

Ein Blog für das Beschwerdemanagement
an Hochschulen:
Determinanten der Nutzungsabsicht

Yvonne Gaedke
Susanne Robra-Bissantz

Veröffentlicht in:
Multikonferenz Wirtschaftsinformatik 2012
Tagungsband der MKWI 2012
Hrsg.: Dirk Christian Mattfeld; Susanne Robra-Bissantz



Braunschweig: Institut für Wirtschaftsinformatik, 2012

Ein Blog für das Beschwerdemanagement an Hochschulen: Determinanten der Nutzungsabsicht

Yvonne Gaedke, Susanne Robra-Bissantz

TU Braunschweig, Institut für Wirtschaftsinformatik, Abteilung Informationsmanagement,
38106 Braunschweig, E-Mail: {y.gaedke|s.robra-bissantz}@tu-braunschweig.de

Abstract

Seit Februar 2009 setzt die Technische Universität Braunschweig als erste Hochschule im deutschsprachigen Raum einen Blog zum Beschwerdemanagement ein. Bisher zeigen sich die Mitarbeiter nur wenig motiviert, freiwillig an der Diskussion mitzuwirken. Dieser Beitrag soll einen Beitrag zur Untersuchung der Determinanten der Nutzungsabsicht liefern. Zu diesem Zweck wird ein Forschungsmodell vorgestellt, das die Nutzungsabsicht als abhängige Variable erklärt. Dafür werden zunächst basierend auf Forschung zur Nutzerakzeptanz, Determinanten der Nutzungsabsicht identifiziert. Mit Hilfe eines auf der vorangegangenen Literaturrecherche erstellten Interviewleitfadens, werden 17 Mitarbeiter zu möglichen Einflussfaktoren befragt. Die Auswertung führt zur Extraktion folgender acht Determinanten: Einstellung, sozialer Einfluss, Vertrauen, relativer Vorteil, Ergebniserwartung, Rollenunklarheit, Selbstwirksamkeit und Angst.

1 Einleitung

Durch die Einführung von Studiengebühren und den zunehmenden, transparenteren Vergleich der nationalen und internationalen Universitäten, wachsen auch die Ansprüche und Wünsche der Studenten gegenüber den Universitäten [12]. Es ist daher notwendig, auf dieses Bedürfnis der Studenten einzugehen, und ihnen eine Plattform zu bieten, auf der sie ihre Beschwerden und Ideen äußern können und sie dadurch in den Verbesserungsprozess zu integrieren [27]. Gleichzeitig muss ein geeignetes Beschwerdemanagement kontrollieren, dass die eingegangenen Beiträge auch bearbeitet werden. Eine Möglichkeit ist der Einsatz eines Blogs. Innerhalb eines hBlogs können Studenten vorgebrachte Vorschläge, Probleme und Kritiken diskutieren und werden mit benötigten Informationen versorgt [23]. Studenten werden somit am Prozess der Lösungsfindung beteiligt. Die steigenden Ansprüche der Studenten haben sich auch an der TU Braunschweig bestätigt. Studenten forderten im Zuge der Einführung der Studiengebühren eine zentrale Beschwerdestelle [10]. Als Reaktion darauf schuf die Universität die Stelle des Beschwerdemanagers und seit Februar 2009 werden Probleme, Ideen und Lob von Studenten auf einem dafür programmierten moderierten Blog öffentlich diskutiert. Das Blog trägt den Namen

Sag's uns¹. Das generelle Ziel von Sag's uns ist die Verbesserung der Kommunikation und des Informationsaustausches innerhalb der Universität, also auch unter den unterschiedlichen Einrichtungen und Institutionen. Sag's uns ist eine Plattform, die Wissen zur Verfügung stellt, das sonst nirgendwo gespeichert oder formuliert wird. Gute Ideen und Lösungen können dann von anderen Einrichtungen und Institutionen gegebenenfalls übernommen werden. Essenziell hierfür ist, dass überhaupt eine Diskussion zwischen den Beteiligten entsteht. Während Studierende das Blog bereits sehr aktiv nutzen, gibt es nur wenige Mitarbeiter, die sich freiwillig im Blog engagieren. Die Mehrheit schreibt nur etwas, wenn sie direkt dazu von dem Moderator aufgefordert wird. Die fehlende Absicht der Mitarbeiter, sich an der Diskussion im Sag's uns zu beteiligen, ist für den Erfolg des Sag's uns-Blogs kritisch, da sonst wichtige Meinungen verloren gehen können. Folglich ist es von Bedeutung, dass Mitarbeiter zur Teilnahme am Sag's uns motiviert werden. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, Determinanten zu identifizieren, die die Nutzungsabsicht der Mitarbeiter erklären. Venkatesh et al. 2003 [26] zeigen, dass die Absicht ein System oder eine Innovation zu nutzen, ein klares Indiz für das tatsächliche Nutzungsverhalten darstellt. Da es bisher nur sehr wenige Mitarbeiter gibt, die Sag's uns tatsächlich nutzen, ist es schwierig, das tatsächliche Nutzungsverhalten zu messen. Daher liegt der Fokus der Untersuchung auf der Erklärung der abhängigen Variable Nutzungsabsicht. Im Bereich Beschwerdemanagement wird zunehmend die unternehmerische Relevanz von Blogs diskutiert und reflektiert [23], allerdings finden sich in der Literatur bisher kaum Erkenntnisse zur Absicht von Mitarbeitern, Web-2.0-Technologien im Beschwerdemanagement zu nutzen. Deshalb soll die vorliegende Analyse einen Beitrag zur Beantwortung der folgenden Forschungsfrage liefern:

“Welche Determinanten beeinflussen die Absicht von Mitarbeitern das Sag's uns-Blog zu nutzen?”

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage werden zuerst mögliche Determinanten der Nutzungsabsicht der Mitarbeiter aus der Literatur zur Akzeptanzforschung identifiziert. Anschließend werden 17 Mitarbeiter zu den gefundenen Determinanten mit Hilfe eines Leitfadens befragt. Die Ergebnisauswertung führt zur Formulierung von Hypothesen und zu einem theoretischen Forschungsmodell (vgl. Bild 1), das die Nutzungsabsicht (der Mitarbeiter am Sag's uns Blog mitzuwirken) als abhängige Variable erklärt.

