentische Hilfskräfte, Intensivnutzerinnen und Intensiv-

nutzer sowie zahlreiche Admins brachten das Projekt Schritt für Schritt voran. Begleitet wurden sie dabei von einer Design-Agentur und einer TYPO3-Agentur. TYPO3 ist ein Content-Management-System für Internetseiten.

Authentische Fotos prägen die Außendarstellung

Herausgekommen ist eine Webseite, die von Beginn an Lust auf mehr macht. Authentische, professionelle Fotos von Menschen der Hochschule prägen die Webseite. Durch das Kachelprinzip, also problemlos auswählbaren, großen und farbigen Flächen, die zu bestimmten Themen führen, fällt es leicht, zu navigieren und in Themen einzusteigen. Auch das Logo der Hochschule (siehe unten) und das Farbkonzept wurden weiterentwickelt. Um die prägende Farbgebung herzuleiten, machte die Darmstädter Agentur „schumacher.visuelle kommunikation“ zahlreiche Fotos der Hochschulstandorte und reduzierte sie auf ihre Farbigkeit. „Aufgefallen ist uns die angenehme Farbigkeit vor Ort. Die Materialien in Architektur und Umfeld schaffen eine angenehme (Wohlfühl-)Atmosphäre, aber auch Abwechslung. Sie zeigen Vielfalt und gleichzeitig Gelassenheit.“

2,1 Millionen Besuche der Internetseite im Zeitraum 1. März 2016 bis 1. März 2017 zeigen deutlich, dass der Web-Auftritt für die Außendarstellung der Hochschule zentral ist. Die Osnabrücker Agentur artventura hat das Design der Webseite im Laufe des Jahres 2016 dann stimmig auf den Printbereich übertragen, sodass vom Flyer über Poster bis hin zum Journal der Hochschule alle Publikationen einheitlich einladend und modern gestaltet sind. „2016 haben wir die gesamte Außendarstellung der Hochschule Osnabrück modernisiert“, sagt Sabine Eggers. „Damit haben wir ein Fundament geschaffen. Auch Außenstehende bestätigen uns, dass wir in der gesamten deutschen Hochschullandschaft mit unserem Internet-Auftritt gut dastehen.“ >> red



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES