



Internetprojekt (Studiennavigator)

Bericht über die Ergebnisse der Online-Befragung zu den HNEE-Webseiten im Oktober 2011

von
Anke Kayser und Marta Bojkovska-Langer

8. Dezember 2011

1. Zusammenfassung	3
2. Internetprojekt (Studiennavigator)	4
3. Online-Befragung	5
4. Auswertung	7
4.1 Statistische Informationen	7
4.2 Nutzerverhalten auf den Webseiten der HNE Eberswalde	12
4.3 Bewertung des gesamten Internetauftritts der HNEE	21
4.4 Bewertung der inhaltlichen Aspekte auf den Webseiten der HNEE	27
4.5 Bewertung ausgewählter Online-Aspekte auf den Webseiten der HNEE	46
4.6 Ideen und Vorschläge für die HNEE-Webseiten	65
4.7 Beispiele von Webseiten anderer (Ausbildungs-)Einrichtungen	66
4.9 Bewertung der Befragung	67
Abbildungsverzeichnis	68

1. Zusammenfassung

Der Rücklauf der Befragung zu den HNEE-Webseiten im Rahmen des Internetprojektes (Studiennavigator) hat Wichtigkeit und Aktualität des Themas bestätigt: Insgesamt 613 Eingeladene haben teilgenommen und 454 davon haben alle Fragen beantwortet. Die meisten vollständigen Rückmeldungen (74%) stammen von (ehemaligen) Angehörigen der HNEE. Die Befragung haben außerdem 141 Schüler/-innen von Brandenburger Oberschulen vollständig absolviert. Das sind 31% der Teilnehmenden. Weitere Antworten kamen von Partnern der HNEE und Nutzern der Facebook-Seite. Fast 19% der teilnehmenden Hochschulangehörigen pflegen Inhalte in die Webseiten ein.

Insgesamt vergeben die Teilnehmenden der Befragung auf einer Skala von 1 „schlecht“ bis 11 „sehr gut“ die Note 7 für den gesamten Internetauftritt der HNEE. Mehr als die Hälfte der Befragten (58%) würde den Internetauftritt der Hochschule weiterempfehlen. Mit den Webseiten zur allgemeinen Studienberatung und über den eigenen Studiengang sind die relevanten Zielgruppen eher zufrieden (Note 7). Die Zufriedenheit der Beschäftigten mit den Webseiten der eigenen Abteilung bzw. des Fachbereichs sowie der Mitarbeiterseiten ist etwas geringer (Note 6).

Die Befragten finden den Internetauftritt der Hochschule gestalterisch einheitlich und passend zum Image der HNEE. Die optimale Ladezeit der Webseiten haben die Teilnehmenden als eher gut bewertet, mit Ausnahme der Eignung für Mobilgeräte. Die Online-Angebote der HNEE sind über Suchmaschinen gut auffindbar. Die Auffindbarkeit der Inhalte auf den Seiten, insbesondere auch von der Startseite aus, wird als eher schwierig eingeschätzt. Die Personensuche auf den Webseiten wird als hilfreich, die Suchfunktion hingegen als eher impraktikabel beschrieben. Online-Texte finden die Befragten meistens fehlerfrei und stilistisch gut formuliert, aber nicht aktuell. Den Einsatz von Multimedia auf den HNEE-Webseiten bewerten die Teilnehmenden als eher sparsam. Die verwendeten Bilder finden sie eher hochwertig, die Auswahl jedoch mäßig geeignet. Es könnten tendenziell mehr Bilder integriert werden. Die Befragten kritisieren hauptsächlich die Übersichtlichkeit der HNEE-Webseiten. Sie wünschen sich mehr Struktur, bessere Navigation, aktuelle Informationen oder, ganz allgemein, einen benutzerfreundlichen Internetauftritt.

Von den Online-Angeboten der HNEE (Webseiten, Webmail, ILIAS, Facebook, Infoseite, YouTube, Hochschulforum) nutzen die Befragten am häufigsten Webmail (63% mehrmals pro Woche), die Webseiten allgemein (34% mehrmals pro Woche) sowie die eLearning Plattform ILIAS (27% mehrmals pro Woche) und den Veranstaltungskalender (15% mehrmals pro Woche). Am nützlichsten finden die Befragten die Webmail-Funktion. Das Hochschulforum dagegen wird als wenig hilfreich bewertet.

Alle Befragten konnten insgesamt 31 vorgegebene Themenblöcke nach deren Relevanz und Nützlichkeit bewerten. Für die befragten Schüler sind folgende fünf Themenbereiche am relevantesten: Studienangebot und Studieninhalte; Studentenleben und studentische Initiativen; Startseite; Zulassungsvoraussetzungen, Bewerbung und Studienberatung sowie Studienorganisation und -abläufe. Die Inhalte Studienangebot, Studentenleben, Studienorganisation und Startseite hat diese Zielgruppe gleichzeitig als besonders nützlich bewertet. Zusätzlich findet sie die Informationen zu Finanzierungsmöglichkeiten und Stipendien nützlicher als die anderen Themen.

Die Studierenden der HNEE finden die Inhalte Studien- und Prüfungsordnung; Studienangebot und Studieninhalte; den Download-Bereich; die Bibliothek sowie Studienorganisation und -abläufe am relevantesten. Die Rangfolge der besonders nützlichen Informationen ist wie folgt: Studien- und Prüfungsordnung; Studienangebot; Bibliothek; Downloadbereich und Studienorganisation.

Die Mitarbeiter/-innen schätzen Download-Bereich; Gestaltungsvorlagen; Infoseite (Veranstaltungskalender); Informationen zu Professoren, Dozenten und Mitarbeitern sowie die Forschungsprojekte als besonders relevant ein. Die Rangfolge besonders nützlicher Informationen ist wie folgt: Infoseite (Veranstaltungskalender); Download-Bereich; Bibliothek; Informationen zu Professoren, Dozenten und Multiplikatoren sowie Forschungsprojekte.

Alle Befragten vermissen mehr Informationen (z. B. Stundenpläne, aber auch Informationen über die Studiengänge, zu EMMA, über Dozenten sowie zu Eberswalde). Der Wunsch nach mehr Übersichtlichkeit und Aktualität des Internetauftritts der Hochschule wurde noch einmal zum Ausdruck gebracht.

2. Internetprojekt (Studiennavigator)

Seit Januar 2011 läuft an der HNE Eberswalde das Internetprojekt (Studiennavigator) zur Verbesserung des Internetauftritts der Hochschule. Das Hauptziel des Projektes ist es, die Seiten für Studieninteressierte grundlegend zu überarbeiten und diese unter einem zentralen Eingangsbereich „Studiennavigator“ systematisch zu verknüpfen. Um dieses Ziel zu erreichen, sollen einzelne Bausteine auf unseren Webseiten angepasst werden, die zur Optimierung des gesamten HNE-Webauftritts beitragen können. Zur Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit gehört ein ansprechendes Layout genauso wie eine verbesserte Navigation. Downloadbereich, FAQ (häufig gestellte Fragen), virtueller Hochschulrundgang, interaktive Karten und vieles mehr sollen online zur Verfügung stehen.

Um den Status quo zu ermitteln, wurde das bisherige Nutzerverhalten analysiert. Die Informationen aus der Analyse der HNEE-Seiten sind Grundlage für eine Anpassung des Content Management Systems Cabacos. Am 22. September 2011 fand ein Workshop für alle Webredakteure statt, der gemeinsame Schnittstellen und den Änderungsbedarf ermittelte. Im Oktober 2011 wurde die vorliegende Online-Befragung unter den Hauptnutzern der HNE-Webseiten durchgeführt, deren Ergebnisse die gewonnenen Kenntnisse der Analyse und des Workshops ergänzen bzw. vervollständigen.

Parallel zu den Vorarbeiten wurden im Rahmen des Internetprojektes konkrete Maßnahmen online umgesetzt. Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit erfolgte die Eingliederung des Doppelmenüs im Kopfbereich. Der Ordner Schnellzugriffe befindet sich nun in der Hauptmenüleiste neben dem Reiter Service. Das HNEE-Logo ist ab sofort mit der Startseite verlinkt. Doppelverlinkungen in der Fußleiste wurden entfernt bzw. zusammengefasst. Der Menüpunkt „Aktuelles“ wurde im Herbst 2011 neu strukturiert. Seit September 2011 steht eine neue Bildergalerie zur Verfügung, die verschiedene Darstellungsformen von Bildern auf den Webseiten ermöglicht. Ein Aufräumtool, mit dem jede/r Webredakteur/in seine Seiten auf Aktualität und tote Links prüfen kann, befindet sich derzeit in der Testphase. Das Kartenmaterial für Anreise und Orientierung wird ab Dezember 2011 vereinheitlicht. Zur Optimierung der Suchfunktion erfolgt seit September 2011 übergangsweise eine Umleitung auf Google (interne Seitensuche) mit einer deutlich verbesserten Trefferquote.

Die Hochschule hat seit Mai 2011 einen offiziellen Facebook-Auftritt: www.facebook.com/HNE.Eberswalde. Ein RSS-Feed ist eingerichtet, mit dem Inhalte der Webseiten exportiert werden können, zum Beispiel auf Mobilfunkgeräte oder Social Media-Plattformen wie Facebook.

Seit Oktober 2011 wird an der Einrichtung und den Zugriffsrechten für die internen Seiten gearbeitet. Hier steht noch eine Umstrukturierung aus. Derzeit wird das Bildarchiv der HNEE-Öffentlichkeitsarbeit systematisiert. Das sortierte Archiv soll ab Januar 2012 für alle Hochschulangehörigen verfügbar sein. Der Workshop „Texten im Internet“ am 20. Oktober 2011 schulte Webredakteure im Schreiben für Webseiten. Ab Dezember 2011 sollen alle HNEE-Webredakteure einen regelmäßigen Newsletter zu den Neuerungen rund um die Webseiten erhalten.

Für einen Cabacos-Workshop mit Frank Dühnelt (IT-direkt) und Andreas Bonadt (HNEE/IT Servicezentrum) am 13. Dezember 2011 werden derzeit Fehler des Content Management Systems gesammelt. Der Workshop ist offen für alle HNEE-Webredakteure. Der Fahrplan mit den Meilensteinen für 2012 und 2013 wird bei dieser Veranstaltung vorgestellt.

Vorüberlegungen und Vorgespräche zum Portal für Studieninteressierte, dem Kernstück des Projekts Studiennavigator, sind im Herbst 2011 erfolgt. Die nächsten Schritte im Projekt sind die Konzipierung der nötigen Strukturänderung für die HNEE-Internetpräsenz und des Portals.

Das Internetprojekt läuft bis zum 31. Dezember 2013 und wird aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg (Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur) finanziert. Anke Kayser (Anke.Kayser@hnee.de) koordiniert das Projekt, das im Bereich Hochschulkommunikation angesiedelt ist. Die Durchführung des Projektes erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem IT-Servicezentrum der Hochschule und der Hochschulkommunikation.

3. Online-Befragung

Um die Wünsche und Bedürfnisse der User der HNE-Webseiten konkret zu erfassen, wurde vom 30. September bis zum 14. Oktober 2011 eine Online-Befragung durchgeführt. Befragt wurden Studieninteressierte, Hochschulangehörige, Alumni sowie Unternehmenspartner, die unsere Webseiten in 30 Fragenblöcken¹ in Hinblick auf unterschiedliche Aspekte, wie Nutzerverhalten, Nutzerfreundlichkeit, Navigation etc. bewerten konnten.

Die Befragung wurde mit dem Online-Erhebungstool questfox (www.questfox.com) umgesetzt. Um den Rücklauf zu erhöhen, wurden Regeln programmiert, die den Ablauf der Umfrage bzw. die Anzahl der Fragen anhand der persönlichen Antworten der Teilnehmer gesteuert haben. Nur die Antworten auf die Master-Fragen (d.h. auf die Fragen, die bestimmten, ob weitere relevante Fragen angezeigt werden sollten) waren obligatorisch. Am Ende der Befragung konnte jeder Teilnehmer den BefragungslinK auf Facebook posten, um somit eventuell seine Facebook-Freunde für die Teilnahme an der Befragung zu motivieren.



Abb. 1: Beispiel des Layouts der Online-Befragung

Die BefragungslinKs wurden von insgesamt 613 angesprochenen potenziellen Teilnehmern abgerufen, 454 davon, d.h. 74% aller Nutzer, haben alle Fragen vollständig beantwortet (vgl. Abb. 2). Die Letzteren haben im Durchschnitt 12 Minuten und 31 Sekunden für den Online-Fragebogen benötigt.

Für jede festgestellte Zielgruppe wurde ein Link generiert, der die anonyme Teilnahme an der Befragung ermöglicht und den Vergleich der Ergebnisse bei der Auswertung erleichtert hat. Die Ergebnisse der Befragung geben die Meinung eher jüngerer Nutzer der HNEE-Webseiten wieder, da die Befragten im Durchschnitt knapp 26 Jahre alt sind (n=454).

Um die Meinung der Studieninteressierten zu erfahren, wurden 185 Schüler/-innen von Brandenburger Oberschulen befragt. Das durchschnittliche Alter der 141 Schüler, die die Befragung vollständig mitgemacht haben, war 20 Jahre.

Zusätzliche BefragungslinKs wurden auf unserer Startseite bzw. Infoseite sowie auf unserer Facebook-Seite gepostet, damit jeder Besucher der HNEE-Webseiten in dem genannten Zeitraum seine Meinung zu unserem

¹ Ein Frageblock in der Anwendung questfox kann mehr als eine Frage beinhalten. Die Fragen, die in einem Frageblock vorkommen, können von unterschiedlichen Fragentypen sein: offene Frage, Auswahlfrage, Matrix-Frage, semantisch-differentiale Frage, Frage mit Mehrfachnennungen, Preisanalyse-Frage mit dem Price Sensitivity Meter. Mehr Informationen gibt es unter www.questfox.com. Beim Programmieren wird angestrebt, dass die verwendeten Fragen möglichst auf einem Bildschirm angezeigt werden und dass der Teilnehmer nicht unbedingt scrollen muss, um mit der Befragung weiter zu kommen.

Webaufritt abgeben konnte. Die Teilnehmer, die diesen Link verwendet haben (n=13, Link-Quelle: Startseite/ Infoseite und n=5, Link-Quelle: Facebook), sind zwischen 23 und 28 Jahre alt.

Die Hochschulangehörigen – Studierende, Mitarbeiter/-innen und Alumni – sowie die Unternehmenspartner der HNE Eberswalde wurden am 30. September 2011 per E-Mail zur Teilnahme an der Befragung eingeladen. Am 10. Oktober 2011 wurden diese Zielgruppen noch einmal per E-Mail an die Befragung erinnert. An der Befragung teilnehmende Studierende (n=209) waren im Durchschnitt 25 Jahre alt, die Mitarbeiter (n=65) 39 Jahre und die Alumni (n=20) 32 Jahre.

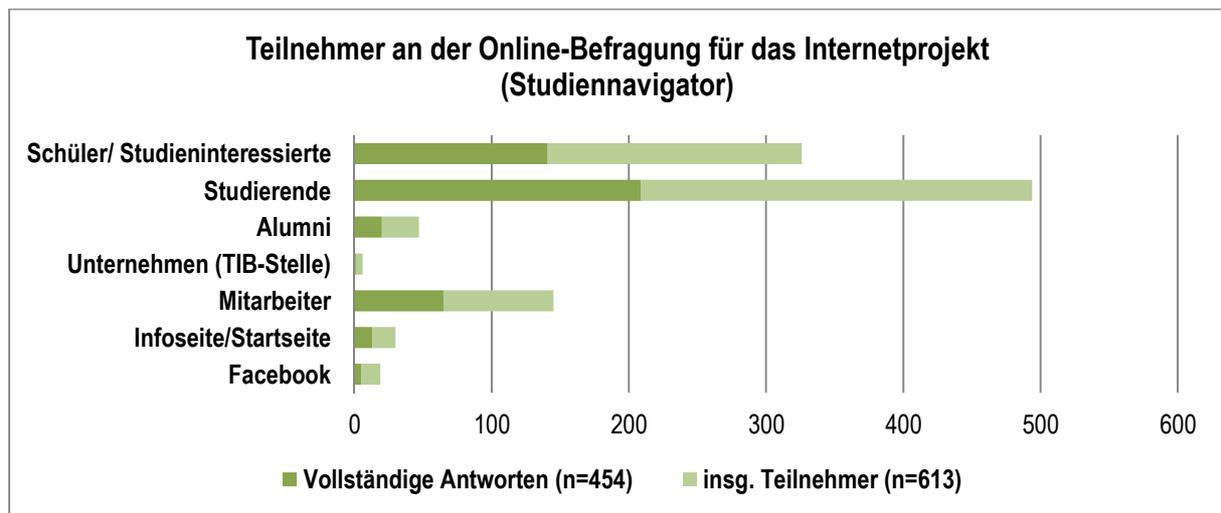


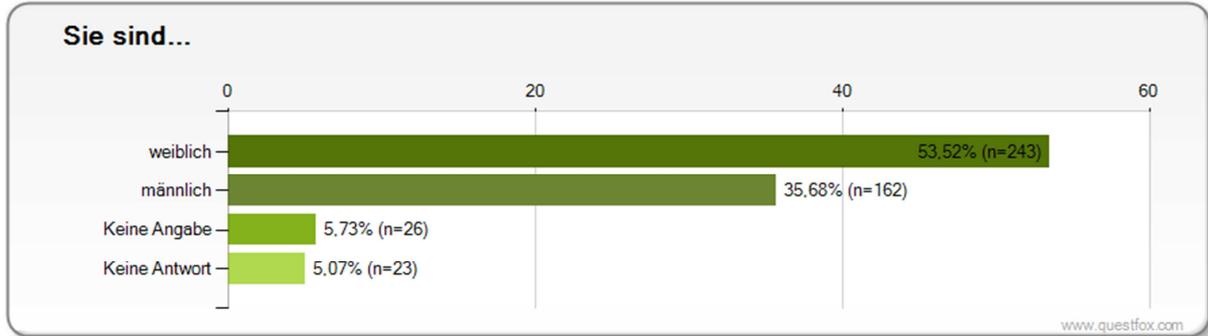
Abb. 2: Teilnehmer an der Online-Befragung für das Internetprojekt (Studiennavigator)

In der Auswertung (vgl. Kapitel 3) werden nur die vollständigen Antworten (n=454) berücksichtigt. Die für jede Frage gewonnenen Ergebnisse werden stets gesammelt wiedergegeben – einmal für alle Teilnehmer und zusätzlich im Vergleich nach Zielgruppen – so dass ein Rückschluss auf einzelne Personen nicht möglich ist. In der Auswertung sind die Fragen thematisch sortiert, d.h. die Reihenfolge entspricht nicht dem Online-Fragebogen. Die Nennungen bei den offenen Fragen werden bereinigt und stets mithilfe des kostenlosen Online-Tools Wordle (www.wordle.net) für alle Zielgruppen gesamt interpretiert. Die Fragenformulierungen werden als Titel für die Unterkapitel verwendet.

4. Auswertung

4.1 Statistische Informationen

4.1.1 Sind Sie weiblich oder männlich?



(n=454, alle vollständigen Antworten)

Abb. 3: Gesamtbeteiligung an der Befragung nach Geschlecht

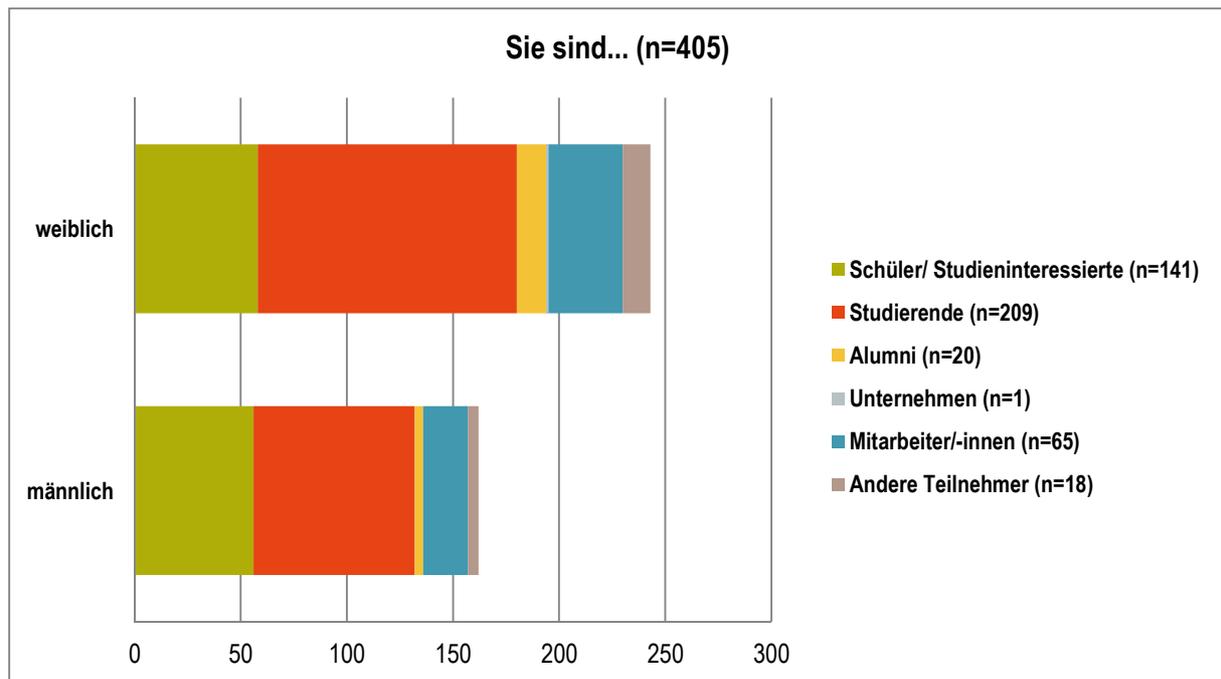
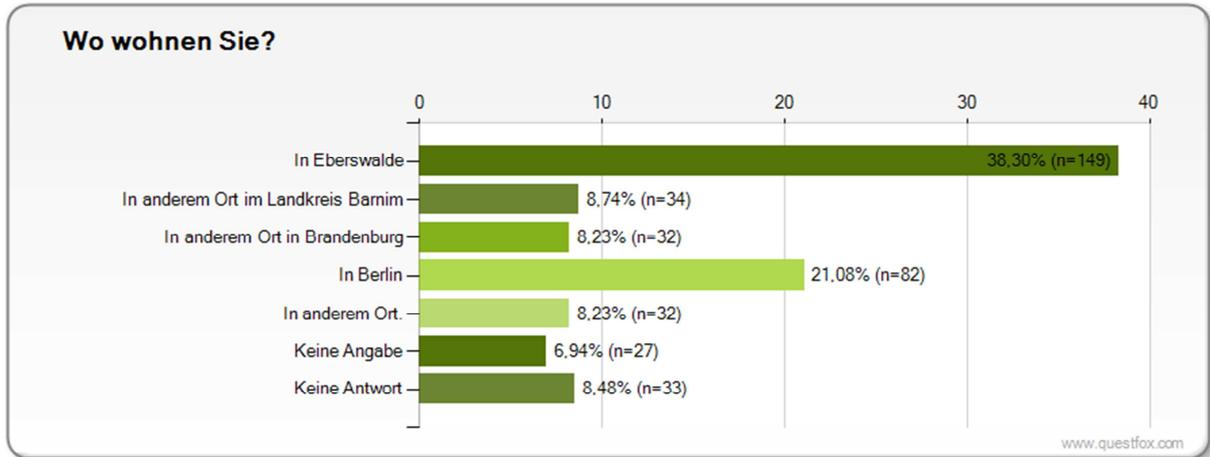


Abb. 4: Benchmarking der Zielgruppen: Beteiligung an der Befragung nach Geschlecht

4.1.2 Wo wohnen Sie?



(n=454, alle vollständigen Antworten)

Abb. 5: Wohnort aller Teilnehmer während der Befragung

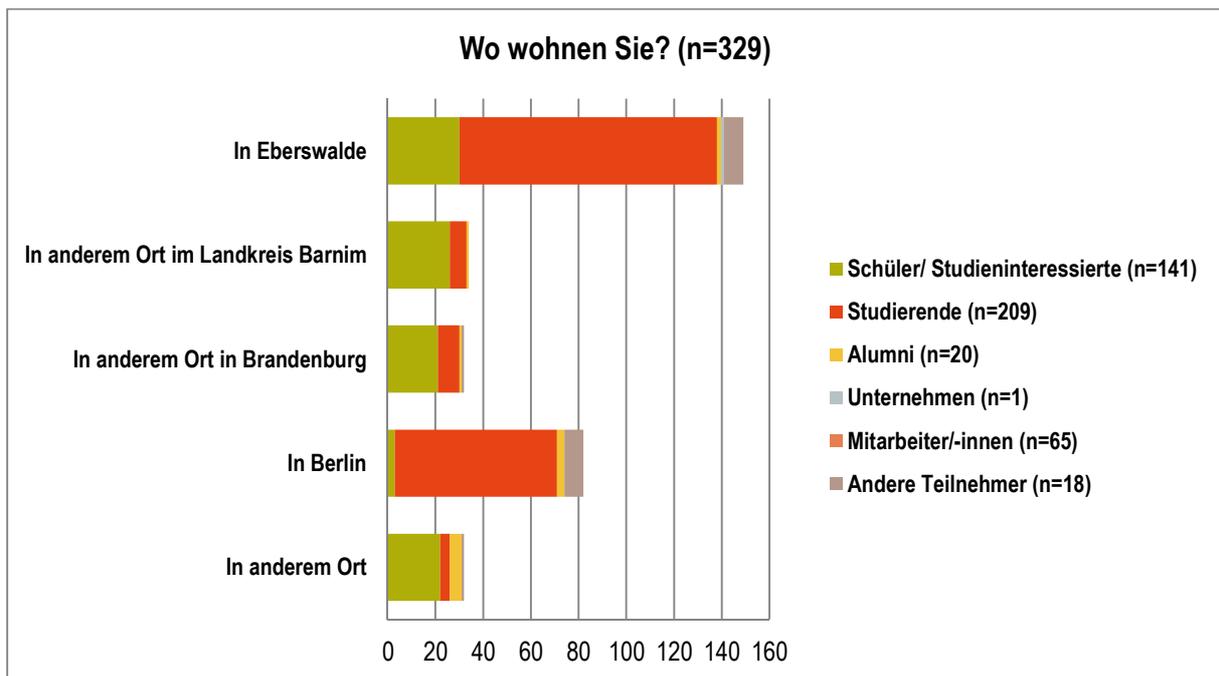
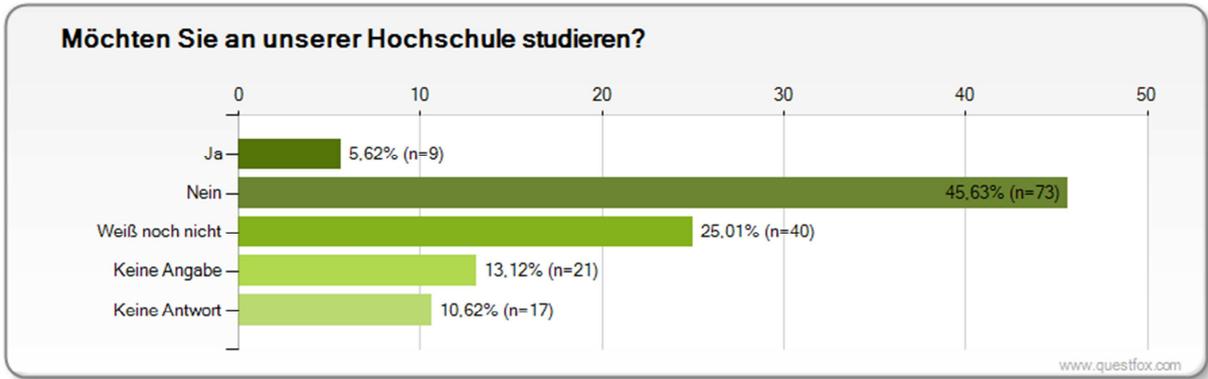


Abb. 6: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Wohnort während der Befragung

4.1.3 Möchten Sie an unserer Hochschule studieren?



(n=454, alle vollständigen Antworten)

Abb. 7: Die Hochschule als gewünschter StudienStandort

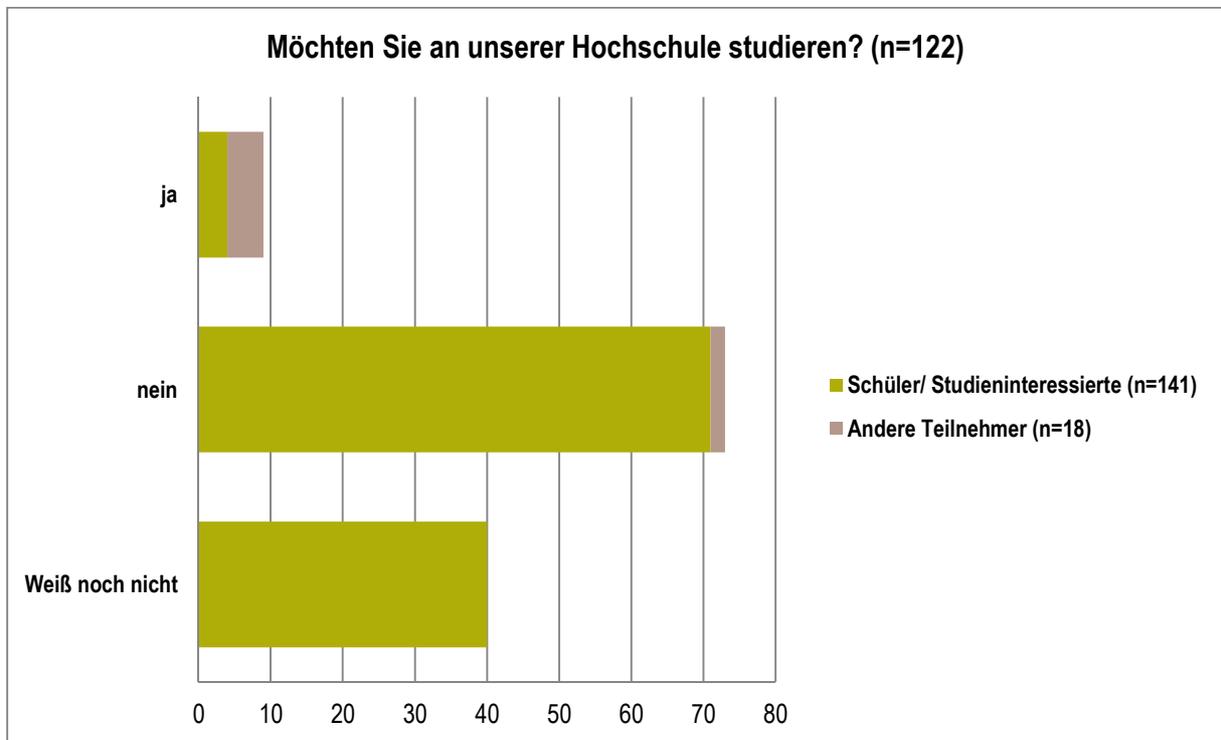


Abb. 8: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Die Hochschule als gewünschter Studien-Standort

4.1.4 Sind Sie Bachelor- oder Master-Student?

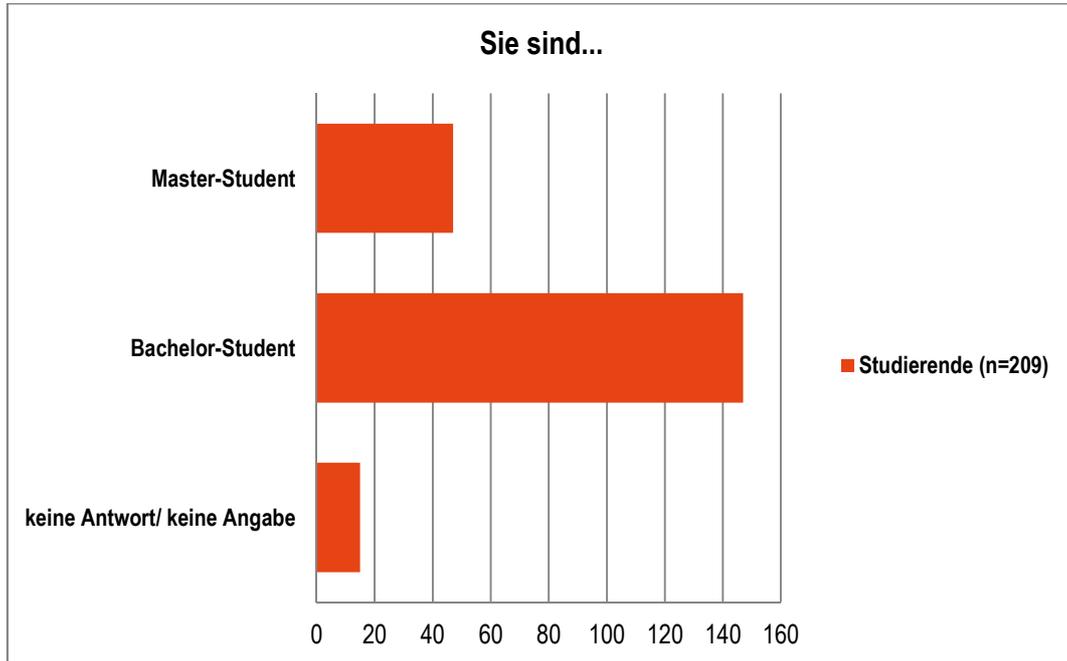


Abb. 9: Beteiligung der Bachelor- und Master-Studierenden an der Online-Befragung

4.1.5 Wie lange studieren Sie bzw. haben Sie insgesamt an unserer Hochschule studiert?

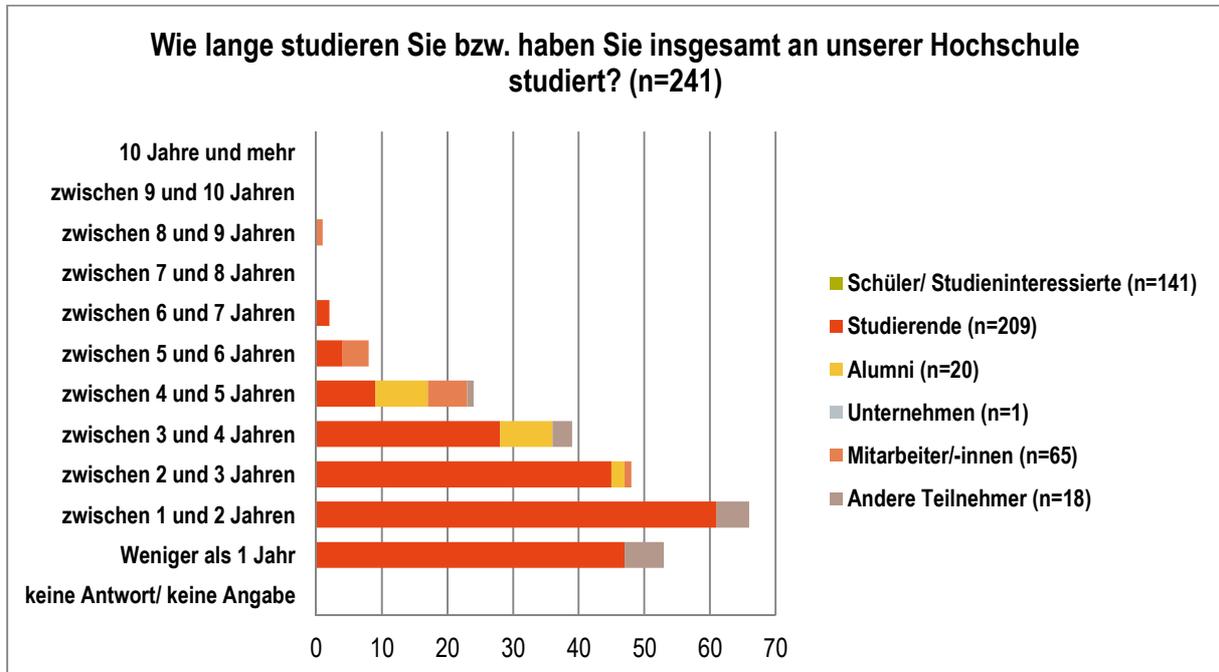


Abb. 10: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Dauer des Studiums an der HNE Eberswalde

4.1.6 Wie lange arbeiten Sie bereits an der HNE Eberswalde?

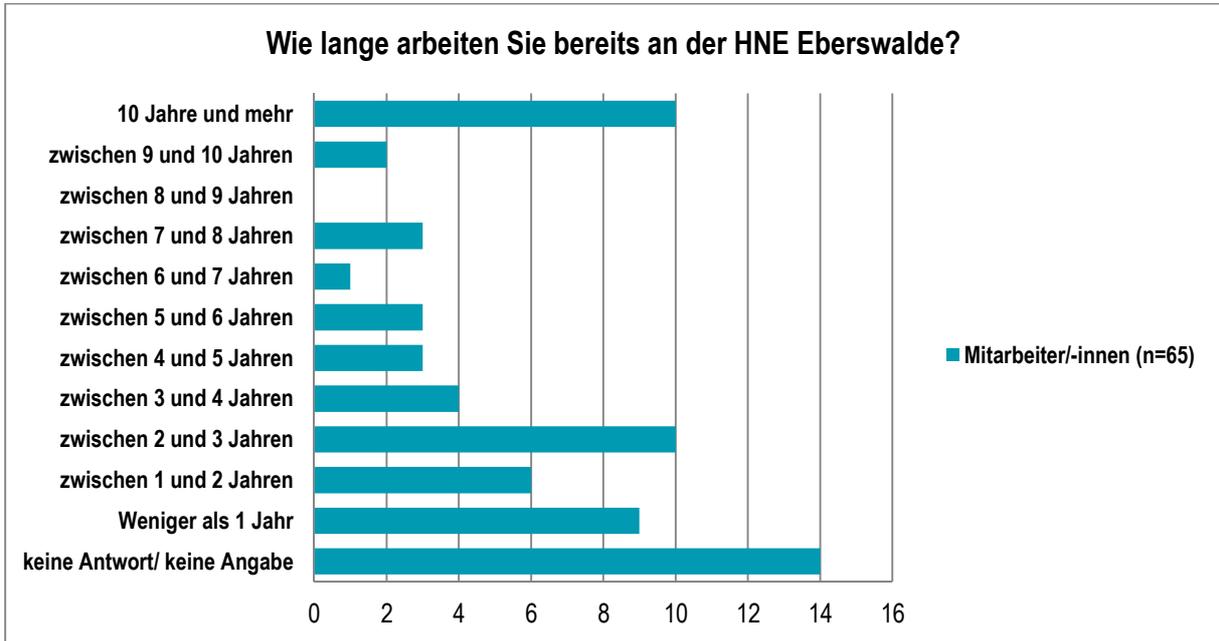


Abb. 11: Dauer des Arbeitsverhältnisses der Mitarbeiter der HNE Eberswalde, die an der Online-Befragung teilgenommen haben

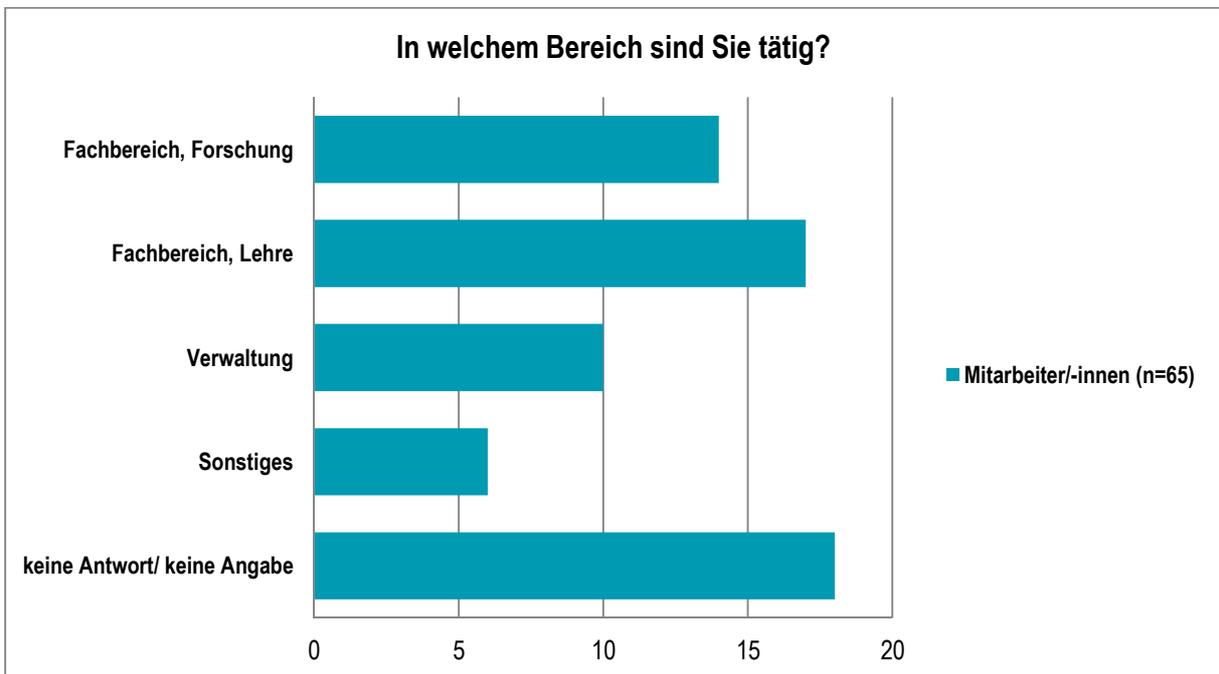
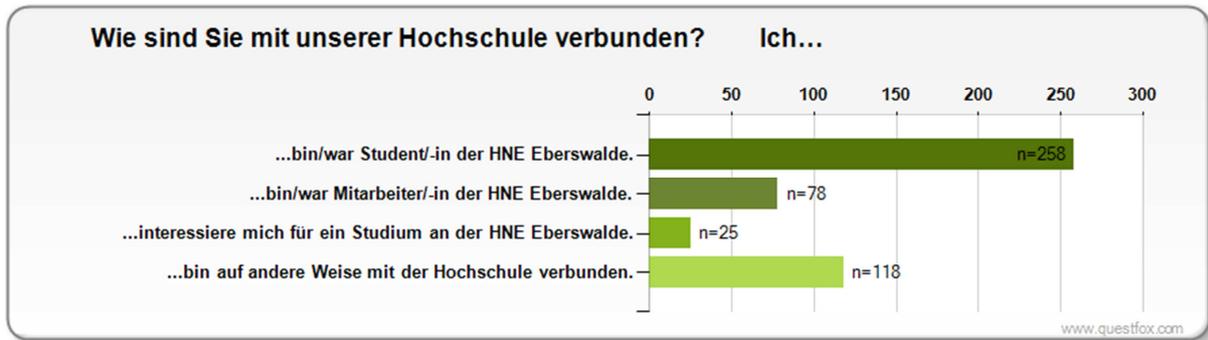


