



# Qualitätssicherung- und management im International Office

Anne Gellert, U Düsseldorf  
Susanne Maraizu, U Bonn

Berlin, DAIA, 25. Februar 2012



# Ausgangslage HHU Düsseldorf

1. Gute Personalentwicklung, Team-Coaching auf Dezernats- und Abteilungsebene
2. Kein integriertes QM
3. Internationalisierungsstrategie wird formuliert
4. Umstrukturierung seit 2008/09 front / back office
5. Bild der aufgeblähten, unfähigen Verwaltung in Fakultäten, Rektorat und Personaldezernat



# Ausgangslage International Office

- n 18 Personen

- 8 Angestellte (25 – 100%)
- 10 Hilfskräfte (2 – 10 Std.)

- n Motiviert

- n Jede/r hat seinen Bereich

- n Team-Workshop im Dez. 2011

- Ergebnis: im Team arbeiten wir besser

- n Notwendig: Change Management



# Besonderheiten Öffentlicher Dienst

- n Langjährige Mitarbeiter, Beamten-  
Sozialisation
- n Erfolge werden nicht kommuniziert
- n Einzelne bzw. Abteilungen sollten sich  
nicht hervorheben



# Sicherung der Qualität der Supportprozesse

- n Um welche Prozesse geht es?
- n Was bedeutet Qualität für mich / uns?
- n Was bedeutet Qualität für unser Umfeld?



## Qualität – Was ist das überhaupt?

**These:** Für die Gestaltung von Qualitätssicherungsmaßnahmen in einer (Verwaltungs-) Organisation ist eher von Bedeutung, zu einem **eigenen und gemeinsamen Qualitätsverständnis** zu kommen, als an vorgegebenen Definitionen festzuhalten.

Qualität ist keine statische Messgröße, sondern muss als Gegenstand von wiederkehrenden **Reflexions- und Aushandlungsprozessen** innerhalb der Organisation begriffen werden.



# Was ist zu tun?


- n Selbstbild der MA / der Abteilung klären
- n Was bedeutet Qualität für mich / uns?
- n Standards formulieren
- n Standards auf Angebot / Zielgruppen / Partner anwenden
- n Feedback einholen
- n Eigene Vorgehensweisen reflektieren und ggf. ändern



# Selbstbild klären: Wer oder was sind wir?

- n Feuerwehr, reagierend
- n Sparsam
- n Kindermädchen und Lückenbüßer
- n Dürfen / wollen uns nicht hervorheben
- n Strategische Abteilg., agierend
- n Finanziell fordernd
- n Fordern Vorleistung ein
- n Wollen Erfolge generieren und feiern





# Was bedeutet Qualität für mich / uns?

- n Was verbuche ich als Erfolg?
- n Wann gehe ich zufrieden nach Hause?
- n Worüber freue ich mich?
- n Was gibt mir Kraft?



# Was bedeutet Qualität für mein Umfeld?

- n Vorgaben des Kanzlers  
(Geschäftsordnung, Führungsgrundsätze)
- n ZLV
- n Hochschulentwicklungsplan
- n Ergebnisse des ISB
- n Profildaten HRK



# Leitfragen: unser Angebot

- n Worin besteht unser Angebot?
- n Sind die Zuständigkeiten eindeutig / klar?
- n Wie kommunizieren wir die Zuständigkeit nach außen?
- n Ist Zielgruppe(n) und Partner(n) die Zuständigkeit klar?
- n Fordern wir dazu auf, unser Angebot zu nutzen?



# Leitfragen: Ressourcen

- n Welche Ressourcen stehen uns zur Verfügung?
- n Nutzen wir die vorhandenen Ressourcen adäquat und erschöpfend?
- n Welche weiteren Ressourcen können wir uns erschließen (SHKs im Feedback, ...)



# Was sind Ressourcen für uns?

- n KollegInnen und SHKs im IO
- n KollegInnen und SHKs i.d. ZUV
- n ProfessorInnen und WHKs
- n Technische Geräte
- n Internet
- n Die HP der eigenen Uni
- n Zeitschriften, Publikationen
- n Berichte intern
- n Berichte extern



# Leitfragen:

## Kommunikationskanäle

- n Welche Kanäle stehen zur Verfügung?
- n Welche Kanäle nutzen wir?
- n Welche Kanäle können wir über Dritte nutzen?
- n Welche Kanäle für welche Zielgruppe?
- n Welche Kanäle für welches Angebot?



# Leitfragen: Zielgruppe(n)

- n An welche Zielgruppe(n) wendet sich unser Angebot?
- n Kennen wir das Profil der Zielgruppe(n)?
- n Ist unser Angebot der / den Zielgruppe(n) bekannt?
- n An welche Zielgruppe(n) richtet es sich?
- n Welchen Bedarf hat / haben die Zielgruppe(n)?
- n Trifft unser Angebot den Bedarf der Zielgruppe?
- n Wie holen wir Feedback ein?



# Leitfragen: Partner (ZUV, StuWe, AStA, Dekanate, Fachschaften, ...)

- n Welche(r) Partner ist / sind involviert?
- n Welche(r) Partner muss / müssen das Angebot kennen?
- n Wie informieren wir über unser Angebot?
- n Kommt die Information bei unserem/n Partner/n an?
- n Wie unterstützt unser Angebot den / die Partner?
- n Was macht / machen unser(e) Partner mit der Kenntnis über unser Angebot?
- n Welchen Bedarf hat / haben unser(e) Partner?
- n Trifft unser Angebot den Bedarf des / der Partner?





# Leitfragen: Partner (ZUV, StuWe, AStA, Dekanate, Fachschaften, ...)

- n Wie holen wir Feedback zu unserem Angebot ein?
- n Wie verarbeiten wir das Feedback?
- n Wer ist zuständig für den Kontakt zu diesem Partner?
- n Ist der/die Zuständige über das Angebot unserer/s Partner/s informiert?
- n Ist das International Office über das Angebot informiert?
- n Wie und wann bekommen wir aktuelle Informationen von unserem/n Partner/n?
- n Wie wird das IO informiert?
- n Wie feiern wir Erfolge mit unseren Partnern?



# Feedback einholen

- n Gespräche (einzeln / Gruppe)
- n Info-Veranstaltungen / Treffen
- n Mail mit / ohne Abfrage
- n Telefon
- n Fragebogen zu spezifischen Fragen
- n „Kummerkasten“



# Feedback geben

- n Geben wir unseren Partnern / Zielgruppen Feedback über
  - Erfolge
  - Änderungen (inhaltlich)
  - Änderungen (im Ablauf)



# Frage

- n Was können wir im International Office nebenher leisten?
- n Wobei brauchen wir Unterstützung von außen?
- n Welche Unterstützung brauchen wir?