2 Forschungskontext: Das Sag's uns-Blog

Das Beschwerdeblog *Sag's uns* wird durch den Beschwerdemanager der Universität moderiert. Studierende können hier freiwillig ihre Anliegen beitragen und zur Diskussion stellen. Dabei haben sie die Möglichkeit zu entscheiden, ob ihr Beitrag veröffentlicht werden soll und wenn ja, ob er mit Namen oder anonym veröffentlicht wird. Das Ziel dieser Funktion ist, dass Studenten die Angst vor möglichen Konsequenzen verlieren. Die Aufgabe des Moderators ist es, den Beitrag zu lesen und diesen dann, wenn der Student dies wünscht, zu veröffentlichen. Gleichzeitig ist er verantwortlich für die Initialisierung und Überwachung des Prozesses der Beschwerdebearbeitung. Er leitet die Beschwerde an einen geeigneten Ansprechpartner innerhalb der Universität weiter und überprüft, ob dieser sich der Lösung des Problems annimmt. Das bedeutet, er wird von dem Moderator direkt zur Diskussion eingeladen und um eine Antwort gebeten. Wenn es sich um einen nicht veröffentlichten Beitrag handelt, wird die Beschwerde durch den Mitarbeiter intern ohne öffentliche Diskussion beantwortet. Die öffentliche Diskussion der Beiträge soll dazu

¹ <http://www.tu-bs.de/sagsuns>

führen, dass Studierende in Kooperation mit den verantwortlichen und interessierten Mitarbeitern über die Kommentarfunktion diskutieren und bestehende Probleme lösen [10]. So werden Kontexte geschaffen und das vorhandene Wissen der Mitglieder der Universität wird artikuliert und für alle verfügbar [20]. Es ist erwünscht, dass der Moderator nicht erst nach einem geeigneten Ansprechpartner suchen muss, sondern, dass Mitarbeiter die Absicht verfolgen sich freiwillig in die Diskussion einschalten.

3 Theoretischer Hintergrund

Die Literaturrecherche zeigt, dass eine Reihe an Forschern Determinanten der Nutzungsabsicht betrachten. Tabelle 1 fasst die Ergebnisse der Literaturrecherche zusammen.

Determinante	Definition
a) Angst	„evoking anxious or emotional reaction when it comes to performing a behavior“ [26], S. 432
b) Einfachheit der Nutzung	„degree to which an innovation is perceived as being difficult to use“ [18], S.195
c) Einstellung gegenüber dem Nutzungsverhalten	„an individual positive or negative feeling about performing the target behavior [10], S.216
d) Wahrgenommener Relativer Vorteil	“is the knowledge contributor’s cognition of likely advantages and benefits that knowledge sharing behavior will produce and return to him or her” [5], S.228
e) Rollenunklarheit	“lack of specificity and predictability for an employee’s job or role functions and responsibility” [24], S.870
f) Selbstwirksamkeit	„judgment of one’s ability to use a technology (e.g. computers) to accomplish a particular job or task“[26], S.432
g) Selbstwirksamkeit Wissensaustausch	“degree of member’s self-evaluation and confidence in their skills and capabilities in responding questions posted by others, and to provide knowledge that is valuable and useful “[5], S.228
h) Soziale Faktoren	„an individual’s internalization of the reference group’s subjective culture and specific interpersonal agreements that the individual has made with others ins specific social situations“ [25], S. 126
i) Subjektive Norm	„person’s perception that most people who are important to him think he should not perform the behavior in question“ [10], S.302
j) Image	“degree to which use of an innovation is perceived to enhance one’s image or status in one’s social system“[18], S.195
k) Ergebniserwartung	“The performance related consequences of the behavior. Specifically performance expectations deal with job related outcome“ [6] zitiert nach [26], S.432
l) Wahrgenommene Kompatibilität	“degree to which encouraging knowledge sharing was perceived to fit the value system and current needs of members” [5], S.228
m)Wahrgenommene Einfachheit der Bedienung	„degree a person believes that using a particular system would be free of effort“ [7], S. 320
n) Wahrgenommene Nützlichkeit	„degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or job performance“ [7], S. 320
o) Komplexität	„degree to which an innovation is perceived as relatively difficult to understand and use“ [25], S.128
p) Erleichternde Konditionen	„objective factors in the environment that observers agree make an act easy to, including the provision of computer support“ [25], S.129

Tabelle 1: Übersicht der Determinanten aus der Literaturrecherche

4 Methodisches Vorgehen

Zwar finden sich einige Faktoren, die auf die Nutzungsabsicht wirken, aber es gibt keine Theorien, die die Nutzungsabsicht von Web-2.0-Technologien im Beschwerdemanagement genau erklären. Hier steht die Forschung am Anfang. Für wenig erforschte Bereiche, wie im vorliegenden Fall, empfiehlt es sich, das zu untersuchende Phänomen zuerst explorativ zu analysieren, um so bisher unberücksichtigte Faktoren zu entdecken und sie ausführlich zu beschreiben [14]. Experteninterviews eignen sich insbesondere zur Bestätigung von relevanten Faktoren und zur Erkundung von Faktoren, die sonst unentdeckt bleiben könnten [17]. Ein auf Grundlage der Literaturrecherche (vgl. Tab. 1) erstellter Leitfaden soll dazu beitragen, dass alle vermuteten Faktoren abgefragt werden und die Interviews untereinander vergleichbar sind. Zur Abfrage der Nutzungsabsicht sollte sichergestellt sein, dass die Befragten sich mit dem Blog auskennen und schon Erfahrungen mit dem Schreiben eines Beitrages gemacht haben. So sollen die wahren Determinanten der Nutzungsabsicht, herausgefunden werden. 17 der ermittelten 30 potenziellen Interviewpartner erklären sich zur Teilnahme an einem Einzelgespräch bereit. Ein Interview dauert im Schnitt 35 Minuten und die Fragen werden offen gestellt. Durch verstehendes Nicken, Lachen, Zustimmung sowie durch Wiederholen von zuletzt Gesagtem wird versucht, den Erzählfluss des Interviews aufrecht zu erhalten [13]. Die Studie folgt einem zirkulären Verlauf: Jedes Interview wird sofort ausgewertet und die Fragen werden für das darauffolgende Interview angepasst [28]. Die finale Auswertung der Daten führt anschließend zur Formulierung von Hypothesen, die als Grundlage für ein theoretisches Forschungsmodell (vgl. Bild 1) dienen. Die aufgezeichneten Interviews werden fast (Füllwörter und namentliche Erwähnungen werden gelöscht) wortgetreu transkribiert [20] und mit Hilfe des für qualitative Analysen entwickelten Programms „MAXQDA“ ausgewertet. Die Literatur schreibt keine eindeutige Vorgehensweise zur Kategorienbildung vor. Zur Datenreduktion wird in Anlehnung an die Methode der zusammenfassenden Inhaltsanalyse von Mayring 1995 folgendes schrittweises Vorgehen gewählt [20], S. 96:

- 1. Paraphrase:** Textbestandteile, die bedeutungsgleich oder nicht inhaltstragend sind, werden gelöscht. Dann erfolgt eine erste Einordnung zu einer Kategorie.
- 2. Generalisierung:** Die zu einer Kategorie zugeordneten Paraphrasen werden auf einem Abstraktionsniveau verallgemeinert. Der direkte Bezug zu den untersuchenden Annahmen muss weiterhin hergestellt werden können und alle interessanten Inhalte erhalten bleiben.
- 3. Erste und zweite Reduktion:** Bei der ersten Reduktion gehen nur zentral wichtig erscheinende Paraphrasen in die Reduktion mit ein. Bei Unsicherheiten bezüglich der Zuordnung zu einer Kategorie wird auf das Vorwissen aus der vorangegangenen Literaturanalyse zurückgegriffen (vgl. Tab.1). Die zweite Reduktion führt zu einer Bündelung von ähnlichen oder zusammenhängenden Paraphrasen zu einer einheitlichen Aussage. Auch hier stützt man sich bei Unsicherheiten auf theoretische Vorkenntnisse. Diese Methode der Datenreduktion wird gleichzeitig von zwei unabhängigen Personen durchgeführt, und anschließend werden die entstandenen Reduktionen miteinander verglichen, diskutiert und vereinheitlicht. So wird versucht, die Subjektivität der Ergebnisse von qualitativen Studien zu minimieren. Die so gebildeten Reduktionen können dann als das finale Kategoriensystem verstanden werden. Dies basiert auf der theorie- und regelgeleiteten Analyse [19], da gefundene Reduktionen immer wieder mit bestehenden Faktoren aus dem aktuellen Stand der Forschung verglichen und gegebenenfalls übernommen werden.

5 Auswertung und Hypothesenbildung

Im Folgenden werden die Auswertungsergebnisse aus der qualitativen Analyse detailliert dargestellt und Hypothesen, die dann zu dem entwickelten Forschungsmodell (vgl. Bild 1) führen, formuliert. Die Probanden bestätigen in den Interviews, dass die Faktoren a-k (vgl. Tab. 1), jedoch nicht Faktoren l-p (vgl. Tab. 1) auf ihre Nutzungsabsicht wirken. Deshalb werden für die Formulierung der Hypothesen nur die Faktoren a-k betrachtet. Dabei wird versucht, die Herleitung der Hypothesen zuerst basierend auf Ergebnissen aus der bestehenden Theorie zu formulieren, um anschließend anhand der Aussagen der Experten zu zeigen, inwieweit der Faktor sich durch das Interview bestätigt hat.

5.1 Nutzungsabsicht

Inwieweit Personen die Absicht verfolgen, neue Technologien zu nutzen, wird im Kontext der Akzeptanzforschung oft untersucht. Die Nutzungsabsicht gehört dabei oft zu den Schlüsseldeterminanten des tatsächlichen Verhaltens [6],[8],[26]. In der vorliegenden Untersuchung wird ein Modell entwickelt, das die Absicht *Sag's uns* zu nutzen als abhängige Variable betrachtet. Die Nutzungsabsicht wird im Laufe des Expertengesprächs aus den Antworten abgeleitet. Dabei zeigt sich, dass nur ca. die Hälfte der Befragten weiterhin die Absicht verfolgt, regelmäßig etwas bei *Sag's uns* beizutragen und die andere Hälfte *Sag's uns* nur nutzt, wenn sie dazu aufgefordert wird.

5.2 Einstellung

In einigen empirischen Untersuchungen zählt die Einstellung zu den stärksten Determinanten der Nutzungsabsicht. Überraschenderweise gibt es aber auch Studien, in denen kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Einstellung und der Nutzungsabsicht festgestellt werden kann [26]. Venkatesh et al. 2003 fanden heraus, dass das Einstellungskonstrukt nur signifikant ist, wenn bestimmte andere Konstrukte nicht mit in das Forschungsmodell aufgenommen werden [26]. Das Experteninterview zeigt, dass die Einstellungen der Experten, die sich auf die Nutzung von *Sag's uns* beziehen, stark unterschiedlich sind. Experte 2 zum Beispiel empfindet die Nutzung als „...*durchaus positive Abwechslung*“. Andere wiederum sind von der Nutzung mit *Sag's uns* frustriert, „... *ich persönlich kann da nicht so oft reingucken, denn das belastet mich*“ (Experte 9) und aus dieser Frustration resultiert eine Reaktanz. Experte 7 erklärt, dass er versucht „...*Sag's uns zu ignorieren*“ und Experte 12 fügt an: „*Da kann man sich als derjenige, der betroffen ist nur aufregen*“. Mitarbeiter mit einer negativen Einstellung sind vom nach-haltigen Erfolg des Systems nicht überzeugt. Experte 6 ist zum Beispiel der Meinung, dass „...*Sag's uns nicht lange im Einsatz ist*“, und dass die ursprüngliche Idee von *Sag's uns* -nämlich die Verbesserung der Qualität von Studium und Lehre- nicht verfolgt wird, sondern es als „...*Instrument gegen die untergeordneten Institute [und] die Mitarbeiter...*“ eingesetzt wird. Außerdem sind sie der Überzeugung, dass die traditionellen Wege beispielsweise über die Studierendenvertretungen besser geeignet sind, um von Beschwerden der Studenten zu erfahren. Sie sehen demnach keinen langfristigen Sinn in der Teilnahme am *Sag's uns* und weisen daher eine geringere Nutzungsabsicht auf.

