

Antje Michel, Ilse Wurdack, Marco Wunder, Christine Kaminski¹

Relaunch der Universitätsbibliotheks-Website

Leitfaden zur erfolgreichen Konzeption und Realisierung von Website-Projekten an der LMU

Zusammenfassung

Die Universitätsbibliothek der LMU (UB) hat im Rahmen eines 1,5 jährigen Projekts in Zusammenarbeit mit dem Referat Internetdienste der LMU ihre Website vollständig neukonzipiert. Dieser Abschlussbericht des Projekts „Neukonzeption Website“ ist als Leitfaden für die Entwicklung und Realisierung von Website-Projekten konzipiert, mit einem Fokus auf der Realisierung von Webprojekten an der LMU. Die AutorInnen beschreiben das Projektdesign und die Ziele des Gesamtprojekts ([Kapitel 1](#)), den Projektverlauf ([Kapital 2](#)) und geben Empfehlungen für die Planung und Durchführung von umfangreicheren und kleineren Webprojekten ([Kapitel 3](#)). In ihrem Fazit bilanzieren die AutorInnen die Zusammenarbeit aus Sicht der UB und des Referats Internetdienste ([Kapitel 4](#)).

¹ Korrespondenzadressen: Dr. Antje Michel, Universitätsbibliothek der LMU, Geschwister-Scholl-Platz 1, 80539 München; antje.michel@ub.uni-muenchen.de; Dr. Ilse Wurdack, Internetdienste (Referat VI.5), Martiusstraße 4, 80802 München; ilse.wurdack@verwaltung.uni-muenchen.de; Christine Kaminski, Internetdienste (Referat VI.5), Martiusstraße 4, 80802 München; christine.kaminski@verwaltung.uni-muenchen.de; Marco Wunder, Universitätsbibliothek der LMU, Geschwister-Scholl-Platz 1, 80539 München; marco.wunder@ub.uni-muenchen.de.

1. Neukonzeption der UB-Website: Projektdesign und Ziele

Im Rahmen eines 15-monatigen, groß angelegten Projekts hat die Universitätsbibliothek der LMU (im Folgenden UB) ihren Webauftritt völlig neu gestaltet. Anlass für die Neukonzeption war, dass sich das gewandelte Organisations- und Serviceprofil der UB im Struktur- und Navigationskonzept der alten Website nicht mehr angemessen darstellen ließ. Im Rahmen des Projekts sollte die Website:

- am Informationsbedarf der Studierenden und der WissenschaftlerInnen der LMU als Hauptzielgruppen der UB orientiert aufgebaut werden,
- die systemweiten Services sowie die standortspezifischen Informationen übersichtlich und transparent darstellen,
- ein klares Konzept für die inhaltliche und technische Betreuung und Weiterentwicklung im Routinebetrieb beinhalten,
- technisch von einem Dienstleister entwickelt und im Routinebetrieb gehostet werden.

Die zielgruppenspezifisch konzipierte Website ist nicht nur ein Gegenstand der bibliothekarischen Öffentlichkeitsarbeit oder der institutionellen Selbstdarstellung, sondern ein integraler, nutzungsorientierter Service von Bibliotheken. Sie ermöglicht den integrierten Zugang zu elektronischen und gedruckten Medien,² verzeichnet wichtige Kontaktinformationen, bündelt die Kommunikationsangebote der Bibliothek³ und stellt Angebote bereit, die die Aneignung von Kompetenzen für den Umgang mit Rechercheinstrumenten und wissenschaftlichen Informationsressourcen unterstützen.⁴ Eine derartige virtuelle Präsentation der Bibliothek⁵ ermöglicht den zielgruppenspezifischen Zugang zu fachlich relevanten Informationen aus den in der Bibliothek gespeicherten und erschlossenen Wissensbeständen.⁶ Sie unterstützt die selbstgesteuerte Aneignung von spezifischen Fertigkeiten im Umgang mit Information und weist auf didaktische Angebote zur Wissensvermittlung hin.

Am 22. August 2014 erfolgte zeitplangemäß der Launch des deutschsprachigen neuen Webauftritts. Die englischsprachige Vollversion wurde am 13. November 2014 veröffentlicht. Mit ihrem Onlinegang

² An der UB der LMU bietet die Website – neben einem prominent platzierten Zugang zum Online-Katalog – Zugangsmöglichkeiten auf weitere wissenschaftliche Literaturnachweis- und Zugriffssysteme, wie z.B.: das institutionelle Open Access-Repository Open Access LMU, über das Publikationen von Angehörigen der LMU online zugänglich gemacht werden; ein Verzeichnis der elektronischen Zeitschriftentitel (Elektronische Zeitschriftenbibliothek), das den direkten Zugang auf die Artikel-Volltexte ermöglicht; zahlreiche wissenschaftliche Literaturdatenbanken, die eine inhaltliche Recherche auf Artikelebene ermöglichen und die im Datenbank-Infosystem DBIS fachlich gegliedert und näher erläutert sind.

³ Die Kontaktangebote auf der Website der UB der LMU führen entweder zu einer allgemeinen Anschrift, Telefonnummer und E-Mailadresse oder je nach Anliegen zu fachspezifischen Kontaktpersonen bzw. themenspezifisch spezialisierten Kontaktangeboten.

⁴ Angebote zur Vermittlung von „Informationskompetenz“ auf der Website der UB der LMU sind: Online-Tutorials zu Fragen der wissenschaftlichen Literaturrecherche und -verwaltung, spezifisch aufbereitete Informationstexte, Anleitungen und Kursangebote für die Präsenzlehre.

⁵ Für den hier verwendeten Begriff der Virtualität sowie der virtuellen Bibliothek vgl.: Plassmann, Engelbert u.a.: Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland. Eine Einführung. Wiesbaden 2011. S. 54-59.

⁶ Zu den unterschiedlichen Definitionen der Begriffe Information und Wissen in der Informationswissenschaft und den sich daraus ergebenden Implikationen für die Rolle von Bibliotheken vgl.: Hobohm, Hans-Christian: Information und Wissen. In: Umlauf, Konrad; Gradmann, Stefan [Hrsg.]: Handbuch Bibliothek. Geschichte, Aufgaben, Perspektiven. Stuttgart 2012. S. 73-80.

wurden die Websites und das neugegründete Redaktionsteam in den Routinebetrieb überführt und organisatorisch in das Referat Öffentlichkeitsarbeit der UB eingegliedert.

Dieser Artikel beschreibt Struktur, Arbeitsweise und zentrale Arbeitsphasen des Projekts „Neukonzeption Website“, um Anregungen für die Planung und Durchführung von (Neu)konzeptionsprojekten institutioneller Websites zu geben. Da das Projekt eine erfolgreiche Zusammenarbeit der Universitätsbibliothek der LMU als Auftraggeberin mit dem Referat Internetdienste der Zentralen Verwaltung der LMU darstellt, ist es besonders geeignet als Leitfaden für die Projektgestaltung von Website-Projekten von Einrichtungen der LMU.

