



Kompetenzzentrum
Innovation und
Marktorientierte
Unternehmensführung

Arbeitsbericht

Nr. 16 / 2007

Herausgeber:

Prof. Dr. Manfred König

Prof. Dr. Rainer Völker

Nicole Nolte / Rainer Völker / Jutta Rump

*Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft
Befragung von Führungskräften in der Metropolregion-
Rhein-Neckar*

Copyright 2007

Jede Form der Weitergabe und Vervielfältigung bedarf der Genehmigung der Herausgeber

Inhalte

1. Forschungsdesign

- 1.1 Kompetenzzentrum Innovation und marktorientierte Unternehmensführung
- 1.2 Forschungskonsortium und Rahmenbedingungen
- 1.3 Ausgangslage und Problemstellung
- 1.4 Bisherige Ergebnisse des KIM und IBE
- 1.5 Aktuelle Zielsetzung des Forschungsvorhabens
- 1.6 Forschungsdesign

2 Fragebogen

- 2.1 Paper & Pencil
- 2.2 Online

3 Auswertung

- 3.1 Ergebnisse
- 3.2 Fazit

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft“ Befragung von Führungskräften in der Metropolregion Rhein-Neckar

1. Kompetenzzentrum Innovation und marktorientierte Unternehmensführung

Das Kompetenzzentrum Innovation und marktorientierte Unternehmensführung ist ein unabhängiges Forschungsinstitut der Fachhochschule Ludwigshafen, welches sich mit betriebswirtschaftlichen Fragestellungen des Innovationsmanagements, Marketings und der Unternehmensführung befasst. Gegenstand dieses Arbeitspapiers ist eine Breitenbefragung von Führungskräften in der Metropolregion-Rhein-Neckar zum Thema Kommunikations- und Medienkompetenz. Die Befragung ist ein Teilprojekt, entstanden aus einem Forschungskonsortium im Rahmen des Hochschulprogramms „Wissen schafft Zukunft“ des Landes Rheinland-Pfalz.

2. Forschungskonsortium und Rahmenbedingungen

Beginnend in 2005 wurde das Forschungsprojekt „Kommunikations- und Medienkompetenz“ durch ein interdisziplinäres Konsortium der Universität Koblenz-Landau und der Fachhochschule Ludwigshafen durchgeführt. Auf Seiten der Fachhochschule Ludwigshafen beteiligten sich das Kompetenzzentrum Innovation und marktorientierte Unternehmensführung (KIM), sowie das Institut für Beschäftigung und Employability (IBE). Die hier vorliegende Befragung ist eine Weiterführung der bereits abgeschlossenen Projektschritte und wurde durch das KIM in Kooperation mit dem Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft (IKMS) der Universität Koblenz-Landau durchgeführt. Thematisch wurde die Befragung zweigeteilt. Der Themenbereich Kommunikationskompetenz wurde durch das IKMS bearbeitet, der Themenbereich Medienkompetenz durch das KIM. Aus diesem Grund werden im vorliegenden Arbeitsbericht die Bereiche des gemeinsamen Fragebogens untersucht, die dem Schwerpunkt Medienkompetenz zuzuordnen sind.

3. Ausgangslage und Problemstellung

Kommunikations- und Medienkompetenz wird seit Jahren als eine der wesentlichen Schlüsselqualifikationen (post-)moderner Gesellschaften bezeichnet und ihre Förderung als ein für die Zukunftschancen der Gesellschaft und ihrer Mitglieder bedeutsames Bildungsziel angesehen.

Dementsprechend wird eine umfassende und gleichzeitig kontextspezifische Kompetenzförderung für das Kommunikations- und Medienhandeln in den verschiedenen Bereichen des öffentlichen, beruflichen und privaten Lebens inzwischen als wesentliche Aufgabe für Aus-, Fort und Weiterbildung angesehen.

Will man jedoch Anforderungen an Kommunikations- und Medienkompetenz und damit auch die Ziele von Bildungsmaßnahmen sowie Kriterien für deren Evaluation differenzieren und konkret definieren und sie gleichzeitig nicht ausschließlich auf eine normative Basis stellen, so sind Theorien und Forschungsergebnisse zum kommunikativen und medienbezogenen Handeln erforderlich.

Trotz der Forschungsaktivität in verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen steht dieser Notwendigkeit jedoch bislang ein gravierendes konzeptuelles Defizit gegenüber: Ein von verschiedenen Seiten geteiltes Begriffsverständnis und ein differenziertes Konzept zum Konstrukt 'Kommunikations- und Medienkompetenz' einschließlich wissenschaftlich fundierter Bedarfsbegründungen, Kriterien für die Operationalisierung von Zielen und Anforderungen an einschlägige Bildungsmaßnahmen sowie entsprechende Kriterien für deren Evaluation existieren bislang nicht. Die Folge hiervon ist, dass Bildungsmaßnahmen, die in irgendeiner Weise auf die Förderung von Kommunikations-/Medienkompetenz abheben, im Hinblick auf ihre Sinnhaftigkeit und Effektivität kaum zu bewerten sind. Zum anderen resultiert aus diesem konzeptuellen Manko zwangsläufig ein Defizit im Hinblick auf Operationalisierungen und Instrumente zur Erfassung bzw. Diagnose von Kommunikations-/Medienkompetenz.

4. Bisherige Ergebnisse des KIM und IBE

Um einen Beitrag zur Klärung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Konzepte zu Kommunikations- und Medienkompetenz in verschiedenen Disziplinen zu liefern, wurden in den bisher durchgeführten Projektschritten Recherchen in der Disziplin Betriebswirtschaft durchgeführt. Dabei wurde deutlich, dass sich die Betriebswirtschaft bei der

Definition von Kommunikations- und Medienkompetenz und deren Konzepten anderer Disziplinen bedient. Diese sind die Psychologie, die Soziologie sowie die Pädagogik. Besonders weit verbreitet sind in der betriebswirtschaftlichen Literatur das Sender-Empfänger-Modell, das Interaktionsmodell, die definitorischen Ansätze und Konzepte von Baacke und von Moser sowie von Gapski. Insbesondere die Medienkompetenz hat in den letzten Jahren an Relevanz gewonnen. Verantwortlich ist zum einen, dass sie einen wesentlichen Beitrag zum Innovationsmanagement beiträgt. Zum anderen machen die Entwicklungen in der Arbeitswelt deutlich, dass sie zur Beschäftigungsfähigkeit von Arbeitnehmern gehört. In diesem Zusammenhang ist die digitale Spaltung der Erwerbspersonen zu beobachten.

Da es sich bei der Betriebswirtschaft um eine angewandte Wissenschaft handelt, ist es unumgänglich, die Recherche in den Untersuchungsgegenstand zu verlagern – in die Betriebe. In Form einer Studie wurde deshalb 3 Unternehmen mittels halb strukturierten Interviews befragt. Dabei bildete die qualitative, bezugsrahmenorientierte explorative Studie den Rahmen für die Untersuchung. Dem methodischen Vorgehen liegen Entscheidungen über das Untersuchungsdesign, das Untersuchungsverfahren, die Populationswahl, die Datensammlung und -aufbereitung sowie das Auswertungsverfahren zugrunde. Als Untersuchungsdesign wurde die Einzelfallstudie gewählt, als Untersuchungsverfahren diente das problemzentrierte Interview und als Auswertungsverfahren kam die qualitative, strukturierte Inhaltsanalyse zur Anwendung.

Auffällig ist, dass die Dimensionen von Medienkompetenzen sowie die mit der Medienkompetenz verbundenen Basiskompetenzen grundsätzlich eine hohe Ähnlichkeit zu den von der Arbeitsgruppe Medienkompetenz im Gesamtprojekt identifizierten Faktoren aufweisen. Darüber hinaus wurde in den Interviews zusätzliche Kompetenzfelder genannt:

- Umgang mit der Entkoppelung von Zeit und Ort.
- Umgang mit veränderten Geschwindigkeiten.

Diese Kompetenzen wurden weniger den Dimensionen der Medienkompetenz zu geordnet, sondern vielmehr als verbundene Basiskompetenzen betrachtet. Des weiteren wurde thematisiert, dass die Abgrenzungen zwischen bestimmten Kompetenzbegrifflichkeiten nicht immer trennscharf sind bzw. es Überschneidungen geben kann (z.B.

Rezeptionskompetenz, Bewertungskompetenz, Deutungskompetenz oder Kodierungskompetenz, Vermittlungskompetenz).

Die grundsätzliche Diskussion um die Dimensionen von Medienkompetenz und die damit verbundenen Basiskompetenzen stellen die eine Seite der Medaille dar. Die Interviews in den 3 Pilotunternehmen zeigen jedoch noch eine weitere Seite. In einer Reihe von Interviews wurde bezweifelt, dass alle identifizierten Kompetenzfelder immer und überall gleichermaßen gelten. Statt dessen können die Anforderungen durch Faktoren, wie Branche, Unternehmensgröße, Standort, technologische Möglichkeiten und Unternehmenskultur beeinflusst werden. Zentrale Hypothesen sind:

- In vielen Fällen ist die Gestaltung von Medien- und Kommunikationskompetenz kontextabhängig. Einige Anforderungen sind relativ kontextunabhängig.
- Bestimmte technische und ökonomische Trends führen zu einem Bedeutungszuwachs von Medienkompetenz (z.B. Argumentationstechnologie, Delegations-technologie; globale Märkte und internationale Standorte; zunehmende Bedeutung von der Ressource Wissen speziell in Hochlohnländern im Sinne einer Me-First-Strategy)
- „Digitale Spaltung“

5. Aktuelle Zielsetzung des Forschungsvorhabens

Im vorliegenden Arbeitsbericht wird der abschließende Schritt des Forschungsprojekts dokumentiert. In Form einer Breitenbefragung wurden die bisher erarbeiteten Ergebnisse der Literaturrecherche und der geführten Interviews überprüft. Darüber hinaus wurden die Anforderungen im Bereich Medienkompetenz, die aktuell an die Führungskräfte in Unternehmen gestellt werden, untersucht. Hier war vor allem von Bedeutung, wie sich diese Anforderungen bis heute verändert haben und welche Veränderungen für die Zukunft erwartet werden. Mit Hilfe dieser Daten soll es zukünftig möglich sein, Anforderungen an Mitarbeiter im Bereich Medienkompetenz besser einzuschätzen. Vor allem für Anbieter von Weiterbildungsmaßnahmen in diesem Bereich, bietet die Befragung eine Möglichkeit, ihr Angebote am tatsächlichen Bedarf auszurichten.

6. Forschungsdesign

Die Breitenbefragung zum Thema „Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft“ bei Führungskräften aus KMU in der Metropolregion-Rhein-Neckar wurde mittels eines Onlinefragebogens und eines Postfragebogens in Kooperation mit dem IKMS durchgeführt.

Folgende Teilschritte wurden bearbeitet:

Phase	Teilschritte
1	Entwicklung eines Fragebogens zur Erhebung des Medien- und Kommunikationskompetenz bei leitenden Mitarbeitern von KMU in der Metropolregion-Rhein-Neckar.
2	Durchführung der Befragung (Online und Paper&Pencil)
3	Datenanalyse und Auswertung
4	Erstellung eines Abschlussberichts

- Es wurden insgesamt ca. **1000 Ansprechpartner** aus Unternehmen der Metropolregion-Rhein-Neckar kontaktiert.
- Insgesamt wurden **160** Fragebögen ausgefüllt, wovon **79 postalisch (Paper&Pencil)** beantwortet wurden und **81 online** ausgefüllt wurden.



Kompetenzzentrum
Innovation und
Marktorientierte
Unternehmensführung

Eine Forschungseinrichtung der
Fachhochschule Ludwigshafen.



Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!

