



HOCHSCHULE RHEIN-WAAL

Basisschulung Inhaltspflege Website

Jana Zöller

Projektmanagement Web-Relaunch

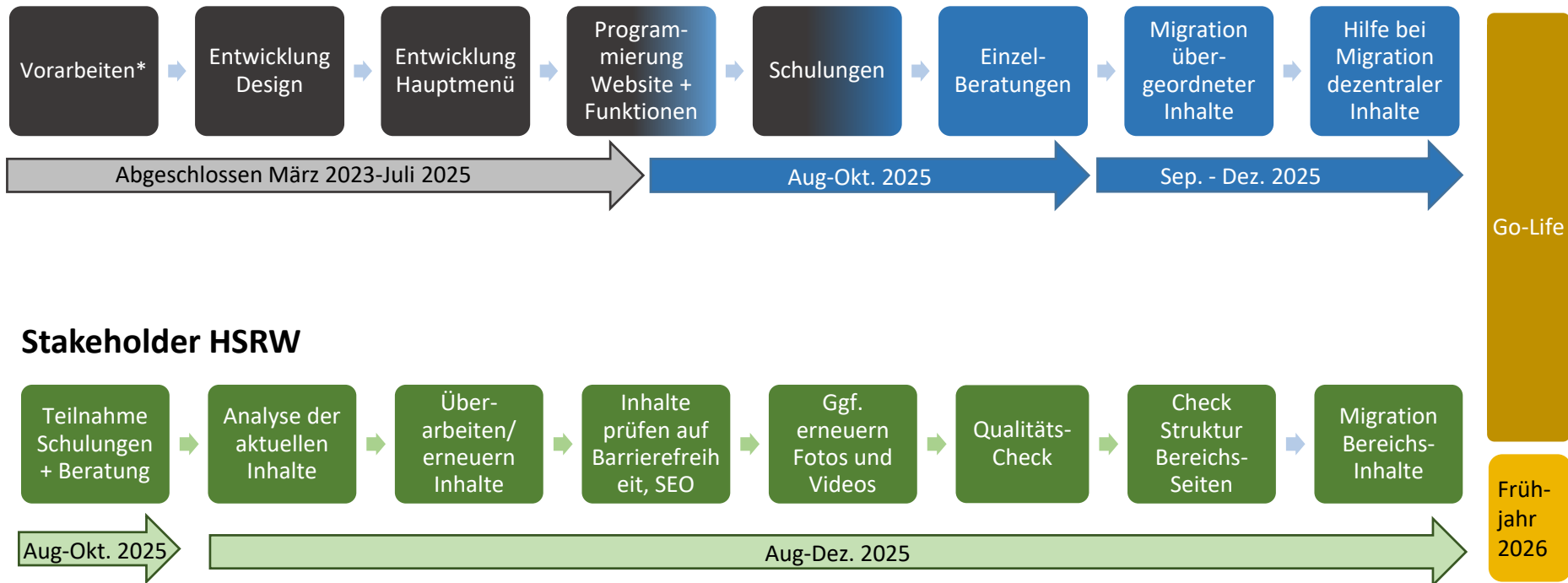
12.08.2025

- Projektstand + Zeitplan Web-Relaunch
- Design
- Struktur/Menü
- Analyse der Bereichsseiten
- Inhalte überarbeiten
- Barrierefreiheit
- Suchmaschinenoptimierung
- Struktur Bereichsseiten
- Unterstützung
- Wie geht es weiter?
- Fragen/Austausch

PROJEKTSTAND + ZEITPLAN WEB-RELAUNCH

Projektstand + Zeitplan

Team Web-Relaunch



*Konzeption Web-Relaunch, Bedarfs-Erhebung, Stakeholder-Management, Ausschreibung

DESIGN

- Designidee: „50:50“
 - 50% Emotion (z.B. Bild, Video)
 - 50% Inhalt (z.B. Text)
- Nebeneinander oder übereinander (mobile Ansicht)
- Design bewusst eher schlicht/clean
- Akzente und hohe Bildsprache
- Farbwahl: Farben aus CD, teilw. für Barrierefreiheit angepasst
 - Vorab definiert, nicht frei anpassbar