Abb. 12: Abteilung der Mitarbeiter der HNE Eberswalde, die an der Online-Befragung teilgenommen haben

4.2 Nutzerverhalten auf den Webseiten der HNE Eberswalde

4.2.6 Wie sind Sie mit unserer Hochschule verbunden? Ich...



(n=454, alle vollständigen Antworten)

Abb. 13: Beziehung zu der HNE Eberswalde

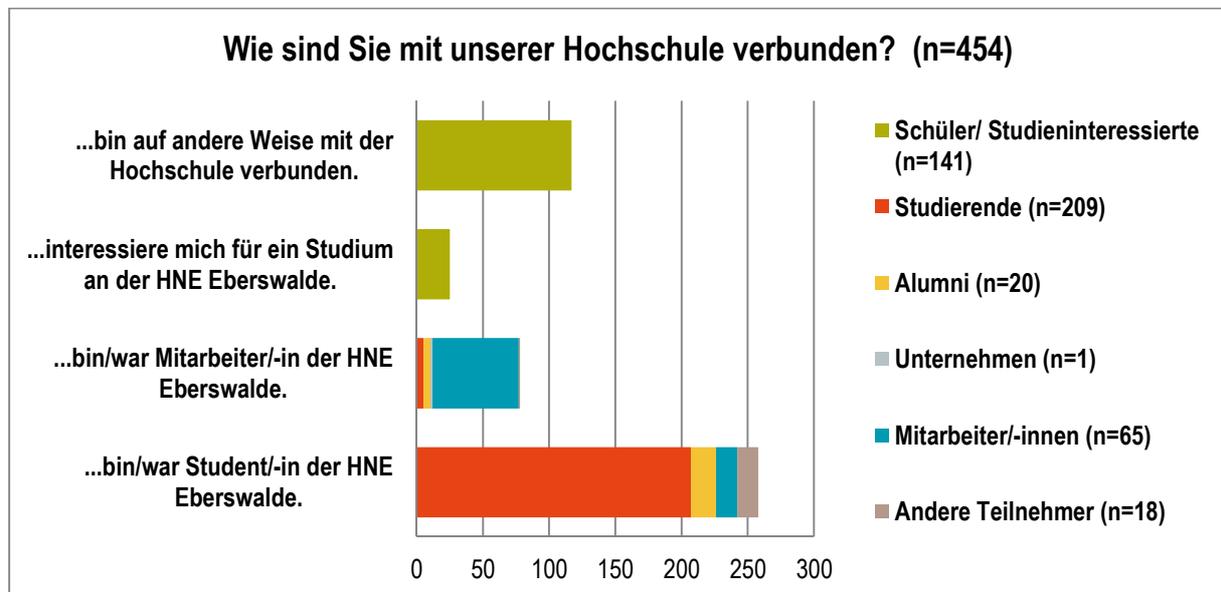


Abb. 14: Benchmarking der Zielgruppen: Beziehung zu der HNE Eberswalde

4.2.2 Wie oft nutzen Sie folgende Online-Angebote der HNE Eberswalde?

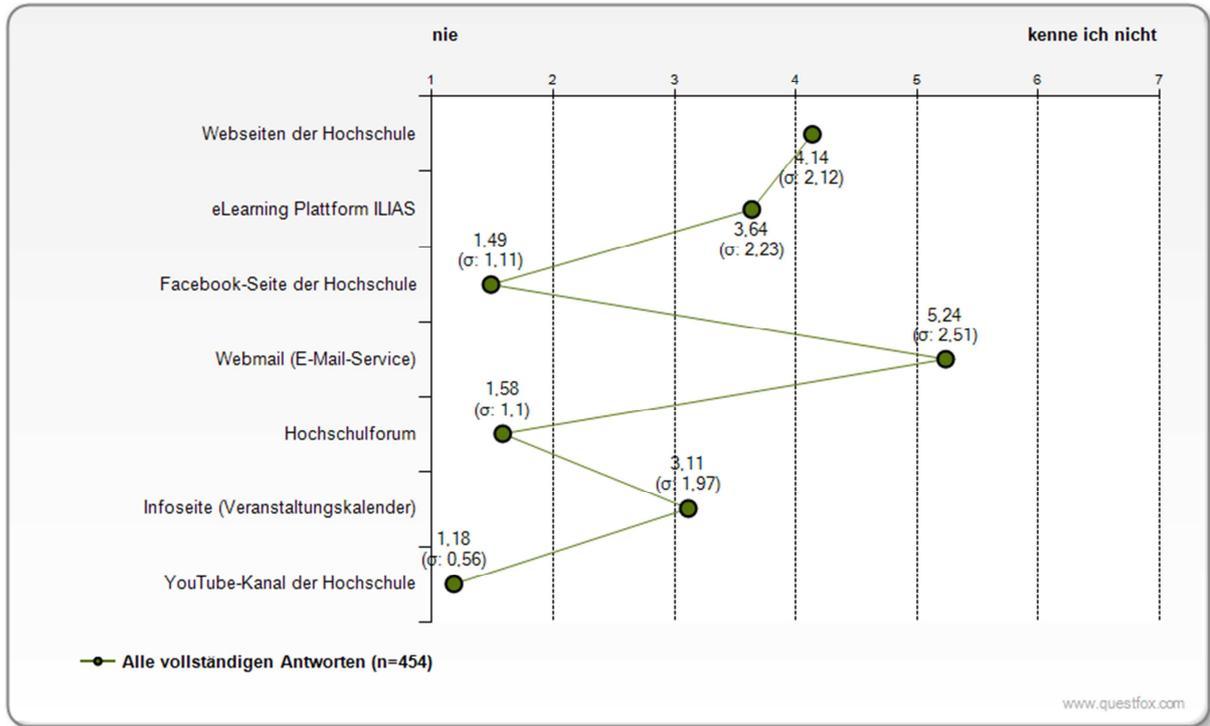


Abb. 15: Nutzung der Online-Angebote der HNE Eberswalde

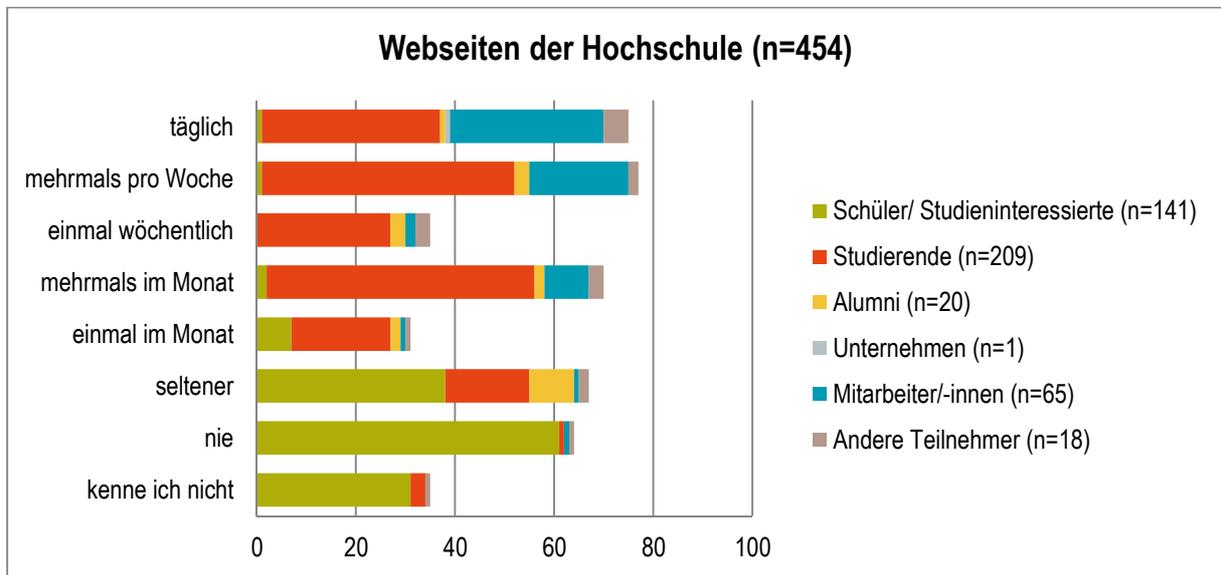


Abb. 16: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der Webseiten der HNE Eberswalde

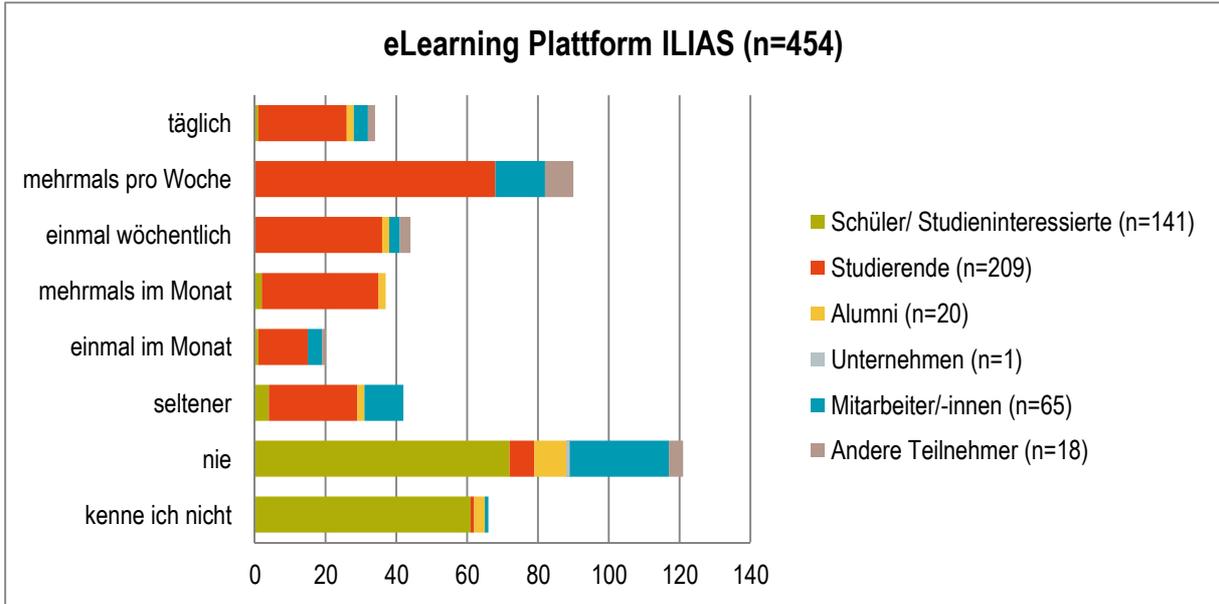


Abb. 17: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der eLearning-Plattform ILIAS

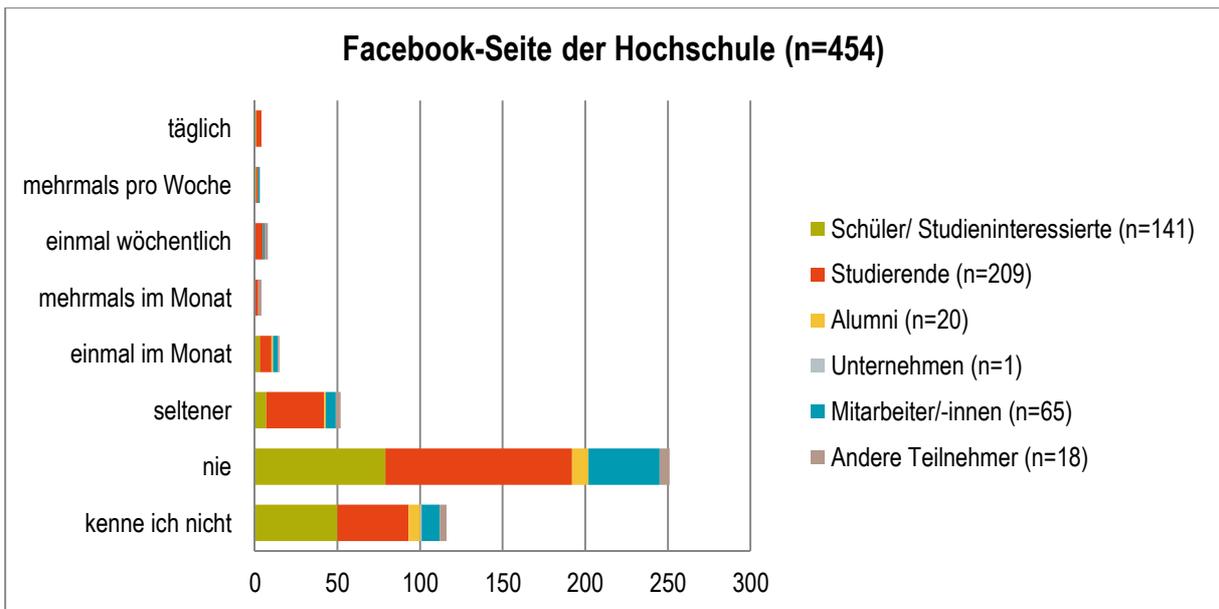


Abb. 18: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der Facebook-Seite der HNE Eberswalde

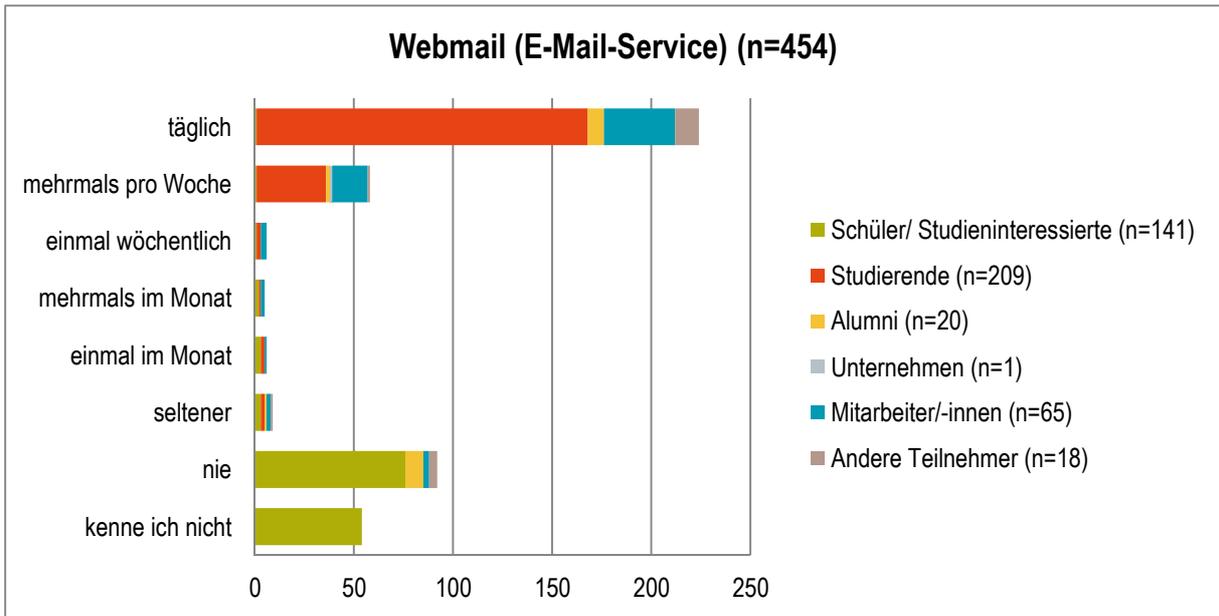


Abb. 19: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der Webmail (des E-Mail-Services) der HNE Eberswalde

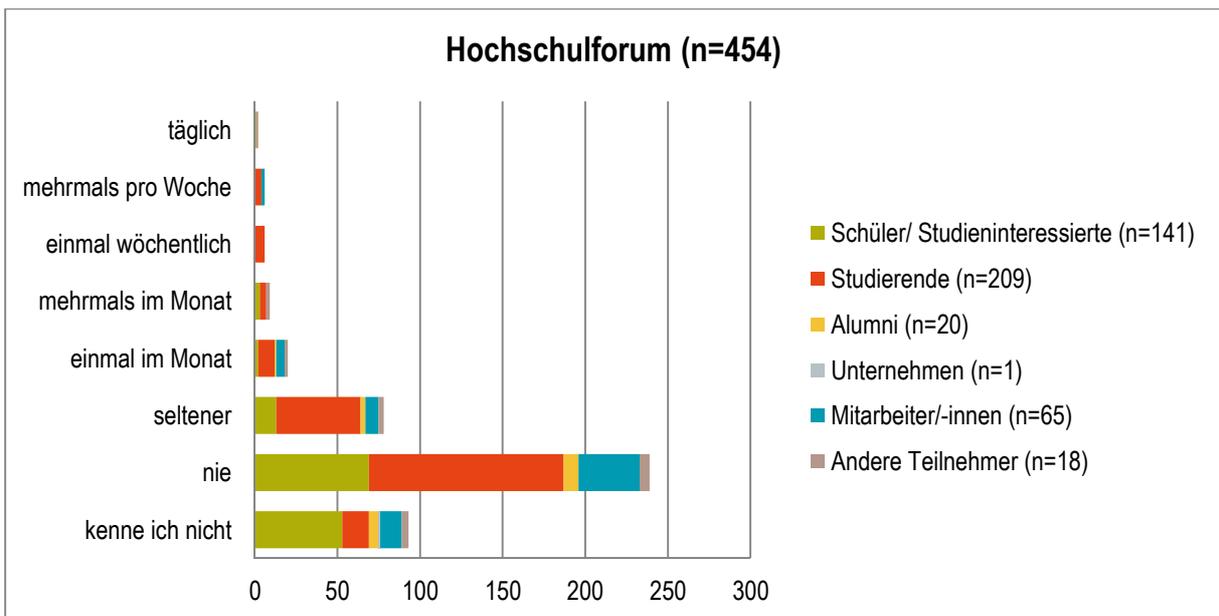


Abb. 20: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung des Hochschulforums der HNE Eberswalde

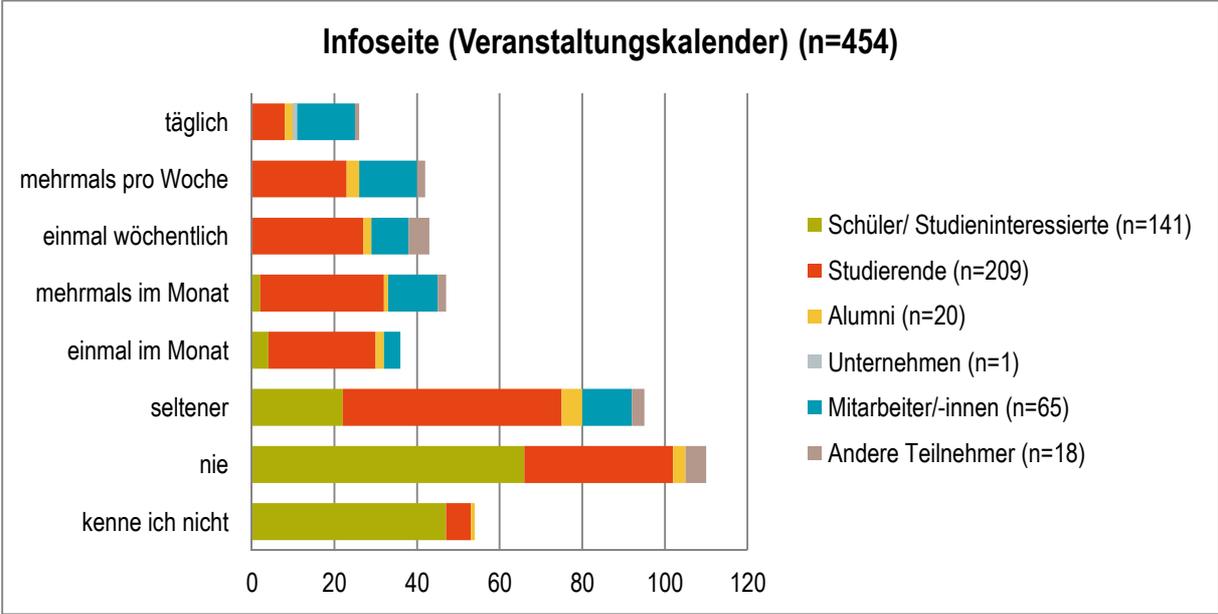


Abb. 21: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der Infoseite (des Veranstaltungskalenders) der HNE Eberswalde

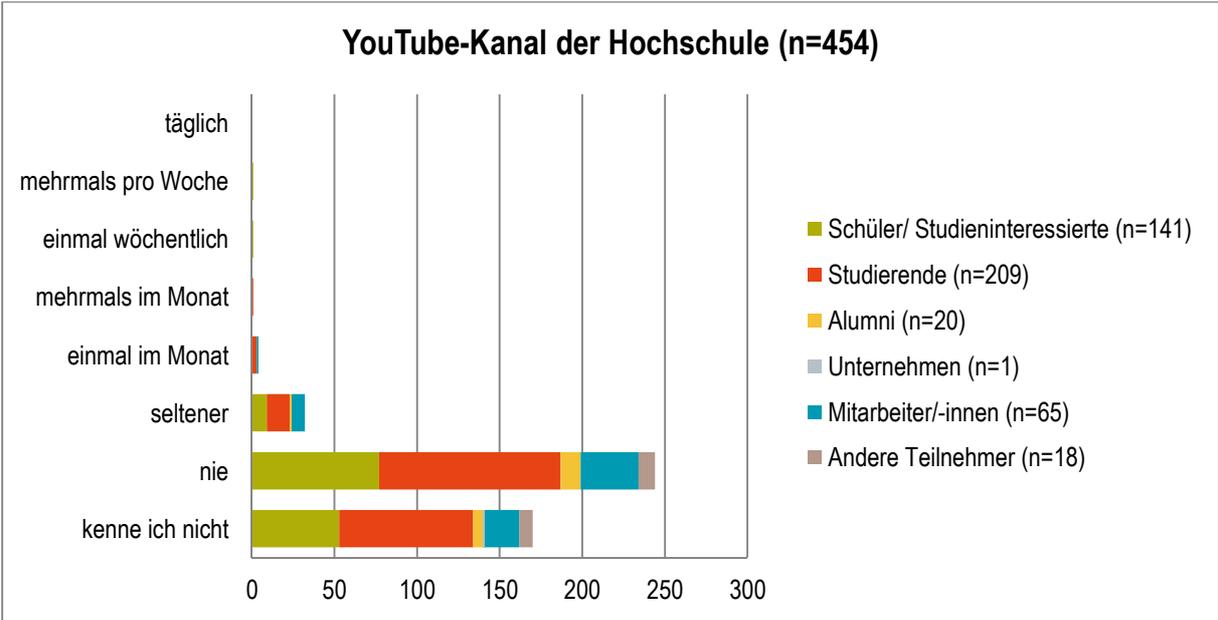
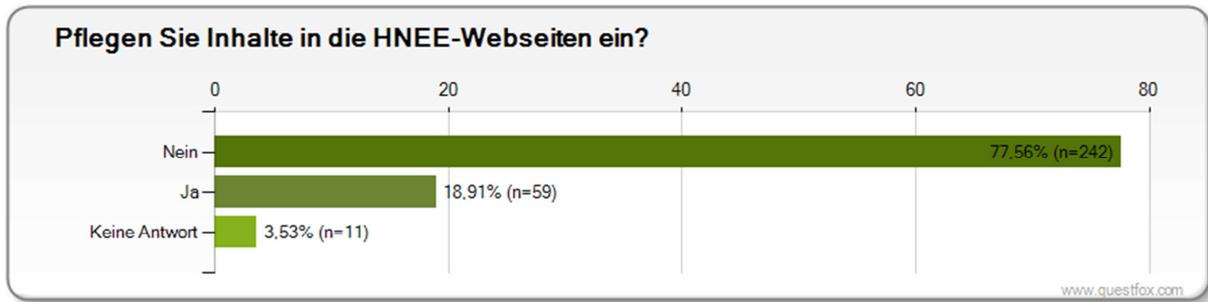


Abb. 22: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung des YouTube-Kanals der HNE Eberswalde

4.2.3 Pflegen Sie Inhalte in die HNEE-Webseiten ein?



(n=454, alle vollständigen Antworten)

Abb. 23: Die Teilnehmer an der Online-Befragung als Webredakteure

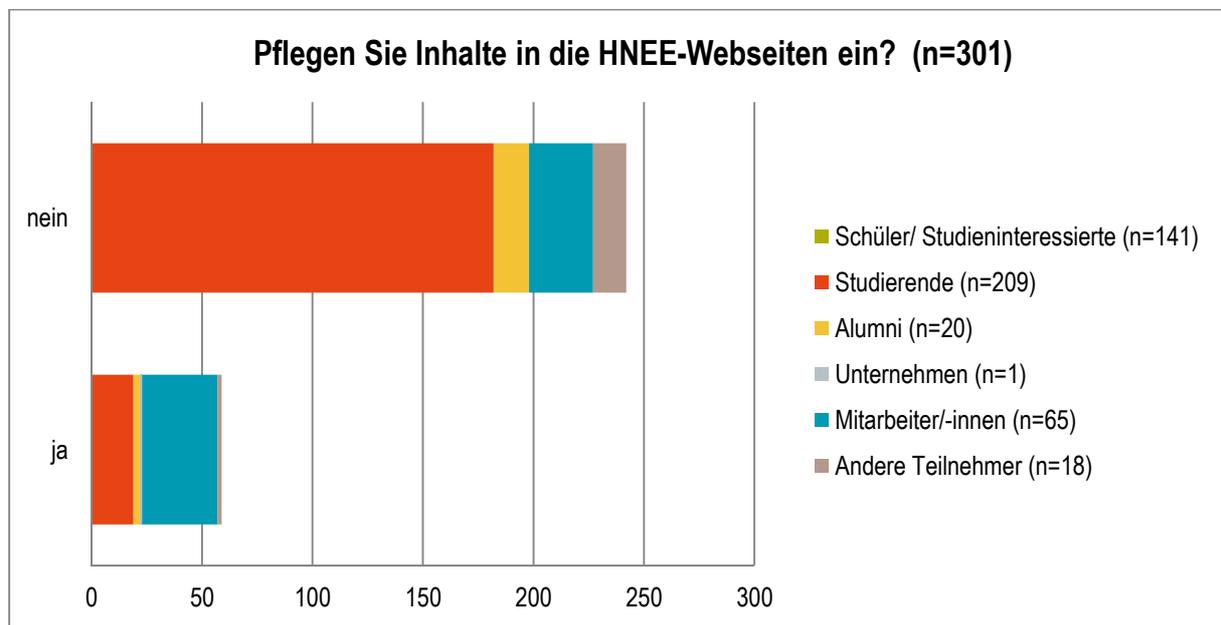


Abb. 24: Benchmarking der Zielgruppen: die Teilnehmer an der Online-Befragung als Webredakteure

4.2.4 Was ist Ihnen allgemein am wichtigsten, wenn Sie Webseiten im Internet besuchen?

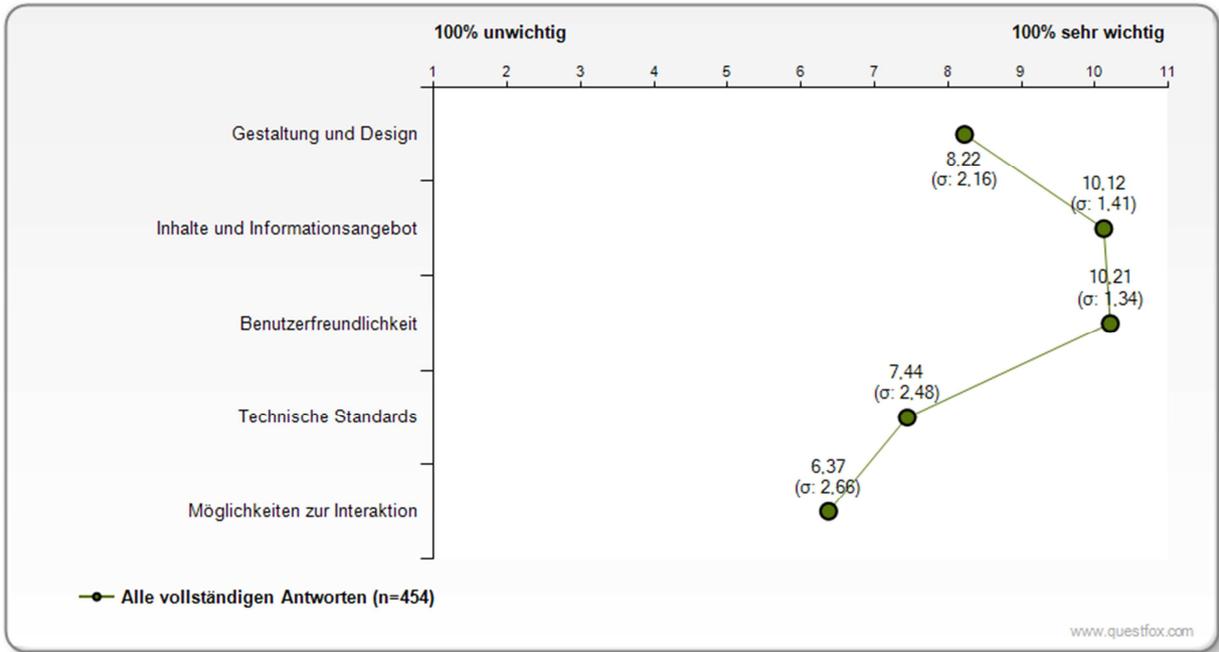


Abb. 25: Bewertung der Wichtigkeit ausgewählter Online-Aspekte

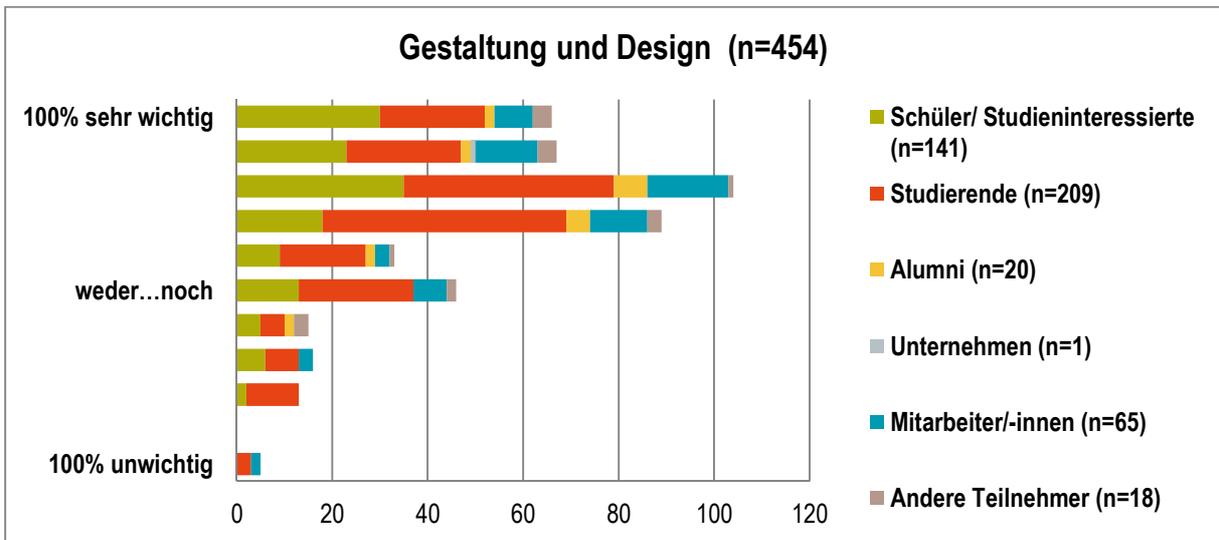


Abb. 26: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Gestaltung und Design“

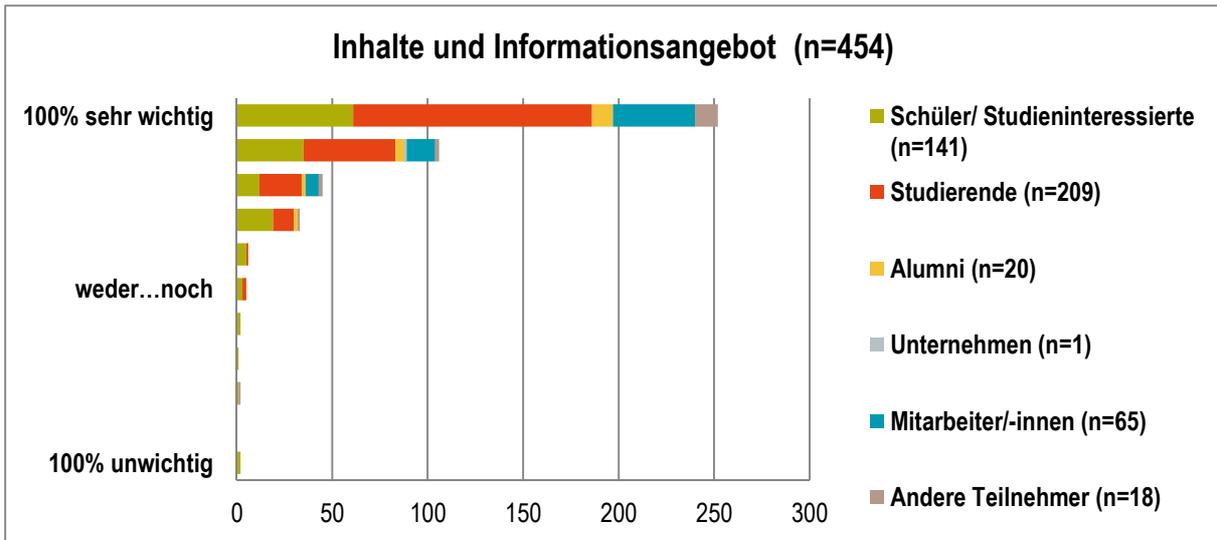


Abb. 27: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Inhalte und Informationsangebot“

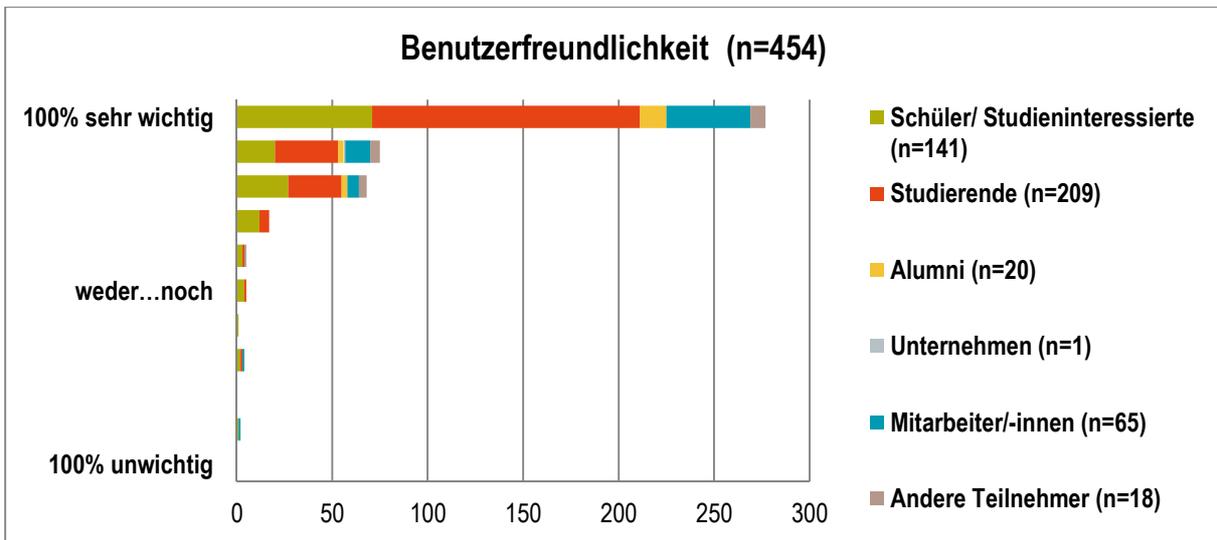


Abb. 28: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Benutzerfreundlichkeit“

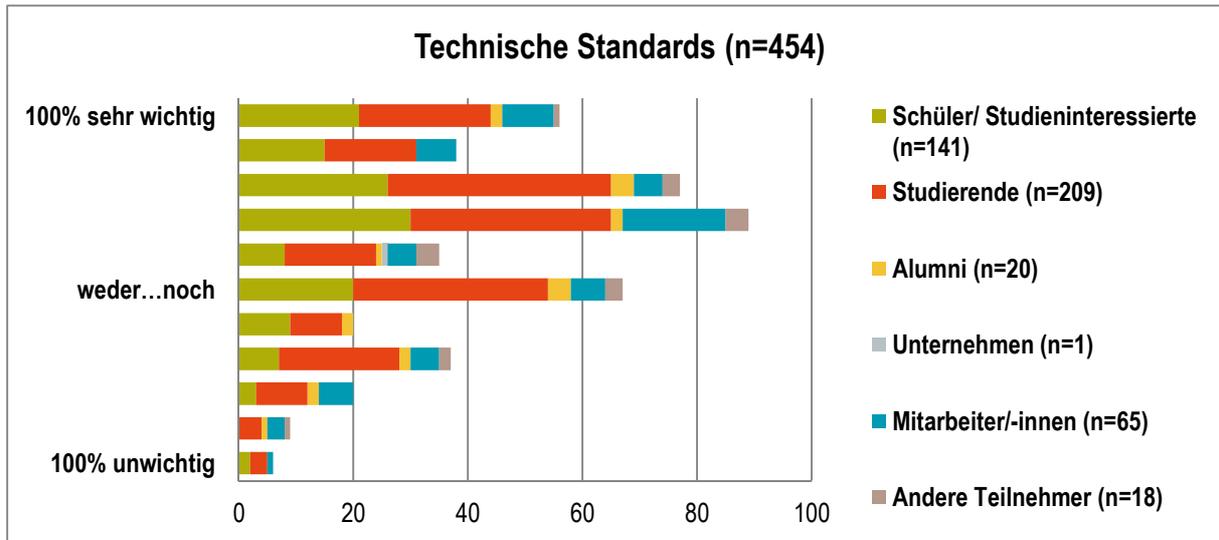


Abb. 29: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Technische Standards“