Befragung von Führungskräften in der Metropolregion Rhein-Neckar



Karikatur: Meissner

Kontakt:

JProf Dr. Michaela Maier, Universität Koblenz-Landau, IKM, Xylanderstr. 1, 76829 Landau
Telefon: 06314-92 17 13
Sekretariat: 06314-92 17 11
Fax: 06314-92 17 12
E-Mail: maier@ikms-uni-landau.de

Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens

Bei den **meisten Fragen** brauchen Sie lediglich eines der vorgegebenen **Kästchen anzukreuzen**:



Bei einigen Fragen haben Sie die Möglichkeit, eine eigene Antwort zu formulieren. Bitte verwenden Sie nach Möglichkeit Blockschrift:

so zum Beispiel

Bitte **beantworten** Sie die Fragen in der **vorgegebenen Reihenfolge**. **Überspringen** Sie eine oder mehrere Fragen **nur dann**, wenn im **Text** darauf **hingewiesen** wird:



weiter mit **Frage 3**

Wenn Sie den Fragebogen ausgefüllt haben, senden Sie ihn bitte im beigefügten Umschlag **bis 20. November 2007** an uns zurück. Falls Sie Fragen zu unserer Befragung haben, können Sie uns gerne anrufen oder eine E-Mail schreiben:

JProf. Dr. Michaela Maier (Projektleiterin):
Sekretariat:
Sie können uns auch ein Fax schicken:
oder eine E-Mail:

06341-92 17 13
06314-92 17 11
06341-92 17 12
maier@ikms-uni-landau.de

Medienkompetenz

Wenn im Folgenden von Medienkompetenz die Rede ist, ist damit die Fähigkeit gemeint, Medien (Bücher, Fachzeitschriften, Zeitung, E-Mail, TV etc.) effektiv zu nutzen. Hierzu zählen die erfolgreiche Informationssuche mit Hilfe von Medien, die kritische Beurteilung der Informationen und die Weitergabe von Informationen mit Hilfe von Medien.

Informationstechnologie

Mit dem Begriff Informationstechnologie sind in dieser Studie Medien gemeint, die mit Hilfe von Hard- und Software zur Informationsverarbeitung beitragen, z.B. Computer, Telekommunikationstechnik, etc.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit haben wir im Fragebogen darauf verzichtet, auch immer die weiblichen Bezeichnungen anzuführen. Dafür bitten wir Sie um Ihr Verständnis.

01. Welche der folgenden Medien stehen in Ihrem Unternehmen zur Verfügung?

(Bitte kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an!)

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Telefon | <input type="checkbox"/> Brief/Rundschreiben | <input type="checkbox"/> Fax |
| <input type="checkbox"/> Zeitschriften | <input type="checkbox"/> Tages-/Wochenzeitungen | <input type="checkbox"/> TV |
| <input type="checkbox"/> PC | <input type="checkbox"/> Mitarbeiterzeitung | <input type="checkbox"/> Firmeneigenes TV-Programm |
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Intranet | <input type="checkbox"/> Videokonferenz |
| <input type="checkbox"/> E-Mail | <input type="checkbox"/> Telefonkonferenz | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____ |

02. Welche der folgenden Medien nutzen Sie bei Ihrer Arbeit?

(Bitte kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an!)

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Telefon | <input type="checkbox"/> Brief/Rundschreiben | <input type="checkbox"/> Fax |
| <input type="checkbox"/> Zeitschriften | <input type="checkbox"/> Tages-/Wochenzeitungen | <input type="checkbox"/> TV |
| <input type="checkbox"/> PC | <input type="checkbox"/> Mitarbeiterzeitung | <input type="checkbox"/> Firmeneigenes TV-Programm |
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Intranet | <input type="checkbox"/> Videokonferenz |
| <input type="checkbox"/> E-Mail | <input type="checkbox"/> Telefonkonferenz | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____ |

03. Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Informationssuche?

(Bitte kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an!)

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Telefon | <input type="checkbox"/> Brief/Rundschreiben | <input type="checkbox"/> Fax |
| <input type="checkbox"/> Zeitschriften | <input type="checkbox"/> Tages-/Wochenzeitungen | <input type="checkbox"/> TV |
| <input type="checkbox"/> PC (z.B. Datenbankrecherche) | <input type="checkbox"/> Mitarbeiterzeitung | <input type="checkbox"/> Firmeneigenes TV-Programm |
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Intranet | <input type="checkbox"/> Videokonferenz |
| <input type="checkbox"/> E-Mail | <input type="checkbox"/> Telefonkonferenz | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____ |

04. Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Präsentation von Arbeitsergebnissen?

(Bitte kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an!)

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Telefon | <input type="checkbox"/> Brief/Rundschreiben | <input type="checkbox"/> Fax |
| <input type="checkbox"/> PC (z.B. Beamerpräsentation) | <input type="checkbox"/> Mitarbeiterzeitung | <input type="checkbox"/> Firmeneigenes TV-Programm |
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Intranet | <input type="checkbox"/> Videokonferenz |
| <input type="checkbox"/> E-Mail | <input type="checkbox"/> Telefonkonferenz | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____ |

05. Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Kundenkommunikation?

(Bitte kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an!)

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Telefon | <input type="checkbox"/> Brief/Rundschreiben | <input type="checkbox"/> Fax |
| <input type="checkbox"/> Zeitschriften | <input type="checkbox"/> Tages-/Wochenzeitungen | <input type="checkbox"/> TV |
| <input type="checkbox"/> PC (z.B. Beamerpräsentation) | <input type="checkbox"/> Kundenzeitung | <input type="checkbox"/> Firmeneigenes TV-Programm |
| <input type="checkbox"/> Internet (z.B. Homepage) | <input type="checkbox"/> E-Mail | <input type="checkbox"/> Videokonferenz |
| <input type="checkbox"/> Telefonkonferenz | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____ | |

06. Welche Medien werden aus Ihrer Sicht zukünftig an Bedeutung für Ihre Tätigkeit gewinnen, und welche werden an Bedeutung verlieren?

Gewinner

Verlierer

_____	_____
_____	_____
_____	_____

07. Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte technische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden (z.B. die verstärkte Nutzung von Videokonferenzen)?

Nein

Ja



Falls ja, welche? _____



weiter mit **Frage 8**

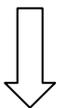
08. Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden (z.B. ein stärkeres Kostenbewusstsein bei den Unternehmen bzgl. der direkten Kundenbetreuung und daraus folgend der Trend hin zur Onlinebetreuung)?

Nein

Ja



Falls ja, welche? _____



weiter mit **Frage 9**

09. Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung gewonnen?

(Bitte kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an!)

Telefon

Brief/Rundschreiben

Fax

Zeitschriften

Tages-/Wochenzeitungen

TV

PC

Mitarbeiterzeitung

Firmeneigenes TV-Programm

Internet

Intranet

Videokonferenz

E-Mail

Telefonkonferenz

Sonstiges: _____

10. Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung verloren?

(Bitte kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an!)

Telefon

Brief/Rundschreiben

Fax

Zeitschriften

Tages-/Wochenzeitungen

TV

PC

Mitarbeiterzeitung

Firmeneigenes TV-Programm

Internet

Intranet

Videokonferenz

E-Mail

Telefonkonferenz

Sonstiges: _____

11. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf Ihren täglichen Umgang mit Medien im Rahmen Ihrer Tätigkeit zu?

(Bitte machen Sie in jeder Zeile ein Kreuz!)

	trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	teils teils	trifft eher zu	trifft vollständig zu
01. Ich habe manchmal technische Probleme beim Umgang mit den verwendeten Medien.	0	1	2	3	4
02. Wenn ich mir nicht selbst helfen kann, weiß ich, wo ich Hilfe finde.	0	1	2	3	4
03. Ich habe Informationen schon per E-Mail oder Internet erhalten, die ich lieber persönlich mitgeteilt bekommen hätte.	0	1	2	3	4
04. Es gibt Situationen, in denen ist es schwierig zu entscheiden, welches Medium ich zu Vermittlung von Informationen verwenden soll.	0	1	2	3	4
05. Ich kann eigene Arbeitsergebnisse mit Hilfe von Medien präsentieren und gestalten.	0	1	2	3	4
06. Ich kann mit Hilfe von Medien präsentierte Informationen auf ihre Richtigkeit einschätzen.	0	1	2	3	4
07. Ich durchschaue Manipulationstechniken in den Medien.	0	1	2	3	4
08. Ich kenne die Probleme der Datensicherheit im Internet und weiß, wie ich sie vermeiden kann.	0	1	2	3	4
09. Ich fühle mich kompetent im Umgang mit den mir zur Verfügung stehenden Medien.	0	1	2	3	4
10. Ich nehme gerne an E-Learning-Kursen teil, wenn ich mich weiterbilden möchte.	0	1	2	3	4
11. Die kompetente Nutzung von Informationstechnologien und Medien am Arbeitsplatz trägt wesentlich zu einer Effizienzsteigerung bei.	0	1	2	3	4
12. Die zu nutzenden Technologien sind oft kompliziert und verhindern schnelle und flexible Lösungen.	0	1	2	3	4
13. Die Masse an zur Verfügung stehenden Informationen lenkt mich von meiner Tätigkeit ab und verhindert die Konzentration.	0	1	2	3	4
14. Der kompetente Umgang mit Informationstechnologien am Arbeitsplatz wird in den nächsten Jahren unverzichtbar.	0	1	2	3	4
15. Ich fühle mich gut vorbereitet, auch steigenden Anforderungen im Umgang mit neuen Medien und Informationstechnologie gerecht zu werden.	0	1	2	3	4
16. Ich benötige Unterstützung z.B. durch Schulungen, um auch zukünftig den Anforderungen an meine Medienkompetenz gerecht werden zu können.	0	1	2	3	4
17. Es gibt Kollegen und Mitarbeiter im Unternehmen, die den zunehmenden Anforderungen an den Umgang mit Medien und Informationstechnologie nicht gewachsen sein werden.	0	1	2	3	4

12. Haben sich die Anforderungen an Ihre Medienkompetenz in den letzten 3 Jahren verändert?

Ja  Falls ja, inwiefern? _____

Nein

 weiter mit **Frage 13**

13. In Ihrem Unternehmen haben Sie eine Führungsposition. Auf welchem Weg und wie häufig kommunizieren Sie mit den Mitarbeitern, die Ihnen direkt unterstellt sind?

(Bitte machen Sie in jeder Zeile ein Kreuz!)

	nie				sehr häufig	nicht möglich
01. Persönliches Einzelgespräch (z.B. Mitarbeitergespräch)	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
02. Gruppengespräch (z.B. Teamgespräch)	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
03. Videokonferenz	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
04. Telefoneinzelgespräch	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
05. Telefonkonferenz	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
06. Persönlicher Brief	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
07. Rundschreiben	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
09. Persönliche E-Mail	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
10. Rund-E-Mails	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
11. Fax	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
12. Mitarbeiterzeitung	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
13. Firmeneigenes TV-Programm	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
14. Internet (z.B. Forum, Chat)	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
15. Intranet	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
15. Groupware (z.B. kollaborative Software)	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>
16. Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>

14. Wie häufig kommunizieren Sie mit Ihren Mitarbeitern zu den folgenden Zwecken:

(Bitte machen Sie in jeder Zeile ein Kreuz!)

Ich kommuniziere mit meinen Mitarbeitern,...

	nie				sehr häufig
01. um ihnen Anweisungen und Arbeitsaufträge zu geben.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
02. um sie zu motivieren.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
03. um ihnen Feedback zu ihren Leistungen zu geben.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
04. um sie über Neuigkeiten zu informieren.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
05. um die Gruppengemeinschaft zu stärken.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
06. um Konflikte zu lösen.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
07. um Arbeitsabläufe zu koordinieren.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
08. um Entscheidungen vorzubereiten.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
09. um Probleme zu lösen.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
10. um Krisen und Stresssituationen zu bewältigen.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
11. um ihre Arbeit zu überwachen und zu kontrollieren.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
12. um Ziele zu kommunizieren.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
13. um Rückmeldungen über Verbesserungsmöglichkeiten zu bekommen.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
14. um sie zu fördern.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

15. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf Ihre Kommunikation zu?

