

Zusammenfassung: Zielgruppen-Workshop Kooperationspartner:innen für die OVGU

Inhaltsverzeichnis

Rahmendaten & Ablauf.....	3
Teilnehmende.....	4
Zusammenfassung.....	6
Nächste Schritte.....	9

Rahmendaten & Ablauf

Agenda

Uhrzeit	Dauer	TOP
11:00 - 11:30	30 min	Begrüßung
11:30 - 12:00	30 min	Wer sind die Kooperationspartner:innen?
12:00 - 12:45	45 min	Zielgruppenmatrix: Was sind die Merkmale der Zielgruppen?
12:45 - 12:55	10 min	Vorstellung der Ergebnisse
12:55 - 13:35	40 min	PAUSE
13:35 - 14:25	50 min	Welche Bedürfnisse haben die Zielgruppen auf der Website?
14:25 - 14:35	10 min	Vorstellung der Ergebnisse
14:35 - 15:20	45 min	Informationswege der Kooperationspartner:innen
15:20 - 15:30	10 min	Vorstellung der Ergebnisse
15:30 - 15:50	20 min	Verabschiedung & Ausblick

Datum, Zeit, Ort

24.06.2024, 11:00 bis 16:00 Uhr

Fakultätszentrum FWW, 39106 Magdeburg

Teilnehmende

1. Katrin Burgmann
2. Nancy Grub
3. Dr. Gerald Böhm
4. Steffi Gieseler-Halbach
5. Martina Hagen
6. Julian Czeppel
7. Britta Bouziane
8. Sonia Binder
9. Ina Götze

Zielsetzung des Workshops

Um eine Neustrukturierung der Website aus Sicht der Nutzer:innen zu gewähren, widmen wir uns in diesem Workshop der Zielgruppe Kooperationspartner:innen und deren Bedürfnissen. Unter Einbeziehung von Teilnehmenden, welche diese Nutzer:innengruppe der Website sehr gut kennen, schärft dieser co-kreative Workshop das Verständnis für eine zielgruppenorientierte Perspektive.

Im Nachgang können daraus Maßnahmen für die Neustrukturierung abgeleitet werden, welche den Bedürfnissen der Nutzer:innen entsprechen. Konkret geht es darum, ein gemeinsames Verständnis der Zielgruppe Kooperationspartner:innen aufzubauen sowie deren Anforderungen und Informationswege auf der Website zu ermitteln.

Zusammenfassung

Wünsche der Workshop-Teilnehmenden

Die Teilnehmenden legen großen Wert auf eine einfache und klare Navigation. Kooperationsmöglichkeiten sollten auf einen Blick erkennbar und alle wichtigen Informationen leicht zu finden und schnell zu erfassen sein. Sie wünschen sich mehr Realitätsnähe und Praxisbezug, um die Informationsbedürfnisse der Kooperationspartner:innen besser zu erfüllen. Auch sollten „Leuchtturm“-Kooperationen besonders hervorgehoben werden. Außerdem betonen sie die Notwendigkeit einer zentralen Verortung von Inhalten, damit diese nur an einer Stelle aktualisiert und gepflegt werden müssen. Dazu braucht es vorab klare Strukturen und Verantwortlichkeiten.

Unterzielgruppen

Folgende Unterzielgruppen wurden definiert:

- Unternehmen
- Universitäten aus dem Ausland
- Forschungseinrichtungen / Universitäten aus dem Inland
- Vereine & Stiftungen
- Schulen
- Regionale Partner:innen / Stadt Magdeburg
- Alumnis, die Fachvorträge halten wollen

Die Unterzielgruppen haben recht unterschiedliche Bedürfnisse. Unternehmen suchen in erster Linie nach Fachkräften und wollen als Arbeitgeber bekannter unter den Studierenden werden. Manchmal besteht Interesse an Forschungsk Kooperationen oder Forschungsaufträge zu vergeben.

Schulen sind hinsichtlich des Studierendenmarketings von Bedeutung.

Für Universitäten im Ausland ist das Prestige der kooperierenden Hochschule essenziell, inländische Universitäten suchen naheliegenderweise Forschungsk Kooperationen, diese werden in der Regel auf direktem Weg mit den entsprechenden Fakultäten eingegangen.