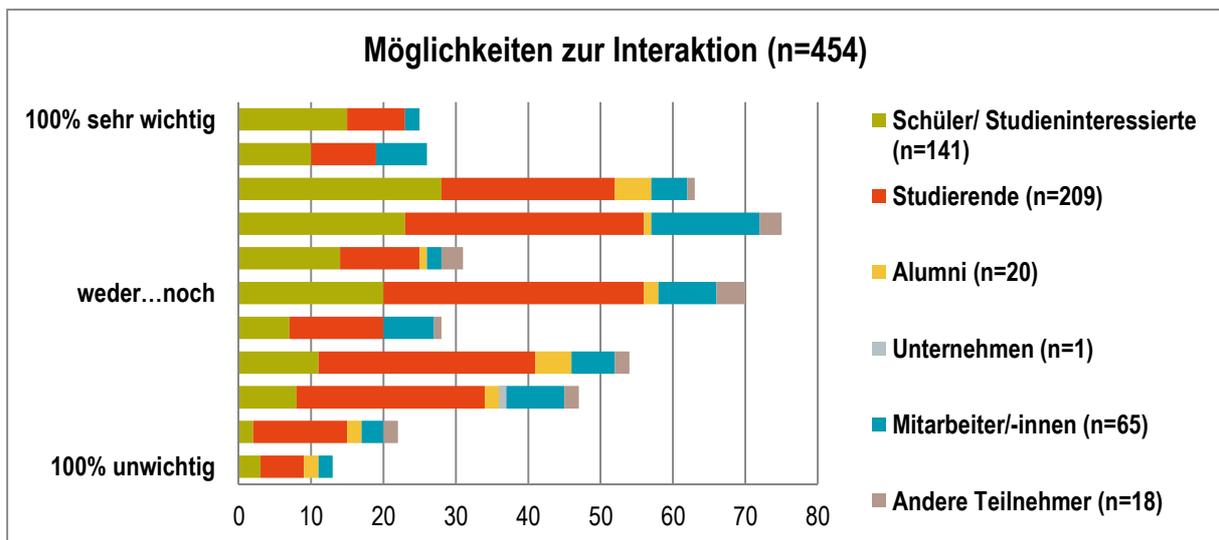
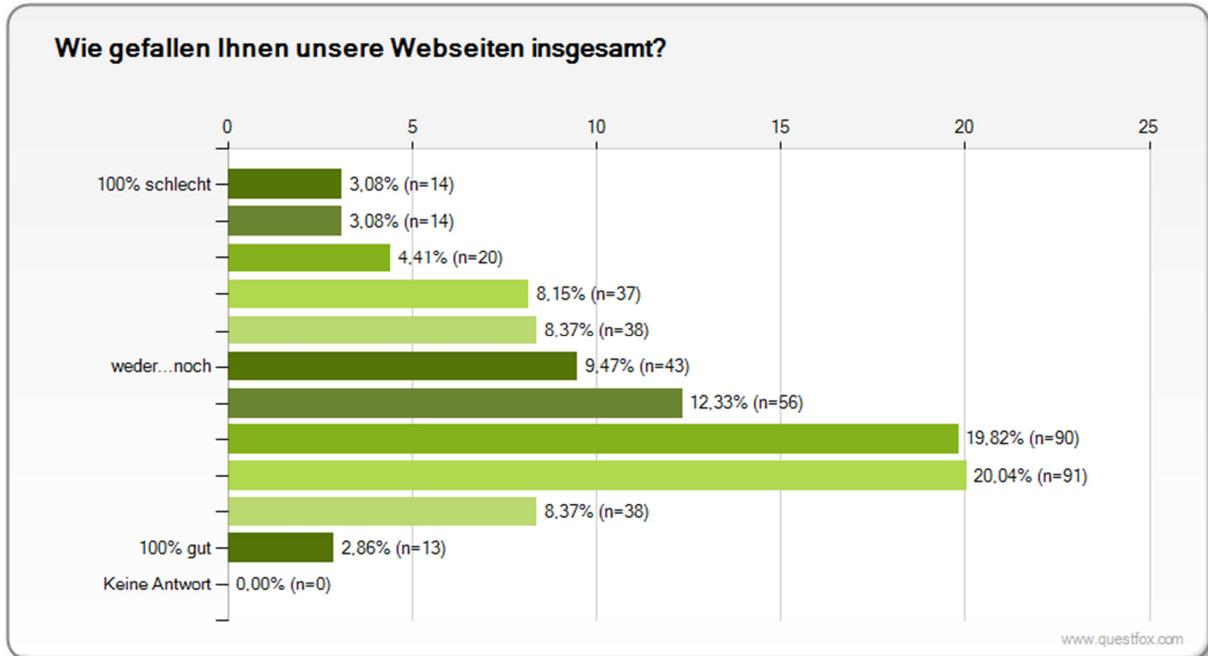


Abb. 30: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Möglichkeiten zur Interaktion“

4.3 Bewertung des gesamten Internetauftritts der HNEE

4.3.2 Wie gefallen Ihnen unsere Webseiten insgesamt?



(n=454, alle vollständigen Antworten; Durchschnittsnote auf einer 11-Stufen-Skala = 6,94)

Abb. 31: Bewertung des gesamten Webauftritts der Hochschule

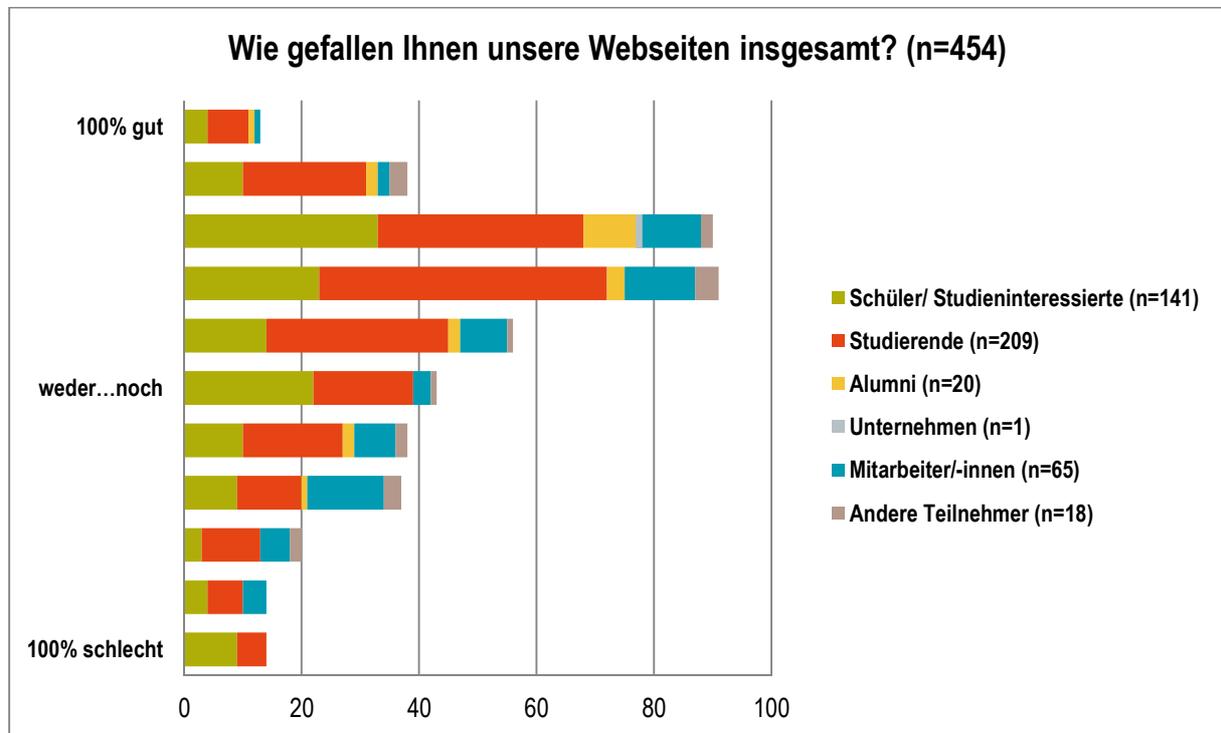
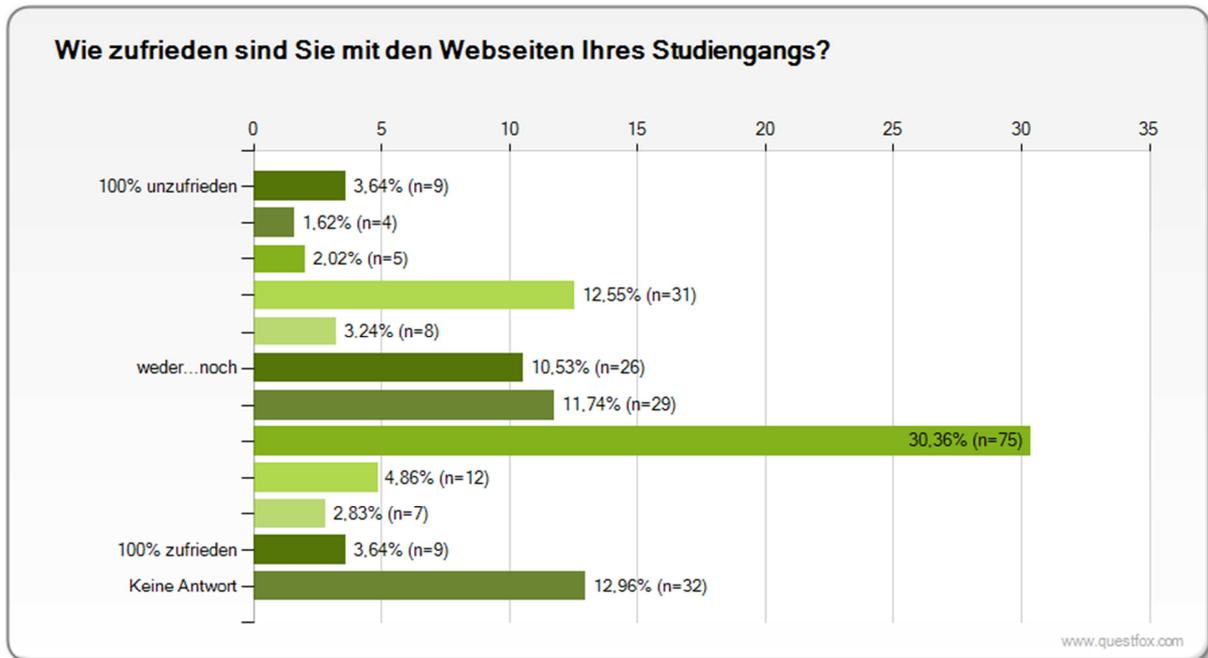


Abb. 32: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des gesamten Webauftritts der Hochschule

4.3.3 Wie zufrieden sind Sie mit den Webseiten Ihres Studiengangs?



(n=215, alle vollständigen Antworten; Durchschnittsnote auf einer 11-Stufen-Skala = 6,66)

Abb. 33: Zufriedenheitsgrad mit den Webseiten des eigenen Studiengangs

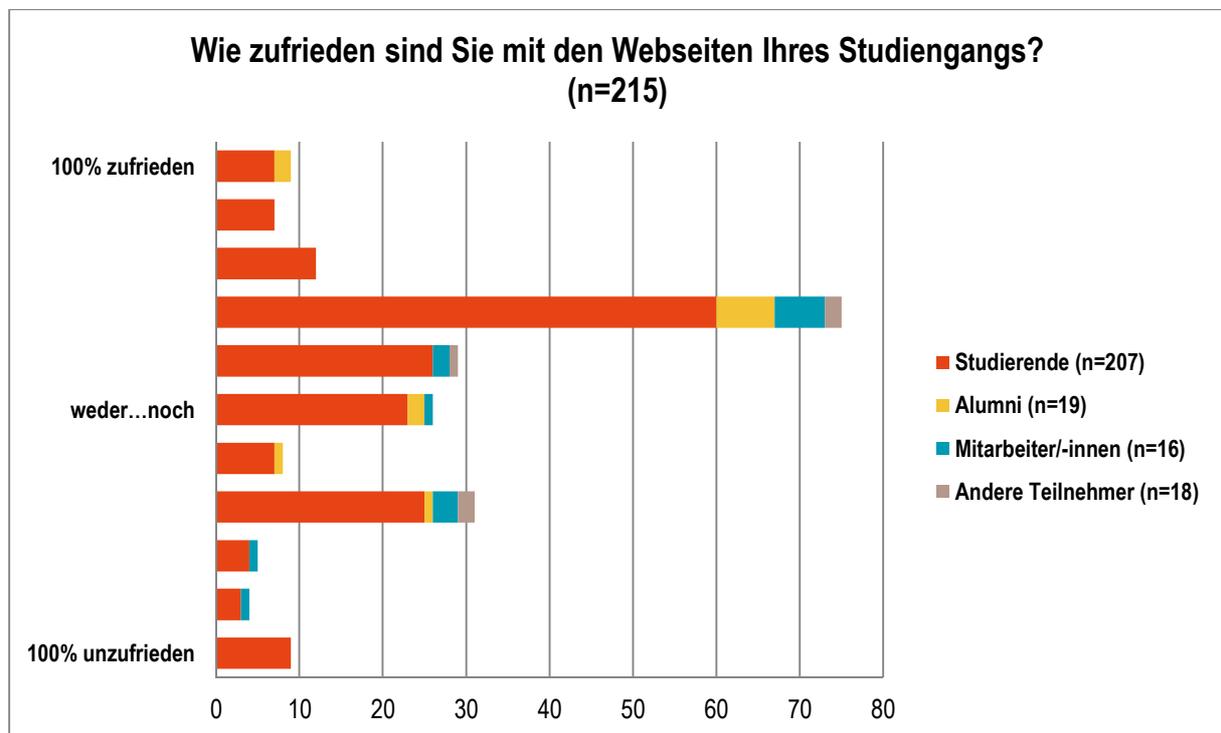
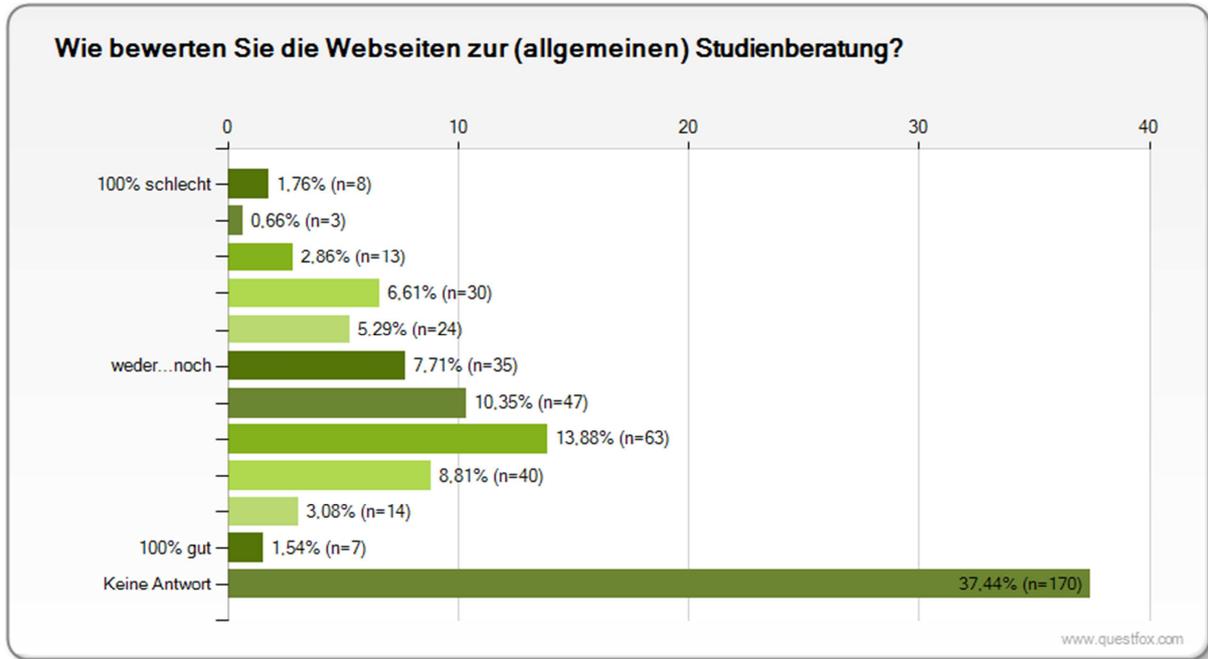


Abb. 34: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Zufriedenheitsgrad mit den Webseiten des eigenen Studiengangs

4.3.3 Wie bewerten Sie die Webseiten zur (allgemeinen) Studienberatung?



(n=284, alle vollständigen Antworten; Durchschnittsnote auf einer 11-Stufen-Skala = 6,74)

Abb. 35: Bewertung der Webseiten zur (allgemeinen) Studienberatung

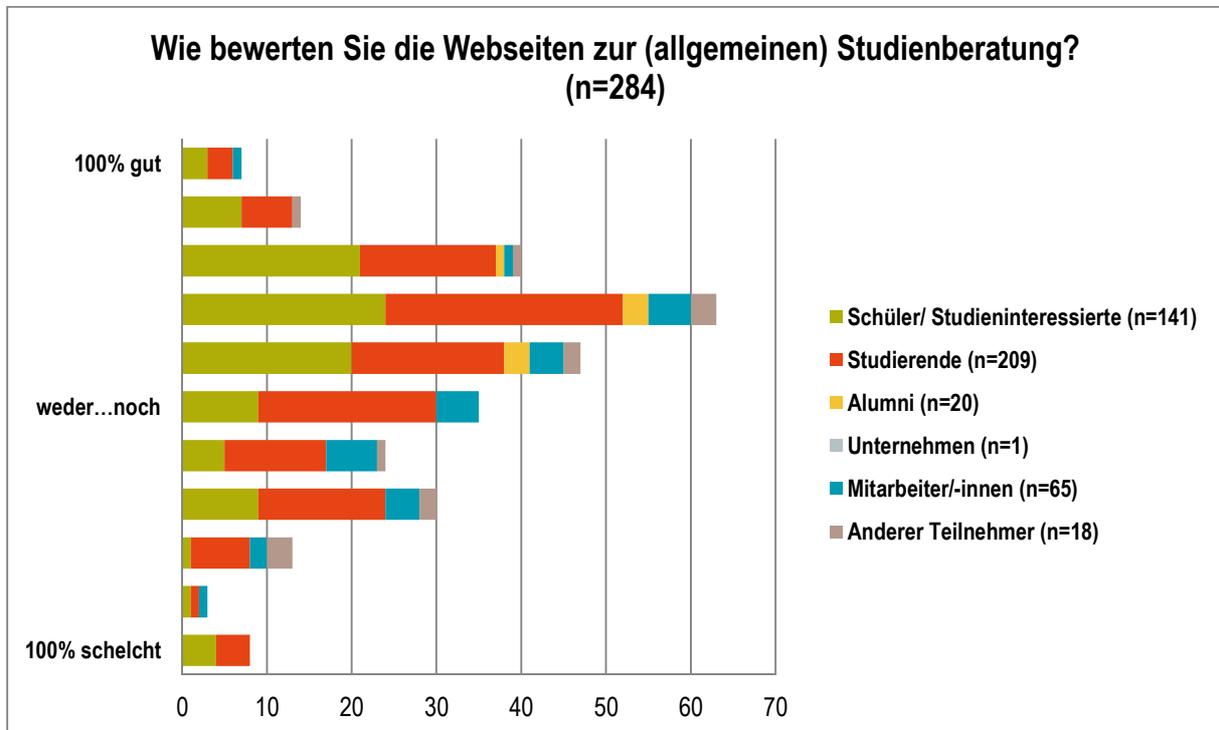
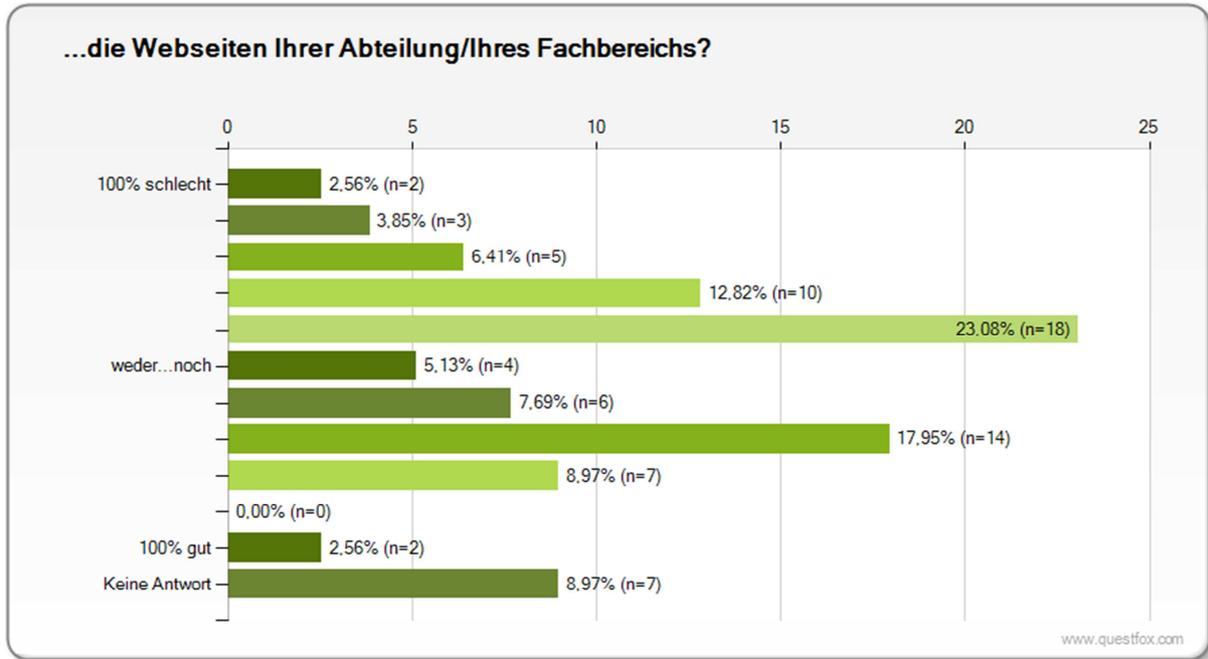


Abb. 36: Bewertung der Webseiten zur (allgemeinen) Studienberatung

4.3.4 Wie bewerten Sie die Webseiten Ihrer Abteilung/Ihres Fachbereichs?



(n=71, alle vollständigen Antworten; Durchschnittsnote auf einer 11-Stufen-Skala = 5,86)

Abb. 37: Bewertung der Webseiten der eigenen Abteilung/ des eigenen Fachbereichs

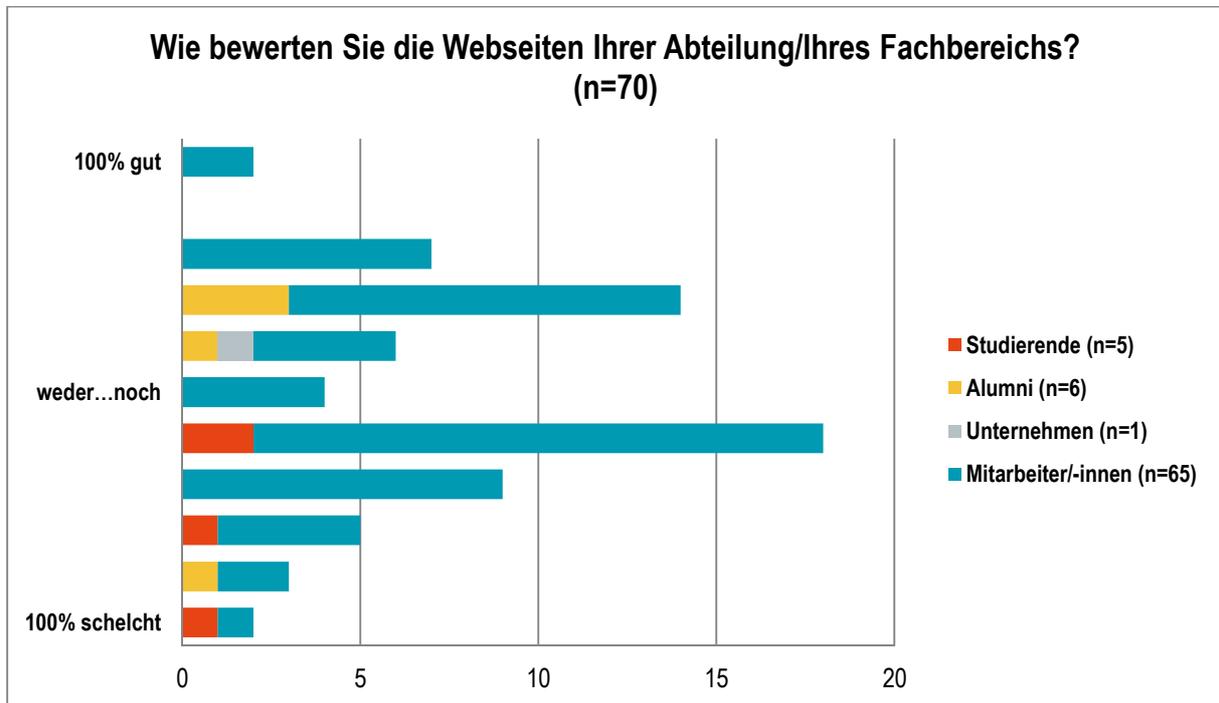
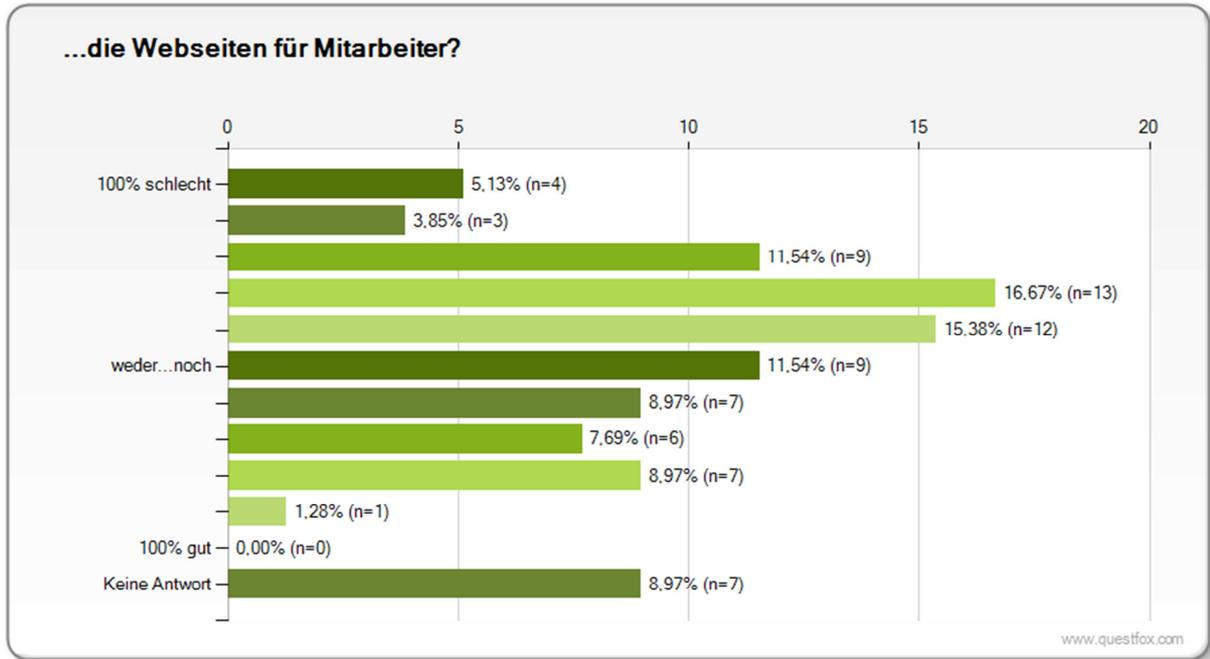


Abb. 38: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Bewertung der Webseiten der eigenen Abteilung/ des eigenen Fachbereichs

4.3.5 Wie bewerten Sie die Webseiten für Mitarbeiter?



(n=71, alle vollständigen Antworten; Durchschnittsnote auf einer 11-Stufen-Skala = 5,25)

Abb. 39: Bewertung der Webseiten für Mitarbeiter

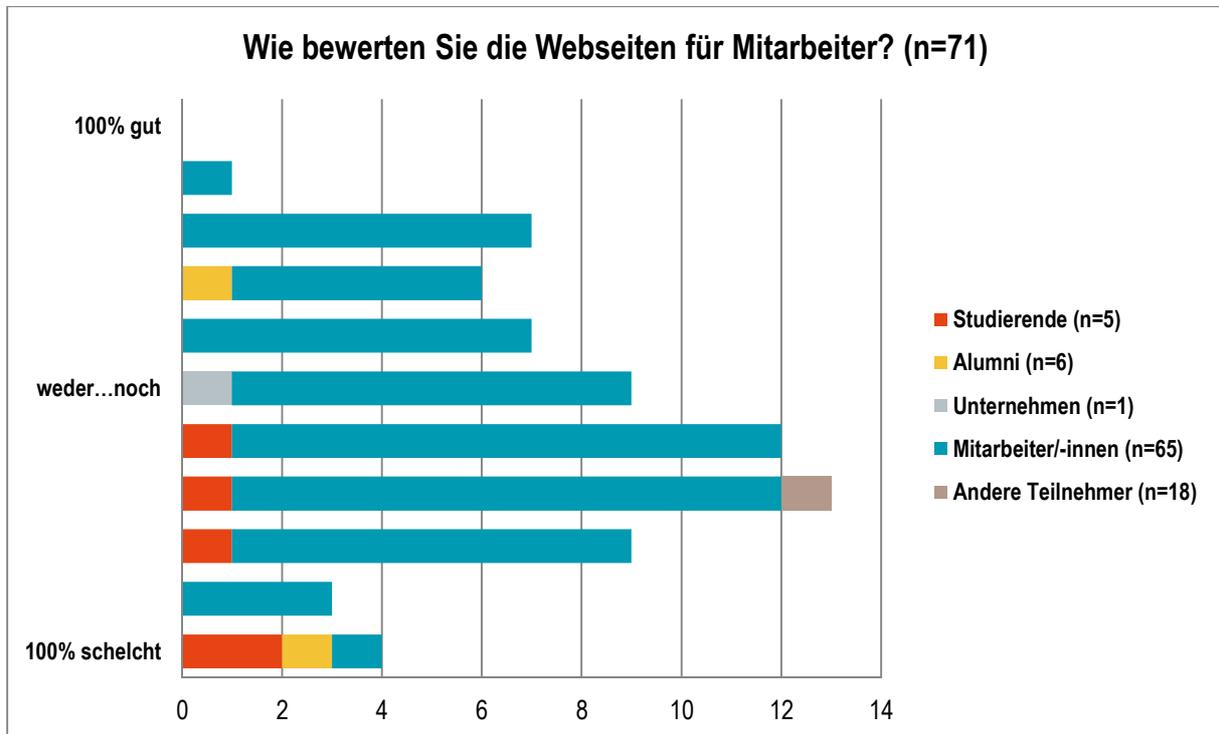
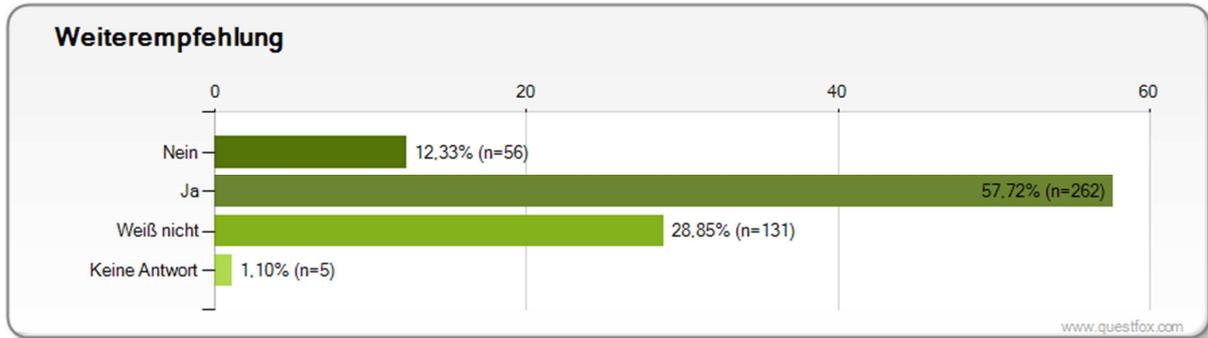


Abb. 40: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Bewertung der Webseiten für Mitarbeiter

4.3.6 Würden Sie die Webseiten der Hochschule weiterempfehlen?



(n=454, alle vollständigen Antworten)

Abb. 41: Weiterempfehlung der HNEE-Webseiten

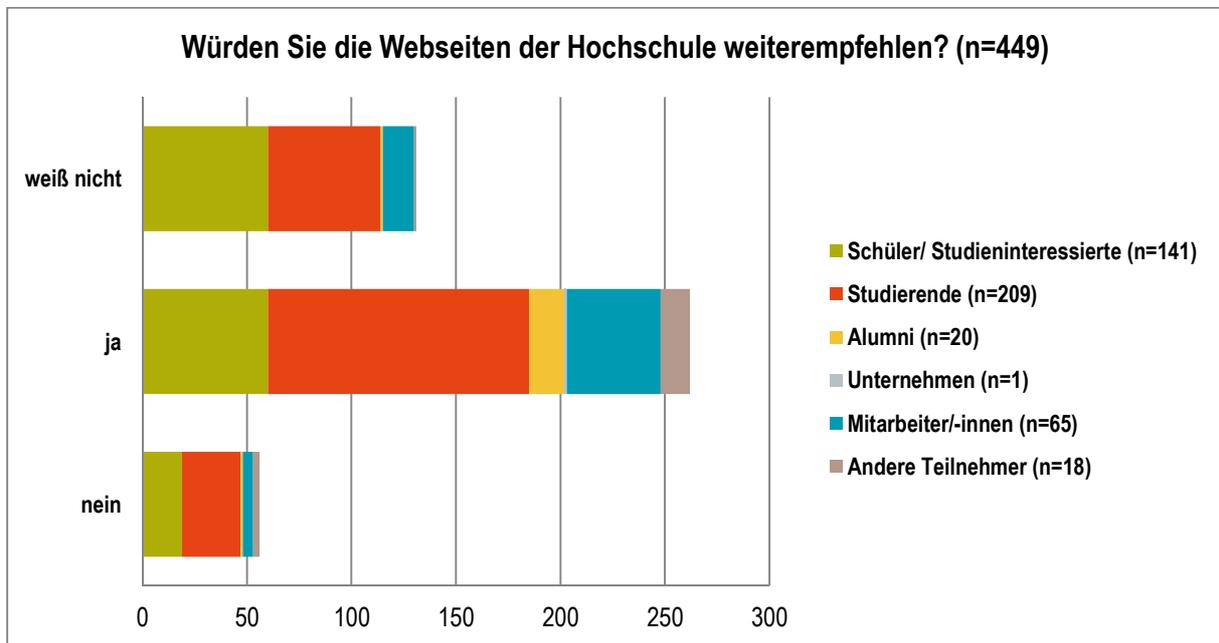
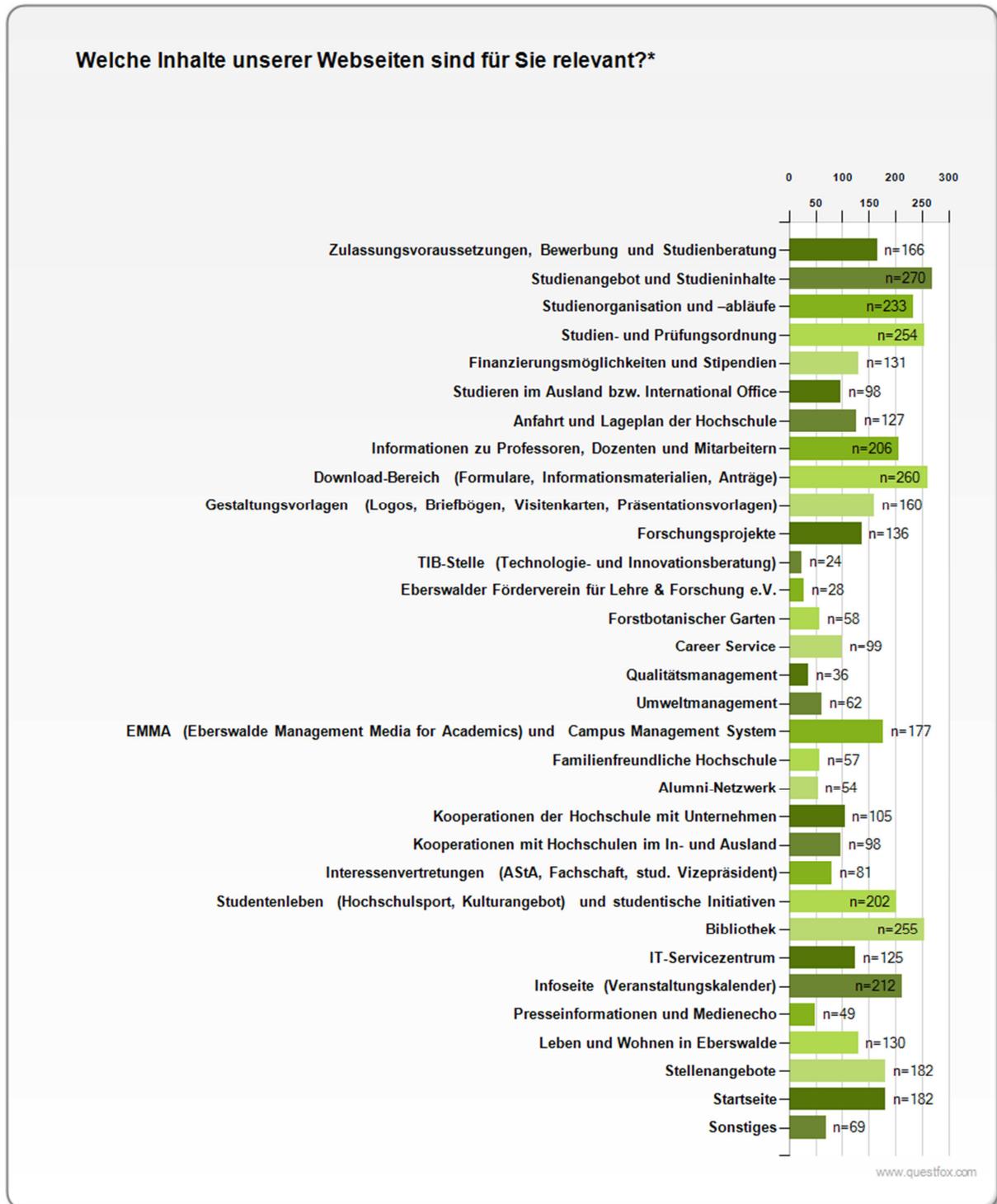


Abb. 42: Benchmarking der Zielgruppen: Weiterempfehlung der HNEE-Webseiten

4.4 Bewertung der inhaltlichen Aspekte auf den Webseiten der HNEE

4.4.2 Welche Inhalte unserer Webseiten sind für Sie relevant?



(n=454, alle vollständigen Antworten)

Abb. 43: Für die Befragten relevante Inhalte auf den Webseiten der HNE Eberswalde

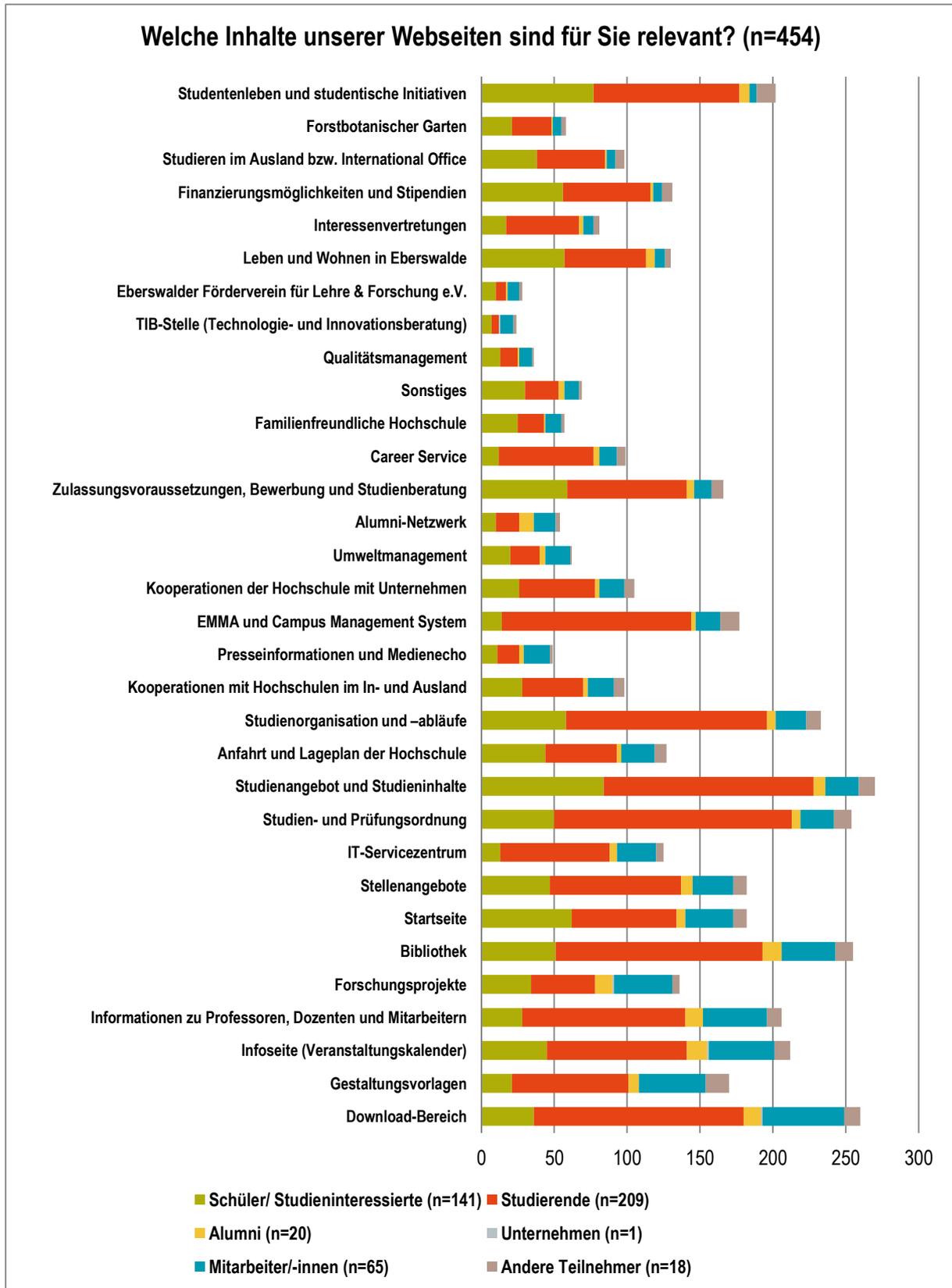


Abb. 44: Benchmarking der Zielgruppen: für die Befragten relevante Inhalte auf den Webseiten der HNE Eberswalde