STRUKTUR/MENÜ

- Menü: so schlank und übersichtlich wie möglich
- Alle Hauptmenüpunkte mit genügend aussagekräftigem Inhalt
- Intuitive Zielgruppenführung
- Inhalte der aktuellen Website zusammenfassen und gebündelt an Ort und Stelle darstellen

Hauptmenü, Buttons



Studiere Zukunft an der HSRW

Das ist ein Beispieltext, die Startseite befindet sich in der Überarbeitung. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

 Mehr erfahren

 Jetzt bewerben



Zielgruppenmenü

- Infos ^
- International
- Unternehmen
- Studieninteressierte
- Studierende
- Eltern
- Schulen / Kitas
- Jobs
- Presse
- Alumni
- Forschung
- Öffentlichkeit

Standorte v

Studiere Zukunft HSRW

Das ist ein Beispieltext, die Startseite befindet sich in der Übersichtsansicht. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

📄 Mehr erfahren

📄 Jetzt bewerben



Häufig besucht

STUDIERN

FORSCHEN

MITWIRKEN

KENNENLERNEN

Infos

Standorte

Studiengänge und Modelle >

Vor dem Studium >

Im Studium >

Nach dem Studium >

Rund ums Studium >

Beratung >

Warum an der HSRW

Studienorientierung >

Bewerbungsverfahren >

Studierende aus dem Ausland

Wie geht Studieren

Studium oder Ausbildung

Veranstaltungen >

Lebenslagen und Zielgruppen >

Kosten

FAQ

HÄUFIG BESUCHT

- QA 1
- QA 2
- QA 3
- QA 4
- QA 5
- Link 1
- Link 2



4 Hauptmenüpunkte:

- **Studieren**
- **Forschen**
- **Mitwirken**
- **Kennenlernen**

- **Zusätzlich:**
 - Zielgruppennavigation
 - Standorte
 - Schnellwahl im Navigationsmenü („Häufig besucht“)

- **Buttons**
 - Sprachwähler
 - Veranstaltungskalender
 - Personenverzeichnis
 - Quicklinks
 - Barrierefreiheit
 - Login Intranet
 - Suche



Bewerbungsfrist

Sommersemester: 15. Januar 2006

Wintersemester: 15. Juli 2006

[Jetzt bewerben >](#)

[Kontakt >](#)

INTERNATIONAL BUSINESS ADMINISTRATION B.A.

Klick the picture to simulate paralax scroll
Then klick on the velvet arrows to get back

[Das Wichtigste in Kürze ↓](#)

[Studienaufbau und Inhalt ↓](#)

[Bewerbungstipps ↓](#)

ANALYSE DER BEREICHSSEITEN

1. Wer ist meine Zielgruppe (ggf. mehrere)?
2. Passen meine Inhalte (noch) zur Zielgruppe oder sollten sie überarbeitet werden?
3. Spreche ich die Zielgruppe/n passend an?
4. Brauche ich neue Seiten/Informationen auf den Seiten?
5. Sind meine Inhalte an der richtigen Stelle, damit die Zielgruppe sie findet?

WER IST MEINE ZIELGRUPPE?

Studieninteressierte

Schüler*innen
Hochschulwechsler*innen
Alumni
Erasmus
Austauschstudierende
International Studierende
berufsbegleitend
Bachelor-Absolvent*innen

Studierende

Vollzeit
„Lebensphase“

Berufstätige

Weiterbildung
begleitend
Gasthörer

Partner

Partnerhochschule
Netzwerkpartner
Forschungspartner
Industriepartner

MitarbeiterInnen

potentielle Mitarbeiter*innen/
Bewerber*innen
Lehrende
Auszubildende
Leitung
Fakultäten
Professor*innen
Gremien
Redakteur*innen
Einrichtungen