1.1. Projektdesign

Das Projekt „Neukonzeption Website“ verfügte über eindeutig geregelte Entscheidungsstrukturen, einen klar definierten Projektaufbau sowie über eine breit über die unterschiedlichen organisatorischen Einheiten der UB verteilte personelle Beteiligung. Sämtliche Gremien des Projekts hatten gemäß ihren Aufgaben klar definierte Entscheidungsspielräume und -grenzen. Grundsätzliche Richtungsentscheidungen und Abnahmen der einzelnen Arbeitsergebnisse erfolgten jedoch nicht im Projekt, sondern stets innerhalb der formalen Entscheidungsstrukturen der UB.⁷ Auf diese Weise wurde sichergestellt, dass sämtliche Richtungsentscheidungen innerhalb des Projekts im Einklang mit den strategischen Zielen der UB getroffen wurden und dass die Führungskräfte der UB die gemeinsam getroffenen Entscheidungen unterstützten.

Anhand ihrer zentralen Funktionen werden die verschiedenen Gremien des Projekts im Folgenden kurz vorgestellt.⁸

Projektsteuerung

Auftraggeber für das Projekt war die Direktion der UB, vertreten durch den Direktor. Die Direktion bestellte als Projektleitung eine Fachbibliotheksleiterin und Fachreferentin der UB (0,5 Vollzeitäquivalente [FTE]). Als Projektkoordinator wurde ein vorher in einer Fachbibliothek eingesetzter Diplom-Bibliothekar (1 FTE) benannt.⁹ Die Projektleitung und der Auftraggeber vereinbarten ein verbindliches Projektdesign für das Projekt „Neukonzeption Website“, in dem die Projektziele, Meilensteine, Projektstruktur, Projektstrategie und der Ressourceneinsatz klar definiert wurden.¹⁰ Die Projektleitung sicherte im Verlauf des Projekts die Einhaltung der Projektstruktur sowie die Entscheidungs- und Kommunikationsworkflows.

Die Projektleitung und die Projektkoordination

- entwickelten gemeinsam einen Zeit- und Arbeitsplan für den Projektverlauf,
- planten im Verlauf des Projekts arbeitsteilig die anstehenden Arbeitsschritte,

⁷ In der UB sind dies die Direktion und die sogenannte Erweiterte Leitungssitzung, die durch die Direktion, die Abteilungsleiter und die FachbibliotheksleiterInnen der UB gebildet wird.

⁸ Einen sehr praxistauglichen Überblick über wesentliche Aspekte des Managements von Webprojekten gibt der folgende Sammelband: Soyas, Robert [Hrsg.]: Management von Webprojekten. Berlin 2007.

⁹ Direktor der UB: Dr. Klaus-Rainer Brintzinger, Projektleitung: Dr. Antje Michel, Projektkoordinator: Marco Wunder.

¹⁰ Auch für umfangreiche Projekte wie das Projekt „Neukonzeption Website“ bietet das hier zitierte Kurzformular eine brauchbare Orientierung für den unbedingt im Vorfeld des Projektstarts zu klärenden Projektrahmen. Vgl.: Felkai, Roland; Beiderwieden, Arndt: Projektmanagement für technische Projekte. Ein Prozessorientierter Leitfaden für die Praxis. Wiesbaden, 2013. S. 72.

- steuerten die Arbeitsbereiche der Projektgremien,
- koordinierten die Zusammenarbeit mit dem technischen Dienstleister.

Direktion, Projektleitung und Projektkoordination bildeten die Lenkungsgruppe des Projekts. Als eine Art „Aufsichtsrat“ des Projekts hatte die Lenkungsgruppe folgende Funktionen:

- Bericht an den im Gremium vertretenen Auftraggeber
- Beratung der Projektleitung bei der Gesamtprojektsteuerung,
- Schnittstelle zu den Entscheidungsgremien der UB (Direktion, Erweiterte Leitungssitzung) und Gremium zur Richtungsentscheidungen im Projektverlauf.

Konzeption der neuen Website

Für sämtliche Arbeitsschritte im Verlauf der Website-Konzeption wurden in einer Arbeitsgruppe (AG) Konzepte erarbeitet. Die Arbeitsgruppe wurde von der Direktion in Einvernehmen mit der Projektleitung eingesetzt und bestand aus insgesamt 12 MitarbeiterInnen aus allen großen Arbeitsbereichen der UB. Der Projektleitung oblag die Leitung der AG sowie in Kooperation mit der Projektkoordination die Priorisierung und Aufbereitung der anstehenden Arbeitsschritte. Mit den 12 AG-Mitgliedern aus verschiedenen Fachbibliotheken, Abteilungen und Referaten der UB wurden in der Regel 14-tägige Meetings abgehalten, bei denen Lösungen erarbeitet und Entscheidungsvorlagen für die Entscheidungsgremien der UB vorbereitet wurden.

Technische Umsetzung der Website

Im Rahmen ihrer strategischen Agendasetzung hat die Direktion der UB entschieden, die hauseigene „Abteilung Informationstechnologie“ zu entlasten und die Entwicklung und Betreuung der neuen Website auszulagern. Der Auftrag für die technische Entwicklung sowie das Hosting der Website im Routinebetrieb wurde im ersten Schritt der Projektarbeit an das Referat Internetdienste der LMU vergeben. Dort sollte die Website im zentralen Content-Management-System (CMS) der LMU neu aufgesetzt werden. Das „Referat VI.5 Internetdienste“ der LMU betreibt seit 2006 das CMS „Fiona“ der Infopark AG, momentan in der Version 6.9.0. Das Referat Internetdienste stellte zwei Ansprechpartnerinnen für die Konzeption der Website und für technische Anpassungen bereit.¹¹ Beide Ansprechpartnerinnen haben ab Oktober 2013 an den regelmäßigen Treffen der AG „Neukonzeption Website“ teilgenommen. Auf diese Weise wurden die priorisierten technischen und gestalterischen Anforderungen der UB gemeinsam diskutiert und – teilweise in modifizierter Form – umgesetzt.

Redaktionelle Aufbereitung der Website-Inhalte

Im Verlauf der Projektarbeit wurde ein Redaktionsteam als weiteres Gremium des Projekts mit insgesamt sechs MitarbeiterInnen der UB eingesetzt. Dessen zentrale Aufgabe bestand in der redaktionellen Aufbereitung sämtlicher Inhalte in webadäquater Form. Anders als die übrigen Gremien des Projekts wurde dieses Team nicht auf die Laufzeit des Projekts begrenzt eingesetzt, sondern explizit für die inhaltliche Qualitätssicherung und die strukturelle wie inhaltliche Weiterentwicklung der Website-Inhalte im Routinebetrieb neu geschaffen. Die Frage, ob das Redaktionsteam als eigenständiges Gremium eingesetzt werden sollte oder ob die redaktionellen Aufgaben durch Angehörige der Arbeitsgruppe „Neukonzeption Website“ erledigt werden sollten, wurde in der Lenkungsgruppe ausführlich diskutiert. Für die Einsetzung eines eigenen Teams sprach schließlich zum einen, dass auf diese Weise die hohe Arbeitslast auf mehrere Personen verteilt werden konnte und zum anderen, dass

¹¹ Dr. Ilse Wurdack, Christine Kaminski.

der Einsetzung des Redaktionsteams als nachhaltig angelegtem Team für den Routinebetrieb auf diese Weise ein UB-internes Interessensbekundungs- und Personalauswahlverfahren zugrunde gelegt werden konnte. Im Ergebnis wurde das Redaktionsteam gemäß der Interessensbekundungen und der Personalauswahlverfahren aus drei AG-Mitgliedern und drei neu hinzukommenden KollegInnen gebildet.