4.4.3 Bitte bewerten Sie die Inhalte auf unseren Webseiten!

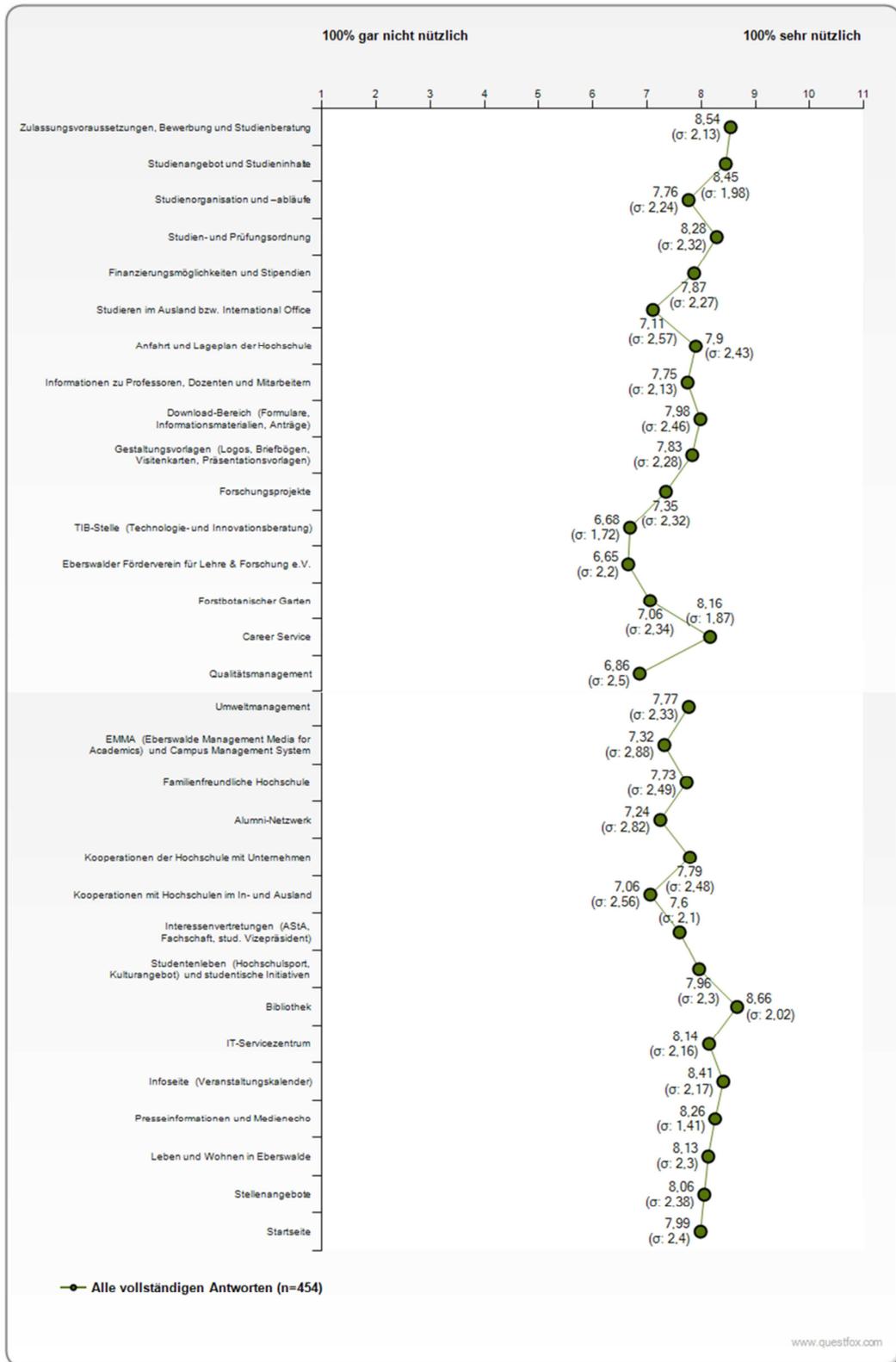


Abb. 45: Bewertung der Inhalte auf den HNEE-Webseiten

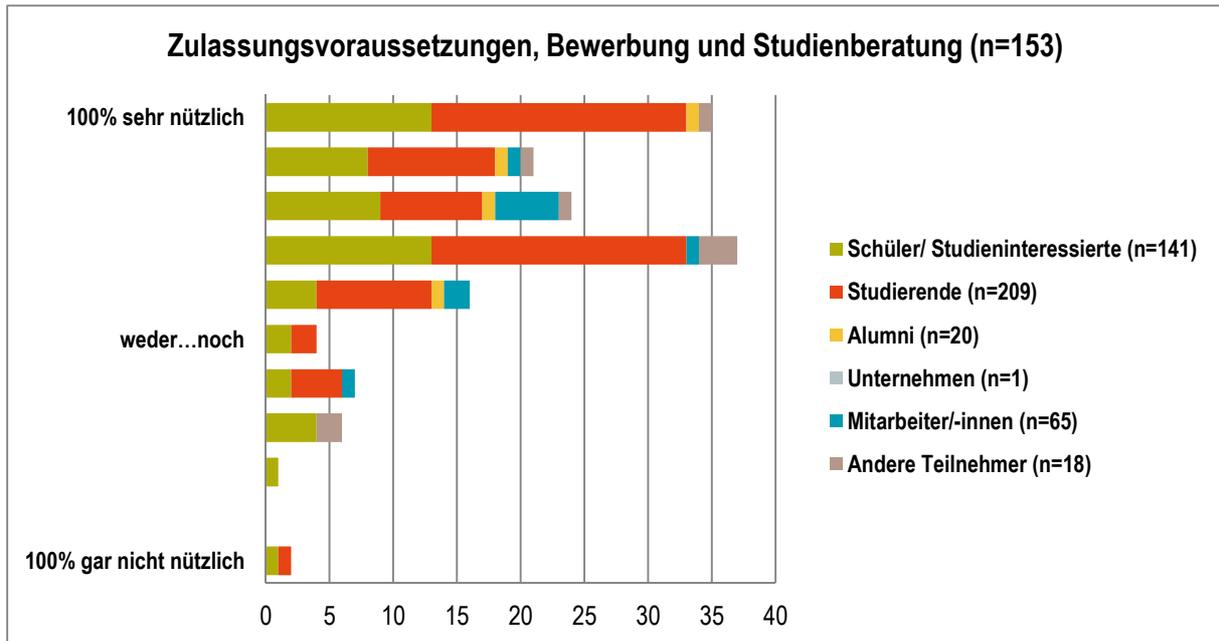


Abb. 46: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Zulassungsvoraussetzungen, Bewerbung und Studienberatung“ auf den HNEE-Webseiten

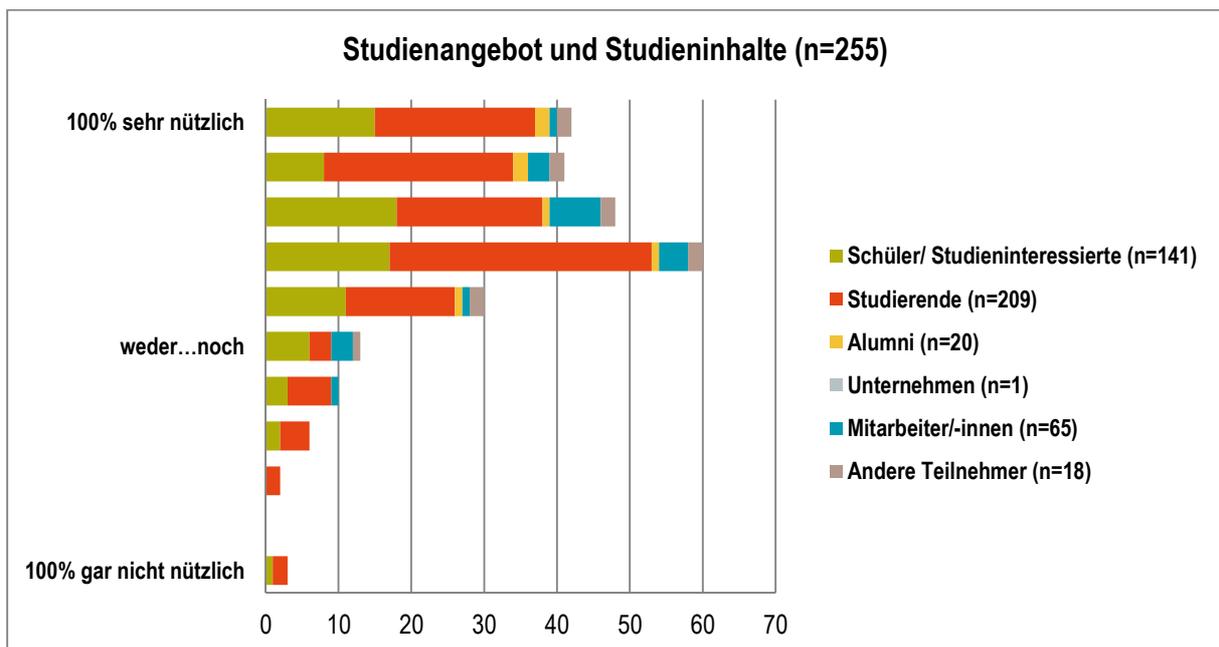


Abb. 47: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studienangebot und Studieninhalte“ auf den HNEE-Webseiten

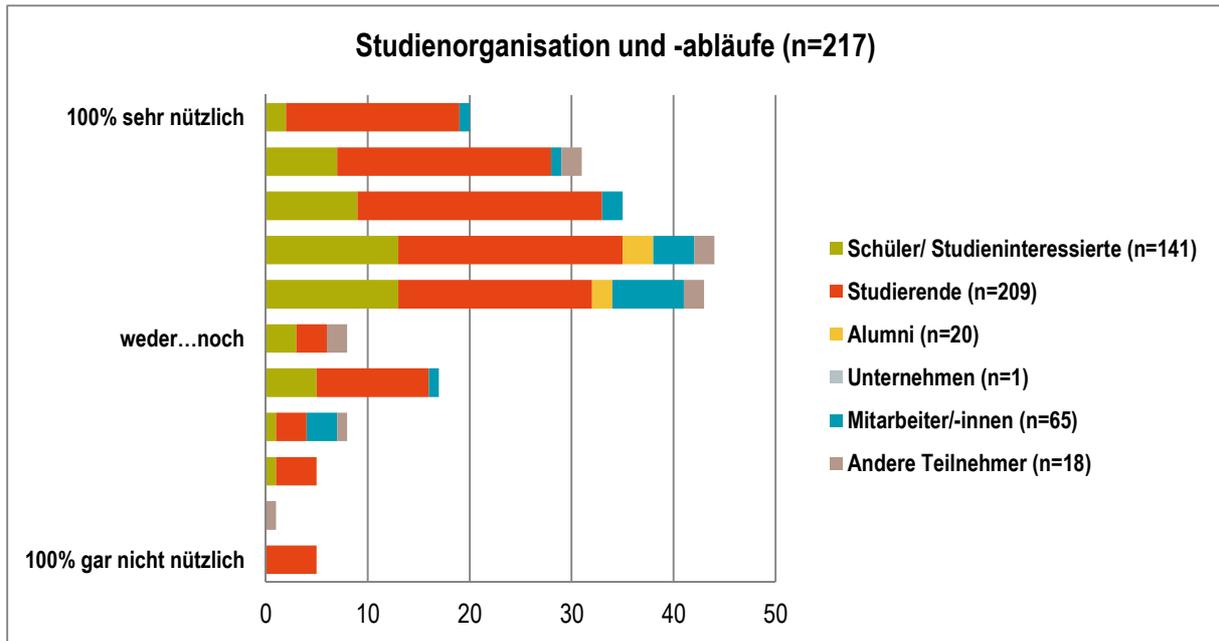


Abb. 48: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studienorganisation und -abläufe“ auf den HNEE-Webseiten

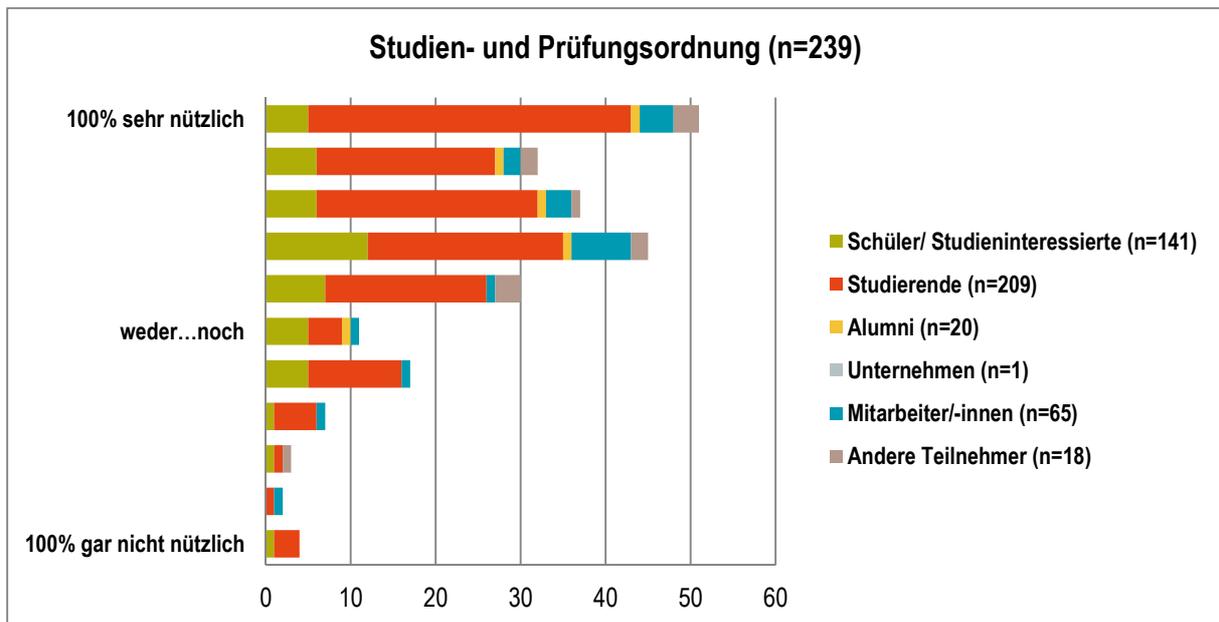


Abb. 49: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studien- und Prüfungsordnung“ auf den HNEE-Webseiten

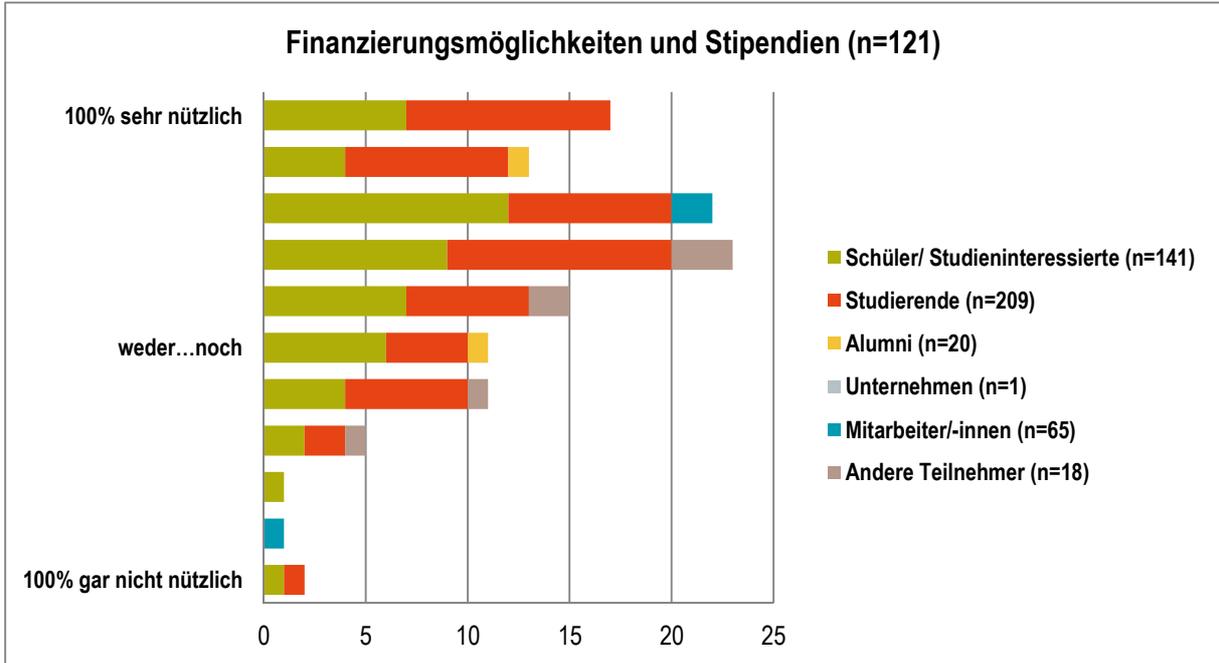


Abb. 50: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Finanzierungsmöglichkeiten und Stipendien“ auf den HNEE-Webseiten

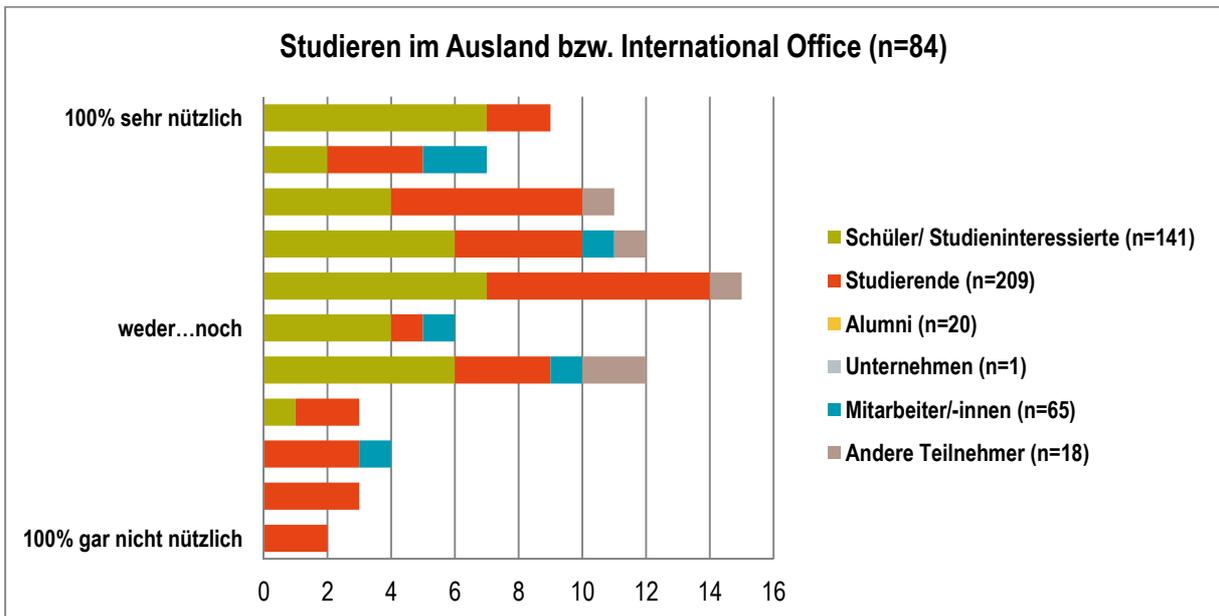


Abb. 51: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studieren im Ausland bzw. International Office“ auf den HNEE-Webseiten

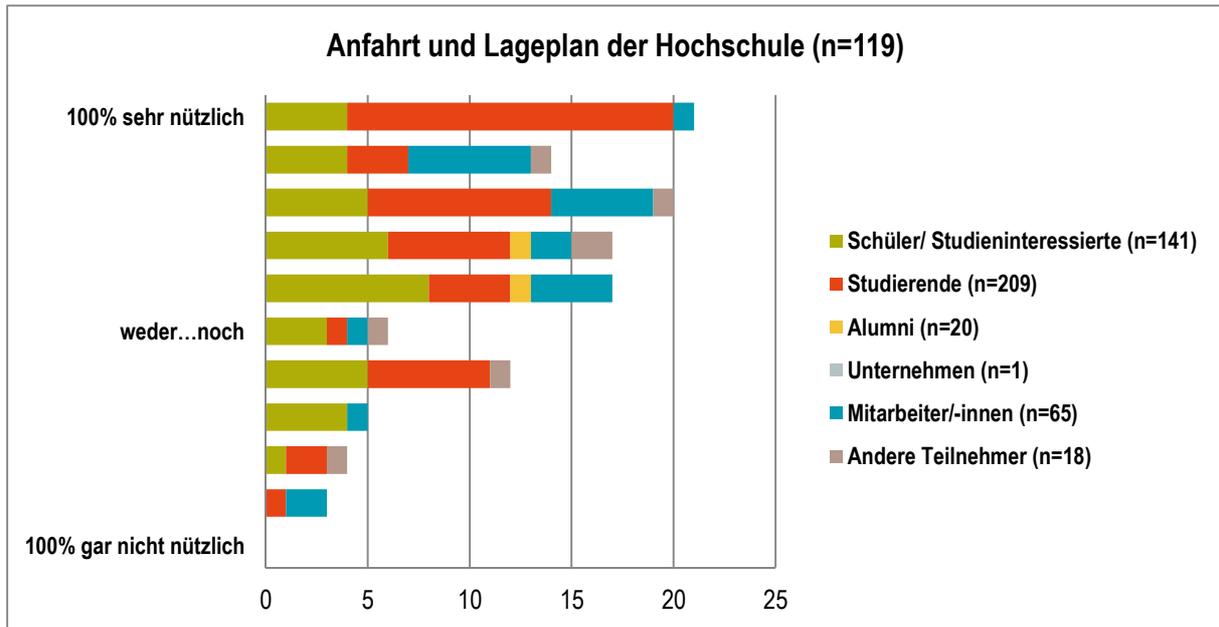


Abb. 52: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Anfahrt und Lageplan der Hochschule“ auf den HNEE-Webseiten

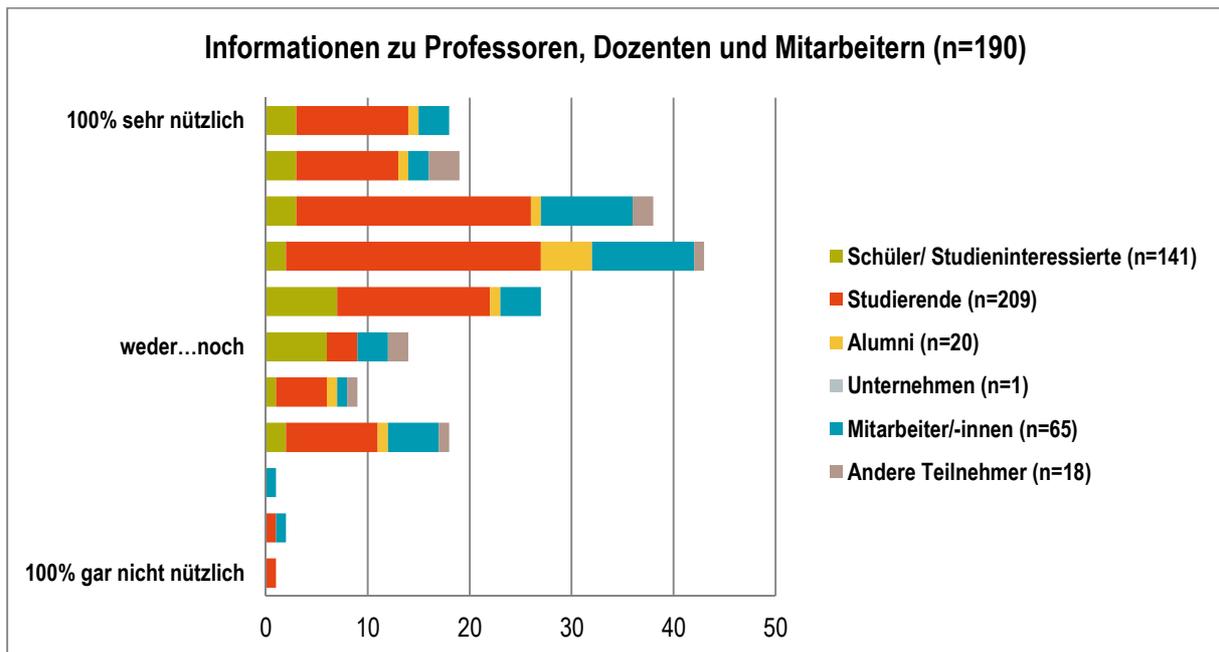


Abb. 53: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Informationen zu Professoren, Dozenten und Mitarbeitern“ auf den HNEE-Webseiten

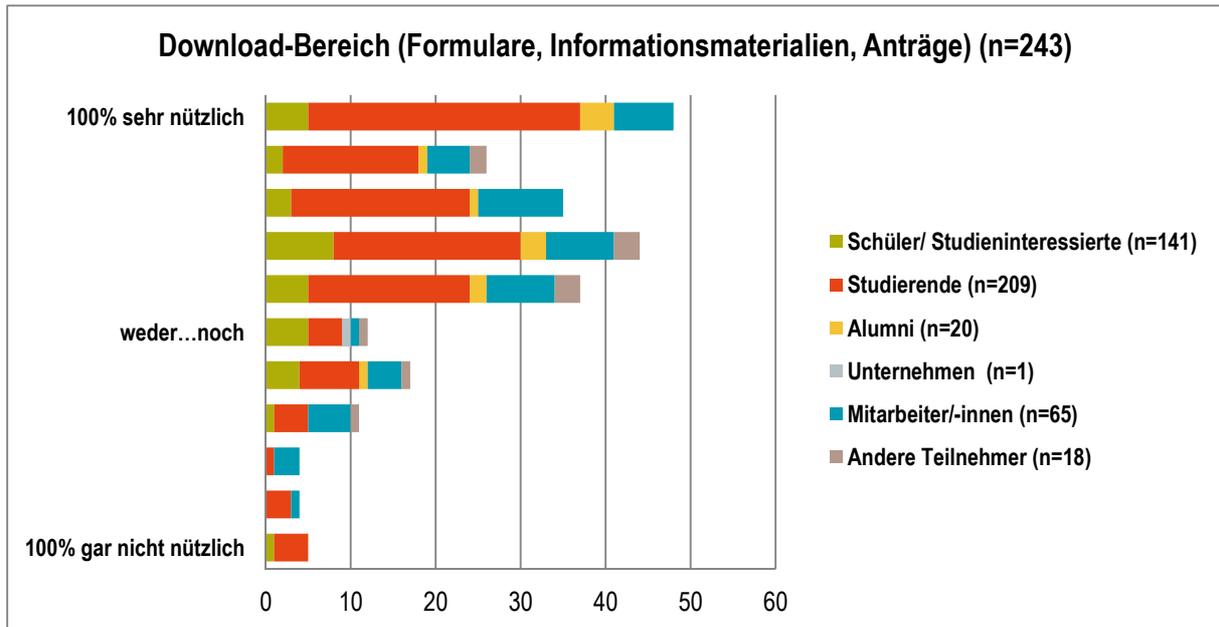


Abb. 54: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Download-Bereich (Formulare, Informationsmaterialien, Anträge)“ auf den HNEE-Webseiten

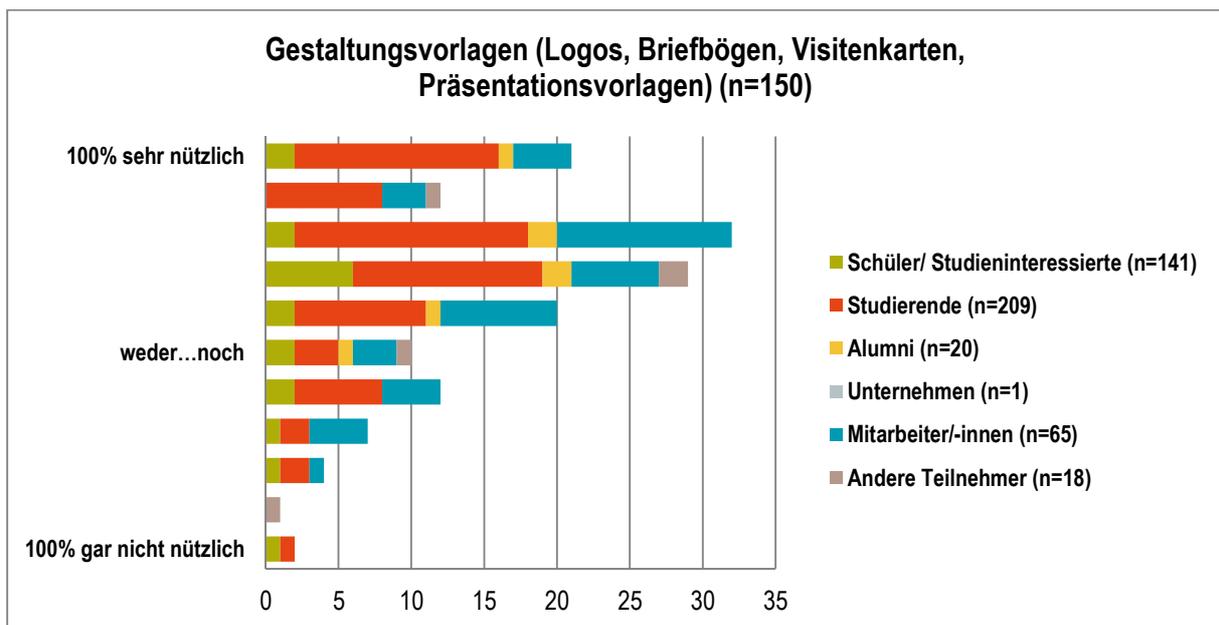


Abb. 55: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Gestaltungsvorlagen (Logos, Briefbögen, Visitenkarten, Präsentationsvorlagen)“ auf den HNEE-Webseiten

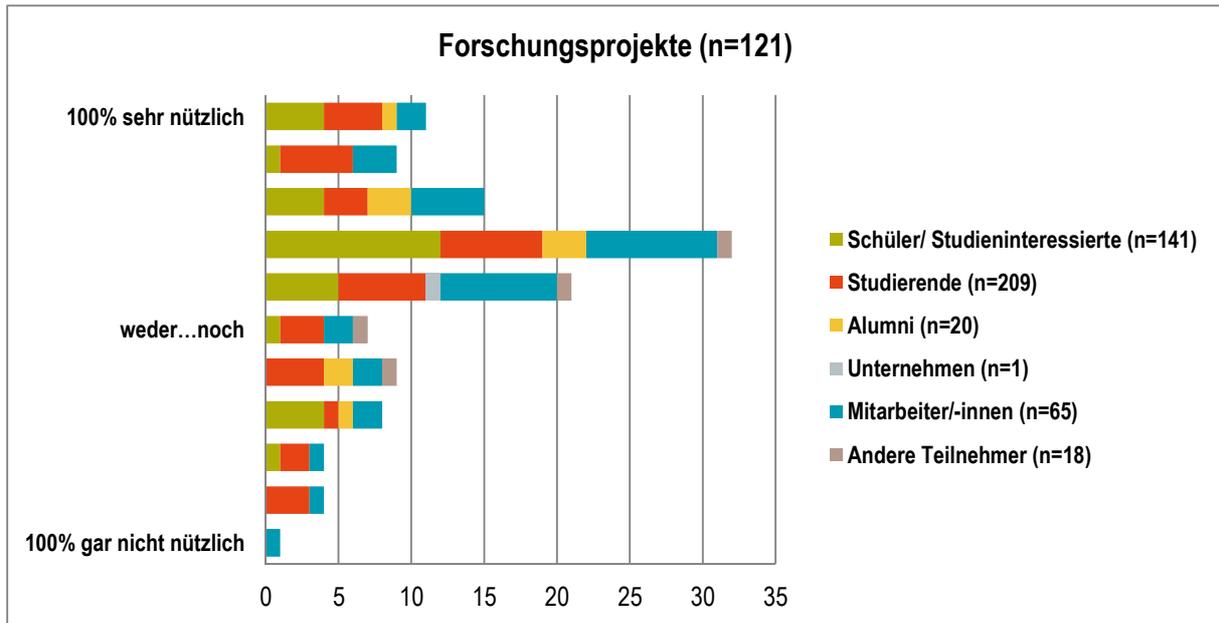


Abb. 56: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Forschungsprojekte“ auf den HNEE-Webseiten

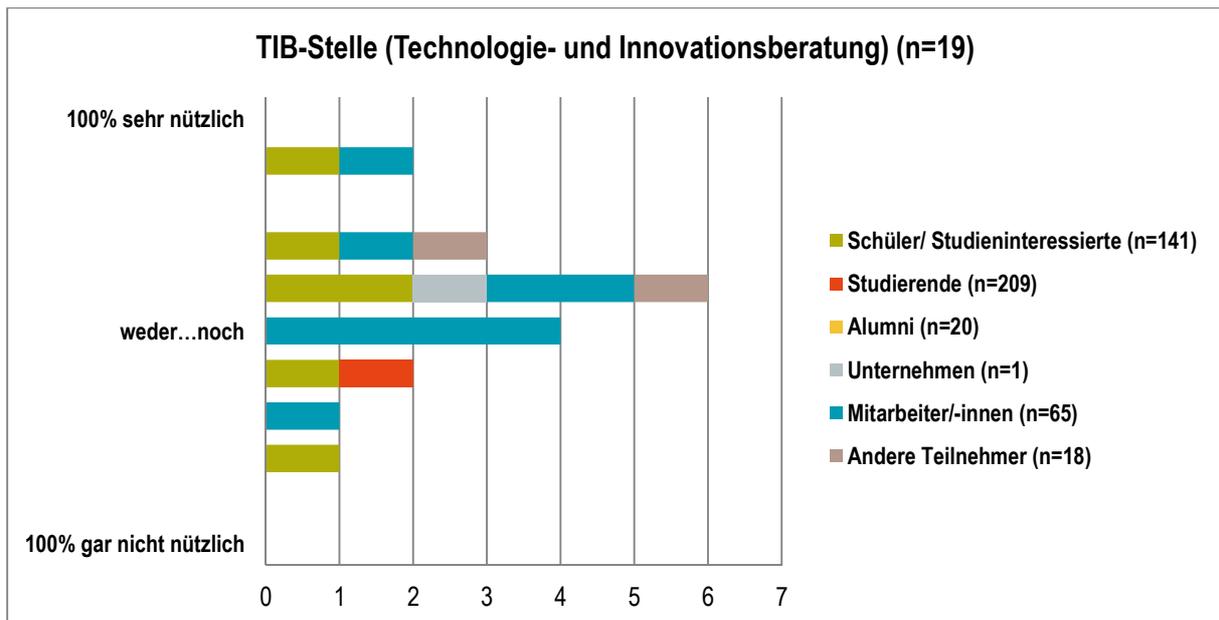


Abb. 57: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „TIB-Stelle (Technologie- und Innovationsberatung)“ auf den HNEE-Webseiten

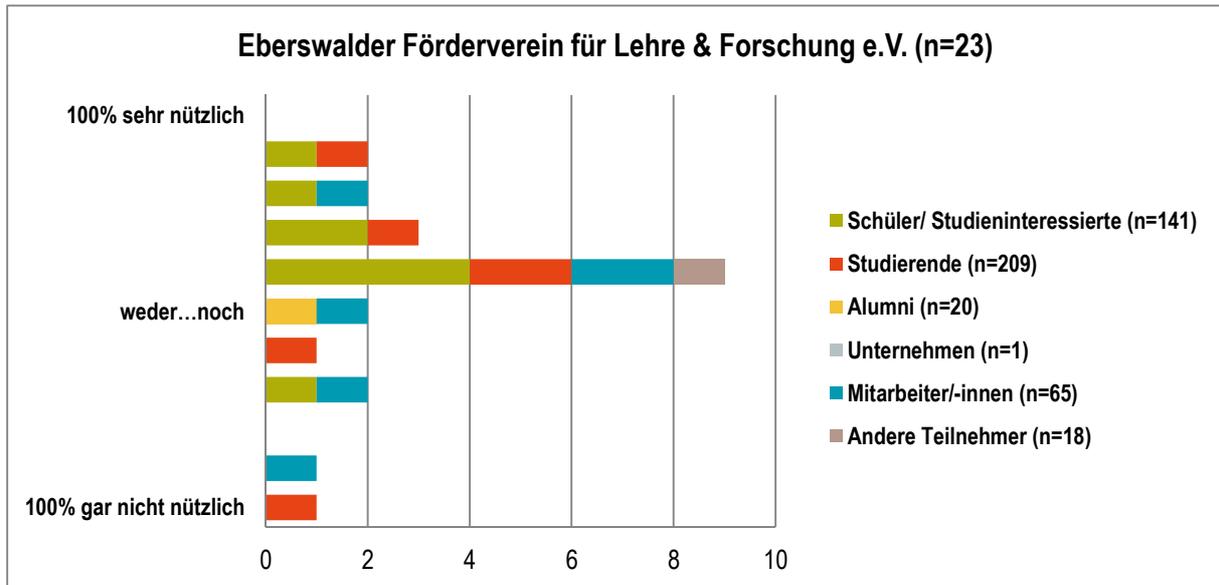


Abb. 58: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Eberswalder Förderverein für Lehre & Forschung e.V.“ auf den HNEE-Webseiten

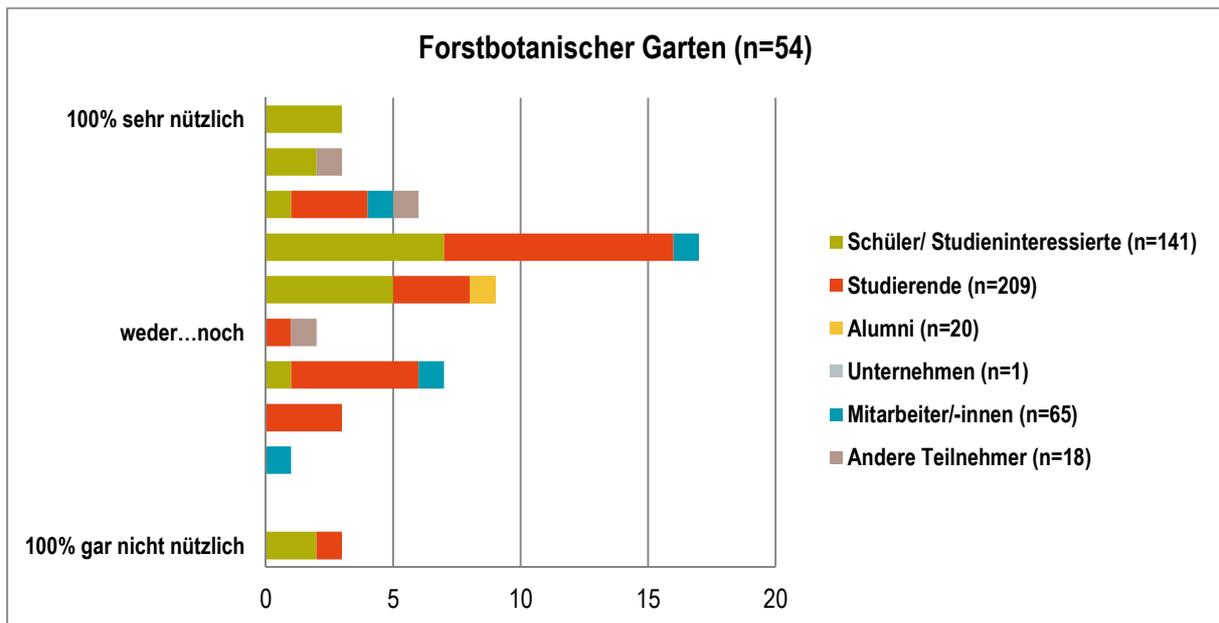


Abb. 59: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Forstbotanischer Garten“ auf den HNEE-Webseiten

