Wie zufrieden sind Anwende mit ihrer Unternehmens-IT?

Die Technische Universität München, das Beratungshaus bgm und das *CIO-Magazin* starten den „IT Excellence Benchmark 2009". Zum dritten Mal vergleichen Unternehmen darin die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter mit der IT.

IT-Abteilungen sind interne Dienstleister. Somit ist die Zufriedenheit der internen Kunden eine wichtige Messgröße für den CIO. Wo die häufigsten Ursachen von Anwenderunzufriedenheit liegen, erklärt Uta Hahn, Geschäftsführerin des Beratungshauses bgm und Mitorganisatorin des „IT Excellence Benchmark".

CIO: ***Frau Hahn, lohnt sich der Aufwand, die Zufriedenheit von IT-Nutzern zu messen? Meist sind die Schwachpunkte ja bekannt. Ist es nicht besser, der CIO investiert gleich in die kritischen Bereiche?***

Uta Hahn: Das Messen von Anwenderzufriedenheit liefert in jedem Fall wichtige Erkenntnisse. Noch aussagekräftiger wird das Ganze, wenn man seine Werte mit Ergebnissen anderer Unternehmen vergleichen kann. Dann erfahre ich nämlich, wie viel Verbesserungspotenzial tatsächlich in meinem Leistungsspektrum schlummert und wo es Best Practices gibt, die ich eventuell übernehmen kann. Das ist viel billiger, als gleich die vermeintlich kritischen Bereiche anzugehen.

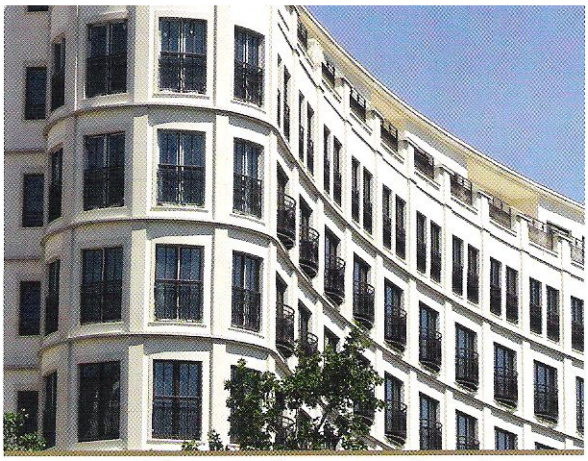
Welche Verbesserungen kann ein IT-Leiter aus den Ergebnissen der Studie ableiten?

Nehmen wir zum Beispiel die Umfrage 2008: Hier konnte man in vielen Unternehmen feststellen, dass ITler Probleme mit längerer Laufzeit nicht optimal lösen, weil sie die betroffenen Kunden nicht über den Stand der Problemlösung informieren. Dies führt zu Unzufriedenheit, weil sich die Kunden im Stich gelassen fühlen. Zudem können sie sich an solche Ereignisse meistens noch lange erinnern, was ihre sonstige Wahrnehmung der IT negativ beeinflusst. So ein Thema ist für IT-Verantwortliche beispielsweise ein ganz konkreter Handlungsansatz.

Die Wirtschaftsinformatikerin Uta Hahn wertet auch in diesem Jahr den IT Excellence Benchmark aus, die größte IT-Anwenderzufriedenheits-Studie im deutschsprachigen Raum.

Was waren für Sie die spannendsten Erkenntnisse in den vergangenen Jahren?

Den befragten Kunden liegen die sogenannten Soft Facts wie Kommunikation und Zusammenarbeit genauso am Herzen wie die eigentlichen IT-Leistungen. Das bedeutet für IT-Entscheider, dass sie umdenken müssen. Wenn man die Zufriedenheit seiner Kunden steigern will, reicht es eben nicht, sich nur auf Hard Facts wie Performance-Verbesserungen, eine bessere Verfügbarkeit der Hotline oder Ähnliches zu fokussieren. Eine wertschätzende Zusammenarbeit und Transparenz in der IT müssen in den Vordergrund rücken.



KONFERENZ | IT Excellence Benchmark 2009

Die **Technische Universität München** und das *CIO-Magazin* führen auch 2009 in Zusammenarbeit mit dem Beratungshaus bgm (business group munich) die größte deutsche IT-Zufriedenheits-Umfrage durch. Die Ergebnisse werden am 25. Juni 2009 im Münchener Charles Hotel präsentiert. Die wissenschaftliche Leitung des Projekts liegt bei Professor Helmut Krcmar vom Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik an der TU München.

