

# Neue Wege des Kundensupports im IT-ServiceDesk des IT Centers der RWTH Aachen University

Ingo Hengstebeck<sup>1</sup>, Sarah Grzemski<sup>2</sup>

**Abstract:** Durch schnelle Innovationsprozesse in der IT steigt die Mobilität der Anwender von IT-Dienstleistungen rapide an. Smartphones und Tablets sind zu unseren täglichen Begleitern geworden. Daraus resultiert ein Wandel der Kommunikationsgewohnheiten. Die Erwartungshaltung, innerhalb kürzester Zeit auf Anfragen eine Antwort zu bekommen, ist sehr hoch. Dabei steht die Kommunikation per E-Mail und Telefon in Konkurrenz zu Chats und Informationsportalen. Ebenso erfahren Blogs mit entsprechenden Communities eine zunehmende Beliebtheit. Dieser Trend zur Nutzung moderner Kommunikationsmittel wird auch durch die jährliche Nutzerzufriedenheitsbefragung des IT-ServiceDesk bestätigt. Auf Grund dieser Ergebnisse und der oben genannten Entwicklungen, beschäftigte sich das IT-ServiceDesk im Jahr 2015 intensiv mit Überlegungen sowie der konzeptionellen Einführung zukunftsorientierter Kommunikationskanäle. Ziel ist es, neben den etablierten Kommunikationskanälen Schritt-für-Schritt moderne Kommunikationsformen anzubieten. Dieser Artikel beschreibt die Vorgehensweise des IT-ServiceDesk, um langfristig eine entsprechende Lösung zu etablieren.

**Keywords:** Service Desk, Chat Support, Multi-Channel-Kommunikation, Omni-Channel-Kommunikation, Anwender-Support, Ticketportal

## 1 Einleitung

„Die Bedeutung der Informationstechnik (IT) im Kontext von Hochschulen ist kaum zu überschätzen. Sie durchdringt nahezu alle Bereiche von Forschung und Lehre.“ [In16]

Vor diesem Hintergrund ist das IT Center der RWTH Aachen University als eine zentrale Einrichtung der Hochschule zu verstehen, welche die Einrichtungen der RWTH, Mitarbeitende, Studierende sowie externe Partner mit insgesamt ca. 34 IT-Basis- und weiteren Individualdienstleistungen versorgt. Als der führende Anbieter von IT-Diensten ist das IT Center dafür verantwortlich, Standards in der IT-Versorgung bereitzustellen, die an einer Hochschule verfügbar sein müssen [In16].

Im Jahr 2008 entschied sich das IT Center, IT Service Management nach der IT Infrastructure Library (ITIL) einzuführen, um besser auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden einzugehen. Bei ITIL handelt es sich um einen de facto Standard, welcher anhand von Good-Practice IT Service Management (ITSM) abbildet und organisatorisch

---

<sup>1</sup> IT Center/RWTH Aachen University, IT-ServiceDesk, Seffenter Weg 23, 52074 Aachen, hengstebeck@itc.rwth-aachen.de

<sup>2</sup> IT Center/RWTH Aachen University, IT-ServiceDesk, Seffenter Weg 23, 52074 Aachen, grzemski@itc.rwth-aachen.de

verankert [BHG11]. Durch die Ausrichtung nach ITSM werden folgenden Ziele verfolgt:

- Das IT Center der RWTH Aachen soll als verlässlicher Partner für alle Nutzergruppen wahrgenommen werden
- Das IT Center stellt sich als hochschulübergreifender Partner auf
- Das IT Center stärkt seine Kundenorientierung
- Die am IT Center stattfindenden Prozesse werden optimiert und es findet eine Erhöhung der Transparenz und Verbindlichkeit gegenüber den Nutzenden statt [BHG11]

Im Zuge dessen wurde 2010 das IT-ServiceDesk als zentraler Ansprechpartner etabliert. Das IT-ServiceDesk ist der erste Anlaufpunkt für alle Fragen rund um die IT-Dienste des IT Centers und ist u.a. verantwortlich für die Beantwortung definierter Anfragen sowie für die Koordination der Kommunikation zwischen den Anwendern und den Fachabteilungen bei komplexeren Fragestellungen [BHG11]. Hierdurch wird dem Wunsch der Anwender nach qualitativ hochwertigen Diensten und Support entsprochen. Um dies zu garantieren, unterliegen die Prozesse im IT-ServiceDesk einer ständigen Qualitätssicherung. Bereits im Jahr 2014 begann das IT-ServiceDesk mit der Einführung eines Qualitätsmanagementsystems nach DIN ISO 9001, welches im Mai 2016 entsprechend zertifiziert wurde. Das mit der Etablierung des IT-ServiceDesk konzipierte Reporting unterstützt das Qualitätsmanagement und die Qualitätssicherung. Defizite werden erkannt und es wird entsprechend gegengesteuert wie z.B. durch Schulungen, Ticketbesprechungen in Teammeetings und Hospitationen in den Fachabteilungen. Gleichzeitig dient das Reporting dazu, immer wiederkehrende Ereignisse, wie den Semesterstart besser zu bewerten und mit Hilfe einer Personaleinsatzplanung Engpässe zu vermeiden. Nur durch das Zusammenspiel klar definierter Prozesse kann eine hohe Serviceorientierung gewährleistet werden [Tm15].

