

Neustrukturierung der OVGU- Website

Dokumentation des Workshops zum Querschnittsthema Nachhaltigkeit

Inhaltsverzeichnis

1 / Rahmendaten & Ablauf	3
2 / Ziele des Workshops	3
Zusammenfassung	4
Nächste Schritte	7

1 / Rahmendaten & Ablauf

Teilnehmende

- Silke Rühmland
- Grit Voigt
- André Göldenboth
- Sandra Kasprzyk
- Ina Götze

Agenda

09.20 - 09.50	Herausforderungen / Probleme / Wünsche
09.50 - 10.20	Definition Nachhaltigkeit
10.20 - 10.40	Interessensgruppen
10.40 - 11.40	Bedürfnisse
11.40 - 12.30	PAUSE
12.30 - 13.30	Übersicht Inhalte
13.30 - 13.45	Verabschiedung & Ausblick

Ort

Zentrum für Wissenschaftliche Weiterbildung

Datum & Uhrzeit

11.09.2024, 9:00 bis 13:45 Uhr

2 / Ziele des Workshops

Bei der Neustrukturierung der Website spielen neben konkreten Zielgruppen auch Querschnittsthemen eine wichtige Rolle. Diese sind übergreifend für mehrere Zielgruppen relevant und für das Image der Uni von großer Bedeutung. Um zu verstehen, welche Inhalte dazu für welche Zielgruppen auf der zentralen Website ovgu.de zu finden sein müssen, wurde das Querschnittsthema Nachhaltigkeit in einem Workshop betrachtet. Unter Einbeziehung von Teilnehmenden, die das Thema und die Zielgruppen am besten kennen, schärfte dieser co-kreative Workshop das Verständnis für eine zielgruppenorientierte Perspektive. Im Nachgang werden daraus Maßnahmen für die Neustrukturierung abgeleitet, die den Bedürfnissen der Nutzer:innen entsprechen.

Zusammenfassung

Die nachhaltige Entwicklung der Uni Magdeburg wird als Gemeinschaftsaufgabe verstanden, an der neben dem Nachhaltigkeitsbüro und der Senatskommission Klima viele zentrale und dezentrale Akteure mitwirken. Daher gibt es eine [übergreifende Website für das Querschnittsthema Nachhaltigkeit](#), die alle Aktivitäten bündelt.

Das Ziel der Uni Magdeburg ist, bis 2030 im Bereich Energie und Mobilität und bis 2035 in allen weiteren Bereichen klimaneutral zu sein. Neben den eigenen Visionen bestimmen auch der Aktionsplan des Landes Sachsen-Anhalt sowie das Bundesklimaschutzgesetz die Ziele. So sollen die Stadt Magdeburg bis 2035 und Deutschland bis 2045 klimaneutral sein. Für die Uni Magdeburg sind diese Vorgaben nur bedingt verpflichtend, da sie in der Zielvereinbarung zwischen der Universität und dem Land Sachsen-Anhalt noch keine Rolle spielen. Darin wurde lediglich festgelegt, dass Nachhaltigkeitsstrukturen aufgebaut werden müssen. Wie und in welchem Umfang genau, ist nicht beschrieben. Weitere gesetzliche Verpflichtungen gibt es nicht.

Da der Bereich „Klima“ nur ein Aspekt von Nachhaltigkeit ist, wurden in der [Nachhaltigkeitsstrategie der Uni Magdeburg](#) vier Themenfelder verankert: Forschung, Lehre, Betrieb und Soziales. Für diese Themenfelder werden Maßnahmen entwickelt, die im Idealfall aus ökologischer, ökonomischer und sozialer Sicht nachhaltig sind – in den wenigsten Fällen können alle drei Kriterien vereint werden.

Insgesamt steht das Querschnittsthema strategisch noch nicht so stark im Fokus, da das Thema Nachhaltigkeit nur bedingt mit dem technischen Schwerpunkt der Uni vereinbar ist und diesen nicht mindern soll. Daher ist auch die Nachhaltigkeitsstrategie sehr unkonkret. Perspektivisch wird das Thema jedoch deutlich an Bedeutung gewinnen, da es für Forschungsanträge eine immer wichtigere Rolle spielt. Auch für die weitere Bewilligung der Hochschulallianz EU GREEN wird Nachhaltigkeit extrem wichtig sein, da die Allianz die Nachhaltigkeitsziele der UN verfolgt.

Das Querschnittsthema ist für interne und externe **Zielgruppen** relevant. Auf der zentralen Website informieren sich insbesondere:

- **Studieninteressierte** (national und international) schauen – bei persönlichem Interesse – gezielt nach Studiengängen, in denen Nachhaltigkeit inhaltlich eine Rolle spielt. Daher ist es sinnvoll, die Studiengänge mit Nachhaltigkeitsbezug in der Übersicht herausfiltern zu können und besondere Angebote wie das in Sachsen-Anhalt einzigartige Nachhaltigkeitszertifikat oder die progressiven Einführungswochen aufzuzeigen. Die zentralen Nachhaltigkeitsbemühungen spielen bei der Standortwahl eine untergeordnete Rolle. Bei der Inhaltserstellung werden daher Verlinkungen zum Thema Nachhaltigkeit nur in Bezug auf Studium und Lehre berücksichtigt.

