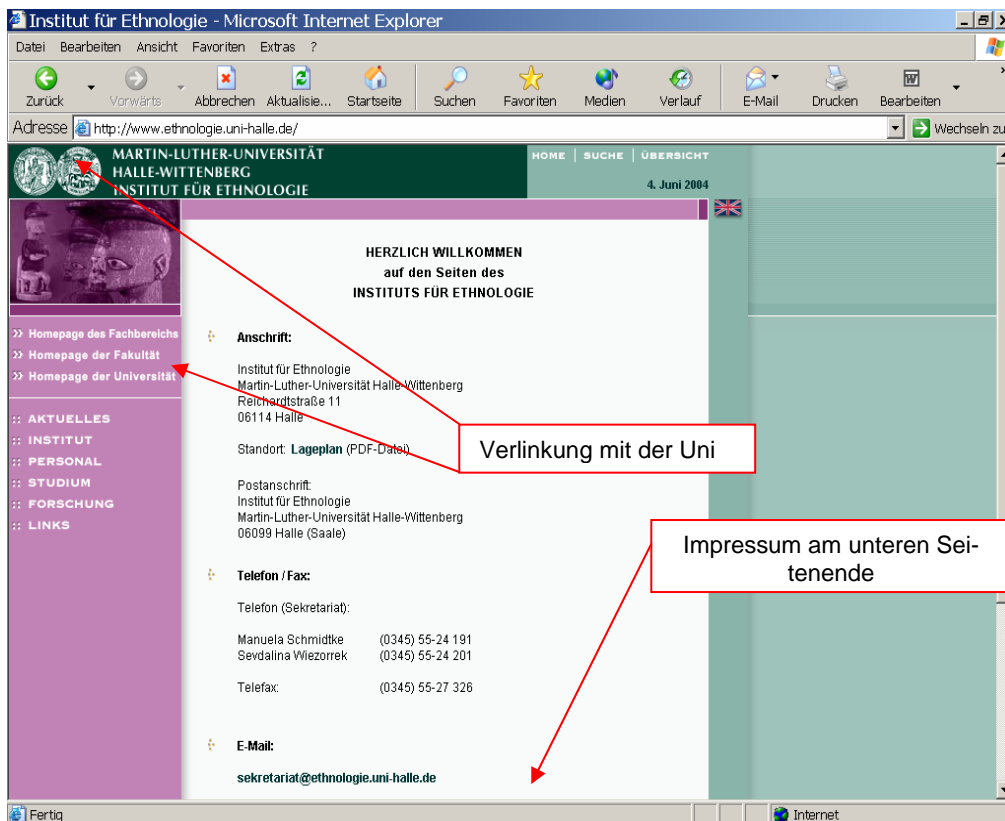


# Ethnologie goes Internet

## Internetauftritte deutschsprachiger Ethnologie-Institute im Vergleich



Projektgruppe:

Thomas Frommhold  
Mirco Johannes  
Konstanze Kampfer  
Alice Ott

Projektleitung: Michael Schönhuth

---

© 2004 Universität Trier, Fach Ethnologie, 54286 Trier

---

Trierer Materialien zur Ethnologie 4

Verantwortlich: M. Schönhuth / C. Antweiler

Vertrieb: Uni Trier, FB IV, Ethnologie, 654286 Trier, Tel 0651201-2710 Fax: 0651 2013933;

Kontakt: [schoenhu@uni-trier.de](mailto:schoenhu@uni-trier.de), [baumgart@uni-trier.de](mailto:baumgart@uni-trier.de)

**ISSN 1616-7147**

# Inhaltsverzeichnis

---

Tabellenverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
Die Gesamt-Rangliste der Internetauftritte deutschsprachiger ethnologischer Institute	VII
<b>1 Einleitende Bemerkungen</b>	<b>1</b>
<b>2 Bewertung</b>	<b>3</b>
2.1 Inhalt	4
2.1.1 Basics	4
2.1.2 Studium	6
2.1.3 Lehrstuhl	8
2.1.4 Service	8
2.2 Layout und Design	10
2.2.1 Homogenität der Website	10
2.2.2 Breite der Textspalte	10
2.2.3 Schriftgröße	10
2.2.4 Farbkontrast	11
2.2.5 Breite der Seite	11
2.3 Navigation, Übersicht und Funktionalität	11
2.3.1 Menüleiste	12
2.3.2 Übersichtlichkeit	12
2.3.3 Interne Verlinkung	12
<b>3 Ausgewählte Beispiele</b>	<b>13</b>
3.1 Institut für Ethnologie Leipzig	13
3.1.1 Ergebnisse	13
3.1.2 Startseite	14
3.1.3 Studium	15
3.1.4 Lehrstuhl	15
3.1.5 Layout und Design	16
3.1.6 Navigation, Übersicht und Funktionalität	16
3.1.7 Fazit	16
3.2 Institut für Ethnologie Halle-Wittenberg	17
3.2.1 Ergebnisse	17
3.2.2 Startseite	17
3.2.3 Studium	18
3.2.4 Lehrstuhl	19
3.2.5 Layout und Design	19
3.2.6 Navigation, Übersicht und Funktionalität	19
3.2.7 Fazit	20
3.3 Zusammenfassung	21
<b>4 Die Homepage der Ethnologie an der Universität Trier</b>	<b>22</b>
4.1 Basics	22
4.2 Studium	24
4.3 Lehrstuhl	25
4.4 Service	26
4.5 Layout und Design	26
4.6 Navigation, Übersicht und Funktionalität	27
<b>5 Fazit und Ausblick</b>	<b>29</b>

Literaturverzeichnis	30
Quellenverzeichnis	31
Anhang	33

## Tabellenverzeichnis

---

Tabelle 1: Gesamtranking	33
Tabelle 2: Ranking „Inhalt“	34
Tabelle 3: Ranking „Basics“	35
Tabelle 4: Ranking „Studium“	36
Tabelle 5: Ranking „Lehrstuhl“	37
Tabelle 6: Ranking „Service“	38
Tabelle 7: Ranking „Layout & Design“	39
Tabelle 8: Ranking „Navigation, Übersicht & Funktionalität“	40
Tabelle 9: Bewertungsbogen	42
Tabelle 10: Bewertungsbogen Leipzig	46
Tabelle 11: Bewertungsbogen Halle-Wittenberg	50
Tabelle 12: Bewertungsbogen Trier	54

## Abbildungsverzeichnis

---

Screenshot 1: Startseite Leipzig	14
Screenshot 2: Startseite Halle-Wittenberg	18
Screenshot 3: Navigation Halle-Wittenberg	20
Screenshot 4: Startseite Trier	23
Screenshot 5: Exkursionsbericht Trier	25
Screenshot 6: Linksammlung Trier	27

## Die Gesamt-Rangliste der Internetauftritte deutschsprachiger ethnologischer Institute

<b>Gesamtranking (max.: 234 Punkte)</b>			
<b>Platz</b>	<b>Punktzahl</b>	<b>Universität</b>	<b>Institut</b>
<b>1</b>	180,5	<b>Halle-Wittenberg</b>	Ethnologie
<b>2</b>	165	<b>Bern</b>	Ethnologie
<b>3</b>	164	<b>Basel</b>	Ethnologisches Seminar
	164	<b>Berlin</b>	Ethnologie
	164	<b>Bremen</b>	Kulturwissenschaft
<b>6</b>	163,5	<b>Mainz</b>	Ethnologie und Afrikastudien
<b>7</b>	161	<b>Marburg</b>	Vergleichende Kulturforschung
<b>8</b>	152	<b>Bonn</b>	Altamerikanistik und Ethnologie
<b>9</b>	151,5	<b>Freiburg</b>	Völkerkunde
<b>10</b>	147	<b>München</b>	Ethnologie und Afrikanistik
<b>11</b>	144	<b>Zürich</b>	Ethnologisches Seminar
<b>12</b>	143	<b>Köln</b>	Völkerkunde
<b>13</b>	142,5	<b>Heidelberg</b>	Ethnologie
<b>14</b>	137,5	<b>Tübingen</b>	Ethnologie
<b>15</b>	135	<b>Göttingen</b>	Ethnologie
<b>16</b>	126	<b>Hamburg</b>	Ethnologie
<b>17</b>	123,5	<b>Trier</b>	Ethnologie
<b>18</b>	121,5	<b>Wien</b>	Ethnologie
<b>19</b>	113	<b>Münster</b>	Ethnologie
<b>20</b>	110	<b>Frankfurt</b>	Historische Ethnologie
	110	<b>Frankfurt</b>	Kulturanthropologie
<b>22</b>	101,5	<b>Bayreuth</b>	Ethnologie
<b>23</b>	101	<b>Leipzig</b>	Ethnologie

# 1 Einleitende Bemerkungen

Warum sind Internetauftritte ethnologischer Universitätsinstitute wichtig? Die Antwort auf die Frage ist relativ leicht zu geben: ethnologische Inhalte und Themengebiete sollen stärker ins Licht der Öffentlichkeit gerückt werden. Diese Forderung ist schon lange Teil einer öffentlichen Diskussion unter Ethnologen. Eine der bekanntesten Fürsprecherinnen ist Dorle Dracklé (vgl. DRACKLÉ 1999). Das Medium Internet bietet bei der Präsentation ethnologischer Themen ein großes Potential: es stellt eine gute Kommunikationsplattform dar und kann eine breite Öffentlichkeit erreichen. Zudem werden ethnologische Schriften teilweise schon heute ausschließlich im Internet publiziert, da es nicht selten an Mitteln für die Veröffentlichung fehlt.

Die vorliegende Projektarbeit entstand im Rahmen eines interdisziplinären Seminars zur Medienethnologie (Universität Trier, WS 2003/04, Leitung: Dr. M. Schönhuth). Wichtigstes Ziel der Arbeit war die Evaluierung der Homepage des Faches Ethnologie an der Universität Trier. Aus diesem Grund wurden die Internetauftritte verschiedener deutschsprachiger Ethnologie-Institute nach einem zuvor entwickelten Bewertungsschema untersucht und verglichen. Die Evaluation soll im Nachlauf des Projektes als Optimierungshilfe für die Erstellung einer neuen Internetpräsenz des Faches dienen.

Die Ergebnisdarstellung in Form von Ranglisten erfolgt ausschließlich in Bezug auf den Internetauftritt der in die Untersuchung einbezogenen Institute. Umfang, Aktualität und gestalterische Qualität der Internetpräsenz sind dabei abhängig von den finanziellen Möglichkeiten und der personellen Ausstattung eines Institutes. Einige der bewerteten Auftritte wurden beispielsweise wie in Basel von professionellen Webdesign-Agenturen erstellt und lassen auf ein großzügiges finanzielles Budget bzw. eine Schwerpunktsetzung des Lehrstuhls schließen. Andere können von Glück sagen, dass einer ihrer MitarbeiterInnen über mehr oder weniger fundierte Kenntnisse im Bereich der Homepage-Erstellung verfügt und diese ohne enormen Zeitaufwand realisieren und betreuen kann. Daher geben die Rankings keinerlei Aufschluss über die Qualität des Studienangebotes an der betreffenden Universität.

Natürlich sind – wie bei allen Rankings – die Bewertungskriterien und deren Gewichtung angreifbar. Auch wenn zwischen unterschiedlichen Nutzergruppen wie Fachwissenschaftler/Universitätspersonal, Fachfremde/Interessierte Öffentlichkeit, Ethnologiestudierende/Studienanfänger unterschieden und größtmögliche Objektivität der Bewertung angestrebt wurde, geben die Kriterien letztlich eine Beurteilung aus der Sicht einer der wichtigsten Ansprechpartner und Nutzergruppen ethnologischer In-



ternetseiten dar: die von Studierenden. Von Seiten der Projektleitung wurde hier bewusst auf Einflussnahme verzichtet. Das Bemühen um eine möglichst unabhängige Bewertung lässt sich unter anderem an der Tatsache ablesen, dass das Heimatinstitut Trier – vor allem wegen Mängeln im Bereich Navigation und Funktionalität – auf der Rangliste einen der hinteren Plätze (Rang 17) belegt.

Da es sich um eine Pilotstudie auf diesem Gebiet handelt, nimmt die Vorstellung des Bewertungsverfahrens, der Auswahl der Krietrien und deren Gewichtung relativ breiten Raum ein. Im Anschluss daran wird die Internetpräsenz des Gesamtsiegers (Halle-Wittenberg) sowie des Rangletzten (Leipzig) näher vorgestellt (Kapitel 3) und ausführlich auf die Homepage des Faches Ethnologie an der Universität Trier eingegangen (Kapitel 4).

Natürlich werden Institutsvertreter, -mitarbeiter und Studierende zuerst einmal schauen wollen, wo ihr Institut auf der Rangliste gelandet ist und – wahrscheinlich vor allem auf den hinteren Rängen – wissen wollen, warum. Wir nehmen jede ernst gemeinte Kritik dazu gerne auf. Wichtiger als die Liste selbst ist uns jedoch das Anstoßen einer Debatte zur Nutzbarkeit, Anwenderfreundlichkeit und die Verbesserungspotentiale des Internetauftritts deutschsprachiger Ethnologieinstitute. Das Ergebnis der Trierer Verbesserungsbemühungen, die sich vor dem Hintergrund von Personalnotstand und unbezahlter studentischer Mehrarbeit bewegen, wird sich hoffentlich noch im Jahr 2004 unter der Adresse <http://www.uni-trier.de/uni/fb4/ethno/homep.htm> „sehen“ lassen können

Trier im August 2004

Michael Schönhuth und die Projektgruppe Thomas Frommhold,  
Mirco Johannes, Konstanze Kampfer, Alice Ott.

## 2 Bewertung

Voraussetzung für Bewertung und Vergleich von Internetauftritten verschiedener ethnologischer Institute war die Erstellung eines Bewertungsbogens, der alle relevanten Kriterien zur Analyse von Websites erfasst und gewichtet.

Ein wichtiger Aspekt bei der Erstellung des Bewertungsbogens ist die Objektivität. Sie muss bei einer Bewertung in einem hohen Maß gewährleistet sein, damit jede bewertende Person zu den gleichen Resultaten gelangt. Mit anderen Worten: die Bewertung der Internetauftritte ist nicht objektiv, wenn individuelle Deutungen in die Wertung einfließen. Verschiedene Personen sollen bei der Auswertung derselben Homepage zu exakt derselben Punktzahl kommen (vgl. BORTZ/DÖRING 2002, S. 194).