Wirtschaft

Unternehmen

Wissenschaft

Wissenschaftler*innen
(potentielle)
Gutachter/Forschung
Hochschulen

Multiplikatoren

Gesellschaft
Bürger*innen
lokale/regionale/int.
Öffentlichkeit
Presse
Politik
Eltern
Lehrer*innen/Schulen
Bildungseinrichtungen

1. Studieninteressierte
2. Öffentlichkeit
3. Forschung/Wirtschaft

(Studierende)

(Interne)

1. Studieninteressierte

- Wir haben Deinen Studiengang
- Mehr als nur Theorie
- Wir sind für Dich da
- Bei uns bist Du nicht alleine
- Come as you are
- Wir sind weltoffen
- Bei uns bist du keine Nummer
- Studiere Zukunft
- Future made in Germany
- Studiert bei uns!

2. Öffentlichkeit

- Wir bieten spannende Veranstaltungen und (Mitmach-) Angebote
- Einige Labore und Einrichtungen sind nutzbar
- Unsere Angebote sind niedrighschwellig
- Wir sind verbunden mit der Region
- Wir bilden Fachkräfte aus für die regionale Wirtschaft
- Wir leisten Transfer von der Forschung in die Wirtschaft
- Wir stärken kulturelle Vielfalt
- Wir sind regional verankert und mit der Welt vernetzt
- Wir sind ein attraktiver Arbeitgeber; flexibel, familienfreundlich...
- Wir fördern (wissenschaftl.) Nachwuchs

3. Forschung

- Wir sind interdisziplinär und international
- Wir verfügen über eine top moderne Ausstattung
- Hier gibt es Unterstützung bei der Veröffentlichung von Forschungsergebnissen
- Es gibt interessante und bereichernde Kooperationen
- Wir forschen interkulturell und mehrsprachig

• Mitarbeitende

- „Es ist schön hier.“
- Wir sind eine Gemeinschaft
- Wir haben an die Lebenswirklichkeit angepasste Arbeitsbedingungen
- Hier gibt es Mitgestaltungsmöglichkeiten
- Wir sind interkulturell und mehrsprachig

• Studierende

- Wir sind für Dich da
- Hier findest Du Infos
- Hier findest du Unterstützung



„Wir sind DIE internationale Hochschule in Deutschland. Wir sind jung, modern, innovativ und legen großen Wert auf Nachhaltigkeit, Diversität und Weltoffenheit.

Forschung und Lehre sind interdisziplinär, praxisorientiert und am tatsächlichen Bedarf von Wirtschaft und Arbeitsmarkt orientiert – dadurch bilden wir hochqualifizierte Studienabsolvierende aus und sorgen für Forschungsergebnisse mit hohem Nutzen.

Wir sind in der Region verwurzelt und mit der Welt vernetzt: Unsere zwei lebendigen Campus-Standorte und ihre Angebote sind für Studierende, Mitarbeitende, Bürgerinnen und Bürger attraktiv, haben eine persönliche Atmosphäre, sind naturnah und trotzdem in der Nähe zu den größten Städten in NRW.

Die Website spricht unsere diversen Zielgruppen emotional an, ist barrierearm, intuitiv bedienbar, findbar und modern.“

Habe ich alle relevanten Zielgruppen berücksichtigt?

- Braucht es z.B. neue Seiten für Eltern/andere Zielgruppen?
- Brauche ich verschiedene Seiten für unterschiedliche Zielgruppen?

INHALTE ÜBERARBEITEN

Zielgruppenansprache, texten

Wie spreche ich meine Zielgruppe/n an?

