

Zusammenfassung: Zielgruppen-Workshop Forschungsinteressierte für die OVGU

Inhaltsverzeichnis

1 / Rahmendaten & Ablauf	3
2 / Teilnehmende	3
3 / Ziele des Workshops	4
Zusammenfassung	5
Wünsche an die Website	6
Nächste Schritte	7

1 / Rahmendaten & Ablauf

Agenda

Uhrzeit	Dauer	TOP
12:00 - 12:30	30 min	Begrüßung
12:30 - 13:00	30 min	Präsentation Forschungsinformationssystem durch Stabsstelle eVerwaltung
13:00 - 13:30	30 min	Wer sind die Fördermittelgeber? Welche Unterzielgruppen gibt es?
14:00 - 15:00	60 min	Zielgruppenmatrix: Was sind die Merkmale der Zielgruppen?
15:00 - 15:30	30 min	PAUSE
15:30 - 16:30	60 min	Welche Bedürfnisse haben die Zielgruppen auf der Website?
16:30 - 17:15	45 min	Was sind weitere Berührungspunkte mit der OVGU?
17:15 - 17:30	15 min	Verabschiedung & Ausblick

Datum, Zeit, Ort

11.04.2024, 12:00 bis 17:30 Uhr

Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Gebäude 22 / Raum 225

39106 Magdeburg

2 / Teilnehmende

1. Steffi Gieseler-Halbach
2. Martina Hagen
3. Dr. Gerald Böhm
4. Melanie Thurow
5. Janett Rothhardt
6. Ina Diewitz
7. Katharina Vorwerk
8. Manuel Löser
9. Britta Bouziane
10. Niklas Lehmann
11. Ina Götze

3 / Ziele des Workshops

Damit die Sichtweise und Wünsche der Nutzer:innen bei der Neustrukturierung der Website gewährleistet sind, haben die Teilnehmenden sich in diesem Workshop den Forschungsinteressierten und deren Bedürfnissen gewidmet.

Der Workshop schärfte das Verständnis für eine zielgruppenorientierte Perspektive und ermittelte die Anforderungen der Zielgruppe an die Website.

Darüber wurde das Forschungsinformationssystem von der Stabstelle eVerwaltung vorgestellt.

Zusammenfassung

Wünsche an die Website:

Die Workshop-Teilnehmenden wünschen sich für die Nutzungstauglichkeit der Website nach der Neustrukturierung vor allem eine schlanke und gut strukturierte Seite, die interne und externe Informationen voneinander trennt. Mit Blick auf die Außenwahrnehmung wird besonderer Wert auf eine konsistente und moderne Seite gelegt.

Unterzielgruppen:

Es ergeben sich 5 Unterzielgruppen, die nochmals unterteilt und priorisiert wurden. Außerdem stellte sich heraus, dass Fördermittelgeber:innen die Zielgruppe nicht präzise genug beschreibt, sondern Forschungsinteressierte der korrekte Begriff ist. Unternehmen und Forschende sind die primären Zielgruppen. Die breite Öffentlichkeit (Gesellschaft) ist als untergeordnete Zielgruppe zu betrachten.

Zielgruppenmatrix:

Für die primären Zielgruppen Unternehmen und Forschende muss eine unterschiedliche Aufbereitung der Informationen beachtet werden: Denn Unternehmen verfügen erfahrungsgemäß über wenig spezifisches Knowhow, wohingegen Forschende Fachinformationen bzw. Expert:innenwissen erwarten.

Auffällig ist, dass die breite Öffentlichkeit bzw. die Gesellschaft einen großen Bedarf an Austauschmöglichkeiten hat. Hier kann die Website die Aufgabe übernehmen, alternative Kanäle für Austausch und Kontakt herzustellen, so dass idealerweise der direkte Telefonkontakt zur OVGU reduziert wird.

Alle Zielgruppen haben gemein, dass sie eine Übersicht der Projekte und der Forschungsinfrastruktur benötigen.

Informationsbedürfnisse auf der Website:

Die Zielgruppe benötigt kurze und prägnante Informationen, die schnell auffindbar sind und für mobile Endgeräte optimiert sind.

Inhaltlich müssen Forschungsthemen, Forschungsinfrastruktur und Verlinkungen zu Publikationen übersichtlich dargestellt werden. Darüber hinaus liegt der Fokus darauf, die Expertise der OVGU nach außen zu vermitteln und gleichzeitig die Fördermittelgebenden als Sponsor:innen sichtbar zu machen.

Außerdem ist es wichtig über die Website Kontaktmöglichkeiten zu Ansprechpartner:innen anzubieten. Hier gilt es eine Auswahl an Kanälen anzubieten, die den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprechen, aber auch mit den Ressourcen der OVGU im Einklang stehen.

Berührungspunkte:

Die Zielgruppe kommt auf analogem Weg insbesondere über die vielschichtigen Veranstaltungen mit der OVGU in Berührung. Außerdem sind Fachpublikationen als Printveröffentlichungen ein wichtiger Berührungspunkt.

Im Digitalen sind fachspezifische soziale Kanäle und Websites relevante Berührungspunkte zur OVGU.

Wünsche an die Website

Zu Beginn des Workshops haben alle Teilnehmenden je einen Wunsch für die Website geäußert. Die Ergebnisse lassen sich in Wünsche unterteilen, die sich auf den Projektablauf zur Neustrukturierung der Website beziehen, Wünsche, die sich auf eine Verbesserung der Nutzungstauglichkeit beziehen und Wünsche, die sich auf die Außenwahrnehmung beziehen.

Projektablauf

- Früherer Abschluss des Projekts
- User Journeys für Zielgruppen/vordefinierte Wege
- Aufwand-Nutzen berücksichtigen
- Doppelte Pflege von Infos vermeiden

Usability

- Bessere Suchfunktion
- Bunten Blumenstrauß an Zielgruppen bedenken
- Fokus auf Studiengewinnung
- Informationen auf das Wesentliche reduzieren
- Verschlankte Website
- Klare Struktur
- Aktualität
- Unterscheidung interne + externe Infos

Außenwahrnehmung

- Klare, konsistente Präsentation der Uni
- Gemeinsame Sprache, bspw. Gendern, Bildsprache
- Moderne Gestaltung

Nächste Schritte

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

Die Informationsbedürfnisse 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 unterschiedlichen Berührungspunkte 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.