Regionale Partner:innen sowie die Stadt Magdeburg sind eher eine zweitrangige Zielgruppe.

Zielgruppenmatrix: Merkmale, Herausforderungen und Entscheidungskriterien der Kooperationspartner:innen

Kleine und mittelständische Unternehmen in Sachsen-Anhalt zeichnen sich durch eine starke regionale Anbindung aus. Sie verfügen meist über keine eigene oder nur eine kleine Personalabteilung. Oft fehlen ihnen der Bezug zum universitären Umfeld und der Wille, Kooperationsmöglichkeiten selbst zu ermitteln. Sie wünschen sich eine Ansprechperson, die sie betreut und passende Kooperationsangebote vermittelt.

Ferner sind bedarfsgerechte Kooperationsangebote der OVGU, klare Abläufe und zügige Prozesse sowie Verlässlichkeit von großer Bedeutung für die Zielgruppe. Um das

geschaffene Vertrauen aufrechtzuerhalten, wäre es erforderlich, dass Kooperationen institutionalisiert werden, unabhängig von der jeweiligen Person, die die Kooperation betreut hat.

Für Vertreter:innen der Universitäten im Ausland ist darüber hinaus eine mehrsprachige Website (nicht nur in Englisch) notwendig, die das Prestige der Universität widerspiegelt und ein attraktives Studienangebot präsentiert.

Grundsätzlich wünschen sich Kooperationspartner:innen eine gute Sichtbarkeit auf der OVGU-Website.

Informationsbedürfnisse auf der Website

Potenzielle Kooperationspartner:innen benötigen schnell einen Überblick über die Kooperationsangebote und Core Facilitys der OVGU. Sehr wichtig sind für sie die Kontaktdaten der entsprechenden Ansprechpartner:innen, gewünscht wird eine zentrale Ansprechperson. Sie möchten außerdem die Voraussetzungen und den Ablauf des Kooperationsprozesses dargestellt und die Möglichkeit bekommen, rechtliche Fragen zu klären.

Die Website soll Informationen über Forschungsk Kooperationen, Hinweise und Verlinkungen zu Forschungszentren, zu weiterführenden Portalen sowie regionalen Instituten und Zentren liefern.

Für die Zielgruppe der ausländischen Universitäten sind Informationen zu Deutschkursen wichtig. Auch ist von Interesse, wie die OVGU-Studierenden aus dem Ausland während ihres Studiums und Aufenthalts in Magdeburg betreut und begleitet werden. Deshalb ist hier eine Verlinkung auf den Bereich International Studierende wichtig, dort sind diese Informationen zu finden.

Anlässe und Informationswege der Kooperationspartner:innen

Die Gründe, warum potentielle Kooperationspartner:innen sich an die OVGU wenden, variieren entsprechend den Unterzielgruppen. Der Anlass für Firmen ist die Suche nach Fachkräften, nach Expertise und Infrastruktur. Internationale Hochschulen suchen prestigeträchtige Universitäten und Schulen wiederum außerschulische Lernorte.

Die Informationswege der Kooperationspartner:innen laufen nur am Rande über die Website. Unternehmen wenden sich auf der Suche nach Fachkräften meist direkt an die OVGU (per Mail). Internationale Hochschulen, die mit deutschen Universitäten kooperieren wollen, kommen meist über Google auf ovgu.de und suchen dann den persönlichen Kontakt.

Ideal wäre daher eine zentrale Ansprechperson für potenzielle Kooperationspartner:innen, die alle Kooperationsmöglichkeiten kennt, Anfragen koordiniert und diese an die entsprechenden Stellen und Unterstützungsangebote weiterleitet.

Gerade um Unternehmen zu zeigen, dass über die OVGU erfolgreich Stellen besetzt werden können, würde es sich anbieten, Stories/Porträts über diese Mitarbeiter:innen und deren neuen Arbeitgeber:in anzubieten.

Grundsätzlich ist eine gute Außendarstellung, verständliche Struktur und schnelle Auffindbarkeit von Ansprechpartner:innen von großer Bedeutung.

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 Kooperationspartner:innen 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.