

Ergebnisse der
Online-Kund/inn/enbefragung 2009

**Zentrum für Informations- und
Mediendienste (ZIM)**

Universität Duisburg-Essen

Kurzbericht
Juni 2009

Zusammenfassung

Die vorliegenden Ergebnisse wurden durch eine Onlinebefragung unter 13.000 zufällig ausgewählten Kund/inn/en des Zentrums für Informations- und Mediendienste (ZIM) im Rahmen der institutionellen Evaluation gewonnen. Die Ergebnisse der Befragung sind ein wesentlicher Bestandteil der Stärken-Schwächen-Analyse und tragen dazu bei die Dienstleistungen besser an die Bedürfnisse der Kund/inn/en anpassen zu können. Die zentralen Ergebnisse der Befragung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Im Vergleich zum Jahr 2006 konnte der Bekanntheitsgrad als auch die Nutzung der vier zentralen Serviceleistungen des ZIM (E-Mail, Hotline, e-Point, Medien-Servicezentrale) gesteigert werden. Ebenfalls gut angenommen werden die Online-Rückmeldung, das Selbstbedienungsportal für die Benutzerkennung sowie der Online-Stundenplan.
- Die Service-Hotline wird wesentlich häufiger durch die Mitarbeiter/innen der UDE als durch die Studierenden in Anspruch genommen. Diejenigen Kund/inn/en, die die Hotline bereits genutzt haben, sind zu zwei Drittel zufrieden mit diesem Service.
- Der Anteil der Befragten, die aufgrund ihrer bisherigen Erfahrungen mit dem Service und den Dienstleistungen des ZIM insgesamt unzufrieden sind, liegt bei lediglich 8 %. Demgegenüber gaben 58 % der Befragten an, eher zufrieden mit den Dienstleistungen des ZIM zu sein, weitere 13 % sind sogar sehr zufrieden. Im Vergleich mit der Umfrage aus dem Jahr 2006 bedeutet dies eine Steigerung des Anteils der sehr und eher zufriedenen Kund/inn/en um 25 %.
- In Bezug auf die Servicequalität hat sich das ZIM im Vergleich zum Jahr 2006 kaum verändert bzw. geringfügig verschlechtert, bewegt sich allerdings weiterhin in einem positiven Bereich. (Mittelwerte von > 3,5 auf einer Skale von 1 bis 5, wobei 5 die positivste Bewertung darstellt.)
- Der Informationswert des Internetauftritts des ZIM wird von den Befragten, die dieses Angebot kennen, im Durchschnitt für eher informativ gehalten, die Präsentation allerdings nur als befriedigend bewertet. Damit hat der Informationsgehalt des Internetauftritts im Vergleich zur Befragung aus dem Jahr 2006 zugenommen, während sich die Qualität der Präsentation geringfügig verschlechtert hat. Dies ist insofern von Belang, da beide befragten Statusgruppen (Studierende und Mitarbeiter/innen) die Homepage als den wichtigsten Weg für die Deckung des persönlichen Informationsbedarfs ansehen.
- Die Nutzung von eigenen Notebooks durch Studierende hat sich seit 2006 fast verdoppelt. Dementsprechend äußern die Kund/inn/en verstärkt den Wunsch nach einem Ausbau der Kapazitäten des WLAN-Netzwerkes insb. am Campus Duisburg.)
- Auch wenn vereinzelt der Wunsch nach einer Erweiterung des Serviceangebotes um eine Unterstützung von alternativen Betriebssystemen wie z. B. Linux, Mac OS X, etc. geäußert wird, verwenden die befragten Mitarbeiter/innen weiterhin bevorzugt Windows XP, die befragten Studierenden in verstärktem Maß auch Windows Vista.
- Zu den Stärken des ZIM zählen die befragten Kund/inn/en vor allem die Fachkompetenz der Mitarbeiter/innen, die Verfügbarkeit vor Ort sowie die Vielfältigkeit des Serviceangebots.
- Bei den Veränderungswünschen an das ZIM wurden besonders häufig die übersichtlichere Gestaltung der Homepage, die Erhöhung der technischen Zuverlässigkeit des E-Mail-Servers sowie die Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit des LSF-Systems genannt.

Im folgenden Kurzbericht werden die Ergebnisse differenziert dargestellt.

Konzeption und Durchführung

Die Konzeption des Fragebogens wurde in Kooperation mit dem Geschäftsbereich Evaluation & Qualitätsentwicklung des Zentrums für Hochschul- und Qualitätsentwicklung (ZfH) realisiert. Die inhaltliche Ausgestaltung orientiert sich zum einen an der Schwerpunktsetzung des Evaluationsverfahrens und zum anderen an einer Kund/inn/enbefragung des ZIM aus dem Jahr 2006, um einen Vergleich zwischen den Ergebnissen zu ermöglichen. Insgesamt umfasst die Befragung sechs Themenfelder:

- Kenntnis und Nutzung des Service- und Dienstleistungsangebots,
- Hard- und Softwarenutzung,
- Nutzung und Bewertung der Service-Hotline,
- Servicequalität,
- Außendarstellung (Internetangebot und weitere Informationswege), sowie
- die Zufrieden- bzw. Unzufriedenheit mit dem ZIM insgesamt.

Sowohl die technische Umsetzung der Online-Befragung inklusive des entsprechenden Befragungsmanagements (Versand von Einladungs- und Erinnerungs-E-Mails, Aufbereitung der Adress- und Ergebnisdatenbanken) als auch die anonymisierte Auswertung wurden durch das ZfH geleistet. Zur Wahrung des Datenschutzes wurden per E-Mail Einladungen mit dem Link zur Befragung sowie einem nicht personalisierten, d.h. anonymen Code versandt, der zur einmaligen Teilnahme berechtigte.

Grundgesamtheit, Stichprobe, Feldzeit, Ausschöpfungsquote

Insgesamt lagen dem ZfH E-Mail-Adressen von 13.142 Kund/inn/en des ZIM vor, wobei sich die Stichprobe aus 76,1 % (=10.000) Studierenden und 29,9 % (=3.142) Mitarbeiter/innen zusammensetzte.