1.2. Ziele

Fokussierung auf den Informationsbedarf der Hauptzielgruppen der UB

Die alte Website der UB war gemäß der damaligen Strategie der Bibliothek für ein möglichst breites Spektrum von Zielgruppen konzipiert worden. Neben Informationen für Studierende und WissenschaftlerInnen der LMU als den Hauptzielgruppen der Institution wurden auf der Website auch ausführliche Informationen für PrivatnutzerInnen, für NutzerInnen anderer wissenschaftlichen Einrichtungen sowie für Angehörige der bibliothekarischen Fachcommunity präsentiert. Problematisch war für die stringente und übersichtliche Gliederung der präsentierten Inhalte vor allem, dass die Website in Ermangelung eines Intranets sukzessive zur internen Dokumentation von auskunftsbezogenen Arbeitsaufgaben genutzt worden ist. Da in der Zwischenzeit ein Intranet für die systemweite Dokumentation der Arbeitsaufgaben und für das kollaborative Arbeiten im räumlich verteilten System der UB eingeführt worden war, konnte diese Zweckentfremdung bei der neuen Website problemlos entfallen.

Die Fokussierung auf den Informationsbedarf der Hauptzielgruppen der UB wurde durch die folgenden Kriterien erreicht:

- Auswahl der Inhalte am Informationsbedarf der NutzerInnen,
- Strukturierung der Inhalte anhand von Fragestellungen aus Studium, Lehre und Forschung,
- Orientierung an Alltagssprachlichkeit, möglichst wenig Verwendung von bibliothekarischem Fachjargon,
- Vorrang der „Usability“ vor dem Kriterium der Selbstpräsentation der Organisation,
- Konzeption und Umsetzung einer vollständigen englischen Version der Website als Informationsinstrument für die internationalen NutzerInnen der UB,
- Einhaltung von Richtlinien zur Barrierefreiheit.

Methodisch wurde die NutzerInnenorientierung durch zwei Strategien verfolgt:

Zum einen erfolgte die Einbeziehung der Positionen von Angehörigen der HauptnutzerInnengruppen in die Erstellung der Website durch die vergleichende und kontrastierende

- inhaltsanalytische Auswertung¹² und Beachtung von Freitextkommentaren zur Website, die im Rahmen der „Studierendenbefragung 2010“¹³ erhoben worden sind,
- inhaltsanalytische Auswertung und Beachtung einer E-Mail-Befragung der wissenschaftlichen Bibliotheksbeauftragten in der ersten Projektphase,
- Auswertung von Zugriffsstatistiken der alten Website,
- Durchführung und Auswertung von Usability-Tests¹⁴ mit Studierenden und WissenschaftlerInnen der LMU anhand des ersten Prototyps der neuen Website und anschließende Anpassung des Websitekonzepts gemäß den zentralen Ergebnissen.

¹² Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim [u.a.], Beltz 2010.

¹³ Michel, Antje; Seyder, Medea: Ihre Antworten auf unsere Frage. Abschlussbericht der Studierendenbefragung 2010. Open Access-Publikation auf Open Access LMU, München 2011. Online verfügbar unter: http://epub.ub.uni-muenchen.de/12883/1/Studierendenbefragung-2010_Abschlussbericht_LMU.pdf.

¹⁴ Vgl.: Abschnitt Qualitätssicherung / Usability-Tests (Mai – Jul. 2014).

Zum anderen wurde in der AG eine größtmögliche Identifikation mit der Perspektive der NutzerInnen angestrebt. Als Hilfsmittel diente die Erstellung von „Personas“ aus dem Kreis der HauptnutzerInnengruppen, deren idealtypische Informationsanliegen als Richtschnur in die unten näher erläuterten Meilensteine der Website-Konzeption eingeflossen sind.¹⁵

Übersichtliche Darstellung systemweiter Services und standortspezifischer Informationen

Eine echte Herausforderung für die Erstellung einer Website für eine Institution mit 14 eigenen großen Standorten und rund 80 kooperierenden Bibliotheken innerhalb der verschiedensten Einheiten der LMU lag in der Differenzierung der Darstellung von systemweiten Services¹⁶ und standortspezifischen Informationen. Für dieses Anliegen wurde die Richtungsentscheidung getroffen, die neue Website nicht analog zur alten Website unter dem zentralen Fokus der organisatorischen Gliederung aufzubauen, sondern orientiert an den systemweiten Services. Ziel dieser Präsentationsform der Inhalte war, dass Inhalte nicht pro Standort dupliziert werden müssen, sondern dass von Einzelstandorten auf den in der Hauptnavigation der Website verorteten Service verwiesen werden konnte. So findet sich beispielsweise in der Hauptnavigation der Website eine Webseite zur Ausstattung der PC-Arbeitsplätze an den Standorten der UB. Auf den Einzelseiten der Standorte werden daher die Informationen zur PC-Ausstattung nicht noch einmal wiederholt, sondern es wird einfach auf die Seite in der Hauptnavigation verlinkt.

Dieses Gliederungskonzept hat im Vergleich zur standortspezifischen Gliederung der alten Website den Vorteil, dass Inhalte leichter aktuell zu halten sind, weil sie nur an einer Stelle gepflegt werden müssen. Wichtiger für eine nutzerInnenfreundliche Gliederung ist jedoch, dass mit diesem Gliederungskonzept die virtuellen Services, die keinem einzelnen Standort, sondern lediglich dem Gesamtsystem UB zuzuordnen sind, sich in der inhaltlichen Gliederung problemlos unterbringen lassen. Hier sind zum Beispiel der Online-Katalog, die Open Access LMU-Server, die Literaturverwaltungsprogramme EndNote und Citavi oder der E-Medien-Login zu nennen.

Erarbeitung eines Redaktionsworkflows

Die UB der LMU bietet ein breit gefächertes Angebot von Services für die Unterstützung von Lernprozessen, die Literaturrecherche und -verwaltung sowie für die Publikation von Forschungsergebnissen. An der Weiterentwicklung dieses Angebots ist eine Reihe von SpezialistInnen im Kollegium der UB beteiligt. Bei der Neukonzeption der Website war es ein wichtiges Anliegen, das Expertenwissen im Kollegium der UB für die Texterstellung der Website nutzen zu können. Gleichzeitig war eine wichtige Herausforderung, einen konsistenten und den Erfordernissen der Online-Lektüre angepassten Sprachstil zu verwenden und einen Workflow zu schaffen, der die nachhaltige Qualitätssicherung der Texte im Routinebetrieb der Website sicherstellt.¹⁷ Wichtig war in diesem

¹⁵ Für die Erstellung und den Nutzen von Personas im Rahmen der Entwicklung von Vorstellungen über die Zielgruppe(n) einer Website vgl. exemplarisch: Jacobsen, Jens: Website-Konzeption. Erfolgreiche Websites planen, umsetzen und betreiben. München 2011. S. 44-46; sowie: Schweibenz, Werner: Grundlagen des Usability-Engineerings - Aspekte der Evaluation von Benutzerfreundlichkeit von Bibliothekswebsites. In: Bekavac, Bernard [Hrsg.]: Benutzerorientierte Bibliotheken im Web. Usability-Methoden, Umsetzung und Trends. Berlin [u.a.] 2011. S. 9-30.