Mitarbeiter, die die Nutzung als positiv bewerten, stehen der öffentlichen Diskussion sehr offen gegenüber und erkennen eher das Potenzial von *Sag's uns*. Sie haben die Einstellung, dass es ein sehr „*studierendenfreundliches*“ (Experte 13) und „*für das Management von Beschwerden geeignetes*“ (Experten 17) Instrument ist und wünschen sich, dass noch mehr Mitarbeiter mit-

machen (Experte 3). Die Gruppe der positiv Gesinnten kritisiert die geringe Aufmerksamkeit und Teilnahmereitschaft der anderen potenziellen Nutzer (Experte 8). Sie beteiligen sich und haben Beiträge und Kommentare als RSS-Feed abonniert. Ihre Einstellung ist, dass es die Pflicht der Universität ist, eine solche Dienstleistung anzubieten: „*Die Universität hat einen Dienstleistungsauftrag und das sollte den Mitarbeitern auch klar werden*“ (Experte 11). Die nachfolgenden Auswertungen zeigen, dass die Einstellung teilweise durch andere Einflussfaktoren determiniert wird und daher in der vorliegenden Untersuchung eine zentrale Rolle einnimmt.

H1: Die Einstellung hat einen direkten Einfluss auf die Nutzungsabsicht.

5.3 Selbstwirksamkeit

Die Selbstwirksamkeit (vgl. Tab.1) wird in Bezug auf ihren Einfluss auf die Nutzungsabsicht in mehreren Studien analysiert (zum Beispiel [2], [4], [26]). Chen und Hung 2010 [5] untersuchen die Selbstwirksamkeit beim Wissensaustausch in virtuellen Gemeinschaften. Personen, die eine hohe Selbstwirksamkeit beim Wissensaustausch empfinden, glauben, dass sie fähig sind, auf Fragen von anderen Mitgliedern kompetent, wertbringend und nützlich zu antworten (vgl. Tab. 1) [5], S. 228. Durch das Teilen von als nützlich empfundenem Wissen bekommen Personen ein stärkeres Vertrauen in das, was sie meinen leisten zu können. Dadurch steigern sie ihre Selbstwirksamkeit beim Wissensaustausch. Ardichivilli et al. 2003 [1] fanden heraus, dass viele Mitarbeiter Bedenken haben, dass der eigene Beitrag in einer virtuellen Gemeinschaft unwichtig oder unpassend sein könnte, und sie sich deshalb nicht beteiligen. Die Selbstwirksamkeit steigert sich auch, wenn man durch seinen eigenen Beitrag Leser erreicht, die sich für diesen interessieren [29]. Diese Aspekte scheinen sich ebenso in vorliegender Studie zu bestätigen. Mitarbeiter zeigen eine geringe Nutzungsabsicht, da sie zum Teil nicht sicher sind, wie Beiträge formuliert werden sollen, damit sie jeder verstehen kann: „*Man weiß nicht, wie das bei den Studierenden ankommt*“ (Experte 14) und Experte 5 erklärt: „*(...) man ist nicht sicher, dass es alle interessiert*“. Wiederum weisen die Mitarbeiter, die eine hohe Selbstwirksamkeit haben, eine erhöhte Nutzungsabsicht auf: „*Ich denke, dass ich schon öfter zur Klarheit beitragen konnte*“ (Experte 6).

H2: Die Selbstwirksamkeit hat einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht.

5.4 Angst

Wenn Personen Misserfolge bei der Nutzung von neuen Systemen erfahren, entwickeln sie Angst. Sie fürchten, dass sie wiederholt scheitern könnten und möchten das System deshalb nicht wieder verwenden [26]. In Bezug auf die Teilnahme am *Sag's uns* lassen sich zwei Arten von Angst unterscheiden. Erstens: Angst, dass man keine ausreichenden technologischen Fähigkeiten mitbringt. Zweitens: Angst vor der öffentlichen Diskussion. Personen mit Angst vor der öffentlichen Diskussion befürchten, dass sie interne Informationen aus Versehen weitergeben oder sich vor anderen Nutzern blamieren könnten [1]. Die Interviews zeigen, dass die Befragten sich nicht davor ängstigen, zu geringe technologische Fähigkeiten für die Nutzung zu besitzen. Die einheitliche Meinung ist, dass das Blog sehr intuitiv bedienbar ist. Allerdings befürchten sie Konsequenzen, die sich aus der öffentlichen und für alle einsehbaren Diskussion ergeben könnten: „*...es ist problematisch, da man sich dann unter den Mitarbeitern denkt, der ist doch richtig bescheuert, warum machen die das so?*“ (Experte 9). Zudem haben sie Angst, dass sie durch eine falsche Aussage ihre Arbeitsstelle verlieren könnten: „*Wenn man da eine falsche Antwort gibt, dann kann das durchaus passieren, dass man seinen Job wechseln muss.*“