In der dreieinhalbwöchigen Feldzeit vom 15.04. bis 08.05.2009 beantworteten insgesamt 1.609 Kund/inn/en den Fragebogen, was einer Ausschöpfungsquote von 12,2 % entspricht. Hierbei ist anzumerken, dass der Rücklauf in der Stichprobe der Studierenden mit 10,1 % geringer ausgefallen ist als unter den Mitarbeiter/innen der UDE mit immerhin 19,2 %. Die Ausschöpfungsquote bewegt sich damit im selben Rahmen wie die der ZIM-Kund/inn/enbefragung aus dem Jahr 2006, bei der ein Rücklauf von 13,4 % erreicht wurde. Die durchschnittliche Beantwortungszeit lag bei rund 11 Minuten.

Soziodemographische Aspekte der Teilnehmer/innen

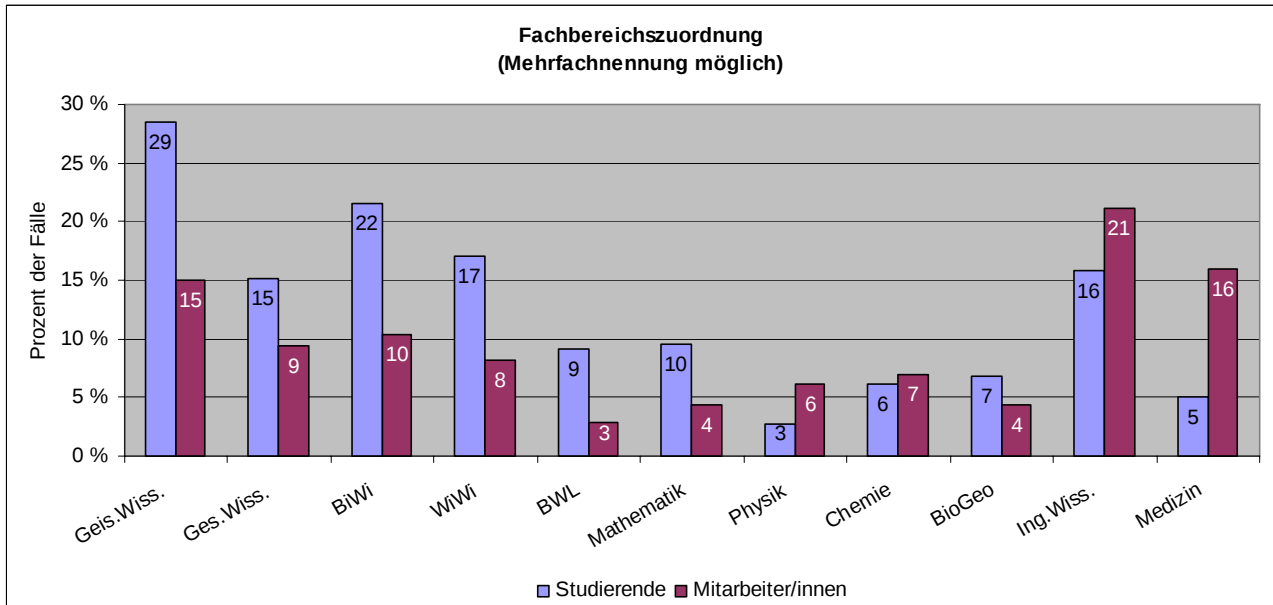
Die Teilnehmer/innen der Kund/inn/enbefragung setzen sich auf Grundlage der im Fragebogen gemachten Angaben aus 61,5 % Studierenden¹ und 36 % Mitarbeiter/innen² zusammen. 2,5 % der Befragten haben keine Angabe zu ihrem Status an der UDE gemacht.

Das Geschlechterverhältnis der Gesamtstichprobe ist fast ausgeglichen und liegt bei 51 % männlichen und 49 % weiblichen Personen. Sowohl in der Gruppe der Hochschullehrer/innen mit

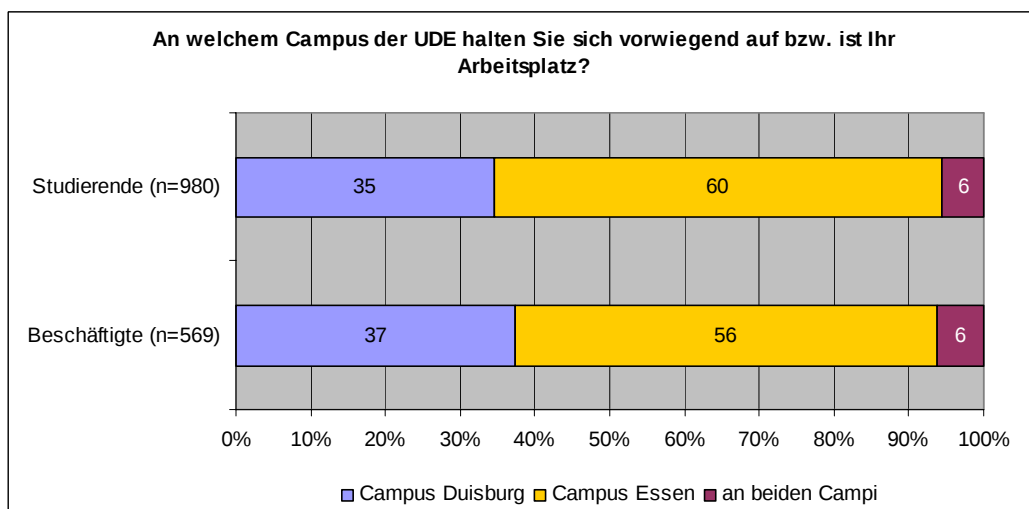
1 Auch Promotionsstudierende die nicht Mitarbeiter/in der UDE sind.

2 14,2 % wissenschaftliche Mitarbeiter/innen in den Fachbereichen, 8,1 % nicht-wissenschaftliches Personal in den Fachbereichen, 4,4 % Mitarbeiter/innen in zentralen (wiss.) Einrichtungen, 4,3 % Hochschullehrer/innen, 4 % Mitarbeiter/innen in der Zentralverwaltung, 0,9 % Lehrbeauftragte.

15 % als auch in der Gruppe des wissenschaftlichen Personals in den Fachbereichen mit 36 % sind weibliche Mitarbeiterinnen unterrepräsentiert. Im Gegensatz dazu sind männlichen Mitarbeiter in der Gruppe des nicht-wissenschaftlichen Personals (38 %), der Zentralverwaltung (40 %) und der zentralen (wissenschaftlichen) Einrichtungen (41 %) unterdurchschnittlich vertreten. In der Gruppe der Studierenden ordnen sich die meisten Befragten mit 29 % dem Fachbereich Geisteswissenschaften zu, gefolgt von den Bildungswissenschaften mit 22 % und den Ingenieurwissenschaften mit 16 %. Während nur ein geringer Anteil der Studierenden (2 %) dem Fachbereich Medizin zuzuschreiben ist, verhält es sich in der Gruppe der Mitarbeiter/innen entgegengesetzt. Hier machen die Mediziner/innen 16 % der Teilnehmer/innen aus, nur übertroffen durch den Fachbereich Ingenieurwissenschaften mit 21 %.



