

Leitfaden für eine erfolgreiche, digitale Präsenz im Bereich Gesundheitsmanagement an Hochschulen

Dieser Leitfaden dient zur Orientierung, wenn Sie eine Webseite erstellen und somit eine digitale Präsenz an Ihrer Hochschule aufbauen wollen oder bereits eine Webseite führen und diese optimieren wollen. Die im ^{nw-gh-bb} Training „*Brücken bauen durch digitale Präsenz - Die Bedeutsamkeit eines digitalen Auftritts*“ besprochenen Inhalte werden in diesem Leitfaden zusammengefasst und sollen Ihnen mit Beispielen die wichtigsten Bestandteile einer Webseite im gesundheitsfördernden Kontext an Hochschulen veranschaulichen.

1. Situationsanalyse

OPTION I: Sie haben noch keine eigene Webseite

Stellen sie den derzeitigen-Zustand fest.

Gibt es bereits Internetseiten zur Gesundheit von Beschäftigten und Studierenden an ihrer Hochschule? Wenn ja, wie können Sie diese möglicherweise einbinden?

Orientieren Sie sich dabei an den Erfolgskriterien, welche im Training vorgestellt wurden. Wenn Sie noch keine Webseite haben, sind dies Kriterien, die Sie beim Aufbau der Webseite berücksichtigen sollten:

1. *Beratungs- und Unterstützungsangebote (u. a. mentale Gesundheit)*
2. *Angebote zum Gesundheitsverhalten (Bewegung, Ernährung)*
3. *Design (Struktur, Lesbarkeit, etc.)*
4. *Kontakt- und Interaktionsmöglichkeiten*
5. *Aktualität der Website*
6. *Nachhaltigkeit*

OPTION II: Sie haben bereits eine Webseite

Wenn Sie bereits eine Webseite haben, prüfen Sie, inwieweit die erwähnten Erfolgskriterien, die im Leitfaden im Detail erläutert werden, für eine erfolgreiche, digitale Präsenz erfüllt sind und wo möglicherweise Änderungs- bzw. Ergänzungsbedarf besteht:

2. Ermittlung der Ressourcen

Ermitteln sie die personellen Ressourcen

Ressourcen werden nicht nur für den Aufbau einer Webseite, sondern auch für deren Pflege, Aktualisierung und Erweiterung benötigt.

Durch eine Vernetzung mit anderen Hochschulen können Gesundheitsmaßnahmen gemeinsam konzipiert und durch die eigene Webseite an die Zielgruppen kommuniziert werden. Somit können Hochschulen die anstehenden Aufgaben auf mehreren Schultern aufteilen und gemeinsam Erfahrungen für eine bessere Gesundheitsförderung ermitteln.

Die Webseite des Netzwerk Gesunde Hochschulen Berlin und Brandenburg bietet den Mitgliedern durch einen internen Bereich die Möglichkeit der Vernetzung an. In diesem Internen Bereich können die Mitglieder zudem Gesundheitsmaßnahmen einstellen, die geplant sind oder bereits stattgefunden haben, um gemeinsam eine durchzuführen oder die Erfahrungen zu teilen.

Unter folgendem Link gelangen Sie zur Webseite: www.nw-gh-bb.de

Leitfragen:

Über welche personellen Ressourcen verfügen Sie in ihrem Projekt/in Ihrer Organisationseinheit und wen können sie hinsichtlich der digitalen Präsenz miteinbeziehen? (z. B. die Kommunikationsabteilung, Pressestelle, Hochschulrechenzentrum, usw.)

3. Ziele und Zielgruppe der Webseite definieren

Erfolgskriterien: Beratungs- und Unterstützungsangebote (u. a. mentale Gesundheit), Angebote zum Gesundheitsverhalten (Bewegung, Ernährung, usw.) und Kontakt- und Interaktionsmöglichkeiten

Die Inhalte einer Webseite müssen in einer Form ausgerichtet werden, dass die anvisierten Zielgruppen schnell und gut strukturiert einsehen können. Es ist dementsprechend notwendig, eine Strategie zu entwickeln, in der ein klares Ziel für den digitalen Auftritt definiert wird.

Leitfragen:

Wen möchten Sie mit der Webseite ansprechen? (intern: Studierende, Lehrende, Mitarbeitende aus der Verwaltung; extern: Fachöffentlichkeit

Welche Bedürfnisse, Fragen oder Probleme haben die verschiedenen Adressatengruppen?

Welche Inhalte möchte ich vermitteln? (Informationen über das Projekt, Verlinkungen zu anderen Webseiten, Veranstaltungshinweise, Kontakt- und Interaktionsmöglichkeiten, Präventions- und Interventionsangebot innerhalb und außerhalb der Hochschule.

Welche Informationen werden benötigt, um diese Ziele zu erreichen?

4. Struktur und Design der Webseite

Erfolgskriterien: Design (Struktur, Lesbarkeit, usw.)