(Bitte machen Sie in jeder Zeile ein Kreuz!)

	trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	teils teils	trifft eher zu	trifft vollständig zu
01. Meine Mitarbeiter können mich jederzeit ansprechen, wenn sie Fragen zu ihrer Arbeit haben.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
02. Meine Mitarbeiter können mich jederzeit ansprechen, wenn es Probleme bei der Arbeit gibt.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
03. Ich unterhalte mich gerne mal mit meinen Mitarbeitern über private Dinge.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
04. Es ist wichtig, dass meine Mitarbeiter die Infos haben, die sie für ihre Arbeit benötigen.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
05. Ich achte darauf, meinen Mitarbeitern nur so viele Informationen zu geben, wie sie für ihre Arbeit wirklich nutzen können.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

Fortsetzung von 15.

(Bitte machen Sie in jeder Zeile ein Kreuz!)

		trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	teils teils	trifft eher zu	trifft vollständig zu
06.	Ich gebe meinen Mitarbeitern genaue Rückmeldung darüber, wie ich die Qualität ihrer Arbeit beurteile.	0	1	2	3	4
07.	Kommunikation ist eine wichtige Voraussetzung für die Arbeit meiner Mitarbeiter.	0	1	2	3	4
08.	Ich führe mit jedem Mitarbeiter regelmäßig (z.B. jedes Jahr) Mitarbeitergespräche.	0	1	2	3	4
09.	Meine Informationen für die Mitarbeiter formuliere ich genau und eindeutig.	0	1	2	3	4
10.	Ich kann mich gut ausdrücken.	0	1	2	3	4
11.	Ich bin sensibel für die Bedürfnisse anderer.	0	1	2	3	4
12.	Ich kann gut auf andere eingehen.	0	1	2	3	4
13.	Ich bin ein guter Zuhörer.	0	1	2	3	4
14.	Ich bin manchmal schwer zu verstehen.	0	1	2	3	4
15.	Ich sage das Richtige zur richtigen Zeit.	0	1	2	3	4
16.	Fragen meiner Mitarbeiter (auch per email usw.) beantworte ich schnell.	0	1	2	3	4
17.	Ich unterhalte mich gerne mit meinen Mitarbeitern.	0	1	2	3	4
18.	Ich freue mich in der Regel auf Teambesprechungen.	0	1	2	3	4
19.	Gespräche mit meinen Mitarbeitern sind mir häufig unangenehm.	0	1	2	3	4
20.	Häufig ist es mir lästig, mit meinen Mitarbeitern kommunizieren zu müssen.	0	1	2	3	4
21.	Für meine Mitarbeiter nehme ich mir gerne Zeit.	0	1	2	3	4
22.	Ich drücke mich gerne davor, meinen Mitarbeitern unangenehme Nachrichten zu überbringen.	0	1	2	3	4
23.	Es ist mir unangenehm, Mitarbeitern negatives Feedback zu geben.	0	1	2	3	4
24.	Meine Mitarbeiter und ich reden nie aneinander vorbei.	0	1	2	3	4
25.	Ich bin zufrieden damit, wie meine Kommunikation mit meinen Mitarbeitern läuft.	0	1	2	3	4
26.	Meine Mitarbeiter können sich sicher sein, dass sie von mir über alle Entwicklungen im Unternehmen informiert werden.	0	1	2	3	4
27.	Meine Mitarbeiter können sich sicher sein, dass ich Probleme offen anspreche.	0	1	2	3	4
28.	Meine Mitarbeiter und ich haben ein gemeinsames Verständnis von den Zielen, die wir erreichen wollen.	0	1	2	3	4
29.	Meine Mitarbeiter und ich haben ein gemeinsames Verständnis davon, wie wir unsere Ziele erreichen wollen.	0	1	2	3	4

Fortsetzung von 15.

(Bitte machen Sie in jeder Zeile ein Kreuz!)

		trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	teils teils	trifft eher zu	trifft vollständig zu
30.	Meine Mitarbeiter und ich können offen miteinander sprechen.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
31.	Es fällt meinen Mitarbeitern leicht, auf mich zuzugehen und mit mir zu sprechen.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
32.	Wenn es Probleme gibt, sprechen wir diese sofort an.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
33.	Gerade wenn es Probleme gibt, sprechen wir umso ausführlicher miteinander, um die Probleme zu lösen.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
34.	Ich bin eine schüchterne Person.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
35.	Meine Mitarbeiter würden sagen, dass ich viel rede.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
36.	In Diskussionen mit meinen Mitarbeitern bin ich sehr engagiert.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
37.	Ich bin eine stille Person.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
38.	Meine Mitarbeiter reden mehr als ich.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
39.	Ich nutze meine Hände und Arme, wenn ich mit meinen Mitarbeitern rede.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
40.	Ich lächle, wenn ich mit meinen Mitarbeitern rede.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
41.	Ich bin sehr angespannt, wenn ich mit meinen Mitarbeitern rede.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
42.	Ich halte Augenkontakt, wenn ich mit meinen Mitarbeitern rede.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
43.	Ich halte Abstand zu meinen Mitarbeitern, wenn ich mit ihnen rede.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
44.	Meine Mitarbeiter sprechen mich jederzeit an, wenn sie Fragen zu ihrer Arbeit haben.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
45.	Ich gebe meinen Mitarbeitern nur so viele Informationen, wie sie für ihre Arbeit wirklich nutzen können.	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

16. Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht:

1. Umgang mit Medien (z.B. Gestaltung von Textbeiträgen für Zeitschriften)

Nein

Ja



Falls ja, wieviele? _____

Und zu welchen Medien? _____

↓ weiter mit 2

2. Umgang mit neuen Informationstechnologien (z.B. Nutzung von Internetdatenbanken)

Nein

Ja



Falls ja, wieviele? _____

Und zu welchen Informationstechnologien? _____

↓ weiter mit 3,
nächste Seite

3. Kommunikation mit Mitarbeitern (z.B. Mitarbeitergespräch)

Nein

Ja



Falls ja, wieviele? _____

Und zu welchen Themen? _____

↓ weiter mit 4

4. Führung von Mitarbeitern (z.B. Zielvereinbarungen, Teamführung)

Nein

Ja



Falls ja, wieviele? _____

Und zu welchen Themen? _____

↓ weiter mit Frage 17

17. Empfinden Sie das Weiterbildungsangebot, das Ihnen zur Verfügung steht, als ausreichend?

Nein

Ja

18. Hätten Sie Interesse, eine Weiterbildungsveranstaltung in den folgenden Bereichen zu besuchen?

1. Kommunikation mit Mitarbeitern

Nein

Ja



Falls ja, zu welchen Themen? _____

↓ weiter mit 2

2. Führung von Mitarbeitern

Nein

Ja



Falls ja, zu welchen Themen? _____

Zum Schluss noch einige Fragen zu Ihrer Person:

1. Wie alt sind Sie? _____ Jahre

2. Sind Sie? männlich weiblich

3. Sie sind Führungskraft. Wie viele Mitarbeiter sind Ihnen direkt unterstellt? _____

4. Welche Position haben Sie in Ihrem Unternehmen (z.B. Geschäftsführer, Abteilungsleiter)?

5. Wie lange sind Sie schon in Ihrer jetzigen Position tätig? _____ Jahre

6. Wie lange arbeiten Sie insgesamt schon für ihr Unternehmen? _____ Jahre

7. Welche fachliche Ausbildung haben Sie (z.B. Betriebswirt)? _____

Wenn Sie noch Ergänzungen, Anmerkungen oder kritische Hinweise zu unserer Befragung haben, bitten wir Sie, uns diese hier mitzuteilen:

Bitte schicken Sie den Fragebogen **bis 20. November 2007** im beigelegten Rückumschlag zurück.

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

Informationen über die Akteure und die Durchführung der Untersuchung

Wer erhält den Fragebogen?

In Telefonaten wurden vorab sämtliche Führungskräfte von Unternehmen in der Metropolregion Rhein-Neckar-Raum gefragt, ob sie an einer Führungskräftebefragung teilnehmen möchten. Die Führungskräfte, die sich hierzu bereit erklärt haben, erhalten diesen Fragebogen postalisch oder füllen ihn online aus.

>> durchgeführt von der Universität Koblenz-Landau und Fachhochschule Ludwigshafen

Die Institutsabteilung für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik der Universität Koblenz-Landau (Projektleitung: JProf. Dr. Michaela Maier) und das Kompetenzzentrum Innovation und Marktorientierte Unternehmensführung der Fachhochschule Ludwigshafen (Projektleitung: Prof. Dr. Rainer Völker) führen dieses Projekt gemeinsam durch.

Kontakt:

JProf. Dr. Michaela Maier (Projektleitung Landau):
Sekretariat:
Sie können uns auch ein Fax schicken:
oder eine E-Mail:

06341-92 17 13
06314-92 17 11
06341-92 17 12
maier@ikms-uni-landau.de

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
Koblenz-Landau



Sehr geehrte Teilnehmerin,
sehr geehrter Teilnehmer,

vielen Dank für Ihre Bereitschaft an dieser Studie teilzunehmen. Bitte starten Sie den Fragebogen, indem Sie unten auf den "Weiter"-Knopf klicken.

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“ Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität Koblenz-Landau



Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens:

Die meisten Fragen können Sie durch einfaches Anklicken beantworten. Bei einigen Fragen haben Sie die Möglichkeit, eine eigene Antwort zu formulieren. Bitte klicken Sie hierzu in das vorgesehene Feld und geben Sie dann die Antwort über Ihre PC-Tastatur ein. Mit dem "Weiter"-Knopf gelangen Sie jeweils auf die nächste Seite.

Medienkompetenz

Wenn im Folgenden von Medienkompetenz die Rede ist, ist damit die Fähigkeit gemeint, Medien (Buch, Zeitung, E-Mail, TV etc.) effektiv zu nutzen. Hierzu zählen die erfolgreiche Informationssuche mit Hilfe von Medien, die kritische Beurteilung der Informationen und die selbständige Übermittlung von Informationen mit Hilfe von Medien.

Informationstechnologie

Der Begriff Informationstechnologie wird in dieser Studie für den Bereich der Medien verwendet, die mit Hilfe von Hard- und Software zur Informationsverarbeitung beitragen, z.B. Computer, Telekommunikationstechnik, etc.

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
 Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
 Koblenz-Landau

M05

Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Kundenkommunikation?

(Bitte markieren Sie die zutreffenden Punkte!)

<input type="checkbox"/> M05_1 ☺ Telefon	<input type="checkbox"/> M05_6 ☺ Brief/Rundschreiben	<input type="checkbox"/> M05_11 ☺ Fax
<input type="checkbox"/> M05_2 ☺ Zeitschriften	<input type="checkbox"/> M05_7 ☺ Tages- /Wochenzeitung	<input type="checkbox"/> M05_12 ☺ TV
<input type="checkbox"/> M05_3 ☺ PC	<input type="checkbox"/> M05_8 ☺ Mitarbeiterzeitung	<input type="checkbox"/> M05_13 ☺ Firmeneigene TV-Programm
<input type="checkbox"/> M05_4 ☺ Internet	<input type="checkbox"/> M05_9 ☺ Intranet	<input type="checkbox"/> M05_14 ☺ Videokonferenz
<input type="checkbox"/> M05_5 ☺ E-Mail	<input type="checkbox"/> M05_10 ☺ Telefonkonferenz	<input type="checkbox"/> M05_15 ☺ Sonstiges: <input type="checkbox"/> M05_15_other <input type="text"/>

M06

Welche Medien werden aus Ihrer Sicht zukünftig an Bedeutung für Ihre Tätigkeit gewinnen und welche verlieren?