Was den vorwiegenden Aufenthaltsort der Studierenden (60 %) bzw. den Arbeitsort der Mitarbeiter/innen (56 %) angeht, besteht in beiden Stichproben ein klares Übergewicht zugunsten des Campus Essen. Lediglich 6 % der Befragten gaben an, sich an beiden Campi gleich häufig aufzuhalten bzw. zu arbeiten.

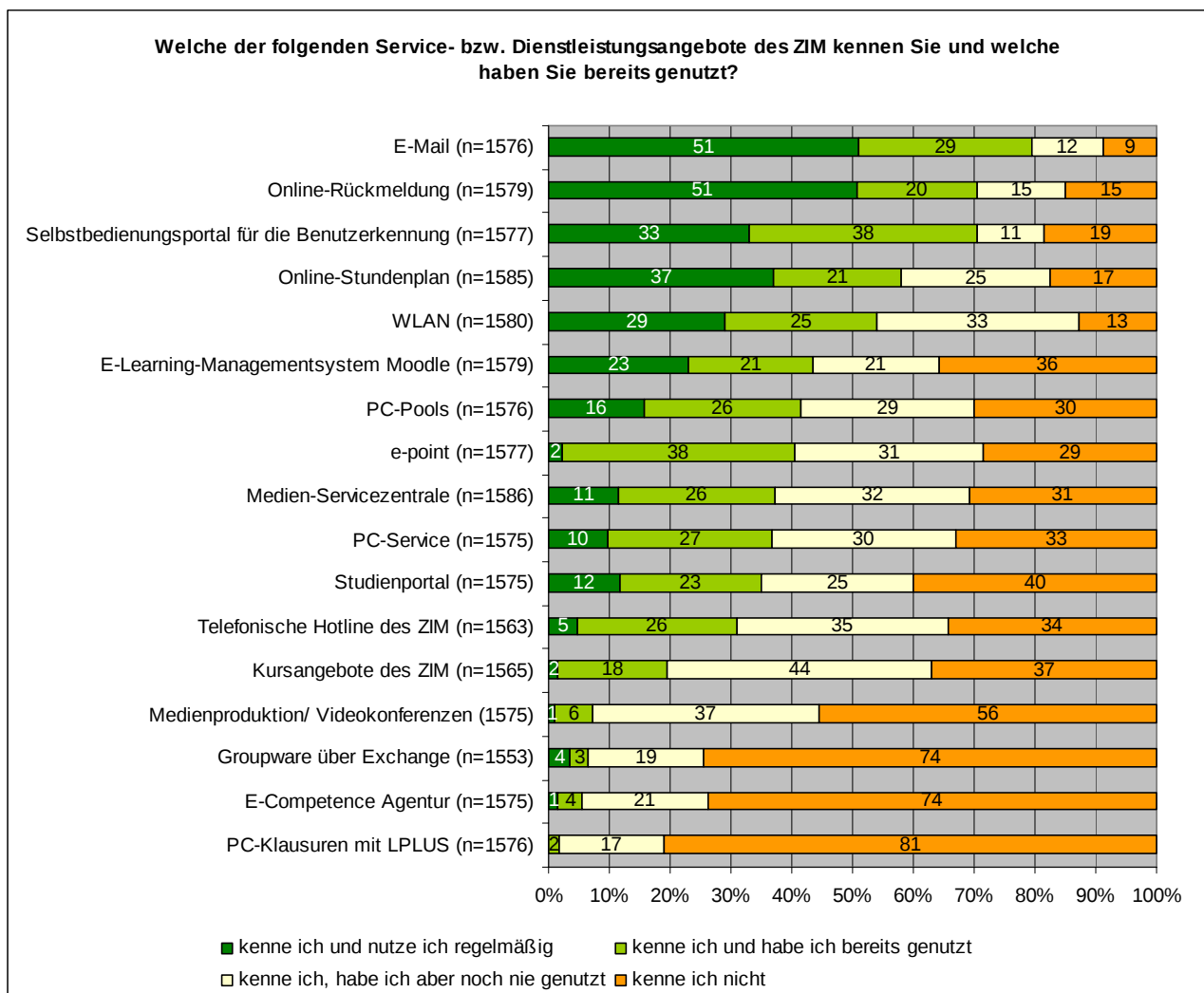


In der Stichprobe der Studierenden befinden sich nur 1,8 % im 1. und weitere 24,2 % im 2. Studiensemester. Insgesamt befinden sich damit 76 % der Studierenden im 3. oder einem höheren Fachsemester und können vermutlich die abgefragten Items aufgrund ihrer längeren Präsenz an der UDE angemessen bewerten.

