

# Präsenz im Web

Die Webseite ist wie die Visitenkarte einer Einrichtung und wird heutzutage oft als erste angesteuert, wenn es darum geht Informationen einzuholen. Daher ist es umso wichtiger, dass diese benutzerfreundlich gestaltet ist: was die Navigation betrifft, wie auch die Inhalte.

Immer mehr Hochschulen versuchen auch für den Webauftritt ein einheitliches Corporate Design umzusetzen. Die Formulierung von Leitlinien oder Layoutvorgaben kann zur Transparenz im Innern und einer Stärkung der Identität beitragen. Stylesheets können als Formatvorlage für die Gestaltung der Webseiten dienen. Sie müssen von der verantwortlichen Stelle definiert, kommuniziert und kontrolliert werden. Die Nutzer müssen bei einer Navigation über die Webseiten spüren, dass sie sich immer in derselben Institution befinden. Besondere Bedeutung bekommt in diesem Fall auch die Verlinkung der Institutionen untereinander. Es sollte immer einen - leicht aufzufindenden - Weg zurück auf die Homepage geben.

Wichtig bei der Darstellung von Informationen ist auch die Beachtung von Usability-Kriterien, also Prüfsteinen der Benutzerfreundlichkeit, wie Zugänglichkeit, Vollständigkeit, Suchfunktionen, Aktualität und Interaktivität sowie die Berücksichtigung rechtlicher Vorgaben.

- Mehr Informationen zu einer nutzerfreundlichen Gestaltung finden Sie im Bereich Didaktisches Design.
- Bei der Realisierung einer neuen Webpräsenz kann ein Storyboard helfen.
- Wissenschaftler des psychologischen Instituts der Uni Mainz haben innerhalb der Studie "Die Benutzerfreundlichkeit der Homepages deutscher Universitäten: Ein Internet Usability Vergleich" die Webseiten von 21 Universitäten anhand von psychologischen Erkenntnissen untersucht und getestet.

## Rechtsfragen

Als Betreiber einer Homepage im Internet sollten Sie wissen, welche rechtlichen Hintergründe Sie zu beachten haben. Dazu gehören insbesondere Informationspflichten gegenüber dem Nutzer und datenschutzrechtliche Anforderungen.

### Datenschutz

Wenn Sie personenbezogene Daten Ihrer wissenschaftlicher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf der Webseite Ihrer Hochschule zur Verfügung stellen wollen, besteht gegebenenfalls ein Mitbestimmungsrecht des Personalrats. Bei Fotos von Personen – zum Beispiel Ihren Mitarbeitern – müssen Sie deren Rechte am eigenen Bild beachten. Urheberrechtliche Fragen treten hinzu, wenn Fotografien von professionellen Fotografen verwendet werden.

### Hyperlinks

„Wer Webseiten ins Internet stellt, muß mit Verweisen rechnen und ist grundsätzlich hiermit einverstanden.“, so urteilte das Oberlandesgericht Düsseldorf bereits 1999. Auch bei so genannten „deep linking“ gilt: Wird ein Hyperlink zu einer Datei auf einer fremden Webseite mit einem urheberrechtlich geschützten Werk gesetzt, wird dadurch nicht in das Vervielfältigungsrecht an diesem Werk eingegriffen (BGH, Urteil vom 17. Juli 2003). Wer dagegen Links auf strafbare Web-Angebote einrichtet, z.B. mit rassistischen, verleumderischen oder pornographischen Inhalten, macht sich in jedem Fall strafbar.

### Impressum

Ein Impressum darf eigentlich auf keiner Homepage fehlen: Seit das "Gesetz über den elektronischen Datenverkehr" 2002 in Kraft getreten ist, ist jeder Anbieter einer Homepage, ob kommerziell oder privat, Teledienstleister, was einige Informationspflichten mit sich bringt.

Im Impressum müssen Namen und Anschrift angegeben werden, bei Personenvereinigungen oder Gruppen auch Namen und Anschrift der vertretungsberechtigten Personen. Bei journalistischen Angeboten, die periodisch erscheinen, muss – wie bei Printmedien auch – zusätzlich ein presserechtlich Verantwortlicher genannt werden. Für ein Beispiel werfen Sie einen Blick in das Impressum von e-teaching.org.