	Gewinner	Verlierer
1.	<input type="checkbox"/> M06_r1_c1 <input type="text"/>	<input type="checkbox"/> M06_r1_c2 <input type="text"/>
2.	<input type="checkbox"/> M06_r2_c1 <input type="text"/>	<input type="checkbox"/> M06_r2_c2 <input type="text"/>
3.	<input type="checkbox"/> M06_r3_c1 <input type="text"/>	<input type="checkbox"/> M06_r3_c2 <input type="text"/>

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
Koblenz-Landau

.....
.....
.....

Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte technische Trends,
die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen?
(z.B. die verstärkte Nutzung von Videokonferenzen)

Ja
Falls ja,,
j: Nein j: welche?,
.....
.....

.....
.....
.....

Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends,
die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen?
(z.B. ein stärkeres Kostenbewusstsein bei den Unternehmen bzgl. der direkten Kundenbetreuung
und daraus folgend der Trend hin zur Onlinebetreuung)

Ja
Falls ja,,
j: Nein j: welche?,
.....
.....

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
 Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
 Koblenz-Landau

M09

Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung gewonnen?

(Bitte markieren Sie die zutreffenden Punkte!)

<input type="checkbox"/> M09_1 Telefon	<input type="checkbox"/> M09_6 Brief/Rundschreiben	<input type="checkbox"/> M09_11 Fax
<input type="checkbox"/> M09_2 Zeitschriften	<input type="checkbox"/> M09_7 Tages- /Wochenzeitung	<input type="checkbox"/> M09_12 TV
<input type="checkbox"/> M09_3 PC	<input type="checkbox"/> M09_8 Mitarbeiterzeitung	<input type="checkbox"/> M09_13 Firmeneigene TV-Programm
<input type="checkbox"/> M09_4 Internet	<input type="checkbox"/> M09_9 Intranet	<input type="checkbox"/> M09_14 Videokonferenz
<input type="checkbox"/> M09_5 E-Mail	<input type="checkbox"/> M09_10 Telefonkonferenz	<input type="checkbox"/> M09_15 Sonstiges: <input type="checkbox"/> M09_15_other

M10

Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung verloren?

(Bitte markieren Sie alle zutreffenden Punkte!)

<input type="checkbox"/> M10_1 Telefon	<input type="checkbox"/> M10_6 Brief/Rundschreiben	<input type="checkbox"/> M10_11 Fax
<input type="checkbox"/> M10_2 Zeitschriften	<input type="checkbox"/> M10_7 Tages- /Wochenzeitung	<input type="checkbox"/> M10_12 TV
<input type="checkbox"/> M10_3 PC	<input type="checkbox"/> M10_8 Mitarbeiterzeitung	<input type="checkbox"/> M10_13 Firmeneigene TV-Programm
<input type="checkbox"/> M10_4 Internet	<input type="checkbox"/> M10_9 Intranet	<input type="checkbox"/> M10_14 Videokonferenz
<input type="checkbox"/> M10_5 E-Mail	<input type="checkbox"/> M10_10 Telefonkonferenz	<input type="checkbox"/> M10_15 Sonstiges: <input type="checkbox"/> M10_15_other

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“

Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität Koblenz-Landau

M11

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf Ihren täglichen Umgang mit Medien im Rahmen Ihrer Tätigkeit zu?

(Bitte markieren Sie eine Antwort in jeder Zeile!)

	trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	tells tells	trifft eher zu	trifft vollständig zu
Ich habe manchmal technische Probleme beim Umgang mit den Medien.	M11_r1	M11_r1	M11_r1	M11_r1	M11_r1
Wenn ich mir nicht selbst helfen kann, weiß ich, wo ich Hilfe finde.	M11_r2	M11_r2	M11_r2	M11_r2	M11_r2
Ich habe Informationen schon per E-Mail oder Internet erhalten, die ich lieber persönlich mitgeteilt bekommen hätte.	M11_r3	M11_r3	M11_r3	M11_r3	M11_r3
Es gibt Situationen, in denen ist es schwierig zu entscheiden, welches Medium ich zur Vermittlung von Informationen verwenden soll.	M11_r4	M11_r4	M11_r4	M11_r4	M11_r4
Ich kann eigene Arbeitsergebnisse mit Hilfe von Medien präsentieren und gestalten.	M11_r5	M11_r5	M11_r5	M11_r5	M11_r5
Ich kann mit Hilfe von Medien präsentierte Informationen auf ihre Richtigkeit einschätzen.	M11_r6	M11_r6	M11_r6	M11_r6	M11_r6
Ich durchschaue Manipulationstechniken in den Medien.	M11_r7	M11_r7	M11_r7	M11_r7	M11_r7
Ich kenne die Probleme der Datensicherheit im Internet und weiß, wie ich sie vermeiden kann.	M11_r8	M11_r8	M11_r8	M11_r8	M11_r8
Ich fühle mich kompetent im Umgang mit den mir zur Verfügung stehenden Medien.	M11_r9	M11_r9	M11_r9	M11_r9	M11_r9
Ich nehme auch gerne an E-Learning-Kursen teil, wenn ich mich weiterbilden möchte.	M11_r10	M11_r10	M11_r10	M11_r10	M11_r10
Die kompetente Nutzung von Informationstechnologien und Medien am Arbeitsplatz trägt wesentlich zu einer Effizienzsteigerung bei.	M11_r11	M11_r11	M11_r11	M11_r11	M11_r11
Die zu nutzenden Technologien sind oft kompliziert und verhindern schnelle und flexible Lösungen.	M11_r12	M11_r12	M11_r12	M11_r12	M11_r12
Die Masse an zur Verfügung stehenden Informationen lenkt mich von meiner Tätigkeit ab und verhindert die Konzentration.	M11_r13	M11_r13	M11_r13	M11_r13	M11_r13
Der kompetente Umgang mit Informationstechnologien am Arbeitsplatz wird in den nächsten Jahren unverzichtbar.	M11_r14	M11_r14	M11_r14	M11_r14	M11_r14
Ich fühle mich gut vorbereitet, auch steigenden Anforderungen im Umgang mit neuen Medien und Informationstechnologie gerecht zu werden.	M11_r15	M11_r15	M11_r15	M11_r15	M11_r15
Ich benötige Unterstützung z.B. durch Schulungen, um auch zukünftig den Anforderungen an meine Medienkompetenz gerecht werden zu können.	M11_r16	M11_r16	M11_r16	M11_r16	M11_r16
Es gibt Kollegen und Mitarbeiter im Unternehmen, die den zunehmenden Anforderungen an den Umgang mit Medien und Informationstechnologien nicht gewachsen sein werden.	M11_r17	M11_r17	M11_r17	M11_r17	M11_r17

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
Koblenz-Landau

209

Haben sich die Anforderungen an Ihre Medienkompetenz in den letzten 3 Jahren verändert?

Ja
 Nein Falls ja, inwiefern?

210

Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht?

Umgang mit Medien (z. B. Gestaltung von Textbeiträgen für Zeitschriften oder Webportale)
 Ja Falls ja, wie viele?

211

Und zu welchen Medien?

212

Umgang mit neuen Informationstechnologien (z. B. Nutzung von Internetdatenbanken)

Ja Falls ja, wie viele?

213

Und zu welchen Informationstechnologien?

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
Koblenz-Landau

M14

Note:

This page has a link on it. When the survey is run this page will be
redirected to: <http://www.fh-lu.de/ssi/KoMel1/KoMelogn.htm>

Powered by Sawtooth Software, Inc.

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
 Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
 Koblenz-Landau

K01

In Ihrem Unternehmen haben Sie eine Führungsposition. Auf welchem Weg und wie häufig kommunizieren Sie mit den Mitarbeitern, die Ihnen direkt unterstellt sind?

(Bitte markieren Sie eine Antwort in jeder Zeile!)

	nie				sehr häufig	nicht möglich
Persönliches Einzelgespräch (z.B. Mitarbeitergespräch)	K01_r1	K01_r1	K01_r1	K01_r1	K01_r1	K01_r1
Gruppengespräch (z.B. Teamgespräch)	K01_r2	K01_r2	K01_r2	K01_r2	K01_r2	K01_r2
Videokonferenz	K01_r3	K01_r3	K01_r3	K01_r3	K01_r3	K01_r3
Telefon Einzelgespräch	K01_r4	K01_r4	K01_r4	K01_r4	K01_r4	K01_r4
Telefonkonferenz	K01_r5	K01_r5	K01_r5	K01_r5	K01_r5	K01_r5
Persönlicher Brief	K01_r6	K01_r6	K01_r6	K01_r6	K01_r6	K01_r6
Rundschreiben	K01_r7	K01_r7	K01_r7	K01_r7	K01_r7	K01_r7
Persönliche E-Mail	K01_r8	K01_r8	K01_r8	K01_r8	K01_r8	K01_r8
Rund-E-Mails	K01_r9	K01_r9	K01_r9	K01_r9	K01_r9	K01_r9
Fax	K01_r10	K01_r10	K01_r10	K01_r10	K01_r10	K01_r10
Mitarbeiterzeitung	K01_r11	K01_r11	K01_r11	K01_r11	K01_r11	K01_r11
Firmeneigenes TV-Programm	K01_r12	K01_r12	K01_r12	K01_r12	K01_r12	K01_r12
Internet (z.B. Forum, Chat)	K01_r13	K01_r13	K01_r13	K01_r13	K01_r13	K01_r13
Intranet	K01_r14	K01_r14	K01_r14	K01_r14	K01_r14	K01_r14
Groupware (z.B. kollaborative Software)	K01_r15	K01_r15	K01_r15	K01_r15	K01_r15	K01_r15
Sonstiges: K01_r16_other <input type="text"/>	K01_r16	K01_r16	K01_r16	K01_r16	K01_r16	K01_r16

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
 Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
 Koblenz-Landau

K02

Wie häufig kommunizieren Sie mit Ihren Mitarbeitern zu den folgenden Zwecken:

(Bitte markieren Sie eine Antwort in jeder Zelle!)

Ich kommuniziere mit meinen Mitarbeitern,...	nie				sehr häufig
um ihnen Anweisungen und Arbeitsaufträge zu geben.	K02_r1 j				
um sie zu motivieren.	K02_r2 j				
um ihnen Feedback zu ihren Leistungen zu geben.	K02_r3 j				
um sie über Neuigkeiten zu informieren.	K02_r4 j				
um die Gruppengemeinschaft zu stärken.	K02_r5 j				
um Konflikte zu lösen.	K02_r6 j				
um Arbeitsabläufe zu koordinieren.	K02_r7 j				
um Entscheidungen vorzubereiten.	K02_r8 j				
um Probleme zu lösen.	K02_r9 j				
um Krisen und Stresssituationen zu bewältigen.	K02_r10 j				
um ihre Arbeit zu überwachen und zu kontrollieren.	K02_r11 j				
um Ziele zu kommunizieren.	K02_r12 j				
um Rückmeldungen über Verbesserungsmöglichkeiten zu bekommen.	K02_r13 j				
um sie zu fördern.	K02_r14 j				

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“

Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität Koblenz-Landau

K03

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf Ihre Kommunikation zu?