Auswertungen

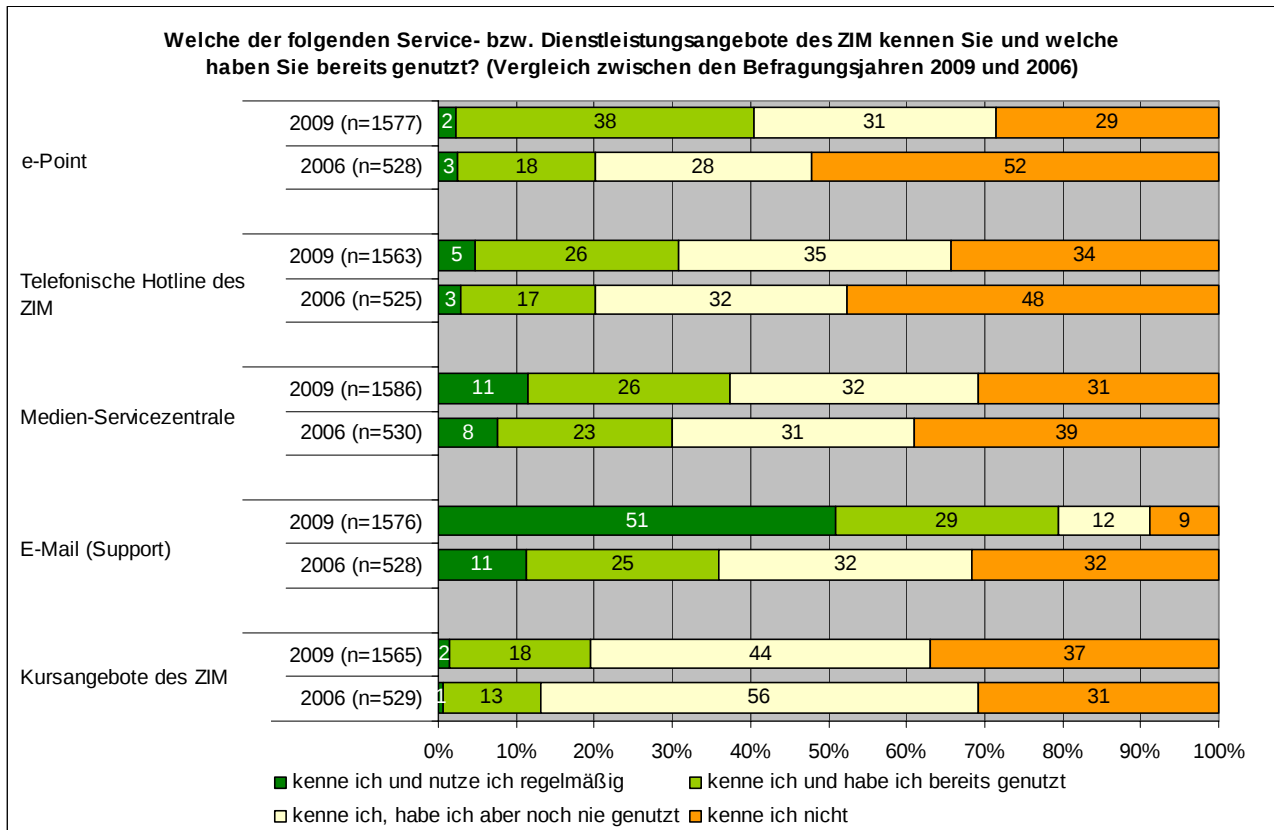
Kenntnis und Nutzung des Service- und Dienstleistungsangebots

Zu den bekanntesten und am häufigsten genutzten Services des ZIM zählen der E-Mail-Account und die Online-Rückmeldung, gefolgt von dem Selbstbedienungsportal für die Benutzererkennung, dem Online-Stundenplan sowie dem WLAN-Netzwerk. Alle diese Dienstleistungen erreichen in Bezug auf die regelmäßige bzw. gelegentliche Nutzung Werte von über 50 %. Einem nur kleinen Kund/inn/enkreis sind PC-Klausuren, Groupware über Exchange, die E-Competence-Agentur sowie das Angebot der Medienproduktion und Videokonferenzen bekannt. Auch wenn der Bekanntheitsgrad letztgenannter Angebote unter den Beschäftigten der UDE größer ist, haben aus dieser Gruppe bislang höchstens 14 % (Groupware über Exchange) eine dieser Dienstleistungen in Anspruch genommen bzw. nutzen diese regelmäßig.



Im Verhältnis zum Jahr 2006 konnten sowohl der Bekanntheitsgrad als auch die Nutzung der zentralen Serviceangebote des ZIM wesentlich gesteigert werden. So stieg der Anteil derjenigen, die den E-Mail-Support regelmäßig nutzen, von 11 % im Jahr 2006 auf 51 % im Jahr 2009. Hinzu kommen 29 %, die dieses Angebot kennen und bereits genutzt haben, sodass insgesamt 80 % der Befragten diese Dienstleistung in Anspruch nehmen bzw. bereits in Anspruch genommen haben. Auch die Bekanntheit des E-Points, dem gemeinsamen Beratungsangebot von ZIM und UB, konnte entscheidend erhöht werden. Während 2006 einer Mehrheit von 52 % der Befragten das

Angebot des E-Points nicht bekannt war, hat sich dieser Anteil 2009 auf 29 % reduziert. Zudem werden sowohl die Angebote des E-Points, als auch das der telefonischen Hotline, der Medien-Servicezentrale und des Kursangebotes mittlerweile häufiger genutzt. Allerdings ist das Kursangebot des ZIM im Verhältnis zum Jahr 2006 geringfügig weniger bekannt.



Notebooknutzung durch Studierende an der UDE

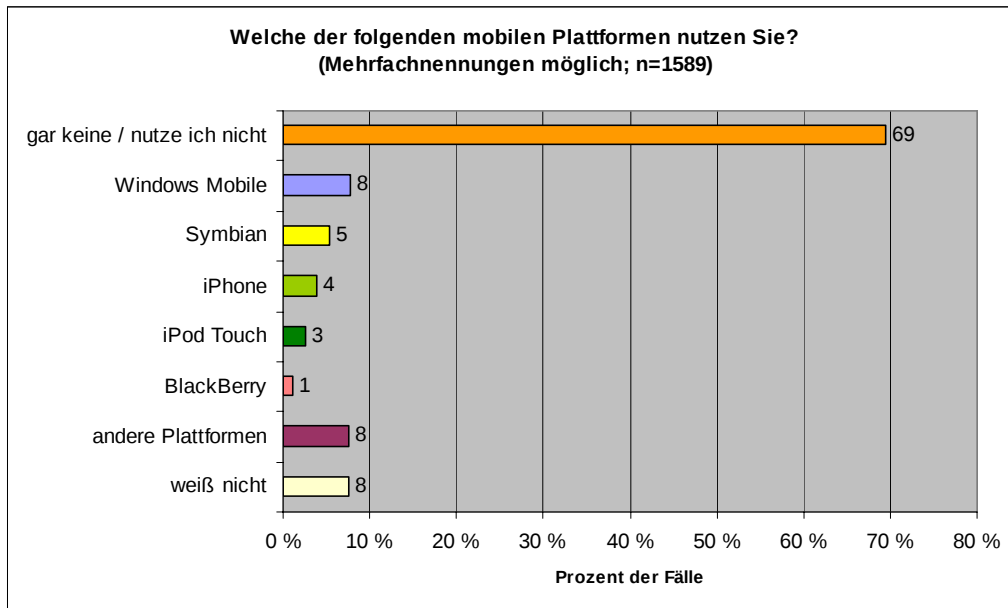
Die Nutzung von eigenen Notebooks durch Studierende hat sich entsprechend dem technischen Fortschritt in den letzten drei Jahren von 38,5 auf 78,3 % mehr als verdoppelt.³ Dieses Ergebnis steht im Einklang mit dem hohen Anteil von 59 % der befragten Studierenden, die regelmäßig das WLAN-Netzwerk an den Campi nutzen bzw. bereits genutzt haben. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass seitens der Befragten auch Veränderungsbedarf in Bezug auf die Infrastruktur des WLAN-Netzwerks besteht. Insbesondere die mangelnde Zuverlässigkeit, eingeschränkte Signalqualität am Campus Duisburg und die z.T. zu geringen Kapazitäten des Netzwerks werden relativ häufig erwähnt (vgl. Kap. Veränderungswünsche).

