

Zusammenfassung: Zielgruppen-Workshop Studieninteressierte

Inhaltsverzeichnis

1 / Rahmendaten & Ablauf	3
2 / Teilnehmende	3
3 / Ziele des Workshops	4
Zusammenfassung	5
Wünsche an die Website	7
Nächste Schritte	8

1 / Rahmendaten & Ablauf

Agenda

Uhrzeit	Dauer	TOP
10:00 – 10:20	20 min	Begrüßung
10:20 – 11:50	90 min	Zielgruppenmatrix
11:50 – 12:35	45 min	Bedürfnisse auf der Website I
12:35 – 13:10	35 min	PAUSE
13:10 – 13:55	45 min	Bedürfnisse auf der Website II
13:55 – 15:00	65 min	Szenarien
15:00 – 15:15	15 min	Verabschiedung & Ausblick

Datum, Zeit, Ort

15.04.2024, 10:00 bis 15:15 Uhr

CampusTheater Magdeburg

J.-G.-Nathusius-Ring 5

39106 Magdeburg

2 / Teilnehmende

1. Dr. Anne Herbig
2. Annika Kirbs
3. Magnus Gottl
4. Hanna Astafan
5. Eva Böhning
6. Katharina Marks
7. Prof. Karim Sadrieh
8. Grit Voigt
9. Friederike Wiemann
10. Steven Tepper
11. Katrin Burgmann
12. Nancy Gruß
13. Lisa Baaske
14. Annette Hunger
15. Birgit Magdowski
16. Michael Preuß
17. Anja Dempewolf
18. Marcel Götze
19. Maria Köhls
20. Florian Ernst

21. Maximilian Weitzel
22. Yasmin Seefried
23. Lisa Schmidt
24. Britta Bouziane
25. Werner Liebscher
26. Ina Götze

3 / Ziele des Workshops

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

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

Zusammenfassung

Die **Wünsche der Workshop-Teilnehmenden** beziehen sich im Wesentlichen auf eine übersichtliche Struktur, optimierte Inhalte und eine Verbesserung der Nutzungstauglichkeit. Darüber hinaus wurde außerdem die Relevanz einer zielgruppengerechten Ansprache genannt sowie der Wunsch nach einem Studiengangsfinder.

Studieninteressierte entscheiden sich für die OVGU oftmals wegen des Studienangebots, den Karrieremöglichkeiten und den Forschungsschwerpunkten. Relevante **Entscheidungskriterien** sind darüber hinaus das Freizeitangebot vor Ort - insbesondere Kultur und Sport - sowie günstige Lebenshaltungskosten und Magdeburg als Stadt. Im Widerspruch steht, dass das Studienangebot, Magdeburg als Stadt sowie das Freizeitangebot sowohl Entscheidungskriterien für die Uni Magdeburg als auch gegen sie sind.

Ein wichtiges **Merkmal der Studieninteressierten** ist, dass sie zum Teil sehr jung und unerfahren sind. Hier gibt es eine deutliche Diskrepanz zwischen Interessierten an einem Bachelor-Studiengang und Interessierten an einem Master-Studiengang: Letztere sind stark interessiert an den Inhalten und den beruflichen Perspektiven, wohingegen interessierte Abiturient:innen oftmals eine falsche Vorstellung in Bezug auf Studieninhalte und Perspektiven haben und überfordert sind.

Charakteristisch für die Studieninteressierten sind auch deren unterschiedliche **Ausgangssituationen**. Hier sind beispielsweise Interessierte mit Kindern, mit pflegebedürftigen Angehörigen, mit Beeinträchtigungen, mit Fluchthintergrund ebenso zu erwähnen wie Interessierte ohne Abitur.

Herausforderungen mit Blick auf das Studium sind oftmals Versagensängste und ein vorherrschender Entscheidungsdruck.

Der neue Lebensalltag ist oft geprägt durch Probleme bei der Wohnungssuche und der Suche nach neuen Freund:innen. Internationale Studieninteressierte sind außerdem nicht selten mit Sprachbarrieren und kulturellen Unterschieden konfrontiert.

Die OVGU sollte für Studieninteressierte ihre Services in den Fokus rücken, um insbesondere das **Bedürfnis der Studieninteressierten** nach Hilfe und Unterstützung zu erfüllen.

Auf der zentralen Website der OVGU benötigen Studieninteressierte alle Fakten, Termine und Kontaktmöglichkeiten rund ums Studium in übersichtlicher Form. Wichtig für Studieninteressierte sind außerdem Informationen zu Wohnen und Finanzierung, da beides Grundpfeiler für ein Studium darstellen. Darüber hinaus sind Informationen zum Campus und der Stadt Magdeburg wichtig, um Interessierten eine Entscheidungshilfe zu geben. Wichtig ist eine attraktive Aufbereitung der Inhalte, so dass beispielsweise mittels Bewegtbild, Mehrsprachigkeit oder Chatfunktionen die Erwartungshaltung der Zielgruppe an digitale Kommunikationsplattformen erfüllt wird.

Mit Blick auf die **Informationswege**, die Studieninteressierte nutzen, um eine Entscheidung zu treffen, ist hervorzuheben, dass die Wege immer digitale und analoge Berührungspunkte beinhalten. Ein relevanter Schritt auf dem Weg ist der Austausch mit Freunden und/oder der Familie, um die Informationen der OVGU mit vertrauten Personen zu spiegeln.

Zu erwähnen ist, dass Teilnehmende die aktuelle Website als Berührungspunkt sehr kritisch betrachten und mutmaßen, dass es hier zu Abbrüchen kommt, da zum jetzigen Zeitpunkt die Informationen nicht erwartungskonform kommuniziert werden.

Wünsche an die Website

Im ersten Schritt haben alle Teilnehmenden je einen Wunsch für die Website geäußert.

Optimierte Struktur

- Schneller konkrete Kontakte finden
- Zulassungsvoraussetzungen schneller finden, bspw. ohne Abitur studieren
- Übersicht Tools/Angebote, bspw. Vorkurse, LSF, Moodle

Optimierte Inhalte

- Prüfungsanmeldung übersichtlich erklären
- Verknüpfung Magdeburg als Standort
- Wenig Text; kurze, klare Infos

Optimierte Nutzungstauglichkeit

- Unterseite Fakultätsseiten → gleich verlinken
- Suchmaschinenoptimierung
- Interaktiver → bspw. Chatbot Prüfungsämter
- Verlinkungskonzept, das bspw. interne und externe Links zu Themen wie Finanzierung berücksichtigt
- Zweisprachigkeit
- Aktualität
- Weniger Dopplungen

Optimierte Ansprache

- Nahbarer
- Näher dran an Zielgruppen → Sprache, Design

Studiengangsfinder

- Studiengangsfinder → Filter nach Interessen/Tätigkeitsfeldern
- Studiengänge nach Themenbereichen

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 Studieninteressierten 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.