Die Vielfalt und Komplexität der Dienstleistungen und die Heterogenität der Nutzenden stellen eine große Herausforderung für das IT-ServiceDesk dar. Die Mitarbeitenden des IT-ServiceDesk benötigen einerseits ein breites Wissen über die angebotenen Dienstleistungen und andererseits eine sehr hohe kommunikative Kompetenz, um einen professionellen und kundenorientierten Support anzubieten. Um besser auf Kundenbedürfnisse zu reagieren und ein besseres Verständnis für die Anforderungen der Kunden zu erhalten, führt das IT Center seit dem Jahr 2011 jährlich eine Nutzerzufriedenheitsumfrage durch. Die Ergebnisse der im Jahr 2013 durchgeführten Umfrage gaben den Anstoß, die Möglichkeiten moderner Kommunikationskanäle zu evaluieren. Aus den Ergebnissen der Umfrage wurde deutlich, dass sich die Nutzenden auch die Möglichkeit wünschen, neben den etablierten Kanälen (E-Mail, Telefon, persönlich) Kommunikationskanäle wie z.B. SocialMedia zu nutzen. Diese Ergebnisse wurden durch die Umfragen in den Folgejahren unterstützt. In der Umfrage im Jahr 2015 wurde explizit der Wunsch nach einem Chat Support geäußert.

## 2 Neue Kommunikationskanäle im IT-ServiceDesk

Auf Grund des Selbstverständnisses des IT Centers als moderner IT-Dienstleister und der Forderung der Anwender nach neuen Kommunikationskanälen setzte sich das IT-ServiceDesk intensiv mit der Etablierung anderer, modernerer Kanäle auseinander und diskutierte die Vor- und Nachteile der möglichen zusätzlichen Kommunikationskanäle wie z.B. die Eröffnung von Tickets über eine Webschnittstelle, Facebook, Blog oder Chat. Im Zusammenhang mit der Einführung eines modernen Kommunikationsansatzes stehen die beiden Begriffe Multi-Channel und Omni-Channel-Kommunikation [MP16]. Der Begriff Multi-Channel beschreibt die parallele Bereitstellung von Informationen oder Support über verschiedene Kanäle, wobei diese autark arbeiten und somit technisch voneinander getrennt sind. Bei der Omni-Channel-Kommunikation können die Kommunikationskanäle, wie bei der Multi-Channel-Kommunikations, getrennt genutzt werden, jedoch ist eine kanalübergreifende Nutzung kennzeichnend (siehe auch Abb. 1). Ein Wechsel des Kommunikationskanals ist jederzeit möglich. Diese Möglichkeit bietet den supportleistenden Einrichtungen, nach Absprache mit dem Anwender, gezielt auf den Kanal zu wechseln, der die angeforderte Hilfestellung am besten unterstützt. Dadurch wird das Supporterlebnis positiv beeinflusst und das Problem zeitnah gelöst. Ein wichtiger Unterschied besteht auch im Management aller relevanten Daten in einem zentralen System. Dadurch ist es möglich, die Kundenhistorie leicht nachzuvollziehen und es müssen keine aufwändigen technischen Lösungen entwickelt werden, um den Datenbestand in verschiedenen Systemen konsistent zu halten [MP16].

Maximum an Ingeration mit allgegenwärtiger mobile Commerce Option (Social - Local - Mobile)		NO-LINE	
Zentralisierte Produkt- und Kundendatenbank, Touchpoints und (Kauf-)historien sind voll erfasst & stets aktuell. Ubiquitäre Zugriffe auf Gesamtinventar und -informationen		OMNI	Verschiedene, seperierte Absatzkanäle; ein Knotenpunkt.
Channel-Hopping (teilweise verbundene IT)		CROSS	Anwender bekommt kanalübergreifendes Kauf- bzw. Serviceerlebnis.
Mindestens zwei Kanäle (auf jeden Fall mit Online)	MULTI		Technische Systeme laufen separat. Transaktionen werden kanalorientiert abgewickelt.

