

# WANTED! Steckbriefe für Lehrveranstaltungen in der Lehr- und Lernplattform L<sup>2</sup>P der RWTH Aachen

**Jens Keulen, Chun Yin Tan, Burcin Boran, Stephanie Hanisch, Hina Khan, Sevin Klunter, Ulrik Schroeder, Harald Jakobs, Vlatko Lukarov & Anne Ludwig (Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen)**

Fachrichtung: Interdisziplinär, Studienphase: Bachelor

*Diese Arbeit beschreibt die Erstellung eines digitalen Steckbriefs für die Lehr- und Lernplattform L<sup>2</sup>P der RWTH Aachen unter Einbeziehung des Konzepts des aus dem Relationship-Marketing kommenden Erwartungsmanagements. Ziel ist die Entwicklung eines ansprechenden, auf die Lehre abgestimmten Informationskonzepts zu RWTH-Lehrveranstaltungen, das die Organisation des Studiums erleichtert. Das Erwartungsmanagement stellt Konzepte zur Strukturierung von Erwartungen und zur Erwartungssteuerung zur Verfügung, die zur Erstellung des Steckbriefs genutzt werden. Die Untersuchung mit einem ersten Prototyp zeigt, dass der Steckbrief gegenüber existierenden Informationssystemen bevorzugt wird. Design, Usability sowie der Inhalt und der sprachliche Stil werden von Studierenden positiv bewertet. Hier zeigt sich allerdings auch noch Verbesserungspotenzial. Aus den Ergebnissen werden Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung des Steckbriefs abgeleitet.*

*Schlagwörter: Steckbrief, E-Learning, Relationship-Marketing, Erwartungsmanagement, Hochschulmarketing.*

## 1 Einleitung

„Schaffe ich das, dieses Semester noch eine zusätzliche Vorlesung zu besuchen, wo die doch so schwer sein soll?“ – Diese Frage haben sich vermutlich viele Studierende im Laufe ihres Studiums gestellt. Im universitären Alltag von Studierenden treten häufig Probleme auf, so wie hier bei der Organisation des Studiums. Ein wesentlicher Aspekt für den erfolgreichen Abschluss eines Studiums in der Regelstudienzeit ist jedoch, dass das Studium gut durchorganisiert ist. Die Organisation betrifft unter anderem die Auswahl der zu besuchenden Lehrveranstaltungen im nächsten Semester.

Die vorliegende Arbeit bezieht sich auf die Situation an der RWTH Aachen. Hier sind die Lehr- und Lernplattform L<sup>2</sup>P sowie der Uni-Organizer CampusOffice wesentliche Bestandteile des Studienalltags. Basierend auf dem aus dem Relationship-Marketing stammenden Erwartungsmanagement zeigt diese Arbeit die Entwicklung eines neuen Informationssystems auf, das in die bestehenden Angebote der RWTH Aachen integriert werden soll. Dieses System ist der Steckbrief, der zukünftig in das L<sup>2</sup>P integriert werden soll. Ziel ist es, einen virtuellen Steckbrief zu gestalten, der für die Studierenden wesentliche Informationen zu deren Lehrveranstaltungen in attraktiver Form bereitstellt.

Diese Arbeit entstand im Rahmen des studentischen EMU-Projekts (ErwartungsManagement@RWTH Aachen University), das den Steckbrief in Kooperation mit dem CiL (Center for Innovative Learning Technologies an der RWTH Aachen) entwickelt. Da das EMU-



Projekt das Ziel hat, Erwartungen gezielter zu steuern und somit Ziele bezüglich der Entwicklung der RWTH Aachen in der Lehre verfolgt, ergeben sich einige Besonderheiten für die Qualität dieser Arbeit. So werden Entscheidungen für die Entwicklung nicht immer streng auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse fundiert, sondern zum Teil heuristisch getroffen und an die Anforderungen und Vorgaben innerhalb der Hochschule angepasst. Diese Arbeit beschreibt die ersten Entwicklungsschritte des Steckbriefs und stellt wesentliche Teile der Ergebnisse der ersten Testphase dar.

## 2 Theoretischer Hintergrund

### 2.1 Die Ausgangssituation an der RWTH Aachen

Im studentischen Alltag sind vor allem zwei Online-Angebote der RWTH Aachen für die Organisation des Studiums von Bedeutung: Die Lehr- und Lernplattform L<sup>2</sup>P und der Uni-Organizer CampusOffice.

