

## Case Study:

Bingen bekommt eine Technische Hochschule und macht sich damit fit für die Zukunft

Das LABOR, die Mainzer Agentur für moderne Kommunikation, organisiert Relaunch und entwickelt neuen Internetauftritt

Stand Januar 2017

# „Ideen für die Zukunft - original aus Bingen“\*

\*Hugo Gernsback,  
Begründer des Genres „Science Fiction“,  
Studierender an der TH Bingen bis 1903  
[› Lesen Sie die Erfolgsgeschichte](#)

Vor noch gut einem Jahr stand die Fachhochschule in Bingen mit ihrer über hundertjährigen Historie vor einem Klärungs- und Umwandlungsprozess. Mittlerweile präsentiert sie sich in einem vollkommen neuen Auftritt, unter neuem Namen, mit neuem Logo und einem neuen Internetauftritt. Diese Transformation, den Imagewandel von „Fachhochschule Bingen“ zu „Technische Hochschule Bingen“ hat die Mainzer Agentur LABOR begleitet und umgesetzt. Sie ist verantwortlich für die Modifikation des Logos, den Relaunch der Webseite und des Intranets sowie der Entwicklung einer crossmedialen Kampagne für die Technische Hochschule. Die Agentur beschäftigt neben den 10 Festangestellten auch zahlreiche Freelancer und „Freie“ und hat ihren Sitz in der Landeshauptstadt von Rheinland-Pfalz, in Mainz. Seit 2011 haben sich die Laboranten vor allem auf moderne Kommunikation im digitalen Kontext spezialisiert.

## Das Projekt

Hinter der Agentur liegt ein gutes Jahr harter Arbeit voller Höhen und Tiefen. Oberstes Ziel der Technischen Hochschule Bingen war es, künftig noch mehr Studierende in die Provinz nach Bingen zu locken, allein dafür ist eine attraktive und stimmige Eigenwerbung das A und O. Beim Relaunch der Webseite ging es also vor allem darum, die Zielgruppe der potentiellen zukünftigen Studierende anzusprechen. Die Entwicklung eines komplett neuen Internetauftrittes für eine Hochschule, war eines der umfangreicheren und

anspruchsvollen Projekte des LABORs, welches am Ende mit Erfolg gekrönt worden ist.

Die Hochschule in Bingen, die zuvor noch unter dem Signet „Fachhochschule“ firmierte, hatte sich für das Wintersemester 2016 entschieden, mit der neuen Bezeichnung als „Technische Hochschule“, einem neuen Internet- und Markenauftritt, zugleich Kurs und neuen Wind in Richtung Zukunft aufzunehmen.

„Gerade in Zeiten, in denen Begriffe wie „Content Marketing“, „digitale Kommunikationsstrategie“ und „Suchmaschinenoptimierung“ immer wichtiger für Unternehmen, Institutionen und Bildungseinrichtungen werden, gilt es umso mehr, interessante Inhalte zu identifizieren und klar an die Zielgruppe zu kommunizieren.“

### Die Zielsetzung

„Neben dem Branding im Zuge der Umbenennung ging es bei dem Projekt um ein komplettes Re-Design der Corporate Identity. Wir haben bei der technischen Realisierung versucht, Bildwelten mitentstehen zu lassen, die das typische Campusleben im Kontext von Forschung und Lehre reflektieren, um einen lebendigen Eindruck bei den Besuchern der Seite zu hinterlassen. Bei dem Redesign der Corporate Identity haben wir besonders darauf geachtet, der Technischen Hochschule eine möglichst attraktive wie einfache und übersichtliche

Außendarstellung, zu verleihen!“, berichtet Stephan Powilat, einer von drei Geschäftsführern der LABOR GmbH. Der Technischen Hochschule Bingen wird es in Zukunft verstärkt darum gehen, Partnerschaften mit Vertretern der freien Wirtschaft und Sponsoren zu pflegen oder diese neu zu akquirieren.