Für die **technische Durchführung** zeichnet die Marktforschung des IDG-Verlages verantwortlich, in der auch das *CIO-Magazin* erscheint. Das Beratungshaus bgm, das sich auf die bessere Vermarktung von IT-Dienstleistungen in Firmen spezialisiert hat, wertet schließlich die Ergebnisse aus. Zusätzlich bietet in diesem Jahr die TU München einen Fragebogen für CIOs an, durch den die Ergebnisse der Anwenderzufriedenheits-Studie besser interpretierbar werden.

Die **aktualisierte Umfrage** für den IT Excellence Benchmark ist verfügbar unter www.cio.de. Unternehmen können ab sofort einsteigen. Um 2009 an einer Prämierung der besten Unternehmen teilzunehmen, müssen die Firmen ihre Umfrage bis Ende April 2009 durchführen. Später abgeschlossene Umfragen können erst für den IT Excellence Benchmark 2010 berücksichtigt werden.

Die Teilnahme ist kostenlos, das Auswerten ergänzender Fragen und Extra-Benchmarkings sind kostenpflichtig. Weitere Informationen bei:

- **Stephan Hoppe, IDG Business GmbH,**
  Tel.: +49 89 36086–354, Fax: +49 89 36086–99–354,
  shoppe@computerwoche.de
- **Uta Hahn, business group munich,**
  Tel. 089 660 7999–26, Fax 089 660 7999–10,
  uta.hahn@bgm-gmbh.de
- **Uta Schubert, Lehrstuhl Wirtschaftsinformatik, TU München** Tel. 089 289 19559, Fax 089 289 19533,
  uta.schubert@in.tum.de

Müssen denn die Nutzer überhaupt rundum zufrieden sein mit ihrer IT?

Das ist eine berechtigte Frage, die mir schon häufig gestellt wurde. Sollte der Fall eintreten, dass alle Anwender zufrieden sind und niemand Anlass zu Kritik hat, könnte dies ein Hinweis darauf sein, dass die IT zu viel Geld verbraucht. Dem steht die Tatsache gegenüber, dass unzufriedene Mitarbeiter ihre Arbeit ineffizienter durchführen beziehungsweise dass sie auch noch zusätzliche Zeit damit verbringen, anderen Mitarbeitern von ihrem Leid und Ärger zu erzählen. Ich denke, hier wird jedes Unternehmen einen realistischen Zufriedenheitszielwert anstreben.

Der IT Excellence Benchmark geht jetzt in die dritte Runde. Was ist diesmal anders?

Der Großteil der Fragen bleibt gleich, um die Vergleichbarkeit auch über die Jahre zu erlangen. Wir suchen uns jedes Jahr einen neuen Schwerpunkt. Diesmal haben wir das Thema Kollaboration in den Fragenkatalog mit aufgenommen. Zusätzlich werden wir die Teilnehmer nach Fachbereichen differenzieren. Dadurch können wir Rückschlüsse auf die verschiedenen Zielgruppen der IT ziehen.

Mitarbeiterbefragungen zur Zufriedenheit mit der IT gibt es viele. Was macht den IT Excellence Benchmark denn so außergewöhnlich?

Beim IT Excellence Benchmark erstellen wir ein Ranking zwischen allen Teilnehmern. Erreicht man hier einen guten Platz oder ist sogar einer der Gewinner, die offiziell ausgezeichnet werden, schafft dies natürlich Anerkennung für die IT im Unternehmen. Die Berichterstattung im *CIO-Magazin* und in anderen Medien schafft auch noch zusätzliche Aufmerksamkeit. Und für viele IT-Entscheider selbst ist das auch ein Motivationsschub: Wir sind ja gar nicht so schlecht, wie manche dachten. Kurz gesagt: Publicity hilft.

Kann die Zufriedenheitsstudie auch kontraproduktiv sein?

Ja, das kann sie sehr wohl. Wer eine Zufriedenheitsbefragung bei seinen Kunden durchführt, erzeugt automatisch Erwartungen: Jemand nimmt uns ernst, nun soll sich etwas verändern, und wir als Anwender können uns einbringen. Die erste Aufgabe für die IT-Abteilung ist somit, die Ergebnisse an die Anwender zu kommunizieren. Passiert dass nicht, erweckt dies entweder den Eindruck, dass man etwas zu verbergen hat, oder den dass die Ergebnisse gar nicht ernst genommen werden. Der zweite wichtige Schritt ist, dass auch tatsächlich Maßnahmen ergriffen werden und dieses Vorgehen ebenfalls gezielt an die Kunden kommuniziert wird. Sonst erscheint die Befragung auch wieder überflüssig gewesen zu sein, und die Kunden fühlen sich auf den Arm genommen. Und dies mündet dann letztendlich wieder in eine höhere Unzufriedenheit der Kunden als vor der Befragung. Gut ablesen kann man eine solche Unzufriedenheit der Kunden mit durchgeführten Befragungen an einer über die Jahre abnehmenden Beteiligungsquote. *Eric Schlufter [redaktion@cio.de]*