

Pressemitteilung

9.11.2007

**Nominierungen für den Preis für Hochschulkommunikation 2007
Der beste Internetauftritt**

Die Jury für den „Preis für Hochschulkommunikation 2007“ hat ihre Nominierungen bekannt gegeben. Der Preis wurde von der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) und dem Zeitverlag, gefördert von der Robert Bosch Stiftung, ausgeschrieben. Er wird in diesem Jahr zum zweiten Mal vergeben. Nach den Hochschulmagazinen wird in diesem Jahr der beste Internetauftritt ausgezeichnet.

Beworben haben sich 46 Hochschulen aus der ganzen Bundesrepublik.

Nominiert wurden

- die Technische Universität Berlin,
- die Philipps-Universität Marburg und
- der RheinAhrCampus Remagen/Fachhochschule Koblenz.

Die Entscheidung, wer den mit 25.000 € dotierten Preis erhält, wird

am 26. November (18:00 Uhr) in Berlin,

dem Vorabend der nächsten HRK Mitgliederversammlung, im Rahmen einer feierlichen Verleihung bekannt gegeben.

Pressemitteilung

27.11.2007**Preis für Hochschulkommunikation 2007 verliehen
Uni Marburg für den besten Internetauftritt ausgezeichnet**

Die Philipps-Universität Marburg ist mit dem Preis für Hochschulkommunikation 2007 ausgezeichnet worden. Das „Web-Office“ der Universität erhielt das Preisgeld von 25.000 Euro für den Internetauftritt www.uni-marburg.de. 46 Hochschulen aus der ganzen Bundesrepublik hatten sich um Preis beworben. Der Preis wird von der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) und dem ZEIT Verlag, gefördert von der Robert Bosch Stiftung verliehen. 2007 wurde bereits das beste Hochschulmagazin ausgezeichnet.

Die Jury hob die konsistente Gestaltung des Internetauftritts der Philipps-Universität hervor. Es gelinge, die Universität als Einheit zu präsentieren und gleichzeitig die Vielfalt ihrer Leistungsfelder deutlich zu machen. Die Seiten seien informativ und aktuell, die Inhalte zielgruppenorientiert und übersichtlich präsentiert. Die Jury würdigte die Tatsache, dass der Internetauftritt der Marburger Universität ausschließlich hochschulintern entwickelt wurde.

Gero von Randow, Chefredakteur ZEIT Online, sagte in seiner Laudatio: „Hochschulwebsites sind mehr als der elektronische Arm der Pressestelle. So wie eine Hochschule ein öffentlicher Ort des Geistes, der Forschung, der Bildung und der Auseinandersetzung sein muss, so hat auch ihre Website das Potential, die Hochschulangehörigen sowie die Öffentlichkeit nicht nur zu informieren, sondern in ihr eigentliches Leben einzubeziehen.“

Gewürdigt wurden auch die Webauftritte der Technischen Universität Berlin und des RheinAhrCampus Remagen der Fachhochschule Koblenz. Sie waren von der Jury in die Endauswahl genommen worden.

Die Auszeichnung erfolgte im Rahmen einer Festveranstaltung am Vorabend der Mitgliederversammlung der HRK. HRK-Präsidentin Prof. Dr. Margret Wintermantel betonte in ihrer Begrüßung, dass eine professionelle Kommunikation für die Hochschulen immer wichtiger werde. Je mehr sie ihr Profil in Forschung und Lehre schärften, umso besser müsse es vermittelt werden. „Wenn wir die breite Leistungsfähigkeit des deutschen Hochschulwesens sichtbar machen wollen, wenn wir die Qualitäten jeder einzelnen Hochschule erkennbar machen wollen, brauchen wir hervorragende Öffentlichkeitsarbeit: inhaltlich und formal abgeleitet vom Profil der Hochschule, zielgruppenorientiert, medientechnisch stark und immer in enger Kooperation mit der Hochschulleitung“, erklärte sie.

Der Zeitverlag und die Hochschulrektorenkonferenz
verleihen hiermit den

PREIS FÜR HOCHSCHULKOMMUNIKATION 2007
DER BESTE INTERNETAUFTRITT

an das Web-Office der


PHILIPPS-UNIVERSITÄT MARBURG

Die Jury hebt die konsistente Gestaltung des Internetauftritts hervor.

Es gelingt, die Universität als Einheit zu präsentieren und gleichzeitig die Vielfalt ihrer Leistungsfelder deutlich zu machen. Die Aktualität der Seiten wird durch ein durchdachtes Redaktionssystem für Nachrichten- und Termininformationen erreicht. Die Inhalte werden zielgruppenorientiert und übersichtlich präsentiert. Die Jury würdigt die Tatsache, dass der Internetauftritt der Philipps-Universität Marburg ausschließlich hochschulintern entwickelt wurde. In der Weiterentwicklung sollte die Website das Profil der Universität noch deutlicher kommunizieren sowie durch eine bessere Gestaltung und gezielte aktive Einbindung der Nutzer an Unverwechselbarkeit gewinnen. Mit der Preisentscheidung zeichnet die Jury die Entwicklungsarbeit des Web-Office der Philipps-Universität Marburg aus und ermutigt die Universität zur Weiterentwicklung des Internetauftritts.

Berlin, 26. November 2007


Giovanni di Lorenzo
DIE ZEIT
Chefredakteur


Professor Dr. Margret Wintermantel
Hochschulrektorenkonferenz
Präsidentin

[Home](#)

[HRK auf einen Blick](#)

[Beschlüsse](#)

[Brennpunkte](#)

[Projekte & Initiativen](#)

[Ars legendi-Preis für exzellente Hochschullehre](#)

[Audit - Internationalisierung der Hochschulen](#)

[Bologna-Zentrum](#)

[Centrum für Hochschulentwicklung](#)

[Forschungslandkarte](#)

[GATE Germany](#)

[Kompetenzzentrum Bologna](#)

[Preis für Hochschulkommunikation](#)

[Projekt nexus - Konzepte und gute Praxis für Studium und Lehre](#)

[Qualitätsmanagement](#)

[Wege ins Studium](#)

[Wissenschaft im Dialog](#)

[Presse](#)

[Berichte, Bibliothek & Publikationen](#)

[HRK International](#)

[Service für Hochschulmitglieder](#)

[Adressen & Links](#)



[English](#) | [Impressum](#) | [Kontakt](#) | [Hilfe](#) | [Suche](#) |

Preis für Hochschulkommunikation

Der ZEIT Verlag und die Hochschulrektorenkonferenz vergeben seit 2005 gemeinsam der Robert-Bosch-Stiftung alle zwei Jahre den "Preis für Hochschulkommunikation". Die Preissumme von zunächst 10.000 €, seit 2007 25.000 € stiftete die Robert Bosch Stiftung. Die Preisverleihung findet jeweils am Vorabend einer HRK-Mitgliederversammlung statt. Der ZEIT Verlag organisiert für die Verantwortlichen für Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld ein Seminar zum Thema der jeweiligen Ausschreibung.