Das LABOR stand zudem vor der Herausforderung, gut 2.500 einzelne Internetseiten in der Tiefenstruktur der alten Website zu durchforsten und

diese Masse an Information bündiger und nach einem schlüssigeren Konzept zu reorganisieren. Die alte Website verfügte über eine sehr hohe Informationsdichte und über zahlreiche relevante Inhalte, die optimal für die unterschiedlichen Zielgruppen öffentlich zugänglich gemacht werden mussten. Gerade in Zeiten, in denen Begriffe wie „Content Marketing“, „digitale Kommunikationsstrategie“ und „Suchmaschinenoptimierung“ immer wichtiger für Unternehmen, Institutionen und Bildungseinrichtungen werden, gilt es umso

mehr, interessante Inhalte zu identifizieren und klar an die Zielgruppe zu kommunizieren. Das hat u.a. eine deutliche Steigerung der Sichtbarkeit im Netz aber auch in der öffentlichen Wahrnehmung zur Folge. Schnell wurde klar, dass die Webseite für die Zukunft als ein Schaufenster nach außen zu denken und zu konzipieren ist und die vielfältigen internen Lehrinhalte etc. in das neu zu entwickelnde Intranet wandern. - Beides stellte die zwei großen Teile des Gesamtprojekts dar.

Vorher



Vorheriges Logo der Fachhochschule Bingen



Altes CI Material - Flyer, Broschüren etc.



Startseite der ehemaligen Fachhochschule Bingen

„Der Relaunch der Website und das neue Branding der Technischen Hochschule Bingen, die Betreuung ihres Imagewandels, war in dieser Hinsicht, was die Sympathien von LABOR angeht, ein Paradebeispiel für eine gelungene Zusammenarbeit!“

### Das Vorgehen

Mit dem schlüssigen Konzept und der dazugehörigen Infrastruktur konnte sich die Mainzer Agentur im Vergabeverfahren gegen vier andere Agenturen durchsetzen. Neben dem Webseitenkonzept und einer damit einhergehenden Werbekampagne auf Litfasssäulen und Plakaten ebenfalls ausschlaggebend für die Zuschlag gebende Jury war das Thema „Change-Management“, das die Agentur anbot, um den Veränderungs- und Transformationsprozess als Imagewandel möglichst transparent zu gestalten.

Kernelement der Projektrealisierung des LABORs waren die zahlreichen projektbegleitenden Workshops, die man sich gemeinsam mit der Technischen Hochschule Bingen vorgenommen hatte. In diesen hochschulinternen Arbeitsgruppen wurde über das Konzept, die Fragen nach der Redaktion der Inhalte, und über die Möglichkeit einer probaten, übersichtlichen Neuorganisation des Intranets diskutiert, sowie Fragen über Typografie, Design und Gestaltung und das entsprechende Marketing erörtert.

Das Change-Management hatte das Ziel, möglichst viele Vertreter der Hochschule und der Hochschule nahestehender Gruppen mitzunehmen auf dem neuen Weg, um zu vermeiden, dass am Ende nur ein elitärer Kreis, oder nur die Agentur und die Entscheider aus der Geschäftsführung der Hochschule, inklusive einiger Professoren und dem Präsidenten über die Sachlage befinden. Insbesondere diese Sondierungsphasen in den Workshops und Arbeitsgruppen haben dem Team von LABOR einerseits viel Spaß gemacht aber auch Überzeugungskraft und Elan abverlangt. Das LABOR verfügt dabei über geradezu ideale Voraussetzungen, da für die Agentur Designer, Konzepter, Berater, Projektmanager, Redakteure, Marketingexperten und Entwickler tätig

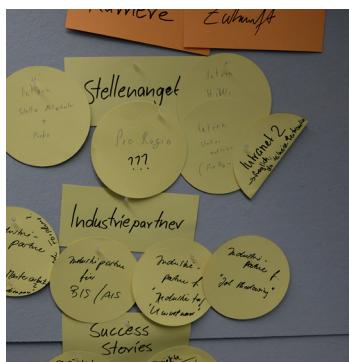
sind. Der Hauptgrund für die erfolgreiche Absolvierung des Projektes ist aber die Tatsache, dass LABOR eine sehr junge Agentur ist, da alle Mitarbeiter zwischen 25 und weniger als 40 Jahren alt sind. „Der Unialltag liegt bei uns allen noch nicht lange zurück, und insbesondere der Perspektivenwechsel in dieser Hinsicht war sehr erfolgversprechend. Schließlich konnten wir uns mit der Arbeit für eine Hochschule, eine „University of Applied Science“ im Sinne eines Kunden sehr gut identifizieren!“, so Stephan Powilat, „Der Relaunch der Webseite und das neue Branding der Technischen Hochschule Bingen, die Betreuung ihres Imagewandels, war in dieser Hinsicht, was die Sympathien von LABOR angeht, ein Paradebeispiel für eine gelungene Zusammenarbeit!“



