

KOMPASS SCHULWEBSITES

Dieser Kompass ist ein Resultat unseres Forschungsprojektes an der PHBern «[Digitale Elternarbeit an der Volksschule – Schulwebsites im Fokus](#)». Im Rahmen dieses Projektes haben wir nicht nur sehr viele verschiedene Schulwebsites angeschaut, sondern auch Interviews mit Personen aus Schulen, Gemeinden und mit Erziehungsberechtigten geführt. Eine wichtige Einsicht daraus ist: Es gibt nicht DIE perfekte Website – wichtig ist, dass die Website im jeweiligen Kontext die gewünschte Funktion übernimmt und mit den vorhandenen Mitteln realisiert werden kann.

Das Ziel dieses Kompass ist es, Personen, die für eine Schulwebsite verantwortlich sind, bei dieser Aufgabe zu unterstützen. Mit drei Leitfragen wollen wir zu Überlegungen anregen, die sowohl beim (Neu-)Konzipieren als auch beim Unterhalt einer Website hilfreich sein können:

- **Motivation: WARUM wollen wir eine Website?** (→ S. 2)
- **Inhalte: WAS kommt auf unsere Website?** (→ S. 3)
- **Umsetzung: WIE stellen wir unsere Inhalte dar und welche technischen Möglichkeiten nutzen wir dafür?** (→ S. 4)

Für jede der drei Leitfragen haben wir spezifische Themen und Fragen formuliert. Die aufgeführten Fragen sind dabei nicht abschliessend zu verstehen, sondern als Ausgangspunkt für weitere Überlegungen, die allenfalls mit Fachpersonen gemacht werden müssen. Die Auseinandersetzung mit den Fragen soll insbesondere helfen, Klarheit in Bezug auf die Funktion der Website zu gewinnen. Daraus ergeben sich spezifische Ziele, die inhaltlich und technisch sehr unterschiedlich erreicht werden können.

Der Kompass ist auf der Website des Projektes (www.phbern.ch/dev > Kompass) elektronisch abrufbar.

Über Rückmeldungen aller Art, insbesondere spezifische Ergänzungen, freuen wir uns (sonja.beeli@phbern.ch).

Das Projektteam,

Sonja Beeli, Evelyne Wannack, Melodie Burri, Anne-Sophie Ewald

Bern, März 2023

WARUM wollen wir eine Website?

Websites werden in spezifischen Kontexten eingesetzt – insbesondere zusammen mit anderen Kommunikationskanälen. Genauso wie es bei den anderen Kommunikationskanälen darum geht, bestimmte Zielgruppen zu erreichen, ist es auch bei der Website wichtig, sich die Frage zu stellen, wer damit angesprochen werden soll: Geht es darum, Personen zu informieren, die die Schule noch gar nicht kennen, beispielsweise Familien, die in die Gemeinde ziehen; Eltern, deren Kind in den Kindergarten eintritt; zukünftige Lehrpersonen oder die breite Öffentlichkeit? Oder soll eher die bestehende Schulgemeinschaft angesprochen und informiert werden? Welcher Zeithorizont soll mit einer Website abgedeckt werden? Auf einer Website können laufend aktuelle Informationen geteilt werden. Gleichermassen kann sie als ein Archiv dienen, in welchem längerfristig wichtige Informationen wie ein Ferienplan oder eine Schulbroschüre abgelegt werden kann. In einem ersten Schritt geht es darum, den grundlegenden Zweck der Website zu klären und sie in den bestehenden Kontext zu integrieren.