2005 wurde das Hochschuljournal oder das Publikationenkonzept ausgezeichnet, das inhaltlich und formal am überzeugendsten die verschiedenen Zielgruppen der Hochschule anspricht. Am 22. November 2005 wurde dem Presse- und Informationsreferat der Technischen Universität Berlin der Preis für sein Publikationenkonzept in Bremen feierlich überreicht.

2007 wurde der Preis für den besten Internetauftritt vergeben. Die Preissumme wurde auf 25.000 € erhöht. Preisträger war das Web Office der Philipps-Universität Marburg. Die Dokumentation der Auswahlkriterien und der Arbeit der Nominierten und Preisträger finden Sie [hier](#).

2009 erfolgte die Ausschreibung für das beste Studierendenmarketing. Preisträger war das Akademische Beratungszentrum Studium und Beruf - ABZ der Universität Duisburg-Essen. Die Preisverleihung fand am 23. November 2009 in Leipzig statt. Auch dazu wurde eine [Dokumentation](#) erstellt.

Am 21. November 2011 wurden für die beste internationale Hochschulkommunikation zwei mit jeweils 10.000 € dotierte zweite Preise vergeben. Preisträger sind die Brandenburgische Technische Universität Cottbus und TU9 – German Institutes of Technology, ein Konsortium von neun Technischen Universitäten. Außerdem erhielt die Fachhochschule Nordhausen eine ausdrückliche Anerkennung für ihren Einstieg in die internationale Hochschulkommunikation. Die Pressemitteilung zur Verleihung findet sich [hier](#).

Ansprechpartner in der HRK-Geschäftsstelle: [Susanne Schilden](#)

Hochschulkompass

- [Hochschulen](#)
- [Studium](#)
- [Promotion](#)
- [Int. Kooperationen](#)

[Drucken](#) [Versenden](#)

CAMPUS & KARRIERE

27.11.2007



Angekommen im Web 2.0 sind die Internetauftritte der deutschen Unis noch nicht alle. (Bild: AP)

Frisch, übersichtlich und serviceorientiert

Preise für die besten Internetauftritte der deutschen Hochschulen

Von Philip Banse

Zwar präsentieren sich die besten Internetseiten der deutschen Hochschulen frisch, übersichtlich und serviceorientiert. Aber sie sind auch brav, farblos und verwechselbar. Angekommen im Web 2.0 sind sie jedenfalls noch nicht, urteilte die Jury, die Preise für Deutschlands beste Hochschul-Webseiten vergab.

Applaus für Deutschlands beste Hochschul-Webseiten. Platz zwei und drei belegten die Internetauftritte der TU Berlin und des RheinAhrCampus Remagen der Fachhochschule Koblenz. Die beste Website hat die Philipps-Universität aus Marburg. Laudator Gero von Randow, Chefredakteur von Zeit Online, begründete das so:

"Klare und durchgehende Gestaltung, gute Ansprache der Zielgruppen und eine eindeutige Serviceorientierung haben der Jury sehr zugesagt."

Gewürdigt wurde, dass Marburg auf der Homepage stets aktuelle Nachrichten aus dem Innern die Universität präsentiert. Studierende finden übersichtlich sortierte Wohnraumangebote, bekommen klaren Zugriff auf die Dienste der Hausdruckerei und können sich im Formularcenter alle nötigen Vordrucke herunterladen. Der Preis sei wichtig, sagte Viola Düwert, die als Pressesprecherin den Online-Auftritt der Gewinner-Universität Marburg verantwortet. Denn auch den oft zögerlichen Universitätsverwaltungen werde klar, dass sich eine deutsche Hochschule heute keine schlechte Webseite mehr leisten könne:

"Die Hochschulen stehen mittlerweile miteinander im Wettbewerb, gerade durch die neuen Studiengänge, die sie auch voll kriegen müssen. Es gibt zukünftig wesentlich weniger Studierende, und alle wollen die besten haben. Dazu müssen sie für sich werben, sie müssen aus der Universität eine Marke machen, müssen sich klar positionieren. Und dann bekommen sie auch die Leute, die sie haben wollen. Ein schlechter Internetauftritt schreckt eher die guten Leute ab."

Insgesamt kommen die prämierten Webseiten zwar frisch, übersichtlich und serviceorientiert daher. Unterm Strich aber sind sie brav, farblos, verwechselbar. Auf der Höhe der digitalen Netzkommunikation ist keine der Uni-Seiten, stellte auch Gero von Randow fest. Der Chef von Zeit Online monierte, die Benutzerfreundlichkeit müsse besser werden, die Qualitätskontrolle dürfe nicht hinter der Homepage halt machen, die Angebote für internationale Besucher müssten ausgebaut werden. Die Webseiten seien austauschbar, ließen kein klares Profil der Universität erkennen. Vor allem aber, so von Randow, müssten die Webauftritte der Unis endlich im Web 2.0 ankommen. Während die Studierenden zu Hunderttausenden bei Portalen wie Facebook und StudiVZ kommunizieren, lassen die Unis diese Art des Austausches völlig außen vor.