Abb. 1: Multi-, Cross-, Omni-Channel-Kommunikation [MP16]

Um einen Überblick über bereits etablierte Lösungen anderer Hochschulen zu bekommen, wurden die Supportkanäle der führenden technischen Hochschulen in Europa (TU9 und IDEA League) analysiert. Zur Analyse wurden die Webseiten der

entsprechenden Hochschulen genutzt. Der Fokus lag auf der Bereitstellung von Nutzerunterstützung durch einen Chat. Bis auf die Delft University of Technology bot keine der untersuchten Hochschulen eine Unterstützung per Chat oder Blog mit angeschlossener Community an. Um einen Überblick an bereits etablierten Softwarelösungen bezüglich des Chat Supports im Speziellen und Multi-Channel und Omni-Channel zu erhalten, wurden im Jahr 2015 und 2016 verschiedene Fachkongresse wie z.B. Call Center World und ServiceDesk Forum besucht. Hier wurden in intensiven Beratungsgesprächen mit den verschiedenen Anbietern Lösungsansätze diskutiert. Dabei kristallisierte sich die Integration einer Multi-Channel-Lösung oder Omni-Channel-Lösung in das im IT Center verwendete Tickettool als besondere Fragestellung heraus. Die auf dem Markt befindlichen Lösungen beinhalten größtenteils bereits Ticketinglösungen, wobei die Integration in bestehende Lösungen nur mit viel Anpassungsaufwand möglich ist. Durch die Gespräche wurde die Entscheidung unterstützt, auf eine Multi-Channel-Lösung zu setzen.

Des Weiteren würde der direkte Einsatz einer Omni-Channel-Lösung große Veränderungen in der gesamten Supportinfrastruktur und einen hohen finanziellen Aufwand bedeuten. Ziel ist die Verfolgung einer Strategie der kleinen Schritte, um Erfahrungen mit modernen Kommunikationskanälen zu sammeln.

Bedingt durch die Entscheidung müssen die im Support tätigen Mitarbeitenden gleichzeitig mehrere Anwendungen nutzen, um Kundenanfragen zu bearbeiten. Zwischen den einzelnen Systemen besteht keine Verbindung, um eine zusammenhängende Historie der Anfragen eines einzelnen Nutzers über verschiedene Kanäle bereitzustellen oder alle Anfragen über eine Anwendung zu bearbeiten. Hier gilt es, langfristig eine entsprechende Software einzuführen oder eine komplette Integration in das bestehende Tickettool zu implementieren. Auch wenn noch keine allumfassende Lösung existiert, sammeln die Mitarbeitenden des IT-ServiceDesk schon erste Erfahrungen mit den neuen Kommunikationsmitteln.

Neben der o.g. Analyse und Marktevaluation wurden arbeitsorganisatorische Maßnahmen, wie z.B. eine angepasste Personaleinsatzplanung diskutiert, da durch die Etablierung weitere Kommunikationskanäle keine zusätzliche Arbeitsbelastung der Mitarbeitenden generiert werden darf. Diskussionen, wie man durch das Angebot neuer Kommunikationskanäle einen Mehrwert sowohl für die Anwender, wie auch für das IT Center schaffen kann, rückten im weiteren Verlauf in den Fokus der IT-ServiceDesk Leitung. Als Mehrwert für die Anwender wurden Funktionalitäten wie z.B. die Möglichkeit des Passwortresets und die einfache Übermittlung von Bildern identifiziert, aber auch die synchrone Bearbeitung von schriftlichen Anfragen. Auf Seite des IT Centers ergibt sich der Mehrwert, dass das Selbstbild des IT Centers als moderner IT-Provider verstärkt wird. Ebenso wird die Kundenorientierung des IT Centers deutlich hervorgehoben und die Geschwindigkeit der Bearbeitung von Anfragen erhöht.

Abschließend entschied sich das IT-ServiceDesk, die folgenden zusätzlichen Kommunikationskanäle einzuführen:

- Webschnittstelle zum Tickettool (Ticket-Portal)
- Facebook
- Blog
- Chat

Die oben aufgeführten zusätzlichen Kommunikationskanäle bieten im Gegensatz zu den bereits etablierten Kanälen den Vorteil, dass der Zugriff durch starke Verbreitung von Smartphones auf diese von überall möglich ist und gerade von Studierenden und jüngeren Mitarbeitenden bevorzugt werden. Neben der ständigen Zugriffsmöglichkeit, ist auch noch zu erwähnen, dass die Beantwortung von Fragen schneller stattfindet. In einer Community erhalten die Anwender von einem anderen Anwender eine Antwort und es muss nicht auf einen Supportmitarbeitenden gewartet werden oder auf die Antwort auf eine E-Mail. Ein Chat hat den Vorteil, dass bereits angezeigt wird, ob genug freie Mitarbeitende zur Beantwortung zur Verfügung stehen oder wie lange die Wartezeit ist. All diese Faktoren generieren einen hohen Mehrwert der neuen Kanäle im Vergleich zu den bereits etablierten.

## **2.1 Ticketportal und Nutzung von Facebook**

Um möglichst zeitnah erste Erfahrungen mit der Einführung und Nutzung neuer Kommunikationskanäle zu sammeln, wurde beschlossen, Kanäle zu wählen, die sich ohne große technische und organisatorische Maßnahmen einführen ließen. Dazu zählen das Ticketportal und die Kommunikation via Facebook.

