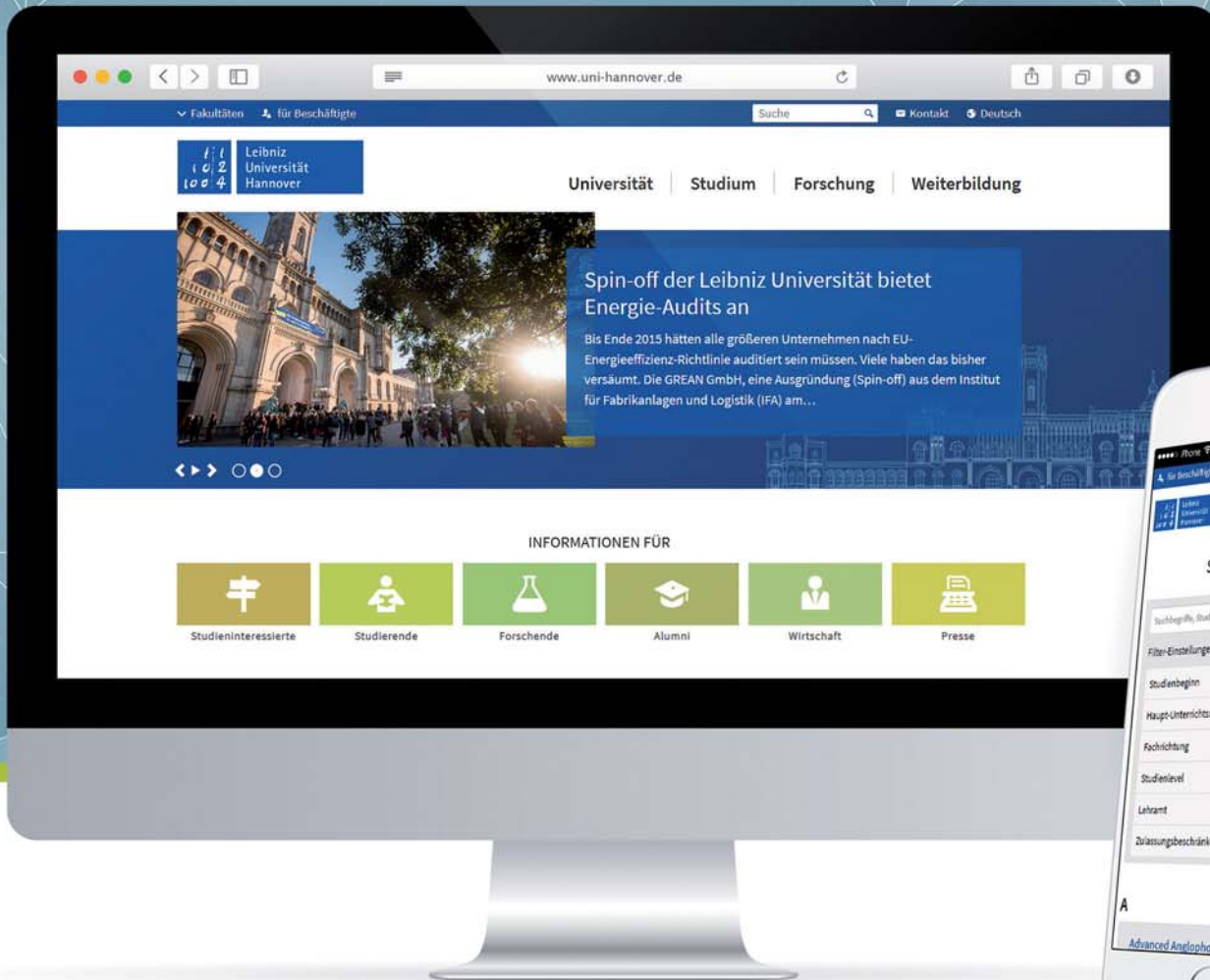


11  
102  
1004Leibniz  
Universität  
Hannover

# 3, 2, 1 ... Relaunch!

Der Countdown läuft: Nur noch wenige Wochen bis zum Relaunch der Website der Leibniz Universität Hannover. In neuem Gewand und mit optimierten Strukturen werden im Februar 2018 der zentrale Webauftritt der Universität und das neue Beschäftigtenportal online gehen.