¹⁶ Die Universitätsbibliothek besteht aus 14 großen Standorten. Systemweite Services sind somit Angebote dieser 14 Standorte.

¹⁷ Löffler, Miriam: Think Content!: Content-Strategie, Content-marketing, Texten fürs Web. Bonn 2014.

Zusammenhang, den Workflow so zu gestalten, dass der deutsche und der englischsprachige Webauftritt stets inhaltlich kongruent bleiben.

Zu diesem Zweck wurde ein Konzept für den Aufbau eines Redaktionsteams entwickelt,¹⁸ dessen Aufgabe in der Pflege und Weiterentwicklung der digitalen Kommunikationskanäle der UB besteht.¹⁹ Das Redaktionsteam wurde sowohl im Umgang mit dem Content-Management-System Fiona als auch in der Entwicklung eines angemessenen Schreibstils für die redaktionelle Bearbeitung von Website-Inhalten umfassend geschult. Bei der Aufnahme der Tätigkeit wurde im Redaktionsteam ein Schwerpunkt auf die Entwicklung eines einheitlichen Schreibstils sowie von Wortverwendungskonventionen gesetzt.²⁰

Angeregt durch das Projekt wurde auch die Entscheidung in den Leitungsgremien der UB getroffen, für die Website-Texte eine konsequent gendergerechte Sprache zu verwenden.

Auslagerung der technischen Erstellung und des Hostings

Das Referat VI.5 Internetdienste betreut alle Einrichtungen der LMU bei der Erstellung eines neuen und der konstanten Aktualisierung eines bestehenden Webauftritts. Für den Neuaufbau einer Website im CMS Fiona der Infopark AG²¹ bietet das Referat VI.5 umfangreiche Dienstleistungen an:

- Beratung über Aufbau und Inhalte des Webauftritts,
- Einbau von notwendigen und sinnvollen Features,
- Erstellung der Website-Struktur im Corporate Design der LMU mit Design- und Farbanpassungen,
- Unterstützung bei der Erstellung und Verwendung von Bildmaterial, Kopfbilderstellung,
- Aus- und Weiterbildung der Webredakteure,
- Hilfestellung bei Aufbau und Optimierung der Webseiten,
- Beratung und Unterstützung bei der Suchmaschinenoptimierung,
- Qualitätskontrolle vor und nach dem Onlinegang,
- Webhosting und Domainverwaltung,
- Betrieb, Aktualisierung und Modernisierung des Content-Management-Systems.

Die UB gliederte ihre neue Website mit der Entscheidung für das Hosting durch das Referat VI.5 Internetdienste vollständig ins Corporate Design der LMU ein. Hierdurch wurden einige Weichenstellungen über die Seitenarchitektur, die Navigationsstruktur und das grundsätzliche Layout bereits getroffen.

Zusätzlich wurde der UB zugesichert, dass für ihre priorisierten technischen und gestalterischen Anforderungen Spezialanpassungen durchgeführt und angepasste Lösungen entwickelt werden.

¹⁸ Das Konzept wurde federführend von der Referatsleitung Öffentlichkeitsarbeit (ÖA) in Zusammenarbeit mit Projektleitung und Projektkoordination verfasst. Das Auswahlverfahren haben die Referatsleitung ÖA und die Projektleitung gemeinsam durchgeführt. Für die Projektlaufzeit war die Projektleitung Vorgesetzte der Angehörigen des Redaktionsteams. Mit dem Übergang der Website in den Routinebetrieb ging die Vorgesetztenfunktion über an die Referatsleitung ÖA.

¹⁹ Die UB betreibt derzeit neben der Website eine Facebook-Präsenz und Informationsscreens zur Kommunikation ihrer Dienstleistungen.

²⁰ Die für das Redaktionsteam festgelegten Konventionen wurden in einem Leitfaden festgehalten. Der Leitfaden regelt z.B. die Verwendung von Abkürzungen, die Schreibweise von Adressdaten, die eindeutige Benennung der Website-Elemente und führt eine normierte Wortliste, die stetig ergänzt wird. Auf Wunsch kann die jeweils aktuelle Version des Leitfadens gerne zur Verfügung gestellt werden (webredaktion@ub.uni-muenchen.de).

²¹ Webauftritt der Infopark AG: <https://www.infopark.de/produkte/CMS-Fiona>

2. Projektverlauf

2.1. Vorbereitungen

Der erste Schritt nach Aufnahme der Projektarbeit bestand in der Entwicklung einer Kommunikations- und Dokumentationsinfrastruktur über das Intranet der UB sowie durch die Einrichtung von Email-Verteilern, Funktionsaccounts und Kommunikationskonventionen. Dieser Schritt kann für die erfolgreiche Projektarbeit nicht hoch genug bewertet werden, denn vor allem das transparente und allen Beteiligten zugängliche Dokumentenmanagement schaffte die Voraussetzung für kollaboratives Arbeiten jenseits der Besprechungen und Arbeitsgruppentreffen.

Die Einarbeitung in das Thema erfolgte in drei Schritten:

- Auswertung der einschlägigen Fachliteratur zur Konzeption und zum Aufbau von Websites,
- Best-Practice-Analyse von Websites im Umfeld der UB,
- Einholen von Angaben zum spezifischen Informationsbedarf der NutzerInnen der UB durch Anwendung empirischer Erhebungsmethoden.

In der ausführlichen Best-Practice-Analyse wurden Websites anderer Bibliotheken (Staatsbibliotheken, Universitätsbibliotheken, öffentliche Bibliotheken aus dem In- und Ausland) sowie Websites anderer Informationseinrichtungen, z.B. von Verlagen und Suchmaschinen, untersucht. Außerdem wurden Webportale erfolgreicher, kommerzieller Webshops mit Blick auf Komponenten, die für die Konzeption der neuen UB-Website interessant sein könnten, analysiert.

2.2. Meilensteine

Die Konzeption und der Aufbau der Website erfolgten nach einem festgelegten Zeit- und Aufgabenplan, der im Vergleich zur ursprünglichen Konzeption weitgehend eingehalten worden ist.²²

Technische Anforderungen (Jun. – Aug. 2013)

Aus den Auswertungen der im Rahmen der Projektvorbereitung gesammelten und ausgewerteten Daten ergaben sich inhaltliche und technische Anforderungen. Die technischen Anforderungen wurden im ersten Schritt der Zusammenarbeit an das Referat Internetdienste weitergegeben. Auf der Basis dieser Anforderungsliste wurde geklärt, welche Features für die neue Website implementiert werden sollten. Zentrale Anforderung war die Entwicklung einer augenfälligen Lösung für eine integrierte Suche im Online-Katalog und auf der Website sowie die Eignung der Website für den Zugriff durch mobile Endgeräte im responsiven Webdesign.