## **Rechtliche Hinweise**

Mit dem Urteil vom 12. Mai 1998 (AZ: 312 O 85/98) hat das Landgericht Hamburg entschieden, dass man durch externe Hyperlinks die Inhalte der verknüpften Seite mit zu verantworten hat. Dies kann nur verhindert werden, indem Sie sich ausdrücklich von verlinkten Inhalten distanzieren. Wenn Sie einen entsprechenden Vermerk in Ihr Angebot einfügen, sind Sie also auf der sicheren Seite.

Sie können außerdem in den rechtlichen Hinweisen die Nutzungsbedingungen für die Webseite darstellen (mehr dazu im Bereich Transfer). Bei größeren Projekten ist es zudem vielleicht sinnvoll, den Modus für die Benutzung eigener Logos durch Dritte festzulegen. Unter Umständen sind Hinweise auf die Rechte Dritter erforderlich.

## **Schutzmaßnahmen**

Ihre im Internet veröffentlichten Publikationen, wie z. B. wissenschaftliche Arbeiten, Lehr- und Kursmaterialien, sind urheberrechtlich geschützt. Um einem Missbrauch, der u. a. in der nicht genehmigten Übernahme, Bearbeitung und Vervielfältigung von Studienmaterial und Kursen liegen kann, vorzubeugen, sind im digitalen Umfeld technische Vorkehrungen zu treffen. Diese können in einem einfachen Schreib- und Kopierschutz liegen und bis zur kontrollierten, d. h. anmeldepflichtigen Zugriffsberechtigung gehen.

## **Wichtige Inhalte**

Mögliche öffentlichkeitswirksame Inhalte auf der Webpräsenz der Hochschule sind (Quelle: Lederbogen 2004, S. 288ff.):

### **Hochschulinformationen:**

- Philosophie der Organisation, Leitbild
- Hochschulchronik
- Wirtschaftskennzahlen
- Jahres-/Geschäftsbericht
- Plandaten
- Hochschulstandorte
- Fächerangebot

### **Mitarbeiterinformationen:**

- Mitarbeiterverzeichnis
- Zuständige Ansprechpartner/innen
- Hochschulleitung

### **Hochschulspezifische Kommunikationsinhalte:**

- Öffentliche Reden von Hochschulmitarbeiter/innen
- Podiumsdiskussionen (Text, Audio, Video)
- Pressespiegel

### **Forschungsaktivitäten:**

- Aktuelle und geplante Projekte
- Referenzprojekte, Forschungsdatenbank
- Studien und Publikationen

### **Darstellung von Lehrangeboten:**

- Lehrveranstaltungen
- Virtuelle Lehrangebote
- Hochschulsport

### **Darstellung von Fördermaßnahmen:**

- Projekt-/Forschungs- und Nachwuchsförderung
- Stiftungen
- Ausschreibung von Förderpreisen und Wettbewerben

### **Kommunikationsangebote:**

- E-Mail Angebot
- Diskussionsforen
- Meinungsäußerungen über den WWW-Auftritt
- Gästebuch
- Umfragen zu speziellen Themen
- Interaktive Fragestunde

### **Beratungsservice:**

- Hotline für Studieninformationen
- Interaktive Beratungsprogramme
- Literaturversorgung
- Rechenzentrum

### **Bestellservice:**

- Jahresbericht
- Forschungsbericht
- Studien, Publikationen
- Studieninformationen
- Newsletter Abonnement

### **Journalistenservice:**

- Nennung von Ansprechpartnern
- Presseinformationen
- Expertenvermittlung
- Recherchequellen
- Audio- und Videosequenzen
- Begrenzte Zugangsmöglichkeiten zu internen Datenbanken

### **Inhalte mit Entertainment Charakter:**

- Gewinnspiele, virtuelle Preisausschreiben
- Links zu Bahnverkehr und Wohnungsangeboten, Mensaplan, Schwarzes Brett, Webcam

## Zitation

e-teaching.org (2015). Präsenz im Web . Zuletzt geändert am 05.05.2015. Leibniz-Institut für Wissensmedien:  
[https://www.e-teaching.org/projekt/organisation/oeffentlichkeitsarbeit/web/index\\_html](https://www.e-teaching.org/projekt/organisation/oeffentlichkeitsarbeit/web/index_html). Zugriff am 20.02.2019