(Experte 6). Experte 7 befürchtet an den *“Pranger”* gestellt zu werden und dadurch, dass Missstände im Internet öffentlich diskutiert werden, eine Gefährdung der eigenen Reputation. Des Weiteren bestehen Unsicherheiten bei der Formulierung der Antworten, wenn für das bestehende Problem andere Abteilungen die Verantwortung tragen: *„Man überlegt sich, was und ob man antwortet, wenn man adressiert wird und es eigentlich andere betrifft, denn es ist schwierig, das auch so zu schreiben“* (Experte 4). Dies kann zu einer Reaktanz und Nichtnutzung führen. Mitarbeiter, die keine Bedenken haben, öffentlich etwas beizutragen, wissen genau, was sie antworten können zu schreiben (Experte 6) und haben keine Bedenken vor nicht korrigierbaren Fehlern. Experte 2 drückt diesen Sachverhalt folgendermaßen aus: *„Fehler können passieren, aber die kann man korrigieren“*. Zusätzlich zeigt sich, dass Befragte, die Angst vor der Nutzung haben, eine schlechtere Einstellung gegenüber der Nutzung haben. Daher wird vermutet, dass auch ein Zusammenhang zwischen der Angst und der Einstellung gegenüber der Nutzung besteht. Wichtig für die Absicht, *Sag’s uns* zu nutzen, ist auch, dass Mitarbeiter keine Angst haben, dass Beschwerden, die sich auf einzelne Mitarbeiter beziehen, veröffentlicht werden. Sobald sich Mitarbeiter hier nicht sicher sind, hat das einen starken negativen Einfluss auf die Nutzungsabsicht: *„...konkrete Beschwerden die sich auf Personen beziehen, ...sollte man bilateral klären...“* (Experte 3).

H3a: Angst hat einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht.

H3b: Angst hat einen Einfluss auf die Einstellung.

5.5 Rollenunklarheit

Wenn die Rolle beziehungsweise die Arbeitsaufgabe nicht ausreichend spezifiziert und berechenbar ist, kann dies zur Rollenunklarheit bei den Mitarbeitern führen [24]. Dies bewirkt möglicherweise, dass sie dann nicht wissen, zu welchem Zweck sie Systeme – wie *Sag’s uns* – nutzen sollen. Die Interviews ergaben, dass die meisten Mitarbeiter sich im *Sag’s uns* ihrer Rolle nicht bewusst sind. Zum Beispiel erklärt Experte 8: *„Ich kann Beiträge lesen und freiwillig kommentieren, aber trotzdem ist meine Rolle gar nicht richtig definiert“*. Viele der Mitarbeiter glauben, dass das Schreiben der Kommentare zu der Aufgabe des Moderators gehört und er deshalb die Verantwortung für die Beantwortung trägt. Experte 1 zum Beispiel meint: *“Der Moderator ist dafür eingestellt, also kann er das auch für mich in den Blog schreiben”*. Andere Mitarbeiter haben ein Problem damit, dass sie in ihrer Rolle als Mitarbeiter öffentlich in einem Blog antworten müssen und Meinungen vertreten sollen, hinter denen sie privat nicht stehen. Experte 10 stellt zum Beispiel fest: *„Die Meinung, die von mir im Sag’s uns vertreten werden soll, entspricht nicht immer meiner eigenen Meinung. Ich muss in der Rolle als Mitarbeiter die Meinung der Universität vertreten“*. Mitarbeiter, die ihre Rolle im *Sag’s uns* verstehen und über ihren Arbeitsauftrag aufgeklärt sind, sehen die Nutzung von *Sag’s uns* als Teil ihrer Aufgabe. Experte 14 argumentiert: *„Ich habe hier eine öffentliche Position und dementsprechend antworte ich“*.

H4: Die Rollenunklarheit hat einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht.

5.6 Relativer Vorteil

Chen und Hung 2010 [5] analysieren, inwieweit der Austausch von Wissen und Informationen in einer virtuellen Gemeinschaft den anderen Nutzern einen relativen Vorteil bringt (vgl. Tab.1). Personen können hier ihren relativen Vorteil durch die eigene Teilnahme steigern. Der relative Vorteil hat sich als Determinante für die Bereitschaft Wissen zu teilen, bestätigt [5]. Im *Sag’s uns* könnte man durch die Nutzung beispielsweise Vorteile wie verringerte Kommunikationskosten,

schnellere Unterstützung bei der Problemlösungsfindung, Wissenserweiterung oder Anerkennung bekommen. Einer der größten Vorteile von *Sag's uns* ist die Generierung und Verbreitung von Wissen und Informationen: „...*man sieht, wie es in anderen Fakultäten läuft und ob ich Ideen übernehmen kann, dadurch wird die Informationstransparenz gesteigert*“ (Experte 17). Ein weiterer Vorteil ist, dass Mitarbeiter ihre Sicht der Dinge vorbringen und gegebenenfalls richtig stellen können: „*Da hat man auch die Möglichkeit, Dinge darzustellen und das ist eine schöne Sache*“ (Experte 11). Zusätzlich wird ein Vorteil darin gesehen, dass man im *Sag's uns* beobachten kann, wie Neueinführungen oder Veränderungen von den Studenten aufgenommen werden „...*dazu könnte noch mal eine Diskussion kommen, mal gucken wie sich der Feed entwickelt*“ (Experte 4). Auch nutzen Mitarbeiter den Blog aus persönlichem Interesse an laufenden Diskussionen oder einfach zur Informationsversorgung „...*dazu hatte ich ent-sprechend einen Kommentar gepostet und wollte nochmal auf die Angebote verweisen*“ (Experte 3). Es wird angenommen, dass Experten, die Vorteile in der Nutzung von *Sag's uns* sehen, eine höhere Absicht haben, *Sag's uns* zu nutzen.

H5: Der wahrgenommene relative Vorteil hat einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht.