Struktur und Navigation (Aug. – Nov. 2013)

Die Navigationsstruktur wurde auf der Basis mehrstufiger Grob- und Feingliederungsprozesse gebildet.²³ Die Navigation gliedert sich nach antizipierten Informations-Anliegen der NutzerInnen wie

²² Die einzige nennenswerte Abweichung im Zeitplan bestand darin, dass im Gegensatz zur ursprünglichen Planung die englische Website nicht gleichzeitig mit der deutschen Version, sondern drei Monate später veröffentlicht wurde. Es hat sich im Verlauf der Texterstellung erwiesen, dass der deutsche Text nicht Abschnitt für Abschnitt in die englische Übersetzung gegeben werden konnte, sondern zunächst vollständig und stabil vorliegen musste. Zwar hat diese Änderung zu einer zeitlichen Verzögerung des Projektabschlusses geführt, aber die Workflowveränderung ermöglichte, dass vor der Übersetzungsarbeit zunächst die Akzeptanz des deutschen Ausgangstexts anhand der Nutzung der deutschsprachigen Website getestet werden konnte.

Literatursuche, Nutzung elektronischer Medien, Ausleihe, Lernen oder Publizieren. Zur intuitiveren Verständlichkeit wurde bei der Benennung der Navigationsbegriffe so stark wie möglich auf bibliothekarische Fachausdrücke verzichtet.

Design und Layout (Dez. 2013 – Apr. 2014)

Farblich und strukturell orientiert sich die Website am Corporate Design der UB. Gemäß der Devise der NutzerInnenorientierung wurde hinsichtlich des Designs der Entschluss gefasst, die Website der UB eng an das Layout-Konzept der übrigen LMU-Websites anzupassen. Auf diese Weise sollte den NutzerInnen die Orientierung auf der Seite durch den Rekurs auf bereits Bekanntes erleichtert werden. Die einzige Abweichung vom Layout der LMU besteht in der sehr prominenten Platzierung des Suchfelds. Mit diesem gestalterischen „Eye-catcher“-Element wurde dem spezifischen Zweck der Bibliothek als Anlaufstelle für die Literaturrecherche Rechnung getragen. Bei der Platzierung des Suchfelds wurde auf Erkenntnisse aus der Best-Practice-Analyse der Webauftritte von Bibliotheks- und Informationseinrichtungen zurückgegriffen.

Text- und Inhaltserstellung (Jan. – Mai 2014)

Die Texterstellung und inhaltliche Gestaltung erfolgte in vier Schritten: Zunächst wurde für die gesamte Website durch Projektleitung und Projektkoordinator ein gemäß der Menüpunkte der Website gegliederter Rohtext verfasst. Dieser Rohtext wurde über das Intranet der UB der AG „Neukonzeption Website“ zur Ergänzung, Kritik und Vervollständigung zur Verfügung gestellt. Anschließend wurden die einzelnen korrigierten Textblöcke ebenfalls über das Intranet dem gesamten Kollegium der UB zu Ergänzung, Kritik und Vervollständigung veröffentlicht. Auf diese Weise konnten die einschlägigen ExpertInnen für die jeweiligen Themen Ihr Fachwissen einbringen. Dieser Schritt diente gleichzeitig zur Prüfung, ob die Texte für fachfremde Personen verständlich sind, denn in dem spezialisierten Kollegium ist der/die SpezialistIn für Thema a) möglicherweise Laie in Bezug auf Thema b). Die Rückmeldungen zu den Texten waren sehr hoch, außerordentlich konstruktiv und hilfreich. In einem vierten Schritt wurden die Texte durch das Redaktionsteam gemäß den Redaktionsstandards sprachlich bearbeitet und graphisch gegliedert. Eigens zur Produktion von passendem Bildmaterial für den Webauftritt der UB wurde im April 2014 ein Fotoshooting-Termin mit MitarbeiterInnen und Hilfskräften des Referats Internetdienste und der UB durchgeführt. Die dabei entstandenen Bilder stehen auch den anderen Webauftritten der LMU zur Verfügung.

Qualitätssicherung / Usability-Tests (Mai – Jul. 2014)

Die Qualitätssicherung erfolgte über Usability-Tests mit drei Gruppen aus der HauptnutzerInnenschaft der UB.²³ Die erste Gruppe bildeten Studierende niedriger Semester, die zweite Gruppe Studierende höherer Semester und die dritte Gruppe wissenschaftliche MitarbeiterInnen der LMU. Für jede Gruppe wurde ein spezifischer Testaufbau entwickelt, um im Ergebnis zu prüfen, wie gut der Prototyp der Website auf den jeweiligen Informationsbedarf der drei Gruppen passt. Die Usability-Tests ergaben weitgehend einheitliche Beurteilungen des Website-Prototyps. Überwiegend wurde die Website als

²³ Für die Entwicklung einer Navigationsstruktur vgl.: Jacobsen, Jens: Website-Konzeption. München 2011. S. 36-171; Balzert, Heide; Klug, Uwe; Pampuch, Anja: Webdesign & Web-Usability. Herdecke [u.a.] 2009. S. 59-138.

²⁴ Für die unterschiedlichen Methoden der Evaluation der Website-Usability vgl. exemplarisch: Schweibenz, Werner: Grundlagen des Usability-Engineerings - Aspekte der Evaluation von Benutzerfreundlichkeit von Bibliothekswebsites. In: Bekavac, Bernard [Hrsg.]: Benutzerorientierte Bibliotheken im Web. Usability-Methoden, Umsetzung und Trends. Berlin [u.a.] 2011. S. 9-30; Nielsen, Jacob; Loranger, Hoa: Web Usability. München [u.a.] 2008.

intuitiv bedienbar, übersichtlich und ansprechend bewertet. Die im Test gestellten Aufgaben konnten erfolgreich gelöst werden. Einige wesentliche Kritikpunkte betrafen die Gestaltung des Suchfelds, bei dem die Möglichkeit einer Website-Suche im Prototyp häufig nicht erkannt wurde, sowie die Gestaltung der Kontaktinformationen. Der Website-Prototyp wurde auf der Basis der Rückmeldungen überarbeitet.

Vorbereitung Onlinegang (Jul. - Aug. 2014)

Sobald der überarbeitete Prototyp der Website implementiert war und die Inhalte im Content-Management-System Fiona vollständig eingearbeitet und qualitätsgeprüft waren, wurde die neue Website dem Kollegium der UB auf einem Testserver für zwei Wochen hausintern zugänglich gemacht. Die testweise Freischaltung ermöglichte zum einen eine weitere Qualitätsprüfung der Inhalte und zum anderen eine Gewöhnung des Bibliothekspersonals an die neu strukturierte Website, bevor diese für die NutzerInnen freigeschaltet und somit auch als zentrale Referenz für bibliothekarische Auskünfte genutzt wurde. Flankiert wurde die Freischaltung durch drei hausinterne Veranstaltungen, in denen das Gesamtkonzept sowie die Ergebnisse vorgestellt wurden, mit der Möglichkeit, vor Ort Fragen zum Konzept, zur Usability und zur Weiterentwicklung vor Ort zu klären.