Im L<sup>2</sup>P können DozentInnen den Studierenden alle Termine, Materialien und sonstigen lernrelevanten Informationen zur Verfügung stellen und die Veranstaltung verwalten. Möglich sind darüber hinaus (Selbstlern-)Übungsangebote wie E-Tests oder die Nutzung von Kollaborationswerkzeugen wie Foren und Wikis. Die genannten Funktionen können von den DozentInnen nach Bedarf freigeschaltet werden (vgl. L<sup>2</sup>P). Das L<sup>2</sup>P bietet somit die geläufigen Funktionen eines Lernmanagementsystems.

Campus bietet unter anderem ein Vorlesungsverzeichnis an. CampusOffice ist der persönliche Zugang für Studierende zu Campus (vgl. CampusOffice). Hier werden unter anderem Lehrveranstaltungs- und Prüfungsanmeldungen sowie Abmeldungen durchgeführt. Des Weiteren werden hier Informationen zu den Lehrveranstaltungen bereitgestellt wie Zeit, Ort, Inhalte und Ziele (vgl. Campus). Die Informationen werden hier allerdings zum Teil sehr unübersichtlich und unverständlich dargestellt. So ist z.B. bei den DozentInnen -Angaben „Raumvergabe“ als DozentIn eingetragen (vgl. Campus) (Abb. 1). Die Beschreibungen der Lehrveranstaltungen sind meist Texte, die den jeweiligen Prüfungsordnungen entnommen sind und dementsprechend einen eher formellen inhaltlichen und sprachlichen Stil aufweisen. Typisch sind unpersönliche Formulierungen wie „Studierende sollen...“ (Campus-PO). Hier ist zu vermuten, dass Campus zwar den Zweck erfüllt, die Organisation des Studiums zu unterstützen. Insbesondere auf die Bedürfnisse der Zielgruppe der Studierenden ist das System jedoch nicht abgestimmt.



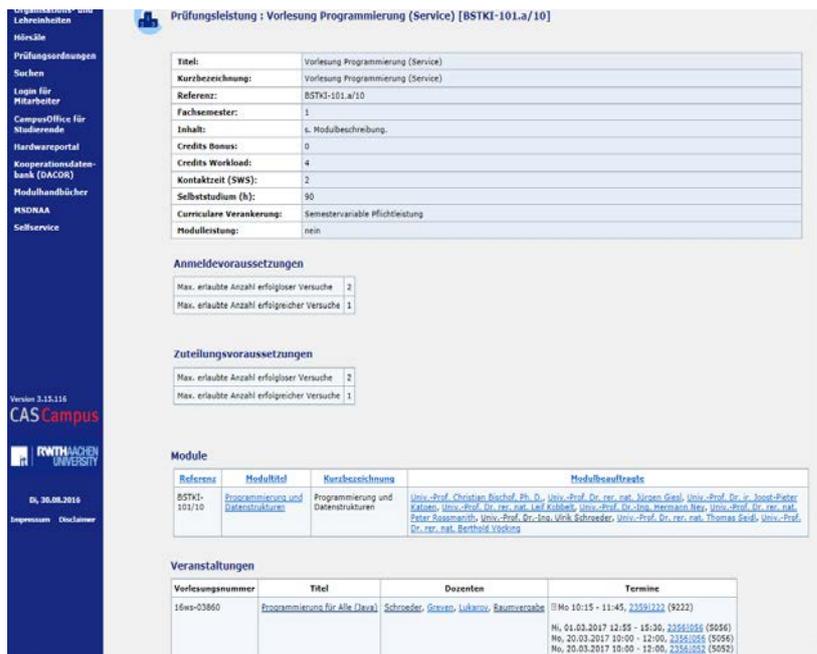


Abb. 1: Die Seite ei  
Das L<sup>2</sup>P wied  
fo“-Seite (Abt



auf der „Kursin-  
L<sup>2</sup>P).