Im März 2015 startete das Ticketportal offiziell. Es ermöglicht den Anwendern, Anfragen online zu stellen, den Status zu überprüfen und gegebenenfalls zu ergänzen. Gerade bei Personen, die viele Anfragen an das IT Center stellen, erfreut sich das Portal großer Beliebtheit, da schnell ein Gesamtüberblick über den Status der Anfragen gegeben wird. Als weiteren Benefit für die Nutzenden ist hervorzuheben, dass diese bei der Erstellung einer Anfrage über das Ticketportal durch kontext-sensitive Formulare geleitet werden und anhand der Auswahl einen Link zu der entsprechenden Dokumentation angezeigt bekommen. Ferner werden vorab alle notwendigen Angaben zur Bearbeitung der Anfrage abgefragt. Die Abfrage der relevanten Information beschleunigt die Bearbeitung durch das IT-ServiceDesk. Um die Nutzung des Ticketportals weiter zu erhöhen sind für das Jahr 2016 entsprechende Marketingmaßnahmen, wie Flyer, Blogbeitrag usw. geplant. Die Anzahl der eröffneten Tickets über das Ticketportal ist in Abbildung 2 dargestellt. Im Verhältnis zu der Gesamtanzahl der Tickets über einen der anderen Eingangskanäle sind diese noch verhältnismäßig gering.

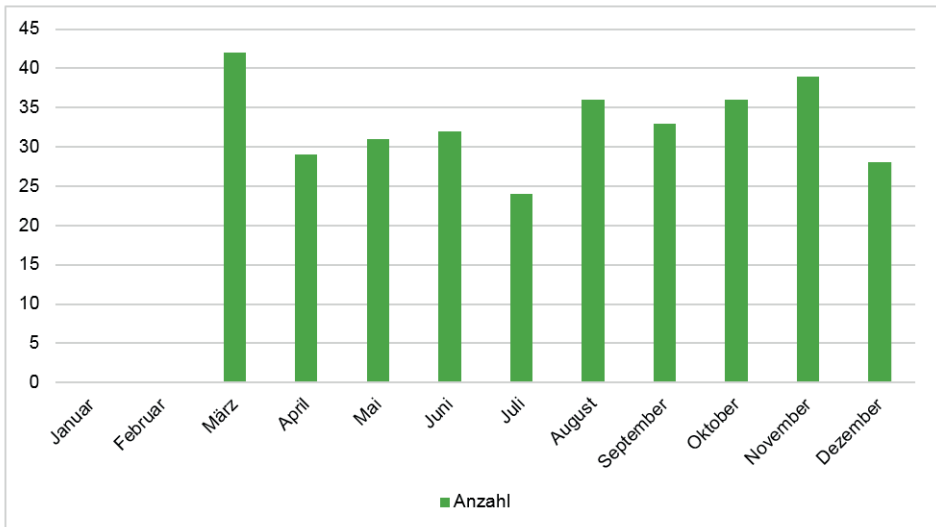


Abb. 2: Anzahl der eröffneten Tickets über das Ticketportal 2015

Der Einsatz von Facebook zur Kommunikation mit den Anwendern, im Speziellen mit Studierenden, erfolgt grundsätzlich in enger Abstimmung mit der Pressestelle der RWTH Aachen University. Das IT Center betreibt keine eigene Facebookseite, sondern nutzt den zentralen Auftritt der RWTH Aachen University. In ausführlichen Gesprächen mit den Verantwortlichen der Pressestelle wurde erläutert, worauf bei Facebookposts zu achten ist. Zielgruppen, die über Facebook angesprochen werden sollen, müssen definiert werden genauso wie die Zeit in welcher eine Rückmeldung auf mögliche Rückfragen zu Posts erfolgen muss. Die Frage, wie ein Facebookpost gestaltet sein muss, damit eine möglichst große Reichweite erzielt wird, bedurfte einiger „Pilotposts“. Wichtig ist, dass durch den Post ein Mehrwert für die Anwender geschaffen und Emotionen erzeugt werden. Im Bereich der IT ist dies eine Gratwanderung. Beispielsweise hat ein Post, der auf eine Umfrage hinweist, eine sehr viel geringere Reichweite als ein Post der darauf hinweist, dass ein großer Hardwarehersteller eine Rückrufaktion gestartet hat und im IT-ServiceDesk die entsprechenden Komponenten ausgetauscht werden können. Dies wird deutlich durch die Statistiken der beiden entsprechenden Facebookposts (vgl. Abb. 3 und 4). Facebook als Kanal zu den Anwendern wird durch das IT-ServiceDesk hauptsächlich genutzt, um auf neue Dienste oder Änderungen an bestehenden Diensten hinzuweisen.