- **Studierende** suchen nach Möglichkeiten, sich einzubringen und an der Uni etwas zu verändern. In der Regel nutzen sie dafür direkte Kontakte über Gremien und Initiativen oder auf Veranstaltungen und in Seminaren. Ein zusammenfassender Überblick über die Angebote und weiterführende Links sowie Ansprechpersonen sind auf der zentralen Website daher ausreichend. Für sie ist nicht entscheidend, welcher Bereich etwas macht, sondern zu erfahren, was überhaupt gemacht wird. Über Storytelling und Hinweise auf Veranstaltungen wie die ökosozialen Hochschultage können sie zudem motiviert werden, sich aktiv zu engagieren.
- **Ranking-Anbieter** (wie bspw. UI Green Metric oder THE impact) nutzen die Website als Nachweis, dass die Universität die Bewertungskriterien erfüllt. Daher sollten auf der zentralen Website die Vision und konkrete Maßnahmen zusammenfassend thematisiert und gezielt auf die übergeordnete Nachhaltigkeits-Website weitergeleitet werden. Auf dieser sind ausführliche Informationen zu finden.
- Auch **Fördermittelgeber** werden zunehmend auf der Website schauen, welche Werte die Universität Magdeburg hinsichtlich nachhaltiger Forschung erfüllt. Perspektivisch wird Nachhaltigkeit nicht mehr nur Gegenstand von Forschung sein, sondern es wird vorausgesetzt, dass die Forschung unabhängig vom Thema nachhaltig ist. Über die Website werden Fördermittelgeber prüfen, ob die Angaben aus den Anträgen einer übergeordneten Nachhaltigkeitsstrategie entsprechen und wie erfolgreich die getroffenen Maßnahmen sind. Daher sollte auf der zentralen Website ein erster Überblick geschaffen und dann gezielt auf die übergeordnete Nachhaltigkeits-Website weitergeleitet werden, auf der tiefgreifende Informationen und Auswertungen zu finden sind.

Neben den Personengruppen, die sich auf der Website der Universität informieren, gibt es weitere Zielgruppen für das Querschnittsthema:

- **Studienberatende**, die über die Angebote informiert werden müssen, um ihr Wissen an Studieninteressierte weiterzugeben. Diese sind am besten über persönliche Gespräche zu erreichen.
- **Ministerien**, die in einem Zwischenbericht durch das Rektorat über den Stand der in der Zielvereinbarung getroffenen Vereinbarungen informiert werden.
- **Kooperationspartner**, die vorwiegend über direkte Kontakte einen Überblick erhalten.
- **Mitarbeitende der Verwaltung**, die sich ausschließlich Informationen für ihren Einfluss- und Fachbereich wünschen. Diese können gut über den internen Newsletter und das Personalportal erreicht werden.
- **Professorenschaft**, die vorwiegend über die persönliche Ansprache kontaktiert werden.

- **Mitarbeitende in der Forschung**, die einen erhöhten Beratungsbedarf haben, um die Vorgaben der Fördermittelgeber kennen und erfüllen zu können. Informationen und Hilfestellungen dazu sollten sich auf dem Personalportal wiederfinden.

Da es eine gut sortierte und übergreifende Website zu dem Querschnittsthema Nachhaltigkeit gibt, die über google sehr gut gefunden wird, benötigen die Zielgruppen auf der zentralen Website keine tiefgreifenden Informationen. Ein Überblick zu den Werten der Uni sowie einen ersten Überblick über die Maßnahmen und Ansprechpersonen ist ausreichend.

Zu Beginn des Workshops hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, eigene **Wünsche an die neue Website** zu stellen. Dazu zählen:

- Eine verbesserte interne Suche
- Suchmaschinenoptimierung
- Eine verbesserte mobile Darstellung
- Ansprechende und aussagekräftige Bilder
- Übersetzungsfunktion
- Ein einfaches Newsletter-Tool inkl. einer einfachen Verknüpfung von bestehenden News
- Eine intuitive Menüführung
- Eine verbesserte Nutzerführung; einheitlich auf allen Seiten
- 1 Navigationszeile unter dem Header
- Ein simples CMS mit festem Layout mit einer überschaubaren Auswahl an Gestaltungsoptionen
- KI-Chat-Funktion / KI-Anbindung Menüführung
- Entwicklung der Zahlen & Fakten zeigen + Teilberichte verlinken; Jahresbericht als integriertes Berichtswesen aufbauen
- EU GREEN + Nachhaltigkeit koppeln
- Kurzbeschreibung der Gremien (was machen sie, wer kann Mitglied sein) >> ausführliches Thema für Personalportal
- Senatskommission Klima unter Senat sichtbar

Nächste Schritte

Die Dokumentationen aller Workshops werden für die nächsten Schritte zur Neustrukturierung der Website kontinuierlich herangezogen, um eine zielgruppengerechte Struktur sowie zielgruppengerechte Inhalte zu garantieren.

Im nächsten Schritt werden die Ergebnisse aller Zielgruppen-Workshops zu einem Gesamtkonzept zusammengefügt und als Grundlage für die Erstellung eines Strukturkonzepts genutzt.

Offene Fragen und Problemstellungen werden am Ende aller Workshops zusammengetragen und priorisiert bearbeitet.