- Kurze, verständliche Sätze
- Aktive Formulierungen („Die Studierenden schreiben im Audimax eine Prüfung “ statt „Im Audimax wird von den Studierenden eine Prüfung geschrieben“
- Verbalstil statt Nominalstil (z. B. verbessern statt Verbesserung)
- keine unnötigen Füllwörter, Anglizismen und Fremdworte
- Treffe ich den richtigen Ton? Duzen/Siezen?
- Für jede/n verständlich? Auch fachfremd? Von Zielgruppe genutzte Begriffe verwendet?
- Wichtig: Keine komplizierte Sätze. Kompetenz wird nicht durch Komplexität vermittelt

Beispiel

- Verbesserungswürdig: "Im Rahmen unserer forschungsbasierten Lehre werden Studierende zur kritischen Auseinandersetzung mit komplexen Fragestellungen angeregt, wobei eine fundierte Analyse der jeweiligen Problematik unter Berücksichtigung theoretischer Konzepte und empirischer Evidenz im Vordergrund steht, um innovative Lösungsansätze zu generieren und zur wissenschaftlichen Weiterentwicklung beizutragen.
- Besser: „Uns ist es wichtig, dass Studierende selbständig forschen und dabei lernen, komplexe Fragestellungen kritisch zu hinterfragen. Dabei beziehen sie theoretische wie empirische Konzepte mit ein. Ihre innovativen Lösungsansätze tragen zur Weiterentwicklung der Wissenschaft bei und können einen nachhaltigen Einfluss auf die Praxis haben.“

Sind Informationen für meine Zielgruppe/n wichtig?

- Zielgruppenorientiert statt Innensicht nach außen abbilden
 - nicht: Was möchte ich vermitteln?
 - sondern: Was interessiert die Zielgruppe?
- Von oben nach unten sortieren: Wichtigkeit Informationen für Zielgruppe
- Teasertext:
 - Worum geht es auf dieser Seite?
 - Motivierender Einstieg, damit Nutzer*innen Lust haben, mehr zu Lesen
 - Zielgruppe ggf. gezielt ansprechen („Möchtest du...?“)

Beispiel:

- Verbesserungswürdig: „Das International Office ist eine zentrale Einrichtung der Hochschule, welche in der Stabstelle Internationales angesiedelt ist. Das International Office wird geleitet von Prof. Dr. Michael Müller...“
 - Besser: „Du möchtest ins Ausland gehen? Oder du bist neu bei uns in Deutschland? Das International Office ist die zentrale Anlaufstelle für alle internationalen Aktivitäten an unserer Hochschule. Es berät und unterstützt Studierende, Lehrende, Forschende und Mitarbeitende bei der Planung und Durchführung von Auslandsaufenthalten und begleitet Gäste aus dem Ausland beim Start an unserer Hochschule.“
- Interne Informationen ggf. später ins Intranet (Team Web-Relaunch ansprechen)

- Nach Möglichkeit neutrale Formulierungen benutzen
 - z.B. Studierende, Lehrende
- Wo nicht möglich: Teilnehmerinnen und Teilnehmer
- Ggf. Teilnehmer*innen (HSRW: Gender-*)
- Dokument im QM: „Leitfaden zum Corporate Wording – Geschlechtergerechte Sprache“

- „So umfassend wie nötig, so knapp wie möglich“
- Check: „Wenn ich diesen Inhalt/Satz weglasse, vermisst ihn jemand?“
- Akkordeon benutzen