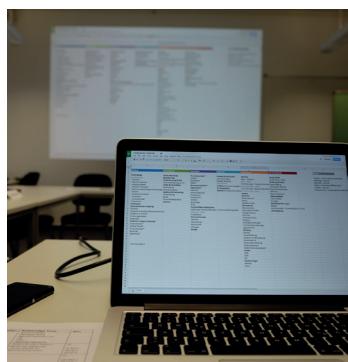
Konzept Bildwelten



Kickoff Workshop



Kickoff Workshop



Workshop Drittsysteme



Öffentliche Veranstaltung

Mit einer aktuellen Version des Redaktionssystems TYPO3 konnte das LABOR die Webseite in Punkto Sicherheit auf den aktuellsten Stand bringen. Das verwendete CMS ist sicher und updatefähig und verfügt über eine lange Supportlaufzeit. Auch für die Barrierefreiheit der neuen Webseite hat das LABOR viel getan, nicht nur, was die Startseite betrifft, sondern auch bei Seiten, die tiefer in dem komplexen

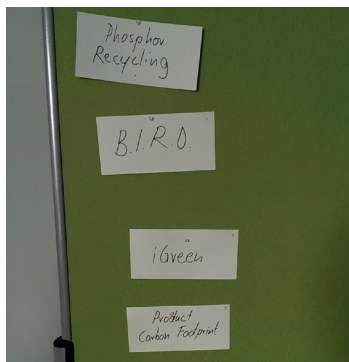
Webauftritt verborgen waren und oft weniger sorgfältig optimiert werden. Außerdem wurde der Webauftritt im Hinblick auf einen guten Zugang über mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets optimiert. Abgerundet wurden die Leistungen durch projektbegleitende Maßnahmen wie Schulungen, Übergaben und Einführungen, an die sich nach der Liveschaltung weiterer Support und Beratung angliedert.



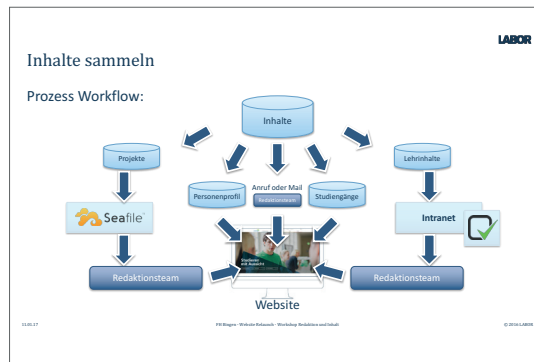
Fotoshooting



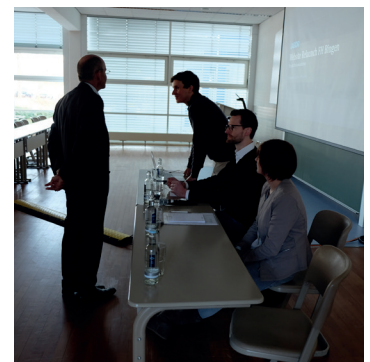
Fotoshooting



Workshop AG Redaktion und Inhalt



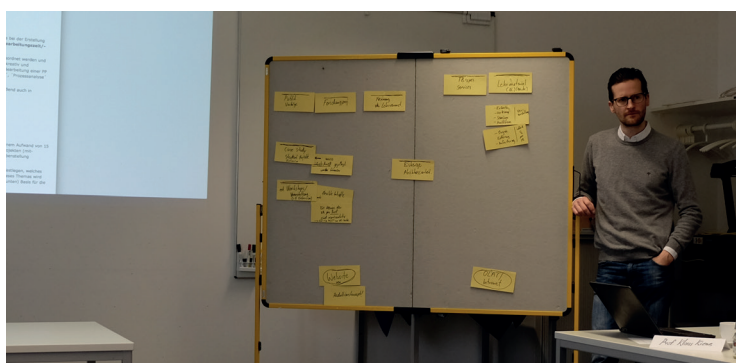
Workshop AG Redaktion und Inhalt



Präsentation Hochschulintern



Workshop AG Gestaltung



Workshop AG Intranet



Wer jetzt einen Blick auf den neuen Internetauftritt der Technischen Hochschule Bingen wirft, dem fallen sofort die Leuchtturmprojekte ins Auge, die die Hochschule geschrieben hat. Unter dem Menüpunkt „Forschung“ etwa findet sich der Hinweis auf bedeutende Fallstudien und Projekte der Hochschule, die als Vorzeigebjekte präsentiert werden. So etwa der Hinweis darauf, dass man in Bingen akribisch an der Weiterentwicklung von Drohnen für die Nutzung als Transportmittel in der Landwirtschaft arbeitet. Unter dem Stichwort BIRD verbirgt sich die erste „Binger Intelligent Radar Drohne“.