"Es gibt in Amerika Websites, auf denen sie zum Beispiel interessante vorlesungsbegleitende Blogs lesen. Oder Weblogs von Wissenschaftlern, die sich bestimmte Themen vornehmen -aus ihrem Bereich oder auch aus der Nachbarschaft ihres Themas - das sie halt regelmäßig füllen und auf diese Weise innerhalb der Website der Universität ein eigenes Publikum aufbauen, um sich versammeln und mit dem Publikum interagieren. Das ist das, was meiner Ansicht nach fehlt und getan werden könnte."

Mehr Interaktion, Blogs, Foren, Wikis - Viola Düwert ist da skeptisch. Die fürs Internet verantwortliche Pressesprecherin der Gewinner-Universität Marburg entgegnet:

"Wir haben jetzt erstmal die Basisarbeit geleistet, das, was unbedingt sein muss."

Und so ein Blog ist Kür. Ein Student verlangt erst mal, dass er von uns Informationen kriegt: Was kann er studieren, wie kann er das studieren, was hat er da zu tun. Das muss absolut top sein, und alles andere ist erstmal oben drauf. Aber wir sind noch viel im Basisbereich."

Das bedeutet: Viele Hochschulseiten wenden sich vor allem an Studenten, mitunter auch an Journalisten. Die breite Öffentlichkeit aber findet wenig Interessantes auf den universitären Internetseiten. Das sei jedoch dringend notwendig, kritisiert die Jury, auch um das System Hochschule gesellschaftlich zu legitimieren. Doch für ein breiteres, technisch zeitgemäßes Webangebot fehlen die Ressourcen, sagt die Marburger Internet-Vorkämpferin Viola Düwert. Ihre jetzt preisgekrönte Website wird von einer festangestellten Pressesprecherin und einer Volontärin gestemmt. Auch Viola Düwert will mehr Personal - eine Verdopplung der Online-Redakteure allerdings, wie aus dem Publikum gefordert, hält die Marburger Online-Beauftragte für keine gute Idee:

"Verdoppeln lieber nicht, denn wir haben ja keinen Webredakteur, das gibt dann immer noch null."

Und auch hinter ihrem Etat steht eine Null: Die Webseite der Marburger Uni wird finanziert aus den laufenden Kosten der Pressestelle. Externe Programmierer, Autoren, Fortbildungen - das Preisgeld von immerhin 25.000 Euro wäre dafür eigentlich sehr willkommen.

"Wir werden auch nicht weiterkommen, ohne Ressourcen. Wir haben jetzt ja dieses Preisgeld, was wir ja hoffentlich behalten dürfen."

Das sei jedoch von der Marburger Uniführung fest versprochen worden.

[zurück](#) . [zum Seitenanfang](#)

[Artikel drucken](#)
[Artikel weiterempfehlen](#)

HESSEN



Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst

URL: http://verwaltung.hessen.de/irj/HMWK_Internet

Diesen Artikel finden Sie unter: Pressearchiv > Pressearchiv

27.11.2007 - Pressemitteilung

Preis für Hochschulkommunikation geht an Universität Marburg

Staatsminister Corts gratuliert zur Auszeichnung des Internet-Auftritts durch Hochschulrektorenkonferenz, Zeit-Verlag und Robert Bosch Stiftung

Wiesbaden – Der Hessische Minister für Wissenschaft und Kunst, Udo Corts, hat der Universität Marburg zur Auszeichnung mit dem „Preis für Hochschulkommunikation 2007 - Der beste Internetauftritt“ gratuliert. „Es freut mich ganz besonders, weil dieser Auftritt neben dem Tagesgeschäft ‚hausintern‘ entwickelt worden und diese bemerkenswerte Teamleistung zu Recht durch die Jury gewürdigt worden ist. Die Universität Marburg kann man zu so vorbildlich engagierten Mitarbeitern nur beglückwünschen.“ Der Webauftritt www.uni-marburg.de war von einem hochschulinternen Team unter Federführung der Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Dr. Viola Düwert, entwickelt und umgesetzt worden.

Die Entscheidung über den von der Hochschulrektorenkonferenz und dem Hamburger Zeit-Verlag, gefördert von der Robert Bosch Stiftung, ausgeschrieben und mit 25.000 Euro dotierten Preis war gestern Abend in Berlin bekanntgegeben worden. Insgesamt hatten sich 46 Hochschulen aus ganz Deutschland mit ihren Webauftritten beworben. Nominiert worden waren neben der Philipps-Universität Marburg die Technische Universität Berlin und der RheinAhrCampus Remagen/ Fachhochschule Koblenz.

Die Jury hatte in ihrer Begründung für die Vergabe des Preises nach Marburg die „konsistente Gestaltung des Internetauftritts“ hervorgehoben. Es gelinge, die Universität als Einheit zu präsentieren und gleichzeitig die Vielfalt ihrer Leistungsfelder deutlich zu machen. Die Aktualität der Seiten werde durch ein durchdachtes Redaktionssystem für Nachrichten und Termininformationen erreicht. Die Seiten würden zielgruppenorientiert und übersichtlich präsentiert. Die Jury würdigte auch die Tatsache, dass der Internetauftritt der Philipps-Universität Marburg ausschließlich hochschulintern entwickelt wurde.

© 2013 Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Rheinstraße 23-25, 65185 Wiesbaden



Startseite

Studium

Forschung

Fachbereiche

Einrichtungen

Internationales

Aktuelles

Nachrichten

Jahresrückblick

Veranstaltungen

Personalia

Studium Generale

Marburger UniJournal

Amtliche Mitteilungen

Publikationen

Bilderpool

Projekte

Baugeschehen

Pressestelle

Hochschulpolitik

» [Universität](#) » [Aktuelles](#) » [Nachrichten](#) » [2007](#) » [Höchste Anerkennung für www.uni-marburg.de](#)



29.11.2007

Höchste Anerkennung für www.uni-marburg.de

Die Philipps-Universität Marburg ist mit dem "Preis für Hochschulkommunikation 2007 - Der beste Internetauftritt" ausgezeichnet worden. Das Web-Office der Universität erhielt das Preisgeld von 25.000 Euro für den Internetauftritt www.uni-marburg.de. 46 Hochschulen aus der ganzen Bundesrepublik hatten sich um den Preis beworben, der nach 120 Kriterien ausgewertet wurde.