Einsatz von Betriebssystemen und mobilen Plattformen

Die mit weitem Abstand am häufigsten eingesetzten Betriebssysteme sind Windows XP und Vista. Hierbei ist auffällig, dass unter den Studierenden ein größerer Anteil bereits auf Vista umgestiegen ist (Verhältnis XP : Vista = 56 % : 33 %), während auf den Arbeitsplatzrechnern der UDE-Beschäftigten zu 79 % weiterhin Windows XP eingesetzt wird.

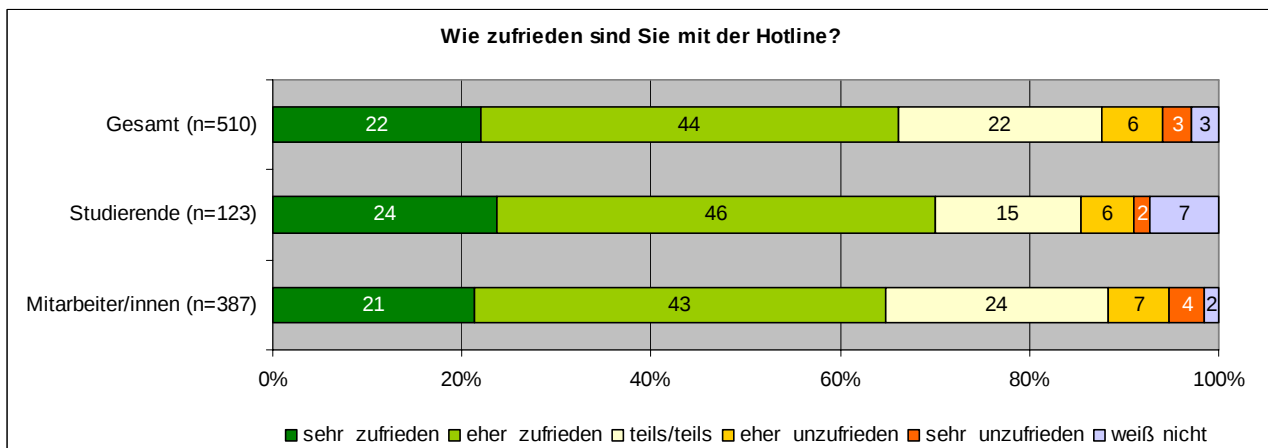
Sowohl in der Gruppe der Studierenden als auch der Gruppe der Mitarbeiter/innen werden mobile Plattformen nur sehr wenig benutzt. 69 % aller Befragten setzen keine mobile Plattform ein.

³ Hierbei ist anzumerken, dass in der Kund/inn/enbefragung 2006 explizit nach der regelmäßigen Verwendung eines Notebooks in der Hochschule gefragt wurde, während es 2009 nur die Nutzung eines eigenen Notebooks abgefragt wurde.



Service-Hotline

Die Service-Hotline des ZIM wird von den Mitarbeiter/inne/n wesentlich häufiger in Anspruch genommen, als durch die Studierenden der UDE. So haben ca. zwei Drittel der befragten Beschäftigten das Angebot der Hotline genutzt, während es bei den Studierenden nur 13 % sind. Diejenigen Befragten, die von der Hotline bereits Gebrauch gemacht haben, sind zu 22 % sehr und zu 44 % eher zufrieden mit dem Service. Lediglich 6 % sind eher und nur 3 % sehr unzufrieden mit der Serviceleistung. Die Gründe für die Unzufriedenheit mit der Hotline sind, wie den offenen Nennungen zu entnehmen ist, vor allem auf die lange Reaktionszeit nach einer telefonischen Anfrage sowie die Qualität der Beratung zurückzuführen.



Informationsangebote

Internetauftritt

Das Informationsangebot des ZIM im Internet ist 62 % aller Befragten bekannt, wobei der Bekanntheitsgrad unter den Mitarbeiter/inne/n mit 80 % wesentlich höher ausfällt als in der Gruppe der Studierenden mit lediglich 49 %. Im Vergleich zum Jahr 2006 hat der Bekanntheitsgrad bei beiden Statusgruppen wesentlich zugenommen.