Um eine ausführliche Bewertung zu erreichen, war eine Gliederung in folgende drei Teilbereiche notwendig:

1. Inhalt (Basics + Studium + Lehrstuhl +Service = *max. 162 Punkte, entspricht ca. 70 %*)
2. Layout und Design (*max. 36 Punkte, ca. 15 %*)
3. Navigation, Übersicht und Funktionalität (*max. 36 Punkte, ca. 15 %*)

Insgesamt konnten 234 Punkte erreicht werden, davon 162 für die inhaltlichen Kriterien und jeweils 36 für Layout & Design bzw. Navigation, Übersicht & Funktionalität. Innerhalb der Kategorien wurden je nach Gewichtung 12, 6 oder 3 Punkte für die verschiedenen Kriterien vergeben. Die mit 70 % am stärksten gewichteten inhaltlichen Kriterien umfassen die Teilbereiche: Basics (wie z.B. Impressum, Kontaktmöglichkeiten etc.); Informationen zum Studium (Inhalte, Veranstaltungen etc.) und zum Lehrstuhl; sowie besondere Service-Angebote auf der Seite (Definition Ethnologie, Gästebuch, Linksammlung etc.).

Die unterschiedliche Gewichtung der Kriterien ist das Resultat einer sorgfältigen Abwägung, welche Inhalte, Funktionen und gestalterische Elemente für den Internetauftritt eines ethnologischen Institutes von übergeordneter, durchschnittlicher bzw. untergeordneter Relevanz sind. Bis zu 12 Punkte für ein Kriterium konnten in jeder Kategorie unterschiedlich oft erzielt werden (Inhalt: 6 mal; Layout & Design: 2 mal; Navigation, Übersicht & Funktionalität: 3 mal). In Bezug auf die Funktionalität und die Gestaltung sind diese Kriterien (Impressum, Kontaktmöglichkeiten, homogene Ges-

taltung, Breite der Textspalte, Menüleiste, Übersichtlichkeit, interne Verlinkung) für jede Internetpräsenz von elementarer Bedeutung. In Bezug auf den Inhalt orientieren sich die besonders relevanten Kriterien (Lehrveranstaltungen, Exkursionen, Forschung, Interaktivität) an den Belangen drei verschiedenen Benutzergruppen, die eine ethnologische Universitätsseite als Klientel berücksichtigen sollte:

Zur ersten Nutzergruppe zählt das universitäre Personal, welches die Websites als Kommunikationsbasis und als Informationspool nutzen kann.

Die zweite Benutzergruppe umfasst die der Studierenden. Sie können auf den Homepages an Informationen zu Lehrveranstaltungen, Exkursionen, Sprechstunden, etc. gelangen. Zu dieser Gruppe zählen auch Studienanfänger, die sich über den Studiengang informieren oder Studienberatung in Anspruch nehmen möchten.

Die dritte Gruppe der Internetnutzer umfasst die Fachfremden, die entweder aus Interesse oder zufällig die Internetauftritte der ethnologischen Institute aufrufen. Besonders für diese Gruppe ist es wichtig, dass allgemeine Informationen zur Ethnologie anschaulich und gut verständlich aufbereitet sind. Weiterhin bieten sich Exkursionsberichte und Forschungsergebnisse für die publikumswirksame Aufbereitung ethnologischer Themen an. In diesem Zusammenhang ist es sinnvoll eine akademische Ausdrucksweise zu vermeiden und die Texte journalistisch aufzubereiten.

Die Grundgesamtheit der Untersuchung bilden 23 Internetauftritte deutschsprachiger Universitätsinstitute der Ethnologie oder verwandter Fachrichtungen: 19 aus Deutschland, drei aus der Schweiz und einer aus Österreich.

## **2.1 Inhalt (162 Punkte)**

### **2.1.1 Basics (48 Punkte)**

#### **2.1.1.1 Impressum (12 Punkte)**

Ein Impressum, in dem die verantwortlichen Redakteure mit Kontaktmöglichkeit genannt werden, ist im Mediendienste-Staatsvertrag seit dem 20.12.2001 rechtlich vorgeschrieben (vgl. GARSKA 2002), daher ergibt sich für diese Kategorie eine hohe Bewertung von 12 Punkten. Diese Punkte werden allerdings nur erreicht, wenn das Impressum sowohl von der Startseite (4 Punkte) als auch von allen anderen Seiten

der Homepage (2 Punkte) zu erreichen ist. Ist das Impressum lediglich auf einer anderen Seite zu finden, wird das Vorhandensein mit 6 Punkten bewertet.

#### 2.1.1.2 Kontaktmöglichkeiten (12 Punkte)

Die Kontaktmöglichkeiten beziehen sich nicht auf einzelne Personen, sondern auf den Lehrstuhl im allgemeinen. Für die Adresse, Telefonnummer und E-Mail gehen jeweils 2 Punkte mit in die Wertung ein. Zusätzlich gibt es 4 Punkte wenn diese Hinweise auf der Startseite zu finden sind bzw. von dort erreichbar sind, weitere 2 Punkte wenn die Kontaktmöglichkeiten als eigener Menüpunkt von allen Seiten aus aufgerufen werden können.

#### 2.1.1.3 Aktuelles (6 Punkte)

In dieser Kategorie wird zusätzlich zum Vorhandensein (3 Punkte) des Themenbereiches „schwarzes Brett“, „News“, „Neuigkeiten“, „Aktuelles“ etc. die Aktualität bewertet. Einträge, die jünger als 30 Tage sind, bekommen zusätzliche 1,5 Punkte. Wenn die Hinweise mit den jeweiligen Veranstaltungs-Seiten verlinkt sind, gibt es weitere 0,5 Punkte. Auch bei dieser Kategorie gibt es für die Erreichbarkeit von der Startseite und von allen Seiten jeweils 0,5 Punkte.

#### 2.1.1.4 Suchfunktion (6 Punkte)

Suchfunktionen ermöglichen den Nutzern Dokumente nach Angabe eines Suchwortes zu finden. Von den gefundenen Objekten aus können die Benutzer zu weiteren Seiten gelangen. Mehrere Untersuchungen zeigten, dass Benutzer häufig auf die Suchfunktion zurückgreifen, wenn sie die gewünschte Informationen nicht auf Anhieb über die Menüstruktur finden können (vgl. WEINREICH 2002). Wenn eine interne Suchmaschine vorhanden ist, wird dies mit 3 Punkten bewertet, für die Erreichbarkeit von der Startseite gibt es 2 Punkte, von allen Seiten einen weiteren Punkt. Bei einer nicht funktionierenden Suchmaschine gehen keine Punkte in die Wertung ein.

#### 2.1.1.5 Sitemap (6 Punkte)

Eine Sitemap (Vorhandensein: 3 Punkte) bietet eine Übersicht über die verschiedenen Seiten innerhalb einer Homepage und stellt somit eine Art Inhaltsverzeichnis dar, bestenfalls sind die einzelnen Überschriften mit dem jeweiligen Kapitel verlinkt (1

Punkt). Wenn die Sitemap sowohl von der Startseite als auch von allen anderen Seiten aufgerufen werden kann, gibt es für die Erreichbarkeit jeweils einen Punkt.

#### 2.1.1.6 Letztes Update (3 Punkte)

Anhand des letzten Updates können die Nutzer der Homepage erkennen, wie aktuell die Informationen auf den Seiten sind und ob kürzlich Änderungen vorgenommen wurden. Hier wurden die 3 Punkte auf zwei Kriterien verteilt: wenn das Datum der letzten Überarbeitung der Seite auf der Startseite oder im Impressum vorhanden ist gibt es einen Punkt, für ein Update innerhalb der letzten 90 Tage zwei Punkte.

#### 2.1.1.7 Verlinkung mit der Uni-Website (3 Punkte)

Für einen Link von der Startseite des Ethnologie-Institutes auf den Internetauftritt der Universität gibt es einen Punkt, gelangt man von allen Seiten auf die Uni-Homepage wird dieses zusätzlich mit 2 Punkten gewertet.

### **2.1.2 Studium** (54 Punkte)

#### 2.1.2.1 Studieninhalte (6 Punkte)

Die 6 Punkte werden vergeben, wenn Studienanfänger auf der Seite Informationen über die Inhalte und Schwerpunkte des Ethnologie-Studiums des Institutes erhalten.

#### 2.1.2.2 Studien- und/oder Prüfungsordnung (6 Punkte)

Wenn Studien- und/oder Prüfungsordnungen auf der Seite bereitgestellt werden, gehen 6 zusätzliche Punkte in die Wertung mit ein.

#### 2.1.2.3 Hinweise zur Aufnahme des Studiums (6 Punkte)

Werden auf der Seite die Bewerbungsmodalitäten für die Aufnahme des Studiums erläutert, gibt es 4 Punkte. Zusätzliche 2 Punkte werden vergeben, wenn sich Hinweise auf Einstiegsliteratur für Studienanfänger finden.

#### 2.1.2.4 Hinweise zur Fachstudienberatung (6 Punkte)

Hinweise zur Fachstudienberatung sind ein wichtiger Bestandteil des Kapitels Studium und dürfen auch nicht unter einer anderen Überschrift („Button“) als „Studium“ zu finden sein. Besonders Studienanfängern muss es möglich sein, zu diesem Punkt zu gelangen, ohne die ganze Homepage durchsuchen zu müssen. Die zu vergebende Punktzahl für dieses Kriterium beträgt 6 Punkte.

#### 2.1.2.5 Hinweise zum wissenschaftlichen Arbeiten (3 Punkte)

Hinweise zum wissenschaftlichen Arbeiten, d.h. zum Anfertigen von Seminararbeiten, Referaten etc. stellen eine Art „Zusatzbonus“ für Studierende da. Auf die Präsentation dieser Hilfestellung wird oft zurückgegriffen, ist jedoch für fachfremde Besucher und universitäres Personal weniger von Bedeutung, daher können hier „nur“ 3 zusätzliche Punkte vergeben werden.

#### 2.1.2.6 Veranstaltungen (12 Punkte)

Für den Unterpunkt Veranstaltungen, welcher auch unter dem Oberpunkt Studium zu finden sein muss, ergeben sich 3 Punkte. Ein Archiv für in den vergangenen Semestern durchgeführte Veranstaltungen wird mit einem zusätzlichen Punkt gewertet. Weiterführende Informationen zu den Veranstaltungen (ein kommentiertes Vorlesungsverzeichnis) ergeben weitere 6 Punkte. Für Materialien zu den Veranstaltungen (z.B. Texte zum downloaden) kommen 2 Punkte hinzu.

#### 2.1.2.7 Exkursionen (12 Punkte)

Der Themenbereich „Exkursionen“ zählt 6 Punkte. Für ein Archiv durchgeführter Exkursionen und für die publikumswirksame Aufbereitung der Exkursionsvorstellungen gibt es jeweils einen zusätzlichen Punkt. Besonders für fachfremde Nutzer ist die gestalterische Aufwertung durch Bilder, Grafiken, Bildschirmanimationen etc. von Bedeutung.

#### 2.1.2.8 Hinweise zu möglichen Berufsfeldern (3 Punkte)

Das Aufzeigen von Bereichen, in denen ein Absolvent des Ethnologie Studiums arbeiten kann, ist sowohl für angehende Studenten als auch für Studierende von großer Wichtigkeit. Hier gibt es 3 Punkte zu erreichen.

### **2.1.3 Lehrstuhl (24 Punkte)**

Der Lehrstuhl ist ein unersetzlicher Bestandteil eines universitären Internetauftrittes. Hier sollten pro Unterpunkt ursprünglich 6 Punkte verteilt werden. Jedoch fiel auf, dass das Kriterium Forschung auch für die Benutzergruppe der fachfremden Besucher interessante Inhalte aufweisen kann, daher können doppelt so viele Punkte erreicht werden.

#### **2.1.3.1 Personal (6 Punkte)**

Das Personal umfasst Professoren und wissenschaftliche Mitarbeiter. Die Vorstellung von Gastdozenten und Doktoranten blieb unbewertet. 2 Punkte ergeben sich für das Vorhandensein eines „Personal-Buttons“, ein weiterer Punkt für die kurze Darstellung des akademischen Werdegangs, jeweils 0,5 zusätzliche Punkte für Publikationen, Forschungsarbeiten, Kontaktmöglichkeiten und die Nennung der Sprechstundenzeiten. Die entsprechenden Punkte werden vergeben, wenn die Mehrzahl der Mitarbeiter diese Kriterien erfüllen.

#### **2.1.3.2 Forschung (12 Punkte)**

Die Aufführung des Menüpunktes Forschung wird mit 6 Punkten gewertet. Falls Inhalte und Ergebnisse zurückliegender Forschungsarbeiten dargestellt sind wird ein zusätzlicher Punkt vergeben, die Aufbereitung der Forschungsbeschreibungen für ein breites Publikum sind weitere 5 Punkte wert.

#### **2.1.3.3 Publikationen (6 Punkte)**

Der Menüpunkt Publikationen muss sich nicht auf die Veröffentlichungen des Personals beziehen, sondern kann auch Artikel oder Bücher von anderen Verfassern beinhalten. Für Downloadmöglichkeiten (mindestens 10 Prozent der aufgeführten Publikationen) gehen zusätzliche 3 Punkte in die Wertung ein.

### **2.1.4 Service (36 Punkte)**

#### **2.1.4.1 Definition der Ethnologie (6 Punkte)**

Die Verteilung von 6 Punkten für diesen Bereich wird damit begründet, dass es für fachfremde Nutzer wichtig zu erfahren ist, mit welchen Themen sich die Ethnologie beschäftigt. So kann das Fachgebiet über das Medium Internet Inhalte und Forschungsfelder publizieren und die Aufmerksamkeit der User und Interessierten für sich gewinnen.

#### 2.1.4.2 Interaktivität (12 Punkte)

Für Kommentare zur Homepage oder Fragen zum Studium ist ein Gästebuch (3 Punkte) ein wichtiges Medium. Noch besser ist ein Forum (3 Punkte), in welchem nach Themen sortierte Fragen gestellt und Erfahrungen ausgetauscht werden können. Ein moderiertes Forum (6 Punkte) würde eine vorbildliche Förderung des interaktiven Austausches darstellen. In solch einem Forum können auch öffentliche Diskussionen zu ethnologischen Problemstellungen geführt werden.

#### 2.1.4.3 Linksammlung (6 Punkte)

Eine Linksammlung (3 Punkte) durch welche der User an weiterführende Informationen zu ethnologischen Instituten, Literatur, Studiengängen etc. gelangen kann, gehört mit zum Service der Seite. Wichtig für Links ist, dass sie sich assoziativ oder strukturell vom Hypertext unterscheiden. Sowohl für eine nach verschiedenen Themenbereichen gegliederte Linksammlung als auch für die Verknüpfung von mehr als 25 Links erhält der Internetauftritt in der Bewertung einen extra Punkt. Ist die Linksammlung untergliedert und enthält mehr als 50 Links (ein weiterer Punkt), summieren sich die einzelnen Teilpunkte zu 6 Gesamtpunkten.

