

Publikationen

Das IAB informiert die Öffentlichkeit über Ergebnisse und Erkenntnisse seiner Forschung mit einem breit gefächerten Medienangebot – zeitnah und umfassend. Um dieser Aufgabe gerecht zu werden, wird das Publikationskonzept laufend weiter entwickelt und optimiert. Nachdem der organisatorische Umbau vollzogen ist und das Institut sich im neuen Corporate Design zeigt, sind nun die Medien dran – inhaltlich wie formal. Die meisten Veröffentlichungen bekommen nach und nach ein neues Profil und alle Reihen natürlich auch ein neues Gesicht.

Wie es sich für ein schnelles Medium gehört, wurde dabei mit dem Internet begonnen. Weil das „weltweite Netz“ zudem in der Informationspolitik des IAB einen immer höheren Stellenwert einnimmt, berichten in dieser Ausgabe Ricardo Martínez Moya und Regina Stoll über den Internet-Relaunch des Instituts.

Ein frisches Erscheinungsbild für ein Institut mit langer Geschichte

Unter dem Motto „Wissen verändert Perspektiven“ beging das IAB am 16. Juni 2007 seinen 40. Geburtstag. Pünktlich zu diesem Anlass präsentierte sich die IAB-Website im neuen Design: farbiger, besser strukturiert, noch aktueller und fast ohne Barrieren.

Die Autoren



Ricardo Martínez Moya
ist technische Fachkraft
im Servicebereich

„Publikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“.
ricardo.martinez-moya@iab.de



Regina Stoll
ist wissenschaftliche Redakteurin im Servicebereich

„Publikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“.
regina.stoll@iab.de

Die Anregungen und kritische Hinweise unserer Nutzer und Nutzerinnen haben wir ernst genommen. Mit funktionaler Stabilität, Rhythmus und Wiedererkennung wollen wir die Orientierung und Zugriffssicherheit für unsere Websitebesucher verbessern und gleichzeitig die eigene visuelle Identität erhöhen.

Im Mittelpunkt stehen die Inhalte. Heute unterstützen leistungsstarke Web Content Management Systeme (WCMS) die Redaktionsarbeit. Das im IAB zum Einsatz kommende System „Cuyahoga“¹ ermöglicht ein optimales Zusammenspiel von hoher Informationsqualität und strukturierter Pflege des Webauftritts.

Neue Anmutung

Die Anmutung wurde an das Corporate Design des IAB angepasst, das gegenwärtig medienübergreifend entwickelt wird. Das Logo trägt der Tradition Rechnung, indem es die blaue Buchstabenkombination „IAB“ beibehält. Mit seinen neun verschiedenen Farbkombinationen spiegelt es die Vielfalt der Inhalte, Aufgaben und Ziele des Instituts wider und drückt zugleich auch die Offenheit und Flexibilität aus, die unser Selbstverständnis als wissenschaftliche Einrichtung prägen.

Der dreiteilige Grundaufbau der Website verändert sich nur dann, wenn es das Informationsangebot aus Gründen der Übersichtlichkeit erfordert. Was sich aber ändert, ist die Farbigkeit. Auf erfrischende Weise passt sie sich jeweils dem Inhaltsbereich an. Damit wird nicht nur die neue Farbigkeit des IAB-Logos transportiert, sondern auch die Orientierung in unserem Internetangebot unterstützt.

Die obere Leiste dient in erster Linie der Anmutung und bietet einen ästhetischen Rahmen für das bewusst links platzierte Logo, für Slogan und Bildgestaltung. Slogan und Bild korrespondieren miteinander und werden als Metapher durchgängig eingesetzt.

Neue Seitenaufteilung und Seitenstruktur

Die auffälligste Veränderung auf unserer Website ist die neu gestaltete Navigation. Hier orientieren wir uns an bewährten Standards: Die Navigation zu den inhaltlichen Schwerpunkten ist am linken Bildrand positioniert. Das kommt der gewohnten Leserichtung von links nach rechts entgegen. Zum anderen gerät die Navigationsleiste auch bei unterschiedlichen technischen Bedingungen (z. B. geringere Auflösung) nicht aus dem Sichtfeld.

Eher organisatorische und formale Dinge wie „Kontakt“, „Impressum“ usw. sind als Quernavigation am oberen Rand unterhalb der Bild-Leiste platziert.