5.7 Ergebniserwartung

Ein wichtiger Aspekt ist das erwartete Ergebnis, das sich durch ein bestimmtes Verhalten – im vorliegenden Fall das Nutzen von *Sag's uns* – erzielen lässt. Die Ergebniserwartung konnte von Venkatesh et al. 2003 und Compeau und Higgins 1995 als Einflussfaktor der Variable Nutzungsabsicht bestätigt werden [26],[5]. Mitarbeiter erwarten von der Teilnahme am *Sag's uns*, dass Ergebnisse auch im Anschluss an die Diskussion weiterverfolgt und gegebenenfalls umgesetzt werden. Einige Experten sind der Meinung, dass diese Erwartung nicht erfüllt wird, da die „...*weitere Bearbeitung der generierten Ideen und Anregungen nicht hinreichend organisiert ist*“ (Experte 16). In diesem Fall würden die Ergebnisse auch in den entsprechenden Gremien zur Entscheidungsfindung hinzugezogen werden. Experte 12 erklärt hierzu: „*Also ich habe nicht das Gefühl, dass die Gremien sich in irgendeiner Weise von den in Sag's uns generierten Inhalten beeinflussen lassen*“. Die fehlende Beachtung der Diskussion in zuständigen Gremien kann folglich dazu führen, dass die Teilnahme am *Sag's uns* nicht zu dem erwünschten Ergebnis führt. Das frustriert die Experten und dies wirkt sich negativ auf die Einstellung gegenüber der Nutzung aus. Teilweise wird erwartet, dass die Verantwortlichen schneller auf Diskussion reagieren: „*[Die] Universitätsleitung hat sich lange Zeit gelassen und da wurde bereits lange diskutiert. Wir waren fast alle der gleichen Meinung, da hätte man früher eingreifen sollen*“ (Experte 13). Andererseits zeigen Mitarbeiter, die bereits erfahren haben, dass sich mit Hilfe von *Sag's uns* sinnvolle Veränderungen erzielen lassen eine stärkere Nutzungsabsicht und eine positivere Einstellung.

H6a: Die Ergebniserwartung hat einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht.

H6b: Die Ergebniserwartung hat einen Einfluss auf die Einstellung.

5.8 Sozialer Einfluss

Die Determinanten subjektive Norm, soziale Faktoren und Image werden ähnlich definiert. Alle drei erklären, inwieweit Kollegen, Vorgesetzte und Geschäftsleitung die Nutzung eines Systems befürworten und fördern (Vgl. Tab. 1). Deshalb werden sie in Anlehnung an Venkatesh et al. 2003 [26] zu einer Determinanten zusammengefasst [26]. Cabrera et al. 2006 zeigen, dass die Bereitschaft, Wissen in einer virtuellen Gemeinschaft zu teilen sich steigert, wenn Mitarbeiter Unterstützung durch ihr Team und ihren Vorgesetzten erfahren [4]. Zusätzlich konnte Dixon

2000 nachweisen, dass Mitarbeiter insbesondere dann in virtuellen Gemeinschaften partizipieren, wenn Kollegen sie um eine Teilnahme bitten [9]. Die Auswertung der Experteninterviews bestätigt den Zusammenhang des sozialen Einflusses und der Nutzungsabsicht „...*wir tauschen uns innerhalb des Teams oder auch mit unseren Vorgesetzten schon aus, bevor die Antwort freigeschaltet wird*“ (Experte 16). Es zeigt sich, dass die Probanden, die *Sag's uns* gerne nutzen, einzelne Beiträge an ihre Kollegen weiterempfehlen „...*man schaut auch hin und wieder mal rein und wenn einer was gesehen hat, dann zeigt man diesen Artikel anderen Kollegen, die dann natürlich auch schauen*“ (Experte 15). Deutlich wird auch, dass Mitarbeiter, die von ihrem sozialen Umfeld bei der Nutzung unterstützt werden, eine bessere Einstellung gegenüber der Nutzung haben, folglich scheint der soziale Einfluss zusätzlich die Einstellung gegenüber der Nutzung zu determinieren.

H7a: Der soziale Einfluss hat einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht.

H7b: Der soziale Einfluss hat einen Einfluss auf die Einstellung.

5.9 Vertrauen

Vertrauen entsteht als eine Reaktion auf positive Erfahrungen, die dann zu Erwartungen für zukünftige Handlungen führen können [5]. Für die vorliegende Untersuchung ist das Ergebnis von Ridings et al. 2002 interessant: Die Forscher haben einen Zusammenhang zwischen dem Faktor „Vertrauen in andere Fähigkeiten, Wohlwollen und Integrität“ und Einstellung nachgewiesen [22]. Auf *Sag's uns* übertragen bedeutet dies: Nutzer, die darauf vertrauen, dass Informationen, die sie durch *Sag's uns* erhalten, zuverlässig, korrekt und konstruktiv sind, haben eine positive Einstellung gegenüber dem System. Zusätzlich weisen einige Untersuchungen (zum Beispiel [15][16]) einen Zusammenhang zwischen Vertrauen und Nutzungsabsicht nach. Im Rahmen des Interviews hat sich das Vertrauen in die Qualität der Beiträge, also das Vertrauen in die Fähigkeit der Studenten einen konstruktiven Beitrag zu formulieren, herausgestellt. Mitarbeiter bauen kein Vertrauen in die Qualität der studentischen Beiträge auf, wenn sie das Gefühl haben, dass Studenten „...*einfach nur Dampf ablassen*“ (Experte 12) und es dabei „...*gar nicht um ernsthaftes Feedback...*“ (Experte 14) geht. Dies verringert die Nutzungsabsicht. Deutlich bringt das Experte 12 auf den Punkt: „*Egal, ob analog oder in digitaler Form, Meckerbücher wie Sag's uns verleiten eben dazu keine positiven, sondern nur negative Dinge einzubringen. Deswegen ist das Lob minimal, während der Tadel doch deutlich überwiegt. Und das demotiviert viele Mitarbeiter*“. Einige Experten vertrauen der Qualität der studentischen Beiträge insbesondere dann nicht, wenn sie anonym verfasst sind. „*Wenn Beiträge mit Namen veröffentlicht werden würden, dann gäbe es weniger, die einfach nur meckern möchten*“ (Experte 9). Die Mitarbeiter, die *Sag's uns* gut finden, finden es wichtig, dass Beiträge anonym verfasst werden können, da Studenten ohne Angst vor möglichen Konsequenzen offen über Missstände reden können (Experte 13).

H8a: Das Vertrauen hat einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht.

H8b: Das Vertrauen hat einen Einfluss auf die Einstellung.

5.10 Forschungsmodell

Die diskutierten und aufgestellten Hypothesen (H1 bis H8b) lassen sich in folgendem Forschungsmodell abbilden (vgl. Bild 1). Es wird deutlich, dass das Konstrukt „Einstellung gegenüber der Nutzung“, bei vier Beziehungen (H3b, H6b, H7b, H8b) zusätzlich als Mediator [3] auftritt. Das vorgestellte Forschungsmodell wird in einer an dieser Studie anschließenden Online-Befragung, unter allen Mitarbeitern der TU Braunschweig, überprüft.