(Bitte markieren Sie eine Antwort in jeder Zelle!)

	trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	teils teils	trifft eher zu	trifft vollständig zu
Meine Mitarbeiter können mich jederzeit ansprechen, wenn sie Fragen zu ihrer Arbeit haben.	<input type="radio"/> K03_r1				
Meine Mitarbeiter können mich jederzeit ansprechen, wenn es Probleme bei der Arbeit gibt.	<input type="radio"/> K03_r2				
Ich unterhalte mich gerne mal mit meinen Mitarbeitern über private Dinge.	<input type="radio"/> K03_r3				
Es ist wichtig, dass meine Mitarbeiter die Infos haben, die sie für ihre Arbeit benötigen.	<input type="radio"/> K03_r4				
Ich achte darauf, meinen Mitarbeitern nur so viele Informationen zu geben, wie sie für ihre Arbeit wirklich nutzen können.	<input type="radio"/> K03_r5				
Ich gebe meinen Mitarbeitern genaue Rückmeldung darüber, wie ich die Qualität ihrer Arbeit beurteile.	<input type="radio"/> K03_r6				
Kommunikation ist eine wichtige Voraussetzung für die Arbeit meiner Mitarbeiter.	<input type="radio"/> K03_r7				
Ich führe mit jedem Mitarbeiter regelmäßig (z.B. jedes Jahr) Mitarbeitergespräche.	<input type="radio"/> K03_r8				
Meine Informationen für die Mitarbeiter formuliere ich genau und eindeutig.	<input type="radio"/> K03_r9				
Ich kann mich gut ausdrücken.	<input type="radio"/> K03_r10				
Ich bin sensibel für die Bedürfnisse anderer.	<input type="radio"/> K03_r11				
Ich kann gut auf andere eingehen.	<input type="radio"/> K03_r12				
Ich bin ein guter Zuhörer.	<input type="radio"/> K03_r13				
Ich bin manchmal schwer zu verstehen.	<input type="radio"/> K03_r14				
Ich sage das Richtige zur richtigen Zeit.	<input type="radio"/> K03_r15				
Fragen meiner Mitarbeiter (per E-Mail usw.) beantworte ich schnell.	<input type="radio"/> K03_r16				
Ich unterhalte mich gerne mit meinen Mitarbeitern.	<input type="radio"/> K03_r17				
Ich freue mich in der Regel auf Teambesprechungen.	<input type="radio"/> K03_r18				
Gespräche mit meinen Mitarbeitern sind mir häufig unangenehm.	<input type="radio"/> K03_r19				
Häufig ist es mir lästig, mit meinen Mitarbeitern kommunizieren zu müssen.	<input type="radio"/> K03_r20				
Für meine Mitarbeiter nehme ich mir gerne Zeit.	<input type="radio"/> K03_r21				
Ich drücke mich gerne davor, meinen Mitarbeitern unangenehme Nachrichten zu überbringen.	<input type="radio"/> K03_r22				
Es ist mir unangenehm, Mitarbeitern negatives Feedback zu geben.	<input type="radio"/> K03_r23				

Meine Mitarbeiter und ich reden nie aneinander vorbei.	<input type="checkbox"/> K03_r24				
Ich bin zufrieden damit, wie meine Kommunikation mit meinen Mitarbeitern läuft.	<input type="checkbox"/> K03_r25				
Meine Mitarbeiter können sich sicher sein, dass sie von mir über alle Entwicklungen im Unternehmen informiert werden.	<input type="checkbox"/> K03_r26				
Meine Mitarbeiter können sich sicher sein, dass ich Probleme offen anspreche.	<input type="checkbox"/> K03_r27				
Meine Mitarbeiter und ich haben ein gemeinsames Verständnis von den Zielen, die wir erreichen wollen.	<input type="checkbox"/> K03_r28				
Meine Mitarbeiter und ich haben ein gemeinsames Verständnis davon, wie wir unsere Ziele erreichen wollen.	<input type="checkbox"/> K03_r29				
Meine Mitarbeiter und ich können offen miteinander sprechen.	<input type="checkbox"/> K03_r30				
Es fällt meinen Mitarbeitern leicht, auf mich zuzugehen und mit mir zu sprechen.	<input type="checkbox"/> K03_r31				
Wenn es Probleme gibt, sprechen wir diese sofort an.	<input type="checkbox"/> K03_r32				
Gerade wenn es Probleme gibt, sprechen wir umso ausführlicher miteinander, um die Probleme zu lösen.	<input type="checkbox"/> K03_r33				
Ich bin eine schüchterne Person.	<input type="checkbox"/> K03_r34				
Meine Mitarbeiter würden sagen, dass ich viel rede.	<input type="checkbox"/> K03_r35				
In Diskussionen mit meinen Mitarbeitern bin ich sehr engagiert.	<input type="checkbox"/> K03_r36				
Ich bin eine stille Person.	<input type="checkbox"/> K03_r37				
Meine Mitarbeiter reden mehr als ich.	<input type="checkbox"/> K03_r38				
Ich nutze meine Hände und Arme, wenn ich mit meinen Mitarbeitern rede.	<input type="checkbox"/> K03_r39				
Ich lächle, wenn ich mit meinen Mitarbeitern rede.	<input type="checkbox"/> K03_r40				
Ich bin sehr angespannt, wenn ich mit meinen Mitarbeitern rede.	<input type="checkbox"/> K03_r41				
Ich halte Augenkontakt, wenn ich mit meinen Mitarbeitern rede.	<input type="checkbox"/> K03_r42				
Ich halte Abstand zu meinen Mitarbeitern, wenn ich mit ihnen rede.	<input type="checkbox"/> K03_r43				
Meine Mitarbeiter sprechen mich jederzeit an, wenn sie Fragen zu ihrer Arbeit haben.	<input type="checkbox"/> K03_r44				
Ich gebe meinen Mitarbeitern nur so viele Informationen, wie sie für ihre Arbeit wirklich nutzen können.	<input type="checkbox"/> K03_r45				

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“ Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität Koblenz-Landau

K11a

Haben Sie schon einmal eine Weiterbildungsveranstaltung zu folgenden Bereichen besucht?
Kommunikation mit Mitarbeitern (z.B. wie führe ich ein Mitarbeitergespräch)

Nein Ja
Falls ja, wie viele?

K11a1

Und zu welchem Thema?

K11b

Führung von Mitarbeitern (z.B. Zielvereinbarungen, Teamführung)

Nein Ja
Falls ja, wie viele?

K11b1

Und zu welchem Thema?

K12

Empfinden Sie das Weiterbildungsangebot, das Ihnen zur Verfügung steht, als ausreichend?

Nein
 Ja

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“ Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität Koblenz-Landau

K13c

Hätten Sie Interesse, eine Weiterbildungsveranstaltung in den folgenden Bereichen zu besuchen?

Kommunikation mit Mitarbeitern

Nein

Ja

K13c1

Falls ja, zu welchem Thema?

K13d

Führung von Mitarbeitern

Nein

Ja

K13d1

Falls ja, zu welchem Thema?

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“ Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität Koblenz-Landau

K04

Zum Schluss noch einige Fragen zu Ihrer Person:

Wie alt sind Sie?

K05

Sind Sie?

männlich

weiblich

K06

Sie sind Führungskraft. Wie viele Mitarbeiter sind Ihnen direkt unterstellt?

K07

Welche Position haben Sie in Ihrem Unternehmen? (z.B. Geschäftsführer, Abteilungsleiter)

K08

Wieviele Jahre sind Sie schon in Ihrer jetzigen Position tätig?

K09

Wie viele Jahre arbeiten Sie insgesamt schon für Ihr Unternehmen?

K10

Welche fachliche Ausbildung haben Sie (z.B. Betriebswirt)?

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
Koblenz-Landau

K14

Wenn Sie noch Ergänzungen, Anmerkungen oder kritische Hinweise zu unserer Befragung haben, bitten wir Sie, uns diese hier mitzuteilen:

Weiter

„Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft!“
Studie der Fachhochschule Ludwigshafen und der Universität
Koblenz-Landau

K15

Die Befragung ist nun beendet.

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!



Kompetenzzentrum Innovation
und marktorientierte
Unternehmensführung



Kommunikations- und medienkompetent in die Zukunft

Befragung von Führungskräften in der Metropolregion-Rhein-
Neckar

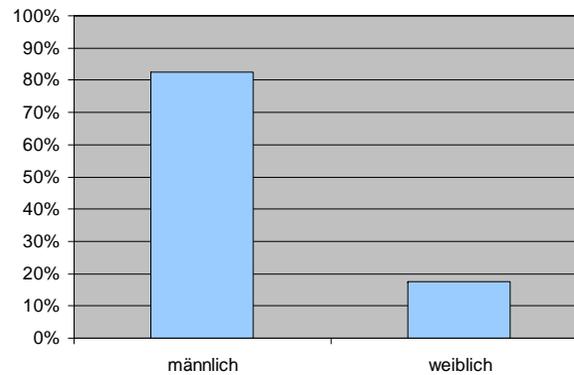
Überblick Ergebnisse

- Die hier vorliegende Auswertung beinhaltet den Teil des verwendeten Fragebogens, der sich auf den Themenbereich Medienkompetenz bezieht.
- Die Ergebnisse werden jeweils insgesamt über die Summe aller Befragten dargestellt und getrennt nach Erhebungsmethode. Ziel dieser unterschiedlichen Darstellung ist herauszufinden, ob die Medienkompetenz der Befragten eventuell auch darin widerspiegelt, wie sie den Fragebogen ausgefüllt haben (Online oder Paper & Pencil).
- Sollten Sie sich für die Ergebnisse der Fragen zum Thema Kommunikationskompetenz interessieren, wenden Sie sich bitte an das IKMS der Universität Koblenz-Landau.

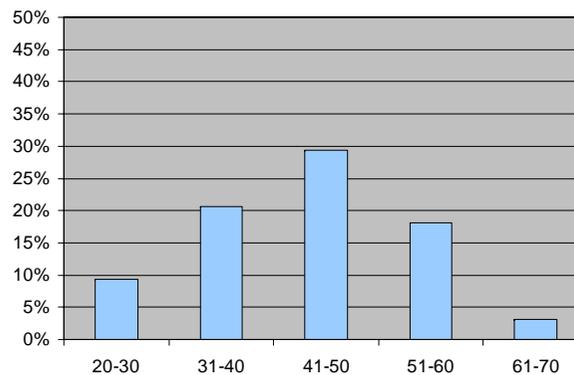
Teilnehmer Statistik

Teilnehmer insgesamt: 160
Online: 81
Paper&Pencil: 79

Geschlecht:

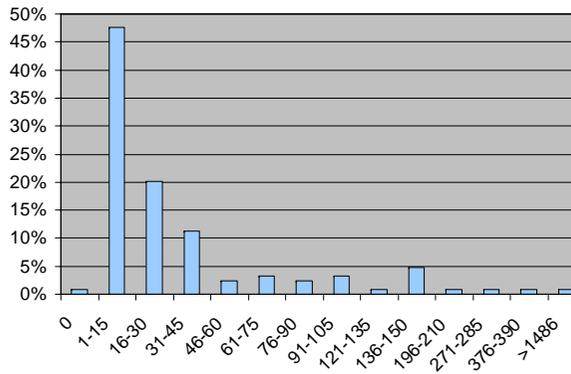


Alter:

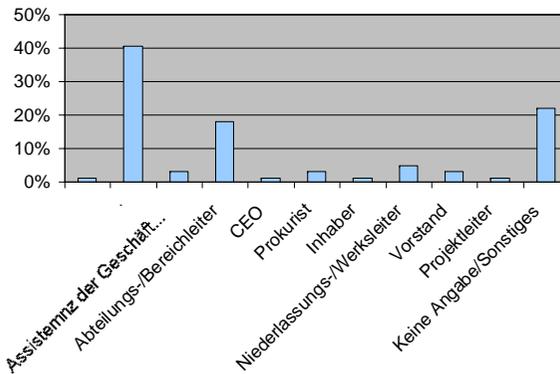


Teilnehmer Statistik

Unterstellte Mitarbeiter:



Position im Unternehmen:



Tätigkeit in Jahren auf der aktuellen Position:

Min: 0 Jahre

Max: 40 Jahre

Mittelwert: 8,78 Jahre



Teilnehmer Statistik

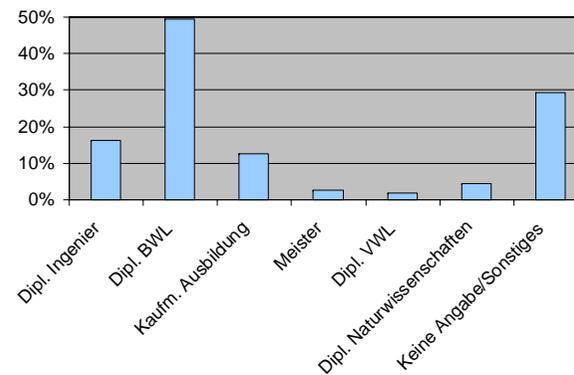
**Unternehmenszugehörigkeit
in Jahren :**

Min: 1 Jahr

Max: 43 Jahre

Mittelwert: 12,63 Jahre

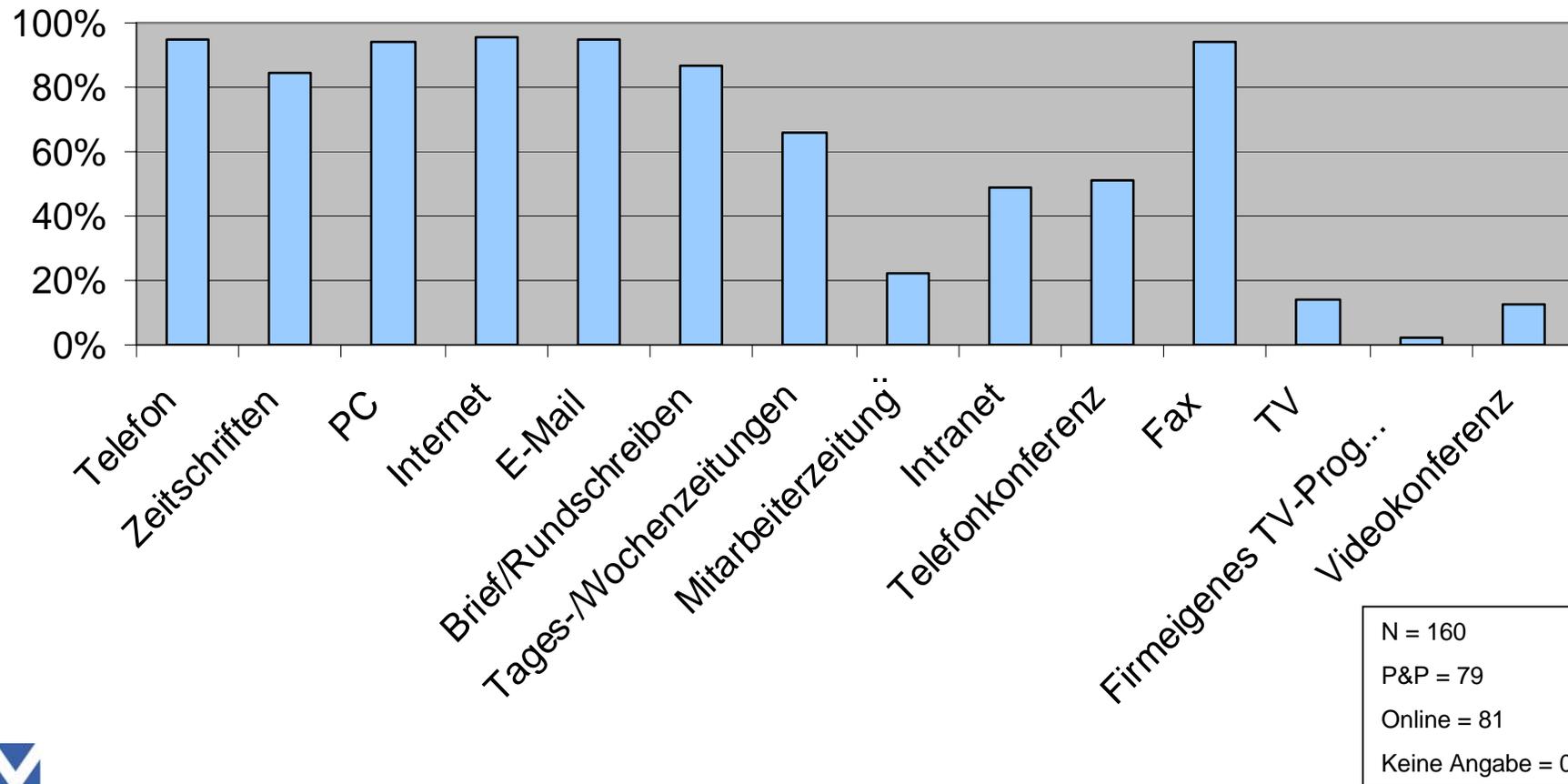
Fachliche Ausbildung:



Ergebnisse

Verfügbarkeit der Medien

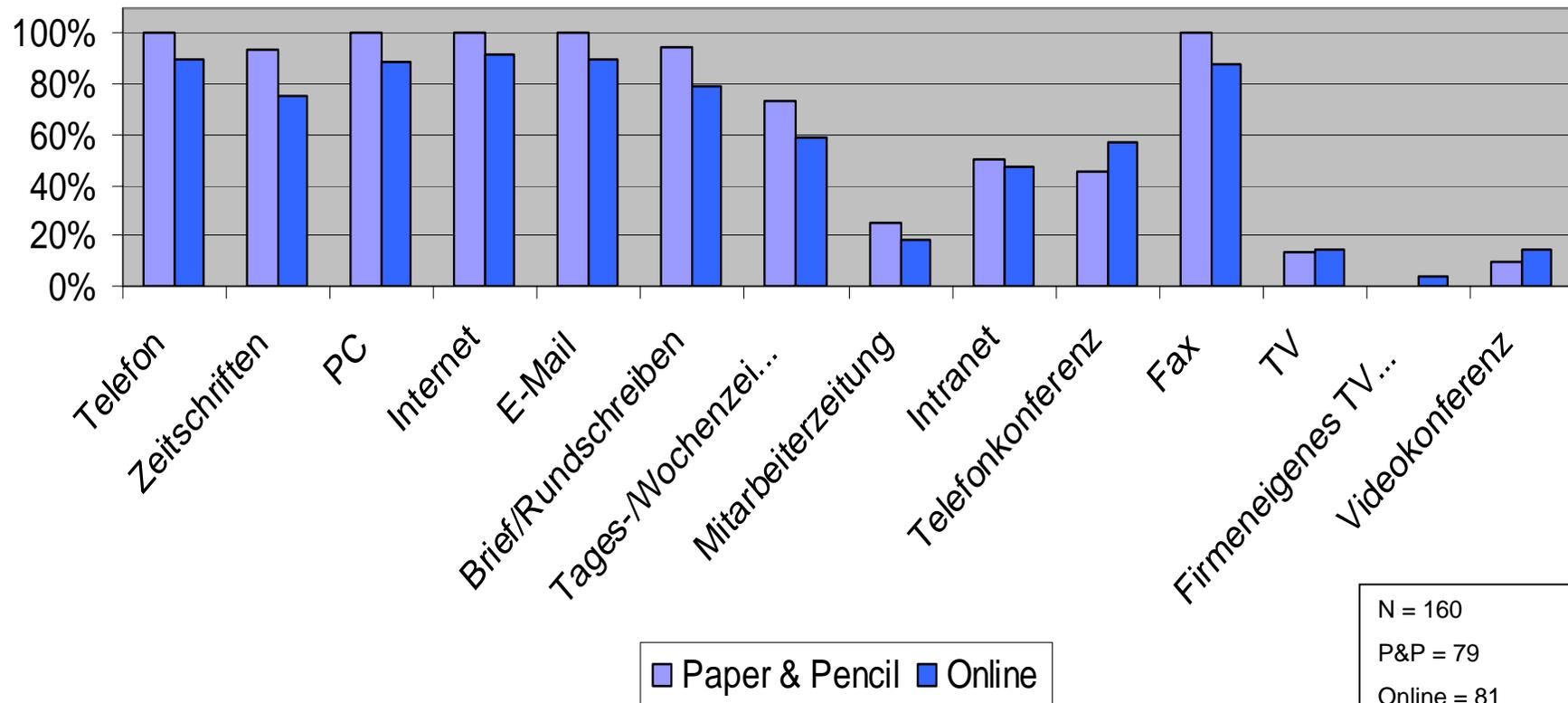
Frage 1: Welche der folgenden Medien stehen in Ihrem Unternehmen zur Verfügung?



Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Verfügbarkeit der Medien

Frage 1: Welche der folgenden Medien stehen in Ihrem Unternehmen zur Verfügung?



N = 160
P&P = 79
Online = 81
Keine Angabe = 0



Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Verfügbarkeit der Medien

Frage 1: Welche der folgenden Medien stehen in Ihrem Unternehmen zur Verfügung?

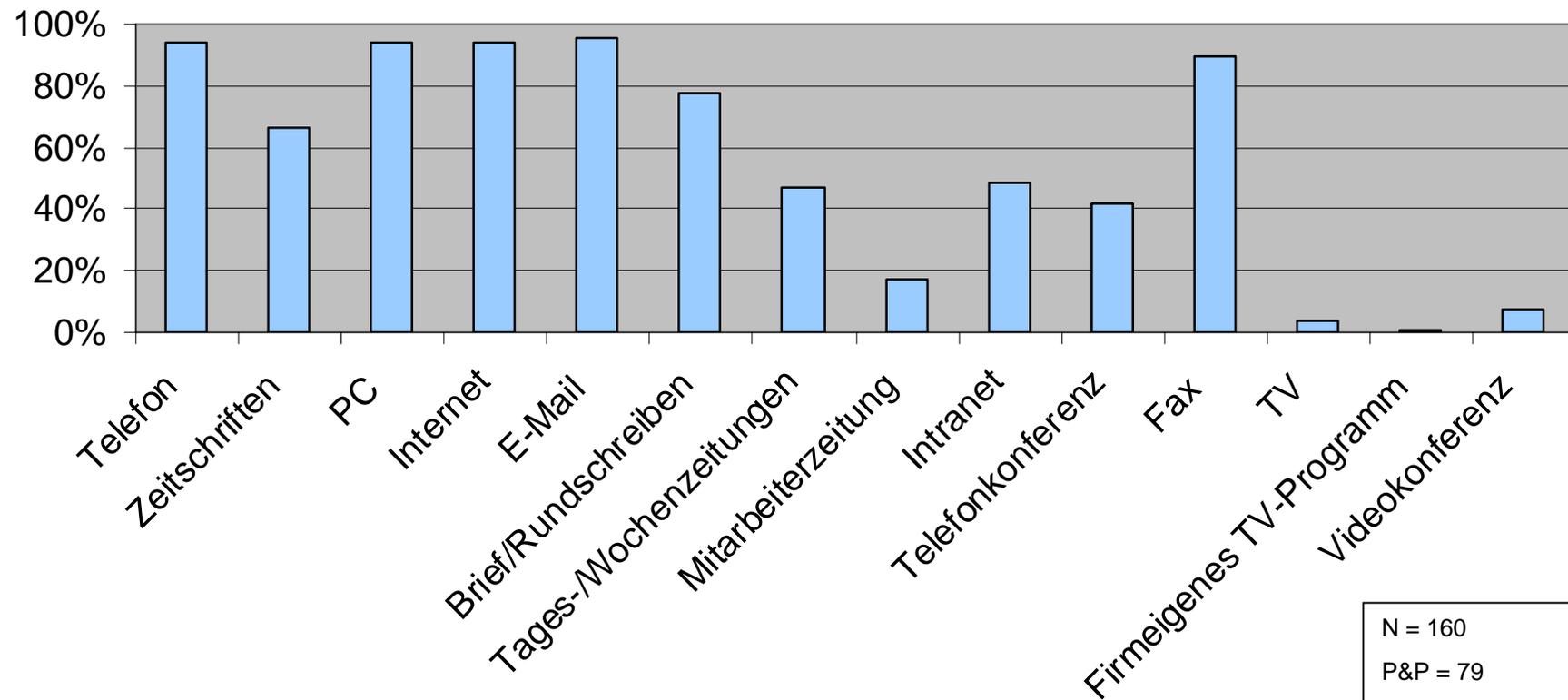
Sonstige Nennungen:

- Branchenbücher
- mobiles Telefon
- schwarzes Brett
- e-Newsletter
- CRM
- Fachbücher, Branchenberichte
- Netviewer-Meetings
- Unified Messaging
- Messezeitung

Ergebnisse

Nutzung der Medien bei der Arbeit

Frage 2: Welche der folgenden Medien nutzen Sie bei Ihrer Arbeit?