Studienaufbau und Inhalt

+ Berufliche Perspektiven

– Ablauf Studium

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

+ Praktikum/Auslandssemester

+ Vorpraktikum

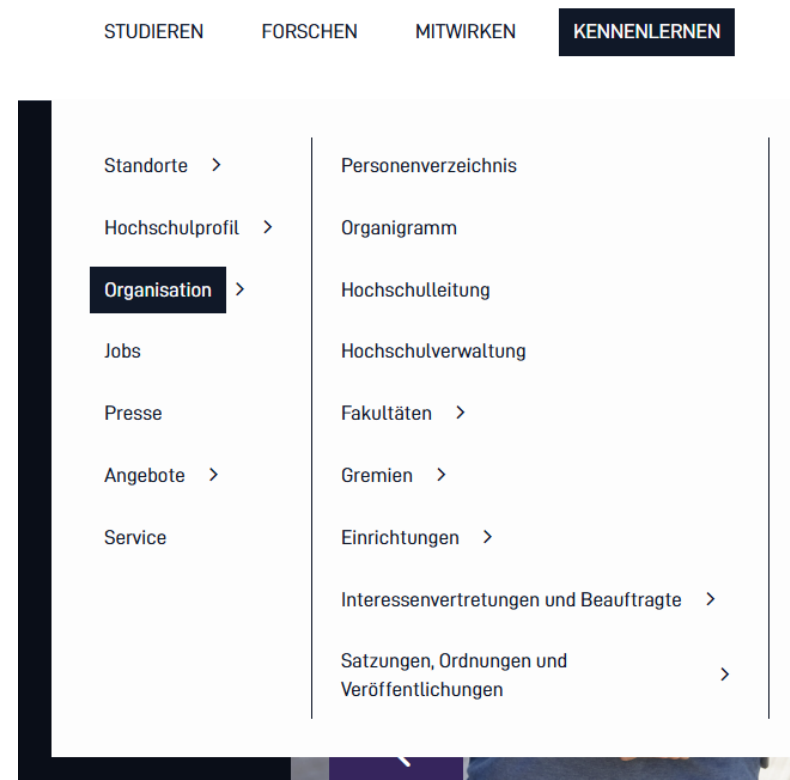
- Für gute Lesbarkeit:
 - regelmäßige Absätze
 - kontextunabhängige Zwischenüberschriften
- Auch für Barrierefreiheit sehr wichtig
- Ggf. einzelne Absätze mit andersfarbigen Hintergrund (Hellgrau) absetzen

Navigation/Menü

- In Navigation muss Name selbsterklärend sein
- Beispiel: Nicht „Zentrum für Wissenschafts- und Technologietransfer (ZWT)“, sondern Inhalte aufteilen, z.B. Seite „Kooperationen“ und ZWT nur als Beschreibung der Organisationseinheit

Seiten

- Auf einzelnen Seiten kann Seitentitel und Untertitel gewählt werden
- Möglich: Seite „Beratung für Studierende“, darunter „Zentrale Studierendenberatung der HSRW“



Urheberrecht

- Keine Textpassagen von anderen Verfasser*innen ohne ausdrückliche Zustimmung übernehmen bzw. als Zitate kennzeichnen

Datenschutz

- Nennung vollständiger Name unter Foto nur nach Zustimmung („konkludentes Einverständnis“)
- Keine Dokumente mit sensiblen Daten hochladen

EINSATZ VON MEDIEN / RECHTLICHES

- Sind Bilder auf meiner Seite noch aktuell?
- Neuerung:
 - Quadratisch Bilder → mitdenken
 - Dynamisch
- Falls neue benötigt werden, bitte abstimmen:
- marketing@hochschule-rhein-waal.de
 - Ggf. Beauftragung gleicher Fotograf
 - Dokument zur Bildsprache

Beispiele Fotos



← Originalbild

Zuschnitt auf
quadratisches
Format
schwierig →



Gut: dynamische
Bilder, auf denen
„etwas passiert“



- Wer hat das Recht am eigenen Bild?
- KEINE Bilder, die im Internet „gefunden“ wurden
- Bildrechte müssen erteilt worden sein

- Bitte beachten:
- Bilder immer über Dateiliste hochladen, nicht beim Bearbeiten der Seite (sonst in irgendeinem Ordner)
 - Einfügen auf Seite: Medien → Mediadatei hinzufügen → Dateisystem → Ordner auswählen
- Bilder benennen: YYYYMMDD_eindeutiger Bildname
- Beim Upload nicht mehrere (gleiche) Dateien hochladen
 - Fälschlicher Weise hochgeladene Dateien wieder löschen
- Bildgröße: Max. 100 MB nicht ausreizen
 - Guter Richtwert: max. 3000 Pixel (Höhe oder Breite)
- Copyright: Pflichtfeld
- Alternativtext: Pflichtfeld (s. später)
- Bildunterschrift direkt beim Upload eingeben
 - Kann nachher in Seite erneut bearbeitet werden (Originaldatei bleibt gleich)