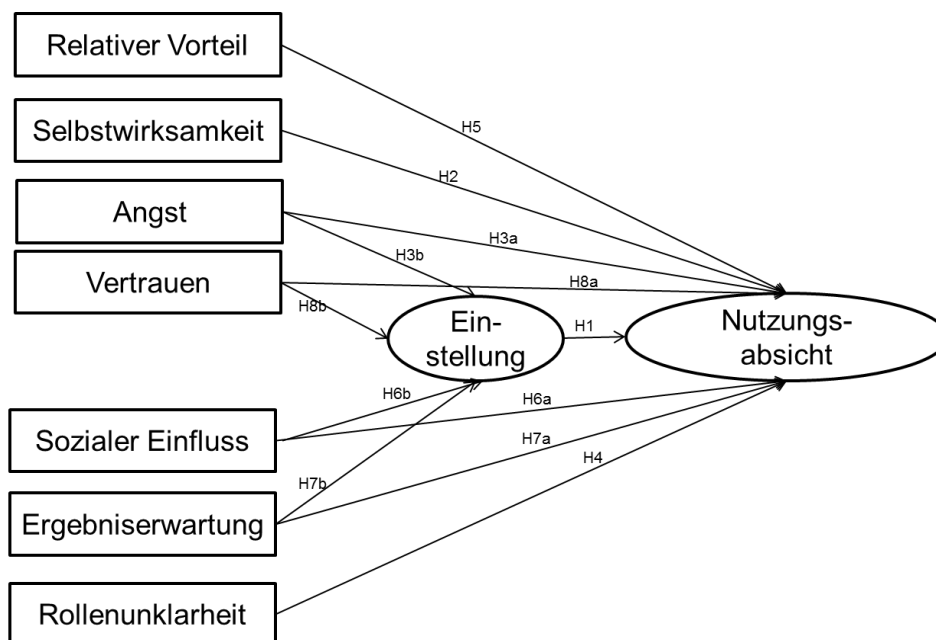


Bild 1: Forschungsmodell zur Erklärung der Absicht Sag's uns zu nutzen

6 Diskussion

In diesem Beitrag werden die Determinanten der Absicht der Mitarbeiter, das Beschwerdeblog *Sag's uns* der TU Braunschweig zu nutzen, vorgestellt. Hierzu wurden Determinanten aus der Theorie abgeleitet und Experten zu einem möglichen Einfluss der Faktoren befragt.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass das Konstrukt Einstellung gegenüber der Nutzung eine zentrale Rolle einnimmt. Daneben sind jedoch auch zahlreiche weitere Faktoren relevant: Die befragten Mitarbeiter befürchten, dass sie sich innerhalb der Gemeinschaft blamieren oder sogar falsch auf einen Beitrag antworten könnten. Deshalb ziehen sie es vor, nicht öffentlich am *Sag's uns*-Blog mitzuwirken. Hinzu kommt, dass einige der Experten die Teilnahme nicht zu ihren direkten Arbeitsaufgaben zählen, so dass ein regelmäßiges Lesen der Beiträge aus Zeitgründen unmöglich erscheint. Ein weiterer Punkt, der sich aus den Experteninterviews ergibt, ist die Rollenunklarheit. Die befragten Mitarbeiter fühlen sich nicht ausreichend über ihre Rolle, Aufgabe und Ziele im *Sag's uns* aufgeklärt, so dass sie nicht wissen, aus welchem Grund sie etwas beitragen sollten. Das Vertrauen in die Qualität der Beiträge übt einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht aus. Zusätzlich ist es als äußerst relevant einzustufen, wenn es um die Einstellung geht, ob Mitarbeiter das *Sag's uns* als sinnvoll und geeignet für das Beschwerdemanagement an einer Universität empfinden oder nicht. Zwar wird der Großteil der Diskussionen auf *Sag's uns* als konstruktiv und informativ empfunden, doch einige Beiträge werden mitunter als destruktiv aufgefasst. Mitarbeiter, die sich bereits von einem solchen Beitrag angesprochen gefühlt haben, verlieren das Vertrauen in die Qualität der Diskussion und dadurch die Motivation an der Teilnahme. Wenn Mitarbeiter *Sag's uns* als sinnvoll erachten, dann empfinden sie unsachliche Beiträge als weniger beachtenswert. Daraus ergibt sich folgende, praxisrelevante Konsequenz: Die deutliche Lücke zwischen den Mitarbeitern, die finden, dass im *Sag's uns* ausschließlich wichtige und gute Inhalte generiert werden, und denen, die glauben, dass Studierende nur wenig Konstruktives beitragen, muss geschlossen werden. Ebenso wichtig ist es, dass Mitarbeiter auf die eigentliche Zielsetzung, das Lösen von Problemen, vertrauen und nicht befürchten, dass