#### 2.1.4.4 Stellenangebote und Praktika (6 Punkte)

Links, die zu Websites mit Praktika- und Stellenangeboten führen (z.B. [www.praktikum.de](http://www.praktikum.de)), werden mit einem Punkt gewertet. Die Darstellung von konkreten Praktika- und Stellenangeboten direkt auf der Homepage führen jeweils zu 2,5 Punkten.

#### 2.1.4.5 Mehrsprachigkeit (6 Punkte)

Die Übersetzung von Basisinformationen in eine Fremdsprache (meist Englisch) ergibt 2 Punkte. Für eine weitere Fremdsprache wird ein extra Punkt vergeben, zusätzlich werden weitere 3 Punkte gegeben wenn die Übersetzung über die Basisinformationen hinaus geht. So können insgesamt 6 Punkte erreicht werden.



## **2.2 Layout und Design (36 Punkte)**

Die Kategorie „Layout und Design“ umfasst folgende Kriterien: Homogenität der Seite, Breite der Textspalte, Schriftgröße, Farbkontrast und Scrollbalken. Für die Vergabe der Punkte wurden folgende Ausprägungen festgelegt:

- a) alle Kapitel der Internetpräsenz erfüllen das jeweilige Kriterium
- b) 1-2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht
- c) mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht

### **2.2.1 Homogenität der Website (12 Punkte)**

Die Übersichtlichkeit fördernde homogene Gestaltung der Websites ist das wichtigste gestalterische Merkmal. Bezogen wird dies hauptsächlich auf das Menü, den Rahmen und die Lage der Textblöcke. Aufgrund der Wichtigkeit dieses Kriteriums können die Internetauftritte für dieses Kriterium 12 (a), 6 (b) oder 0 Punkte (c) erreichen.

### **2.2.2 Breite der Textspalte (12 Punkte)**

Zur besseren Lesbarkeit eines Textes am Monitor darf eine Nutzungsbreite von  $\frac{3}{4}$  des Bildschirms nicht überschritten werden. Nach Standardregeln der Ergonomie gilt eine Nutzung von maximal 100 Zeichen als einigermäßen gut lesbar (vgl. WIRTH).

Ist der Textblock größer, verliert der Nutzer sowohl leicht die Übersicht und damit auch die Bereitschaft, den Text bis zum Ende zu lesen. Maximal 12 Punkte (a) erhalten Homepages, deren komplette Inhalte das Maß nicht überschreiten; bei ein bis zwei Ausnahmen werden 6 Punkte (b) erteilt. Wenn die Texte auf den meisten Seiten zu breit sind gibt es keinen Punkt (c).

### **2.2.3 Schriftgröße (3 Punkte)**

Die Schriftgröße ist in der Gewichtung nicht so bedeutend wie die Übersichtlichkeit, da sie ohnehin Standard der meisten ist.

Sie sollte die Größe 11 oder 12 haben, sonst entfällt die Bewertung (c → 0 Punkte). Für ein oder zwei Seiten (b), die nicht diesen Anforderungen entsprechen, ergeben sich 1,5 Punkte. Bei ausschließlicher Nutzung (a) von Schriftgröße 11 oder 12 können insgesamt 3 Punkte erreicht werden.

#### **2.2.4 Farbkontrast (3 Punkte)**

Der Farbkontrast bezieht sich auf den Kontrast der Schrift zum Hintergrund. Sowohl bei heller Schrift auf hellem Hintergrund, als auch bei dunkler Schrift auf dunklem Hintergrund wird dieses Kriterium mit 0 (c) bewertet. Für 1-2 Kapitel, die über ungenügend Farbkontrast verfügen, gehen 1,5 (b) und bei ausreichendem Farbkontrast auf der kompletten Website 3 Punkte (a) mit in die Wertung mit ein. Die beste Lesbarkeit ist bei schwarzer Schrift auf weißem Hintergrund gegeben (vgl. WEINREICH 2002).

Da es sich hier um eine rein subjektive Bewertung handelt, muss angemerkt werden, dass alle von uns bewerteten Internetauftritte 3 Punkte bei diesem Kriterium erreichten. Auf dem Bewertungsbogen bedarf der Farbkontrast trotzdem einer Nennung, da es ein wichtiger Aspekt bei der Gestaltung von Websites darstellt.

#### **2.2.5 Breite der Seite (6 Punkte)**

Bei Seiten die breiter sind als das Bildschirmfenster wird die Nutzung eines Scrollbalkens notwendig. Dieser vermindert die Lesbarkeit der Seite. Verfügen mehr als 2 Kapitel über einen horizontalen Scrollbalken wurden 0 (c) und bei 1-2 Kapiteln (b) 3 Punkte erteilt. Lässt die Größe aller Seiten die Benutzung ohne Scrollbalken zu, werden sie mit 6 Punkte (a) bewertet.

### **2.3 Navigation, Übersicht und Funktionalität (36 Punkte)**

Der Begriff "Navigation" beschreibt die Möglichkeiten des Users, sich in der Anwendung zu bewegen. Eine übersichtliche Struktur und eine fehlerlose Verlinkung dienen der besseren Orientierung und Funktionalität.

Die maximale Anzahl der Punkte (36) verteilt sich nach dem Vorbild der Bewertungskategorie „Layout und Design“ gleichmäßig auf die folgenden drei Kriterien:

### **2.3.1 Menüleiste (12 Punkte)**

Eine einheitliche Menüleiste erleichtert den Zugang zu den bereitgestellten Informationen und ermöglicht damit eine schnelle und nutzerfreundliche Navigation (vgl. WEINREICH 2002). Nur wenn das Auswahlmenü in allen Kapiteln der Internetpräsentation vorhanden ist, kann die volle Punktzahl (a) erreicht werden. Für das Fehlen des Menüs in ein bis zwei Kapiteln werden 6 Punkte (b), in mehr als zwei Kapiteln 0 Punkte (c) vergeben.

### **2.3.2 Übersichtlichkeit (12 Punkte)**

Auf jeder Seite sollte klar ersichtlich sein, in welchem Bereich man sich befindet. Mit diesem Kriterium wird die Übersichtlichkeit und die damit verbundene Orientierung bewertet. Übersichtlichkeit kann in Form einer Hervorhebung (beispielsweise farbige oder fett) des Bereiches in der Menüleiste oder durch eindeutige Überschriften der Kapitel gewährleistet werden. Die Bewertung erfolgt nach dem beschriebenen Schema.

### **2.3.3 Interne Verlinkung (12 Punkte)**

Wichtiger Bestandteil der Navigation ist die Funktionalität der internen Verlinkung. Folgende Hinweise: „Seite im Aufbau“, „coming soon“, „in Arbeit“, etc. werden nicht als Fehler der internen Verlinkung gewertet. Für eine fehlerlose interne Verlinkung gibt es 12 Punkte (a), sind ein bis zwei Links fehlerhaft werden 6 Punkte verteilt (b) und bei mehr als zwei nicht funktionierenden Links fällt die Wertung mit 0 aus (c).

## 3 Ausgewählte Beispiele

Im folgenden Teil wurde der Frage nachgegangen, inwiefern sich die Unterschiede zwischen gut und schlecht bewerteten Internetseiten äußern und wie sich diese veranschaulichen lassen.

Als Beispiele wurden hier einzelne Bereiche der Ethnologie Halle-Wittenberg (erster Platz) und der Ethnologie Leipzig (letzter Platz) genauer untersucht und zueinander in Beziehung gesetzt. Die extremen Abstände im Ranking tragen dazu bei, die vorhandenen Qualitätsunterschiede deutlich herauszustellen.

Es werden fünf Kategorien der beiden Homepages vorgestellt, zu diesen gehören Startseite, Studium, Lehrstuhl, Layout & Design sowie Navigation, Übersicht & Funktionalität.

Die Anforderungen an die einzelnen Kategorien wurden dabei von den vorher aufgestellten Kriterien (siehe Kapitel 2.1 bis 2.3, S. 4 ff.) übernommen. Der Punkt „Startseite“ orientiert sich jedoch nicht nur an den Bewertungskriterien, sondern hier soll auch auf den subjektiven Ersteindruck eines Besuchers der Seite eingegangen werden.

### 3.1 Institut für Ethnologie Leipzig

#### 3.1.1 Ergebnisse

- Gesamt: Platz 23
- Inhalt: Platz 23
  - Basics: Platz 22
  - Studium: Platz 22 (zusammen mit einem weiteren Institut)
  - Lehrstuhl: Platz 10 (zusammen mit 4 weiteren Instituten)
  - Service: Platz 23
- Layout und Design: Platz 13 (zusammen mit 5 weiteren Instituten)
- Navigation, Übersicht und Funktionalität: Platz 1 (zusammen mit 13 weiteren Instituten)

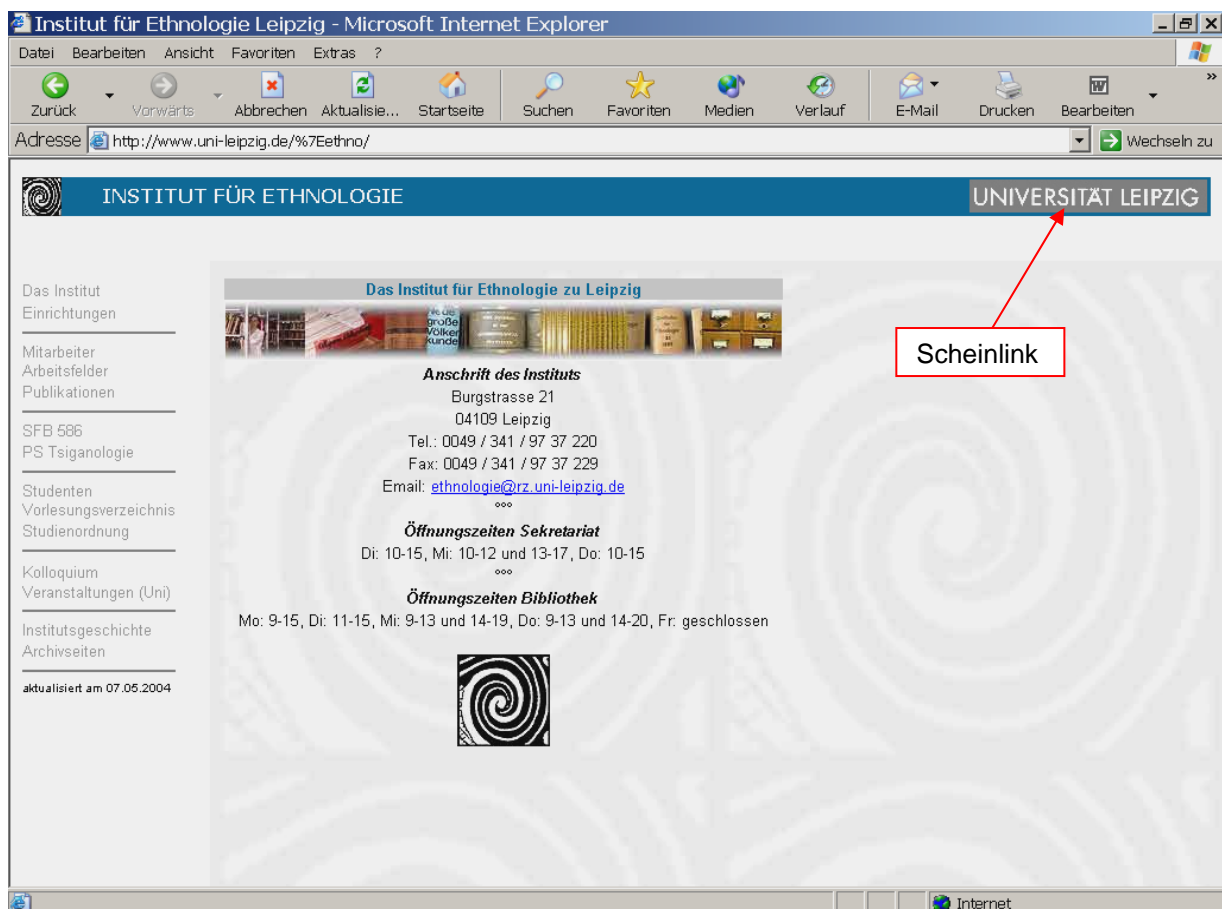
### 3.1.2 Startseite (Platz 22)

Auf den ersten Blick sieht die Startseite Leipzigs recht ansprechend aus, bei genauerem Hinsehen fällt jedoch auf, dass wichtige Menüpunkte wie Impressum, Links und Sitemap nicht vorhanden sind. Auch die Unterteilung der einzelnen Menüpunkte hätte eindeutiger sein können, so empfiehlt es sich z.B. Oberpunkte wie Studium oder Lehrstuhl zu schaffen und diese eindeutig voneinander abzugrenzen.

Wer nach einer Verlinkung des Fachbereiches mit der Universität Leipzig sucht, wird enttäuscht. Das auf der Seite vorhandene Uni Logo legt die Vermutung nahe, dass es sich hierbei um einen entsprechenden Link handelt. Wer diesen jedoch anklickt, wird nicht weitergeleitet.

Positiv fällt auf, dass dem Antwortsuchenden direkt Informationen zu Kontaktmöglichkeiten und Adresse des Institutes zur Verfügung gestellt werden.

#### Screenshot 1: Startseite Leipzig



Quelle: [www.uni-leipzig.de/%7Eethno](http://www.uni-leipzig.de/%7Eethno) (Datum: 22.05.2004)

### **3.1.3 Studium (Platz 22)**

Ein Überblick über das Studium ist vorhanden, allerdings sind im Netz keine Kommentare zu den Veranstaltungen bereitgestellt. Genauso vergeblich fahndet der Suchende nach Hinweisen zu vergangenen Veranstaltungen und Bewerbungsmodalitäten. Auch wer eine Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten sucht, muss sich auf konventionellem Wege informieren. Fachfremde oder eventuelle Studienanfänger suchen ohne Erfolg nach einer allgemeinen Einführung in die Ethnologie.

Die Studieninhalte des ethnologischen Institutes Leipzig werden dem Besucher nicht offenbar, nur ein kleiner Hinweis unter dem Bereich Institutsgeschichte ist vorhanden. Eine Besonderheit im Bereich Studium stellt hier die Übersicht über die aktuellen Studentenzahlen und -verhältnisse dar. Doch worin der Nutzen für den Besucher der Seite liegt, sei dahingestellt.