Parallel wurde die Öffentlichkeitsarbeit für den Launch der Website organisiert. Als große zentrale Serviceeinheit der UB wurde der Launch der neuen Website nicht nur auf der Website der UB beworben, sondern auch auf der Homepage der LMU (www.lmu.de) angekündigt und erläutert.

Schließlich erforderte der Onlinegang die technische Vorbereitung der Freischaltung der neuen Website, der Umleitung von Links von der alten zur neuen Site sowie der Abschaltung der alten Website. An diesen Aufgaben haben das Referat Internetdienste und die Abteilung Informationstechnologie der UB abgestimmt zusammengearbeitet.

In den Tagen nach dem Onlinegang konnten die Features der neuen Website abschließend getestet und ggf. angepasst werden. Im Testbetrieb der Website war dies nur eingeschränkt möglich. Aufgrund der Google-internen Algorithmen dauerte es einige Tage, bis die neuen Inhalte der Website gefunden wurden. Durch eine angepasste Fehlerseite, welche die wichtigsten Änderungen zum neuen Auftritt skizzierte sowie Umleitungen für die wichtigsten Informationen, wurde diese Zeitspanne überbrückt.

2.3. Technische Lösungen und Spezialanpassungen

Auf der Basis der für den Webauftritt der UB formulierten Anforderungen ergaben sich einige zentrale Herausforderungen, die das Referat Internetdienste durch Spezialanpassungen im CMS Fiona realisierte. Diese Spezialanpassungen sind in der Regel so gestaltet worden, dass sie zur Nachnutzung anderen Fiona-Anwendergruppen zur Verfügung gestellt werden können. Die wichtigsten Spezialanpassungen werden im Folgenden kurz erläutert:

Suche

Die Realisierung eines Suchfelds, das im Gegensatz zu den übrigen Webauftritten der LMU nicht nur die Website durchsucht, sondern auch den Online-Katalog als zentralen Sucheinstieg für die Literaturrecherche. Die Suche im Online-Katalog und auf der Website wurde in einem gemeinsamen Suchfeld zentral im Kopfbereich jeder Seite untergebracht. Mit einem Auswahl-Button wechselt man zwischen den beiden Möglichkeiten. Standardmäßig ist die Literatursuche im Online-Katalog voreingestellt.²⁵

²⁵ Die Auswahl-Buttons waren im Prototyp der Website zunächst rechts neben dem Suchfeld, also in Leserichtung hinter dem Suchfeld angeordnet. Dadurch wurden sie von einem Großteil der TestnutzerInnen nicht wahrgenommen und die Website-Suche blieb erfolglos. Die jetzige Anordnung links vom Suchfeld, also in Leserichtung vor dem Suchfeld, ist eine Anpassung des Prototyps.

Standorte

Ein Herzstück des Webauftritts ist die Darstellung der einzelnen Bibliotheksstandorte. Neben der Zentralbibliothek und der Zentralen Lehrbuchsammlung sind die zwölf Fachbibliotheken der UB sowie über 80 weitere Bibliotheksstandorte an der LMU verzeichnet. Auf einzelnen „Bibliotheksvitenkarten“ sind die wichtigsten Informationen wie Öffnungszeiten, Kontaktdaten und Themengebiete dargestellt. Um die Visitenkarten nicht zu überladen und um die standortübergreifenden Services der UB unabhängig von den einzelnen Standorten darzustellen, sind ausführlichere Hintergrundinformationen über Links zugänglich. Diese führen auf Übersichtsseiten innerhalb der Hauptnavigation der UB-Website, auf denen die Services und Nutzungsbedingungen der Bibliotheksstandorte der UB unter den Rubriken „Ausleihe und Onlinezugriff“, „Lernen & Arbeiten“ oder „Schreiben und Publizieren“ zusammengefasst bzw. wo notwendig nach Standort differenziert aufgelistet sind.

Übersichtstabellen nach Alphabet, nach Fach oder nach Standortnummer erleichtern die Orientierung. Für die neue Website konnte zudem eine direkte Verlinkung von Trefferanzeigen aus dem Online-Katalog zu den Standort-Informationen der Bibliothek, bei der das jeweilige Medium verfügbar ist, realisiert werden.

Kontaktinformationen

Im Servicebereich in der rechten Spalte der Website wurden vier wichtige stabile Links in augenfälliger Button-Optik platziert.²⁶ Drei der Buttons (Öffnungszeiten, E-Medien-Login und Online-Katalog) finden sich unverändert auf allen Seiten des UB-Webauftritts.

Der Button mit der Beschriftung „Fragen Sie uns“ führt grundsätzlich auf eine allgemeine Kontaktseite. Gibt es zu bestimmten Themen jedoch spezielle Ansprechpartner, so erscheint stattdessen ein kontextspezifischer Button mit der Aufschrift „Ihr Kontakt“ mit Bezeichnung, Telefon und E-Mail.

Englische Version

Für den Aufbau der englischsprachigen Version wurde die deutsche Website vollständig kopiert und die übersetzten Inhalte dann durch die englischen Texte ersetzt. Sämtliche Website-Texte wurden von einer Muttersprachlerin übersetzt, die als Bibliothekarin über einschlägige Fachkenntnisse verfügt. Auf der englischen Website stehen sämtliche stabile Informationen sowie Kurzinfos zu den jeweils aktuellen Meldungen auf Englisch zur Verfügung. Einige Dokumente, wie z.B. die Benutzungsordnungen der Bibliotheken wurden jedoch nicht auf Englisch übersetzt, weil sie in der deutschen Fassung rechtsverbindlich sind. In derartigen Fällen wurde kontextbezogen für den Einzelfall entschieden, ob aus dem englischen Text auf das deutsche Dokument verlinkt wird oder ob der Verweis auf das Dokument entfällt.

²⁶ Die Gestaltung des rechten Bereichs von Websites ist problematisch, weil Informationen in diesem Bereich aufgrund der konventionellen Leserichtung von links nach rechts häufig nicht besonders intensiv wahrgenommen werden. Vgl. Beard, Jason: Gelungenes Webdesign. Heidelberg 2011. S.23. Zudem werden Inhalte im rechten Bereich von Websites häufig übersehen, weil dort oft Werbung platziert wird. Loranger, Hoa: Fight Against “Right-Rail Blindness”, unter: <http://www.nngroup.com/articles/fight-right-rail-blindness/> (abgerufen am: 26.01.2015). Nielsen, Jacob: Banner Blindness. Old and New Findings, unter: <http://www.nngroup.com/articles/banner-blindness-old-and-new-findings/> (abgerufen am: 26.01.2015). Die Usability-Test-Ergebnisse des Projekts bestätigten eine deutliche Tendenz der Testpersonen zur „Right-Rail-Blindness“. Dennoch kann auf den Platz im rechten Websitebereich schwer verzichtet werden. Im Webauftritt der UB wurde daher entschieden, im rechten Bereich der Website einen unverändert stabilen Servicebereich umzusetzen, um die NutzerInnen zu konditionieren, bestimmte Informationen stets am selben Ort zu finden.