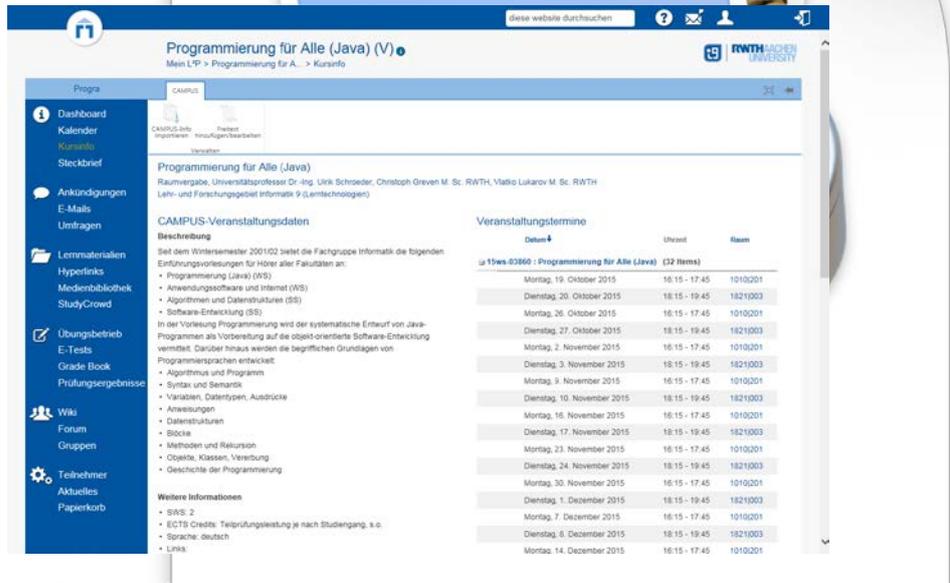


Abb. 2: Die Kursinfo-seite im L<sup>2</sup>P (vgl. L<sup>1</sup>P)

## 2.2 Das Konzept des Erwartungsmanagements

Das Erwartungsmanagement ist ein Instrument des Relationship-Marketings. Es basiert auf dem Confirmation-Disconfirmation-Paradigma. Dieses besagt, dass Kunden ihre Erwartungen an die Leistungen eines Unternehmens mit der wahrgenommenen Qualität der Leistungen des Unternehmens abgleichen. Aus der Abwägung zwischen diesen beiden Größen entsteht beim Kunden Zufriedenheit, wenn die wahrgenommene Leistungsquali-



tät die Erwartungen erfüllt bzw. übererfüllt. Ansonsten ist der Kunde unzufrieden (vgl. Siems/Richter, 2007, S. 1).

Erwartungen lassen sich anhand verschiedener Dimensionen segmentieren: Erstens werden normative Erwartungen und prädiktive Erwartungen unterschieden, d.h. es stehen Erwartungen, wie die Leistung sein soll, gegen solche, wie die Leistung sein wird. Eine zu hohe normative Erwartung, die stark von der prädiktiven abweicht, ist oft nur schwer zu erfüllen und sollte daher durch geeignete Maßnahmen gesenkt werden (vgl. Siems/Richter, 2007, S. 1).

Zweitens wird zwischen Muss-, Soll- und Kann-Erwartungen differenziert, wobei Erstere sich auf Leistungen beziehen, deren Fehlen beim Kunden Unzufriedenheit auslöst. Die Erfüllung dieser Erwartungen führt jedoch nicht zu Zufriedenheit. Mit Kann-Erwartungen verbundene Leistungen führen dagegen bei Erfüllung zu zusätzlicher Zufriedenheit, Nicht-Erfüllung ruft jedoch keine Unzufriedenheit hervor. Soll-Erwartungen stellen eine Mischform der beiden anderen dar. Die Zuordnung zu einem der drei Konzepte kann sich im Zeitverlauf verändern (vgl. Siems/Richter 2007, S. 2). Eine Umfrage des EMU-Projekts, die u.a. das Konzept der Muss- Soll- und Kann-Erwartungen nach Siems/Richter (vgl. 2007, S. 2) untersuchte, stellte beispielsweise fest, dass die Nutzung des 2008 eingeführten L<sup>2</sup>P mittlerweile eine Muss-Erwartung ist (vgl. CiL).

Drittens wird zwischen Potenzial-, Prozess- und Ergebniserwartungen unterschieden. Potenzialerwartungen sind Erwartungen, die sich zum Teil vor der Leistung überprüfen lassen, wie z.B. Räumlichkeiten. Prozesserverwartungen lassen sich erst während der Inanspruchnahme der Leistung bewerten, wie z.B. das Verhalten von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ergebniserwartungen sind erst nach Abschluss der Leistung überprüfbar, wie z.B. der Nutzen eines Zertifikats (vgl. Siems/Richter, 2007, S. 2).

Das Erwartungsmanagement sieht drei verschiedene Maßnahmen-Typen zur Erwartungssteuerung vor: Erstens dient die Erfahrungssteuerung dazu, die Wahrnehmung der Leistung und der Beziehung eines Unternehmens zum Kunden zu steuern (vgl. Richter, 2005, S. 214 ff.). Zweitens liefert die Empfehlungssteuerung die Empfehlungsfundierung, also z.B. einen besonderen Grund für eine Weiterempfehlung, und stimuliert das Empfehlungsverhalten von Kunden offensiv (vgl. Richter, 2005, S. 216ff.). Drittens werden mithilfe der Informationssteuerung implizite Informationen, wie z.B. der Preis, und explizite Informationen, wie z.B. Serviceangebote und Werbeversprechen, kommuniziert (vgl. Richter, 2005, S. 220ff.).