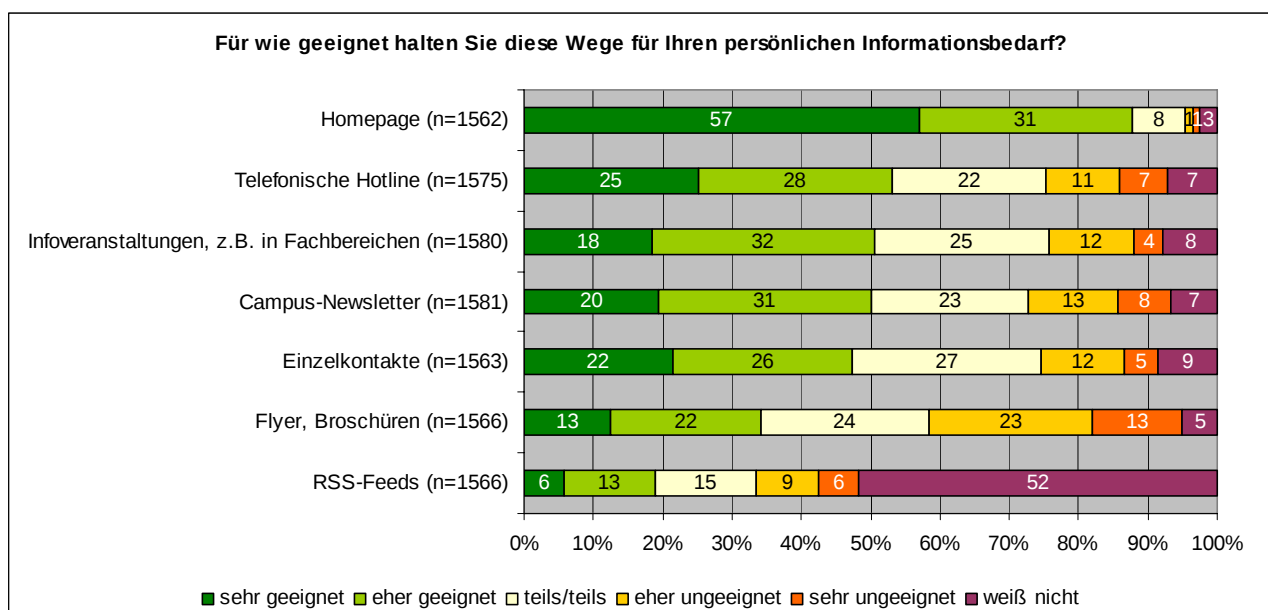
Der Informationsgehalt des Internetangebots wird von 6 % der Befragten, die den Internetauftritt kennen, für sehr und von 56 % als eher informativ eingeschätzt. Lediglich 8 % finden das Angebot eher wenig bzw. wenig informativ. Die Präsentation wird hingegen nur von 44 % der an der Befragung teilgenommen Kund/inn/en als sehr gut und gut empfunden. Ein Befriedigend für die Präsentation vergeben hingegen 38 %. Während der Informationswert des Internetangebots laut Einschätzung der Befragten im Vergleich zum Jahr 2006 zugenommen hat, wird die Präsentation im Mittel geringfügig schlechter bewertet.

Item	Mittelwerte (n)					
	Studierende		Mitarbeiter/innen		gesamt	
	2006	2009	2006	2009	2006	2009
Einschätzung des Informationswerts des Internetangebots des ZIM*	3,48 (77)	3,56 (366)	3,30 (98)	3,64 (399)	3,38 (175)	3,60 (765)
Bewertung der Präsentation der Informationen im Internet?**	2,51 (91)	2,92 (385)	3,57 (125)	2,77 (411)	2,55 (216)	2,85 (796)
*Verwendete 5er-Likert-Skala: 1 = wenig informativ, 5 = hoch informativ; bei der Umfrage 2009 entsprechende Recodierung der Items						
**Verwendete 5er-Likert-Skala: 1 = sehr gut, 5 = mangelhaft.						

Weitere Kommunikationswege

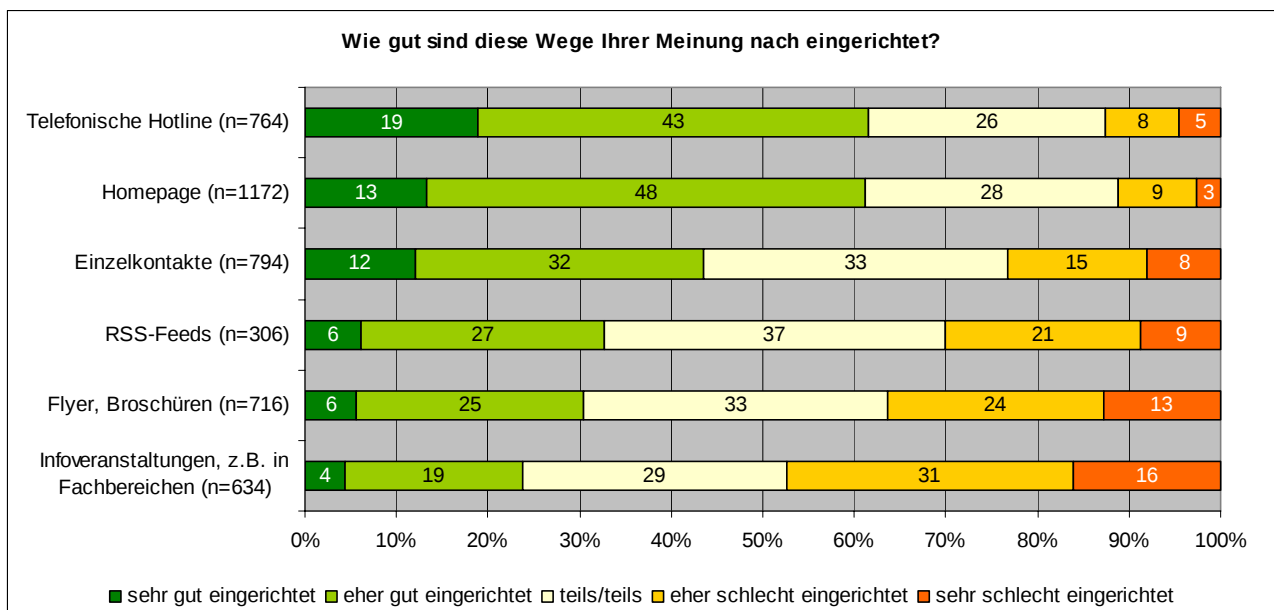
Für das ZIM als Serviceeinrichtung ist eine qualitativ hochwertige Informationsversorgung seiner Kund/inn/en von besonderer Bedeutung. Um die Informationsangebote den Kund/inn/enwünschen entsprechend anzupassen, wurde zum einen danach gefragt, für wie geeignet verschiedene Informationswege für den eigenen Bedarf gehalten werden und inwieweit diese bisher eingerichtet sind.

Am geeignetsten halten sowohl die befragten Beschäftigten als auch die befragten Studierenden die Homepage, mit einer Bewertung von jeweils über 87 %, wenn man die Kategorien sehr und eher geeignet zusammenzieht. Während die Studierenden Informationsveranstaltungen gefolgt von dem Campus-Newsletter als zweit- und dritt wichtigsten Informationsweg sehen, halten die Mitarbeiter/innen vor allem die telefonische Hotline und den Einzelkontakt als wichtigste Quelle, um ihrem Informationsbedarf gerecht zu werden. Von beiden Statusgruppen werden RSS-Feeds als weniger geeignet eingestuft.