Stammgäste der IAB-Website werden sich trotz veränderter Grundaufteilung sofort zurechtfinden. Neuen Besuchern wird der Zugang zu den Infor-

¹<http://www.cuyahoga.org>

Publikationen

mationen deutlich erleichtert. Die Navigationsstruktur ist flach gehalten: Mit wenigen Klicks erreicht man die gewünschte Information. Aufklappbare, übersichtliche und in das Farbkonzept integrierte Navigationshilfen verbessern die Orientierung und unterstützen gezielt die Benutzerführung.

Aktueller Inhalt

Der mittlere Seitenbereich ist den Inhalten vorbehalten. Auch hier hat sich viel getan. Die Inhalte wurden aktualisiert und zum Teil neu strukturiert. Damit wollen wir das Online-Lesen erleichtern und das schnelle Auffinden der Informationen unterstützen.

Direkt auf der Startseite erscheinen – wahlweise ergänzt um Bildinformationen – Neuigkeiten und Stellungnahmen in knapper, chronologischer Form. Ein Link führt jeweils zum ausführlichen Inhalt. Statements zu aktuellen Themen aus dem IAB hat der Nutzer ebenso schnell auf dem Bildschirm wie Berichte über neue Forschungsprojekte und Veröffentlichungen.

Neu ist der rechte Seitenbereich. Er kann bedarfsweise mit Inhalten gefüllt oder auch leer bleiben. Auf der Startseite werden wir im rechten Seitenbereich feste Rubriken einrichten, die z. B. über aktuelle Veröffentlichungen, Themenschwerpunkte u. a. m. informieren.

Mit unserem Web Content Management System kann man Inhalte strukturieren und klassifizieren. Meta-Informationen² lassen sich erfassen und bereitstellen. Es unterstützt die Automatisierung von Prozessen und bietet die Voraussetzungen für die unkomplizierte Verwaltung einer mehrsprachigen Website. Ein solches System ist zudem in der Lage, veraltete Informationen auszusondern oder zu archivieren.

Schnelle Suche

Von jeder Seite aus kann man suchen. Das Suchfeld befindet sich an exponierter Stelle im linken Seitenbereich unterhalb der Hauptnavigation. Die Suche ergänzt die inhaltlichen und thematischen Zugänge. Gegenwärtig werden ca. 350 statische Webseiten, über 13.000 Datenbankeinträge und mehr als 5.000 Volltexte durchsucht.

Die Trefferliste wird nach Relevanz in einer übersichtlichen Form präsentiert. Sie weist neben einer kurzen Beschreibung auch die Informationsquelle aus.

Ohne Barrieren

Barrierefreiheit bedeutet, den Zugang zur Website für alle Besucher so einfach wie möglich zu machen. Dazu gehört auch, dass beispielsweise Sehbehinderte oder Blinde die Webseiten mit spezieller Software lesen können. Die vom Gesetzgeber geforderte Barrierefreiheit von Websites übersetzen wir als verbesserte Wahrnehmbarkeit, intuitive Bedienbarkeit, hohe Verständlichkeit und robuste Technik.

Eine barrierefreie Website lässt sich nicht einfach „zusammenklicken“. Barrierefreies Webdesign beginnt mit der Einhaltung der gesetzlichen Standards, trennt dann konsequent die Form vom Inhalt und gliedert letzteren in einer formalen Struktur. Auf dieser Grundlage sind spezielle Lesegeräte wie Screenreader in der Lage, die Inhalte losgelöst von der Darstellung zu erschließen.

Das Bild zeigt einen Ausschnitt der IAB-Website. Oben ist das IAB-Logo und eine Navigationsleiste zu sehen. Der Hauptinhalt besteht aus einer News-Übersicht. Die erste News ist mit dem Titel '1,25 Millionen offene Stellen im dritten Quartal' beschriftet. Darunter befindet sich ein Textauszug: 'Im dritten Quartal 2007 lag die Zahl der offenen Stellen bei 1,25 Millionen. Das zeigt eine Betriebsaufspaltung, mit der das Institut Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) regelmäßig das gesamte Stellenangebot erfasst, also auch jene Stellen, die nicht de...'. Rechts daneben ist ein vertikales Menü mit verschiedenen Kategorien wie 'Aktuelle', 'Geschichte', 'Gesetzlicher Auftrag' usw. zu sehen.