Das Kernteam für den neuen Internetauftritt: Stefan Aumann, Dr. Jürgen Nemitz, Dr. Jutta Weisel, Dr. Andreas Gabriel, Dr. Christian Bracht, Dr. Viola Düwert und für die Grafik Heekyung Reimann.

Im Vordergrund der Bewertung stand zu 32 Prozent, wie die Hochschule ihre „Marke“ kommuniziert. An der Preisverleihung, die im Rahmen einer Festveranstaltung am 26. November 2007 in Berlin stattfand, nahmen vom Hochschulrechenzentrum Stefan Aumann (Anwenderbetreuung / Programmierung) und Dr. Andreas Gabriel (Programmierung / Systementwicklung), vom Bildarchiv Foto Marburg Heekyung Reimann (Grafik) und von der Pressestelle Dr. Viola Düwert (Redaktion) teil.

Der Präsident der Philipps-Universität dankte den Projektleitern Dr. Jutta Weisel und Dr. Viola Düwert für die Initiative zur Reform des Web-Auftritts. An der Umsetzung waren maßgeblich auch Dr. Jürgen Nemitz, Dr. Christian Bracht, Artur Richter ([Fachgebiet Grafik und Malerei](#)) und viele weitere aus allen Fachbereichen mit großem Engagement beteiligt. „Der Erfolg beweist, dass mit geringem finanziellen Einsatz, aber mit einem intelligenten Konzept, einem hohen Maß an Kompetenz und Kreativität in Team-Arbeit hervorragende Leistungen erbracht werden können.“

Auch der Hessische Minister für Wissenschaft und Kunst, Udo Corts, gratulierte der Universität Marburg zur Auszeichnung: „Es freut mich ganz besonders, weil dieser Auftritt neben dem Tagesgeschäft ‚hausintern‘ entwickelt worden und diese




bemerkenswerte Teamleistung zu Recht durch die Jury gewürdigt worden ist. Die Universität Marburg kann man zu so vorbildlich engagierten Mitarbeitern nur beglückwünschen.“ Inzwischen arbeiten über 700 Autoren am Internetauftritt der Philipps-Universität, der zu 90 Prozent sowohl in ein einheitliches Layout als auch auf das gemeinsame Open-Source Content Management System (Plone/Zope) migriert ist.

Die Jury hatte in ihrer Begründung für die Vergabe des Preises nach Marburg insbesondere die „konsistente Gestaltung des Internetauftritts“ hervorgehoben. Es gelinge, die Universität als Einheit zu präsentieren und gleichzeitig die Vielfalt ihrer Leistungsfelder deutlich zu machen. Die Aktualität der Seiten werde durch ein durchdachtes Redaktionssystem für Nachrichten und Termininformationen erreicht. Die Seiten würden zielgruppenorientiert und übersichtlich präsentiert. Die Jury würdigte auch die Tatsache, dass der Internetauftritt der Philipps-Universität Marburg ausschließlich hochschulintern entwickelt wurde.

Bei der Preisverleihung betonte die Präsidentin der Hochschulrektorenkonferenz, Prof. Dr. Margret Wintermantel, dass eine professionelle Kommunikation für die Hochschulen immer wichtiger werde. Je mehr sie ihr Profil in Forschung und Lehre schärfen, umso besser müsse es vermittelt werden. „Wenn wir die breite Leistungsfähigkeit des deutschen Hochschulwesens sichtbar machen wollen, wenn wir die Qualitäten jeder einzelnen Hochschule erkennbar machen wollen, brauchen wir hervorragende Öffentlichkeitsarbeit: inhaltlich und formal abgeleitet vom Profil der Hochschule, zielgruppenorientiert, medientechnisch stark und immer in enger Kooperation mit der Hochschulleitung“, erklärte sie. Gero von Randow, Chefredakteur ZEIT Online, sagte in seiner Laudatio: „Hochschulwebsites sind mehr als der elektronische Arm der Pressestelle. So wie eine Hochschule ein öffentlicher Ort des Geistes, der Forschung, der Bildung und der Auseinandersetzung sein muss, so hat auch ihre Website das Potenzial, die Hochschulangehörigen sowie die Öffentlichkeit nicht nur zu informieren, sondern in ihr eigentliches Leben einzubeziehen.“

Der Preis wird von der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) und dem ZEIT-Verlag verliehen und von der Robert Bosch-Stiftung gefördert. 2005 wurde bereits das beste Hochschulmagazin ausgezeichnet. Zur Jury gehörten unter anderem der Chefredakteur von ZEIT-Online, der Chefredakteur von ZEIT-Campus und der Kommunikationschef der BASF und die amerikanische Studentin Pricilla Rinke.

Weitere Informationen:

- [Bericht im Deutschlandfunk](#) 
- [Pressemitteilung des Hessischen Ministeriums für Wissenschaft und Kunst](#) 
- [Pressemitteilung der Hochschulrektorenkonferenz](#) 

Zuletzt aktualisiert: 12.06.2009 · Pressestelle

62 WISSEN

Spitze im Netz

Die Universität Marburg bekommt einen Preis für den besten Internetauftritt

Klare Gestaltung, Aktualität und Service für die Studenten – das waren die Pluspunkte, die die Jury dazu bewogen, der Universität Marburg für ihren Internetauftritt den Preis für Hochschulkommunikation zu verleihen. Die *ZEIT* und die Hochschulrektorenkonferenz hatten den mit 25 000 Euro dotierten Wettbewerb mit Unterstützung der Robert-Bosch-Stiftung in diesem Jahr zum zweiten Mal ausgeschrieben; 46 Hochschulen hatten Bewerbungen eingereicht. Vor zwei Jahren waren die besten Hochschulmagazine gekürt worden. Nun lobten die Juroren neben dem Angebot der Universität Marburg die Internetseiten der Technischen Universität Berlin und des Rhein-Ahr-Campus Remagen der Fachhochschule Koblenz als vorbildlich.

