

Zusammenfassung: Zielgruppen-Workshop Gründungsinteressierte für die OVGU

Inhaltsverzeichnis

Rahmendaten & Ablauf	3
Datum, Zeit, Ort	3
Teilnehmende	4
Zusammenfassung	6
Nächste Schritte	9

Rahmendaten & Ablauf

Agenda

Uhrzeit	Dauer	TOP
09:00 - 09:30	30 min	Begrüßung
09:30 - 10:00	30 min	Wer sind die Gründungsinteressierten?
10:00 - 10:50	50 min	Zielgruppenmatrix: Was sind die Merkmale der Zielgruppen?
10:50 - 11:40	50 min	Welche Bedürfnisse haben die Zielgruppen auf der Website?
11:40 - 12:00	20 min	Aus welchem Anlass kommen Gründungsinteressierte auf die Website?
12:00 - 12:45	45 min	<i>Pause</i>
12:45 - 13:15	30 min	Informationswege der Gründungsinteressierten
13:15 - 13:45	30 min	Verabschiedung & Ausblick

Datum, Zeit, Ort

25.06.2024, 9:00 bis 14:00 Uhr

Fakultätszentrum FWW, 39106 Magdeburg

Teilnehmende

1. Dr. Gerald Böhm
2. Martina Schönemann
3. Erik Harnau
4. Niklas Lehmann
5. Britta Bouziane
6. Sonia Binder
7. Ina Götze

Zielsetzung des Workshops

Um eine Neustrukturierung der Website aus Sicht der Nutzer:innen zu gewähren, widmen wir uns in diesem Workshop den Gründungsinteressierten und deren Bedürfnisse. Konkret geht es darum, ein gemeinsames Verständnis dieser Zielgruppe aufzubauen sowie deren Anforderungen und Informationswege auf der Website zu ermitteln. Der Workshop schärft das Verständnis für deren zielgruppenorientierte Perspektive und ermittelt die Anforderungen der Gründungsinteressierten an die Website.

Zusammenfassung

Wünsche der Workshop-Teilnehmenden

Die Teilnehmenden wünschen sich, dass die Website das Gründungsgeschehen an der OVGU positiv darstellt und die Vorteile einer Gründung für Studierende und wissenschaftliche Mitarbeiter:innen aufzeigt. Weiter wird eine stärkere Präsenz des Patentinformationszentrums und dessen Beratungsleistungen gefordert.

Wünschenswert wäre auch ein Online-Formular für die Nutzung der Inkubatoren sowie eine authentische Darstellung der Prozesse in den Gründerwerkstätten durch Storytelling-Formate auf der Website.

Die internen Veröffentlichungsprozesse sollten beschleunigt werden, damit News und Veranstaltungsseiten stets aktuell sind. Dies betrifft vor allem die Website der Bibliothek. Hier kann die Projektleitung nur vermitteln; eine Lösung muss unter den betroffenen Mitarbeitenden gefunden werden.

Unterzielgruppen

Folgende Unterzielgruppen wurden definiert:

- Studierende in ganz Sachsen-Anhalt
 - Masterabsolvent:innen
 - Studierende am Ende des Studiums
- Wissenschaftliche Mitarbeitende aus Sachsen-Anhalt
- Außenstehende/Selbstständige/Einzelpersonen

Der größte Anteil in der Zielgruppe der Gründungsinteressierten sind Studierende (ca. 95 %), die am Ende des Studiums oder nach dem Abschluss überlegen, ein Unternehmen zu gründen. Gerade ausländische Studierende überlegen häufiger, sich selbstständig zu machen/zu gründen, damit sie in Deutschland bleiben können.

Neben den grundsätzlichen Fragen, ob man diesen Schritt gehen will und sich zutraut, besteht bei allen Gründungsinteressierten ein hoher Beratungsbedarf hinsichtlich des Gründungsprozesses. Auch mangelt es an Wissen über Förderprogramme und Unterstützungs- und Beratungsmöglichkeiten.

Zielgruppenmatrix: Situation, Merkmale und Herausforderungen

Allgemein ist zu sagen, dass das Gründungsgeschehen z. Zt. in Magdeburg und Sachsen-Anhalt recht brach liegt. Die OVGU hat sich im Ranking der wichtigsten Ausgründungsstätten in Deutschland von Platz 16 auf 73/74 verschlechtert. Es gab keine Förderprogramme die letzten zwei Jahre, eine neue Förderperiode läuft nun aber wieder langsam an. Es fehlt auch von OVGU-Seite eine Positionierung zur Bedeutung des Gründungsgeschehens.

Kennzeichnend für viele Gründungsinteressierte ist deren Begeisterung für die eigene Idee und die Hoffnung, gesellschaftliche oder technische Probleme zu lösen. Ebenso der Wunsch nach Selbstbestimmung und der/die eigene Chefin zu sein, spielt für viele

Gründungsinteressierte eine große Rolle. Auch wollen sie in der Regel in Sachsen-Anhalt bleiben.

Viele Ideen entstehen während der Erstellung der Abschlussarbeit, manche Projekte werden auch schon parallel zum Studium entwickelt. Oftmals lassen sie leider zu spät prüfen, ob ihre Geschäftsidee bereits existiert.