Testbetrieb

Ende Mai 2014 wurde der Prototyp der neuen Website auf einem Testserver für die Durchführung der Usability-Tests online geschaltet. Die endgültige Version der deutschen Website wurde Anfang August und der englischen Website Mitte November für das Kollegium der UB auf demselben Testserver veröffentlicht. Die Freischaltung der Website auf dem Testserver war eine wichtige Grundlage für die Qualitätssicherung der Website.

3. Empfehlungen für die Planung und Durchführung von Webprojekten

3.1. Empfehlungen für die Projektplanung und die Projektsteuerung

Projektstruktur

Investieren Sie ausreichend Zeit für die Planung der Projektstruktur. Die Projektleitung sollte Projektstruktur, Projektziele, Entscheidungsbefugnis, Vorgaben und Berichtsform schriftlich mit dem Auftraggeber oder der Auftraggeberin fixieren, um eine klare Handlungsgrundlage für die Projektsteuerung wie auch für die Grenzen des Projekts zu haben.

Akzeptanz-Förderung

Versuchen Sie, durch die Projektstruktur das Projekt breit im Kollegium zu verankern. Dies erhöht zwar den Kommunikations- und Vorbereitungsaufwand während der Projektlaufzeit beträchtlich, fördert aber die Akzeptanz des Projekts und des Produkts, indem die Projektangehörigen als BotschafterInnen in ihren Abteilungen fungieren. Durch die hausöffentliche Phase der Texterstellung konnte im Projekt „Neukonzeption Website“ nicht nur ExpertInnenwissen und Laiensicht wie oben beschrieben zur Qualitätssteigerung der Websitetexte genutzt werden. Die Tatsache, dass alle später publizierten Inhalte auf diese Weise dem interessierten Anteil im Kollegium bereits bekannt waren und z.T. auf eigenen Vorarbeiten beruhten, förderte die Akzeptanz der neuen Website.

Zeitplanung

Konzipieren Sie eine realistische aber auch straffe Zeitplanung, um gleich von Anfang das Augenmerk auf die Ergebnis-Produktion zu lenken. Kommunizieren Sie die Einhaltung des Zeitplans als wichtige Arbeitsaufgabe bei allen Projektbeteiligten. Auf diese Weise können Sie dem „Versanden“ Ihres Projekts durch mehrfach verschobene Deadlines vorbeugen.

Anspruch

Formulieren Sie klare Zielsetzungen (die ggf. pro Meilenstein neu zu erarbeiten sind), was die Abwägung von Innovativität gegenüber der Orientierung an Eingeführtem betrifft. Im Fall der UB-Website war dies die Orientierung am Konzept der LMU-Webauftritte zur besseren Nutzerorientierung sowie die Integration von Best-practice-Elementen. Klären Sie für sich im Projekt möglichst frühzeitig Ihren Anspruch an das Produkt. Der Zeit- und Ressourcenaufwand für eine gute State-of-the-Art-Website ist anders als der für eine Seite, mit der Sie innovative Maßstäbe setzen möchten.

Einbindung Dienstleister

Binden Sie nach Möglichkeit Ihren technischen Dienstleister frühzeitig und umfassend in Ihr Projekt ein. Dies erspart Ihnen, mit großem Aufwand Vorstellungen zu entwickeln, die sich technisch möglicherweise nicht realisieren lassen oder für deren Realisierung es elegantere Konzepte gibt. Das Referat Internetdienste der LMU verfügt mit der Konzeption und dem Aufbau von über 700 Webauftritten

(Stand Januar 2015) über profunde Erfahrungen in der Webkonzeption und ist ein kompetentes und konstruktives Beratungsteam für die Realisierung von Webauftritten an der LMU.

3.2. Empfehlungen für Onlinegang und Routinebetrieb

Planung des „Veränderungsmanagements“ beim Relaunch

Führen Sie Ihre NutzerInnen im Prozess des Relaunchs Ihrer Website. Wenn eine Website mehrere Jahre online war, haben sich die NutzerInnen mittlerweile sehr an die Struktur gewöhnt, selbst wenn sie nicht optimal ist. Sie haben u.U. Bookmarks gesetzt und finden durch Erfahrung die für sie interessanten Informationen. Auch eine verbesserte und übersichtlichere Seitenstruktur kann hier zunächst zu Verwirrung führen. Im Projekt „Neukonzeption Website“ wurden für die alten Standortseiten der einzelnen Bibliotheken und die am meisten besuchten Spezialseiten Weiterleitungen eingerichtet, die direkt beim Aufruf der alten Adresse auf die neue Seite führen. Auch die Fehlerseite, die erscheint, wenn eine nicht mehr existierende Unterseite aufgerufen wird, wurde mit Informationen über die wichtigsten Veränderungen ausgestattet.

Launchterminierung und Planung der Informationskampagne

Der Relaunch Ihrer Website ist für Ihre NutzerInnen ein gewisser Einschnitt. Beachten Sie in Ihrer Zeitplanung kritische Phasen, in denen ein Relaunch aus NutzerInnensicht problematisch wäre. Die UB hat z.B. Ihren Relaunch bewusst in den Semesterferien terminiert, um die Prüfungszeit und die Notwendigkeit, besonders zeiteffizient Literaturrecherche zu betreiben, zu umgehen. Zusätzlich wurde eine Informationskampagne beim Onlinegang gestartet. Der Relaunch der UB-Website wurde auf der Startseite des zentralen Webauftritts der LMU (www.lmu.de) angekündigt. Auch auf der UB-Website selbst gab es eine aktuelle Meldung mit einem Download-Dokument „Wichtige Veränderungen auf der neuen UB-Website“. Zusätzlich wurden die WebredakteurInnen der ca. 700 anderen LMU-Websites informiert, dass sie ihre Links auf die UB-Website überprüfen und ggf. korrigieren sollten.

Konzeptentwicklung für die Redaktion im Routinebetrieb

Entwickeln Sie frühzeitig ein Konzept für die Pflege und Weiterentwicklung Ihrer Website im Routinebetrieb. Der nachhaltige Erfolg von Websites steht und fällt mit der Aktualität der Inhalte und einer konsistenten inhaltlichen und strukturellen Weiterentwicklung. Für laufende Aktualisierungen wurde an der UB eine Online-Redaktion mit sechs Mitgliedern eingerichtet, die beim Referat Öffentlichkeitsarbeit der UB angesiedelt ist. Der Arbeitsaufwand für die Webseiten-Pflege beträgt insgesamt 20 Wochenstunden.