## 2.3 Forschungsfrage und Ziele

Die Frage, die sich hier stellt, ist, inwiefern sich die Organisation des Studiums und die Informationen über Lehrveranstaltungen im Rahmen der Gegebenheiten der RWTH Aachen (L<sup>2</sup>P, CampusOffice) im Sinne des Erwartungsmanagements verbessern lassen. Unter Berücksichtigung der Konzepte des Erwartungsmanagements soll ein digitaler Steckbrief für das L<sup>2</sup>P entwickelt werden. Dieser Steckbrief soll mittelfristig die „Kursinfo“ ersetzen können. Zudem soll er aufgrund seiner Orientierung am Erwartungsmanagement gezielter auf die Bedürfnisse von Studierenden eingehen können und somit in Umfang und Art der Informationsdarstellung den bestehenden Systemen überlegen sein. Ziel



ist es, den Steckbrief so zu gestalten, dass er gegenüber der Kursinfo und CampusOffice bevorzugt wird.

Der Steckbrief soll die Defizite des Campus-Systems ausgleichen und somit eine übersichtliche, verständliche und inhaltlich wie sprachlich ansprechende Darstellung der Lehrveranstaltungen bieten: Die Studierenden sollen das Design, die Usability, die inhaltliche Darstellung und den sprachlichen Stil positiv bewerten.

### 3 Methode

Um den Prototypen des Steckbriefs für diese Arbeit zu erstellen, waren mehrere Vorstudien erforderlich. Die Vorstudien werden nachfolgend kurz vorgestellt. Anschließend werden die Erstellung des Steckbriefs sowie das Untersuchungsdesign dargestellt.

#### 3.1 Die Inhalte des Steckbriefs

Wesentlich für das Konzept des Steckbriefs sind die Kategorien und die darin angeführten Inhalte. Um ein grobes Konzept für den Steckbrief zu entwickeln, wurde eine Recherche in öffentlich zugänglichen Kursbeschreibungen der zehn besten Universitäten des Shanghai-Rankings durchgeführt (vgl. Shanghai-Ranking). Die gefundenen Überschriften in den Kursbeschreibungen wurden ins Deutsche übersetzt und unter Oberbegriffen zusammengefasst. Einige weitere mögliche Überschriften wurden durch Brainstorming durch das EMU-Projekt hinzugefügt. Auf einem Fragebogen wurden die Kategorien und die zugeordneten Überschriften eingefügt. Die Probanden sollten Überschriften, die ihrer Meinung nach in eine andere Kategorie gehören, verschieben, fehlende Überschriften einfügen und überflüssige durchstreichen. Außerdem sollten die Kategorien entsprechend ihrer Wichtigkeit gerankt werden. An dieser Vorstudie nahmen insgesamt 30 Personen teil, die zufällig in einem Hörsaalgebäude ausgewählt wurden. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für die inhaltliche Strukturierung des Steckbriefs. Als Kategorien ergaben sich mit absteigender Wichtigkeit: 1. Prüfungen, 2. Ort und Zeit, 3. Rahmenbedingungen, 4. Inhalte, 5. Ansprechpartner, 6. Materialien, 7. E-Test, 8. Ziele, 9. Dozent/in, 10. Links, 11. Empfehlungen, 12. Umfragen.

#### 3.2 Die Struktur des Steckbriefs

In einer weiteren Vorstudie wurde untersucht, wie die Informationen im Steckbrief innerhalb einer Kategorie strukturiert werden sollen. Zwei Konzepte wurden diskutiert: Das erste basiert auf einer Seite, die nur die Überschriften auflistet. Diese können angeklickt werden, wodurch die Unterseite mit dem zugehörigen Text/Inhalt geöffnet wird. Ein „Scroll“-Balken wurde in diesem Konzept vermieden. Durch einen „Zurück“-Button wird auf die obere Ebene zurückgeführt. Das zweite Konzept fasst alle Überschriften und die zugehörigen Texte/Inhalte der entsprechenden Kategorie auf einer Seite zusammen. Ein „Scroll“-Balken war aufgrund der Seitenlänge erforderlich. Für beide Konzepte wurde ein PowerPoint-Prototyp auf der Grundlage des L<sup>2</sup>P-Designs erstellt, wobei der Prototyp Informationen zu einer fiktiven Vorlesung präsentierte. In einem Hörsaalgebäude wurden 18



Studierende zur Teilnahme an der Studie angeworben, die dort in einem Seminarraum stattfand. Der Zweck der Studie wurde den Probanden nicht mitgeteilt. Die Probanden bekamen zuerst die Aufgabe, mehrere Informationen zu recherchieren. Anschließend mussten sie den auf den Steckbrief angepassten Usability-Fragebogen des CiL ausfüllen. Die Ergebnisse zeigten, dass das zweite Konzept als besser bewertet wurde.