### **3.1.4 Lehrstuhl (Platz 10)**

Insgesamt handelt es sich um eine sehr rudimentäre Vorstellung des Lehrkörpers der Leipziger Ethnologie. Bis auf die Informationen zu Telefonnummer, e-mail oder Sprechzeiten sucht der Interessierte weitergehende Informationen vergeblich. Wer nun erwartet, dass sich Hinweise zum Lebenslauf, Publikationen, Forschungsprojekten oder gar Fotos der einzelnen Mitarbeiter per Klick auf den Namen des Betreffenden erschließen, wird enttäuscht. Dabei ist die beschriebene Verlinkung der Namen die Regel.

Zu den oben genannten Informationen gelangt man erst, wenn der Besucher der Seite unter dem Begriff Arbeitsfelder und Publikationen sucht. Doch sind die Verknüpfungen sehr unübersichtlich gestaltet, so dass eine eindeutige Zuordnung schwer fällt.

### **3.1.5 Layout und Design (Platz 13)**

Wie schon im Bereich Startseite geschildert, ist das Layout der Seite sehr übersichtlich gestaltet. Außerdem besitzt die Struktur einen homogenen Aufbau, welche die Übersichtlichkeit noch verstärkt und ein angenehmes Gesamtbild hervorruft.

Der einzige negative Punkt ist, dass die Textspalten mehr als  $\frac{3}{4}$  des Bildschirmes beanspruchen und somit keine Optimierung für alle Bildschirme bzw. Auflösungen gegeben ist.

### **3.1.6 Navigation, Übersicht und Funktionalität (Platz1)**

Ein gut strukturiertes Navigationsmenü und eine auf jeder Ebene der Homepage einheitliche Menüleiste sorgen dafür, dass der Benutzer sich jederzeit zurecht findet. Die durchgehend fehlerfreien Links sorgen zusätzlich für einen reibungslosen Besuch der Seite.

### **3.1.7 Fazit**

Obwohl Layout, Design und Navigation der Seite durchaus gelungen sind, führen schlechte Ergebnisse im Bereich Inhalt und Service zum letzten Platz im Gesamtranking. Das zeigt, dass trotz guter Präsentation und Funktionalität inhaltliche Defizite durch das Bewertungsverfahren nicht ausgeglichen werden können. Besonders für Studierende sind wenige Informationen vorhanden: es fehlen wichtige Hinweise und vertiefende Informationen zu den Lehrveranstaltungen, den Inhalten der Ethnologie und den Mitarbeitern des Institutes.

Die gute Platzierung im Bereich „Navigation, Übersicht und Funktionalität“ fällt im Gesamtranking nicht ins Gewicht, da außer dieser Seite noch 13 weitere Internet-Auftritte den ersten Rang in dieser Kategorie belegen.

## 3.2 Institut für Ethnologie Halle-Wittenberg

### 3.2.1 Ergebnisse

- Gesamt: Platz 1
- Inhalt: Platz 1
  - Basics: Platz 1
  - Studium: Platz 10 (zusammen mit 5 weiteren Instituten)
  - Lehrstuhl: Platz 10 (zusammen mit 4 weiteren Instituten)
  - Service: Platz 3
- Layout und Design: Platz 1 (zusammen mit 8 weiteren Instituten)
- Navigation, Übersicht und Funktionalität: Platz 1 (zusammen mit 13 weiteren Instituten)

### 3.2.2 Startseite (Platz 1)

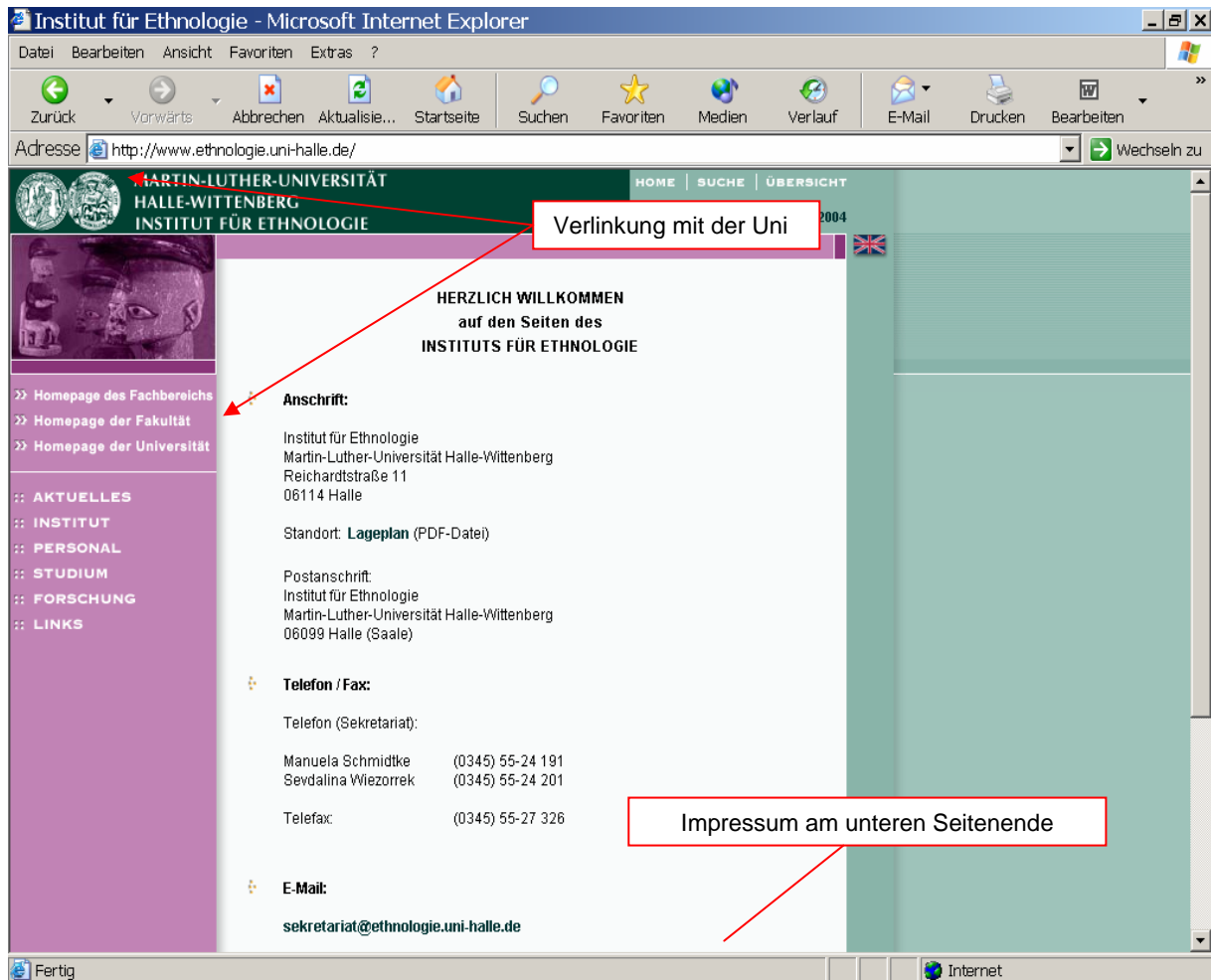
Eine hohe Übersichtlichkeit sorgt dafür, dass alle wichtigen Punkte auf einen Blick erfasst werden. Durch die direkte Anordnung der Kontaktadressen und des Lageplanes auf der Startseite wird das Institut für den Interessierten sofort greifbar.

Verlinkungen mit dem Fachbereich und der Universität Halle-Wittenberg sind klar ersichtlich und, ebenso wie die Bereiche Impressum, Sitemap (hier Übersicht) und Suche, klar vom restlichen Menü abgegrenzt. Die Zugehörigkeit zur entsprechenden Universität wird hier, im Gegensatz zu den meisten anderen untersuchten Seiten klar herausgestellt.

Das Universitätslogo stellt einen Link auf die Startseite der Uni dar, bei vielen Internetauftritten war nur ein Scheinlink vorhanden, der sich als nicht funktionsfähig erwies.



## Screenshot 2: Startseite Halle-Wittenberg



**Quelle:** <http://www.ethnologie.uni-halle.de> (Datum: 04.06.2004)

### 3.2.3 Studium (Platz 10)

Das Kapitel Studium wird in alle studienrelevanten Punkte aufgeschlüsselt.

Eine allgemeine und Fachstudienberatung mit genauen Terminen und Ansprechpartnern ist vorhanden. Ein Übersichtsplan gibt Auskünfte über die Veranstaltungen, wobei ein Klick auf die einzelnen Seminare zu einem Kommentar zu Inhalt, Zeit, Ort und Literatur führt. Ein kommentiertes Veranstaltungsverzeichnis der vergangenen Semester ist ebenfalls aufgeführt.

Die Studienordnung liegt als eigener Bereich vor, wobei die Allgemeine Studienordnung und die der Ethnologie als PDF-File abrufbar sind. Unter diesen Punkt fällt auch eine Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten (auch als PDF).

Die Sprechstunden aller Dozenten können ohne Umwege, über den Bereich Lehrkörper, eingesehen werden.

Die Punkte Einführung in die Ethnologie und Erklärung der Studieninhalte sind vorhanden, allerdings nicht unter dem Bereich Studium unter Profil des Institutes zu finden. Dies ist nicht sehr vorteilhaft, da dieses Themenfeld am ehesten unter „Studium“ zu vermuten wäre.

### **3.2.4 Lehrstuhl (Platz 10)**

Sehr ausführliche Vorstellung fast aller Mitarbeiter. Die Themen Werdegang und Forschung werden bei Klick auf die Mitarbeiter sofort angezeigt, weitergehende Informationen zu Publikationen, Forschung und Sprechstunden sind über Verlinkungen erreichbar. Da Fotos zu den einzelnen Dozenten vorhanden sind, kann man sich sprichwörtlich ein „Bild“ von ihnen machen.

### **3.2.5 Layout und Design (Platz 1)**

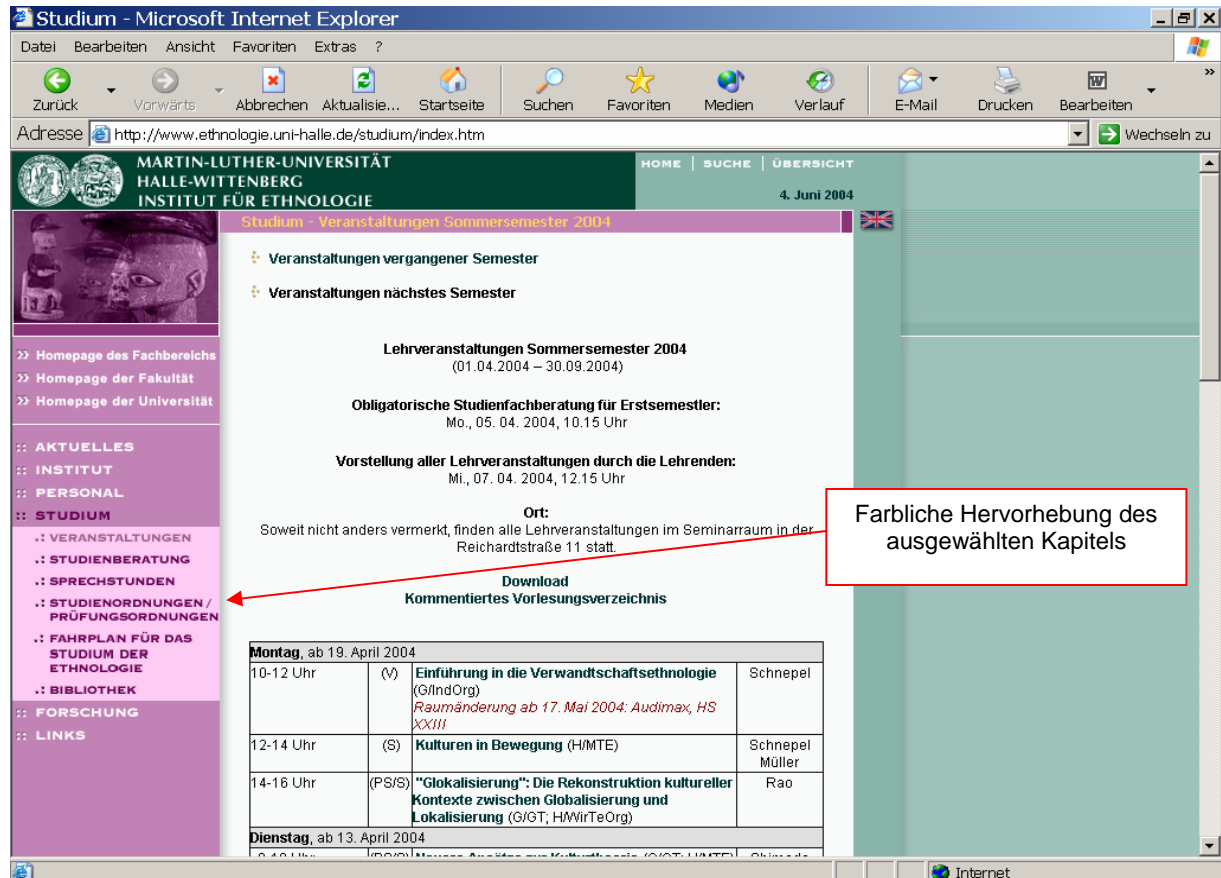
Der Aufbau der gesamten Seite ist homogen gestaltet. Das gute Gesamtbild wird zusätzlich durch die einheitliche Navigationsleiste unterstützt. Die Breite der Textspalte nimmt maximal  $\frac{3}{4}$  des gesamten Bildschirms ein, wodurch die Seite für alle Auflösungen und Formate optimiert ist.

### **3.2.6 Navigation, Übersicht und Funktionalität (Platz 1)**

Das gut strukturierte Navigationsmenü sorgt dafür, dass eine hohe Benutzerfreundlichkeit gegeben ist, und der Besucher zu keiner Zeit die Orientierung verliert. Klickt man auf einen Oberpunkt wird dieser farblich markiert und die dazugehörigen Unterpunkte werden in der gleichen Textfarbe, allerdings in einer anderen farblichen Umrandung eingeblendet, dadurch wird eine Abgrenzung zum Oberpunkt vorge-

nommen und trotzdem die Zusammengehörigkeit gewahrt. Die interne Verlinkung auf allen Ebenen der Homepage funktioniert reibungslos.

**Screenshot 3: Navigation Halle-Wittenberg**



**Quelle:** <http://www.ethnologie.uni-halle.de> (Datum: 04.06.2004)

### 3.2.7 Fazit

Die Seite überzeugt sowohl durch ihre inhaltliche als auch durch ihre gestalterische Qualität. Den großen Vorsprung zum Zweitplatzierten von 15,5 Punkten im Gesamtranking verdankt die Homepage in erster Linie den positiven Ergebnissen im Bereich der inhaltlichen Bewertung (10,5 Punkte Vorsprung vor dem Zweitplatzierten; siehe Tabelle 2, S. 33).