Die verschiedenen Aspekte der Technischen Hochschule Bingen im Sinne eines Spagates von wissenschaftlicher Forschung und Lehre auf der einen Seite und dem Leben auf dem Campus, inklusive der besonderen Auszeichnungen für herausragende Leistungen der Studierenden oder ehemaliger Studierender und Feiern und Festivitäten auf der anderen sind von LABOR optimal auf der Webseite arrangiert worden.

## Nachher



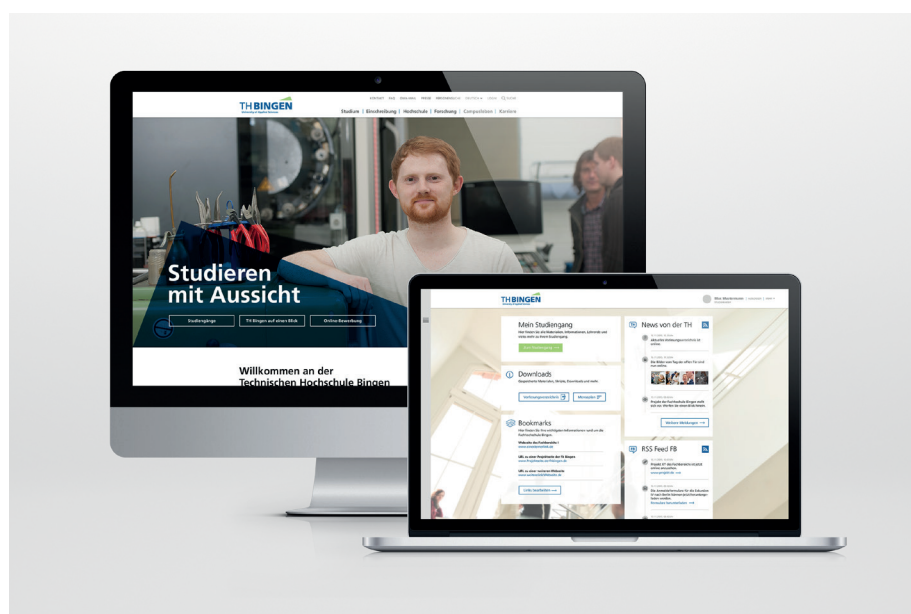
Logo der Technischen Hochschule



Das neue Logo



Kampagne



Relaunch der Webseite und des Intranets



Kampagne



## Entwicklungsstand / Abschluss

Am 1.6.2016 ging die neue Webseite der Technischen Hochschule Bingen online und erfreut sich bis heute vieler Besucher. „Natürlich wird es eine Zeit dauern, bis sich der neue Name und der Wiedererkennungswert des neuen Brandings beim Zielpublikum, also bei potentiellen zukünftigen Studierenden, Eltern, wissenschaftlichen Ange-

stellten oder Angestellten der Verwaltung, bei den Doktoren und Professoren durchgesetzt hat, aber wir sind sehr zuversichtlich in dieser Hinsicht, haben bislang nur positive Kritik erhalten und sehen dies auch in den Web-Statistiken. Die Seite genießt bereits jetzt eine hohe Akzeptanz!“, berichtet Stephan Powilat abschließend.

[th-bingen.de](http://th-bingen.de)



## Weitere Beiträge



[Zusammenfassung: TH Bingen Präsentationsvideo](#)



[Aus Fachhochschule wird Technische Hochschule](#)

Quelle: SWR

# LABOR

LABOR – Agentur für  
moderne Kommunikation GmbH

Fischtorplatz 21

55116 Mainz

Web: [labor.digital](http://labor.digital)

## Stephan Powilat

Geschäftsführung

06131 217 99 47

E-Mail: [s.powilat@labor.digital](mailto:s.powilat@labor.digital)