Das Bild zeigt eine weitere Ansicht der IAB-Website, die eine Übersicht über die Publikationen darstellt. Die Überschrift lautet 'Die IAB-Publikationen auf einen Blick'. Darunter sind mehrere kleine Vorschaubilder (Thumbnails) von verschiedenen Publikationsmaterialien angeordnet, darunter 'IAB-Bibliothek', 'IAB-Diskussion Paper', 'IAB-Forschungsbericht', 'IAB-Glossar', 'IAB-Kurztitel', 'IAB-Diskussion Paper', 'IAB-Forschungsbericht', 'IAB-Gutachten', 'IAB-Diskussion Paper', 'IAB-Kurztitel', 'IAB-Diskussion Paper', 'IAB-Forschungsbericht', 'IAB-Gutachten', 'IAB-Diskussion Paper', 'IAB-Kurztitel', 'IAB-Diskussion Paper', 'IAB-Forschungsbericht', 'IAB-Gutachten', 'IAB-Diskussion Paper', 'IAB-Kurztitel'. Rechts daneben ist ein weiteres vertikales Menü mit Kategorien wie 'Aktuelle', 'Informationssysteme', 'Suchen und Finden' usw. zu sehen.

²Meta-Informationen beschreiben den Inhalt der Webseite und unterstützen das Auffinden durch Suchmaschinen.

Publikationen

The image displays several overlapping screenshots of the IAB website, illustrating its content structure and design. Key sections visible include:

- Top Navigation:** Newsletters, Press, Personal, Career Opportunities, Contact, and Impressions.
- Header:** "WISSEN VERÄNDERT PERSPEKTIVEN" with a photo of people.
- Section: Wir über uns**
 - Die Geschichte:** Text about the IAB's founding in 1967 and its evolution.
 - Das Institut:** Information about the IAB's role and current focus.
 - Die Organisation:** Details about the IAB's organizational structure.
- Section: Arbeitsförderung**
 - Forschungsperspektive:** Focus on effectiveness and efficiency of labor market instruments.
 - Forschungsbereiche:** Active labor market policies, labor market and social security, and labor market and employment.
 - Forschungsprojekte:** Active labor market policies, labor market and social security, and labor market and employment.
- Section: Veranstaltungen**
 - Überblick:** Overview of events and conferences.
 - Ästhetik-Veranstaltungen:** 19. November 2007 (Hartz IV Reform), 19. November 2007 (Evaluation of Passive and Active Labor Market Policies), December 7-8, 2007 (Gender and Labor Market Policies), 10. bis 12. Dezember 2007 (Die Jahre SGB II), May 15-16, 2008 (Active policies on the fringes of society), and May 22-24, 2008 (Comparative Analysis of Enterprise Data - CAED).
- Section: Publikationen**
 - Überblick:** Overview of publications and research results.
 - Publikationen:** List of publications and research results.

Ausblick

Diese Arbeiten markieren einen weiteren wichtigen Schritt auf dem Weg zu einem umfassenden web-basierten Informations- und Kommunikationssystem für das IAB und seine Zielgruppen dar. Als nächstes werden wir Schwachstellen beseitigen, Prozesse optimieren und neue Angebote machen. Mit dem Web Content Management System setzen wir dabei auf einen zukunftsfähigen technischen Standard. Die Attraktivität unserer Website wollen wir weiter erhöhen durch

- den Aufbau und die Integration einer englischsprachigen Website,
- den Einsatz von RSS-basierten³ Tools zur Kundenbindung und Promotion,
- die Erweiterung der Suchfunktion mit Hilfe einer Filter- und Sortiermöglichkeit, die Suchergebnisse nach unterschiedlichen Kriterien (Aktualität, Qualität) anzeigen kann,
- ein Shopsystem, das sich an aktuellen Standards orientiert und
- den Einsatz von Umfragetools.

³RSS steht für „RDF Site Summary“ und stellt einen Teilbereich im „Resource Description Framework“ des World Wide Web Consortium dar. RSS erlaubt Nutzern mit entsprechender Technik, Inhalte aus dem Internet automatisch abzurufen bzw. zu abonnieren.