3.3. Für kleinere Einheiten an der LMU: Empfehlungen für das Vorgehen

Kaum ein Lehrstuhl, ein Studiengang oder eine Forschungseinrichtung hat die Kapazität, fast zwei „Personenjahre“ in einen Relaunch zu stecken und 20 Wochenstunden in die laufende Webseitenpflege zu investieren. Dennoch gibt es auch für kleinere Einheiten die Möglichkeit, einen professionellen Relaunch mit beschränkten Mitteln durchzuführen. „Ganz nebenbei“ funktioniert das allerdings auch nicht.

Hier sind die wichtigsten Empfehlungen:

- Nehmen Sie frühzeitig Kontakt zum Referat VI.5 Internetdienste für Beratung und Projektplanung auf: Viele Fragen lassen sich schon im Vorfeld klären.
- Sammeln Sie Informationen über Web-Analytik und NutzerInnen-Befragung: Welche Seiten sind wichtig/viel besucht, wo gibt es Probleme?

- Sichern Sie sich die Unterstützung durch Ihre Leitung. Sie sollten zumindest ein festes Zeitkontingent zur Verfügung gestellt bekommen. Im Haus sollten alle über das laufende Projekt informiert sein. Eine Einbindung der möglichen Content-LieferantInnen sorgt dafür, dass Sie korrekte Inhalte bekommen.
- Legen Sie einen angemessenen und verbindlichen Zeitrahmen fest, damit das Projekt nicht versandet. Die Bereitstellung ausreichender Personalressourcen kann u.U. durch Hilfskräfte sichergestellt werden.
- Für die Erstellung des Inhaltsangebots und des Navigationskonzepts legen Sie den Focus auf Ihre Zielgruppen und deren Bedürfnisse: Eine Befragung von 3 - 5 NutzerInnen bringt schon wichtige Erkenntnisse.
- Tools (z.B. Kalender) und technischen Anpassungen sollten dann eingesetzt werden, wenn es wirklich einen Mehrwert bringt.
- Erstellen Sie ein Redaktionskonzept für die zukünftige Webseitenpflege (z.B. 2 Wochenstunden für den/die WebredakteurIn, Vertretungsregelung).
- Vermeiden Sie Brüche bei einem Relaunch-Onlinegang: Lassen Sie Weiterleitungen von alten, viel besuchten Seiten einrichten. Beschreiben Sie in einer Meldung, was sich geändert hat.
- Beachten Sie für den laufenden Betrieb: Sorgen Sie immer für aktuelle Inhalte, funktionierende Links, nutzen Sie weiterhin die Web-Analytik und haben Sie ein offenes Ohr für Ihre NutzerInnen. Sinnvoll sind auch häufigere kleinere Anpassungen für bessere Benutzbarkeit und die Weiterbildung der WebredakteurInnen.

4. Fazit

Der Relaunch der UB-Website war sowohl aus der Sicht der Universitätsbibliothek als auch des Referats Internetdienste ein erfolgreiches Projekt. Die klare und übersichtliche Struktur, das neue frische Aussehen mit vielen Bildelementen und die leichte Auffindbarkeit aller wichtigen Informationen haben eine der anspruchsvollsten und benutzerfreundlichsten Websites an der LMU geschaffen.

Entscheidend dafür ist vor allem die hohe Priorisierung des Projekts auf der Seite der UB. Der relativ hohe Personaleinsatz ermöglichte eine souveräne und zielführende Projektleitung und -koordination. Die enge Einbindung in die Leitungsebene und die Einbeziehung der Abteilungen und Mitarbeitenden haben für eine hohe Akzeptanz im ganzen Haus gesorgt.

Die Zusammenarbeit zwischen der AG „Neukonzeption Website“ und dem Referat Internetdienste stellte sich als einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren heraus. Zudem führte der frühzeitige Kontakt zum Referat Internetdienste und die klare Formulierung von Wünschen und Anforderung zu einer fruchtbaren Kooperation. Dadurch konnten auch von dieser Seite ausreichend Kapazitäten eingeplant und zur Verfügung gestellt werden.

Der deutsche Webauftritt der UB ist mittlerweile seit 6 Monaten online. Der Onlinegang verlief geräuschlos und die Workflows für die Pflege und Aktualisierung von deutscher und englischer Website haben sich mittlerweile eingespielt. Die zentralisierte Redaktion der Inhalte über die Webredaktion hat sich für die spezifische Organisationsstruktur der UB bewährt.

Ausgewählte Literatur und Webquellen

- Balzert**, Heide; Klug, Uwe; Pampuch, Anja: Webdesign & Web-Usability. Herdecke [u.a.] 2009.
- Bekavac**, Bernard [Hrsg.]: Benutzerorientierte Bibliotheken im Web. Usability-Methoden, Umsetzung und Trends. Berlin [u.a.] 2011.
- Felkai**, Roland; Beiderwieden, Arndt: Projektmanagement für technische Projekte. Ein Prozessorientierter Leitfaden für die Praxis. Wiesbaden 2013. S. 72.
- Hobohm**, Hans-Christian: Information und Wissen. In: Umlauf, Konrad; Gradmann, Stefan [Hrsg.]: Handbuch Bibliothek. Geschichte, Aufgaben, Perspektiven. Stuttgart 2012. S. 73-80.
- Jacobsen**, Jens: Website-Konzeption. Erfolgreiche Websites planen, umsetzen und betreiben. München 2011.
- Löffler**, Miriam: Think Content!: Content-Strategie, Content-marketing, Texten fürs Web. Bonn 2014.
- Loranger**, Hoa: Fight Against "Right-Rail Blindness", unter: <http://www.nngroup.com/articles/fight-right-rail-blindness/> (abgerufen am: 26.01.2015).
- Mayring**, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim [u.a.], Beltz 2010
- Michel, Antje; Seyder, Medea: Ihre Antworten auf unsere Frage. Abschlussbericht der Studierendenbefragung 2010.** Open Access-Publikation auf Open Access LMU, München 2011. Online verfügbar unter: http://epub.ub.uni-muenchen.de/12883/1/Studierendenbefragung-2010_Abschlussbericht_LMU.pdf.
- Nielsen**, Jacob: Banner Blindness. Old and New Findings, unter: <http://www.nngroup.com/articles/banner-blindness-old-and-new-findings/> (abgerufen am: 26.01.2015).
- Nielsen**, Jacob; Loranger, Hoa: Web Usability. München [u.a.] 2008.
- Plassmann**, Engelbert; Rösch, Hermann; Seefeldt, Jürgen; Umlauf, Konrad [Hrsg.]: Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland. Eine Einführung. Wiesbaden 2011.
- Schweibenz**, Werner: Grundlagen des Usability-Engineerings - Aspekte der Evaluation von Benutzerfreundlichkeit von Bibliothekswebsites. In: Bekavac, Bernard [Hrsg.]: Benutzerorientierte Bibliotheken im Web. Usability-Methoden, Umsetzung und Trends. Berlin [u.a.]2011. S. 9-30.
- Soyan**, Robert [Hrsg.]: Management von Webprojekten. Berlin 2007.
- Webauftritt der Infopark AG**, unter: <https://www.infopark.de/produkte/CMS-Fiona> (abgerufen am: 26.01.2015).