### 3.3 Die Icons für die Kategorien des Steckbriefs

Die Startseite des Steckbriefs soll mehrere Icons umfassen, die die Inhalte der verknüpften Unterseiten symbolisieren. Der Vordergrund soll weiß, der Hintergrund farbig sein. Für eine Vorstudie wurden zuerst passende Icons aus einer allgemeinen Iconsammlung des CiL ausgewählt sowie zusätzlich eigene Icons entworfen. Pro Kategorie wurden zwölf Icons in den Fragebogen der Studie eingebaut und darunter eine Leiste mit Farben des Corporate Designs der RWTH Aachen eingefügt (vgl. Corporate Design). Abb. 3 stellt eine Seite des Fragebogens dar. Die Probanden konnten für jede der zwölf Steckbrief-Kategorien jeweils bis zu drei passende Icons und Farben auswählen. Der Fragebogen wurde in einem Hörsaalgebäude an insgesamt 40 Befragte verteilt. Nach der Auswertung wurde jeder Kategorie das am häufigsten ausgewählte Icon und die häufigste Farbe zugeordnet. Bei Überschneidungen wurde heuristisch entschieden. Anschließend wurden die Icons in der entsprechenden Farbe erstellt und an das Design des L<sup>2</sup>P angepasst.

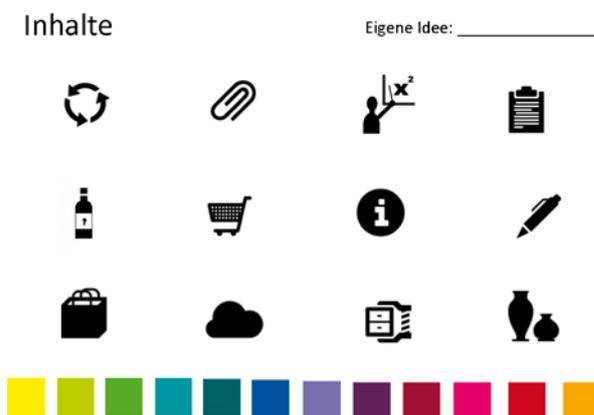


Abb. 3: Eine Seite des Fragebogens der Icon-Vorstudie.

### 3.4 Die Erstellung des Steckbriefs

Auf der Basis der Vorstudien und der theoretischen Grundlagen wurde der Steckbrief-Prototyp für diese Arbeit erstellt. Die nachfolgende Beschreibung stellt das allgemeine Steckbrief-Konzept dar. In den einzelnen Steckbriefen wurden nicht alle Punkte umgesetzt, da die konkrete Steckbriefgestaltung von den Anforderungen der jeweiligen Lehrveranstaltung abhängig war.

Nachfolgend wird auf wesentliche Verknüpfungen des Steckbriefs mit der Erwartungsmanagement-Theorie eingegangen: Entsprechend dem Konzept der Empfehlungssteuerung



werden im Steckbrief Empfehlungen von Studierenden früherer Semester integriert. Unter die Erfahrungssteuerung mit der untergeordneten Leistungs- und Beziehungssteuerung fallen folgende Konzepte: Ein Serious Game/E-Test zu den Inhalten der Veranstaltung, sowie eine Umfrage zu Themenwünschen werden angeboten (Leistungssteuerung). Informationen zu AnsprechpartnerInnen zur Veranstaltung sowie Informationen zum Profil der/des DozentIn werden zur Verfügung gestellt (Beziehungssteuerung). Im Rahmen der Informationssteuerung werden zahlreiche Informationen bereitgestellt: Die Kategorie „Zeit und Ort“ bedient die Potenzialerwartungen, indem sie z.B. ein Bild des Hörsaals darstellt. Die Kategorien „Inhalte“ und „Prüfung“ bedienen die Prozessenerwartungen. Die Kategorie „Ziele“ steuert die Ergebniserwartungen. Die DozentInnen können zudem positive Besonderheiten ihrer Veranstaltung im Sinne einer Kann-Erwartung herausstellen. So kann bei den Studierenden die Begeisterung für die Veranstaltung geweckt bzw. gesteigert werden (vgl. Siems/Richter, 2007, S. 2). Tabelle 1 stellt die wesentlichen Informationen im Steckbrief, sowie in Campus und der Kursinfo dar.