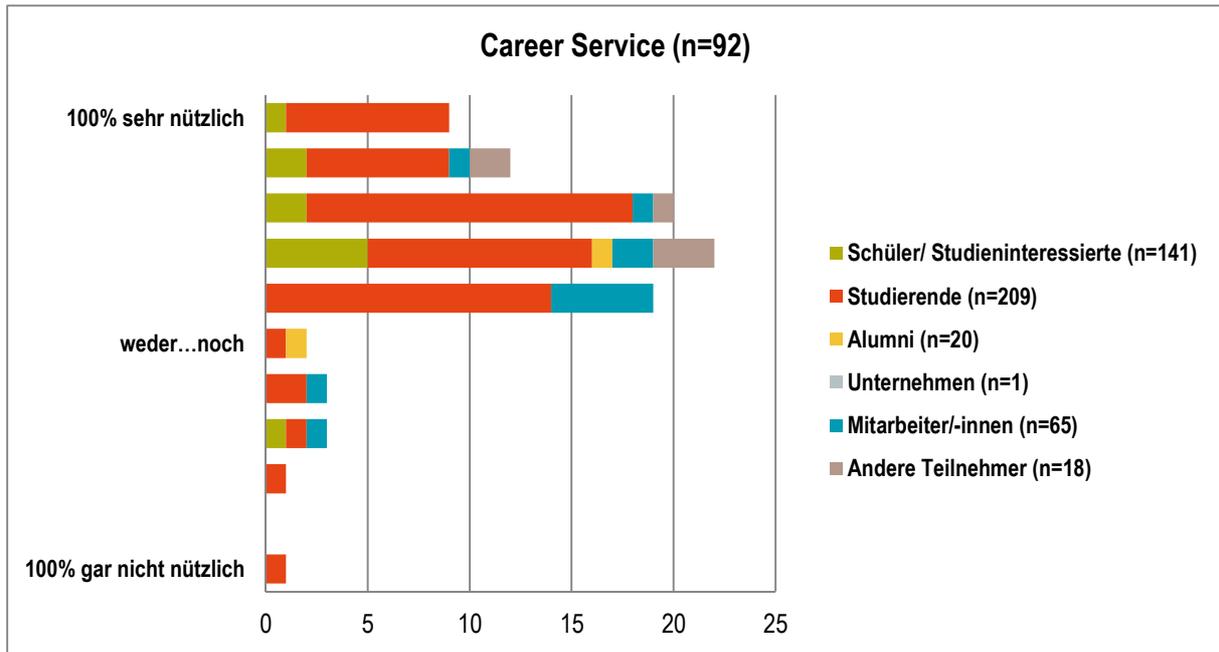


Abb. 60: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Career Service“ auf den HNEE-Webseiten

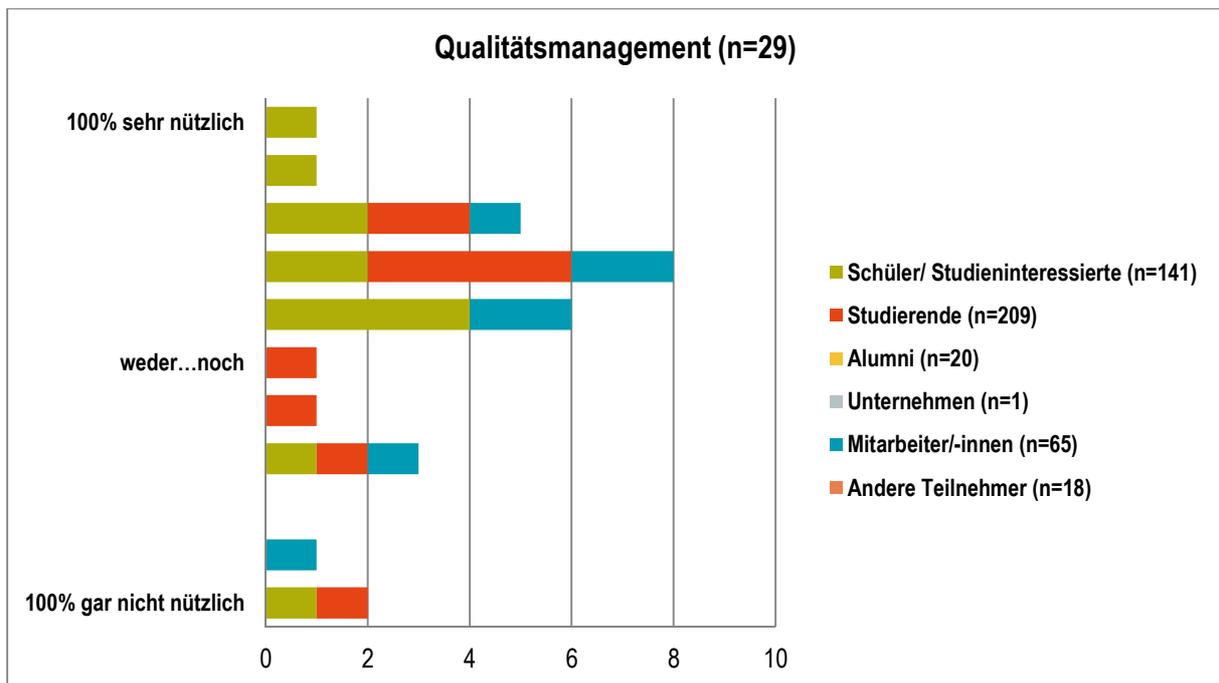


Abb. 61: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Qualitätsmanagement“ auf den HNEE-Webseiten

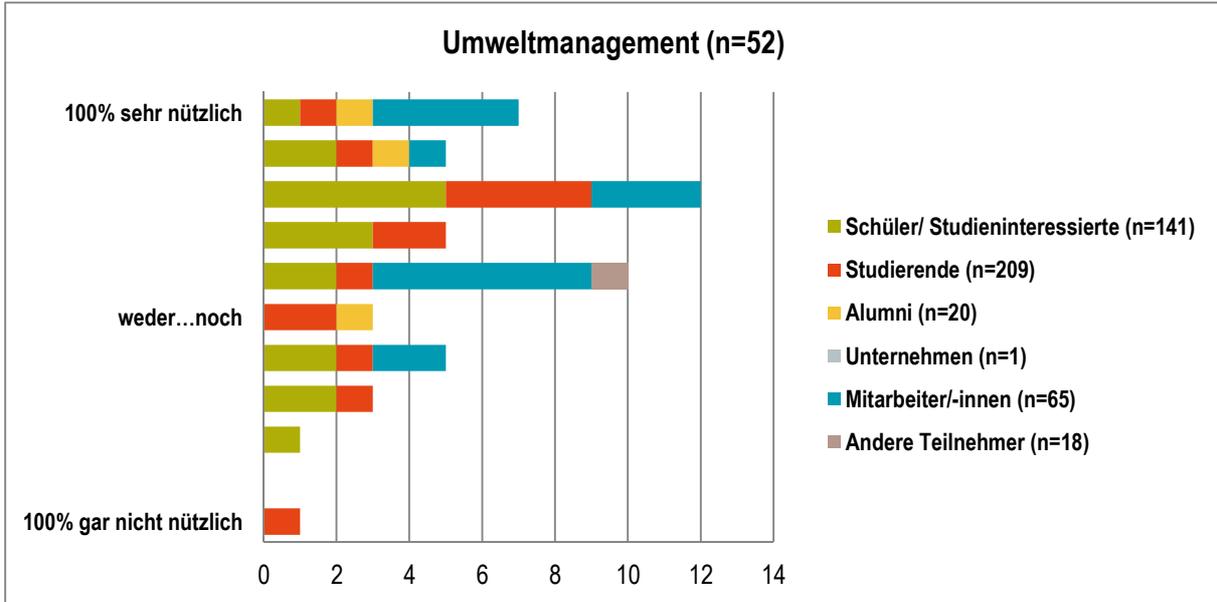


Abb. 62: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Umweltmanagement“ auf den HNEE-Webseiten

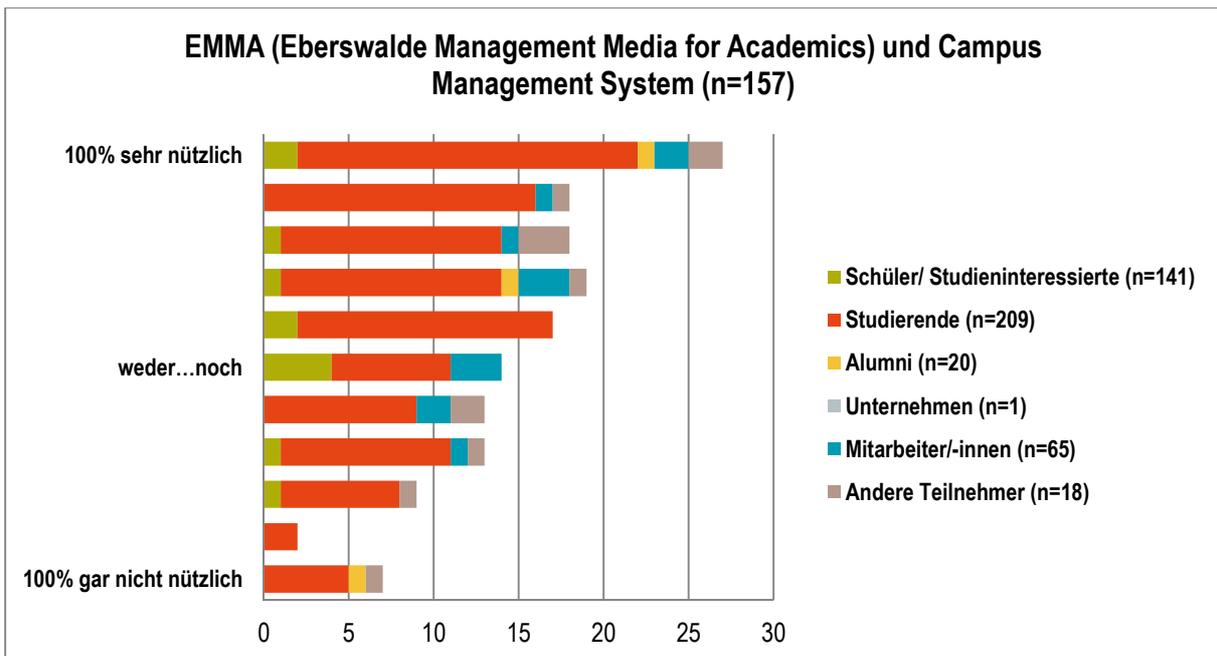


Abb. 63: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „EMMA (Eberswalde Management Media for Academics) und Campus Management System“ auf den HNEE-Webseiten

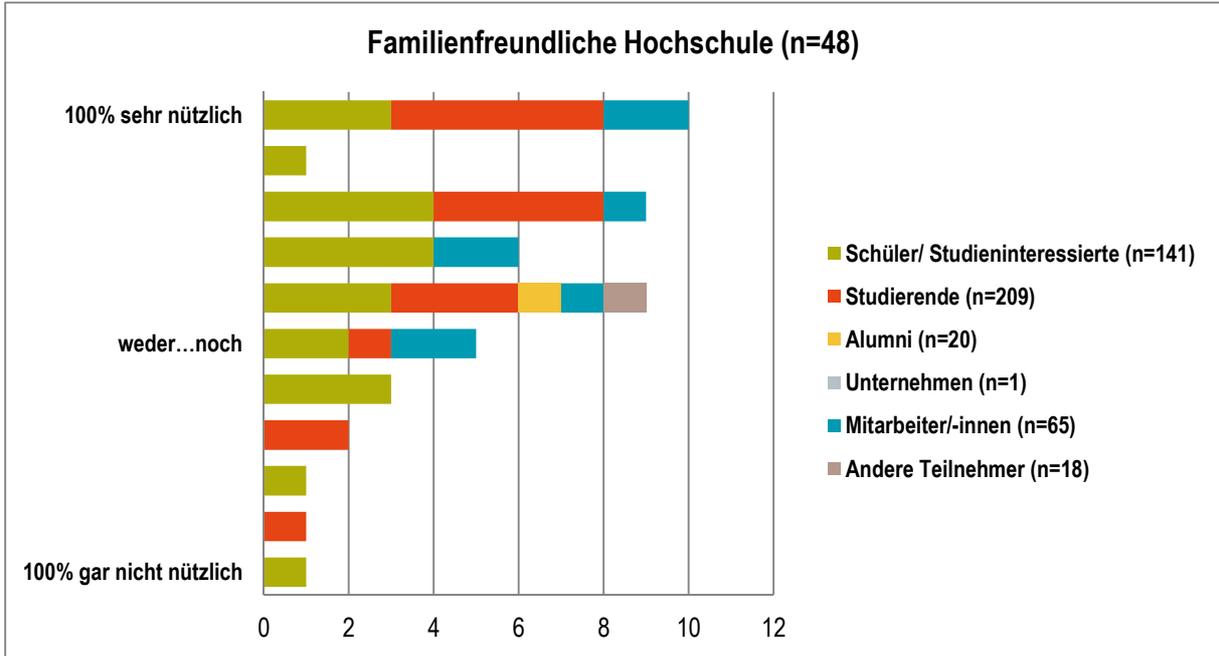


Abb. 64: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Familienfreundliche Hochschule“ auf den HNEE-Webseiten

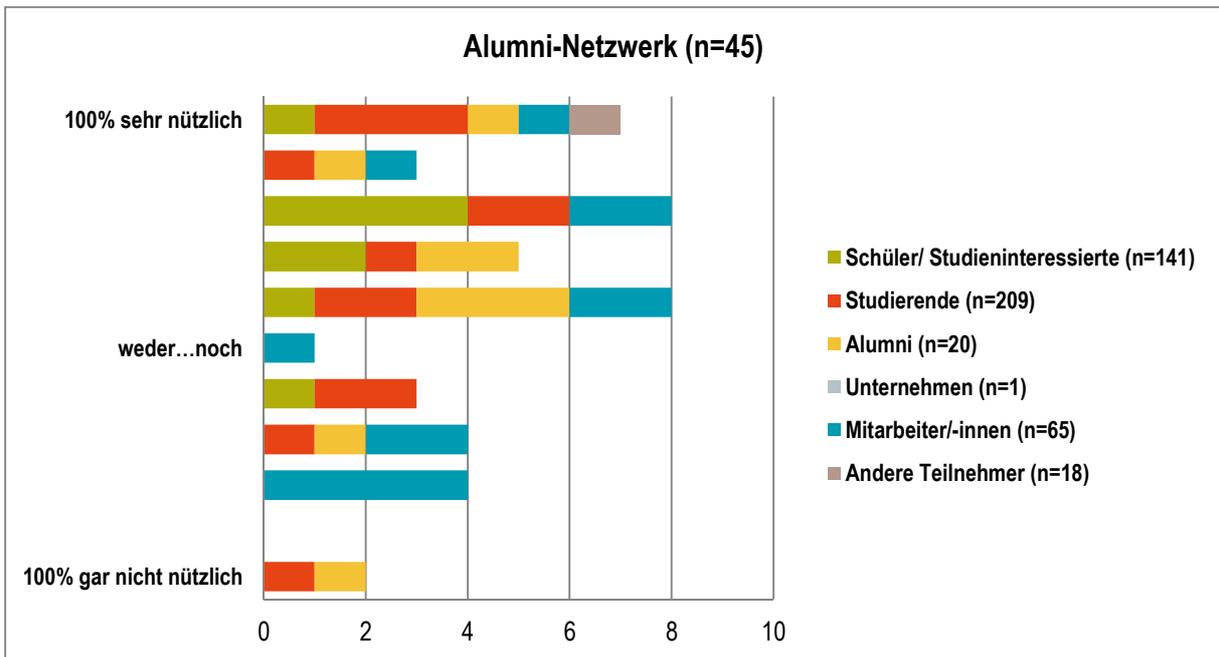


Abb. 65: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Alumni-Netzwerk“ auf den HNEE-Webseiten

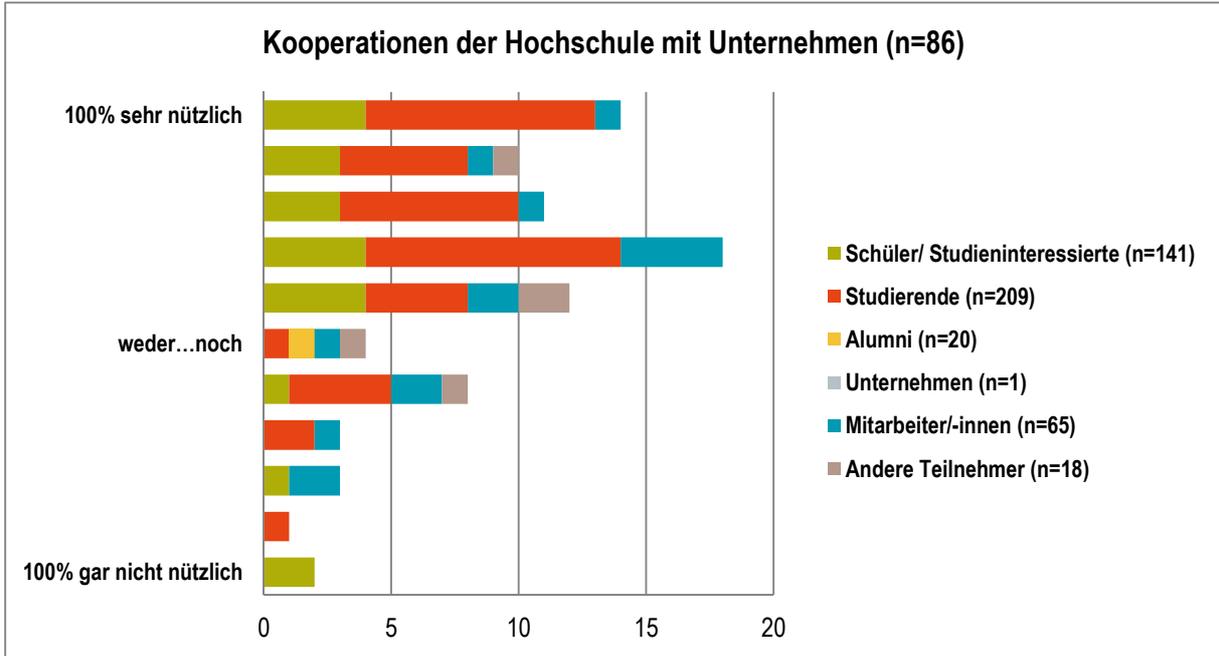


Abb. 66: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Kooperationen der Hochschule mit Unternehmen“ auf den HNEE-Webseiten

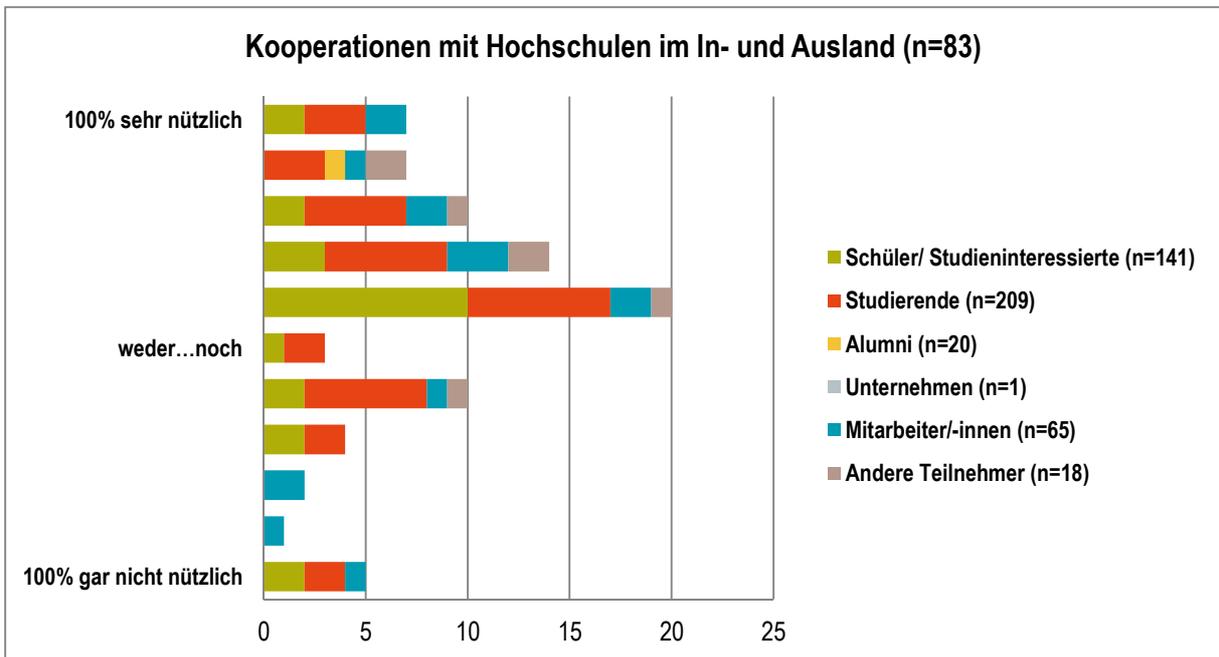


Abb. 67: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Kooperationen mit Hochschulen im In- und Ausland“ auf den HNEE-Webseiten

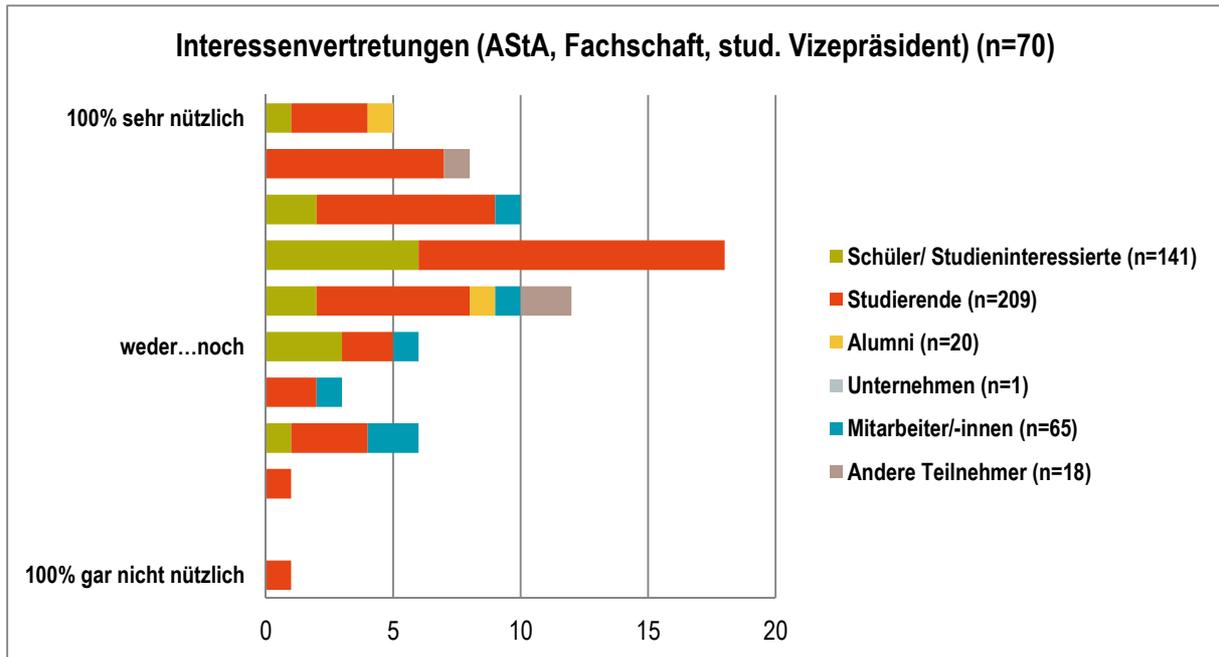


Abb. 68: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Interessenvertretungen (AStA, Fachschaft, stud. Vizepräsident)“ auf den HNEE-Webseiten

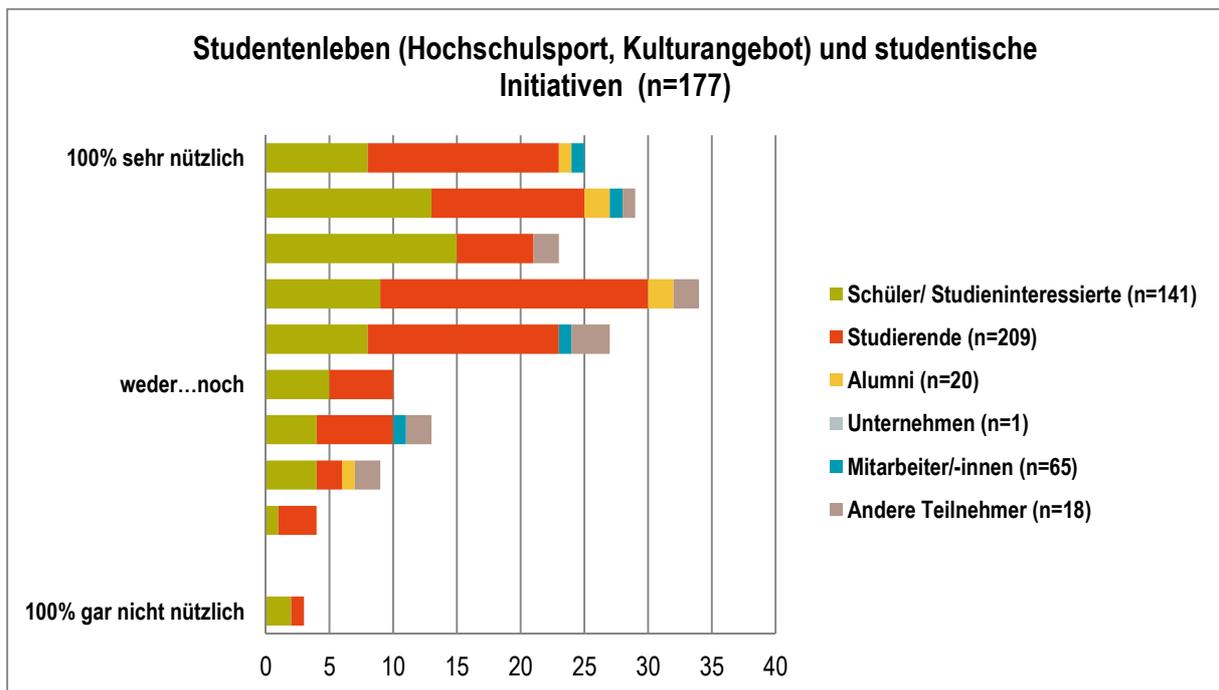


Abb. 69: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studentenleben (Hochschulsport, Kulturangebot) und studentische Initiativen“ auf den HNEE-Webseiten

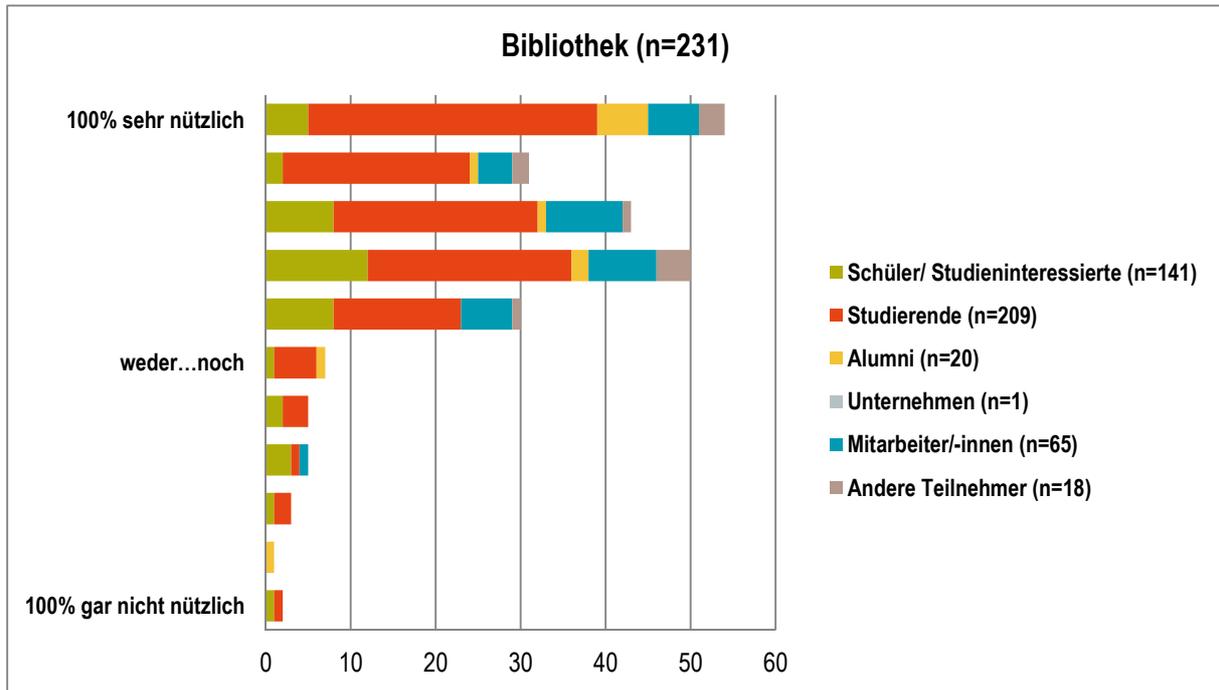


Abb. 70: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Bibliothek“ auf den HNEE-Webseiten

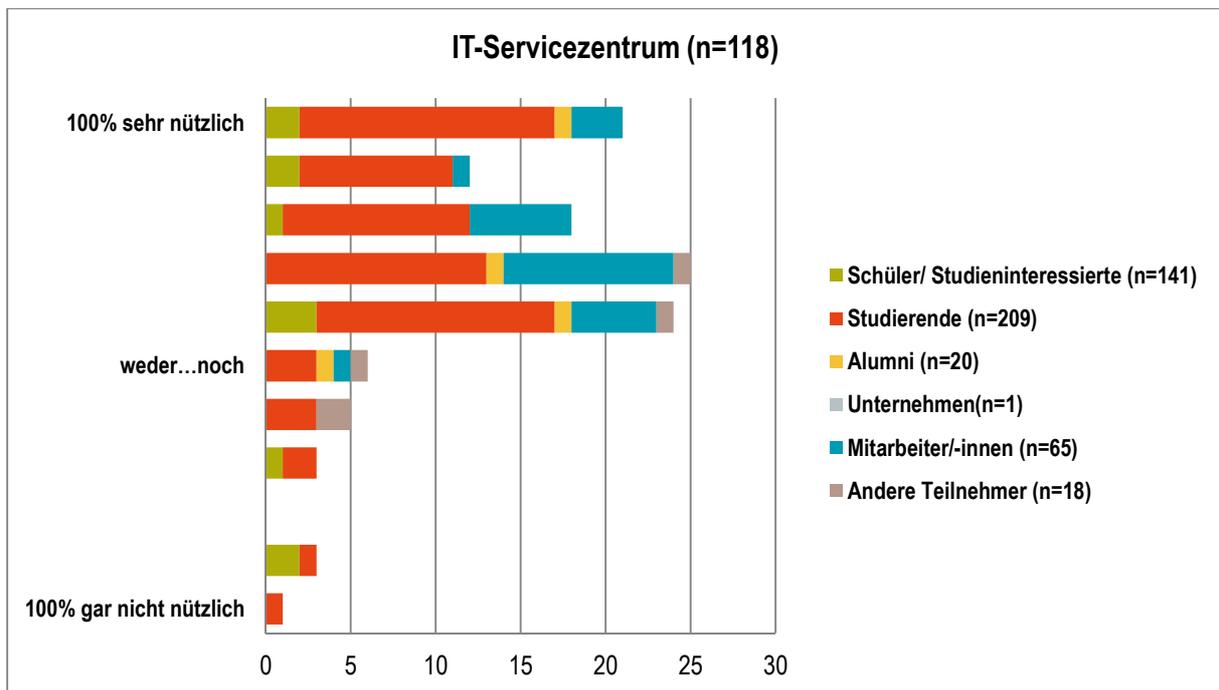


Abb. 71: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „IT-Servicezentrum“ auf den HNEE-Webseiten

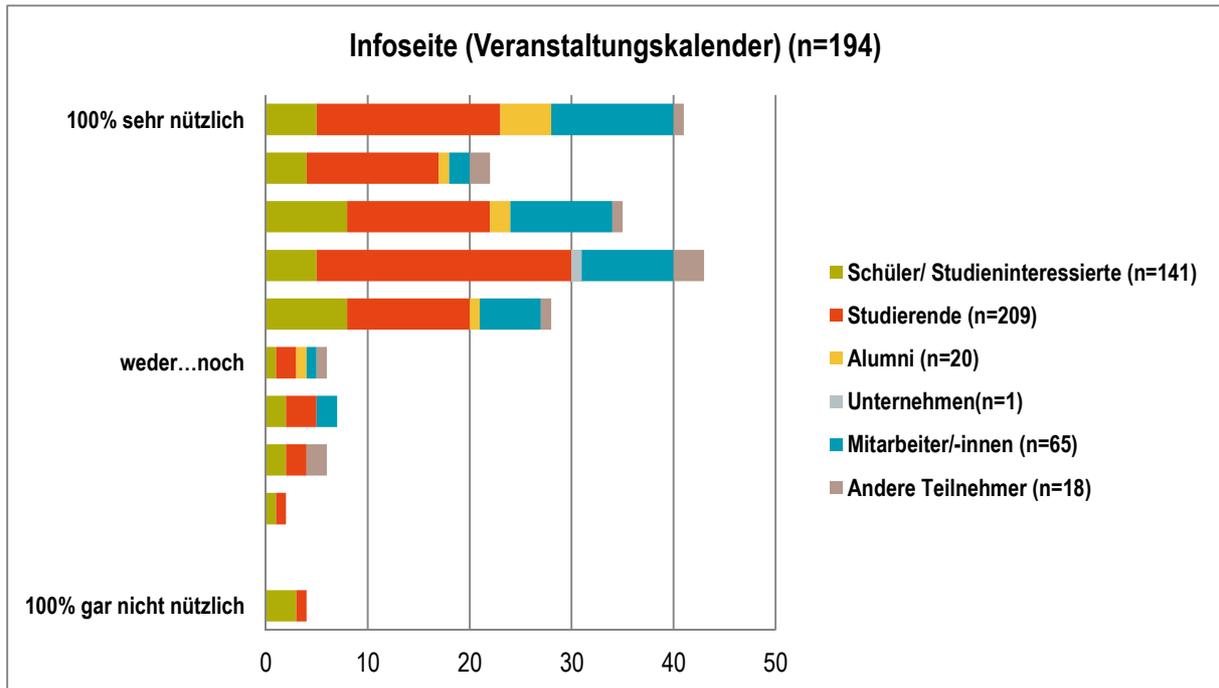


Abb. 72: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Infoseite (Veranstaltungskalender)“ auf den HNEE-Webseiten

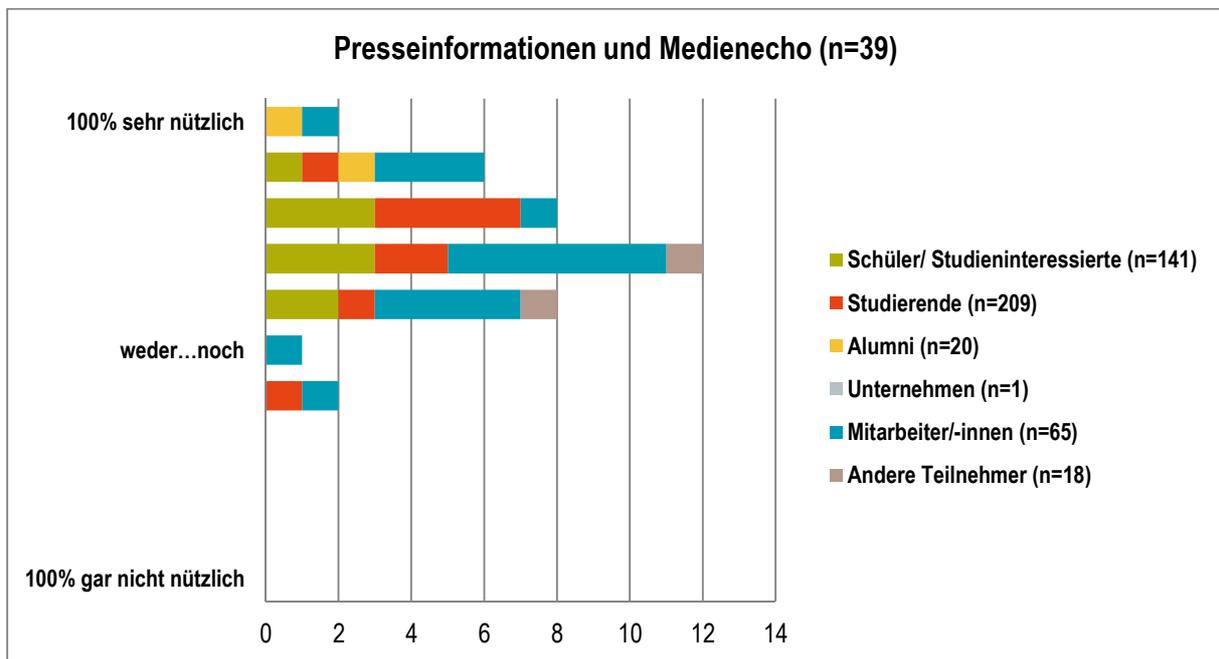


Abb. 73: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Presseinformationen und Medienecho“ auf den HNEE-Webseiten

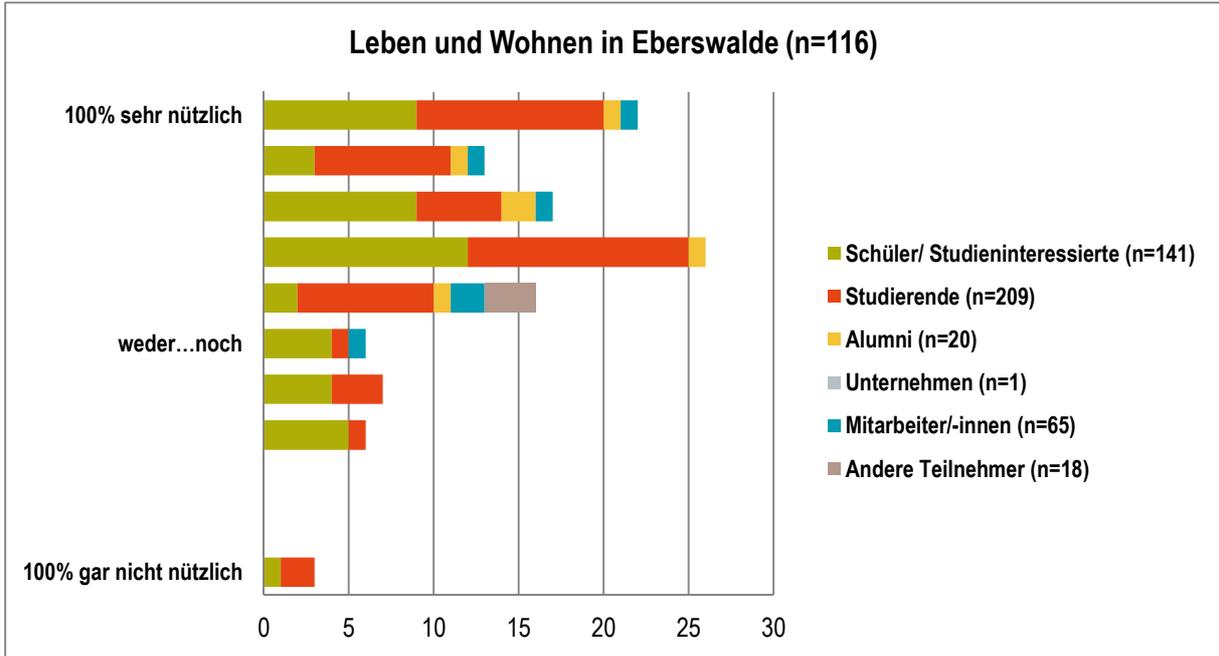


Abb. 74: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Leben und Wohnen in Eberswalde“ auf den HNEE-Webseiten

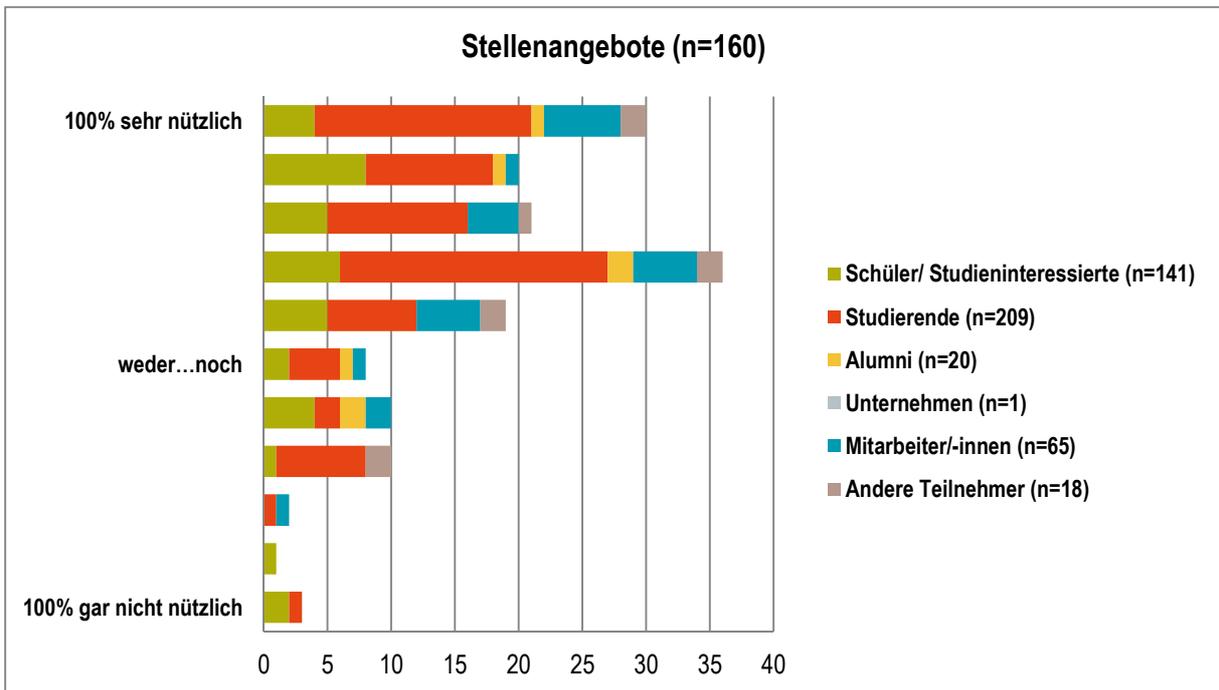


Abb. 75: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Stellenangebote“ auf den HNEE-Webseiten