- Können in TYPO3 hochgeladen und eingebunden werden
- Bei Einbindung Youtube-Videos etc.: Double-Opt-In
- Untertitel notwendig
- Auf DE/EN verfügbar sein
- Zu klären: Recht am Bildmaterial

- Bitte keine eigenen Icons verwenden



Beispiel Google Fonts

- Vorhandene: extra im CD der Hochschule erstellt

- Podcasts: transkribieren
- Transkript in der Nähe der Audiodatei einbinden

GESTALTUNGSELEMENTE UND FUNKTIONEN

- Nach Möglichkeit auf Tabellen verzichten
 - Auf Handys ist sonst vertikales Scrollen erforderlich



Quelle Bild: <https://kulturbanause.de/blog/tabellen-im-responsive-webdesign/>

- Wenn unbedingt nötig: So einfach wie möglich halten
- Keine Bilder in Tabellen, dafür Mehrspalter (Content-Element) benutzen

- Aktuell nur DE/EN möglich
- Alle Seiten künftig auf DE und EN
- DeepL Integration
- Verwendung von gekoppelter/entkoppelter Übersetzung in TYPO3 Schulung
- Beachten: Nach erneuter Seiten Bearbeitung wieder Übersetzung checken
- Glossar

- PDFs/Dokumente: nur im Dokument aktuelles Datum
- Ansonsten Dokumententitel beibehalten, wenn regelmäßig überschrieben wird

- Links zu externen Seiten: immer im neuen Tab
- Wenn gewünscht: Namen von Mitarbeitenden händisch auf Profilseiten verlinken

- Nach Änderungen immer auf mind. einem mobilen Gerät (z.B. Handy) Ansicht überprüfen. Sind Anpassungen nötig (mobile first)?
- Zeilenumbrüche: Bitte keine händischen Zeilenumbrüche: Sieht auf jedem Endgerät anders aus

Auf dem PC sieht der **Zeilenumbruch** sinnvoll aus

Auf dem Handy sieht dann der **Zeilenumbruch** dann aber ggf. so aus

BARRIEREFREIHEIT

- Jedes Bild braucht Alternativtext, damit Screenreader Inhalte für nicht (gut) sehende Menschen vorlesen kann
- Gute Alternativtexte:
 - kurz und objektiv: Beschreibt, was zu sehen ist – ohne Interpretation
 - Bildtyp (z. B. Foto, Illustration, Diagramm etc.) angeben
 - keine Wiederholung der Überschrift/Bildunterschrift
- Es gibt nicht richtig oder falsch. Fast jeder ALT-Text ist besser als keiner
- Beispiel:



- ✓ „Zwei lächelnde Studentinnen betreuen den Stand des Studiengangs Medieninformatik.“
- ✗ „Zwei junge Frauen freuen sich auf Besucherinnen am Stand“

- Schreiben Sie einen Alternativ-Text zu diesem Bild



- Listenpunkte mit Werkzeugleiste anlegen 
- Nicht mit Spiegelstrichen „-“

Beispiel:

- unglücklich: Klicken Sie hier, um das Kontaktformular aufzurufen.
- besser: Um uns eine Nachricht zu schreiben, nutzen Sie unser Kontaktformular.

- Für gute Lesbarkeit:
 - In Fließtexten nur vorgegebene Schriftfarbe auswählbar
 - keine Möglichkeit, Schrift *kursiv* zu setzen

- Nach Möglichkeit kein Text im Bild, lieber Text neben Bild
- Bei Upload Veranstaltungen-Flyer: Flyer zum Download anbieten und für Internetankündigung Web-Variante mit weniger, dafür größerem Text
- Beispiel