Der Preis für Hochschulkommunikation soll Universitäten ermutigen, angesichts des zunehmenden Wettbewerbs um die besten Wissenschaftler und Studenten ihre Websites hochwertiger zu gestalten und besser auf die Zielgruppe zuzuschneiden. Die Jury aus Professoren, Journalisten und Studenten betonte, dass sämtliche In-

ANZEIGE

ternetauftritte, auch die der Sieger, noch deutlich weiterentwickelt werden müssten. Insgesamt sei ihre Qualität nicht zufriedenstellend, die Hochschulprofile würden nicht prägnant genug präsentiert.

JAN-MARTIN WIARDA



News

[Newsticker](#) [7-Tage-News](#) [Archiv](#)
[RSS](#) [News mobil](#) [Newsletter](#)
[Foren](#)

 Top-Themen: [Windows 8](#) [iPad](#) [Android](#) [E-Book](#) [iPhone 5](#) [WCIT](#) [Datenschutz](#) [Facebook](#) [Curiosity](#)
[heise online](#) > [News](#) > [2007](#) > [KW 48](#) > Universität Marburg erhält Preis für Web-Präsenz

01.12.2007 11:17



Universität Marburg erhält Preis für Web-Präsenz

 vorlesen / [MP3-Download](#)

Die [Philipps-Universität Marburg](#) hat den mit 25.000 Euro dotierten "[Preis für Hochschulkommunikation 2007](#)" - Der beste Internetauftritt" gewonnen. Um den von der Hochschulrektorenkonferenz und dem Zeit-Verlag verliehenen und von der Robert Bosch Stiftung geförderten Preis hatten sich bundesweit 46 Hochschulen beworben. Die Internetseite [www.uni-marburg.de](#) zeige die Universität als Einheit und mache die Vielfalt ihrer Leistungsfelder deutlich, hieß es in der Begründung der Jury.

Neben der Web-Präsenz der Marburger lobten die Juroren auch die der [Technischen Universität Berlin](#) und der [Fachhochschule RheinAhrCapus Remagen](#) als ebenfalls herausragend. Die Philipps-Universität Marburg besteht seit 1527 und ist damit die älteste von einem protestantischen Adelshaus gegründete Universität. Ihr Name geht auf den Gründer Landgraf Philipp den Großmütigen zurück. Sie zählt heute über 23.000 Studierende. ([dpa](#))/([dpa](#)) / ([dal](#))

[« Vorige | Nächste »](#)
[Kommentare lesen \(59 Beiträge\)](#)
[Version zum Drucken](#) | [Per E-Mail versenden](#) | [Newsletter abonnieren](#)

 Permalink: <http://heise.de/-201371>


heise open

Linux: Alles klar im Kernel-Land?

Linus Torvalds findet, dass die Dinge ganz gut laufen in der Kernel-Entwicklung.

AMD hingegen entlässt seine Kernel-

Entwickler. Ein Kommentar.



[HIS](#) > [Presse](#) > [Archiv Hochschulnachrichten](#)

[Pressemitteilungen](#)

[HIS in der Presse](#)

[Hochschulnachrichten](#)

[Presseverteiler](#)

[Pressemappe](#)

[Bilderpool](#)

[Broschüren](#)

Hochschulnachricht

Preis für Hochschulkommunikation verliehen – Uni Marburg hat den besten Internetauftritt



27.11.2007

Die Philipps-Universität Marburg ist mit dem Preis für Hochschulkommunikation 2007 ausgezeichnet worden. Das „Web-Office“ der Universität erhielt das Preisgeld von 25.000 Euro für den Internetauftritt www.uni-marburg.de.

Um den Preis hatten sich 46 Hochschulen aus der ganzen Bundesrepublik beworben. Der Preis wird von der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) und dem ZEIT Verlag, gefördert von der Robert Bosch Stiftung verliehen. 2007 wurde bereits das beste Hochschulmagazin ausgezeichnet.

Die Jury hob die konsistente Gestaltung des Internetauftritts der Philipps-Universität hervor. Es gelinge, die Universität als Einheit zu präsentieren und gleichzeitig die Vielfalt ihrer Leistungsfelder deutlich zu machen. Die Seiten seien informativ und aktuell, die Inhalte zielgruppenorientiert und übersichtlich präsentiert. Die Jury würdigte die Tatsache, dass der Internetauftritt der Marburger Universität ausschließlich hochschulintern entwickelt wurde. Gero von Randow, Chefredakteur ZEIT Online, sagte in seiner Laudatio: „Hochschulwebsites sind mehr als der elektronische Arm der Pressestelle. So wie eine Hochschule ein öffentlicher Ort des Geistes, der Forschung, der Bildung und der Auseinandersetzung sein muss, so hat auch ihre Website das Potential, die Hochschulangehörigen sowie die Öffentlichkeit nicht nur zu informieren, sondern in ihr eigentliches Leben einzubeziehen.“

Gewürdigt wurden auch die Webauftritte der Technischen Universität Berlin und des RheinAhrCampus Remagen der Fachhochschule Koblenz. Sie waren von der Jury in die Endauswahl genommen worden. (ol)

Zeitraum

[März 2013](#)
[Februar 2013](#)
[Januar 2013](#)
[Dezember 2012](#)
[November 2012](#)
[Oktober 2012](#)
[September 2012](#)
[August 2012](#)
[Juli 2012](#)
[Juni 2012](#)
[Mai 2012](#)
[April 2012](#)
[März 2012](#)
[Februar 2012](#)
[Januar 2012](#)
[Dezember 2011](#)
[November 2011](#)
[Oktober 2011](#)
[September 2011](#)
[August 2011](#)
[Juli 2011](#)
[Juni 2011](#)
[Mai 2011](#)
[April 2011](#)
[März 2011](#)
[Februar 2011](#)
[Januar 2011](#)
[Dezember 2010](#)
[November 2010](#)
[Oktober 2010](#)
[September 2010](#)
[August 2010](#)
[Juli 2010](#)
[Juni 2010](#)
[Mai 2010](#)
[April 2010](#)
[März 2010](#)
[Februar 2010](#)
[Januar 2010](#)
[Dezember 2009](#)
[November 2009](#)
[Oktober 2009](#)
[September 2009](#)
[August 2009](#)
[Juli 2009](#)

Zope NEWS!