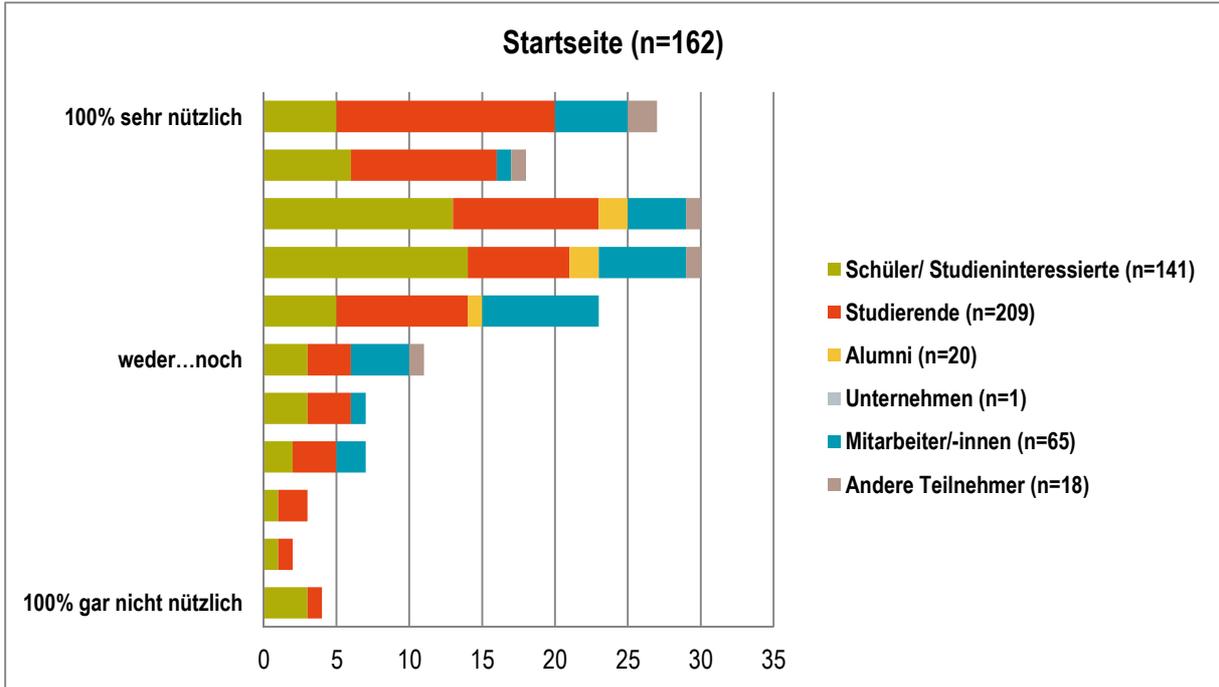


Abb. 76: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Startseite“ auf den HNEE-Webseiten

4.4.4 Bitte begründen Sie Ihre Bewertung der Inhalte!



(n=454, alle vollständigen Antworten)

Abb. 77: Stichwörter als Begründung der Bewertung der Inhalte auf den HNEE-Webseiten

4.4.5 Welche Informationen vermissen Sie auf den Webseiten der HNE Eberswalde?



(n=454, alle vollständigen Antworten)

Abb. 78: Vermisste Informationen auf den HNEE-Webseiten

4.5 Bewertung ausgewählter Online-Aspekte auf den Webseiten der HNEE

4.5.1 Wie finden Sie unseren Internetauftritt? Die Webseiten ...

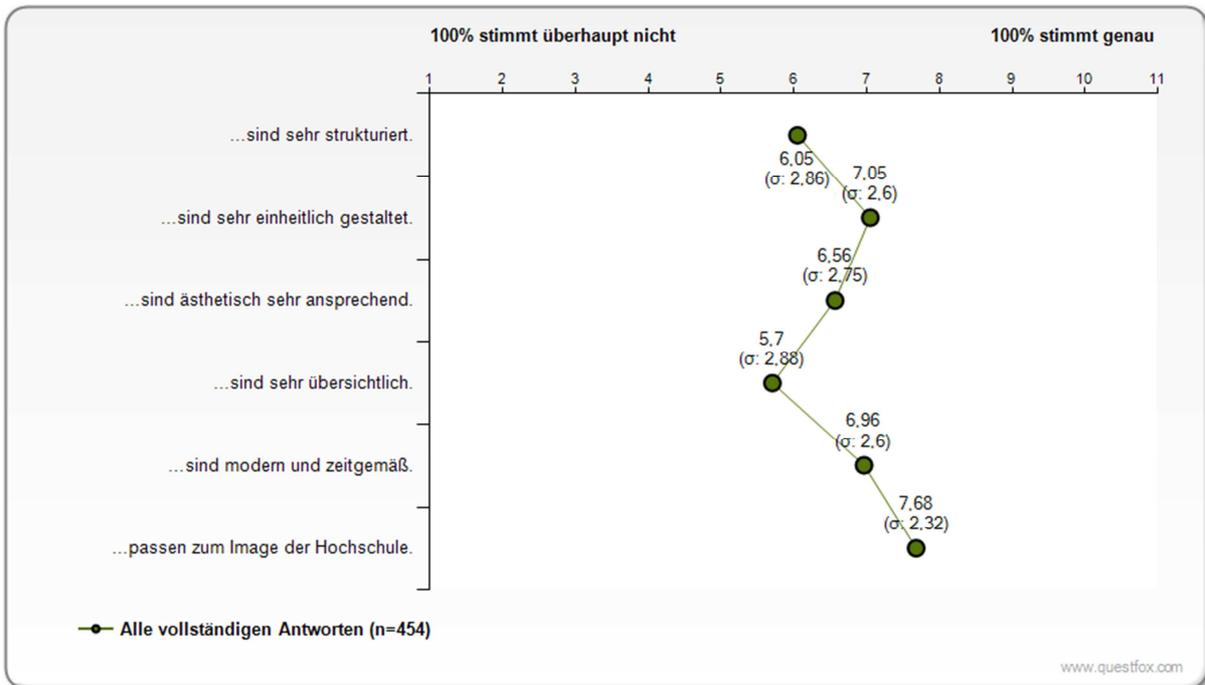


Abb. 79: Bewertung ausgewählter gestalterischer Aspekte in Bezug auf die HNEE-Webseiten

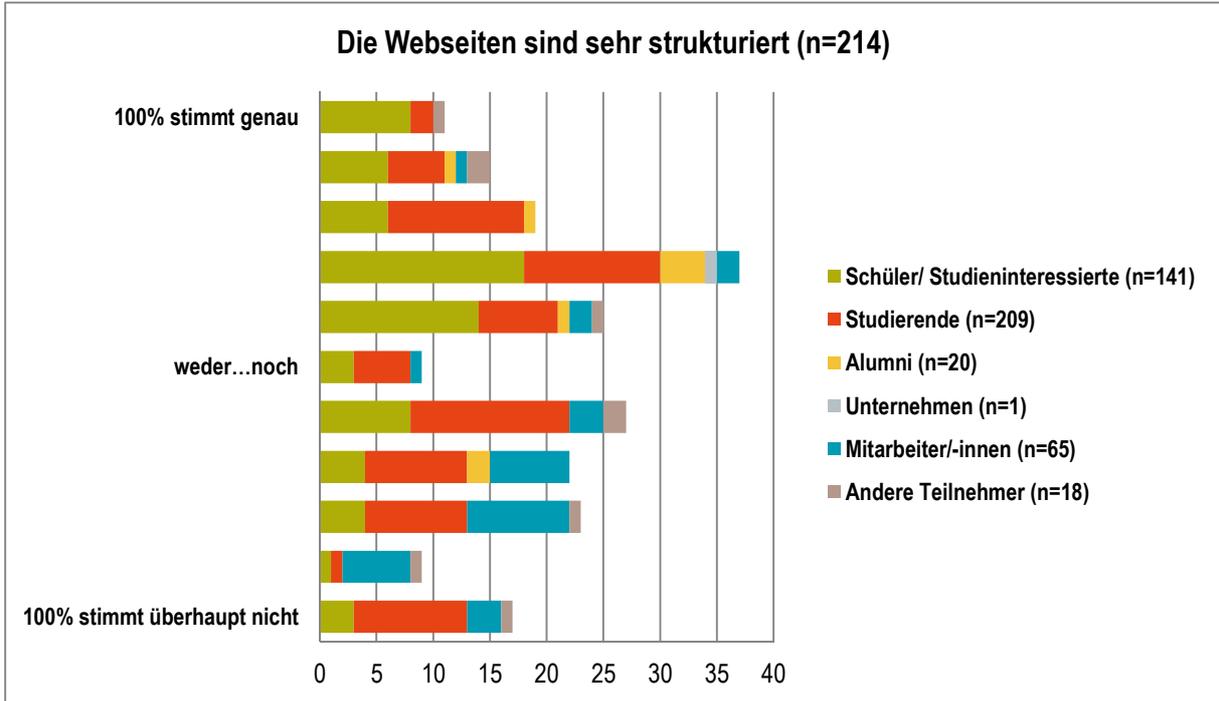


Abb. 80: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind sehr strukturiert“

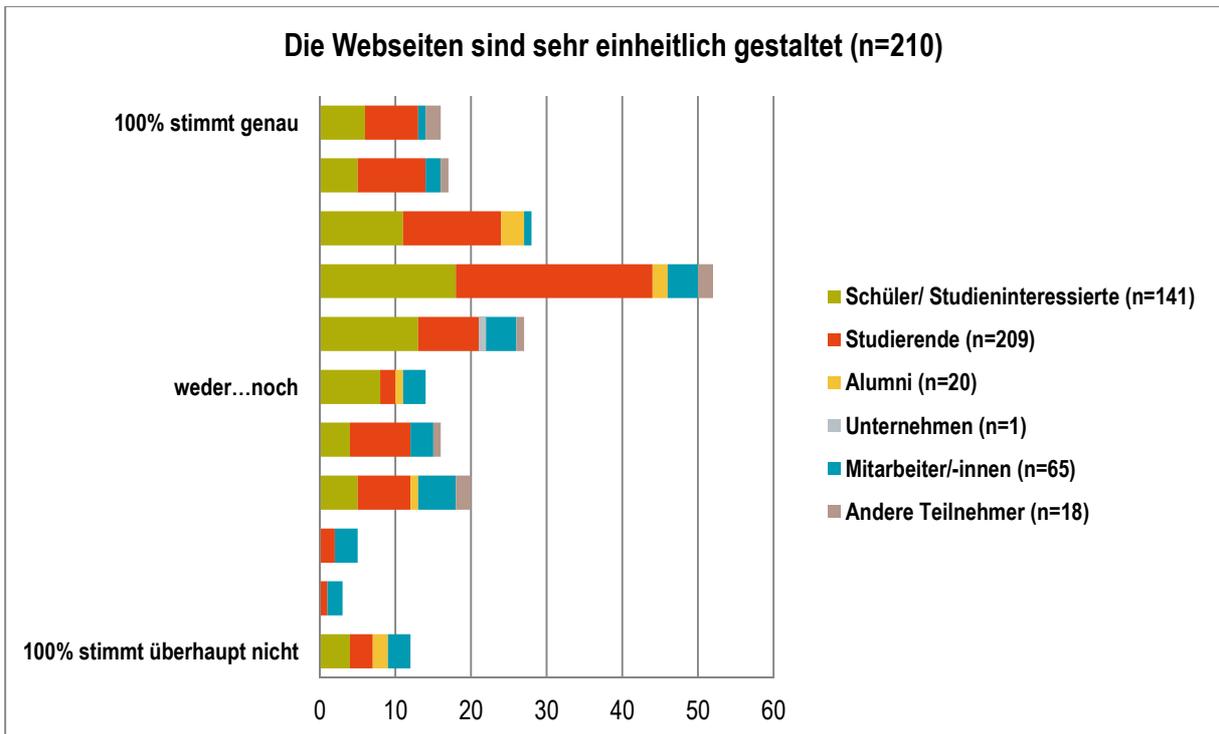


Abb. 81: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind sehr einheitlich gestaltet“

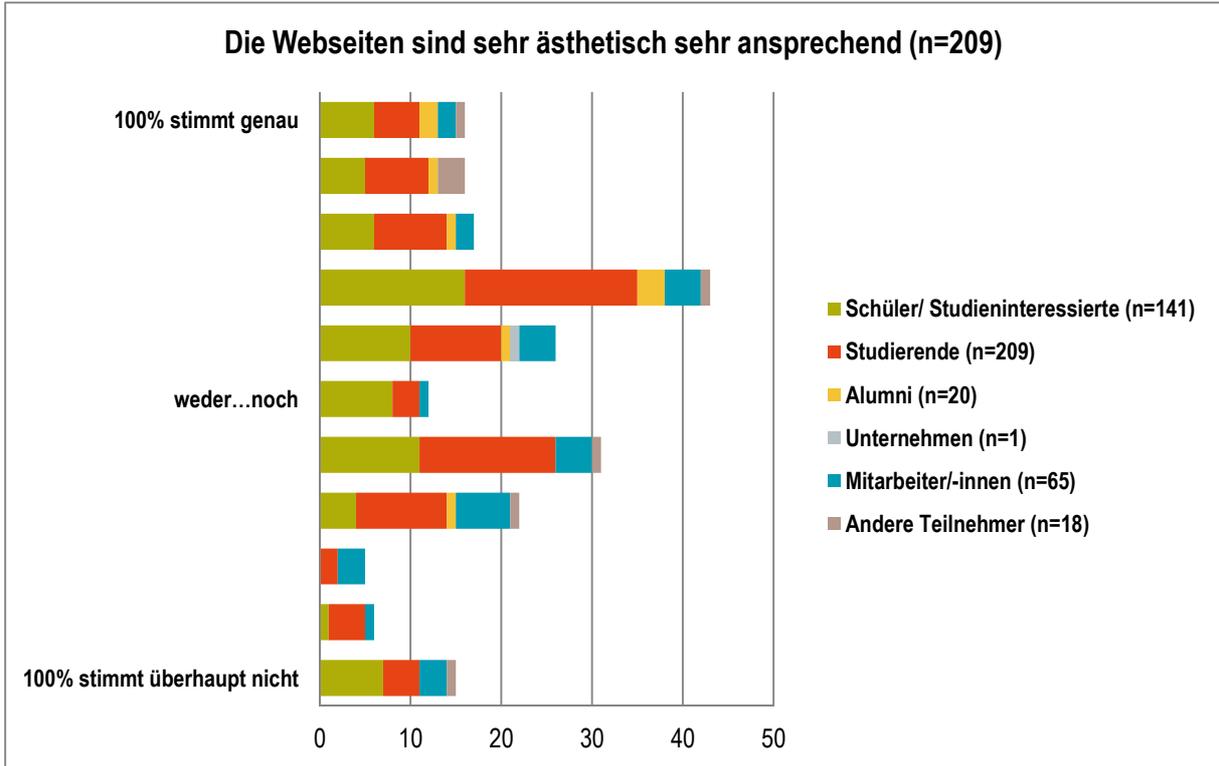


Abb. 82: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind ästhetisch sehr ansprechend“

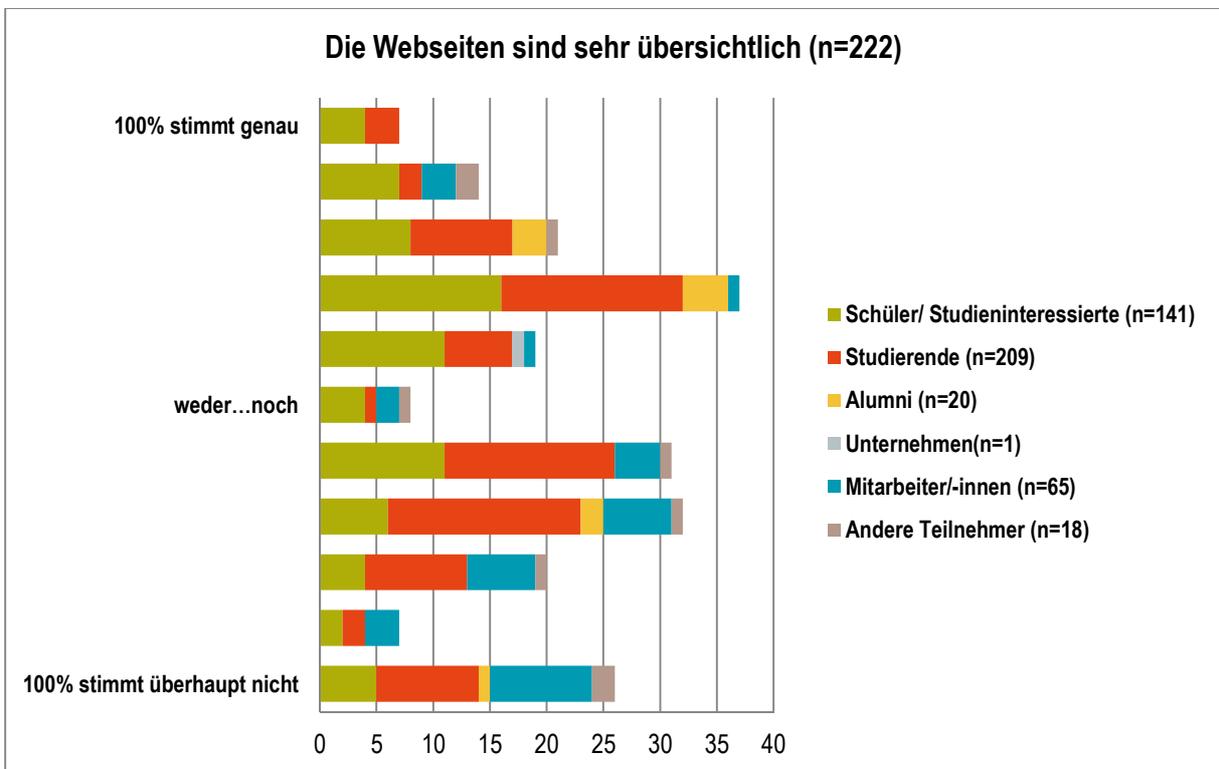


Abb. 83: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind sehr übersichtlich“

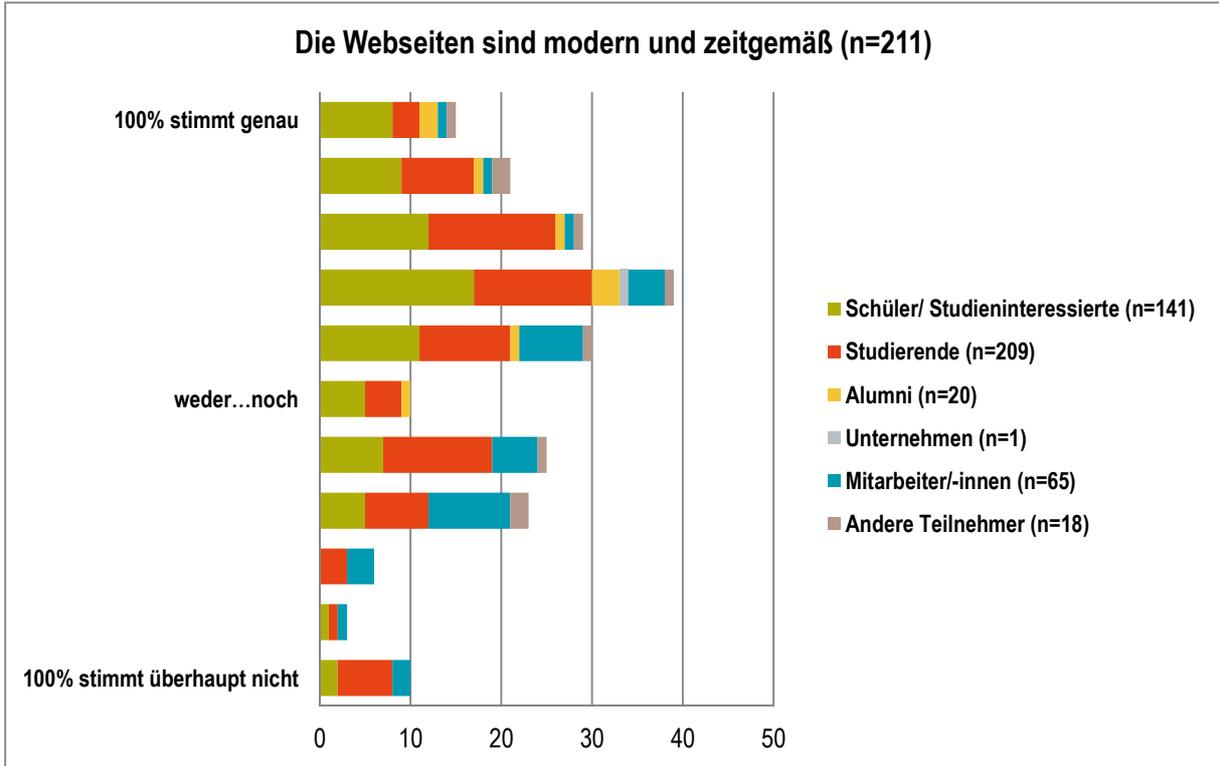


Abb. 84: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind modern und zeitgemäß“

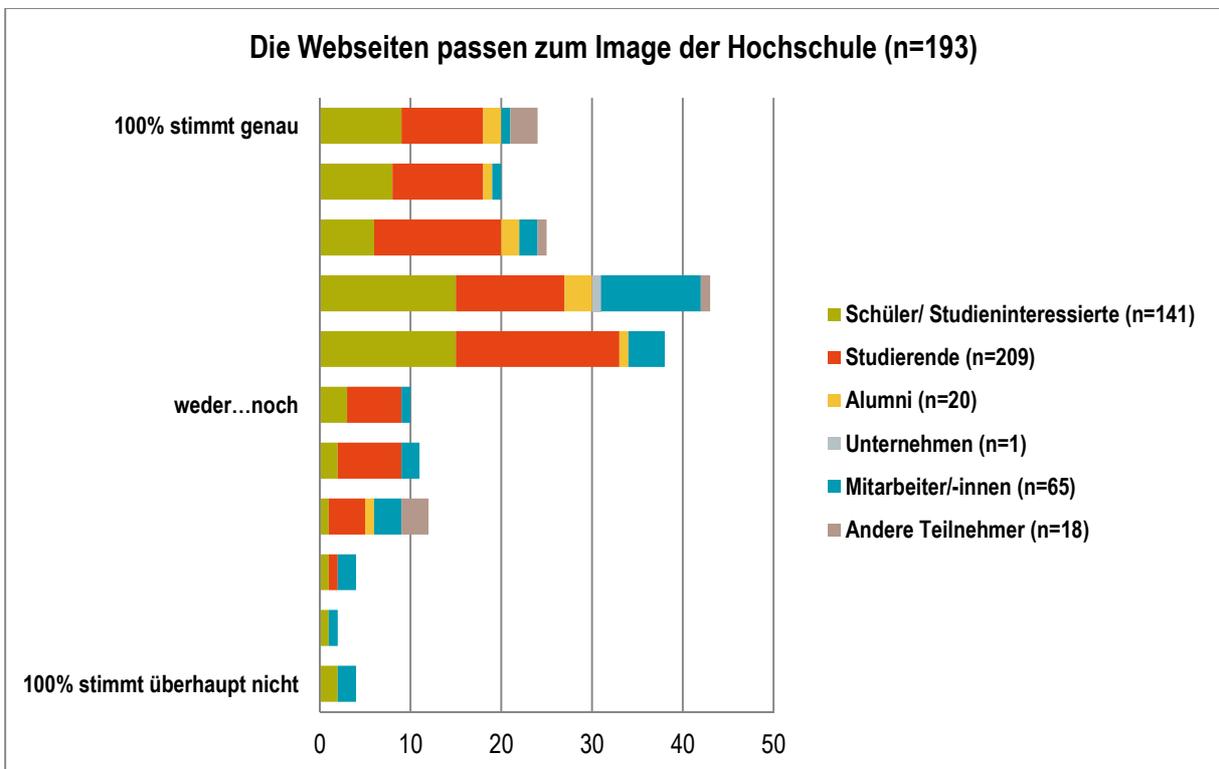


Abb. 85: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten passen zum Image der Hochschule“

4.5.2 Wie finden Sie unseren Internetauftritt? Die Webseiten ...

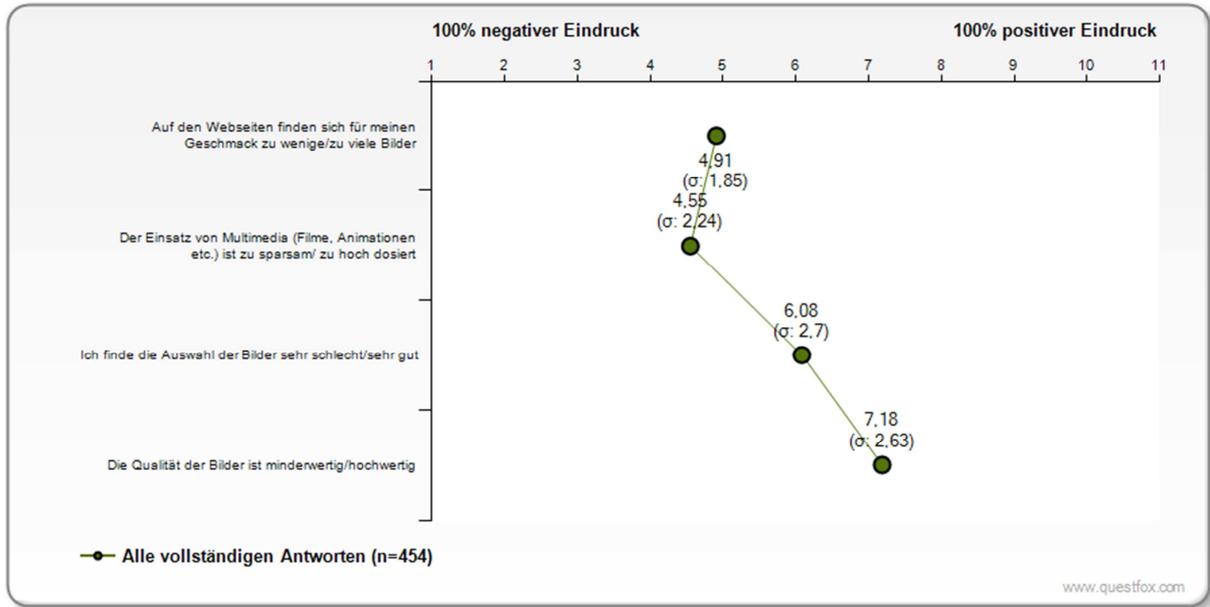


Abb. 86: Bewertung ausgewählter gestalterischer Aspekte in Bezug auf die HNEE-Webseiten (2)

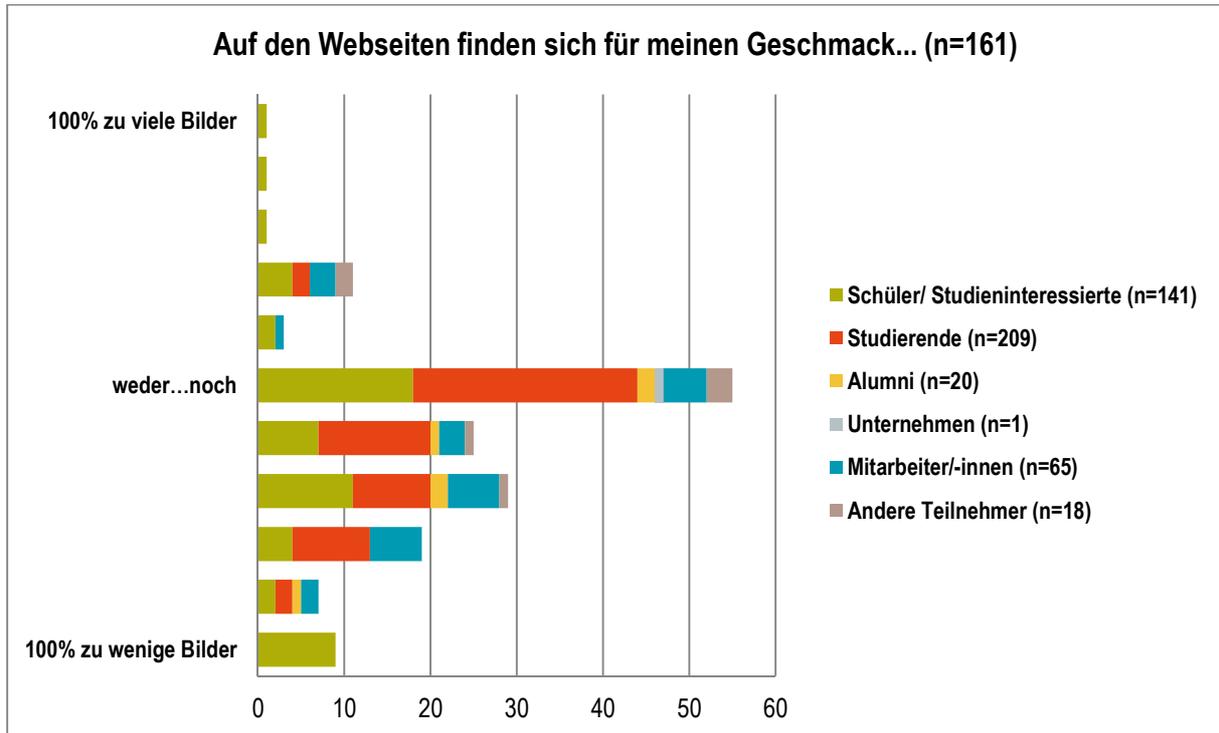


Abb. 87: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Auf den Webseiten finden sich für meinen Geschmack zu viele/ zu wenige Bilder“

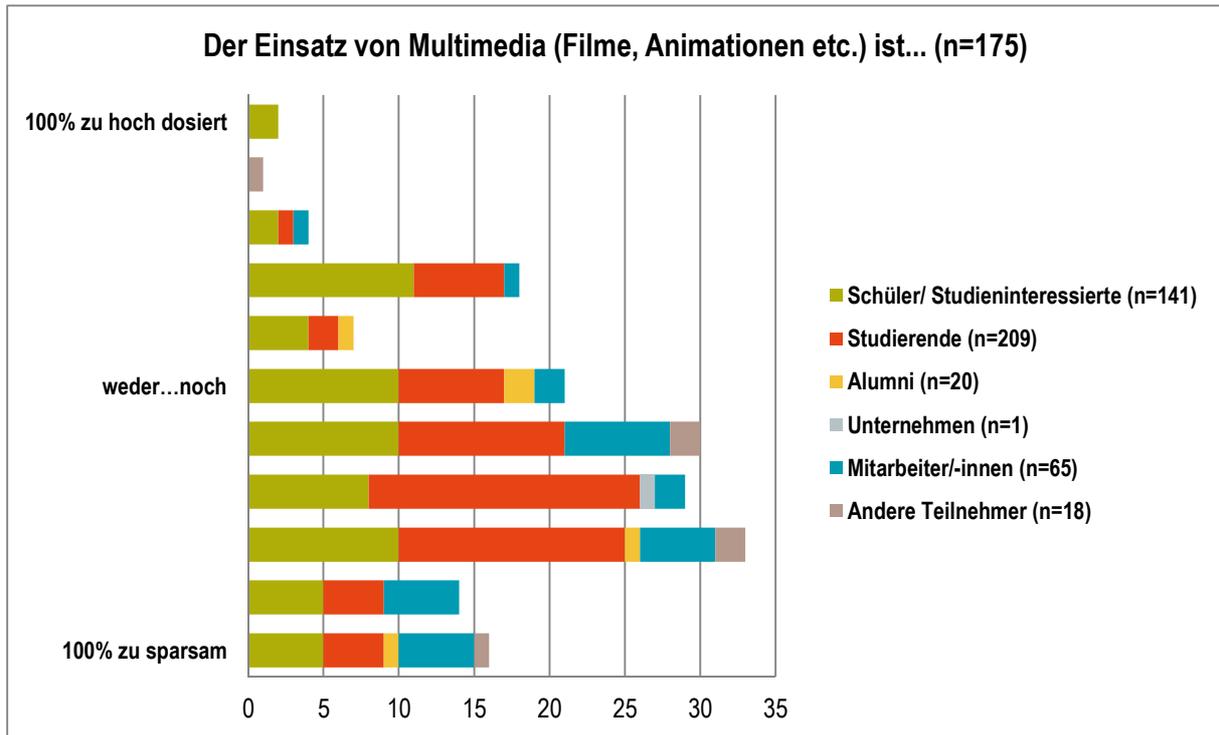


Abb. 88: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Der Einsatz von Multimedia (Filme, Animationen etc.) ist zu hoch dosiert/ zu sparsam“

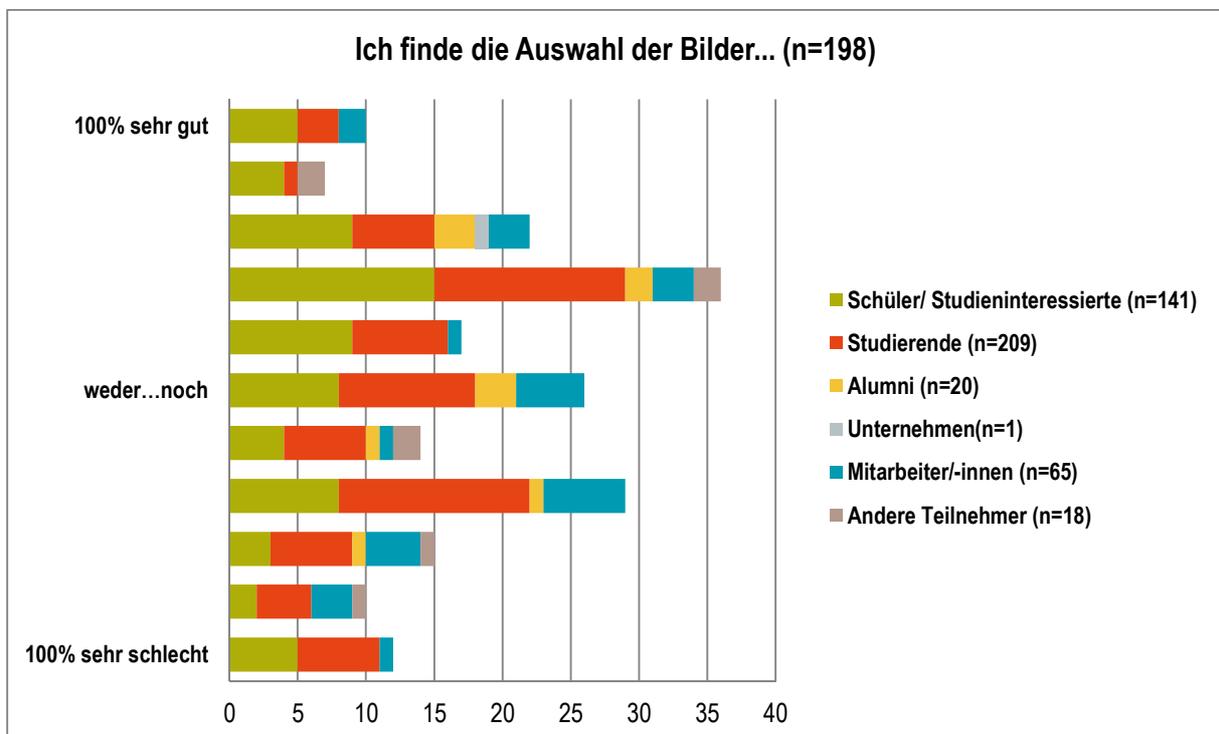


Abb. 89: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Ich finde die Auswahl der Bilder sehr gut/ sehr schlecht“

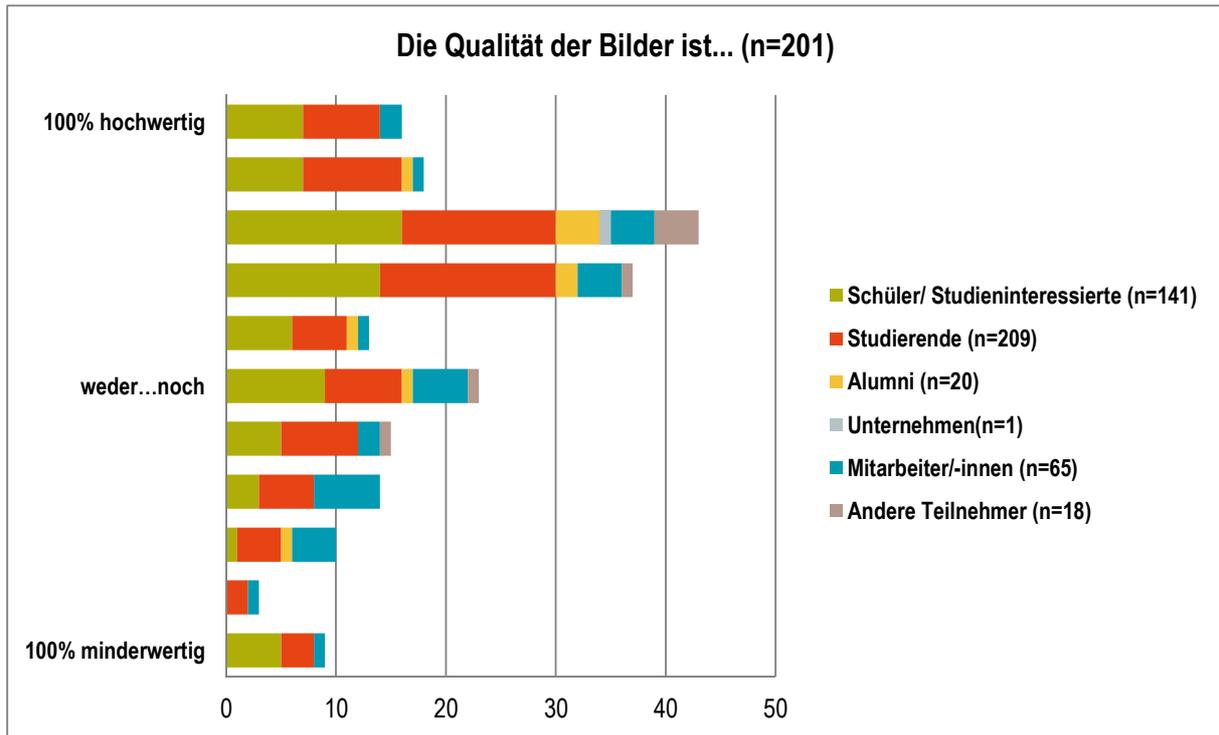


Abb. 90: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Qualität der Bilder ist hochwertig/ minderwertig“

4.5.3 Wie bewerten Sie generell folgende Aspekte bezüglich der Inhalte auf unseren Webseiten?

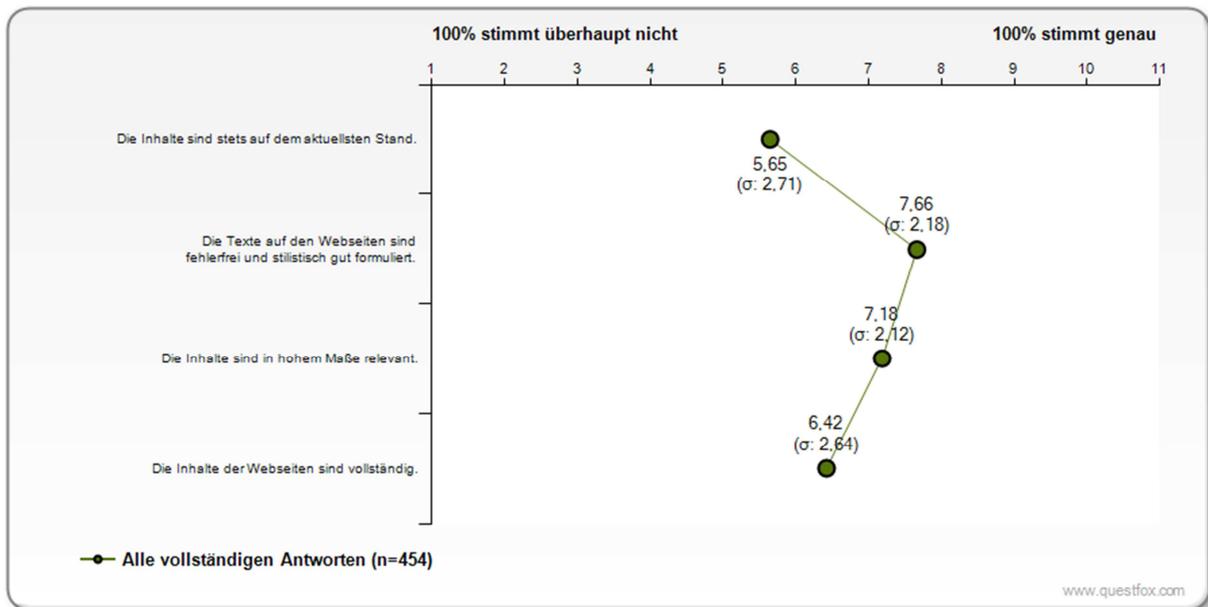


Abb. 91: Bewertung ausgewählter inhaltlicher Aspekte in Bezug auf die HNEE-Webseiten