Allgemeines

- Wer sind unsere Zielgruppen für die Website?
Z.B. zukünftige Eltern, stellensuchende Lehrpersonen, eine allgemeine Öffentlichkeit oder die bestehende Schulgemeinschaft.
- Wie aktuell soll unsere Website sein?
Z.B. kurzfristige Informationen zu Anlässen oder langfristige Informationen wie Ferienpläne oder Schulbroschüren.
- Welche Daten wollen wir veröffentlichen?
Z.B. Fotos von einzelnen Personen oder Videos von Schulanlässen.
- Wollen wir auf unserer Website einseitige oder interaktive Kommunikation?
Z.B. Telefonnummern, E-Mail-Adressen, ein Kontaktformular oder eine Chat- oder Kommentarfunktion.
- Welche Schnittstellen ergeben sich für uns?
Z.B. Anbindung an Online-Learning oder Datenablage; Verweis auf Informationen von Fachstellen wie Bildungs- und Kulturdirektion, Erziehungsberatung, Schulsozialarbeit oder Anbindung an die Gemeinde; Abgleich mit Konzepten zum Datenschutz, zu Medien oder zur Kommunikation.
- Welche Qualität haben unsere Inhalte, bzw. welche Ansprüche stellen wir an die Website?
Z.B. korrekt geschriebene Schüler*innen-Texte, fokussierte Bilder oder gut geschnittene Videos.

Kanäle

- Welche Kommunikationskanäle nutzen wir?
Z.B. analoge Kommunikation wie Briefe, Zettel, Büchlein, aber auch persönliche Kontakte, Elternabende, Informations- oder Schulanlässe; digitale Kommunikation über Mail, Kurznachrichten, eine Kommunikationsapp (School Fox, Klapp), Social Media oder auch Telefon.
- Wer nutzt die jeweiligen Kanäle wofür und wie wird die Nutzung koordiniert?
Z.B. Lehrpersonen, Schulleitung, Fachkräfte wie Logopäd*innen oder schulische Sozialarbeiter*innen.
- Welche Rolle nimmt unsere Website im Verhältnis zu anderen Kanälen ein?
Z.B. auf Papier verteilte Informationen werden konsequent hochgeladen; Social Media-Inhalte werden integriert und über andere Kanäle, wie Elternabenden oder E-Mail-Signaturen, wird auf die Website verwiesen.

Ressourcen

- Welche finanziellen und persönlichen Ressourcen sind bei uns vorhanden?
Z.B. spezifisches technisches Wissen oder Interesse, finanzielle und zeitliche Ressourcen oder Vorlagen und Inhalte von anderen Institutionen, wie der Gemeinde, dem Kanton oder privaten Firmen.
- Wer ist verantwortlich für welche Bereiche der Website?
Z.B. Gesamtverantwortung, Verantwortung für das Bereitstellen von Inhalten oder der Aktualisierung.
- In welchem Umfang sollen Lehrpersonen, Schüler*innen und andere Akteur*innen einbezogen werden?
Z.B. Zusammenarbeit mit Musikschule, Bibliothek, ausserschulischen Betreuungsangeboten oder Elternvertretung.

WAS kommt auf unsere Website?

Die Inhalte einer Website hängen bedeutend davon ab, welches Zielpublikum und welcher Zweck damit verfolgt wird. Je nachdem, wie diese Antwort ausfällt, bieten sich eher kurze, sachliche Informationen oder vielfältige, persönliche Einblicke als Inhalte an.

Aus unserer Analyse haben sich folgende drei Bereiche herausgebildet, welche sich jedoch nicht trennscharf voneinander abgrenzen lassen. Zum einen sind es die Kontaktinformationen, die zugänglich gemacht werden. Das können Angaben zu einzelnen Personen sein oder auch allgemeine Hinweise auf die Erreichbarkeit oder Informationen zu spezifischen Einrichtungen. Dann gibt es verschiedene organisatorische Informationen, welche in der Regel längerfristig gültig sind. Schliesslich kann auf der Schulwebsite Lernen allgemein thematisiert werden: einerseits indem Informationen zum Lernen in der Schule präsentiert werden, andererseits indem Hinweise auf weiterführende ausserschulische Lernangebote und Hilfestellungen gemacht werden.