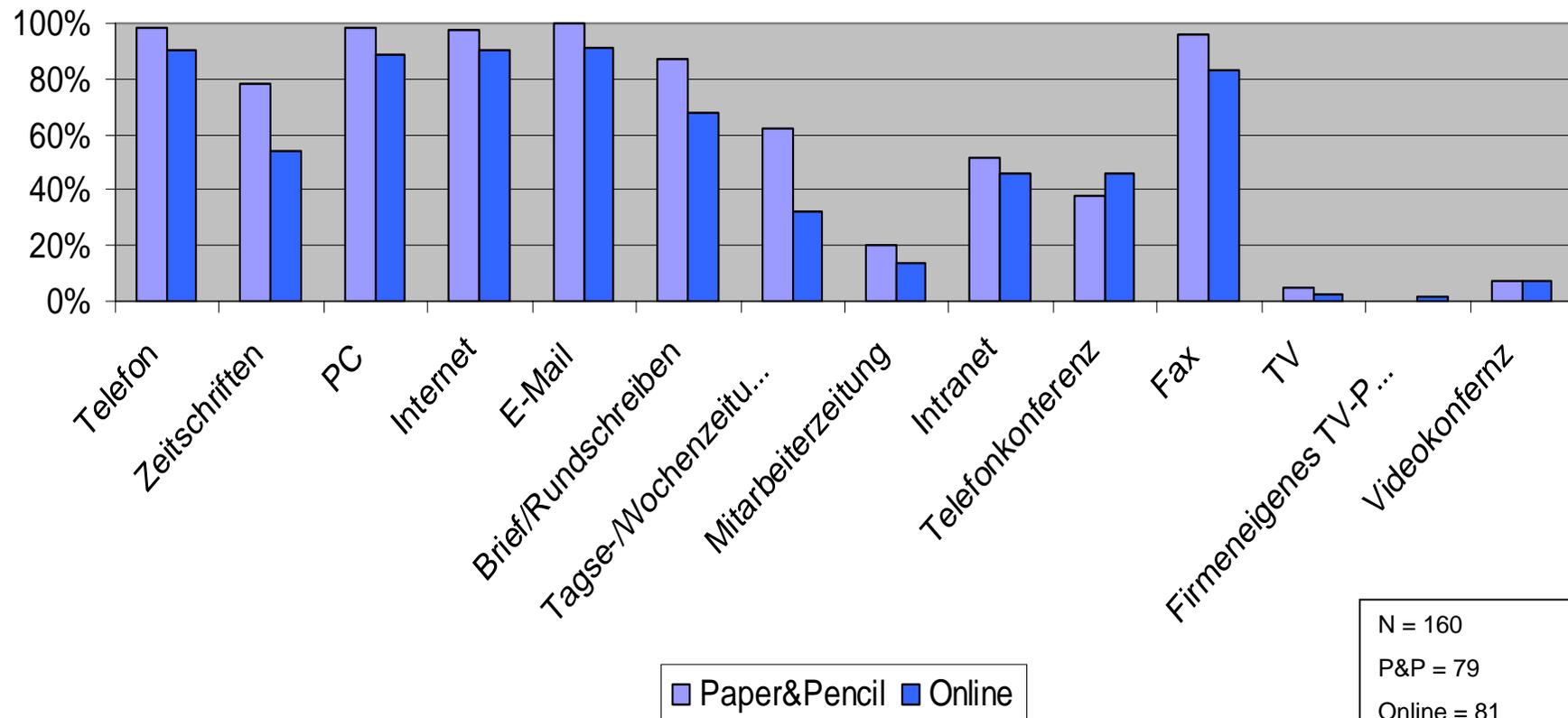
N = 160
P&P = 79
Online = 81
Keine Angabe = 0



Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Nutzung der Medien bei der Arbeit

Frage 2: Welche der folgenden Medien nutzen Sie bei Ihrer Arbeit?



N = 160
P&P = 79
Online = 81
Keine Angabe = 0



Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Nutzung der Medien bei der Arbeit

Frage 2: Welche der folgenden Medien nutzen Sie bei Ihrer Arbeit?

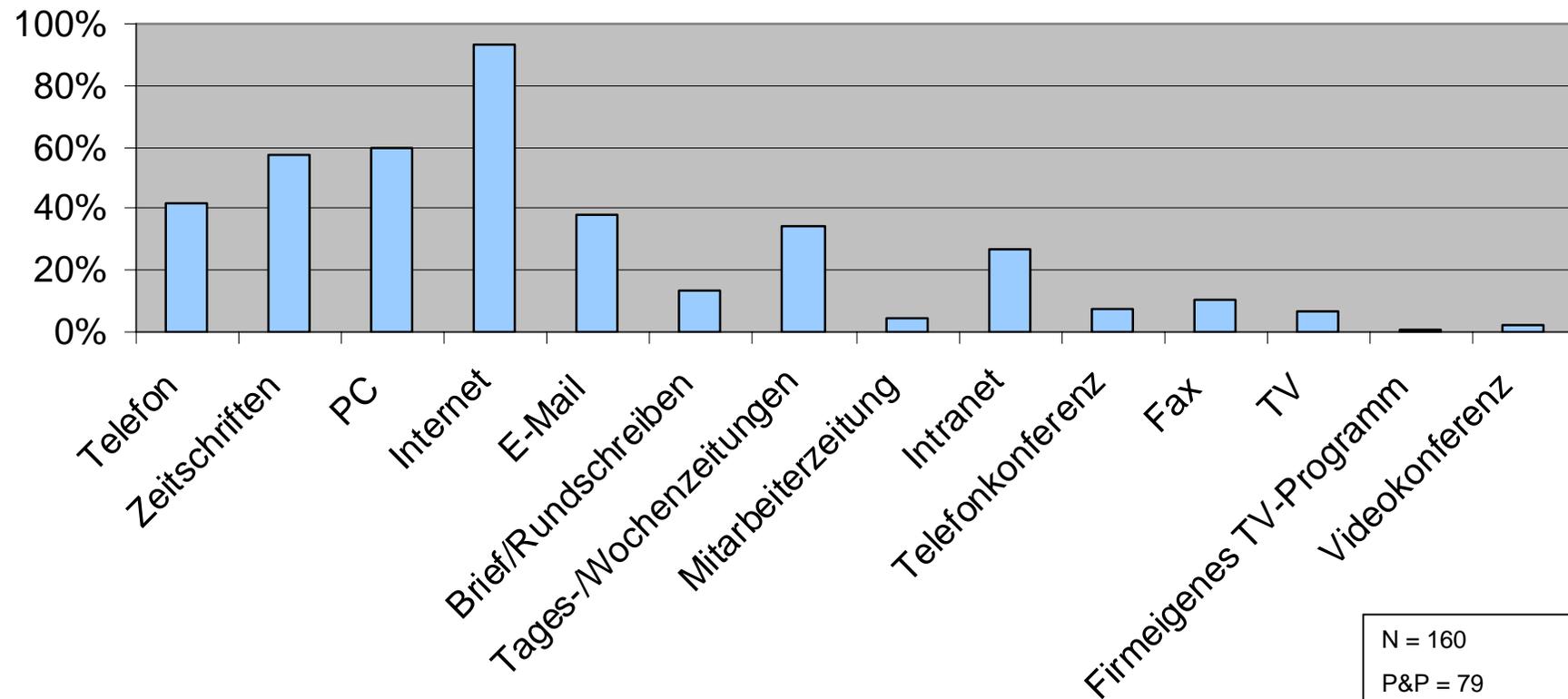
Sonstige Nennungen:

- Branchenbücher
- mobiles Telefon
- schwarzes Brett
- CRM
- Fachbücher, Branchenberichte
- Netviewer-Meetings
Unified Messaging
- Messezeitung
- Server-Zugänge

Ergebnisse

Nutzung der Medien zur Informationssuche

Frage 3: Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Informationssuche?

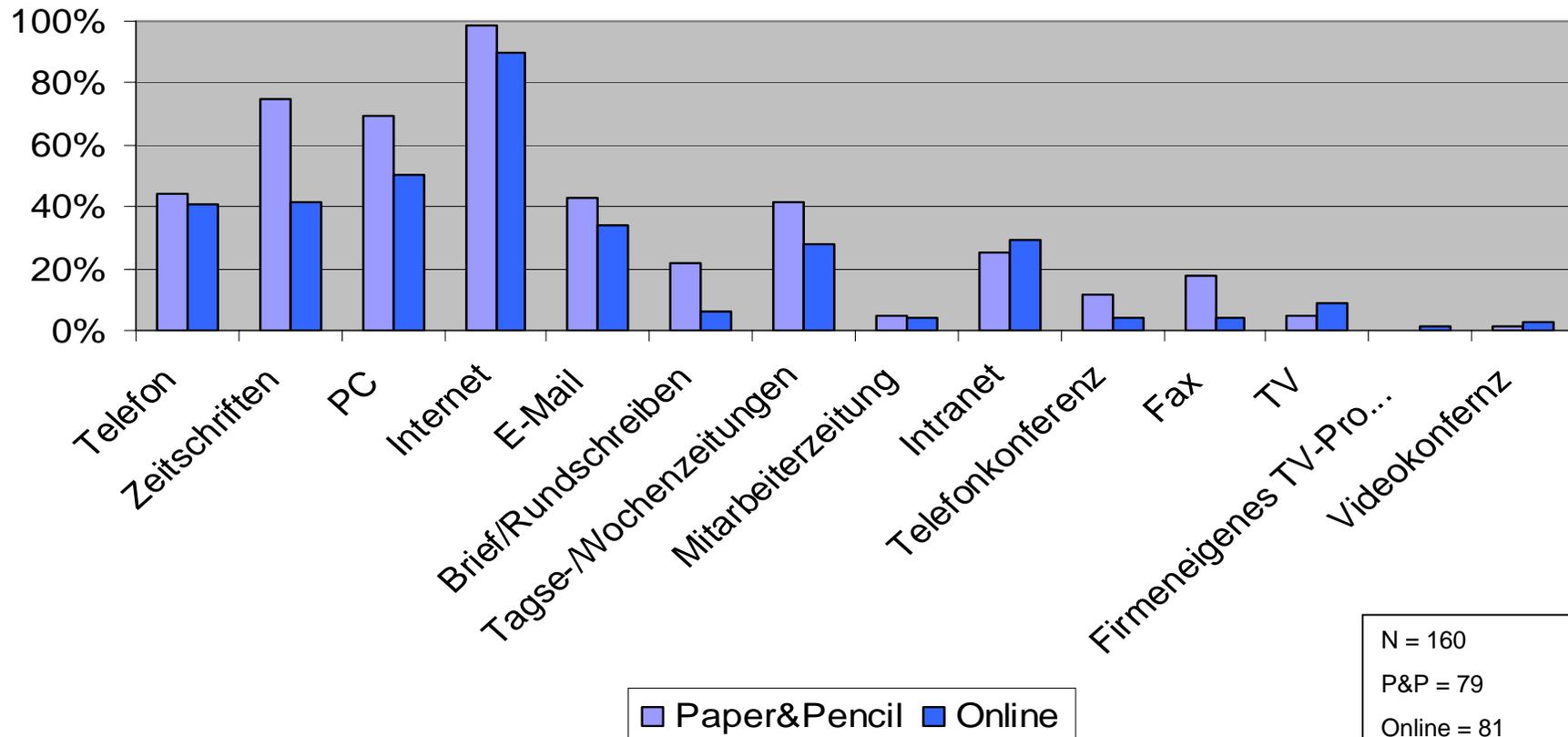


N = 160
P&P = 79
Online = 81
Keine Angabe = 0

Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Nutzung der Medien zur Informationssuche

Frage 3: Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Informationssuche?