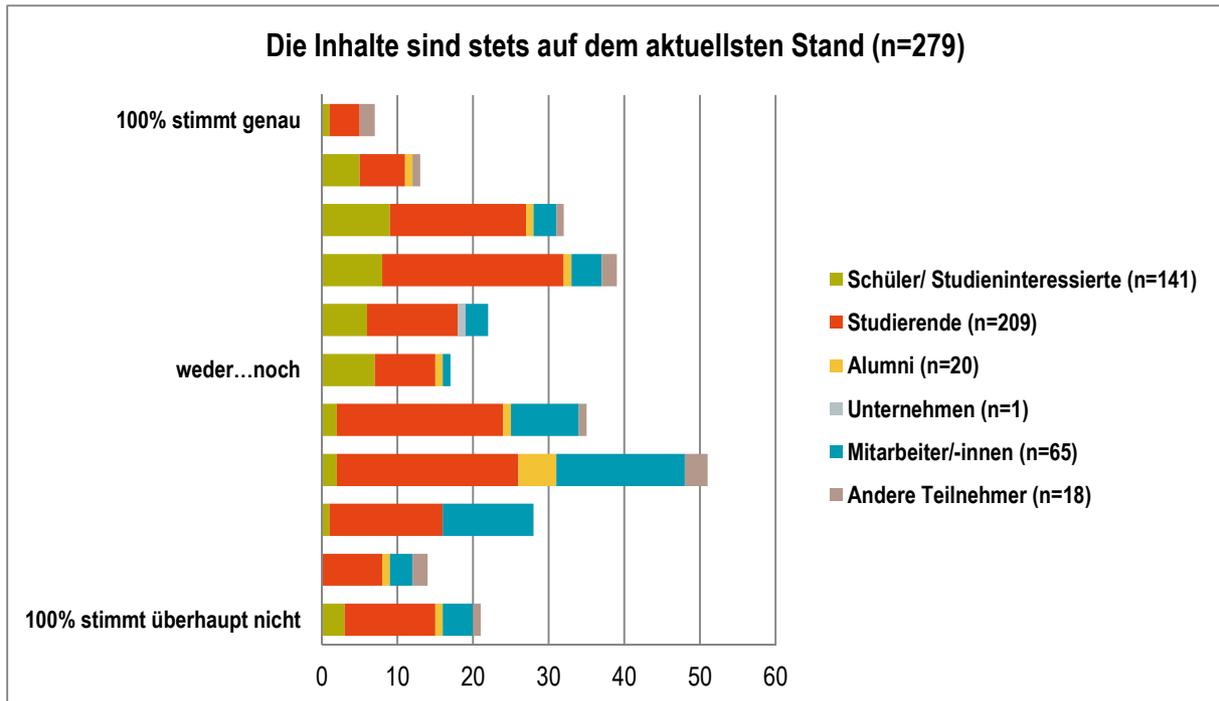


Abb. 92: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Inhalte sind stets auf dem aktuellen Stand“

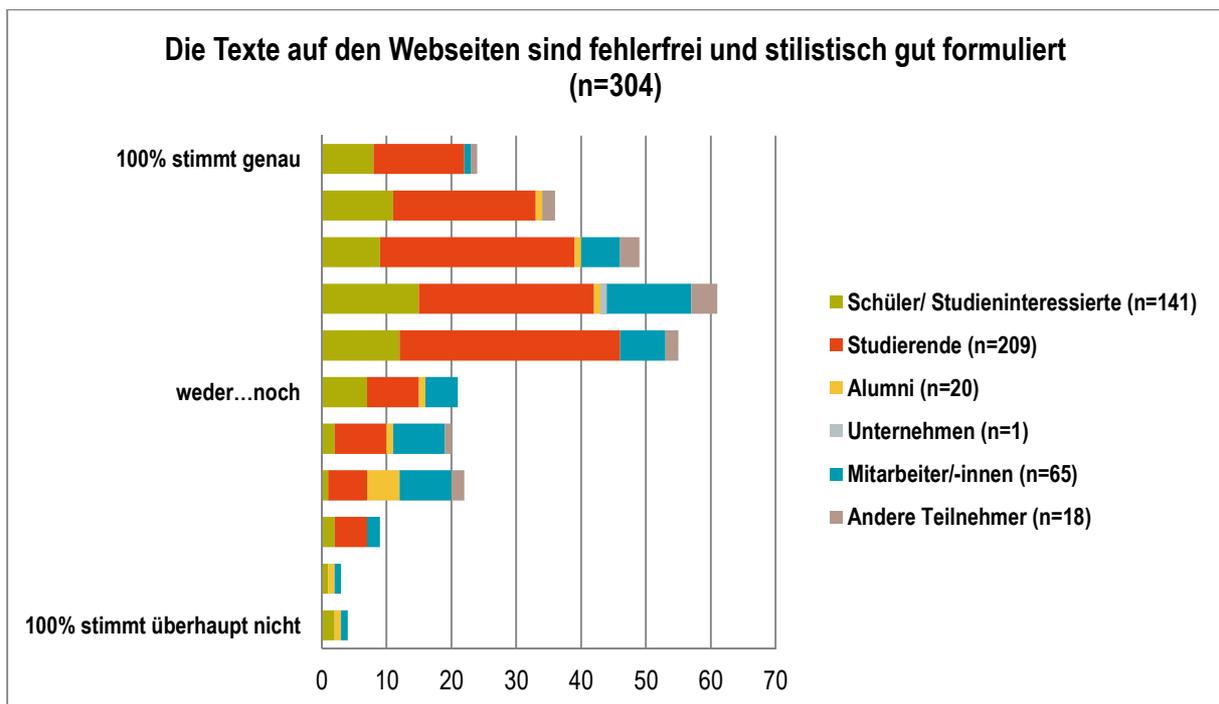


Abb. 93: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Texte auf den Webseiten sind fehlerfrei und stilistisch gut formuliert“

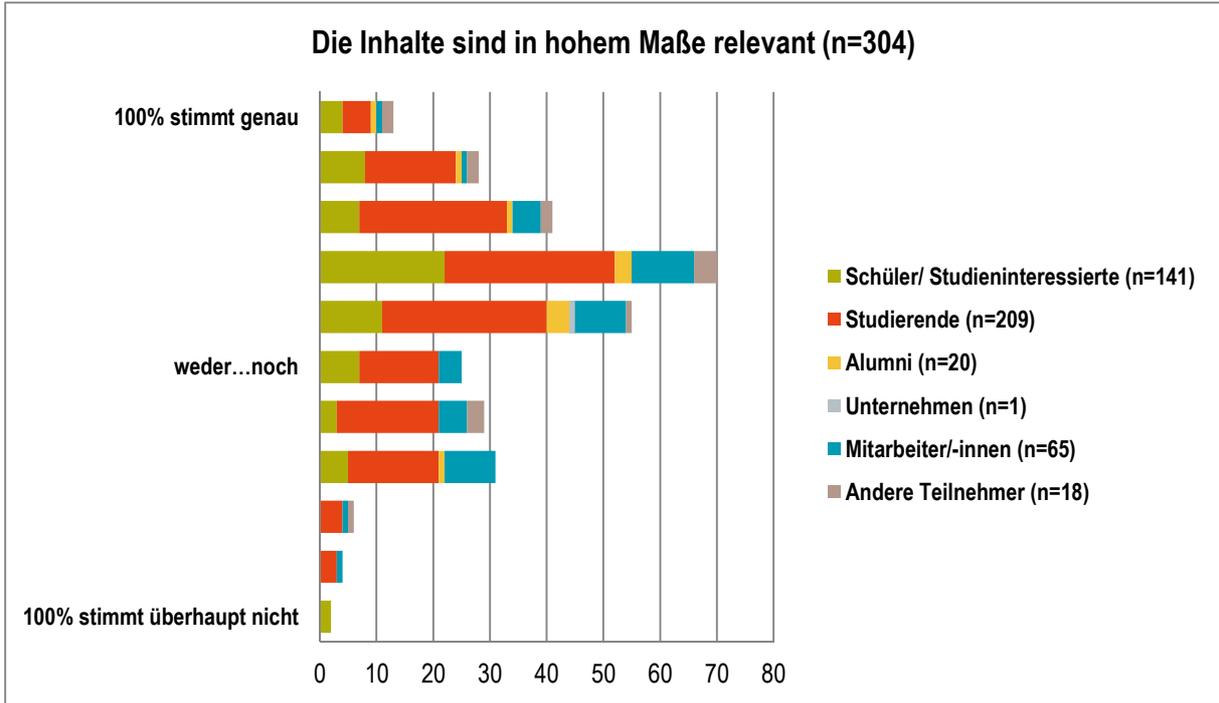


Abb. 94: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Inhalte sind in hohem Maße relevant“

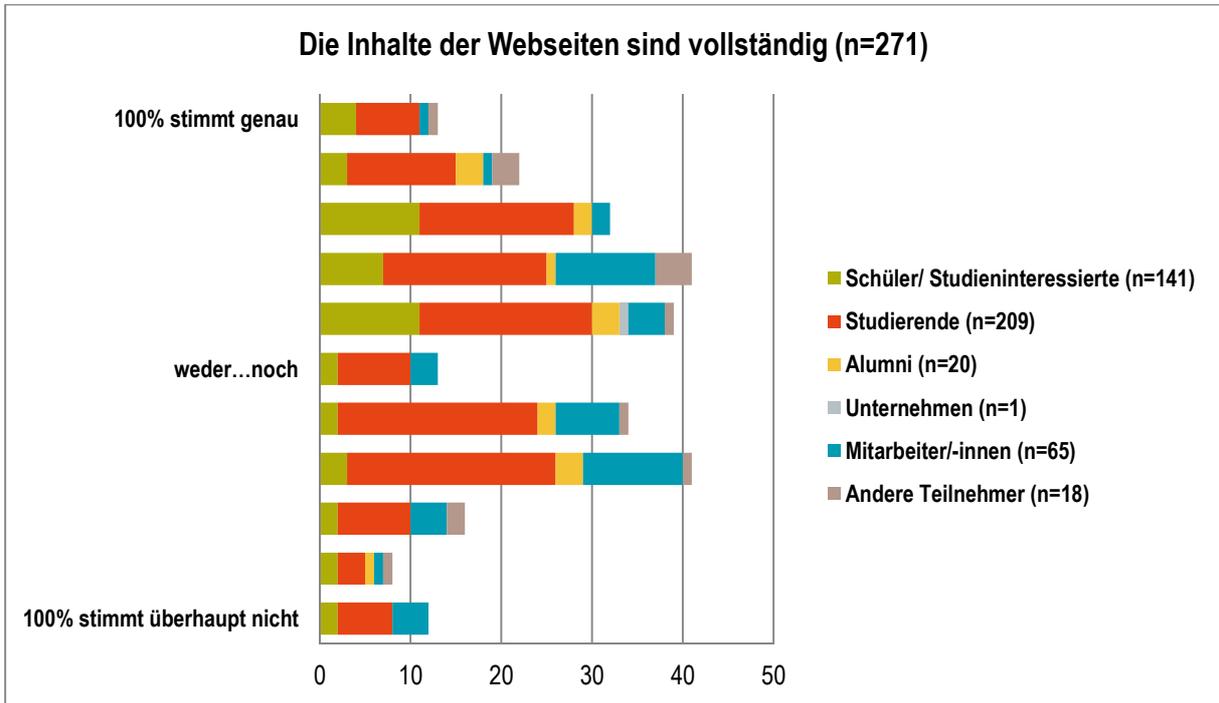


Abb. 95: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Inhalte der Webseiten sind vollständig“

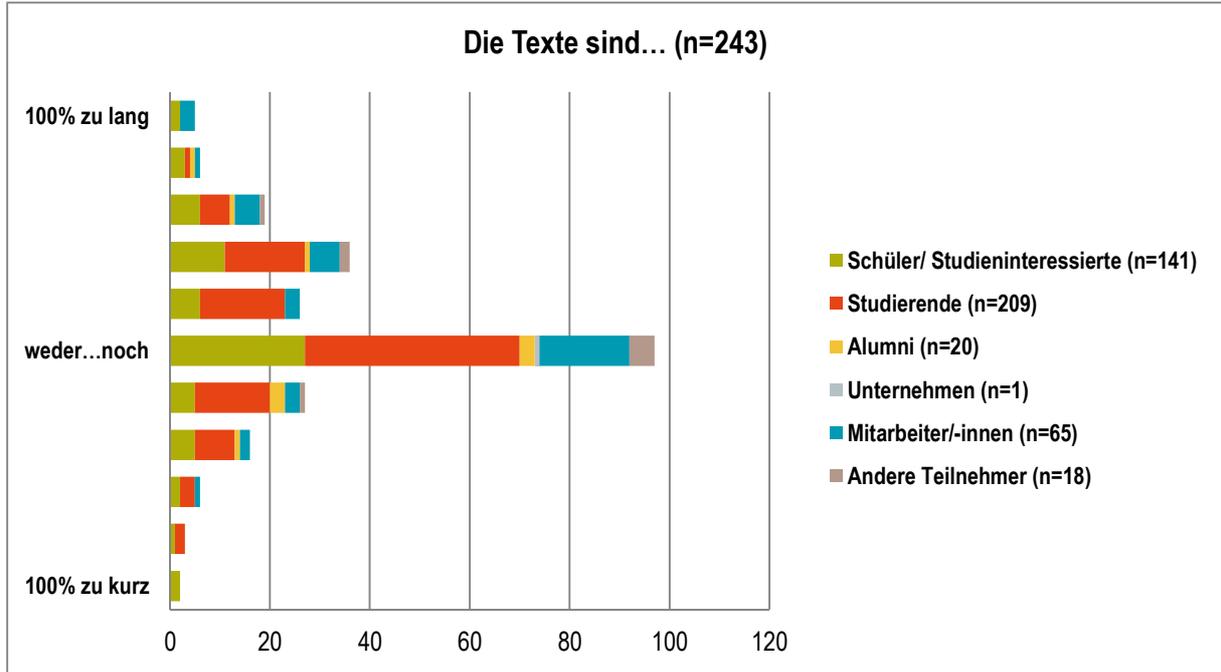


Abb. 96: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Texte sind zu lang/ zu kurz“

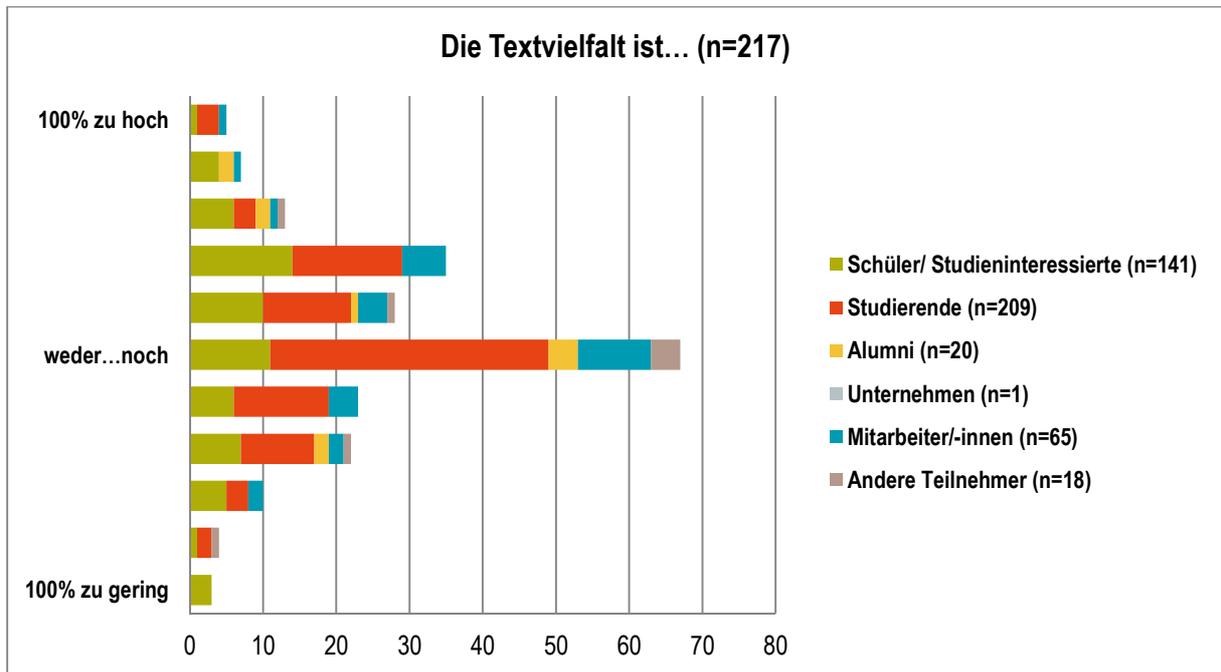


Abb. 97: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Textvielfalt ist zu hoch/ zu gering“

4.5.4 Wie bewerten Sie generell folgende Aspekte der Benutzerfreundlichkeit unserer Webseiten?

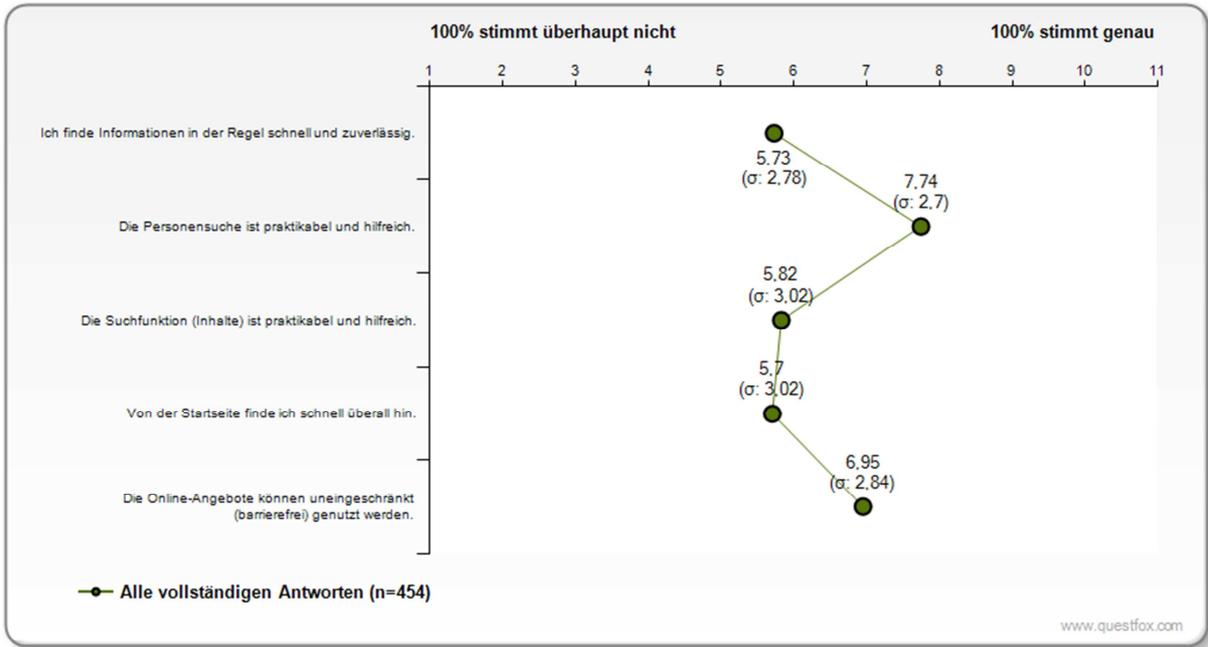


Abb. 98: Bewertung ausgewählter Aspekte der Benutzerfreundlichkeit in Bezug auf die HNEE-Webseiten

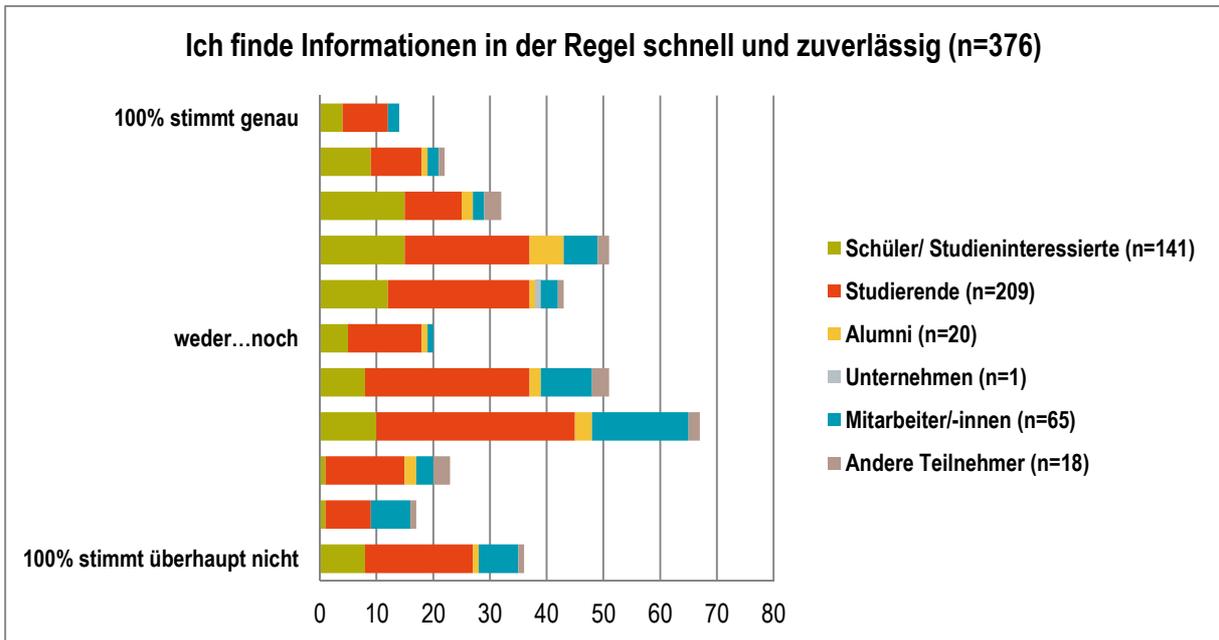


Abb. 99: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Ich finde Informationen in der Regel schnell und zuverlässig“

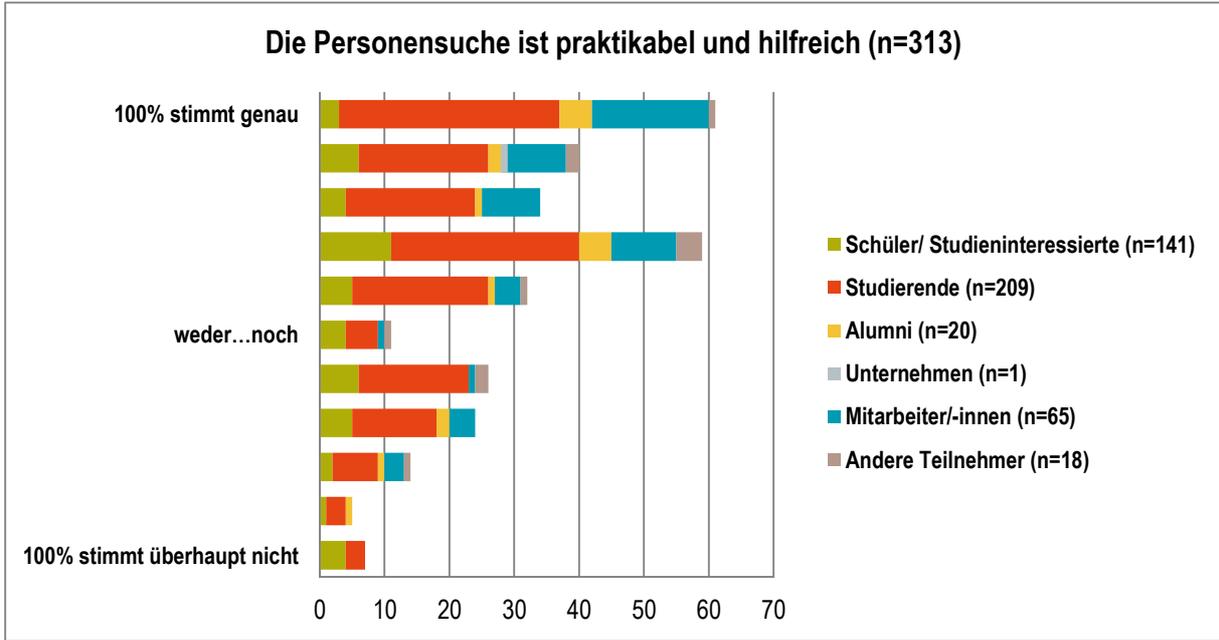


Abb. 100: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Personensuche ist praktikabel und hilfreich“

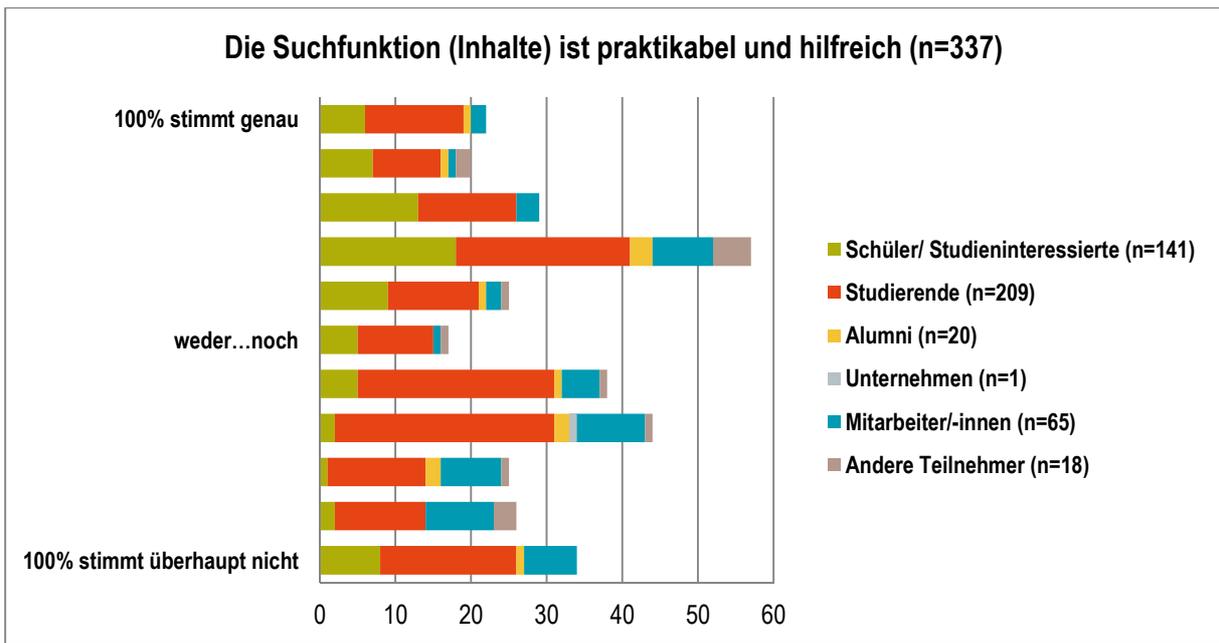


Abb. 101: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Suchfunktion (Inhalte) ist praktikabel und hilfreich“

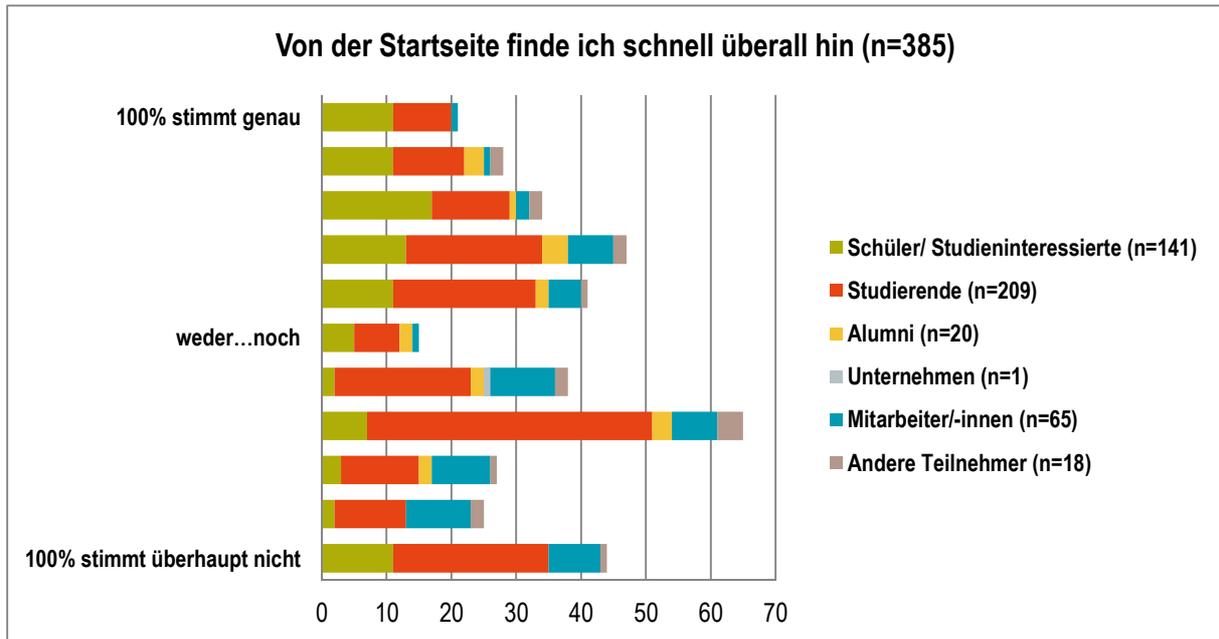


Abb. 102: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Von der Startseite finde ich schnell überall hin“

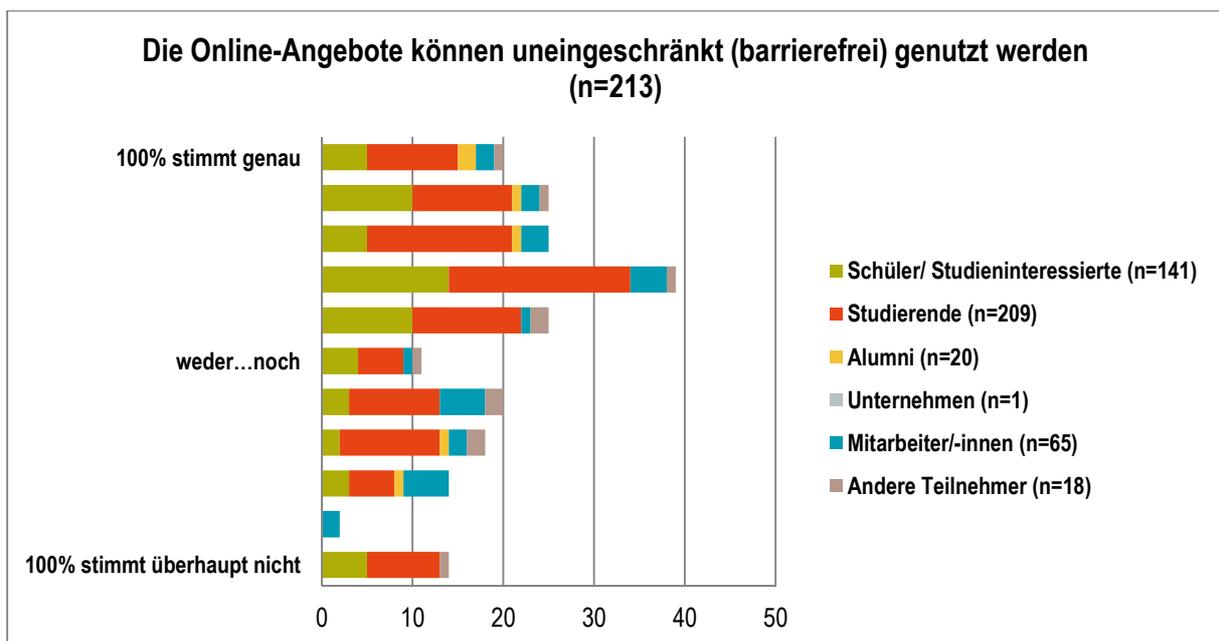


Abb. 103: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Online-Angebote können uneingeschränkt (barrierefrei) genutzt werden“

4.5.5 Wie bewerten Sie generell folgende technische Aspekte unserer Webseiten?

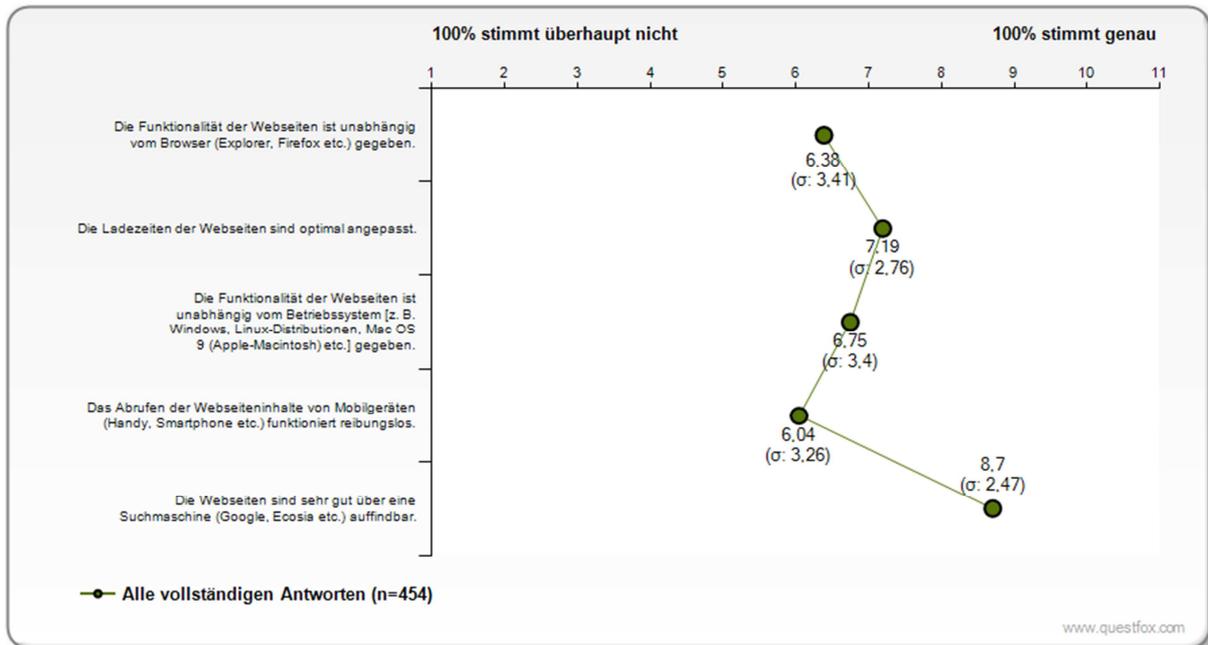


Abb. 104: Bewertung ausgewählter technischer Aspekte in Bezug auf die HNEE-Webseiten

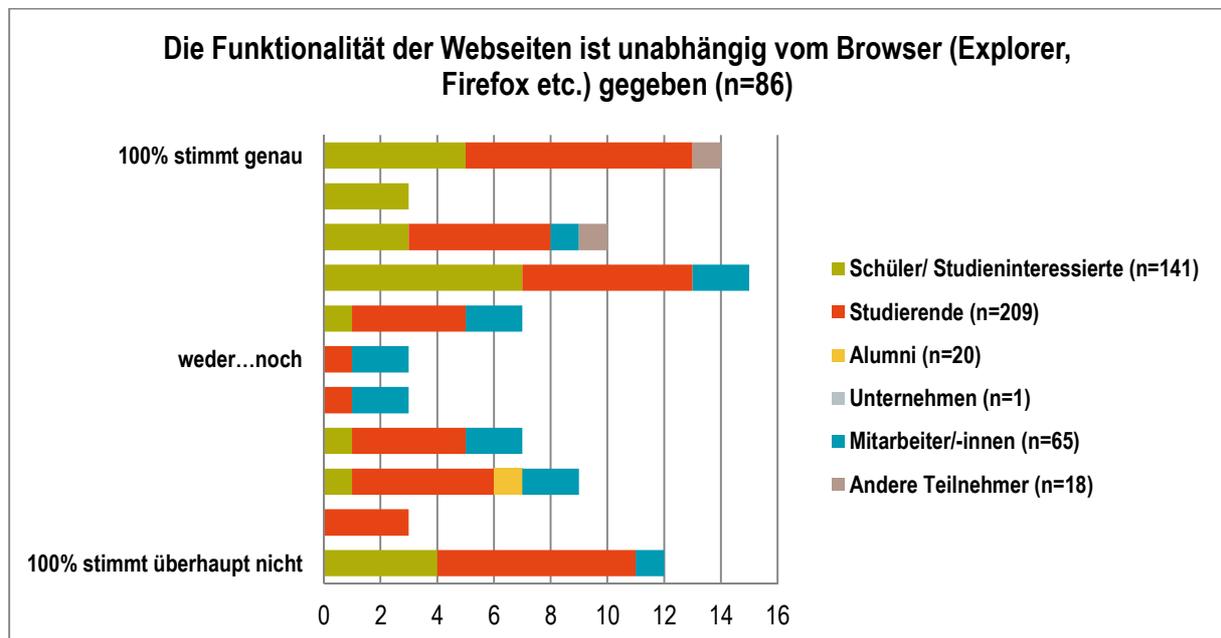


Abb. 105: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Funktionalität der Webseiten ist unabhängig vom Browser (Explorer, Firefox etc.) gegeben“

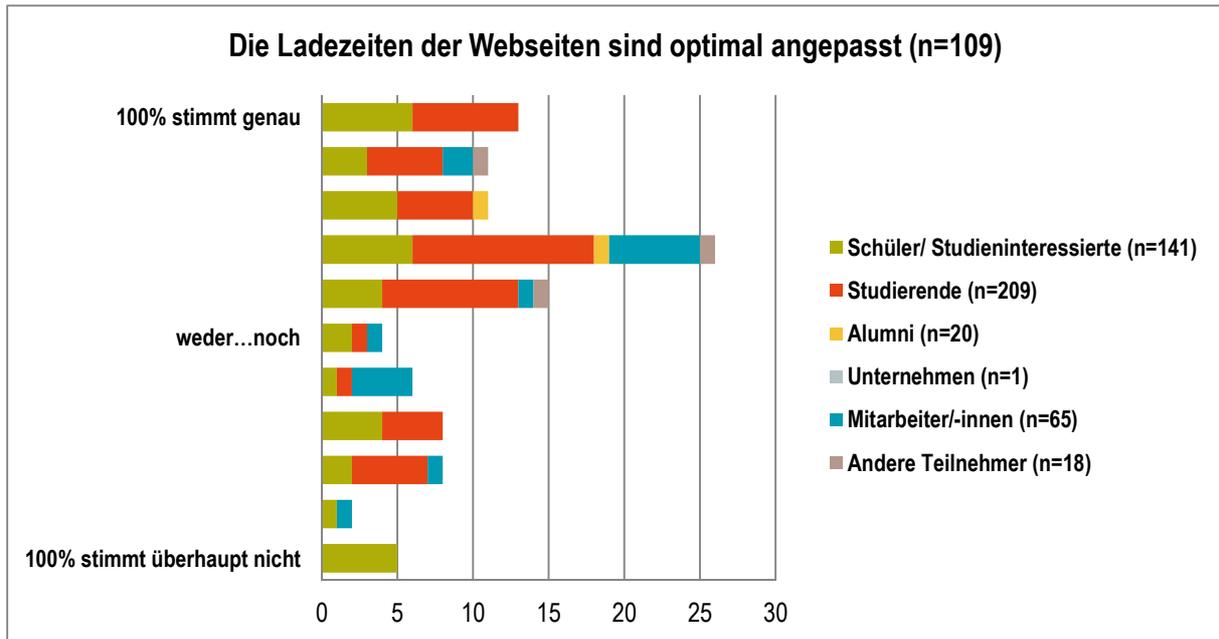


Abb. 106: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Ladezeiten der Webseiten sind optimal angepasst“