Auch wenn die Leistungen in den Bereichen „Studium“ und „Lehrstuhl“ lediglich durchschnittlich sind, konnte insgesamt kein anderer Internet-Auftritt mehr Punkte

erzielen. Im Bereich „Basics“ wurde beinahe die volle Punktzahl erreicht (47,5 von 48 Punkten). Zu den Besonderheiten gehört unter anderem die komplett funktionierende und verlinkte Sitemap, welche ansonsten nur zwei weitere Kandidaten vorweisen können. Hierdurch wurden entscheidende Punkte erzielt. Eine weitere positive Ausnahme ist, dass fast der gesamte Inhalt der Seite auf englisch vorhanden ist. Andere Auftritte verfügen zwar auch über einen Englisch-Button, oftmals sind jedoch nicht mehr als Basisinformationen übersetzt. Dieses ist ein mitentscheidender Aspekt für den dritten Platz im Bereich „Service“.

### **3.3 Zusammenfassung**

Wie gezeigt wurde, haben beide Ethnologie Homepages ein ansehnliches Erscheinungsbild, sowohl die in der Rangliste an letzter Stelle liegende Seite Leipzigs, als auch die sich an erster Stelle befindende Seite Halle-Wittenbergs. Auf den ersten Blick sind keine großen Unterschiede auszumachen. Betrachtet man jedoch beide Seiten genauer, stößt man schnell auf gravierende inhaltliche Differenzen. Besonders deutlich zeigen sich diese im Bereich Lehrkörper. Dort wo Halle-Wittenberg sofort erschließbare studienrelevante Informationen parat hält (Sprechzeiten, Lebenslauf, Forschung und Publikationen), erhält man in Leipzig vergleichbare Informationen nur durch intensives Suchen in mehreren Bereichen der Seite oder gar nicht.

Auch der Bereich Studium fällt in Leipzig, im Gegensatz zu Halle-Wittenberg, geringer aus. Das wird besonders bei den wichtigen Punkten (kommentiertes Vorlesungsverzeichnis, Studieninhalte und Studieneinführung) deutlich, die in dieser Form in Leipzig faktisch nicht vorhanden sind. Der Vergleich der Internetauftritte zeigt, dass – im Sinne des entwickelten Bewertungsverfahrens – ein gutes Design und Layout nicht in der Lage sind, große inhaltliche Mängel auszugleichen.

## 4 Die Homepage der Ethnologie an der Universität Trier

Ziel der Bewertung und Analyse ausgewählter deutschsprachiger Internetauftritte ethnologischer Universitätsinstitute ist unter anderem die Evaluierung der Homepage des Faches Ethnologie an der Universität Trier.

Zu diesem Zweck erfolgte die Ergebnisdarstellung der Untersuchung in Form von Ranglisten (siehe Tabelle 1 bis 8, S. 33 ff.), welche die Stärken und Schwächen der Trierer Homepage deutlich aufzeigen. Darüber hinaus werden Internetpräsenzen, die eine überdurchschnittlich hohe bzw. unterdurchschnittlich geringe Punktzahl erreichen konnten, als „best-“ bzw. „worst-practice“-Beispiele betrachtet (siehe auch Kapitel 3, S. 13), deren Analyse Kenntnisse lieferte, die für die Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Aus- und Umgestaltung der Trier Seite herangezogen werden können.

Der Internetauftritt des Faches Ethnologie an der Universität Trier erreichte mit 123,5 Punkten den 17. Platz im Gesamtranking (siehe Tabelle 1, S. 33). Die Platzierung im unteren Drittel kann – vereinfacht betrachtet – auf die Tatsache zurückgeführt werden, dass die Homepage zwar über wertvolle Inhalte verfügt (siehe auch Tabelle 2, S. 34), welche allerdings von den Usern zu einem Großteil schlecht gefunden werden können. Begründen lässt sich dieser Umstand mit dem Fehlen einer übersichtlichen Struktur und einer nutzerfreundlichen Navigation.

Die folgenden Ausführungen orientieren sich in ihrer Gliederung an den Kategorien der Bewertung, greifen jedes analysierte Kriterium auf und vereinen die Stärken-Schwächen-Analyse mit den Handlungsempfehlungen für einen Ausbau des Trierer Internetangebotes.

### 4.1 Basics (28, 5 Punkte = Platz 8)

Wie einige andere Inhalte der Website, so ist auch das *Impressum* leider nur als Word-Dokument vorhanden. Inhaltlich hingegen ist es vorbildlich, da Verantwortliche genannt und Haftungsausschlüsse ausgesprochen werden.

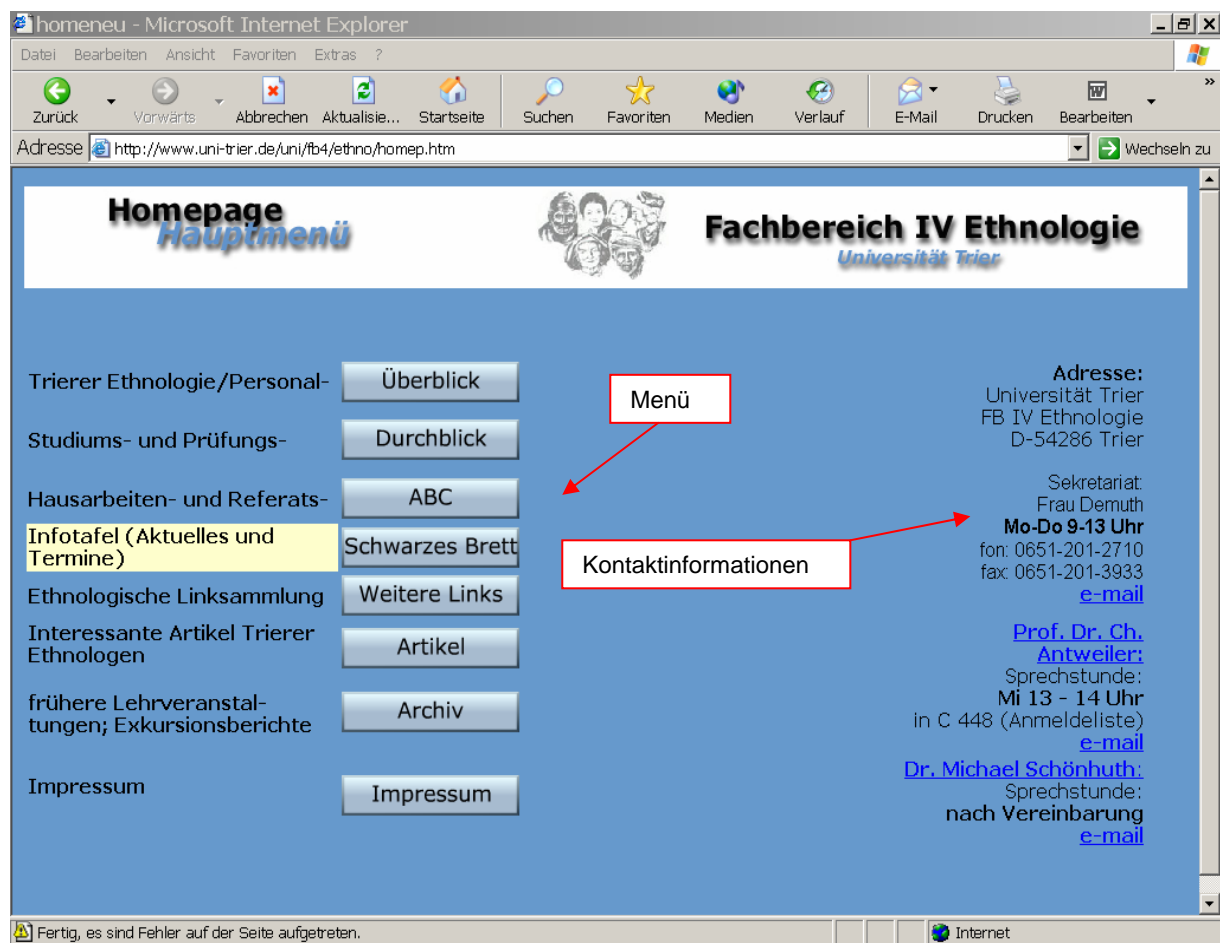
Alle wichtigen Hinweise zur *Kontaktaufnahme* lassen sich bereits auf der Startseite finden: Adresse und Telefonnummer des Sekretariats sowie unmittelbarer e-mail-Kontakt – auch zu den Dozenten. Nutzer, die über eine Unterseite einsteigen oder die Startseite unaufmerksam studiert haben und sich im späteren Verlauf des Be-

suchs auf einer anderen Seite befinden, werden einen eigenständigen Kontakt-Button jedoch vermissen.

*Aktuellen Hinweise* verbergen sich hinter dem Menüpunkt „Schwarzes Brett“. Diese sind durchaus umfangreich, ggf. verlinkt und auf dem neuesten Stand. Die Bezeichnung „Aktuelles“ für diesen Menüpunkt wäre indes eindeutiger und vermeidet Missverständnisse, da sie mittlerweile auf den meisten Websites Verwendung findet und eine eindeutige Aussage über den Inhalt trifft. Außerdem sollte auch dieser Bereich von allen Seiten der Homepage aus erreichbar sein, um eventuellen Querverweisen aus dem Fließtext unmittelbar nachgehen zu können.

*Suchfunktion, Sitemap und Hinweise zum letzten Update* der Homepage existieren leider nicht, die *Verlinkung mit der Startseite der Universität Trier* ist dagegen von nahezu jeder Unterseite aus gewährleistet.

#### Screenshot 4: Startseite Trier



**Quelle:** <http://www.uni-trier.de/uni/fb4/ethno/homep.htm> (Datum: 14.05.2004)

## 4.2 Studium (46 Punkte = Platz 3)

Eine Stärke des Trierer Internetauftrittes sind die Informationen zum Thema Studium (siehe auch Tabelle 4, S. 36), wie z.B. Hinweise zu *Studieninhalten*, zur *Studien- und Prüfungsordnung*, zum *wissenschaftlichen Arbeiten* und zu *möglichen Berufsfeldern* des Ethnologen. Einige der Erläuterungen sind zwar knapp gehalten, finden aber – im Gegensatz zu den Homepages zahlreicher anderer Institute – zumindest Erwähnung.

Vermisst wurden lediglich konkrete *Hinweise zur Aufnahme des Studiums* der Ethnologie an der Universität Trier, wie beispielsweise Bewerbungsmodalitäten oder Ratschläge zum vorbereitenden Literaturstudium. Andererseits werden persönliche Voraussetzungen skizziert, die für angehende Ethnologiestudenten nicht weniger interessant sind.

Die Übersicht der *Lehrveranstaltungen* ist ein wichtiger Bestandteil der Homepage eines Studienfaches, daher sollten diese über einen eigenen Menüpunkt oder zumindest im Zusammenhang mit dem Thema Studium erreichbar und nicht ausschließlich unter „Aktuelles“ aufzufinden sein. Da das Internet auch in Zukunft eine immer zentralere Rolle im Bereich der Lehre und Kommunikation zwischen Dozent und Student einnehmen wird, sollte dem Ausbau dieses Bereiches große Bedeutung beigemessen werden. Vorstellbar wäre beispielsweise, dass alle Materialien zu einer Veranstaltung unter diesem Menüpunkt abrufbar sind. Zahlreiche Kopien oder zeitaufwendige Mail-Listen und Rund-Mails würden so der Vergangenheit angehören, Zugriff auf das Material wäre unabhängig von Ort und Zeit möglich.

Hervorzuheben sind außerdem die *Hinweise zur Fachstudienberatung*, die im Zusammenhang mit den Studien- und Prüfungsordnungen gefunden werden können, sowie einige sehr gut aufbereitete und bebilderte *Exkursionsberichte*, die auch für fachfremde Besucher von Interesse sein könnten (siehe Screenshot 5, S. 25). Daher gilt es, auf diese an exponierter Stelle (Startseite oder im Menü) aufmerksam zu machen und nicht im Archiv „zu verstecken“.

## Screenshot 5: Exkursionsbericht Trier

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a PDF document. The address bar shows the URL: <http://www.uni-trier.de/uni/fb4/ethno/vietnamexkursion.pdf>. The document content includes:

### Exkursionen

## „Vietnam ist kein Krieg, sondern ein Land“

#### Ethnologisches Methodentraining in Vietnam

„Vietnam ist kein Krieg, sondern ein Land“. Das hörten die Trierer Ethnologie-Studenten auf ihrer Exkursion im Herbst 2000 oft als Antwort auf die Fragen nach der Vergangenheit. Drei Wochen verbrachten elf Studierende der Ethnologie mit Prof. Christoph Antweiler und seiner Familie in Vietnam. Dabei waren als Landeskenner Phuong Kollath, eine deutschsprachige Vietnamesin aus Rostock und Markus Vorpahl, ein Ethnologe, der seit Jahren im Land forscht. Im Vorbereitungsseminar wurden inhaltliche Themen wie Religionen in Vietnam, Vietnams Geschichte, Kommunismus und vietnamesische Ethnologie unter anderem behandelt. Daneben wurde über unterschiedliche Perspektiven aus Literatur und Film diskutiert.

Während der Exkursion lag der Fokus auf der kurzen Einübung ethnologischer Methoden, wie sie in längeren ethnologischen Feldforschungen benutzt werden. Zum Einstieg übten die Studenten ethnologisches Protokollieren. Das bedeutet, sich einen geeigneten Platz zu wählen, diesen kurz zu skizzieren und alle möglicherweise relevanten Handlungen detailliert festzuhalten. Diese

#### Kartierungen

In der alten Kaiserstadt Hue übten die Studenten, detaillierte Kartierungen zu erstellen. Dabei geht es nicht um die Erfassung großer Gebiete, sondern um lokale Feinheiten, wie zum Beispiel um die Darstellung von Manifestationen der Religion im Alltag wie an kleinen Tempeln, Altären, oder einfach vor

**Im Markt in Ho Chi Minh-Stadt (Saigon).**

Anbauweise die Entwicklung eines Straßenzugs nachvollziehen.

**Quelle:** <http://www.uni-trier.de/uni/fb4/ethno/homep.htm> (Datum: 14.05.2004)

### 4.3 Lehrstuhl (12 Punkte = Platz 17)

Auch wenn die Informationen zum *Personal* des Lehrstuhls nicht in die Struktur der Website integriert sind und eine Art Sonderbereich darstellen, sind diese doch umfassend und vollständig.