Damit eine Webseite auch benutzer:innenfreundlich ist, sollte die Struktur gut durchdacht und das Design ansprechend einfach sein.

Strukturierte Inhaltsbereiche; responsives Design (Webseite sollte auf verschiedenen Geräten und Bildschirmgrößen gut aussehen); intuitive Navigation; Barrierefreiheit; Interaktionsmöglichkeiten (Kontakte, Foren, Newsletter, Blogs)

Leitfragen:

Kann unsere Webseite auf verschiedenen Geräten gut genutzt werden und sind die Inhalte richtig platziert?

Ist die digitale Barrierefreiheit gegeben? Kann unsere Zielgruppe die Inhalte einfach und strukturiert erreichen?

5. Inhalte gestalten

Es sollte darauf geachtet werden, ein Contentmanagementsystem zu nutzen, welches einfach genutzt und alle notwendigen Funktionen beinhalten. Oftmals wird das Contentmanagementsystem von der Hochschule gestellt mit Schulungsangeboten.

Bei der Erstellung von Textinhalten ist es besonders wichtig klar und verständlich die Inhalte zu vermitteln mit relevanten und aktuellen Informationen. Um alle Studierende und Beschäftigte zu erreichen, sollten die Inhalte auch in englischer Sprache zur Verfügung gestellt werden.

Der Einsatz von Multimedia wie Fotos, Infografiken oder Videos dienen zur besseren Veranschaulichung der zu vermittelten Inhalte. Daher sollten jegliche Veranstaltungen genutzt werden, um durch Aufnahmen die Webseite aktuell und lebendig zu gestalten.

Leitfragen:

Sind die Inhalte aktuell, relevant und korrekt?

Gibt es Überschneidungen mit weiteren Kommunikationskanälen (z. B. Social Media, Printmedien)?

6. Nutzung und Evaluation der Webseite

Erfolgskriterien: Aktualität der Website

Evaluieren Sie in regelmäßigen Abständen die Webseite.

Regelmäßige Evaluierung: Überprüfung der Nutzung und Akzeptanz der Webseite (z.B. durch Nutzungsstatistiken, Feedback-Formulare)

Anpassungen basierend auf Nutzerfeedback

Anpassung und Optimierung:

Fortlaufende Verbesserung der Webseite durch regelmäßige Updates und Anpassungen

Einbindung von Nutzergruppen in den Evaluationsprozess

Leitfragen:

Wird die Webseite den Bedürfnissen der Benutzer:innen gerecht? Werden Klickzahlen verfolgt? Werden Nutzer:innen bei der Weiterentwicklung der Webseite gefragt?

7. Nachhaltige Webseite

Erfolgskriterien: Nachhaltigkeit

Eine Webseite stößt CO₂ aus und kann durch Beachtung von bestimmten Kriterien nachhaltiger gestaltet werden.

Der CO₂ Verbrauch der eigenen Webseite kann mittels eines CO₂ Rechners gemessen werden.

Leitfragen:

Wie nachhaltig ist meine Webseite? Wird die Webseite auf einem Server gehostet, der mit erneuerbaren Energien betrieben wird?

8. Beispielwebseiten von Hochschulen in Deutschland

Hochschule	Bundesland	Webseite
Georg-August-Universität Göttingen	Niedersachsen	https://www.healthycampus.uni-goettingen.de/
RPTU Kaiserslautern-Landau	Rheinland-Pfalz	https://rptu.de/sgm
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg	Sachsen-Anhalt	https://www.sgm.uni-halle.de
Universität Greifswald	Mecklenburg-Vorpommern	https://www.uni-greifswald.de/universitaet/organisation/kooperation/gesunde-universitaet/
Universität Lübeck	Schleswig-Holstein	https://www.uni-luebeck.de/universitaet/qualitaets-und-organisationsentwicklung/organisationsentwicklung/gesunde-hochschule.html

9. Checkliste

Überprüfen der Webseite:

Übersichtliche Navigation:	<i>Ist die Navigation intuitiv und leicht verständlich?</i>
Responsives Design:	<i>Sieht die Webseite auf verschiedenen Geräten gut aus?</i>
Aktualität:	<i>Sind die Informationen aktuell und relevant?</i>
Barrierefreiheit:	<i>Ist die Webseite für alle Nutzer zugänglich?</i>
Kontaktmöglichkeiten:	<i>Gibt es klare und einfache Wege zur Kontaktaufnahme?</i>
Interaktive Elemente:	<i>Sind Foren, Blogs oder Newsletter vorhanden?</i>
Visuelle Gestaltung:	<i>Ist das Design ansprechend und lesbar?</i>
Inhaltliche Relevanz:	<i>Werden alle wichtigen Themen abgedeckt?</i>
Sicherheit:	<i>Ist die Webseite sicher und datenschutzkonform?</i>
Feedbackmöglichkeiten:	<i>Können Nutzer einfach Feedback geben?</i>