10 Jahre Plone an der Humbolt-Universität

CeBIT Bericht 2008

Plone Workshop auf der FrOSCon

Chemnitzer Linuxtage

Linuxtag 2008 in Berlin

Gemeinsamer Messestand

Hochschulen arbeiten mit ZOPE/Plone

Zope – die ausgereifte, sichere Plattform zur Entwicklung professioneller Webapplikationen



Starke Präsenz auf der CeBIT 2008

Zope war auf der diesjährigen CeBIT überaus präsent. Der Gemeinschaftsstand des DZUG e.V. mit den Firmen catWorkX und gocept war größer als im letzten Jahr und lag sehr zentral im LinuxPark, sodass er regen Andrang fand.

Großen Zulauf gab es beispielsweise durch Typo3-Anwender, die sich über Plone als Alternative informieren wollten.

»Speziell bei Betreibern großer Enterprise-Applikationen wird offenbar intensiv über Ablösungsstrategien nachgedacht«,

so Wolfgang Tank von catWorkX, Hamburg.

Auch Christian Kreuzer von gocept hat die CeBIT positiv erlebt: »Das gestiegene Interesse an Zope und Plone ist deutlich zu spüren!«



Dr. Janko Hauser hielt im LinuxPark einen Vortrag über Zope. Er beschrieb die neue Komponenten-architektur, die revolutionäre Entwicklung im Bereich Deployment und die vielen für Webanwendungen unentbehrlichen Basis-Eigenschaften, die Zope bereits seit Jahren mitbringt.

...Fortsetzung Seite 4

Bester Internetauftritt einer Hochschule in Deutschland ZOPE/Plone-basiert

Webteam Uni Marburg ausgezeichnet

Mit dem von der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) und der Wochenzeitung Die Zeit ausgeschriebenen Preis für Hochschulkommunikation 2007 wurde am 26. November 2007 das Web-Office der Philipps-Universität Marburg ausgezeichnet.

Fast auf den Tag genau zwei Jahre zuvor hatte die Universität einen Relaunch ihres Web-Angebots auf der Basis von ZOPE/Plone realisiert. Die Entscheidung für das Open-Source CMS und der Aus- bzw. Aufbau eigener Kompetenzen für Cluster-Konzeption, Systemadministration und Software-Entwicklung bzw. -Customizing hat entscheidend zu Akzeptanz und Erfolg des Systems beigetragen. So hätten die zahlreichen und sehr spezifischen Anforderungen und Wünsche - etwa das von der Jury besonders hervorgehobene Redaktionssystem für Nachrichten und Termine – kaum ohne die Möglichkeit zu eigenen Anpassungen und Erweiterungen umgesetzt werden können.

Um den Preis beworben hatten sich rund 100 Hochschulen aus der ganzen Bundesrepublik, von denen es 46 in die engere Auswahl schafften. Dass die Wahl auf das Web-Angebot der Philipps-Universität fiel,

begründete die Jury auch damit, dass es ihr gelinge, die Universität als Einheit zu präsentieren und gleichzeitig die Vielfalt ihrer Leistungsfelder deutlich zu machen. Die Seiten würden zielgruppenorientiert und übersichtlich präsentiert. Gewürdigt wurde auch die Tatsache, dass der Internetauftritt der Philipps-Universität Marburg ausschließlich hochschulintern entwickelt wurde.



Mittlerweile arbeiten mehr als 1000 Redakteure in allen Fachbereichen und dem Großteil der Institute und weiteren Einrichtungen mit dem System, das vom Hochschulrechenzentrum (HRZ) betrieben wird.

Stefan Aumann
Philipps-Universität, Marburg

Weitere Informationen

<http://www.uni-marburg.de/hrz/internet/web/cms-info/auszeichnung>

MARBURGER UniJournal

Ausschnitt

UniNews

Leistungsfähigkeit sichtbar machen

Marburg hat die beste Universitäts-Homepage

Die Philipps-Universität ist für ihren Internetauftritt mit dem „Preis für Hochschulkommunikation 2007“ ausgezeichnet worden, der von der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) und dem ZEIT-Verlag verliehen wird. Das Marburger Web-Office erhielt ein Preisgeld in Höhe von 25.000 Euro, nachdem es sich gegen 46 Mitbewerber aus der ganzen Bundesrepublik durchsetzen konnte.

Der Wettbewerb war mit Unterstützung der Robert-Bosch-Stiftung in diesem Jahr zum zweiten Mal ausgeschrieben worden. Die Jury hob in ihrer Begründung für die Preisvergabe insbesondere die „konsistente Gestaltung des Internetauftritts“ der Marburger Universität hervor. „Der Erfolg beweist, dass mit geringem finanziellem Einsatz, aber mit einem intelligenten Konzept, einem hohen Maß an Kompetenz und Kreativität in Team-Arbeit hervorragende Leistungen erbracht werden können“, sagte anlässlich der Verleihung Volker Nienhaus, der Präsident der Philipps-Universität. Die preisgekrönte Homepage www.uni-marburg.de ist neben dem Tagesgeschäft hausintern entwickelt worden. Angesichts dessen lobte der Hessische Wissenschaftsminister Udo Corts die Einsatzbereitschaft der Beteiligten: „Die Universität Mar-



Pressestelle

Das Kernteam für den neuen Internetauftritt der Philipps-Universität (v.l.n.r.): Stefan Aumann vom Hochschulrechenzentrum (HRZ), Jürgen Nemitz vom Fachbereich Germanistik und Kunstwissenschaften, Jutta Weisel, Andreas Gabriel und Christian Bracht, Pressesprecherin Viola Düwert sowie Heekyung Reimann (Foto Marburg)

burg kann man zu so vorbildlich engagierten Mitarbeitern nur beglückwünschen.“

Nienhaus dankte den Projektleiterinnen Jutta Weisel vom Hochschulrechenzentrum und Viola Düwert für die Initiative zum Relaunch des Web-Auftritts. „Die Hochschulen stehen mittlerweile miteinander im Wettbewerb“, begründete Pressesprecherin Viola Düwert die Notwendigkeit einer attraktiven Internetpräsenz: „Es gibt zukünftig wesentlich weniger Studierende, und alle wollen die besten haben. Dazu müssen sie für sich werben, müssen sich klar positionieren. Ein schlechter Internetauftritt schreckt die guten Leute ab.“ Inzwischen ar-

beiten über 900 Autoren am Internetauftritt der Philipps-Universität, der bereits zu 90 Prozent in einem einheitlichen Layout erscheint und auf ein gemeinsames Open-Source Content Management System migriert ist.