Im Zusammenhang mit dem Personal lassen sich auch die Mehrzahl der *Publikationen* des Lehrstuhls finden, die man als eigenen Menüpunkt aufführen sollte. Entgegenkommen würde man in erster Linie dem Lehrpersonal und Studierenden anderer Universitäten, die auf der Suche nach Fachliteratur sind. Nachkommen würde man unter anderem der Forderung, vernetztes Arbeiten und wissenschaftlichen Austausch zu ermöglichen (vgl. ZURAWSKI 1997). Vorbildlich ist die große Anzahl an veröffentlichten Artikeln, die abgerufen oder heruntergeladen werden können.



Zu den *Forschungsaktivitäten* der Ethnologen an der Universität Trier lassen sich leider kaum Informationen beziehen (mit Ausnahme kurzer Hinweise), obwohl auch dieser Punkt vor allem für fachkundige Besucher – entsprechend aufbereitet gleichfalls für Laien – von großem Interesse sein könnten.

#### **4.4 Service (7 Punkte = Platz 15)**

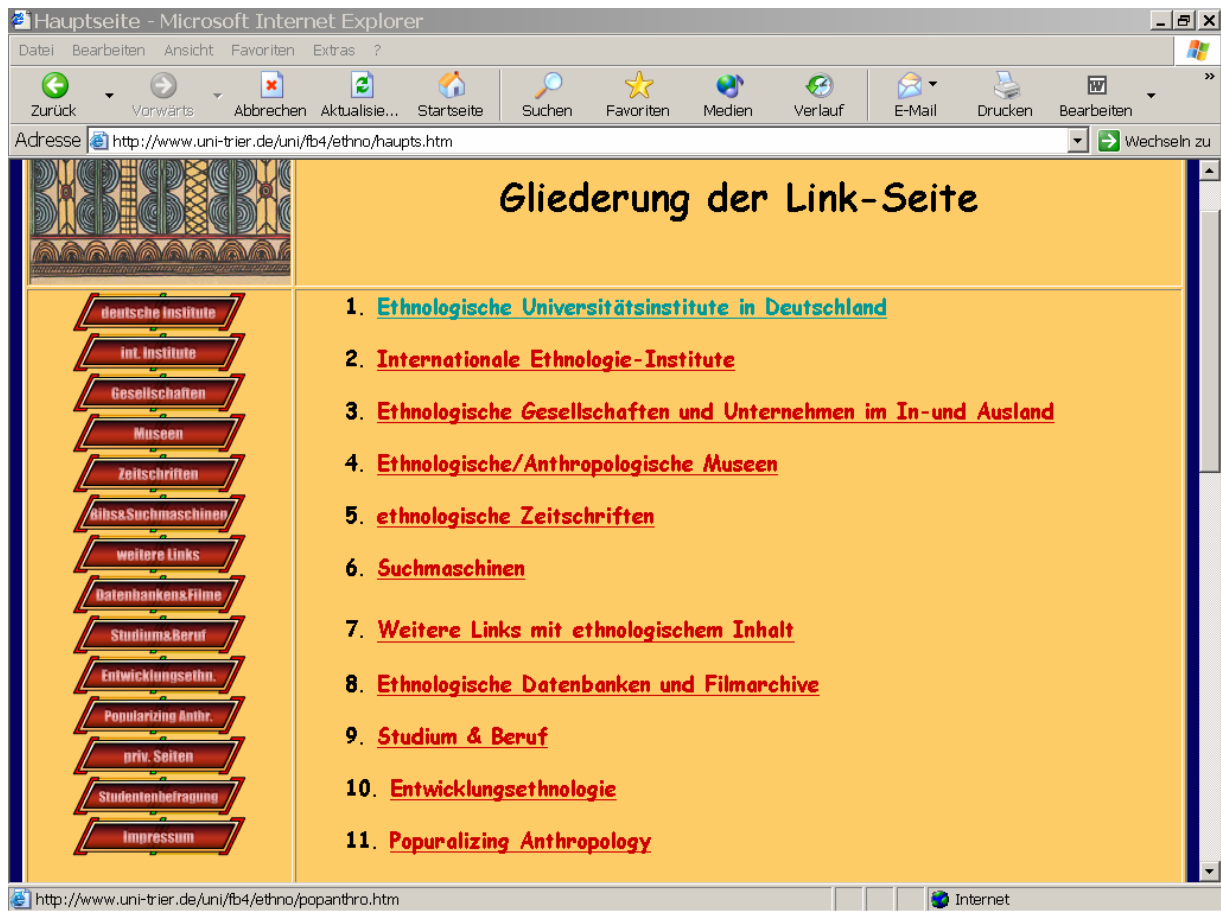
Neben Forschungs- und Exkursionsberichten beinhaltet der Bereich Service das größte Potential, um der Forderung nach mehr Öffentlichkeitsnähe und gesellschaftlicher Einflussnahme der Ethnologie nachzukommen (vgl. DRACKLÉ 1999, S. 278). Internetpräsenzen mit ethnologischem Inhalt, die fachfremden Besuchern beispielsweise eine einfach zugängliche *Definition der Ethnologie* liefern, Möglichkeiten der *Interaktivität* (Gästebuch, Forum, etc.) bieten und gar *mehrsprachig* ausgebaut sind, werden auch das Interesse des zufällig vorbeisurfenden bzw. fremdsprachigen Publikums wecken können. In diesem Punkt wird allerdings eine entscheidende Schwäche des Trierer Internetauftritts deutlich (siehe auch Tabelle 6, S. 38). Vorhanden ist hingegen eine sehr umfassende und gegliederte *Linksammlung* sowie Links, die *Job- und Praktikumsangebote* versprechen.

#### **4.5 Layout und Design (24 Punkte = Platz 13)**

Während die *Breite des Fließtextes*, die *Größe der Schrift* und der *Farbkontrast* zwischen Hinter- und Vordergrund zufriedenstellend sind, wird gleichwohl deutlich, dass die Homepage im Laufe der Zeit, unter Missachtung einer *homogenen Gestaltung des gesamten Internetauftritts*, ergänzt und überarbeitet wurde.

In diesem Zusammenhang sind in erster Linie der Bereich „Personal“ und die Linksammlung (siehe Screenshot 6, S. 27) zu erwähnen. Während die Farbgebung der Linksammlung sehr dominant ist und die Schrift („Comic Sans MS“) an der Seriosität des Inhaltes zweifeln lässt, wirken die Informationen zum Personal nüchtern und wecken wenig Interesse, das Aufgeführte zu lesen. Zwar bleiben solche Eindrücke letztendlich subjektiv – und gingen daher auch nicht in die Wertung ein –, dennoch lässt sich keine Zugehörigkeit erkennen, ruft man einen dieser Bereiche auf.

## Screenshot 6: Linksammlung Trier



Quelle: <http://www.uni-trier.de/uni/fb4/ethno/homep.htm> (Datum: 14.05.2004)

### 4.6 Navigation, Übersicht und Funktionalität (6 Punkte = Platz 23)

Die zweite erwähnenswerte Schwäche der Trierer Internetpräsenz ist das Fehlen einer *Menüleiste* und damit einer benutzerfreundlichen Navigation und Übersicht (siehe auch Tabelle 8, S. 40). Zwar ist auf der Startseite ein Auswahlmenü vorhanden, jedoch in keinem Kapitel der Homepage unterhalb der Einstiegsebene. Zudem sind die gewählten Bezeichnungen der Kapitel („Überblick“, „Durchblick“, etc.) nicht eindeutig. Erst im Zusammenhang mit den Erläuterungen, die sich links neben den Buttons befinden, können Aussagen über den Inhalt des betreffenden Kapitels getroffen werden.

Eine einheitliche Menüleiste sollte fester Bestandteil einer jeden Internetpräsenz sein, um die Orientierung und Navigation zu optimieren. Zusammen mit der Kopfzeile (aus der klar ersichtlich sein sollte, wer der Urheber der bereitgestellten Informationen ist) kann sie den gestalterischen Rahmen der gesamten Website vorgeben. Darüber hinaus sollte die Aufschrift der einzelnen Buttons keinen Zweifel über die abrufbaren Inhalte entstehen lassen, die sich hinter dem betreffenden Menüpunkt verbergen.

Zudem würde ein Menü, welches sich gestalterisch an Leitfarben der einzelnen Kapitel orientiert, die *Übersichtlichkeit* fördern. Denn damit wäre auf jeder Seite klar ersichtlich, in welchem Teil der Homepage man sich befindet, selbst wenn die Überschriften der Kapitel fehlen sollten oder – wie beim betrachteten Beispiel – nicht die Aufmerksamkeit des Nutzers erreichen.

Die *interne Verlinkung* aller zur Verfügung gestellter Informationen ist von entscheidender Bedeutung für die Funktionalität einer Website. Angebotene aber nicht funktionsfähige Vernetzung lässt die Inhalte wertlos werden. In diesem Punkt wurden während der Untersuchung der Trierer Homepage allerdings keine Mängel offensichtlich.

## 5 Fazit und Ausblick

Neben dem finanziellen Spielraum und der personellen Ausstattung eines Instituts scheint auch die individuelle Einstellung des Lehrpersonals gegenüber dem noch recht jungen Medium Internet und der Öffentlichkeit im Allgemeinen den Umfang und das Angebot einer Institut-Homepage zu beeinflussen. Zumindest stellt FISCHER die Behauptung auf, dass „[...] es [Ethnologen] bisher vermieden [haben], in der Öffentlichkeit in Erscheinung zu treten und ihre Kenntnisse nach außen zu vermitteln – hauptsächlich aus Angst, dass für die Popularisierung der Ethnologie die wissenschaftliche Glaubwürdigkeit geopfert werden müsse“ (in: DRACKLÉ 1999, S. 261). Dieses Zitat kann erklären, warum sich die Inhalte der deutschsprachigen Internetauftritte ethnologischer Universitätsinstitute in erster Linie an den Bedürfnissen der internen Studentenschaft, schon seltener an denen eines kundigen Publikums außerhalb des eigenen Instituts und nur in Ausnahmefällen an denen der Öffentlichkeit orientieren. Vor allem letztere verfügt in der Regel nur über rudimentäre Kenntnisse zur Ethnologie und bedarf einer eigenen Ansprache sowie speziellen Angeboten. Bemühungen in dieser Hinsicht, wie beispielsweise mit dem „EthnOnet“ des Ethnologischen Instituts der Ruprecht-Karls-Universität in Heidelberg, existieren durchaus. „EthnOnet“ hat sich zum Ziel gemacht, den Kontakt zwischen Ethnologen und Vertretern der Medien, der Wirtschaft und der Politik zu fördern, damit wissenschaftliche Konzepte der Ethnologie den Weg in verschiedene Bereiche der Gesellschaft finden (vgl. ETHNONET 2004). Dennoch fehlt auch hier die direkte Ansprache der Öffentlichkeit, die lediglich über den Umweg anderer Medien erreicht werden will.

Im Zusammenhang mit der angespannten Finanzlage des deutschen Hochschulwesens und den Überlegungen, Studiengebühren einzuführen, werden die Universitäten in Zukunft wohl oder übel in einen Konkurrenzkampf um die öffentlichen bzw. privaten Mittel treten müssen. Spätestens zu diesem Zeitpunkt wird der instituteigene Internetauftritt – als Informations- und Kommunikationsplattform der Zukunft – über die Anzahl der sich einschreibenden Studienanfänger und damit über die Existenzberechtigung eines Instituts mitentscheiden.

Universitätsinstitute, welche sich auf diesen Zeitpunkt rechtzeitig vorbereitet und das Internet als wichtigen Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit erkannt haben, werden sich in einer vorteilhaften Position befinden.

## Literaturverzeichnis

**BORTZ**, Jürgen; **DÖRING**, Nicola (2003): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin: Springer.

**DRACKLÉ**, Dorle (1999): Medienethnologie: Eine Option auf die Zukunft. In: Kokot, Waltraud; Dracklé, Dorle (Hrsg.): Wozu Ethnologie? Berlin: Reimer.

**ETHNONET** (2004): <http://www.eth.uni-heidelberg.de/index.html> (Datum: 25.05.2004).

**GARSKA**, Hansjürgen (2002): <http://www.datenschutz-berlin.de/recht/de/stv/mdstv.htm> (Datum: 15.04.04).

**WEINREICH**, Harald (2002): <http://vsis-www.informatik.uni-hamburg.de/ergonomie/navigation.html> (Datum: 16.05.2004).

**WIRTH**, Thomas: <http://www.kommdesign.de> (Datum: 15.05.2004).

**ZURAWSKI**, Nils (1999): [www.uni-muenster.de/EthnologieHeute/eh1/zurawski.htm](http://www.uni-muenster.de/EthnologieHeute/eh1/zurawski.htm) (Datum: 25.05.2004).

## Quellenverzeichnis

- Universität **Basel**, Ethnologisches Seminar: <http://www.unibas-ethno.ch/index2.php> (Datum: 15.05.2004).
- Universität **Bayreuth**, Facheinheit Ethnologie: <http://www.uni-bayreuth.de/departments/ethnologie> (Datum: 18.05.2004).
- Freien Universität **Berlin**, Institut für Ethnologie: <http://userpage.fu-berlin.de/~ethnolog> (Datum: 07.05.2004).
- Universität **Bern**, Institut für Ethnologie: <http://www.ethno.unibe.ch> (Datum: 08.05.2004).
- Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität **Bonn**, Institut für Altamerikanistik und Ethnologie: <http://iaeserv02.voelk.uni-bonn.de/iae/article.php?25.0.php> (Datum: 11.05.2004).
- Universität **Bremen**, Institut für Kulturwissenschaft: <http://www.kultur.uni-bremen.de> (Datum: 14.05.2004).
- Johann Wolfgang Goethe-Universität **Frankfurt am Main**, Institut für Historische Ethnologie: <http://www.uni-frankfurt.de/fb08/IHE> (Datum: 12.05.2004).
- Johann Wolfgang Goethe-Universität **Frankfurt am Main**, Institut für Kulturanthropologie und europäische Ethnologie: <http://www.uni-frankfurt.de/fb09/kulturanthro> (Datum: 17.05.2004).
- Albert-Ludwigs-Universität **Freiburg**, Institut für Völkerkunde: <http://www.ethno.uni-freiburg.de> (Datum: 15.05.2004).
- Georg-August-Universität **Göttingen**, Institut für Ethnologie: <http://wwwuser.gwdg.de/~ethno> (Datum: 10.05.2004).
- Martin-Luther-Universität **Halle-Wittenberg**, Institut für Ethnologie: <http://www.ethnologie.uni-halle.de> (Datum: 16.05.2004).
- Universität **Hamburg**, Institut für Ethnologie: [www.uni-hamburg.de/Wiss/FB/09/Ethnolol/index.html](http://www.uni-hamburg.de/Wiss/FB/09/Ethnolol/index.html) (Datum: 12.05.2004).
- Ruprecht-Karls-Universität **Heidelberg**, Institut für Ethnologie: [www.eth.uni-heidelberg.de](http://www.eth.uni-heidelberg.de) (Datum: 22.05.2004).

