

## E-teaching.org: Barcamp am 20.6.22 zum Thema *Qualität in der Hochschullehre mit digitalen Medien.*

Session 1 knüpft an den Vortrag von Prof. Moskaliuk an und stellt die Aspekte «Kundesein», «Customer Experience» und Qualitätserleben in den Vordergrund.

**Rückblick** auf Aspekte, die im Vortrag von Prof. Moskaliuk eine zentrale Rolle spielten:

(1) Neben der funktionellen Qualität sind auch die Erlebnisqualität (customer experience), die wertbezogene Qualität und die Kundenerwartungen relevant.

(2) Zitat aus dem Vortrag: «Modernes Qualitätsmanagement stellt den Kunden in den Fokus». (Hinweis: als Kunde im Hochschulkontext werden nicht nur die Studierenden, sondern auch die Lehrpersonen, die Hochschulleitung, die Servicebereiche und letztlich die Gesellschaft verstanden)

### Qualität in der Hochschullehre mit digitalen Medien: Was bedeutet das eigentlich?

Prof. Dr. Johannes Moskaliuk  
(International School of Management, Stuttgart)

Montag, 02.05.2022, 14 Uhr

Zwei Folien aus dem Vortrag als **Gedankenstütze** für die weitere Diskussion (CC BY e-teaching.org & Johannes Moskaliuk. Lizenz 4.0):

„Modernes“ Qualitätsmanagement stellt den Kunden in den Fokus.

**Erlebnisqualität**  
*customer experience*

Hochschulleitung  
Lehrpersonen    Studierende  
Servicebereiche    Gesellschaft

funktionelle Qualität

**Qualität?**

**Erlebnisqualität**  
*customer experience*

wertbezogene Qualität

Kundenerwartungen

NS09FZ, CC BY-SA 4.0

10

## **Mögliche Anknüpfungs- und Diskussionspunkte im Rahmen des heutigen Barcamps:**

- 1. Wer ist Kunde im Kontext der Hochschullehre?*
- 2. Was bedeutet Erlebnisqualität im Kontext der Hochschullehre?*
- 3. Was zeichnet explizit die Erlebnisqualität von digitaler Lehre aus?*
- 4. In welchem Verhältnis stehen Erlebnisqualität und Lernerfolg zueinander?*
- 5. Inwieweit kann und soll die Erlebnisqualität nicht nur der Studierenden, sondern auch aller weiteren Stakeholder Berücksichtigung finden?*
- 6. Wie kann Erlebnisqualität digitaler Lehre gemessen werden?*
- 7. Ist Qualität per se spür- und erlebbar? Und wenn ja: Wie können Dozent:innen Qualität digitaler Lehre selbst erfahren, um diese dann - sozusagen als Qualitätskatalysatoren – weiterzutragen?*

Ein Zitat zum Begriff Erlebnisqualität:

Das Besondere, „Überraschende“ und  
Differenzierende kann in vielen  
Bereichen erst durch ein einzigartiges Kundenerlebnis  
erreicht werden.“ (Sternad & Mödrischer 2018, S. 121)

Sternad, D., Mödrischer, G. (2018). Erlebnisqualität.  
In: Qualitatives Wachstum . Springer Gabler, Wiesbaden.

Ein Zitat zum Begriff Kundenerlebnis:

**Kundenerlebnis ist die „Bühne für eine Dienstleistung, die diese erinnerbar und einprägsam macht“ (Brunner-Sperdin 2008, S. 30)**

Brunner-Sperdin, Alexandra (2008):  
Erlebnisprodukte in Hotellerie und Tourismus. Erfolgreiche Inszenierung und  
Qualitätsmessung. Dissertation Universität Innsbruck.

Welche Kennzahlen gibt es, um Customer Experience zu messen?

- Die Kundenzufriedenheits-Rate (Customer Satisfaction Score: CSAT)
- Die Kundenaufwands-Rate (Customer Effort Score: CES)
- Die Weiterempfehlungs-Rate (Willingness for Recommendation Score: WRS)
- Die Kundenabwanderungs-Rate (Customer Churn Rate)

Aspekte, die diskutiert wurden...