Bei den Bewertungen, wie gut die unterschiedlichen Informationswege eingerichtet sind, ist besonders auffällig, dass bei fast allen Items ein sehr hoher Prozentsatz keine Einschätzung abgibt (Kategorie: „weiß nicht“). Dies lässt den Rückschluss zu, dass die Befragten zwar gewisse Präferenzen haben, über welchen Weg sie ihre Informationen bevorzugt beziehen würden, diese allerdings noch nicht selber in Anspruch genommen haben oder, dass der Bekanntheitsgrad bzw. das Angebot der unterschiedlichen Informationswege noch gesteigert werden muss.

Betrachtet man nur diejenigen Befragten, die auch eine Bewertung der Umsetzung der Informationswege vorgenommen haben (d.h. ohne diejenigen Befragten die mit „weiß nicht“ geantwortet haben), so zeigt sich, dass insbesondere die telefonische Hotline als auch die Homepage mit Werten von über 60 % als sehr bzw. eher gut eingerichtet eingeschätzt werden. Demgegenüber besteht Handlungsbedarf bei den Informationsveranstaltungen (47% eher bzw. sehr schlecht eingerichtet) sowie den Flyern und Broschüren (37 % eher bzw. sehr schlecht eingerichtet). Diese relativ negativen Bewertungen sind wie die Angaben zur Nutzung und Kenntnis des Service- und Dienstleistungsangebots zeigen (vgl. entsprechendes Kap.), insbesondere auf den geringen Bekanntheitsgrad dieser Informationsangebote zurückzuführen.



Auf die offene Frage: „Auf welchen anderen Wegen möchten Sie Informationen aus dem ZIM erhalten?“, geben 91 Befragte an, dass sie auch über einen ZIM-eigenen Newsletter bzw. anlassbezogene Rundmails Informationen aus dem ZIM erhalten möchten. Darüber hinaus haben 32 Kund/inn/en den Wunsch einer Überarbeitung der ZIM-Homepage in Hinblick auf aktuellere Informationen, einer übersichtlicheren Gestaltung sowie ausführlichere Angaben zu den Zuständigkeiten geäußert.

Servicequalität und Gesamtzufriedenheit

Zur differenzierten Messung der Zufriedenheit mit der Servicequalität des ZIM wurden – wie auch schon in der Befragung 2006 – insgesamt 14 Items eingesetzt, die fünf Dimensionen⁴ von Dienstleistungsqualität abbilden und sich an das SERVQUAL⁵-Verfahren anlehnen. Als Messskala

⁴ Zur Überprüfung der Messgenauigkeit der den jeweiligen Dimensionen zugewiesenen Items wurde für jede Dimension der Reliabilitätskoeffizient nach Cronbach (Cronbachs α) berechnet. Die Zuverlässigkeit eines Messinstruments gilt dabei ab einem Wert von $\alpha > ,50$ als ausreichend und ab $\alpha > ,70$ als zufrieden stellend. Ab einem Wert von $\alpha > ,90$ wird von hoher Reliabilität ausgegangen.

⁵ Vgl. Parasuraman, Zeithaml & Berry: SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, in: Journal of Retailing, Ausgabe 64, Heft 1 (1988), S. 12-40.

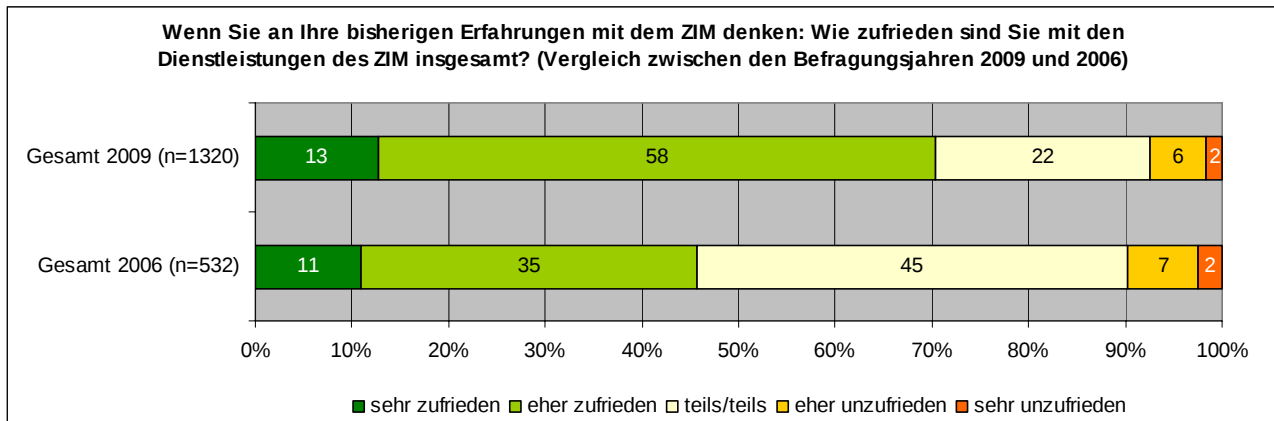
diente eine 5er-Likert-Skala, wobei der Wert 1 die positivste, und der Wert 5 die negativste Bewertung ausdrückt. Um einen Vergleich zwischen den Befragungen ziehen zu können, wurden die Werte entsprechend der Gerichtetheit der Messskala aus dem Jahr 2006 recodiert, sodass 1 die negativste und 5 positivste Bewertung darstellt.

In allen Dimensionen hat sich das ZIM geringfügig verschlechtert, wobei sich alle Mittelwerte weiterhin im positiven Bereich, d.h. mit Durchschnittswerten von größer als 3,5 bewegen. Am stärksten verschlechtert haben sich die Werte in der Dimension der Leistungskompetenz mit einer Verringerung des Mittelwertes um 0,356. Am positivsten mit Mittelwerten von > 3,8 werden das Entgegenkommen und das Einfühlungsvermögen bewertet, am negativsten – wie bereits 2006 – die Ausstattung.

