

Zielgruppenanalyse

Für den BA-Internet-Auftritt müssen folgende Zielgruppen betrachtet werden: Studieninteressenten (d. h. Schüler, die sich für ein BA-Studium interessieren), Studierende, Absolventen, interessierte Unternehmen (die künftig ggf. Ausbildungsplätze an der BA anbieten), Ausbildungsunternehmen, externe Dozenten (Lehrbeauftragte), an Dozententätigkeit interessierte Personen, Mitarbeiter, Presse (Journalisten). Eventuell können bestimmte der obigen Zielgruppen aufgrund ähnlicher Anforderungen zusammengefasst werden. Nachfolgend sind die grundlegenden Anforderungen dieser Zielgruppen beschrieben.

Studieninteressenten

- wollen sich mit wenig Aufwand über die Merkmale eines BA-Studiums generell (Ablauf, Voraussetzungen, Vorteile) und/oder über bestimmte Studiengänge informieren (Studieninhalte, Einsatzgebiete von Absolventen, berufliche Perspektiven, spezifische Vorteile wie z. B. Auslandssemester).
- erwarten aktuelle und interessant aufbereitete Informationen, die auch für Schüler ohne fachspezifische Vorkenntnisse verständlich sind.
- erwarten rasche Antworten auf ihre Fragen (FAQ, Forum, Kontaktadressen).
- Studieninteressenten aus dem Ausland haben spezielle Fragen zu Themen wie Anerkennung eines ausländischen Schulabschlusses, Sprachprüfung usw.
- erwarten umfassende Unterstützung speziell dann, wenn sie sich für einen bestimmten Studiengang entschieden haben (z. B. freie Ausbildungsplätze vermitteln), d. h. Studieninteressenten wollen als Kunden behandelt werden.
- erwarten ehrliche, umfassende und verständliche Informationen zu folgender Frage: „Was erwartet mich während und nach einem BA-Studium (allgemein bzw. im Studiengang XY)?“.

Studierende

- wollen sich rasch mit benötigten Informationen (Stundenplanverlegungen usw.) und Dokumenten (Vorlesungsplan, Antragsformulare usw.) versorgen und sich über aktuelle Neuerungen informieren.
- sind an einer Plattform interessiert, über die sich in den Theorie- und Praxisphasen Studierende unkompliziert mit anderen Studierenden und mit Dozenten austauschen können.
- wollen als Kunden verstanden werden.

Absolventen

- analog Studierenden sind Absolventen an einer Austauschplattform interessiert.
- wollen sich rasch über den Bedarf an neuen externen Dozenten und Prüfern informieren und sind dabei auch an Neuerungen an der BA und im belegten Studiengang interessiert.
- sind an Informationen über Aufbaustudiengänge interessiert.

Interessierte Unternehmen

- wollen sich rasch über die Vorteile und Rahmenbedingungen einer Zusammenarbeit mit der BA informieren.
- erwarten überzeugend formulierte Argumente für eine Kooperation mit der BA.
- erwarten eine umfassende und gut strukturierte Darstellung des BA-Studiums.
- legen als potenzielle Kunden hohe Anforderungen an die Erfüllung ihrer Wünsche und Beantwortung ihrer Fragen.

Ausbildungsunternehmen

- wollen sich rasch mit benötigten Informationen (z. B. Blockpläne) und Dokumenten (z. B. aktueller BA-Vertrag) versorgen und sich dabei auch über Neuerungen an der BA informieren.
- wollen ihr Unternehmen möglichst „prominent“ auf den BA-Seiten vertreten sehen (→ Marketing), auch um dadurch möglichst viele und gute Bewerber für ihre Studienplätze „anzulocken“. Hier wird auch ein Zielkonflikt deutlich: Unternehmen erhalten zumeist auch nach Abschluss der Verträge für einen Jahrgang noch gerne Bewerbungen, um eine Warteliste für etwaige Absagen aufzubauen. Studieninteressenten dagegen interessieren sich insbesondere nur für die Unternehmen, die auch wirklich noch offene Ausbildungsplätze haben.

Externe Dozenten

- erwarten eine unkomplizierte Plattform, um mit Studierenden und anderen Dozenten Informationen und Dokumente auszutauschen.
- wollen bei der verwaltungstechnischen Abwicklung einer Veranstaltung gut unterstützt werden (Übungsräume, Notebooks, Flipcharts usw. reservieren, Vorlesungstermine verlegen usw.).
- sehen sich als wichtigen Teil der BA und wollen daher in die BA gut integriert sein (und nicht nur als Auftragnehmer verstanden werden).
- opfern in vielen Fällen einen großen Teil ihrer Freizeit für die BA und wollen daher durch die Zusammenarbeit mit der BA einen sichtbaren Mehrwert für sich realisieren.

An Dozententätigkeit interessierte Personen

- vgl. Zielgruppe Absolventen

Mitarbeiter

- vgl. Anforderungen von externen Dozenten.
- wollen über den Internet-Auftritt die organisatorischen Abläufe vereinfachen.

Presse

- will sich rasch über Fakten und Neuerungen über die BA informieren.