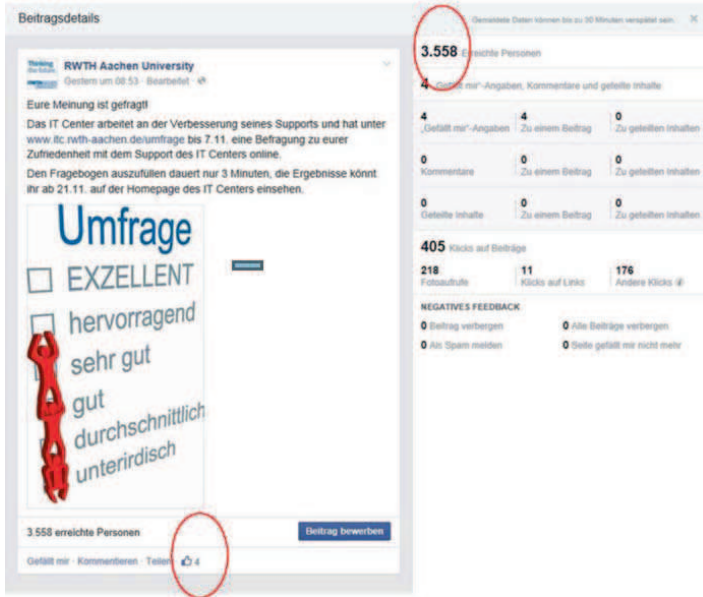


Abb. 3: Facebookpost Umfrage

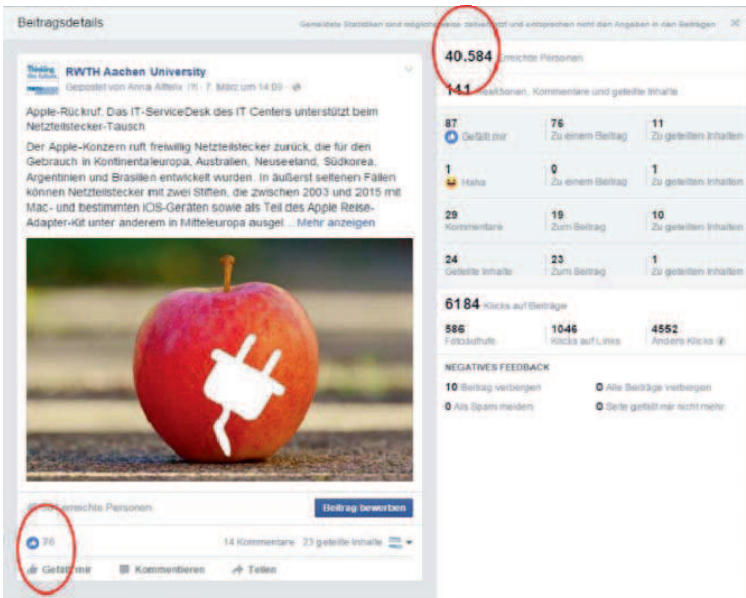


Abb. 4: Facebookpost Rückrufaktion



## 2.2 Der IT Center Blog

Der IT Center Blog wurde 2015 als moderne Informations- und Kommunikationsplattform eingeführt, welche wöchentlich zielgruppenspezifische Beiträge bietet. Zu den Zielgruppen gehören Studierende, Mitarbeitende und Administrierende der RWTH Aachen University. Ziel ist es, einen Großteil der RWTH Aachen-Angehörigen zu erreichen. Die Unterteilung in die einzelnen Personengruppen ist notwendig, um alle Gruppen gleichermaßen anzusprechen und keine einseitige Ausrichtung der Beiträge zu fördern.

Zur Steuerung des Blogs existiert ein definierter Prozess, der die Stränge „Erstellung eines Beitrages“ sowie „zeitliche Koordination“ beinhaltet.

Ein Blog-Beitrag durchläuft beginnend bei einem Themenvorschlag bis hin zur Veröffentlichung eines Beitrages unterschiedliche Stadien und beteiligte Personengruppen, die der nachfolgenden Übersicht (vgl. Abb.5) zu entnehmen sind.

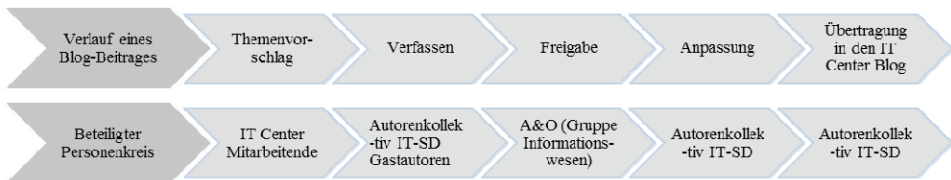


Abb. 5: Status eines Blog-Beitrages mit dem jeweiligen, beteiligten Personenkreis