- Universität **Köln**, Institut für Völkerkunde: <http://www.uni-koeln.de/phil-fak/voelkerkunde/index.html> (Datum: 12.05.2004).
- Universität **Leipzig**, Institut für Ethnologie: [www.uni-leipzig.de/%7Eethno](http://www.uni-leipzig.de/%7Eethno) (Datum: 22.05.2004).
- Johannes Gutenberg-Universität **Mainz**, Institut für Ethnologie und Afrikastudien: <http://www.uni-mainz.de/~ifeas> (Datum: 22.05.2004).
- Philipps-Universität **Marburg**, Institut für vergleichende Kulturforschung und Völkerkunde: <http://www.uni-marburg.de/voelkerkunde> (Datum: 16.05.2004).
- Ludwig-Maximilians-Universität **München**, Institut für Ethnologie und Afrikanistik: [www.fak12.uni-muenchen.de/vka/index.html](http://www.fak12.uni-muenchen.de/vka/index.html) (Datum: 13.05.2004).
- Westfälische Wilhelms-Universität **Münster**, Institut für Ethnologie: <http://www.uni-muenster.de/GeschichtePhilosophie/Ethnologie/Inst-Ethno> (24.05.2004).
- Universität **Trier**, Fachbereich IV Ethnologie: <http://www.uni-trier.de/uni/fb4/ethno/homep.htm> (Datum: 14.05.2004).
- Eberhard Karls Universität **Tübingen**, Institut für Ethnologie: <http://www.uni-tuebingen.de/ETHNOLOGIE/aktuelles/frameset.htm> (Datum: 13.05.2004).
- Universität **Wien**, Institut für Ethnologie-, Kultur- und Sozialanthropologie: <http://univie.ac.at/Voelkerkunde/index.htm> (Datum: 19.05.2004).
- Universität **Zürich**, Ethnologisches Seminar: <http://www.ethno.unich.ch> (Datum: 17.05.2004).

## Anhang

**Tabelle 1:** Gesamtranking: enthält die Ergebnisse der Tabellen 2 (Inhalt), 7 (Layout und Design) und 8 (Navigation, Funktionalität)

<b>Gesamtranking (max.: 234 Punkte)</b>			
<b>Platz</b>	<b>Punktzahl</b>	<b>Universität</b>	<b>Institut</b>
1	180,5	Halle-Wittenberg	Ethnologie
2	165	Bern	Ethnologie
3	164	Basel	Ethnologisches Seminar
	164	Berlin	Ethnologie
	164	Bremen	Kulturwissenschaft
6	163,5	Mainz	Ethnologie und Afrikastudien
7	161	Marburg	Vergleichende Kulturforschung
8	152	Bonn	Altamerikanistik und Ethnologie
9	151,5	Freiburg	Völkerkunde
10	147	München	Ethnologie und Afrikanistik
11	144	Zürich	Ethnologisches Seminar
12	143	Köln	Völkerkunde
13	142,5	Heidelberg	Ethnologie
14	137,5	Tübingen	Ethnologie
15	135	Göttingen	Ethnologie
16	126	Hamburg	Ethnologie
17	123,5	Trier	Ethnologie
18	121,5	Wien	Ethnologie
19	113	Münster	Ethnologie
20	110	Frankfurt	Historische Ethnologie
	110	Frankfurt	Kulturanthropologie
22	101,5	Bayreuth	Ethnologie
23	101	Leipzig	Ethnologie



**Tabelle 2:** Ranking „Inhalt“ (enthält: die Ergebnisse der Tabellen 3-6: Basics + Studium + Lehrstuhl +Service)

<b>Inhalt (max.: 162 Punkte)</b>		
<b>Platz</b>	<b>Universität</b>	<b>Punkte</b>
1	Halle-Wittenberg	108,5
2	Basel	98
	Berlin	98
4	Freiburg	97,5
	Mainz	97,5
6	Marburg	95
7	Trier	93,5
8	Bern	93
9	Bremen	92
10	Hamburg	90
11	Köln	89
12	Bonn	83
13	Heidelberg	82,5
14	Bayreuth	77,5
15	Göttingen	76,5
16	München	75
17	Frankfurt, Kulturanthropologie	74
18	Zürich	72
19	Wien	67,5
20	Tübingen	65,5
21	Frankfurt, Historische Ethnologie	56
22	Münster	47
23	Leipzig	41

**Tabelle 3:** Ranking „Basics“ (Teilbereich: Inhalt)

<b>Inhalt - Basics (max.: 48 Punkte)</b>		
<b>Platz</b>	<b>Universität</b>	<b>Punkte</b>
1	Halle-Wittenberg	47,5
2	Hamburg	38
3	Bonn	36,5
4	Berlin	34
	Bremen	34
6	Basel	31
7	Bern	30
8	Trier	28,5
9	Frankfurt, Historische Ethnologie	28
10	Marburg	27,5
11	Heidelberg	24,5
12	Tübingen	24
	Zürich	24
14	München	22
15	Freiburg	21,5
	Köln	21,5
17	Wien	20
18	Bayreuth	19,5
	Göttingen	19,5
20	Mainz	19
21	Frankfurt, Kulturanthropologie	17,5
22	Leipzig	13
23	Münster	8

**Tabelle 4:** Ranking „Studium“ (Teilbereich: Inhalt)

<b>Inhalt - Studium (max.: 54 Punkte)</b>		
<b>Platz</b>	<b>Universität</b>	<b>Punkte</b>
1	Freiburg	48
2	Köln	47
3	Trier	46
4	Marburg	40
5	Bern	39
6	Bremen	36
7	Basel	35
8	Mainz	34
9	Bayreuth	33
10	Berlin	31
	Frankfurt, Kulturanthropologie	31
	Göttingen	31
	Halle-Wittenberg	31
	Heidelberg	31
	Zürich	31
16	Hamburg	30
17	München	28
18	Bonn	25
	Münster	25
	Tübingen	25
21	Wien	21
22	Frankfurt, Historische Ethnologie	15
	Leipzig	15

**Tabelle 5: Ranking „Lehrstuhl“ (Teilbereich: Inhalt)**

<b>Inhalt - Lehrstuhl (max.: 24 Punkte)</b>		
<b>Platz</b>	<b>Universität</b>	<b>Punkte</b>
1	Mainz	24
2	Basel	20
3	Berlin	18
	Bern	18
5	Bonn	16
	Heidelberg	16
	Köln	16
8	Frankfurt, Kulturanthropologie	14,5
	Marburg	14,5
10	Bayreuth	13
	Halle-Wittenberg	13
	Göttingen	13
	Leipzig	13
	München	13
15	Tübingen	12,5
	Wien	12,5
17	Freiburg	12
	Hamburg	12
	Trier	12
	Zürich	12
21	Frankfurt, Historische Ethnologie	11
	Münster	11
23	Bremen	4

**Tabelle 6: Ranking „Service“ (Teilbereich: Inhalt)**

<b>Inhalt - Service (max.: 36 Punkte)</b>		
<b>Platz</b>	<b>Universität</b>	<b>Punkte</b>
1	Mainz	20,5
2	Bremen	18
3	Halle-Wittenberg	17
4	Freiburg	16
5	Berlin	15
6	Wien	14
7	Göttingen	13
	Marburg	13
9	Basel	12
	Bayreuth	12
	München	12
12	Frankfurt, Kulturanthropologie	11
	Heidelberg	11
14	Hamburg	10
15	Trier	7
16	Bern	6
17	Bonn	5,5
18	Zürich	5
19	Köln	4,5
20	Tübingen	4
21	Münster	3
22	Frankfurt, Historische Ethnologie	2
23	Leipzig	0

**Tabelle 7:** Ranking „Layout & Design“

<b>Layout und Design (max.: 36 Punkte)</b>		
<b>Platz</b>	<b>Universität</b>	<b>Punkte</b>
<b>1</b>	Basel	36
	Bern	36
	Bremen	36
	Halle-Wittenberg	36
	Marburg	36
	Mainz	36
	München	36
	Tübingen	36
	Zürich	36
<b>10</b>	Bonn	33
<b>11</b>	Berlin	30
	Münster	30
<b>13</b>	Frankfurt, Historische Ethnologie	24
	Frankfurt, Kulturanthropologie	24
	Heidelberg	24
	Köln	24
	Leipzig	24
	Trier	24
<b>19</b>	Göttingen	22,5
<b>20</b>	Freiburg	18
	Wien	18
<b>22</b>	Bayreuth	12
	Hamburg	12

**Tabelle 8:** Ranking „Navigation, Übersicht & Funktionalität“

<b>Navigation, Übersicht und Funktionalität (max.: 36 Punkte)</b>		
<b>Platz</b>	<b>Universität</b>	<b>Punkte</b>
<b>1</b>	Berlin	36
	Bern	36
	Bremen	36
	Bonn	36
	Freiburg	36
	Göttingen	36
	Halle-Wittenberg	36
	Heidelberg	36
	Leipzig	36
	München	36
	Münster	36
	Tübingen	36
	Wien	36
	Zürich	36
<b>15</b>	Basel	30
	Frankfurt, Historische Ethnologie	30
	Köln	30
	Mainz	30
	Marburg	30
<b>20</b>	Hamburg	24
<b>21</b>	Bayreuth	12
	Frankfurt, Kulturanthropologie	12
<b>23</b>	Trier	6





Tabelle 9: Bewertungsbogen

<b>Uni:</b>		<b>Institut:</b>		
<b>URL:</b>				
Name:			Punkte	erreicht
<b>Inhalt</b>				
<b>Basics</b>				
Impressum	vorhanden		6	
	von der Startseite aus erreichbar		4	
	von allen Seiten aus erreichbar		2	
Kontaktmöglichkeiten	Adresse		2	
	Telefon		2	
	e-mail		2	
	auf der Startseite / von der Startseite aus erreichbar		4	
	von allen Seiten aus erreichbar (als eigener Menüpunkt)		2	
Aktuelles	vorhanden		3	
	Aktualität: letzter Eintrag nicht älter als 30 Tage		1,5	
	Hinweise sind verlinkt		0,5	
	auf der Startseite / von der Startseite aus erreichbar		0,5	
	von allen Seiten aus erreichbar		0,5	
Suchfunktion	vorhanden		3	
	von der Startseite aus erreichbar		2	
	von allen Seiten aus erreichbar		1	
Sitemap	vorhanden		3	
	Inhaltsverzeichnis ist verlinkt		1	
	von der Startseite aus erreichbar		1	
	von allen Seiten aus erreichbar		1	
letztes Update	Datum auf Startseite oder im Impressum vorhanden		1	
	Aktualität: letztes Update innerhalb der letzten 90 Tage		2	
Verlinkung mit der Uni-Website	auf der Startseite vorhanden		1	
	auf allen Seiten vorhanden		2	
<b>Zwischensumme:</b>				

<b>Studium</b>			
Studieninhalte	vorhanden	6	
Studien- und/oder Prüfungsordnung	vorhanden	6	
Hinweise zur Aufnahme des Studiums	Bewerbungsmodalitäten	4	
	Hinweise zur Einstiegsliteratur für Studienanfänger	2	
Hinweise zur Fachstudienberatung	vorhanden	6	
Hinweise zum wissenschaftlichen Arbeiten	vorhanden	3	
Veranstaltungen	vorhanden	3	
	Archiv vergangener Veranstaltungen	1	
	weiterführende Informationen (Kommentare) zu den Veranstaltungen	6	
	Materialien zu den Veranstaltungen	2	
Exkursionen	vorhanden	6	
	Archiv vergangener Exkursionen	1	
	die Inhalte sind für ein breites Publikum aufbereitet	5	
Hinweise zu möglichen Berufsfeldern	vorhanden	3	
<b>Zwischensumme:</b>			

<b>Lehrstuhl</b>			
Personal	vorhanden		2
	Lebenslauf (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)		1
	Publikationen (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)		0,5
	Forschungsarbeit (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)		0,5
	Kontaktmöglichkeiten (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)		1
	Hinweise zur Sprechstunde (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)		1
Forschung	vorhanden		6
	Inhalte zu vergangenen Forschungsarbeiten		1
	die Inhalte sind für ein breites Publikum aufbereitet		5
Publikationen	vorhanden		3
	Downloadmöglichkeiten (ca. 10%)		3
<b>Zwischensumme:</b>			
<b>Service</b>			
Definition	Erläuterungen zur Ethnologie für fachfremde Besucher		6
Interaktivität	Gästebuch		3
	Forum		3
	moderiertes Forum		6
Linksammlung	vorhanden		3
	Gliederung der Links		1
	mehr als 25 Links		1
	mehr als 50 Links		1
Stellenangebote und Praktika	Links zu Websites mit entsprechendem Inhalt		1
	konkrete Jobangebote vorhanden		2,5
	konkrete Praktikumsangebote vorhanden		2,5
Mehrsprachigkeit	eine Fremdsprache		2
	weitere Fremdsprache		1
	mehr als allgemeine Informationen		3
<b>Zwischensumme:</b>			

<b>Layout und Design</b>			
homogene Gestaltung der gesamten Website	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	
Breite der Textspalte nimmt max. 3/4 der Seitenbreite ein	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	
Schriftgröße beträgt mindestens 11	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	1,5	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	3	
Schrift und Hintergrund verfügen über ausreichenden Farbkontrast	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	1,5	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	3	
Größe der Seite lässt Benutzung ohne Scrollbalken zu	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	3	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	6	
		<b>Zwischensumme:</b>	
<b>Navigation, Übersicht und Funktionalität</b>			
eine einheitliche Menüleiste befindet sich auf jeder Seite	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	
auf jeder Seite ist klar ersichtlich, in welchem Kapitel man sich befindet	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	
interne Verlinkung	mehr als 2 Links funktionieren nicht	0	
	1-2 Links funktionieren nicht	6	
	alle Links funktionieren	12	
		<b>Zwischensumme:</b>	
		<b>Gesamtsumme:</b>	