- (Zwischen-) Überschriften geben Menschen mit Screenreader Orientierung
 - Reader liest bei Wunsch nur Überschriften vor
 - Danach Entscheidung, bestimmten Absatz zu lesen
- Dafür notwendig: Überschriften sind semantisch richtig aufgebaut
 - d.h. wenn eine H3 verwendet wird, gibt es auch H1 und H2
 - Screenreader-Nutzer*innen könnten sonst verwirrt sein, da Inhalte vermeintlich fehlen
- Textgröße kann bei aktuellen Vorlagen nicht einfach verändert werden (designtechnisch gewünscht, Einheitlichkeit)
 - Sollte größere Schrift gewünscht sein, bitte nicht Überschriften dafür wählen
 - Sonst wird z.B. ganzer Textblock vom Screenreader als Überschrift vorgelesen
- Falls größerer Text gewünscht ist: Bitte Team Web-Relaunch kontaktieren
 - geprüft, ob an bestimmten Stellen grundsätzlich größerer Text eingesetzt wird

- Über eingebundenes Tool Eye-Able möglich; Seiten werden automatisch übersetzt

- Absätze machen
- Tabellen wenn unbedingt nötig möglichst einfach halten
 - keine verbundenen Zellen, komplexe Aufteilungen sowie leeren Spalten und Zellen
- keine VERSALIEN im Fließtext benutzen
- Nicht auf Informationen an bestimmter Position verweisen
 - z.B. Mehr Informationen rechts neben dem Bild (ggf. auch responsiv unpassend)
- Hochgeladene Dokumente sind barrierefrei, Checklisten:
<https://www.twillo.de/edu-sharing/components/render/248662c4-51fc-43cf-8e7a-f655ce59e177>

Alle Angebote sind kostenfrei. Angeboten werden u.a.:

- **Schulungen** inkl. Material für „train the trainer“, z.B.:
 - Barrierefreiheitserklärung erstellen
 - Barrierefrei arbeiten im CMS für Redakteur*innen
 - Barrierefreie PDFs erstellen
 - Auf Anfrage maßgeschneiderte kostenfreie Schulungen je nach Bedarf u.v.m.
- **Checklisten**
 - [Barrierefreiheit in der digitalen Lehre](#)
 - [Alternativtexte in Abbildungen](#)
 - [Barrierefreie \(wissenschaftliche\) Poster](#)
- **Leitfäden:**
 - [Umsetzung von barrierefreien \(Lehr-\)Videos](#) (Untertitel).
- **Assistive Technologie im Studium:**
 - [Tipps zu \(assistiven\) Tools im Studienalltag von Studierenden für Studierende zu Seeing AI, Be my Eyes und ChatGPT4](#)
- **Netzwerktreffen** (bei Interesse Sabrina Januzik kontaktieren)

Kompetenzzentrum digitale

Barrierefreiheit.nrw

TU Dortmund, zhb//DoBuS – Bereich

Behinderung und Studium

Ansprechperson: Sabrina Januzik

barrierefrei-dh-nrw.dobus@tu-dortmund.de

Website: <https://barrierefreiheit.dh.nrw>

SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG (SEO)

Wie werden meine Inhalte bei Google und Co. gefunden?

- Seite in TYPO3 aufrufen → Auf
→ Auf Reiter SEO

 Seiteneigenschaften bearbeiten

- Titel für Suchmaschinen ausfüllen
- Feld „Beschreibung für Suchmaschinen“ ausfüllen
 - Max. 156 Zeichen
- Darauf ist zu achten:
 - Aussagekräftiger Titel (Kann vom Seitentitel unabhängig sein), ggf. werbender Charakter → Leute sollten die Seite besuchen
 - Beschreibungstext:
 - Für welche Zielgruppe ist er?
 - Aktive Ansprache?
 - Wichtigstes von ganzer Seite herausheben
 - Kurze Sätze

Schreiben Sie einen Seitentitel + eine Seitenbeschreibung (Richtwert 156 Zeichen / ca 22. Wörter/ 2 Zeilen) für die HSRW (Startseite)

Hilfestellung: Produktvision

„Wir sind DIE internationale Hochschule in Deutschland. Wir sind jung, modern, innovativ und legen großen Wert auf Nachhaltigkeit, Diversität und Weltoffenheit.