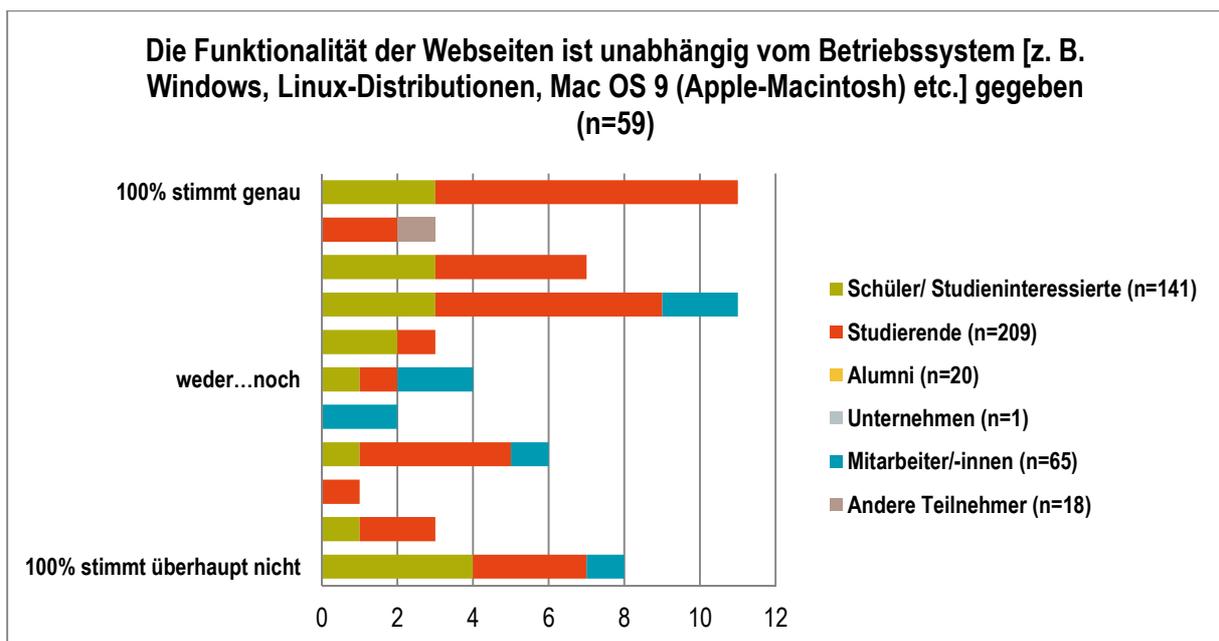


Abb. 107: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Funktionalität der Webseiten ist unabhängig vom Betriebssystem gegeben“

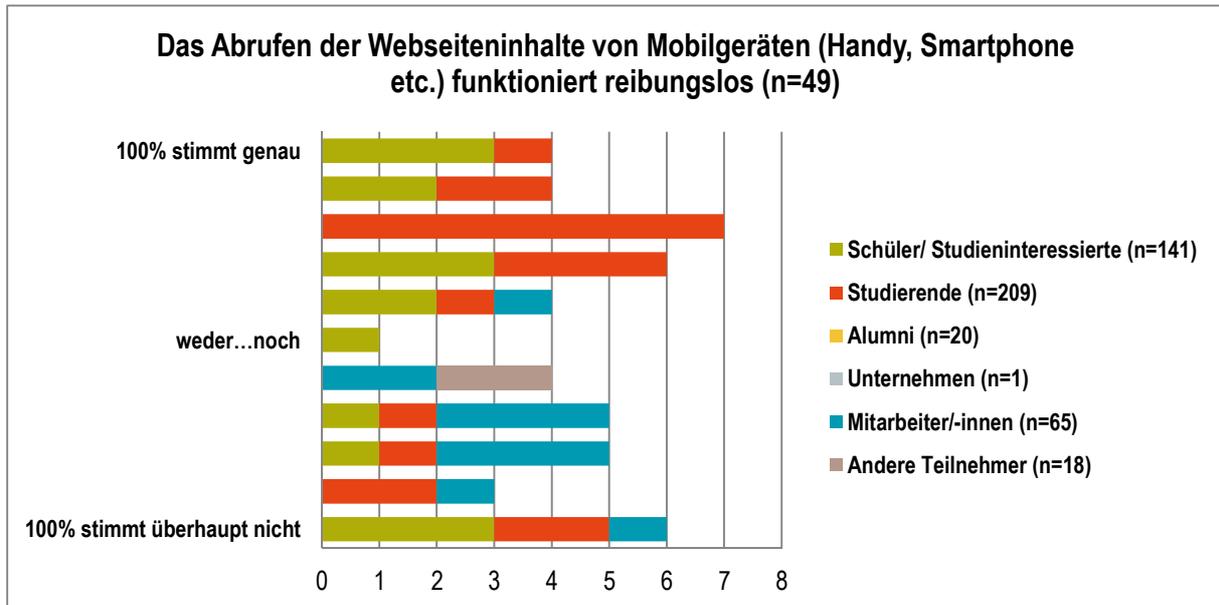


Abb. 108: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Das Abrufen der Webseiteninhalte von Mobilgeräten funktioniert reibungslos“

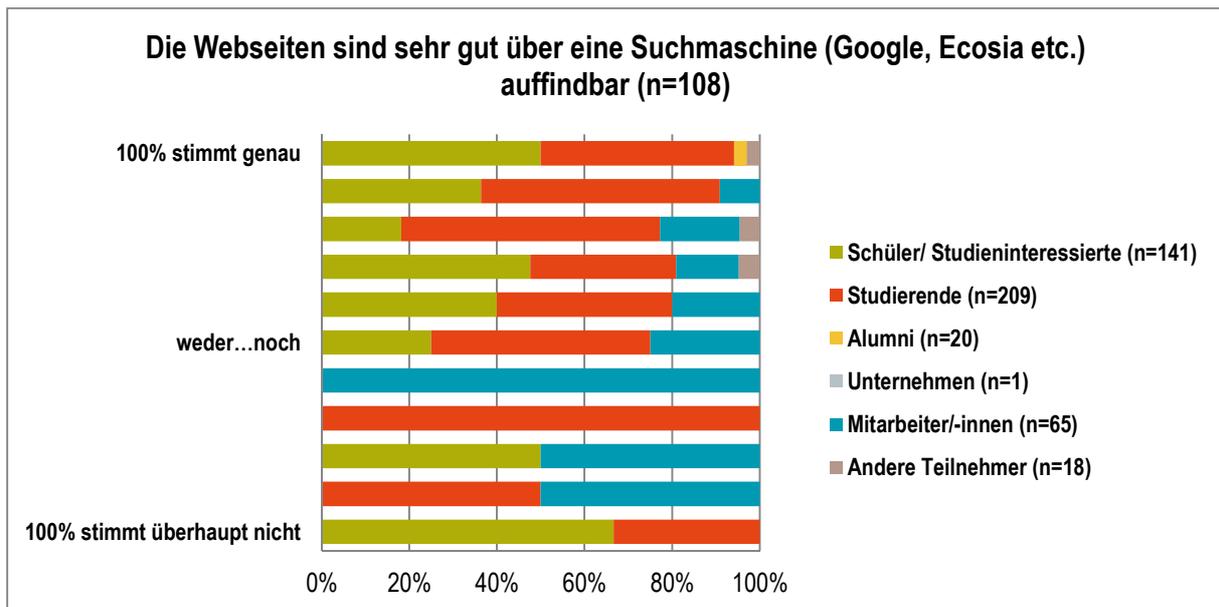


Abb. 109: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind sehr gut über eine Suchmaschine auffindbar“

4.5.6 Wie bewerten Sie generell folgende Aspekte der Interaktivität auf unseren Webseiten?

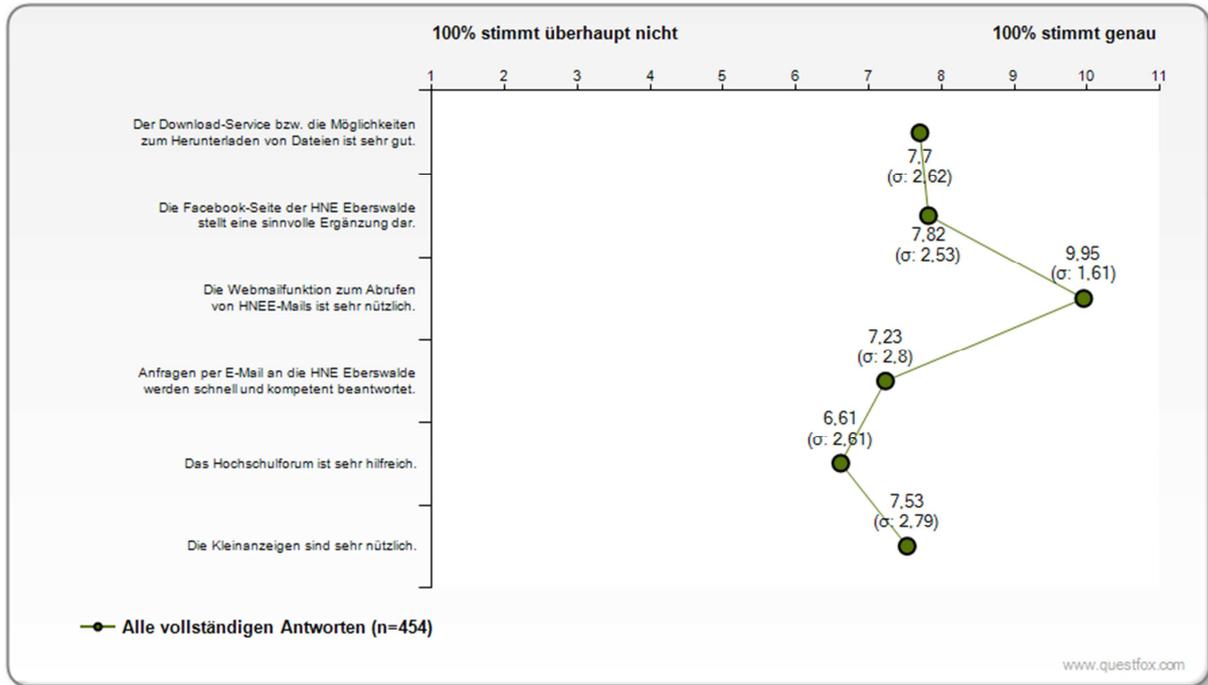


Abb. 110: Bewertung ausgewählter Aspekte der Interaktivität in Bezug auf die HNEE-Webseiten

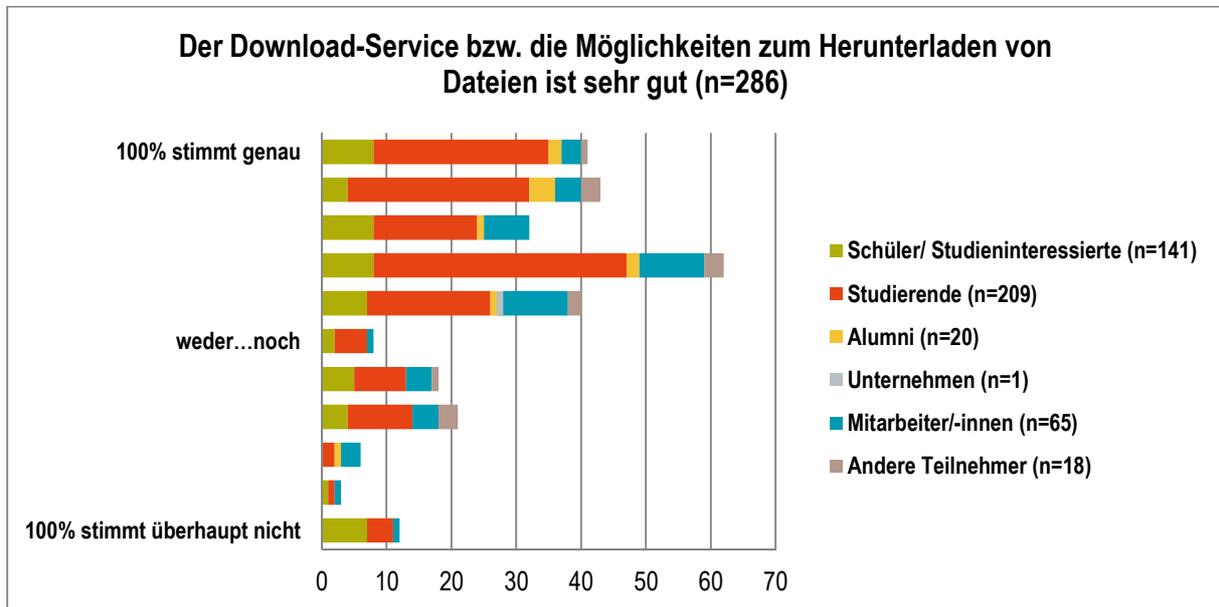


Abb. 111: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Der Download-Service bzw. die Möglichkeiten zum Herunterladen von Dateien ist sehr gut“

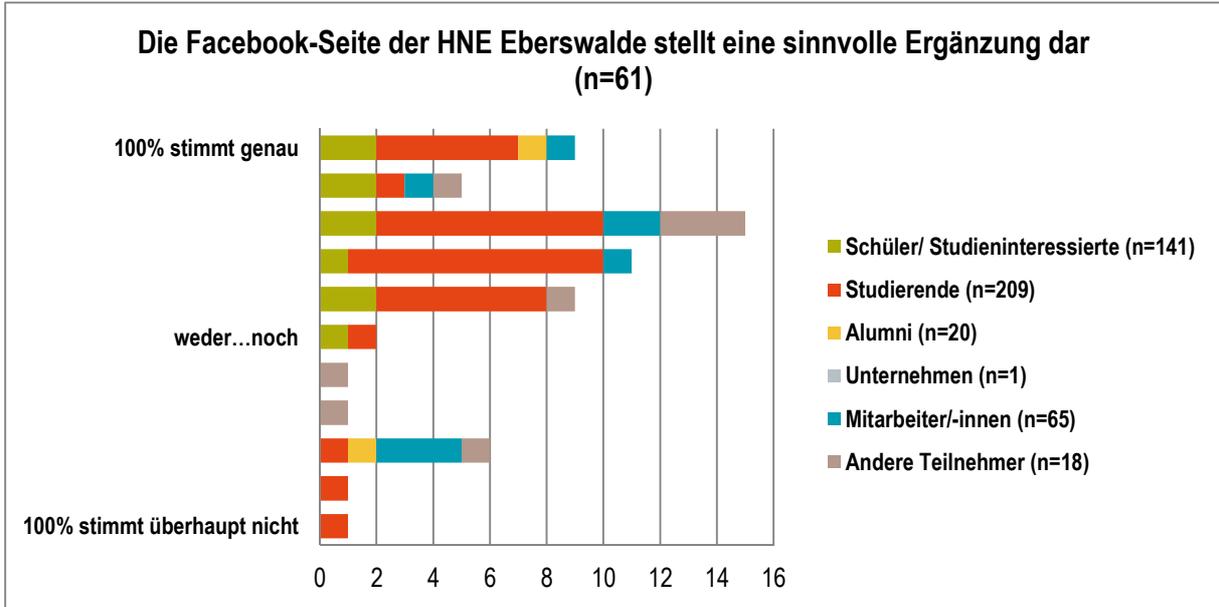


Abb. 112: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Facebook-Seite der HNE Eberswalde stellt eine sinnvolle Ergänzung dar“

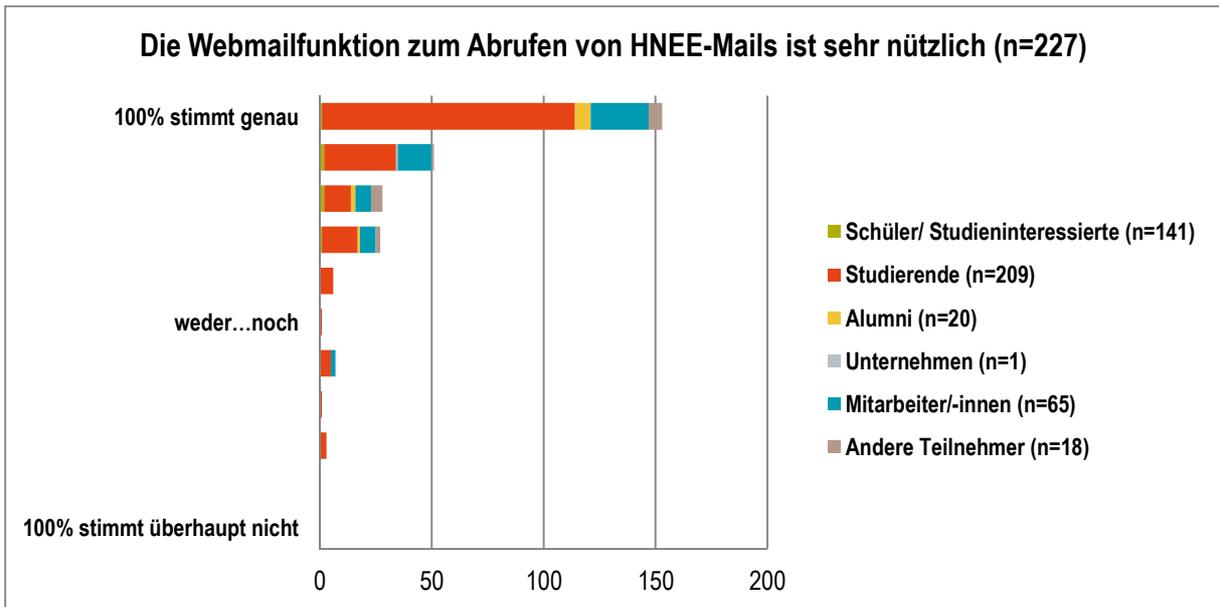


Abb. 113: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webmailfunktion zum Abrufen von HNEE-Mails ist sehr nützlich“

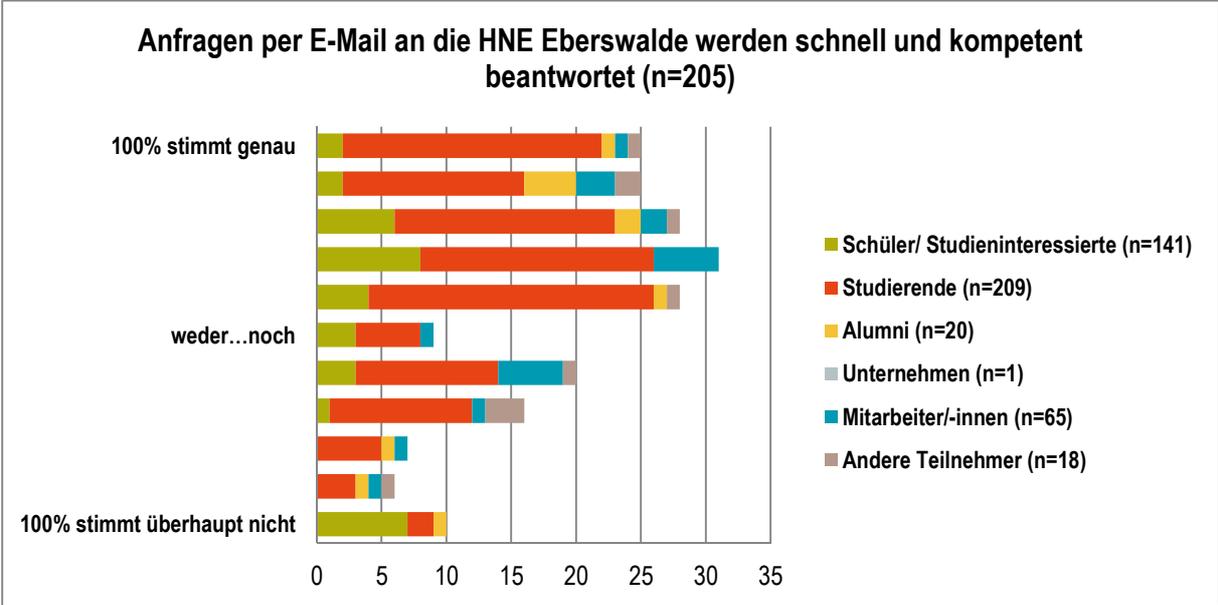


Abb. 114: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Anfragen per E-Mail an die HNE Eberswalde werden schnell und kompetent beantwortet“

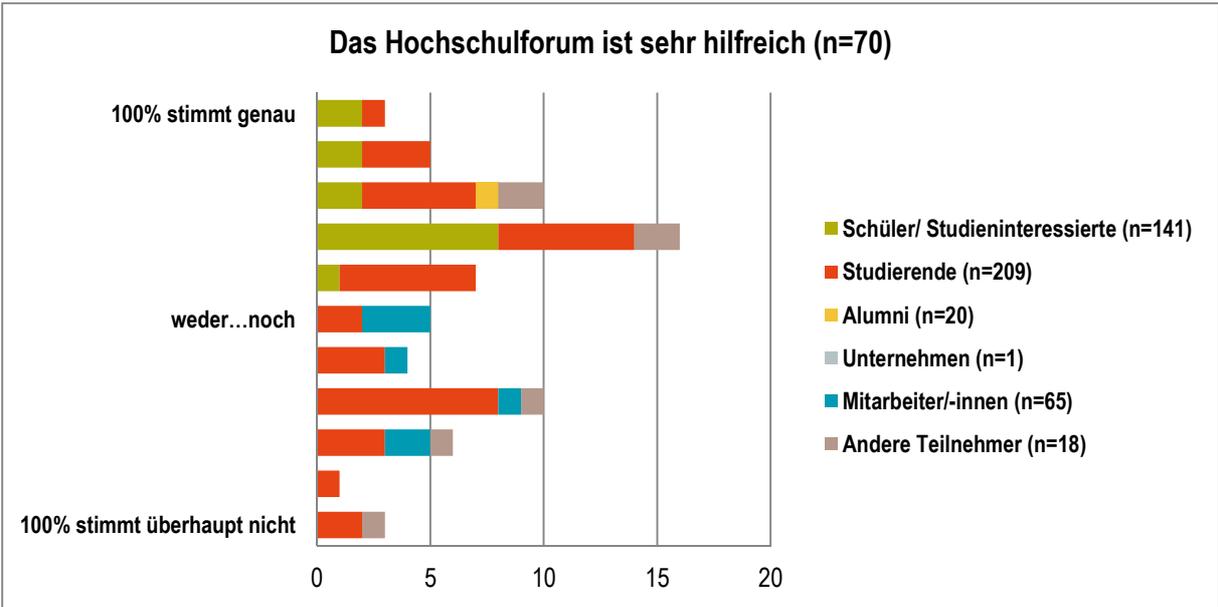


Abb. 115: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Das Hochschulforum ist sehr hilfreich“

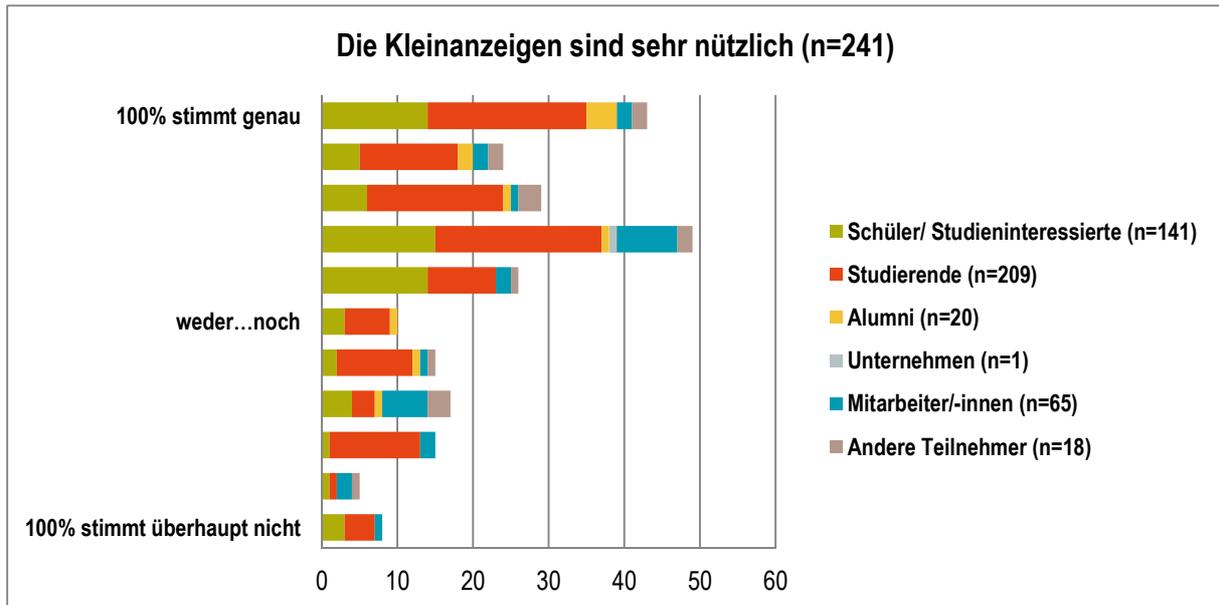


Abb. 116: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Kleinanzeigen sind sehr nützlich“

4.5.7 Welche weiteren Aspekte sind Ihnen bei unseren Webseiten wichtig?



(n=454, alle vollständigen Antworten)

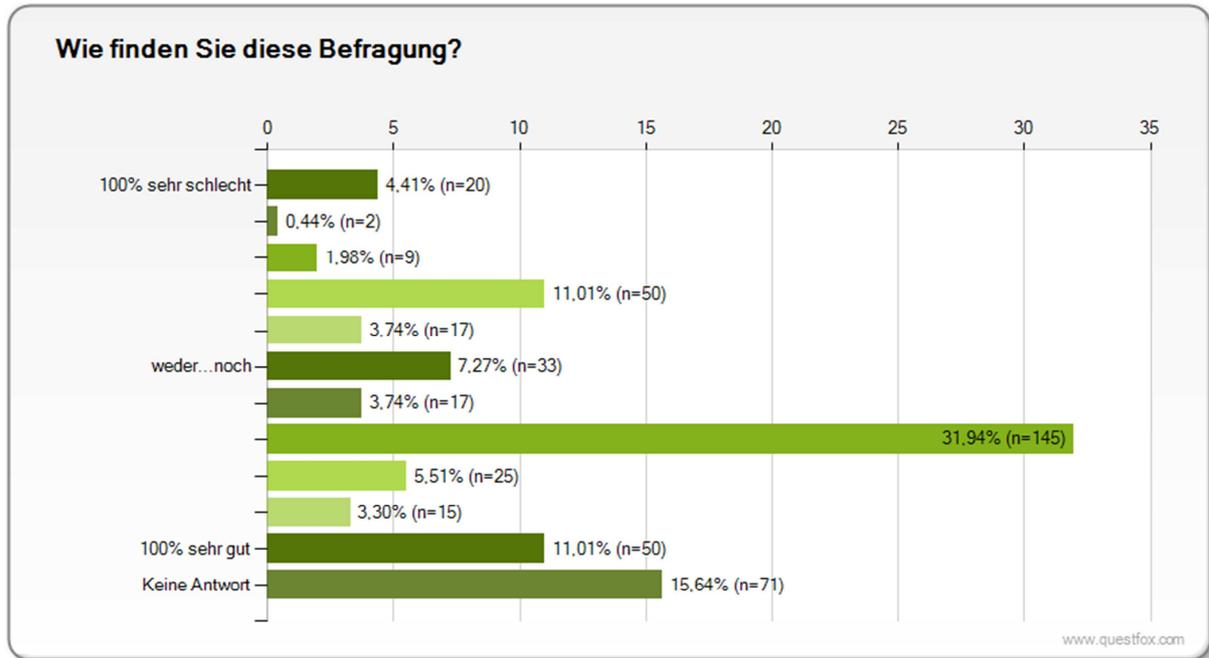
Abb. 117: Weitere wichtige Online-Aspekte für die HNEE-Webseiten

4.6 Ideen und Vorschläge für die HNEE-Webseiten

Welche Ideen und Vorschläge haben Sie für unsere Webseiten?

4.9 Bewertung der Befragung

Wie finden Sie diese Befragung?



(n=453, alle vollständigen Antworten; Durchschnittsnote auf einer 11-Stufen-Skala = 7,15)

Abb. 120: Bewertung der Online-Befragung

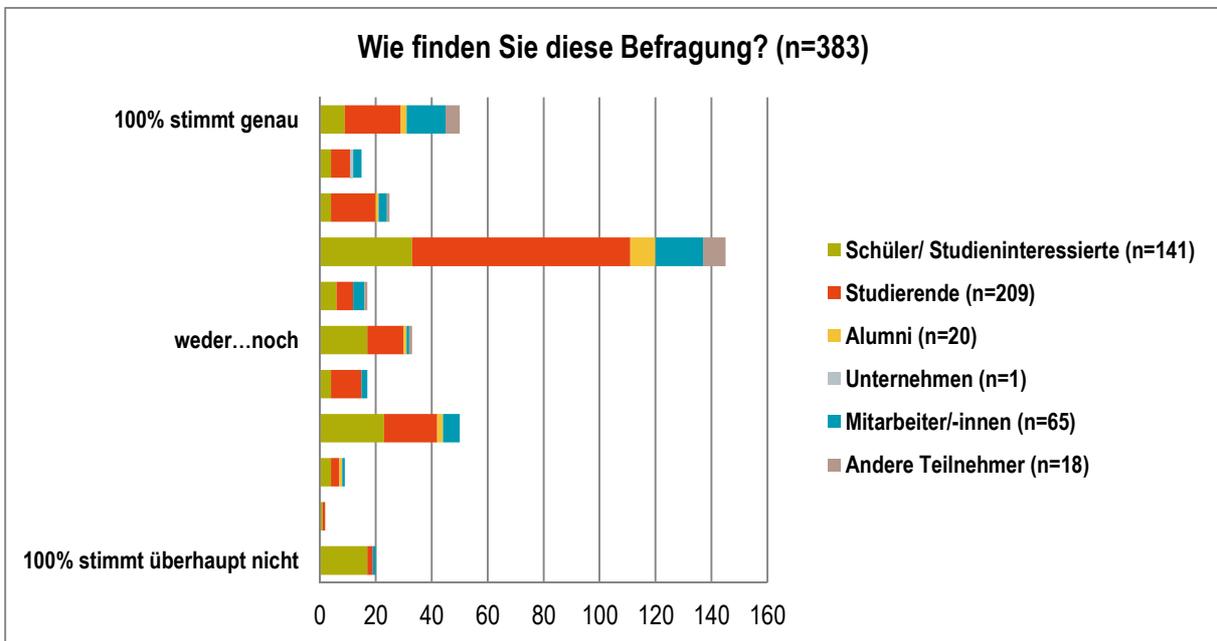


Abb. 121: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Online-Befragung

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Beispiel des Layouts der Online-Befragung.....	5
Abb. 2: Teilnehmer an der Online-Befragung für das Internetprojekt (Studiennavigator).....	6
Abb. 3: Gesamtbeteiligung an der Befragung nach Geschlecht.....	7
Abb. 4: Benchmarking der Zielgruppen: Beteiligung an der Befragung nach Geschlecht.....	7
Abb. 5: Wohnort aller Teilnehmer während der Befragung.....	8
Abb. 6: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Wohnort während der Befragung.....	8
Abb. 7: Die Hochschule als gewünschter StudienStandort.....	9
Abb. 8: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Die Hochschule als gewünschter Studien-Standort.....	9
Abb. 9: Beteiligung der Bachelor- und Master-Studierenden an der Online-Befragung.....	10
Abb. 10: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Dauer des Studiums an der HNE Eberswalde.....	10
Abb. 11: Dauer des Arbeitsverhältnisses der Mitarbeiter der HNE Eberswalde, die an der Online-Befragung teilgenommen haben.....	11
Abb. 12: Abteilung der Mitarbeiter der HNE Eberswalde, die an der Online-Befragung teilgenommen haben.....	11
Abb. 13: Beziehung zu der HNE Eberswalde.....	12
Abb. 14: Benchmarking der Zielgruppen: Beziehung zu der HNE Eberswalde.....	12
Abb. 15: Nutzung der Online-Angebote der HNE Eberswalde.....	13
Abb. 16: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der Webseiten der HNE Eberswalde.....	13
Abb. 17: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der eLearning-Plattform ILIAS.....	14
Abb. 18: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der Facebook-Seite der HNE Eberswalde.....	14
Abb. 19: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der Webmail (des E-Mail-Services) der HNE Eberswalde.....	15
Abb. 20: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung des Hochschulforums der HNE Eberswalde.....	15
Abb. 21: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung der Infoseite (des Veranstaltungskalenders) der HNE Eberswalde.....	16
Abb. 22: Benchmarking der Zielgruppen: Nutzung des YouTube-Kanals der HNE Eberswalde.....	16
Abb. 23: Die Teilnehmer an der Online-Befragung als Webredakteure.....	17
Abb. 24: Benchmarking der Zielgruppen: die Teilnehmer an der Online-Befragung als Webredakteure.....	17
Abb. 25: Bewertung der Wichtigkeit ausgewählter Online-Aspekte.....	18
Abb. 26: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Gestaltung und Design“.....	18
Abb. 27: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Inhalte und Informationsangebot“ ...	19
Abb. 28: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Benutzerfreundlichkeit“.....	19
Abb. 29: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Technische Standards“.....	20
Abb. 30: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des Online-Aspektes „Möglichkeiten zur Interaktion“.....	20
Abb. 31: Bewertung des gesamten Webauftritts der Hochschule.....	21
Abb. 32: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung des gesamten Webauftritts der Hochschule.....	21
Abb. 33: Zufriedenheitsgrad mit den Webseiten des eigenen Studiengangs.....	22

Abb. 34: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Zufriedenheitsgrad mit den Webseiten des eigenen Studiengangs.....	22
Abb. 35: Bewertung der Webseiten zur (allgemeinen) Studienberatung	23
Abb. 36: Bewertung der Webseiten zur (allgemeinen) Studienberatung	23
Abb. 37: Bewertung der Webseiten der eigenen Abteilung/ des eigenen Fachbereichs	24
Abb. 38: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Bewertung der Webseiten der eigenen Abteilung/ des eigenen Fachbereichs	24
Abb. 39: Bewertung der Webseiten für Mitarbeiter	25
Abb. 40: Benchmarking der relevanten Zielgruppen: Bewertung der Webseiten für Mitarbeiter	25
Abb. 41: Weiterempfehlung der HNEE-Webseiten	26
Abb. 42: Benchmarking der Zielgruppen: Weiterempfehlung der HNEE-Webseiten	26
Abb. 43: Für die Befragten relevante Inhalte auf den Webseiten der HNE Eberswalde.....	27
Abb. 44: Benchmarking der Zielgruppen: für die Befragten relevante Inhalte auf den Webseiten der HNE Eberswalde.....	28
Abb. 45: Bewertung der Inhalte auf den HNEE-Webseiten	29
Abb. 46: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Zulassungsvoraussetzungen, Bewerbung und Studienberatung“ auf den HNEE-Webseiten.....	30
Abb. 47: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studienangebot und Studieninhalte“ auf den HNEE-Webseiten	30
Abb. 48: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studienorganisation und -abläufe“ auf den HNEE-Webseiten	31
Abb. 49: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studien- und Prüfungsordnung“ auf den HNEE-Webseiten	31
Abb. 50: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Finanzierungsmöglichkeiten und Stipendien“ auf den HNEE-Webseiten	32
Abb. 51: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studieren im Ausland bzw. International Office“ auf den HNEE-Webseiten	32
Abb. 52: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Anfahrt und Lageplan der Hochschule“ auf den HNEE-Webseiten.....	33
Abb. 53: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Informationen zu Professoren, Dozenten und Mitarbeitern“ auf den HNEE-Webseiten	33
Abb. 54: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Download-Bereich (Formulare, Informationsmaterialien, Anträge)“ auf den HNEE-Webseiten	34
Abb. 55: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Gestaltungsvorlagen (Logos, Briefbögen, Visitenkarten, Präsentationsvorlagen)“ auf den HNEE-Webseiten	34
Abb. 56: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Forschungsprojekte“ auf den HNEE-Webseiten	35
Abb. 57: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „TIB-Stelle (Technologie- und Innovationsberatung)“ auf den HNEE-Webseiten.....	35
Abb. 58: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Eberswalder Förderverein für Lehre & Forschung e.V.“ auf den HNEE-Webseiten.....	36

Abb. 59: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Forstbotanischer Garten“ auf den HNEE-Webseiten	36
Abb. 60: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Career Service“ auf den HNEE-Webseiten.....	37
Abb. 61: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Qualitätsmanagement“ auf den HNEE-Webseiten	37
Abb. 62: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Umweltmanagement“ auf den HNEE-Webseiten	38
Abb. 63: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „EMMA (Eberswalde Management Media for Academics) und Campus Management System“ auf den HNEE-Webseiten.....	38
Abb. 64: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Familienfreundliche Hochschule“ auf den HNEE-Webseiten	39
Abb. 65: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Alumni-Netzwerk“ auf den HNEE-Webseiten.....	39
Abb. 66: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Kooperationen der Hochschule mit Unternehmen“ auf den HNEE-Webseiten.....	40
Abb. 67: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Kooperationen mit Hochschulen im In- und Ausland“ auf den HNEE-Webseiten	40
Abb. 68: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Interessenvertretungen (AStA, Fachschaft, stud. Vizepräsident)“ auf den HNEE-Webseiten	41
Abb. 69: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Studentenleben (Hochschulsport, Kulturangebot) und studentische Initiativen“ auf den HNEE-Webseiten.....	41
Abb. 70: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Bibliothek“ auf den HNEE-Webseiten.....	42
Abb. 71: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „IT-Servicezentrum“ auf den HNEE-Webseiten.....	42
Abb. 72: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Infoseite (Veranstaltungskalender)“ auf den HNEE-Webseiten	43
Abb. 73: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Presseinformationen und Medienecho“ auf den HNEE-Webseiten.....	43
Abb. 74: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Leben und Wohnen in Eberswalde“ auf den HNEE-Webseiten	44
Abb. 75: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Stellenangebote“ auf den HNEE-Webseiten.....	44
Abb. 76: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Inhalte zum Thema „Startseite“ auf den HNEE-Webseiten.....	45
Abb. 77: Stichwörter als Begründung der Bewertung der Inhalte auf den HNEE-Webseiten	45
Abb. 78: Vermisste Informationen auf den HNEE-Webseiten	46
Abb. 79: Bewertung ausgewählter gestalterischer Aspekte in Bezug auf die HNEE-Webseiten.....	46
Abb. 80: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind sehr strukturiert“	47
Abb. 81: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind sehr einheitlich gestaltet“	47

Abb. 82: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind ästhetisch sehr ansprechend“	48
Abb. 83: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind sehr übersichtlich“	48
Abb. 84: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind modern und zeitgemäß“	49
Abb. 85: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten passen zum Image der Hochschule“	49
Abb. 86: Bewertung ausgewählter gestalterischer Aspekte in Bezug auf die HNEE-Webseiten (2)	50
Abb. 87: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Auf den Webseiten finden sich für meinen Geschmack zu viele/ zu wenige Bilder“	50
Abb. 88: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Der Einsatz von Multimedia (Filme, Animationen etc.) ist zu hoch dosiert/ zu sparsam“	51
Abb. 89: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Ich finde die Auswahl der Bilder sehr gut/ sehr schlecht“	51
Abb. 90: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Qualität der Bilder ist hochwertig/ minderwertig“	52
Abb. 91: Bewertung ausgewählter inhaltlicher Aspekte in Bezug auf die HNEE-Webseiten	52
Abb. 92: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Inhalte sind stets auf dem aktuellen Stand“	53
Abb. 93: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Texte auf den Webseiten sind fehlerfrei und stilistisch gut formuliert“	53
Abb. 94: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Inhalte sind in hohem Maße relevant“ ..	54
Abb. 95: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Inhalte der Webseiten sind vollständig“ ..	54
Abb. 96: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Texte sind zu lang/ zu kurz“	55
Abb. 97: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Textvielfalt ist zu hoch/ zu gering“	55
Abb. 98: Bewertung ausgewählter Aspekte der Benutzerfreundlichkeit in Bezug auf die HNEE-Webseiten	56
Abb. 99: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Ich finde Informationen in der Regel schnell und zuverlässig“	56
Abb. 100: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Personensuche ist praktikabel und hilfreich“	57
Abb. 101: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Suchfunktion (Inhalte) ist praktikabel und hilfreich“	57
Abb. 102: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Von der Startseite finde ich schnell überall hin“	58
Abb. 103: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Online-Angebote können uneingeschränkt (barrierefrei) genutzt werden“	58
Abb. 104: Bewertung ausgewählter technischer Aspekte in Bezug auf die HNEE-Webseiten	59
Abb. 105: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Funktionalität der Webseiten ist unabhängig vom Browser (Explorer, Firefox etc.) gegeben“	59
Abb. 106: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Ladezeiten der Webseiten sind optimal angepasst“	60

Abb. 107: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Funktionalität der Webseiten ist unabhängig vom Betriebssystem gegeben“	60
Abb. 108: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Das Abrufen der Webseiteninhalte von Mobilgeräten funktioniert reibungslos“	61
Abb. 109: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webseiten sind sehr gut über eine Suchmaschine auffindbar“	61
Abb. 110: Bewertung ausgewählter Aspekte der Interaktivität in Bezug auf die HNEE-Webseiten.....	62
Abb. 111: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Der Download-Service bzw. die Möglichkeiten zum Herunterladen von Dateien ist sehr gut“	62
Abb. 112: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Facebook-Seite der HNE Eberswalde stellt eine sinnvolle Ergänzung dar“	63
Abb. 113: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Webmailfunktion zum Abrufen von HNEE-Mails ist sehr nützlich“	63
Abb. 114: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Anfragen per E-Mail an die HNE Eberswalde werden schnell und kompetent beantwortet“	64
Abb. 115: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Das Hochschulforum ist sehr hilfreich“	64
Abb. 116: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Aussage „Die Kleinanzeigen sind sehr nützlich“	65
Abb. 117: Weitere wichtige Online-Aspekte für die HNEE-Webseiten	65
Abb. 118: Ideen und Vorschläge für den Internetauftritt der HNEE	66
Abb. 119: Webseiten als Best-Practice-Beispiele.....	66
Abb. 120: Bewertung der Online-Befragung.....	67
Abb. 121: Benchmarking der Zielgruppen: Bewertung der Online-Befragung.....	67