„Wenn wir die Qualitäten jeder einzelnen Hochschule erkennbar machen wollen, brauchen wir hervorragende Öffentlichkeitsarbeit“, betonte während des Festaktes die Präsidentin der Hochschulrektorenkonferenz, Margret Wintermantel. Je mehr die Universitäten ihr Profil in Forschung und Lehre schärften, umso besser müsse es vermittelt werden. Gero von Randow, Chefredakteur von ZEIT Online, bescheinigte dem

Marburger Internetauftritt in seiner Laudatio eine „klare und durchgehende Gestaltung“ sowie „eindeutige Serviceorientierung.“ Im Vordergrund der Bewertung durch die Jury stand, wie die Hochschule sich als Marke kommuniziert. So heißt es in der Begründung, dass es in Marburg gelungen sei, die Universität als Einheit zu präsentieren und gleichzeitig die Vielfalt ihrer Leistungsfelder deutlich zu machen. Ein durchdachtes Redaktionssystem für Nachrichten und Termininformationen stelle die Aktualität sicher. Gelobt wurde auch, dass die Seiten zielgruppenorientiert und übersichtlich präsentiert werden. >> js



Foto: Universität Marburg

Das Marburger Team (von links): Heekyung Reimann, Stefan Aumann, Jutta Weisel, Jürgen Nemitz, Viola Düwert, Andreas Gabriel

Wie Marburg im Web Furore macht

Kein Zweifel: Hochschulen brauchen heute einen exzellenten Web-Auftritt, wenn sie Studierende und Forscher für sich gewinnen wollen. Aber wie schafft man das, wenn das Geld knapp ist? Die Universität Marburg hat es vorgemacht und einen Preis dafür gewonnen. Die Geschichte des großen Erfolgs einer kleinen Gruppe.

von Gesa Coordes

Das „Spiegel“-Urteil war wenig schmeichelhaft: „Die haben das Internet nicht verstanden“, schrieb das Nachrichtenmagazin über den Webauftritt der Universität Marburg. Heute erzählt Stefan Aumann vom Marburger Hochschulrechenzentrum amüsiert von dem Kommentar. Die Philipps-Universität hat nämlich nur vier Jahre später den ersten Preis für Hochschulkommunikation gewonnen.

Seit einigen Monaten kann sich die Universität mit dem von Hochschulrektorenkonferenz, Robert-Bosch-Stiftung und Zeit-Stiftung vergebenen Prädikat „Der beste Internetauftritt“ schmücken. Vergeben wurde das Gütesiegel im Rahmen einer Preisausschreibung für Hochschulkommunikation, die alle zwei Jahre stattfindet (www.hrk.de). Auch Universitätspräsident Prof. Dr. Volker Nienhaus klopfte der Crew verbal auf die Schulter: „Der Erfolg beweist, dass mit geringem finanziellen Einsatz, aber

mit einem intelligenten Konzept, einem hohen Maß an Kreativität und Kompetenz in Teamarbeit hervorragende Leistungen erbracht werden können.“

Als der Ökonom 2003 zum Präsidenten der Philipps-Universität gewählt wurde, war ihm der desolate Zustand des Internet-Auftritts sofort aufgefallen. Schließlich kam Nienhaus von der Bochumer Ruhr-Universität, die schon früh in das Web investiert hatte. Dagegen präsentierten sich die Marburger Seiten sowohl vom Inhalt als auch von der Technik her extrem unkoordiniert und wenig übersichtlich. „Das muss dringend überarbeitet werden“, beschied Nienhaus der Pressestelle und dem Hochschulrechenzentrum, die daraufhin ein „Web-Office“ einrichteten. Freilich: Geld hatten sie nicht. Während große

Universitäten wie Frankfurt mit Projektmitteln in sechsstelliger Höhe Agenturen anheuern können, musste das „Web-Office“ aus Marburg mit einer Spende von 25.000 Euro der örtlichen Sparkasse auskommen. Davon wurden die Hilfskräfte bezahlt, die in der heißen Phase des Relaunches für Unterstützung in den Fachbereichen sorgten.

Zum harten Kern des Teams zählen die Leiterin der Uni-Pressestelle, Dr. Viola Düwert, und sieben Männer und

Frauen aus Öffentlichkeitsarbeit, Hochschulrechenzentrum und dem Bildarchiv Foto Marburg, das bei der grafischen Gestaltung hilft.

Doch zunächst wurde in stundenlang tagenden Arbeitsgruppen unterschiedlicher Größe über die Zukunft des Internetauftritts der Hochschule debattiert. Mit dabei

„Weil das Konzept auf breite Akzeptanz gestoßen ist, wurde der Auftritt ein Selbstläufer.“

waren nicht nur die Fachbereiche, sondern auch die Studierenden, der Personalrat, die Universitätsbibliothek, das Studierendensekretariat und der Senat. Schließlich hatten viele Institute bereits ihre ganz eigenen Webauftritte gebastelt, von denen sie jeweils hundertprozentig überzeugt waren. Gleichzeitig gab es aber ein „großes Leiden“ am Internetauftritt der Hochschule. Kaum jemand war zufrieden mit der Gesamtpresentation der Universität im Web.

Ein langer Weg

Die ungezählten Diskussionen über Layout und Struktur haben sich ausgezahlt. „Weil das Konzept auf breite Akzeptanz gestoßen ist, wurde der Auftritt ein Selbstläufer“, sagt Informatiker Stefan Aumann. Von selbst entstand diese Zustimmung allerdings nicht. Das neue Konzept wurde nicht nur vom Präsidium abgesegnet. Projektmitarbeiter Dr. Jürgen Nemitz machte sich zudem die Mühe, jeden Fachbereich und jedes Fachgebiet abzuklappern, um die mitunter wenig weberfahrenen

Professoren zu überzeugen und ihnen bei der Einrichtung des neuen Auftritts zu helfen. „Das war ein hartes Stück Arbeit und ein wirklich schwieriger Prozess“, erzählt Dr. Jutta Weisel, Abteilungsleiterin im Hochschulrechenzentrum. Doch das Team wollte einen einheitlichen Auftritt.