Forschung und Lehre sind interdisziplinär, praxisorientiert und am tatsächlichen Bedarf von Wirtschaft und Arbeitsmarkt orientiert – dadurch bilden wir hochqualifizierte Studienabsolvierende aus und sorgen für Forschungsergebnisse mit hohem Nutzen.

Wir sind in der Region verwurzelt und mit der Welt vernetzt: Unsere zwei lebendigen Campus-Standorte und ihre Angebote sind für Studierende, Mitarbeitende, Bürgerinnen und Bürger attraktiv, haben eine persönliche Atmosphäre, sind naturnah und trotzdem in der Nähe zu den größten Städten in NRW.

Die Website spricht unsere diversen Zielgruppen emotional an, ist barrierearm, intuitiv bedienbar, findbar und modern.“



Hochschule Rhein-Waal

<https://www.hochschule-rhein-waal.de> › ... ⋮

Hochschule Rhein-Waal: Homepage

Fitchburg State University und Hochschule Rhein-Waal vertiefen ihre Kooperation. Mehr. Zwei Personen sitzen an einem Tisch und halten sich gegenseitig Dokumente ...

KI Chat:

- Schreibe mir einen Metatext mit maximal 156 Zeichen für die Zielgruppe Studieninteressierte

Metatext

Entdecke die Hochschule Rhein-Waal: internationale, moderne Bildung mit Fokus auf Nachhaltigkeit und praxisorientierter Forschung in einer inspirierenden Umgebung.



staging-hsrw.innohub.one › startseite.html ⋮

Hochschule Rhein-Waal: Finde den Studiengang, der zu dir passt

Studiere an einer der internationalsten Hochschulen Deutschlands mit modernster Ausstattung.
Lerne in der Praxis an zwei attraktiven Standorten.

STRUKTUR BEREICHSSEITEN

Sind meine Informationen an der
richtigen Stelle?

Richtige Position

- Bitte überprüfen: Sind Seiten/Unterseiten in neuer Struktur an richtiger Stelle?
- Falls nicht: Bitte E-Mail an webrelaunch@hochschule-rhein-waal.de

Duplikate

- Manche Inhalte an versch. Stellen auf Website sinnvoll (z.B. Infos zu Mensa, Bibliothek etc. für Studierende, Mitarbeitende, Öffentlichkeit etc.)
 - Dann: Seite einmal anlegen und an verschiedenen Stellen verlinken/ins Menü nehmen (nur einmal pflegen)
- Gleiches ist möglich für Inhalte auf einer Seite (z.B. Kontaktbox)

UNTERSTÜTZUNG

Wo kann ich nachschauen, wenn ich
Fragen habe?

Arbeit an Handbuch/Anleitungen

- Sowohl für inhaltlich Fragen als auch Anwendung von TYPO3
- Zu finden nach Login in TYPO3 (folgt)

WIE GEHT ES WEITER?

Vorbereitung

- Entweder: Alle Inhalte in Word-Dokument vorbereiten und später per Copy+Paste in TYPO3 übertragen
- Oder: Direkt in TYPO3 arbeiten
- Bitte Zeitraum im Kalender für Migration blocken

- **Vor-Ort-Support**

jeweils 9:30-14 Uhr

- 09.10. Kleve, Geb. 4, 2. Etage kl. Konferenzraum
 - 30.10. KaLi, Villa Kellermann, Geb. 7 Konferenzraum
 - **Bitte um Anmeldung für Planung Raumgröße**
- **Sprechstunde:** Ab 08.10. mittwochs, 9:30-10:30, Webex
+ nach Bedarf

Schulungen

- Bei Bedarf Schulung möglich zu: News, Veranstaltungen, Personenkärtchen erstellen: 25.08., 10-12 Uhr (Videodokumentation)
- TYPO3 Schulung

Individuelle Beratung

- Bei Beratungsbedarf bitte melden webrelaunch@hochschule-rhein-waal.de

Zugang TYPO3

- Nachdem beide Schulungen (heute + TYPO3) absolviert wurden, bitte Mail an webrelaunch@ schreiben, dann wird Zugang verschickt

FRAGEN/AUSTAUSCH