Die Entscheidung für eine Gründung kann durch eine fehlende berufliche Perspektive fallen, die Entscheidung gegen eine Gründung hingegen durch die gute Arbeitsmarktsituation mit vielen Stellenangeboten.

Es gibt aber noch viele weitere Gründe und Herausforderungen, weswegen sich die Zielgruppe dagegen entscheidet. Dies reicht von fehlendem Geld, über mangelnde Zeit bis zu bürokratischen Hürden.

Deshalb benötigen Gründungsinteressierte Unterstützung in Form von Planungsberatung, Coaching, Kontaktvermittlung sowie Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Gründer:innen und potenziellen Geldgeber:innen. Es sollte keine Hürden geben, an der OVGU in den Gründungsprozess einzusteigen. Gründungsinteressierte wollen in ihrem Vorhaben bestärkt werden und wünschen sich Unterstützung hinsichtlich der benötigten Infrastruktur.

Informationsbedürfnisse auf der Website

Die zentrale Information, die Gründungsinteressierte suchen, ist der Kontakt zur jeweiligen Ansprechperson für ihre Belange und deren Sprechzeiten. Ebenso wichtig sind Informationen zu Beratungsleistungen, zu existierenden Förderprogrammen und wo man diese beantragen kann. Die Zielgruppe sucht und benötigt Informationen auf ovgu.de, die ihnen Grundlegendes über den Ablauf einer Gründung liefern und sie an die entsprechenden Stellen verweist, die ihnen konkret weiterhelfen können. Ebenso sollte die vorhandene Infrastruktur präsentiert sowie passende Lehrveranstaltungen und Veranstaltungen für Gründer:innen veröffentlicht werden.

Anlässe und Informationswege der Gründungsinteressierten

Die Anlässe sind unterschiedlich, aber die Ziele sind bei allen gleich: Beratung und Unterstützung zu finden.

Fragen wie „Lohnt sich eine Gründung?“, „Wie und wer hilft mir an der OVGU weiter?“, oder auch die Suche nach Mitstreiter:innen und Netzwerkern führen zu einem Besuch der Website. Aber auch die Sicherung des Aufenthaltsstatus in Deutschland oder das Ende eines Dienstvertrags sind Anlässe von Gründungsinteressierten.

Ebenso führen Veranstaltungen und Weiterbildungen der OVGU oder Hinweise anderer Institutionen wie der IHK, die auf Angebote wie Patentinformationszentrum verweisen, zu ovgu.de.

Auffallend ist, dass ovgu.de nur am Anfang des Informationswegs von Bedeutung ist. Auf der Suche nach Co-Gründer:innen gelangen Gründungsinteressierte über Google direkt zum Transfer- und Gründerzentrum der OVGU und der dort entstehenden Community, ohne jemals auf ovgu.de gewesen zu sein. Gründungsinteressierte, die nach

Förderprogrammen Ausschau halten, finden über die Webseite der OVGU eine Ansprechperson, die sie hinsichtlich Fördermöglichkeiten berät. Danach ist kein Kontakt mit ovgu.de mehr nötig.

Daraus ergibt sich, dass die OVGU-Website für Gründungsinteressierte nur zentrale Informationen und vor allem Hinweise auf entsprechende Websites, Anlaufstellen und Ansprechpartner:innen liefern muss. Dort erhalten sie dann detaillierte Informationen und Auskünfte. Darüber hinaus sollten auf ovgu.de Querverweise zu Informationen für Gründungsinteressierten in allen relevanten Bereichen der Website gesetzt werden. Notwendig sind auch Hinweise/Verlinkungen auf Patentinformationszentrum in Sachsen-Anhalt sowie Vernetzungsmöglichkeiten. Eine Communitysoftware durch TUGZ ist in Arbeit. Diese Plattform bietet Austauschmöglichkeiten, Informationen und Services innerhalb des Gründungsökosystems und deckt somit die konkreten Bedürfnisse der Gründungsinteressierten umfänglich ab.

Weiterhin wäre es angebracht, die Vorteile einer Gründung in Magdeburg/Sachsen-Anhalt aufzuzeigen, Best Practice-Beispiele und Gründerporträts zu präsentieren, um Gründungsinteressierte zu bestärken und zu motivieren; u. a. bieten wissenschaftsbasierte Ausgründungen Potenzial für Kooperationen mit der Uni.

Nächste Schritte

Die genannten Charakteristika zu Merkmalen, Situation und Herausforderungen der einzelnen Zielgruppen sollten für die nächsten Schritte zur Neustrukturierung der Website kontinuierlich herangezogen werden, um eine zielgruppengerechte Struktur sowie zielgruppengerechte Inhalte zu garantieren.

Die Informationsbedürfnisse der Gründungsinteressierten dienen als konkrete Einblicke, um die Struktur zu optimieren und z. B. die Benennung der Seiten für eine optimierte Auffindbarkeit zu verbessern. Außerdem können die Informationsbedürfnisse für die Erstellung des Inhaltskonzepts genutzt werden, damit eine zielgruppengerechte Inhaltserstellung gewährt wird.

Die beispielhaften Anlässe und Informationswege verdeutlichen, welche Schnittstellen und Verlinkungen die Website in ihrer Funktion als zentrale Kommunikationsplattform bereitstellen muss.

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

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