Damit geht auch das zentrale Relaunch-Projekt offiziell zu Ende, das im Sommer 2015 vom Präsidium in Auftrag gegeben wurde. Die Projektverantwortung und -steuerung lagen im Referat für Kommunikation und Marketing. „Der technisch und optisch modernisierte Webauftritt ist ein wichtiger Schritt hin zu einer verbesserten Außen- und Innenkommunikation der Universität“, sagt Mechthild v. Münchhausen, Leiterin des Referats und Pressesprecherin. „Die Arbeit an ihm ist, trotz Online-Gangs, nicht abgeschlossen, aber ich möchte mich bereits an dieser Stelle einmal bei den vielen Kolleginnen und Kollegen, die kreativ und konstruktiv mitgearbeitet haben, bedanken und viel Spaß beim Entdecken der neuen Webseite wünschen!“

Fakultäten, Institute, zentrale Einrichtungen und Kooperationen werden im Rahmen des Folgeprojekts „Relaunch dezentraler Webauftritte“ bis Ende 2020 sukzessive umgestellt. Das Folgeprojekt ist im LUIS angesiedelt und wird in Kooperation mit dem Referat für Kommunikation und Marketing und Vertretungen der Fakultäten durchgeführt.

## Perspektivenwechsel

Viel mehr als um ein modernes Design ging es bei dem Relaunch um Inhalte. Und um die zentrale Frage, wie das vielfältige Informationsangebot so umstrukturiert und aufbereitet werden kann, dass die Zielgruppen der Leibniz Universität – allen voran Studieninteressierte, Studierende und Forschende – einen guten Überblick bekommen. Konzeptionell geht mit dem Relaunch ein Perspektivenwechsel einher: weg von der Einrichtungs-sicht, hin zu der Nutzersicht.

## Studieninformationssystem

Besonders Studieninteressierte werden es im neuen Auftritt leichter haben, den passenden Studiengang zu finden. Direkt von der Startseite über einen thematischen Einstieg geht es mit einem Klick zum neuen Studieninformationssystem, das alle relevanten Informationen zu jedem Studiengang in einer nutzeroptimierten Form anbietet. Natürlich auch mobil auf dem Handy.