**Tabelle 10:** Bewertungsbogen Leipzig

<b>Uni:</b> Leipzig		<b>Institut:</b> ... für Ethnologie	
<b>URL:</b> www.uni-leipzig.de/%7Eethno			
<b>Name:</b>		<b>Punkte</b>	<b>erreicht</b>
<b><i>Inhalt</i></b>			
<b>Basics</b>			
Impressum	vorhanden	6	
	von der Startseite aus erreichbar	4	
	von allen Seiten aus erreichbar	2	
Kontaktmöglichkeiten	Adresse	2	2
	Telefon	2	2
	e-mail	2	2
	auf der Startseite / von der Startseite aus erreichbar	4	4
	von allen Seiten aus erreichbar (als eigener Menüpunkt)	2	
Aktuelles	vorhanden	3	
	Aktualität: letzter Eintrag nicht älter als 30 Tage	1,5	
	Hinweise sind verlinkt	0,5	
	auf der Startseite / von der Startseite aus erreichbar	0,5	
	von allen Seiten aus erreichbar	0,5	
Suchfunktion	vorhanden	3	
	von der Startseite aus erreichbar	2	
	von allen Seiten aus erreichbar	1	
Sitemap	vorhanden	3	
	Inhaltsverzeichnis ist verlinkt	1	
	von der Startseite aus erreichbar	1	
	von allen Seiten aus erreichbar	1	
letztes Update	Datum auf Startseite oder im Impressum vorhanden	1	1
	Aktualität: letztes Update innerhalb der letzten 90 Tage	2	2
Verlinkung mit der Uni-Website	auf der Startseite vorhanden	1	
	auf allen Seiten vorhanden	2	
<b>Zwischensumme:</b>			<b>13</b>

<b>Studium</b>			
Studieninhalte	vorhanden	6	
Studien- und/oder Prüfungsordnung	vorhanden	6	6
Hinweise zur Aufnahme des Studiums	Bewerbungsmodalitäten	4	
	Hinweise zur Einstiegsliteratur für Studienanfänger	2	
Hinweise zur Fachstudienberatung	vorhanden	6	6
Hinweise zum wissenschaftlichen Arbeiten	vorhanden	3	
Veranstaltungen	vorhanden	3	3
	Archiv vergangener Veranstaltungen	1	
	weiterführende Informationen (Kommentare) zu den Veranstaltungen	6	
	Materialien zu den Veranstaltungen	2	
Exkursionen	vorhanden	6	
	Archiv vergangener Exkursionen	1	
	die Inhalte sind für ein breites Publikum aufbereitet	5	
Hinweise zu möglichen Berufsfeldern	vorhanden	3	
<b>Zwischensumme:</b>			<b>15</b>

<b>Lehrstuhl</b>			
Personal	vorhanden	2	2
	Lebenslauf (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	1	
	Publikationen (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	0,5	
	Forschungsarbeit (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	0,5	
	Kontaktmöglichkeiten (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	1	1
	Hinweise zur Sprechstunde (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	1	1
Forschung	vorhanden	6	6
	Inhalte zu vergangenen Forschungsarbeiten die Inhalte sind für ein breites Publikum aufbereitet	1	
		5	
Publikationen	vorhanden	3	3
	Downloadmöglichkeiten (ca. 10%)	3	
<b>Zwischensumme:</b>			<b>13</b>
<b>Service</b>			
Definition	Erläuterungen zur Ethnologie für fachfremde Besucher	6	
Interaktivität	Gästebuch	3	
	Forum	3	
	moderiertes Forum	6	
Linksammlung	vorhanden	3	
	Gliederung der Links	1	
	mehr als 25 Links	1	
	mehr als 50 Links	1	
Stellenangebote und Praktika	Links zu Websites mit entsprechendem Inhalt	1	
	konkrete Jobangebote vorhanden	2,5	
	konkrete Praktikumsangebote vorhanden	2,5	
Mehrsprachigkeit	eine Fremdsprache	2	
	weitere Fremdsprache	1	
	mehr als allgemeine Informationen	3	
<b>Zwischensumme:</b>			<b>0</b>

<b>Layout und Design</b>			
homogene Gestaltung der gesamten Website	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	12
Breite der Textspalte nimmt max. 3/4 der Seitenbreite ein	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	0
Schriftgröße beträgt mindestens 11	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	1,5	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	3	3
Schrift und Hintergrund verfügen über ausreichenden Farbkontrast	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	1,5	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	3	3
Größe der Seite lässt Benutzung ohne Scrollbalken zu	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	3	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	6	6
<b>Zwischensumme:</b>			<b>24</b>
<b>Navigation, Übersicht und Funktionalität</b>			
eine einheitliche Menüleiste befindet sich auf jeder Seite	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	12
auf jeder Seite ist klar ersichtlich, in welchem Kapitel man sich befindet	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	12
interne Verlinkung	mehr als 2 Links funktionieren nicht	0	
	1-2 Links funktionieren nicht	6	
	alle Links funktionieren	12	12
<b>Zwischensumme:</b>			<b>36</b>
<b>Gesamtsumme:</b>			<b>101</b>



Tabelle 11: Bewertungsbogen Halle-Wittenberg

<b>Uni:</b> Halle-Wittenberg		<b>Institut:</b> ... für Ethnologie	
<b>URL:</b> <a href="http://www.ethnologie.uni-halle.de">http://www.ethnologie.uni-halle.de</a>			
Name:		Punkte	erreicht
<b>Inhalt</b>			
<b>Basics</b>			
Impressum	vorhanden	6	6
	von der Startseite aus erreichbar	4	4
	von allen Seiten aus erreichbar	2	2
Kontaktmöglichkeiten	Adresse	2	2
	Telefon	2	2
	e-mail	2	2
	auf der Startseite / von der Startseite aus erreichbar	4	4
	von allen Seiten aus erreichbar (als eigener Menüpunkt)	2	2
Aktuelles	vorhanden	3	3
	Aktualität: letzter Eintrag nicht älter als 30 Tage	1,5	1,5
	Hinweise sind verlinkt	0,5	
	auf der Startseite / von der Startseite aus erreichbar	0,5	0,5
	von allen Seiten aus erreichbar	0,5	0,5
Suchfunktion	vorhanden	3	3
	von der Startseite aus erreichbar	2	2
	von allen Seiten aus erreichbar	1	1
Sitemap	vorhanden	3	3
	Inhaltsverzeichnis ist verlinkt	1	1
	von der Startseite aus erreichbar	1	1
	von allen Seiten aus erreichbar	1	1
letztes Update	Datum auf Startseite oder im Impressum vorhanden	1	1
	Aktualität: letztes Update innerhalb der letzten 90 Tage	2	2
Verlinkung mit der Uni-Website	auf der Startseite vorhanden	1	1
	auf allen Seiten vorhanden	2	2
<b>Zwischensumme:</b>			47,5

<b>Studium</b>			
Studieninhalte	vorhanden	6	6
Studien- und/oder Prüfungsordnung	vorhanden	6	6
Hinweise zur Aufnahme des Studiums	Bewerbungsmodalitäten	4	
	Hinweise zur Einstiegsliteratur für Studienanfänger	2	
Hinweise zur Fachstudienberatung	vorhanden	6	6
Hinweise zum wissenschaftlichen Arbeiten	vorhanden	3	3
Veranstaltungen	vorhanden	3	3
	Archiv vergangener Veranstaltungen	1	1
	weiterführende Informationen (Kommentare) zu den Veranstaltungen	6	6
	Materialien zu den Veranstaltungen	2	
Exkursionen	vorhanden	6	
	Archiv vergangener Exkursionen	1	
	die Inhalte sind für ein breites Publikum aufbereitet	5	
Hinweise zu möglichen Berufsfeldern	vorhanden	3	
<b>Zwischensumme:</b>			<b>31</b>

<b>Lehrstuhl</b>			
Personal	vorhanden	2	2
	Lebenslauf (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	1	1
	Publikationen (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	0,5	0,5
	Forschungsarbeit (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	0,5	0,5
	Kontaktmöglichkeiten (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	1	1
	Hinweise zur Sprechstunde (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	1	1
Forschung	vorhanden	6	6
	Inhalte zu vergangenen Forschungsarbeiten	1	1
	die Inhalte sind für ein breites Publikum aufbereitet	5	
Publikationen	vorhanden	3	
	Downloadmöglichkeiten (ca. 10%)	3	
<b>Zwischensumme:</b>			<b>13</b>
<b>Service</b>			
Definition	Erläuterungen zur Ethnologie für fachfremde Besucher	6	6
Interaktivität	Gästebuch	3	
	Forum	3	
	moderiertes Forum	6	
Linksammlung	vorhanden	3	3
	Gliederung der Links	1	1
	mehr als 25 Links	1	1
	mehr als 50 Links	1	1
Stellenangebote und Praktika	Links zu Websites mit entsprechendem Inhalt	1	
	konkrete Jobangebote vorhanden	2,5	
	konkrete Praktikumsangebote vorhanden	2,5	
Mehrsprachigkeit	eine Fremdsprache	2	2
	weitere Fremdsprache	1	
	mehr als allgemeine Informationen	3	3
<b>Zwischensumme:</b>			<b>17</b>

<b>Layout und Design</b>			
homogene Gestaltung der gesamten Website	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	12
Breite der Textspalte nimmt max. 3/4 der Seitenbreite ein	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	12
Schriftgröße beträgt mindestens 11	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	1,5	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	3	3
Schrift und Hintergrund verfügen über ausreichenden Farbkontrast	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	1,5	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	3	3
Größe der Seite lässt Benutzung ohne Scrollbalken zu	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	3	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	6	6
<b>Zwischensumme:</b>			<b>36</b>
<b>Navigation, Übersicht und Funktionalität</b>			
eine einheitliche Menüleiste befindet sich auf jeder Seite	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	12
auf jeder Seite ist klar ersichtlich, in welchem Kapitel man sich befindet	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	12
interne Verlinkung	mehr als 2 Links funktionieren nicht	0	
	1-2 Links funktionieren nicht	6	
	alle Links funktionieren	12	12
<b>Zwischensumme:</b>			<b>36</b>
<b>Gesamtsumme:</b>			<b>180,5</b>

Tabelle 12: Bewertungsbogen Trier

<b>Uni:</b> Trier		<b>Institut:</b> Fachbereich IV Ethnologie	
<b>URL:</b> <a href="http://www.uni-trier.de/uni/fb4/ethno/homep.htm">http://www.uni-trier.de/uni/fb4/ethno/homep.htm</a>			
Name:		Punkte	erreicht
<b>Inhalt</b>			
<b>Basics</b>			
Impressum	vorhanden	6	6
	von der Startseite aus erreichbar	4	4
	von allen Seiten aus erreichbar	2	
Kontaktmöglichkeiten	Adresse	2	2
	Telefon	2	2
	e-mail	2	2
	auf der Startseite / von der Startseite aus erreichbar	4	4
	von allen Seiten aus erreichbar (als eigener Menüpunkt)	2	
Aktuelles	vorhanden	3	3
	Aktualität: letzter Eintrag nicht älter als 30 Tage	1,5	1,5
	Hinweise sind verlinkt	0,5	0,5
	auf der Startseite / von der Startseite aus erreichbar	0,5	0,5
	von allen Seiten aus erreichbar	0,5	
Suchfunktion	vorhanden	3	
	von der Startseite aus erreichbar	2	
	von allen Seiten aus erreichbar	1	
Sitemap	vorhanden	3	
	Inhaltsverzeichnis ist verlinkt	1	
	von der Startseite aus erreichbar	1	
	von allen Seiten aus erreichbar	1	
letztes Update	Datum auf Startseite oder im Impressum vorhanden	1	
	Aktualität: letztes Update innerhalb der letzten 90 Tage	2	
Verlinkung mit der Uni-Website	auf der Startseite vorhanden	1	1
	auf allen Seiten vorhanden	2	2
<b>Zwischensumme:</b>			28,5

<b>Studium</b>			
Studieninhalte	vorhanden	6	6
Studien- und/oder Prüfungsordnung	vorhanden	6	6
Hinweise zur Aufnahme des Studiums	Bewerbungsmodalitäten	4	
	Hinweise zur Einstiegsliteratur für Studienanfänger	2	
Hinweise zur Fachstudienberatung	vorhanden	6	6
Hinweise zum wissenschaftlichen Arbeiten	vorhanden	3	3
Veranstaltungen	vorhanden	3	3
	Archiv vergangener Veranstaltungen	1	1
	weiterführende Informationen (Kommentare) zu den Veranstaltungen	6	6
	Materialien zu den Veranstaltungen	2	
Exkursionen	vorhanden	6	6
	Archiv vergangener Exkursionen	1	1
	die Inhalte sind für ein breites Publikum aufbereitet	5	5
Hinweise zu möglichen Berufsfeldern	vorhanden	3	3
<b>Zwischensumme:</b>			<b>46</b>

<b>Lehrstuhl</b>			
Personal	vorhanden	2	2
	Lebenslauf (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	1	1
	Publikationen (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	0,5	0,5
	Forschungsarbeit (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	0,5	0,5
	Kontaktmöglichkeiten (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	1	1
	Hinweise zur Sprechstunde (bei der Mehrzahl der Festangestellten vorhanden)	1	1
Forschung	vorhanden	6	
	Inhalte zu vergangenen Forschungsarbeiten	1	
	die Inhalte sind für ein breites Publikum aufbereitet	5	
Publikationen	vorhanden	3	3
	Downloadmöglichkeiten (ca. 10%)	3	3
<b>Zwischensumme:</b>			<b>12</b>
<b>Service</b>			
Definition	Erläuterungen zur Ethnologie für fachfremde Besucher	6	
Interaktivität	Gästebuch	3	
	Forum	3	
	moderiertes Forum	6	
Linksammlung	vorhanden	3	3
	Gliederung der Links	1	1
	mehr als 25 Links	1	1
	mehr als 50 Links	1	1
Stellenangebote und Praktika	Links zu Websites mit entsprechendem Inhalt	1	1
	konkrete Jobangebote vorhanden	2,5	
	konkrete Praktikumsangebote vorhanden	2,5	
Mehrsprachigkeit	eine Fremdsprache	2	
	weitere Fremdsprache	1	
	mehr als allgemeine Informationen	3	
<b>Zwischensumme:</b>			<b>7</b>

<b>Layout und Design</b>			
homogene Gestaltung der gesamten Website	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	0
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	
Breite der Textspalte nimmt max. 3/4 der Seitenbreite ein	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	12
Schriftgröße beträgt mindestens 11	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	1,5	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	3	3
Schrift und Hintergrund verfügen über ausreichenden Farbkontrast	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	1,5	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	3	3
Größe der Seite lässt Benutzung ohne Scrollbalken zu	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	3	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	6	6
<b>Zwischensumme:</b>			<b>24</b>
<b>Navigation, Übersicht und Funktionalität</b>			
eine einheitliche Menüleiste befindet sich auf jeder Seite	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	0
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	
auf jeder Seite ist klar ersichtlich, in welchem Kapitel man sich befindet	mehr als 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	0	0
	1 - 2 Kapitel erfüllen dieses Kriterium nicht	6	
	alle Kapitel erfüllen dieses Kriterium	12	
interne Verlinkung	mehr als 2 Links funktionieren nicht	0	
	1-2 Links funktionieren nicht	6	6
	alle Links funktionieren	12	
<b>Zwischensumme:</b>			<b>6</b>
<b>Gesamtsumme:</b>			<b>123,5</b>