Dimension	(Cronbachs α)		Item*	Mittelwert Item		Mittelwert der Dimension (n)	
	2006	2009		2006	2009	2006	2009
reliability (Zuverlässigkeit)	$\alpha = ,878$	$\alpha = ,846$	Die technischen Services des ZIM sind zuverlässig.	3,95	3,52	3,96 (169)	3,676 (817)
			Man kann sich auf die Aussagen der Mitarbeiter/innen verlassen.	3,95	3,79		
			Bei Fragen oder Problemen fühle ich mich gut beraten.	3,99	3,72		
assurance (Reagibilität, Entgegenkommen)	$\alpha = ,839$	$\alpha = ,821$	Auf meine Anliegen wird schnell reagiert.	3,92	3,69	4,05 (202)	3,806 (872)
			Die Mitarbeiter/innen wirken auf mich freundlich.	4,25	3,99		
			Bei Problemen erhalte ich eine angemessene Unterstützung.	3,99	3,74		
tangibles (Ausstattung)	$\alpha = ,899$	$\alpha = ,828$	Die angebotenen technischen Services entsprechen meiner Einschätzung nach dem aktuellen Stand der Technik.	3,72	3,6	3,66 (115)	3,596 (708)
			Das ZIM setzt auf innovative Technologien.	3,57	3,67		
			Die vom ZIM zur Verfügung gestellten Supportleistungen sind für meine Anforderungen genau richtig.	3,67	3,52		
empathy (Einfühlungsvermögen)	$\alpha = ,867$	$\alpha = ,918$	Bei Fragen und Problemen fühle ich mich ernst genommen.	4,1	3,84	4,05 (198)	3,822 (833)
			Bei der Beratung wird auf meine Fragen eingegangen.	4,13	3,92		
			Die Mitarbeitenden können sich auf meine Anforderungen einstellen.	3,91	3,7		
responsibility (Leistungskompetenz)	$\alpha = ,604$	$\alpha = ,660$	Die Mitarbeitenden wirken auf mich kompetent.	4,02	3,76	4,04 (210)	3,687 (917)
			Es ist schon vorgekommen, dass ich falsche oder nicht hinreichende Informationen erhalten habe.	4,06	3,62		

Verwendete 5er-Likert-Skala: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 5 = stimme voll und ganz zu.
* Zur Gleichgerichtetheit der Wertigkeit der Skala wurden die Items der Umfrage 2009 entsprechend recodiert.

Betrachtet man die Gesamtzufriedenheit mit dem ZIM, so lässt sich feststellen, dass 71 % der Befragten sehr (13 %) bzw. eher (58 %) zufrieden mit dem ZIM sind. Dies bedeutet im Gegensatz zum Bereich der Servicequalität eine eindeutige Verbesserung im Verhältnis zum Jahr 2006, in dem nur annähernd die Hälfte (46,8 %) der Befragten sich mit dem ZIM insgesamt zufrieden gezeigt haben. Gleichbleibend ist der nur geringe Anteil von 2 % der Kund/innen, die sehr unzufrieden mit den Dienstleistungen sind.



Stärken und Veränderungswünsche

Zur Unterstützung der Stärken-Schwächen-Analyse wurden am Ende der Befragung zwei offene Fragen gestellt, in denen zum einen nach den Stärken des ZIM und zum anderen nach verbesserungswürdigen Dienstleistungen sowie Veränderungswünschen gefragt wurde.

Stärken

Innerhalb der Frage nach den Stärken des ZIM haben sich innerhalb der insgesamt 360 offenen Nennungen zwei wesentliche Themenfelder herauskristallisiert, einerseits die Mitarbeiter/innen und andererseits die Serviceleistungen des ZIM. In Bezug auf die Beschäftigten wurde mit 84 Nennungen vor allem die Fachkompetenz der Mitarbeiter/innen positiv hervorgehoben. Außerdem sehen die Befragten eine besondere Stärke des ZIM in der Tatsache, Ansprechpartner/innen vor Ort zu haben, wodurch eine gute Erreichbarkeit gewährleistet wird. Ebenfalls häufig genannt wurden die hohe Schnelligkeit in der Bearbeitung von Vorgängen sowie die Freundlichkeit und das Engagement der Mitarbeiter/innen.

Auf der Seite der Serviceleistungen wird von den Befragten vor allem die Vielfältigkeit des (Service-)Angebotes, die gute technische Ausstattung sowie die Möglichkeit der Medienausleihe über die Medien-Servicezentrale hervorgehoben.

Veränderungswünsche

Innerhalb der Frage nach den Veränderungswünschen an das ZIM wurden insgesamt 447 kritische Anmerkungen zu den Dienstleistungen sowie konstruktive Vorschläge zur Verbesserung des Angebotes gemacht, die sich unter sieben Themenfeldern bzw. Servicebereichen subsumieren lassen.

Die folgende Aufstellung gibt einen Überblick über die drei am häufigsten genannten Veränderungswünsche innerhalb der Servicebereiche:

Informationsangebote, Services ▪ übersichtlichere Gestaltung der Internetseiten ▪ schnellere Bearbeitung von Vorgängen (u.a. auch bei der Hotline) ▪ Verbesserung der (Fach-)Kompetenz der Mitarbeiter/innen
E-Mail-Services ▪ Erhöhung der technischen Zuverlässigkeit des E-Mail-Servers ▪ Erhöhung der Performance des Mail-Servers (u.a. aufgrund zu langer Zustellungs- bzw. Versandzeiten von E-Mails) ▪ Verbesserung des Webmail-Portals (z.B. Vergrößerung des Funktionsumfangs)
technische Infrastruktur ▪ Ausbau des WLAN-Netzwerks (Verbesserung der Zuverlässigkeit, Schaffung von größeren Kapazitäten, Verbesserung der Signalqualität insb. am Campus Duisburg) ▪ höhere Zuverlässigkeit des Webserver bzw. Ausbau der Server-Kapazitäten ▪ Ausweitung des Vor-Ort-Services (u.a. durch Aufstockung des Personals)
Studienverwaltung (LSF, HIS-QIS, etc.) ▪ Erhöhung der Zuverlässigkeit und Benutzerfreundlichkeit von LSF ▪ Verbesserung der Zuverlässigkeit und Benutzerfreundlichkeiten von HIS-QIS (Prüfungsanmeldung, Notenspiegel etc.) ▪ einheitliches Startportal für alle Online-Services (Single-Sign-On)
Medien-Servicezentrale ▪ Angebot von aktuellerer Technik in der Medienausleihe ▪ Verbesserung der technischen Ausstattung in den Seminarräumen und Hörsälen ▪ Ausweitung der medientechnischen Betreuung vor Ort
Kursangebote ▪ Ausweitung des Kursangebots ▪ mehr Werbung für das Kursangebot, u.a. um das Zustandekommen der Kursangebote zu erhöhen ▪ stärkere inhaltliche Ausrichtung/Anpassung der Kursangebote an die jeweiligen Zielgruppen
Software ▪ Ausweitung des Angebots auch auf weniger verbreitete Betriebssysteme (Mac OS X, Linux, etc.) ▪ Ausweitung des Softwareangebotes