## Kontakt

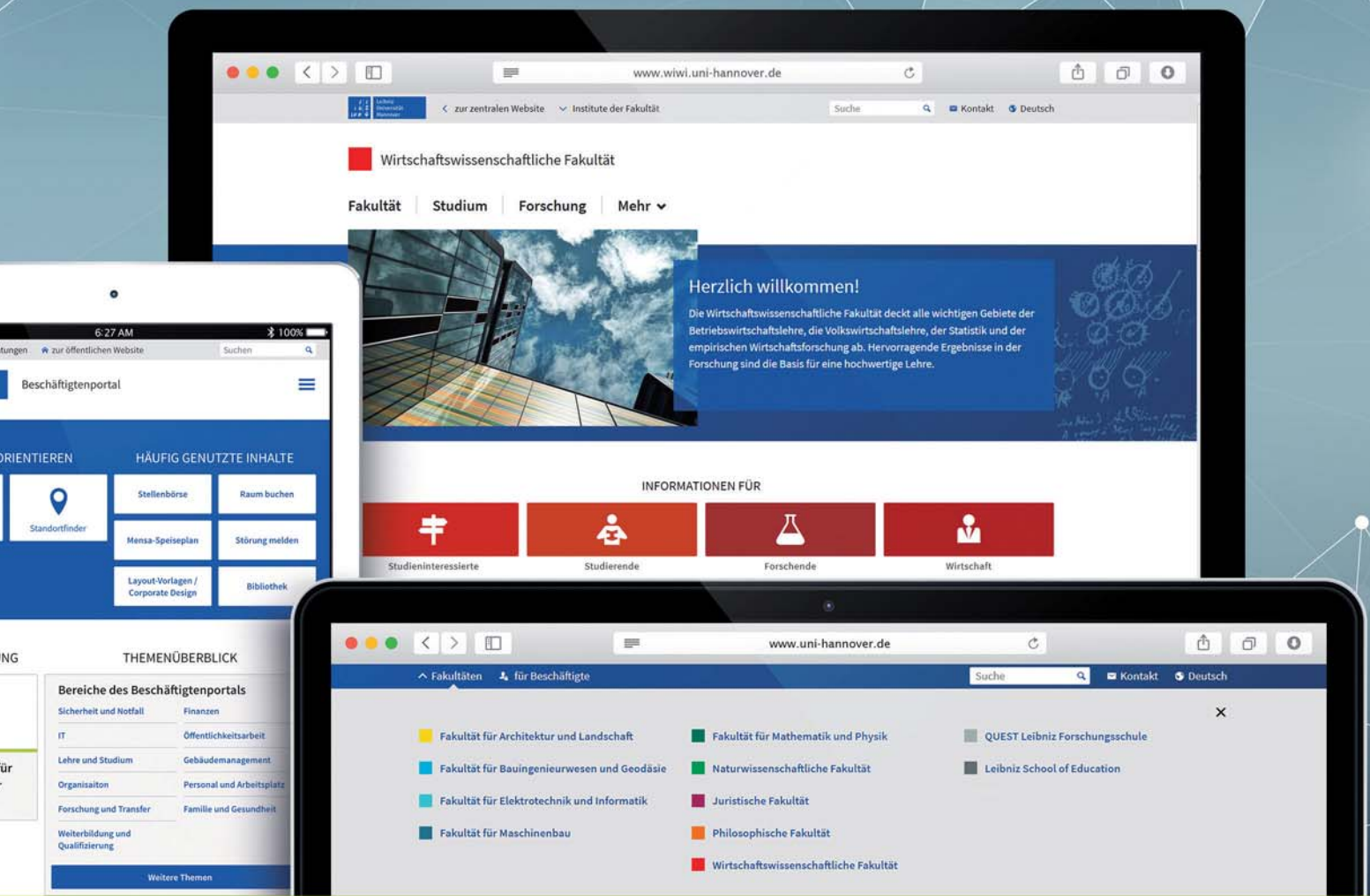
Referat für Kommunikation und Marketing

Fragen und Feedback:  
webredaktion@zuv.uni-hannover.de

Fakultätsfarben und Print:  
ittmann@zuv.uni-hannover.de

Leibniz Universität IT-Services

Fragen zum Folgeprojekt:  
„Relaunch dezentraler Webauftritte“  
typo3@luis.uni-hannover.de



## S, M, L? – Mobile first!

Small, Medium und Large stehen stellvertretend für gängige Fensterbreiten auf Handys, Tablets und Desktop-Monitoren. Das Design wurde so konzipiert, dass sich die Elemente der Website dem verfügbaren Platz so anpassen, dass sie unabhängig vom Endgerät optimal dargestellt werden können.

## Beschäftigtenportal

Von A wie Arbeitsvertrag bis V wie Vademecum – im neuen Beschäftigtenportal stehen alle Inhalte der Universitätsverwaltung im Fokus, die sich primär an die hochschulinterne Zielgruppe der Beschäftigten richten. Dem Relaunch-Konzept entsprechend sind hier Informationen und Dokumente nach Themen und nicht nach Organisationseinheiten geclustert.

## Guidelines

Von Seitentypen, Inhaltselementen sowie deren Funktionen und Kombinationsmöglichkeiten handeln die neuen Web-Guidelines, die auf unserer Website unter [www.intern.uni-hannover.de/webguidelines](http://www.intern.uni-hannover.de/webguidelines) veröffentlicht werden.

Gleichzeitig erhalten Redakteurinnen und Redakteure Tipps für das Verfassen von Texten. Gendergerecht, zielgruppenspezifisch und nutzerorientiert sollen die Texte sein. Ergänzt werden die Guidelines durch Hinweise auf suchmaschinenoptimiertes Schreiben, auf Barrierefreiheit sowie Vorgaben für Bilder. Im Web finden Redakteurinnen und Redakteure darüber hinaus TYPO3-Anleitungen mit anschaulichen Beispielen sowie eine Testumgebung, um die neuen Vorgaben und den Umgang mit dem Design kennenzulernen. Die Guidelines sind künftig für alle Webauftritte der Universität verbindlich. Ein Rundschreiben wird dies im Detail erklären und regeln.

## Wie geht es weiter?

Nach der zentralen Website und dem Beschäftigtenportal werden einige Webauftritte im Zusammenhang mit der Exzellenzinitiative prioritär umgestellt. Fakultäten, Institute, zentrale Einrichtungen etc. können bereits jetzt mit dem TYPO3-Team im LUIS Kontakt aufnehmen, um die technischen Optionen und Details der Umstellung abzustimmen. Konzeptionell berät und unterstützt das Referat für Kommunikation und Marketing die Einrichtungen bei der Umgestaltung ihrer Websites.

## Neue Farbe gefällig?

Nicht nur Blau und Grün werden in Zukunft das Corporate Design der Universität ausmachen. Die neun Fakultäten und die beiden Leibniz Schools erhalten jeweils eine eigene Farbe, die als Sekundärfarbe sowohl im Web als auch in Printprodukten eingesetzt werden kann. Institute übernehmen dabei die Farbe der übergeordneten Fakultät. Die Idee dahinter: Themencluster farblich zusammenfassen und den Nutzerinnen und Nutzern einen visuellen Orientierungsanker bieten. Unter den Besonderheiten, die das Layout von Fakultäts- und Institutswebsites von den übrigen Webauftritten unterscheiden, ist ein grafisches Element im Kopfbereich der Seite: ein geschlossenes Farquadrat für Fakultäten und ein offenes Farquadrat für Institute.

