

Zielgruppen

Studenten

Interessenten

Unternehmen

Externe Dozenten

Mitarbeiter

Öffentlichkeit/Presse

Ehemalige

Anforderungen

Studenten

- Noten abfragen
- Dokumente administrativ (Vorlesungsplan, Blockplan, Zitierrichtlinien, Hinweise zu Arbeiten)
- Dokumente über Vorlesung (Skripte)
- Information über Dozenten
- Adressen von BA (Sekretariat, Ansprechpartner, Profs, evtl. geschützter Bereich)
- Schnell zum Ziel
- Informationen rund ums Studium (Bibliothek, Kneipen)
- Informationen und Neuigkeiten rund um die BA (News)
- Vorkurse
- Standorte
- Seminare (AWT etc.)
- Diplom- und Studienarbeitsthemen

Interessenten

- Unternehmensliste
- Studieninhalte
- Termine (Fristen, Dauer etc.)
- Standorte

Unternehmen

- Inhalte des Studiums
- Adressen von Ansprechpartnern
- Informationen zur Partnerschaft (Vertrag, Zulassung, Prüfungsausschüsse)
- Präsenz des UN auf der Liste

Externe Dozenten

- Vorlesungspläne

- Studieninhalte (Anforderung an Vorlesung)
- Klausuranteil
- Adressen/Ansprechpartner
- Beispielverträge
- Gründe für Mitarbeit an der BA

Mitarbeiter

- Inhalte einstellen
- Interne Richtlinien und Inhalte
- Administrative Inhalte (RZ, Verwaltung)

Öffentlichkeit/Presse

- News
- Interessante Projekte
- Neuerungen (Bachelor)
- Bilder
- Studieninhalte
- Anforderungen an die Studierenden
- Unternehmen
- BA in Zahlen
- Stellenangebote
- Standorte

Ehemalige

- News
- Community
- Kontakt
- Partnerschaften
- Vorstellung der Dozenten

Priorisierung

1. Interessenten Studenten → UN sind schon vorhanden und müssen mit kompetenten Studenten versorgt werden
2. Unternehmen angelockt → Ausreichende Anzahl UN muss gewährleistet sein und neue UN werden (Wachstum, Referenz-UN, Reputation der UN sorgen für gutes Ansehen der BA)
3. Öffentlichkeit Uni/FH → BA bekannt machen und die Unterschiede der BA gegenüber Uni/FH darstellen
4. Studenten → Studenten müssen mit Informationen versorgt werden, sind jedoch schon angeworben.
5. Externe Dozenten → Grundstock an internen Dozenten vorhanden

6. Mitarbeiter → Arbeitserleichterung und Informationsbeschaffung/-verteilung
7. Ehemalige (Selbstläufer) → Leben nach der BA und Gemeinschaft fördern

Zielkonflikte

- Vernachlässigung der aktuellen Studenten durch starken Fokus auf Interessenten oder generell anderen Zielgruppen
- Neue Informationen verdrängen alte Informationen (pro: neu und zukunftsbezogen
contra: Informationsverlust und schweres Auffinden von eventuell interessanten Inhalten)
- Datenschutz (persönliche Daten etc. müssen geschützt werden)
- Kapselung wichtiger Informationen (Zugangskontrolle, Personenbezogene Daten)

Begriff: Zielgruppenanalyse

- Definition der Zielgruppen für das relevante Medium d.h. Mittel zur Bestimmung und Interpretation einer Zielgruppe
- Erfassung von Problemsichten, Änderungswünschen und Handlungsbeschränkungen in den Zielgruppen
- Liefert relevante Informationen für den Aufbau und die Gestaltung

Warum nötig, warum sinnvoll?

- Die richtigen Informationen für die richtige Zielgruppe
- Aufbau des Mediums
- Welche Informationen werden bereitgestellt
- Präsentation der wesentlichen und interessanten Inhalte um wichtige Zielgruppen anzusprechen → Fokussierung ermöglicht Kosteneinsparung
- wichtig für gezielte Öffentlichkeitsarbeit (sie richtigen Informationen für die richtige Zielgruppe)
- Zielgruppen direkt ansprechen → Zielgruppen müssen abgegrenzt sein