Das ist dem Web-Office schließlich gelungen. Jede Seite ist in Aufbau und Struktur streng vereinheitlicht, sodass die Benutzer keine Schwierigkeiten haben, sich zurechtzufinden. Jede Menüleiste beginnt mit „Studium“ und „Forschung“. Es wird nur noch eine Darstellung des Hochschulgründers Landgraf Philipp verwendet – die auf dem Siegel von 1531. „Alles ist als Philipps-Universität erkennbar“, sagt Viola Düwert. „Bei uns verliert man sich nicht im Netz.“ Die Seiten werden zielgruppenorientiert und übersichtlich präsentiert, lobt die Jury.

Ganz aufgeben mussten Fachbereiche und Institute ihre Identität aber nicht. Sie unterscheiden sich vor allem in den sogenannten „Emotionsflächen“, den Bildmotiven und Grafiken am Kopf jeder Seite. Die konnten sich die 231 Fächer, Institute, Fachgebiete und Arbeitsgruppen selbst aussuchen. So kommt die Mathematik mit geometrischen Formen, die Literaturwissenschaft mit Büchern und das Zentrum für Friedens- und Konfliktforschung mit einer gefesselten Weltkugel daher. „Das Ergebnis ist eine in sich geschlossene und dennoch

sehr facettenreiche Darstellung der Universität“, freuen sich die Macher. Die grafische Idee stammt von Artur Richter. Für die Umsetzung sorgt nun Heekyung Reimann vom Bildarchiv Foto Marburg. Die Jury würdigt zudem das durchdachte Redaktionssystem für Nachrichten und Termine. Das führt dazu, dass auf der Uni-Startseite fast täglich neue Informationen zu finden sind. Auf diese Weise kann der zentrale Kalender der Universität jedes Semester mehr als 500 Tagungen, Kolloquien, Ausstellungen und Seminare melden.

Doch die Nachrichten werden nicht wie früher einzeln von der Pressestelle geschrieben, sondern von knapp 700 Mitarbeitern dezentral in den Fächern eingegeben. Sehr aktuell sind auch die Personaldaten, weil neue Mitarbeiter automatisch erfasst werden, sobald sie einen eigenen Uni-Telefonanschluss erhalten. Dazu gibt es innovative Seiten wie den virtuellen Rundgang durch die Hochschule und die Darstellung der Geschichte dieser ältesten protestantischen Universität der Welt, die neben trockenen Informationen auch Kreuzworträtsel beinhalten.

Dass die Philipps-Universität aus Geldmangel auf ihre eigenen Mitarbeiter zurückgreifen musste, sieht die Hochschule mittlerweile als eine Stärke. Programmierer und Projektmitarbeiter wie Dr. Andreas Gabriel und Stefan Aumann könnten sehr flexibel auf die Wünsche der Universität eingehen, sagt Viola Düwert: „Aber nicht jede Universität hat so hochkompetente Leute. Das ist ein absoluter Glücksfall.“ Auch die interdisziplinäre Vorgehensweise kann das Team „bei allem Zoff, den es da gibt“ nur empfehlen. Nur die Anlaufphase dauere dann etwas länger.

Am Ball bleiben

Heute wird www.uni-marburg.de durchschnittlich 630 000 Mal pro Tag besucht. Zu Semesterbeginn wird häufig auch die Million überschritten. Das ist für eine Universität mit 19 000 Studierenden eine hohe Zahl. Das nächste Projekt: Die Studieninformationen für Studierende und Interessenten sollen verbessert werden. Das Preisgeld soll dabei helfen, neue Möglichkeiten zur Interaktion im Web zu schaffen. In Planung sind mehr personalisierte Webseiten. Viola Düwert sagt: „Wir dürfen den Griffel jetzt nicht fallen lassen.“ ■

Gesa Coordes
ist Journalistin in Marburg.

Das Rüstzeug für Ihr Webportal

- Siedeln Sie das Projekt hoch an: Am besten ist die Universitätsleitung Auftraggeber. In Streitfällen kann sie entscheiden.
- Bringen Sie alle Akteure an einen Tisch: Öffentlichkeitsarbeit, Fakultäten, Verwaltung und Hochschulrechenzentrum. Die oft getrennt agierenden Fachleute vom Hochschulrechenzentrum und der Verwaltungs-IT sollten fusionieren.
- Stellen Sie die Zielgruppen in den Mittelpunkt: Welche Infos wollen Sie für Abiturienten, Studierende, Gastwissenschaftler, Professoren und Mitarbeiter aufbereiten? Gestalten Sie Ihren Web-Auftritt so, dass sich auch Besucher zurechtfinden, die nicht viel über die Hochschulstruktur wissen.
- Finden Sie einen guten Kompromiss zwischen Design und Nutzbarkeit. Der Auftritt darf schon „cool“ aussehen, aber nicht zu Lasten der praktischen Anwendungen. Gewarnt sei vor unverständlichen Gags.
- Machen Sie einen Finanzierungsplan. Die Hauptkosten entstehen nicht durch die Rechner, sondern durch das Personal. Eine mittlere Universität braucht dauerhaft mindestens zwei Mitarbeiter, die sich um das Web kümmern, in der Anfangsphase doppelt so viele. Experten aus der eigenen Universität können die Kontinuität sichern.
- Setzen Sie zumindest teilweise auf personalisierte Webportale. Studierende können sich dann online für Lehrveranstaltungen anmelden, Seminarergebnisse abfragen und Studienpläne zusammenstellen. Lehrende können Texte und Aufgaben für ihre Veranstaltungen sowie Prüfungsergebnisse einstellen.

Die Tipps stammen von Dr. Uwe Hübner,
HIS-GmbH in Hannover.