negative Beiträge als Druckmittel von der Universitätsleitung gegen sie verwendet oder persönliche Informationen über Mitarbeiter öffentlich zur Diskussion gestellt werden. Die Selbstwirksamkeit konnte als Determinante der Nutzungsabsicht ebenfalls bestätigt werden. Mitarbeiter müssen von ihren Fähigkeiten überzeugt sein, dass sie in der Lage sind, nützliche Inhalte beizubringen zu können. Wesentlich ist auch, dass die generierten Inhalte durch die Universitätsleitung weiterverwendet werden. Dies vermittelt Mitarbeitern das Gefühl, dass ihr persönliches Engagement im *Sag's uns* gewürdigt wird und ihre generierten Lösungen ein wichtiges Ergebnis darstellen und zur Verbesserung genutzt werden. Des Weiteren wird deutlich, dass die Mitarbeiter, die mindestens einen relativen Vorteil in der Nutzung von *Sag's uns* sehen, gerne weiterhin beizubringen möchten. Sie lesen regelmäßig Beiträge und Kommentare und beteiligen sich aus eigener Initiative heraus an der Lösung. Hingegen neigen eher frustrierte Mitarbeiter dazu, *Sag's uns* möglichst zu ignorieren. Sie können nichts Positives aus der Teilnahme am Blog ziehen. Hier ist es die Aufgabe, in einer Anschlussstudie herauszufinden, inwiefern diese Einstellung ins Positive veränderbar ist, so dass sich mehr Mitarbeiter beteiligen. Zukünftige Forschung hat das aufgestellte Forschungsmodell (vgl. Bild 1) zu überprüfen und verifizieren. Hier sollten auch Meinungen von Mitarbeitern mit in das finale Modell einbezogen werden, die bisher noch keinen Kommentar im *Sag's uns* geschrieben haben. Aus den Ergebnissen beider Studien lässt sich im Anschluss ein finales Forschungsmodell zur Erklärung der Nutzungsabsicht aller Mitarbeiter, sich am *Sag's uns*-Blogs zu beteiligen, aufstellen. Daraus können dann Handlungsempfehlungen zur Steigerung der Nutzungsabsicht abgeleitet werden.

7 Literatur

- [1] Ardichivilli, A; Page, V; Wentling, T (2003): Motivation and barriers to participation in virtual knowledge sharing communities of practice. *Journal of Knowledge Management* 7(1):64-77.
- [2] Bandura, A (1986): *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [3] Baron, RM; Kenny, DA (1986): The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology* 51: 1173-1182.
- [4] Cabrera, Á; Collins, WC; Salgado, JF (2006): Determinants of Individual Engagement in Knowledge Sharing. *International Journal of Human Resource Management* 17(2):245-264.
- [5] Chen, CJ; Hung, SW (2010): To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities. *Information & Management* 47(4):226-236.
- [6] Compeau, DR; Higgins, CA (1995b): Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test. *MIS Quarterly* 19(2):189-211.
- [7] Davis, FD (1989): Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly* 13(3):319-339.
- [8] Davis, FD; Bagozzi, RP, Warshaw, PR (1989): User Acceptance of Computer Technology: A comparison of Two theoretical Models. *Management science* 35(8): 982-1002.
- [9] Dixon, N (2000): *Common Knowledge: How Companies Thrive by Sharing What They Know*. Harvard Business School Press, Boston, MA.

- [10] Fishbein, M; Ajzen, I (1975): *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- [11] Fricke, G; Gaedke, Y; Robra-Bissantz, S (2010): "Sag's uns" - Von der Beschwerde zur Lösung - das Ideenblog der TU Braunschweig als Ausdruck direkter Demokratie. In: Schumann, M; Kolbe, L; Breitner, M; Frerichs, A (Hrsg.), *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik 2010*, Universitätsverlag Göttingen, 1761-1769.
- [12] Gudlaugsson, T (2010): *Service Quality and Universities*. *International Journal of Business Research* 10(6): 46-69.
- [13] Lamnek, S (2005): *Qualitative Sozialforschung, 4., vollst. überarbeitete Auflage*, Beltz Verlag, Weinheim- Basel. 478-545.
- [14] Mayer, H (2009): *Interview und schriftliche Befragung: Entwicklung, Durchführung und Auswertung*. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.
- [15] McAllister, D (1995): *Affect- and Cognition-Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations*. *Academy of Management Journal* 38(1):24-59.
- [16] McLure- Wasko, M; Faraj, S (2000): 'It is what one does': why people participate and help others in electronic communities of practice'. *The Journal of Strategic Information Systems* 9(2-3):55-173.
- [17] Möslin, KM; Haller, JBA; Bullinger, AC (2010): *Open Evaluation: Ein IT-basierter Ansatz für die Bewertung innovativer Konzepte*. HMD Sonderheft: *IT-basiertes Innovationsmanagement*, 273:21-34.
- [18] Moore, GC; Benbasat, I (1991): *Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation*. *Information Systems Research* 2(3): 192-222.
- [19] Mayring, P (2008) :*Qualitative Inhaltsanalyse (10. Auflage)*. Weinheim: Julius Beltz GmbH & Co. KG, 2008.
- [20] Mayring, P (2002): *Einführung in die qualitative Sozialforschung. 5. Auflage*, Weinheim.
- [21] Nonaka, I; Takeuchi, H (1997): *Die Organisation des Wissens: Wie japanische Unternehmen eine brachliegende Ressource nutzbar machen*. Frankfurt a.M. (Orig. 1995).
- [22] Ridings, CM; Gefen, D; Arinze, B (2002): *Some Antecedents and Effects of Trust in Virtual Communities*. *Journal of Strategic Information Systems* 11, 271-295.
- [23] Stauss, B (2007) :*Weblogs als Herausforderung für das Customer Care*. In: Bauer, HH; Große-Leege, D; Rösger, J (Hrsg.) (2007): *Interactive Marketing im Web 2.0+ Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet*, München, 251-206.
- [24] Tang, YT; Chang, CH (2010): *Impact of role ambiguity and role conflict on employee creativity*. *African Journal of Business Management* 4(6): 869-881.
- [25] Thompson, RL; Higgins, CA; Howell, JM (1991): *Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization*. *MIS Quarterly* 15(1):124-143.
- [26] Venkatesh, V; Morris, MG; Davis, GB; Davis, FD (2003): *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. *MIS Quarterly* 27(3): 425-478.

- [27] Williams, J (2002): Student Satisfaction; a British model of effective use of student feedback in quality assurance and enhancement. 14th International Conference on Assessment and Quality in Higher Education. <http://www0.bcu.ac.uk/crq/presentations/vienna2002james.pdf>. Abgerufen am 15.09.2011
- [28] Witt, H (2001): Strategies in Qualitative and Quantitative Research. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, North America, 2, Feb. 2001. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/969>. Abgerufen am 16 Sep. 2011.
- [29] Yardi, S; Golder, SA; Brzozowski, MJ (2009): Blogging at work and the corporate attention economy. In Proceedings of the 27th international conference on Human factors in computing systems (CHI '09). ACM, New York, NY, USA. 2071-2080.