Campus	L <sup>2</sup> P-Kursinfo	Steckbrief
Termine	Termine	Termine
Inhalte	Inhalte	Inhalte
Literatur	Literatur	Literatur + Materialien
Bemerkungen	Bemerkungen	Rahmenbedingungen
Prüfung	Prüfung	Prüfung + Beispielaufgaben
Hörsaal	Hörsaal (Link zu Campus)	Hörsaal + Bild + Karte (geplant)
Fristen		Fristen
Lernziele		Lernziele + Berufsrelevanz
DozentIn		DozentIn mit Profil
		Ansprechpartner
		E-Test + Serious Game
		Umfragen
		Empfehlungen
		Links

Tabelle 1: Vergleich von Campus, L<sup>2</sup>P-Kursinfo und Steckbrief (vgl. Campus, vgl. L<sup>2</sup>P)



Im Steckbrief sind diverse mediale Darstellungsformen möglich. So können neben Texten, Tabellen und Bildern auch Videos integriert werden. Der Steckbrief spricht seine Leser persönlich an („Du“/“Sie“). Abb. 4 stellt die Startseite des Steckbriefs dar.

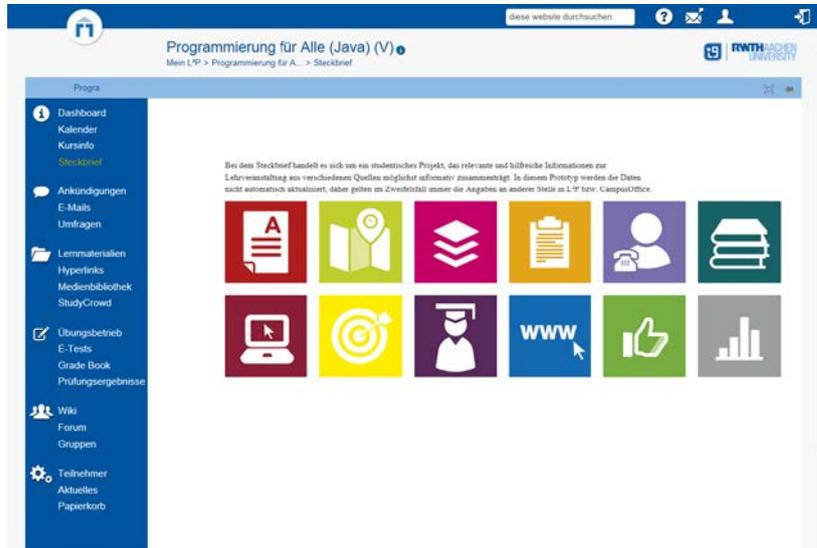


Abb. 4: Die Startseite des Steckbriefs (vgl. L<sup>2</sup>P).

### 3.5 Erhebung und Auswertung

Es wurden Steckbriefe für insgesamt sieben Lehrveranstaltungen erstellt. Die verantwortlichen DozentInnen wurden gebeten, den Steckbrief in ihrer Veranstaltung zu bewerben; wobei ihnen dies freigestellt blieb. Nach Ende der Vorlesungszeit wurde an die Studierenden eine E-Mail mit dem Link zur Umfrage und der Bitte zur Teilnahme verschickt. Der Fragebogen wurde als Online-Fragebogen mit EvaSys, dem Umfragetool zur Lehrevaluation der RWTH, erstellt und ausgewertet (vgl. EvaSys).

## 4 Ergebnisse

An der Umfrage nahmen 74 Personen teil, 32 von diesen haben den Steckbrief gelesen. Die nachfolgend vorgestellten Items wurden nur von den Personen bewertet, die den Steckbrief gelesen haben.

Die ersten zwei Items besitzen eine bipolare 6er-Skala (Beschriftung: 1-bevorzugen, 6-nicht bevorzugen). In Bezug auf das Fragebogen-Item „Den Steckbrief würde ich im Vergleich zu CampusOffice bevorzugen/nicht bevorzugen“ [a] ergab sich  $M=2,7$  ( $SD=1,7$ ). Für das Item „Den Steckbrief würde ich im Vergleich zur Kursinfo im L<sup>2</sup>P bevorzugen/nicht bevorzugen“ [b] ist  $M=2,9$  ( $SD=1,7$ ).