Seit dem Start des Blogs werden wöchentlich Informationen für die Anwender der IT-Dienste bereitgestellt. Zu den Blog-Inhalten gehören wiederkehrende Beiträge wie z.B. zum Semesterstart (Willkommensgruß für Studierende), wochenaktuelle Meldungen (Informationen zu neuen Diensten, z.B. sciebo) und Ankündigungen von IT Center Veranstaltungen (Parallel Programming in Computational Engineering, Infotag). Des Weiteren werden Allgemeine Informationen mit Hintergrundinformationen zu den IT-Diensten (Software Shop/Download vom ftp-Server) und fachspezifische Informationen z.B. bei speziellen Updates (Microsoft Windows 10) veröffentlicht. Zeitweise werden zudem identitätsstärkende Meldungen (HiWine/HiWi am IT-ServiceDesk, Team des IT-ServiceDesk) bereitgestellt. Am 1. April 2016 wurde die Kommentarfunktion des Blogs freigeschaltet. Auch hier galt es, im Vorhinein die Antwortzeiten auf Kommentare zu definieren. Auf Kommentare erfolgt eine Antwort durch das IT-ServiceDesk innerhalb von 24 Stunden an Werktagen. Dieser Zeitraum wurde so gewählt, da auch auf Anfragen per E-Mail eine erste „menschliche“ Antwort nach spätestens 24 Stunden erfolgt. Durch die Freigabe der Kommentarfunktion wird das Ziel verfolgt, Nutzende an moderierten Diskussionen zu beteiligen und so eine aktive Community zu etablieren, in welcher sich die Anwender gegenseitig bei Fragen und Problemen unterstützen. Um den Communitygedanken an die Anwender zu kommunizieren, wird der Blog aktiv durch das IT-ServiceDesk vorgestellt. Hierzu werden Einführungsveranstaltungen für



Studierende und Austauschgespräche mit den Administratoren der verschiedenen Institute genutzt.

Die Erfahrungen aus Networking-Gruppen von Studentenwohnheimen und Institutsadministratoren haben gezeigt, dass unter Anwendern ein hohes Maß an Bereitschaft besteht, andere Anwender zu unterstützen.

### **2.3 Chat Support über die RWTHApp und Web Chat**

Der Chat Support des IT-ServiceDesk ist über verschiedene Wege zu erreichen. Hervorzuheben ist die Möglichkeit der Nutzung über die stark verbreitete RWTHApp. Die RWTHApp ist verfügbar für iPhone, Android und Windows Phone. Für Studierende, Mitarbeitende und Besucher der RWTH Aachen bietet die RWTHApp speziell zugeschnittene Funktionen, um den universitären Alltag zu erleichtern. Dazu zählen eine Übersicht der anstehenden Termine, eine Personensuche oder der Zugriff auf das E-Learning-Portal L2P.

Die Entwicklung der RWTHApp wurde durch die Studierenden der Hochschule angestoßen. In einem Wettbewerb konnten die Studierenden ihre Ideen für zukünftige Funktionalitäten einbringen. Nachdem der Wettbewerb abgeschlossen war, wurden Grundfunktionalitäten implementiert. Alle weiteren Funktionalitäten wie z.B. der Mensaspiseplan wurden nach und nach in die RWTHApp integriert. Durch diese agile Vorgehensweise konnte die App sehr zeitnah und anwenderorientiert bereitgestellt werden. Es finden immer noch regelmäßige Austauschgespräche mit den Vertretern der Studierenden statt, um neue Funktionalitäten und deren Umsetzungsmöglichkeiten zu prüfen. Beispielsweise wird eine Lernraumsuche, die alle Lernräume der RWTH Aachen inklusive einer Anzeige der aktuellen Auslastung umfasst, diskutiert. Im Rahmen der Austauschgespräche wurde ebenfalls das Audience-Response-System mit dem Namen „Direktfeedback“, welches die Grundlage des Chat Supports ist, entwickelt. Das „Direktfeedback“ ermöglicht es Studierenden, in großen Veranstaltungen über die RWTHApp Fragen an den Dozierenden zu stellen. Dieser erhält die Fragen auf seinem Notebook und kann während der Veranstaltung darauf eingehen:

„In large-scale lectures with more than 1.000 Students, possibly in different lecture halls, interaction and communication between the students and the teachers is almost impossible. Using RWTHApp we present a way to exchange messages between students and teachers to re-enable communication during lectures but also during other events.“  
[Po15]

Diese Funktionalität konnte so angepasst werden, dass die Anforderungen des Chat Supports aus Sicht der Anwender erfüllt werden.

Auch wurde der Chat Support in das Dokumentationsportal des IT Centers (<https://doc.itc.rwth-aachen.de>) integriert. Die Möglichkeit, den Chat Support über zwei verschiedene Systeme in Anspruch zu nehmen, wurde gewählt, um einerseits

Anwendern, die gerade die Webseiten des Dokumentationsportals besuchen, bei Fragestellungen zu den Inhalten zu unterstützen und andererseits, um den Anwendern auch unterwegs über die RWTHApp Hilfestellungen zu bieten. Die Mobilität der Studierenden ist ein Faktor, der in hochqualifizierten Supportprozessen Berücksichtigung finden muss.