Kontaktinformationen

- Welche Kontaktinformationen und Kontaktmöglichkeiten stellen wir zur Verfügung?
Z.B. E-Mail-Adressen, Telefonnummern, Kontaktformulare, Chatfunktion oder auch Lagepläne.
- Wollen wir persönliche Kontaktinformationen zur Verfügung stellen oder allgemeine?
Z.B. individuelle E-Mail-Adressen von Lehrpersonen oder Telefonnummern in der Schule?
- Wollen wir auch Kontaktinformationen von anderen Organisationen/Institutionen angeben?
Z.B. Schulkommission, Berufsberatung oder Vereine in der Gemeinde.

Organisatorische Informationen

- Welche Basisinformationen zum Schulbetrieb stellen wir zur Verfügung?
Z.B. Kalender, Stundenplan, Ferienplan oder Schulbroschüre.
- Welche Formulare stellen wir zur Verfügung?
Z.B. Vorlagen für freie Halbtage, Gesuche für Schnupperlehren oder Anmeldeformulare für Schulsport und Betreuungsangebote.
- Welche Konzepte und strategischen Informationen machen wir zugänglich?
Z.B. Schulprogramm, Konzepte für Beurteilung oder Informationen zu Schulmodellen.

Ort des Lernens

- Wie geben wir Einblick in das Lernen an unserer Schule?
Z.B. Fotos von Produkten aus dem Unterricht oder Berichte aus Projektwochen.
- Welche Angebote machen wir, um das Lernen der Kinder zu fördern?
Z.B. ergänzende Materialien zum Unterricht oder Informationen zu spezifischen Apps.
- In welchem Umfang wollen wir auf schulnahe Organisationen oder ausserschulische Lernorte verweisen?
Z.B. Musikschule, Sportvereine oder auch Angebote wie Schulfernsehen oder Lehrstellenbörsen.

WIE stellen wir unsere Inhalte dar und welche technischen Möglichkeiten nutzen wir dafür?

Websites zeichnen sich durch spezifische Eigenschaften aus, die sie von anderen Kommunikationskanälen abgrenzen. Dazu gehört insbesondere ihre Verlinkung zu anderen Kontexten innerhalb des Internets, aber auch zu weiteren Applikationen wie E-Mail, Programmen, elektronischen Kalendern oder Druckern. Diese Eigenschaften sollten optimal für die Präsentation der ausgewählten Inhalte genutzt werden. Dabei sollte bedacht werden, dass eine grosse Mehrheit von Personen Websites über mobile Endgeräte aufruft (und weniger über Geräte mit grossen Bildschirmen und Tastaturen).

Navigation

- Welchen Eindruck und Überblick wollen wir mit unserer Startseite ermöglichen und was brauchen wir dazu?
z.B. eindeutige Kontaktinformationen; Datumsangaben, die auf die Aktualität der Inhalte hinweisen oder ansprechenden Bildern und Farben.
- Wie gestalten wir unsere Navigation?
Z.B. unmissverständliche Begriffe wie «Kontakt» für einzelne Bereiche verwenden oder nachvollziehbare Hierarchien definieren.
- Auf welcher Ebene wollen wir spezifische Inhalte anbieten, d.h. wie oft muss geklickt werden, um sie zu erreichen?
Z.B. häufig gesuchte Dokumente klar markieren oder ältere Inhalte in ein Archiv verschieben.
- Welche übergeordneten Funktionen wollen wir anbieten?
Z.B. responsive Design, Suchfunktion oder elektronischer Kalender.
- Wie gestalten wir den Zugang zu den präsentierten Inhalten?
Z.B. geschützte Bereiche über persönliche Logins, einfache Sprache und Barrierefreiheit oder Integration einer automatisierten Übersetzung.

Spezifische Aspekte

- In welcher Form bieten wir einzelne Informationen an?
Z.B. Lauftext in der Seite, PDF-Dokumente oder auch Grafiken, Videos oder Audiodateien.
- Werden Transfermöglichkeiten zu anderen Applikationen genutzt?
Z.B. Export von Terminen in elektronische Kalender; Aufrufen von E-Mail-Programmen bzw. Telefonanrufen über Mail- und Telefon-Links oder einfaches Drucken von Dateien.