Alle nachfolgenden Items besitzen ebenfalls eine bipolare 6er-Skala (Beschriftung: 1-trifft voll zu, 6-trifft überhaupt nicht zu). Das Konstrukt Design setzt sich aus den Items „Die Bedeutungen der Icons sind verständlich“ [c] ( $M=2,9$ ,  $SD=1,6$ ), „Die Benutzeroberfläche



der Steckbriefseiten ist angenehm“ [d] (M=2,3, SD=1,3), „Ich mag die Benutzeroberfläche der Steckbriefseiten“ [e] (M=2,6, SD=1,7), „Das Design des Steckbriefs ist angenehm“ [f] (M=2,4, SD=1,5), „Das Design des Steckbriefs ist übersichtlich“ [g] (M=2,7, SD=1,7) und „Mir gefällt die Integration des Steckbriefs in L<sup>2</sup>P“ [h] (M=2,6, SD=1,4) zusammen.

Zum Konstrukt „Usability“ gehören die Items „Es ist einfach, den Steckbrief zu nutzen“ [i] (M=2,0, SD=1,4) und „Der Steckbrief erleichtert die Informationsbeschaffung“ [j] (M=2,1, SD=1,2).

Das Konstrukt „Inhalt“ besteht aus den Items „Die Inhalte des Steckbriefs sind für mich relevant“ [k] (M=2,6, SD=1,5) und „Ich fühle mich beim Lesen der Informationen angesprochen“ [l] (M=2,6, SD=1,2).

Das Konstrukt „sprachlicher Stil“ umfasst die Items „Ich fühle mich durch den sprachlichen Stil informierter als bei anderen Informationssystemen“ [m] (M=2,8, SD=1,5) und „Ich fühle mich durch den sprachlichen Stil persönlicher angesprochen als bei anderen Informationssystemen“ [n] (M=3,1, SD=1,7).

## 5 Diskussion

Die TeilnehmerInnenzahl der Umfrage ist sehr niedrig. Dies schränkt die Möglichkeit der Verallgemeinerung der Ergebnisse ein. Eine Ursache hierfür besteht darin, dass der Fragebogen erst zum Ende der Vorlesungszeit fertiggestellt wurde und somit eine Erhebung mit Papier-Fragebogen im Hörsaal nicht mehr möglich war. So blieb nur die Online-Befragung als Möglichkeit. Diese musste dann in der Klausurphase stattfinden. Generell sollte der Steckbrief bzw. Umfragen zu diesem zukünftig besser kommuniziert werden.

Die vorliegenden Ergebnisse bestätigen jedoch das Konzept des Steckbriefs. Der Steckbrief wird sowohl gegenüber CampusOffice [a], als auch gegenüber der L<sup>2</sup>P-Kursinfo [b] bevorzugt. Hier sind in der nächsten Testphase die genauen Ursachen zu untersuchen. Das Design des Steckbriefs wird als angenehm [d,e,f] und übersichtlich [g] wahrgenommen, wobei sich bezüglich der Übersichtlichkeit ein gewisses Verbesserungspotenzial zeigt. Um das Design noch ansprechender zu gestalten, könnte beispielsweise auf der Startseite des Steckbriefs ein Bild integriert werden, das einen lehrveranstaltungsspezifischen Inhalt darstellt. Auch die weitere Gestaltung der Icons ist zu erwägen, obwohl sie weitestgehend verständlich [c] sind. Die Integration im L<sup>2</sup>P findet ebenfalls Zustimmung [h]. Inwiefern der Steckbrief tatsächlich in Verbindung mit anderen Funktionen des L<sup>2</sup>P genutzt wird, muss in einer weiteren Studie untersucht werden. Besonders positiv fallen die Ergebnisse bezüglich der Usability aus: Der Steckbrief ist einfach zu nutzen [i] und erleichtert den Studierenden die Informationsbeschaffung [j]. Eine weitere Verbesserung der Usability ist jedoch denkbar: So könnten auf jeder Seite alle Icons sichtbar sein, wobei das Icon der gewählten Kategorie besonders hervorgehoben ist. Dies würde zumindest die Anzahl der erforderlichen Klicks reduzieren. Die Inhalte des Steckbriefs werden ebenfalls positiv bewertet: Die Informationen werden als relevant [k] und ansprechend [l] betrachtet. Hier ist zukünftig zu untersuchen, inwiefern sich diese Ergebnisse auf den Mehrwert der Informationen bzw. die bessere Darstellung dieser zurückführen lassen, insbesondere, um Empfehlungen für DozentInnen zur Gestaltung von Steckbriefen zu entwickeln. Da die getesteten Steckbriefe individuell mit den zuständigen DozentInnen erstellt wurden,