Durch die Integration in die RWTHApp ist es auch möglich, dass Anwender den Chat Support authentifiziert nutzen können. Durch diese Authentifizierung erhält der Mitarbeitende im IT-ServiceDesk direkt nützliche Informationen über den Anfragenden und kann so gezielter helfen.

Eine besondere Herausforderung war die Entwicklung eines Backends für die Mitarbeitenden des IT-ServiceDesk, um Chats zu bearbeiten. Dieses muss einerseits sehr benutzerfreundlich gestaltet sein und andererseits gewährleisten, dass die Chats nach den bereits definierten Reportingregeln ausgewertet werden können. D.h. es muss sichergestellt sein, dass im Nachhinein ausgewertet werden kann,

- ob der Nutzende ein Studierender oder Mitarbeitender war,
- auf welches Thema sich die Frage bezog,
- ob die Frage direkt durch das IT-ServiceDesk gelöst wurde,
- und wie lange der Chat gedauert hat.

Um dies zu gewährleisten, wurde eine „lose Kopplung“ mit dem existierenden Tickettool geschaffen; d.h. nach Abschluss eines Chats wird automatisiert ein Ticket erstellt, welches alle für das Reporting notwendigen Daten enthält.

Zusätzlich wurde beachtet, dass Mitarbeitende nur eine vorher definierte Anzahl von Chats bearbeiten können. Bei einer maximalen Auslastung der Mitarbeitenden werden keine neuen Chats angenommen und die Anwender erhalten eine entsprechende Meldung. Auch wurden Sprachregelungen für den Chat Support aufgestellt und Antwortzeiten definiert. Um die Mitarbeitenden bei der Einhaltung der Sprachregelungen zu unterstützen, wird eine Software bereitgestellt, in welcher vordefinierte Textbausteine inhaltlich zentral gepflegt werden. Diese Software wird nicht nur bei der Bearbeitung von Chats genutzt, sondern auch bei der Beantwortung von Tickets. Die Nutzung der Textbausteine ist nicht verpflichtend, unterstützt die Mitarbeitenden aber dabei, inhaltlich korrekte Antworten zu verfassen.

Der „Go Live“ des Chat Supports war im November 2015. Es wurden noch keine Werbemaßnahmen eingeleitet, da erst einmal Erfahrungen mit den neuen Werkzeugen und der anderen Supportsprache gesammelt werden sollen. Von November 2015 bis 21. Juni 2016 wurde der Chat Support 223-mal genutzt. Abbildung 6 stellt die Anzahl der monatlichen Chats dar. Zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades sind entsprechende Marketingmaßnahmen wie z.B. Facebookposts, Flyer und Meldungen auf den Webseiten des IT Centers für das Jahr 2016 geplant.

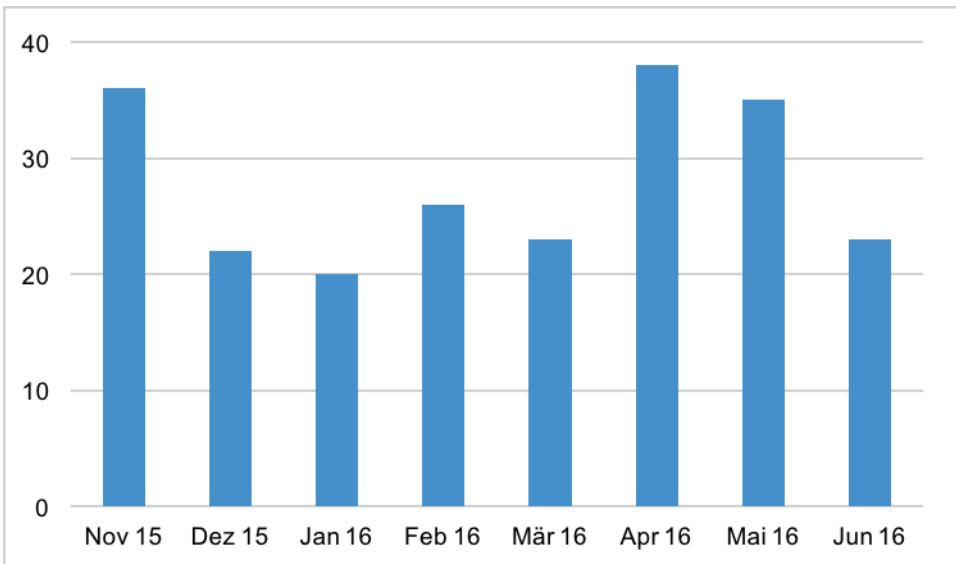


Abb. 6: Anzahl Chats pro Monat

### 3 Zusammenfassung und Ausblick

Für die Nutzenden von Dienstleistungen ist es heute selbstverständlich, dass sie sich bei Fragen und Problemen über eine Vielzahl verschiedener Kommunikationskanäle wie z.B. Chat, Portale, Apps und soziale Netzwerke an den Dienstleister wenden können. Diese Kommunikationskanäle haben sich bei den „big playern“ z.B. in der Telekommunikationsbranche bereits etabliert. Um das Selbstverständnis als moderner und kundenorientierter IT-Dienstleister zu festigen, verfolgt das IT Center eine offene Kommunikationsstrategie, die neue Kommunikationsmittel unterstützt und bereit ist, weitere Kommunikationskanäle einzubinden. Bei der Einführung neuer Kommunikationskanäle muss beachtet werden, dass diese auf die Zielgruppen zugeschnitten werden und berücksichtigt wird, ob der Kanal wirklich benötigt bzw. von den Zielgruppen akzeptiert wird und ob technische Supportmöglichkeiten integriert werden können.

Nicht zu vernachlässigen ist ebenfalls, dass die technische Integration der Kommunikationskanäle so erfolgt, dass notwendige Kennzahlen in bestehende Reportingsysteme einfließen und ausgewertet werden. Die aus dem Reporting gewonnenen Daten werden benötigt, um einerseits die in 2.3 aufgeführten Kennzahlen auszuwerten, und andererseits, um Änderungen im Kommunikationsverhalten der Anwender zu erkennen und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen, so dass die am häufigsten genutzten Kanäle bestmöglich bedient werden.

Die oben beschriebenen neuen Angebote zur Kommunikation sind für das IT Center wahrscheinlich erst der Anfang. Aus Sicht der Anwender laufen zwar alle Kommunikationskanäle zentral im IT-ServiceDesk zusammen und werden dort bearbeitet. Um jedoch die Supportqualität weiter auszubauen, ist es notwendig, die bisher angestrebte Multi-Channel-Lösung in eine Omni-Channel-Lösung zu überführen. Nur so kann eine größtmögliche Kundenzufriedenheit erreicht werden. Die Transformation zu einer Omni-Channel-Lösung ist außerdem erforderlich, um die Mitarbeitenden im IT-ServiceDesk zu entlasten. Omni-Channel-Systeme sind durch den steigenden Grad der Digitalisierung in der Lage, Kundenanfragen intelligent zu steuern und so eine signifikante Verbesserung des Supports zu ermöglichen. Mit solch einer Lösung wird es möglich, weitere qualitätsfördernde Prozesse einzuführen wie z.B. skill-based Support.

Letztendlich muss es das Ziel sein, die verschiedenen Kommunikationskanäle zu synchronisieren und eine benutzerfreundliche Handhabung sowohl für Anwender wie auch für Mitarbeitende im Support bereitzustellen. Dabei muss die Benutzbarkeit im Vordergrund stehen. Nur Systeme, die einfach und verständlich zu bedienen sind, bieten eine hohe Servicequalität und verhindern die Erhöhung der Arbeitsbelastung der Mitarbeitenden durch die neuen Kommunikationskanäle.

Die strategische Vision des IT-ServiceDesk besteht darin, langfristig von einem Multi-Channel-Service-Anbieter zu einem Omni-Channel-Service-Anbieter an der Hochschule zu werden.

## Literaturverzeichnis

- [Ar15] Artelt, D.: Multi-, Omni und die „richtig wichtigen“ Channel. TeleTalk 1/15, S. 27, 2015.
- [BHG11] Bischof, C.; Hengstebeck, I.; Grzemski, S.: Einführung eines Service Desk am Rechen- und Kommunikationszentrum der RWTH Aachen University. Ein Praxisbericht In (DINI, Hrsg.): Prozessorientierte Hochschule. Allgemeine Aspekte und Praxisbeispiele. DINI, Göttingen, S. 181-198, 2011.
- [GF15] Grutzeck, M.; Fajga, K.: Synchrone Kommunikationskanäle auf dem Vormarsch. TeleTalk 2/15, S. 36-37, 2015.
- [In16] Informationsverarbeitung am Hochschulen - Organisation, Dienste und Systeme, Stellungnahme der Kommission für IT-Infrastruktur für 2016-2010. Deutsche Forschungsgemeinschaft, 2016.
- [MP16] CrossScience Wissenschaftsblog für Marketing, <http://www.cross-science.de/2014/07/definition-von-multichannel-cross.html>, 10.03.2016
- [Po15] Politze, M. et al.: Facilitating Teacher-Student Communication and Interaction in Large-Scale Lectures With Smartphones and RWTHApp. In: (IATED, Hrsg.): Edulearn 15, Barcelona 2015. IATED Academy, Valencia, S. 4820-4828, 2015.

- [Tm15] Thissen, M.: Ein serviceorientiertes Zusammenspiel ist die Basis. In: Bergmann, P., (Hrsg.): Perspektivenwechsel im IT Service Management, itSMS, Frankfurt am Main, S. 202-209, 2015.