wäre bei größerer TeilnehmerInnenzahl eine Betrachtung der einzelnen Steckbriefe sinnvoll gewesen, um festzustellen, ob die positive Bewertung der Inhalte am einzelnen Steckbrief oder am Konzept des Steckbriefs liegt. Ähnliches gilt auch für den sprachlichen Stil: Dieser wird im Verhältnis zu den anderen Konstrukten nicht so positiv bewertet. Er trägt nicht so sehr zu einer persönlicheren Ansprache [n] und besseren Information [m] bei. Die Ursache könnte hier auch wieder im einzelnen Steckbrief zu suchen sein, zumal die Steckbriefe entweder auf Deutsch oder Englisch verfasst wurden. Zur genaueren Untersuchung des sprachlichen Stils muss eine Vergleichsstudie inhaltlich identischer Steckbriefe mit persönlicher bzw. nicht persönlicher Ansprache durchgeführt werden.

## 6 Ausblick

Der Steckbrief basiert auf dem Konzept des Erwartungsmanagements. Es ist zwar zu vermuten, dass dies zu der besseren Bewertung des Steckbriefs gegenüber anderen Systemen geführt hat. Dies muss aber in der nächsten Testphase explizit überprüft werden. Die vorliegenden Ergebnisse zeigen Verbesserungspotenziale bezüglich der Gestaltung des Steckbriefs auf, die in der weiteren Entwicklung genutzt werden müssen. Langfristiges Ziel ist es, die Kursinfo durch den Steckbrief zu ersetzen. In dieser Testphase waren beide Systeme parallel aktiviert, in der nächsten Testphase sollte zumindest bei einigen Lehrveranstaltungen nur noch der Steckbrief aktiv sein. In jedem Fall sind Redundanzen zu vermeiden, da sie für DozentInnen mehr Arbeit bedeuten und für Studierende die Gefahr widersprüchlicher Informationen erhöhen. Das Ziel ist ein ansprechender und informativer digitaler Steckbrief, der die Organisation des Studiums erleichtert und auf die Bedürfnisse von DozentInnen und vor allem von Studierenden eingeht.

## 7 Literatur

Richter, M. (2005). „Dynamik von Kundenerwartungen im Dienstleistungsprozess: Konzeptionalisierung und Befunde“, 1. Auflage, Wiesbaden.

Siems, F., Richter, M. „Erwartungsmanagement – ein neuer Ansatz zum Management von Kundenbeziehungen“, Pidas News (2007), 1, S. 1-3.

Campus. „RWTH Aachen Campus: Prüfungsleistung“: <https://www.campus.rwth-aachen.de/rwth/all/abstractevent.asp?object=abstractmodule&gguid=ox755E45AEDF582F43BB2567B9BAFD94E4&objguid=ox36558C156CF53445B5D90C68DE9E4B3B&tguid=oxB3C73468FB6C6543BFB1432F93DF8DF1>, abgerufen am 30.8.2016.

Campus-PO. „RWTH Aachen Campus: Prüfungsordnungsbeschreibung“: <https://www.campus.rwth-aachen.de/rwth/all/examRule.asp?gguid=ox64441E110C6B404FB8A1A60E68BAD018&tguid=oxB3C73468FB6C6543BFB1432F93DF8DF1>, abgerufen am 30.8.2016.

Campus Office. „Campus Office“: <https://www.campus.rwth-aachen.de/office/default.asp?sec=session>, abgerufen am 30.8.2016.

CiL: „Center for Innovative Learning Technologies an der RWTH Aachen“: <http://www.cil.rwth-aachen.de/projekte/>, abgerufen am 30.8.2016.



Corporate Design. "Corporate Design": <http://www.rwth-aachen.de/cms/root/Die-RWTH/Einrichtungen/Verwaltung/Stabsstellen/Marketing/~eqbm/Corporate-Design/>, abgerufen am 30.8.2016.

EvaSys. "Studentische Lehrveranstaltungsbeurteilung": <http://www.rwth-aachen.de/cms/root/Studium/Lehre/Lehre/Qualitaetsmanagement-Instrumente/~bjom/Studentische-Lehrveranstaltungsbeurteilung/>, abgerufen am 30.8.2016.

L<sup>2</sup>P. "L<sup>2</sup>P Lehr- und Lernplattform der RWTH Aachen": <https://www3.elearning.rwth-aachen.de/SitePages/Start.aspx>, abgerufen am 30.8.2016.

Shanghai-Ranking. "Academic Ranking of World Universities": <http://www.shanghairanking.com/>, abgerufen am 30.8.2016.