N = 160
 P&P = 79
 Online = 81
 Keine Angabe = 0



Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Nutzung der Medien zur Informationssuche

Frage 3: Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Informationssuche?

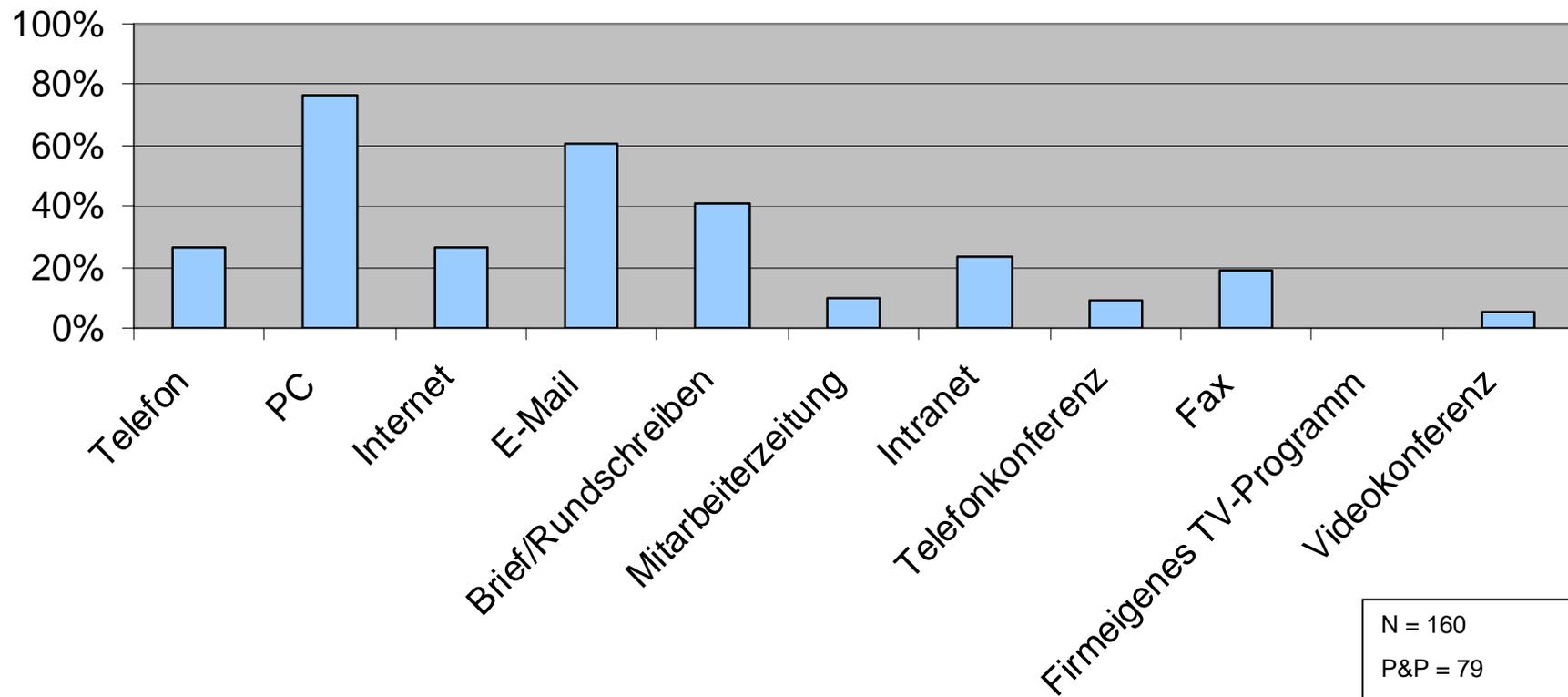
Sonstige Nennungen:

- Branchenbücher
- Bücher
- Kundenzeitung
- Kollegen, Kontakte über andere (irgendeiner kann immer Auskunft geben)
- Messezeitung

Ergebnisse

Nutzung der Medien zur Präsentation von Arbeitsergebnissen

Frage 4: Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Präsentation von Arbeitsergebnissen?



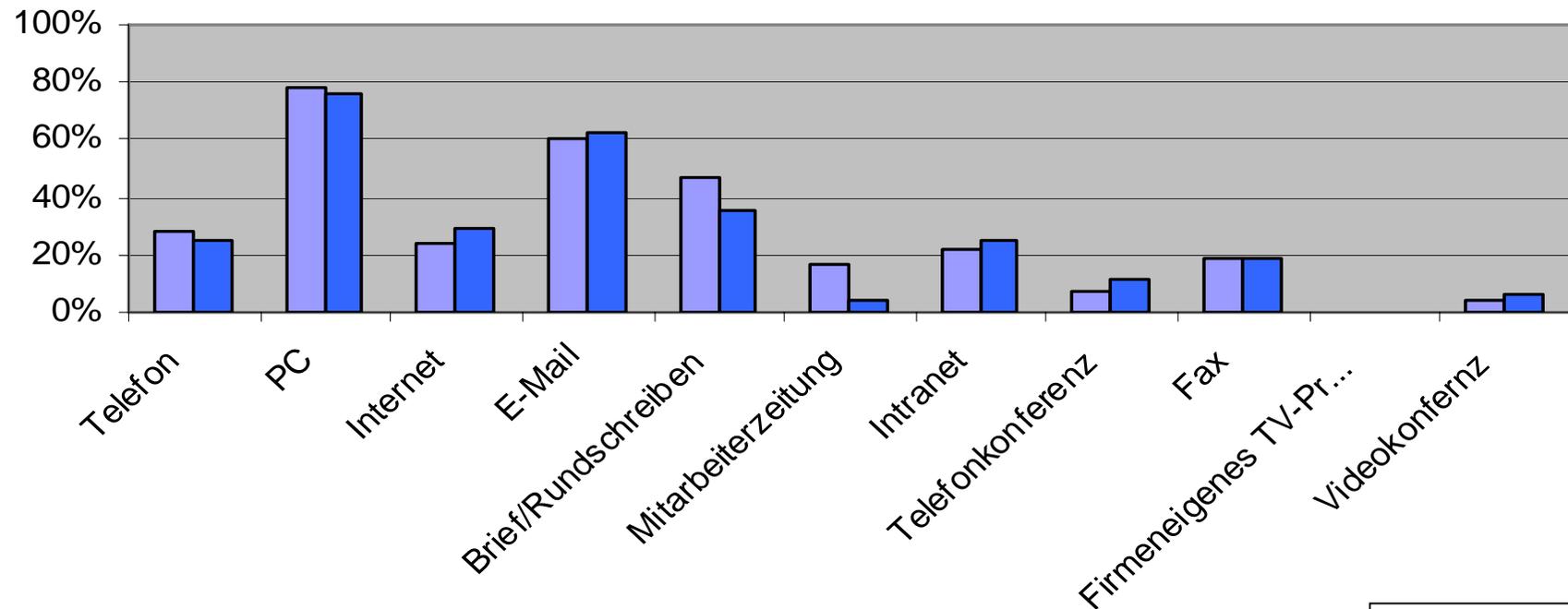
N = 160
P&P = 79
Online = 81
Keine Angabe = 0



Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Nutzung der Medien zur Präsentation von Arbeitsergebnissen

Frage 4: Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Präsentation von Arbeitsergebnissen?



■ Paper&Pencil ■ Online

N = 160

P&P = 79

Online = 81

Keine Angabe = 0

Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Nutzung der Medien zur Präsentation von Arbeitsergebnissen

Frage 4: Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Präsentation von Arbeitsergebnissen?

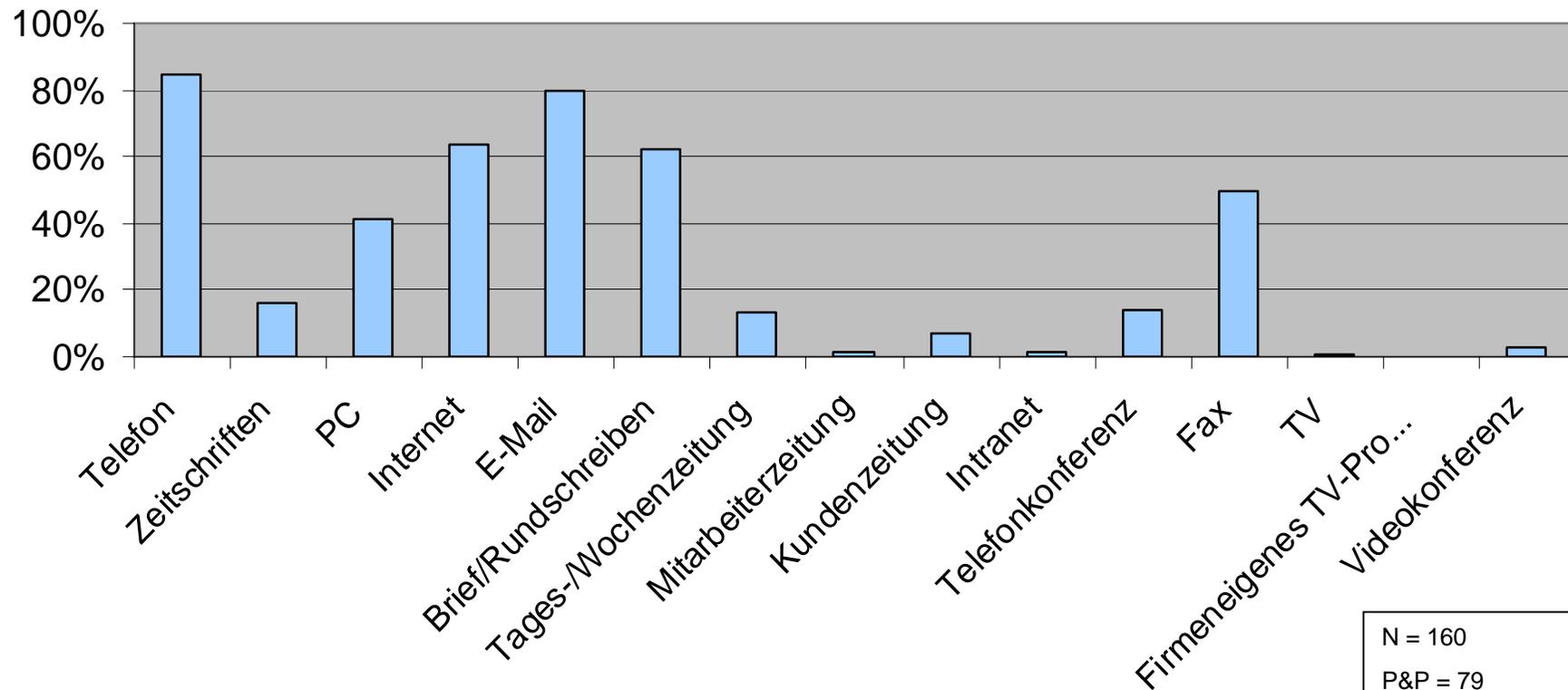
Sonstige Nennungen:

- Papier
- Ausarbeitungen
- Planausdrucke
- Laptop
- TQM
- schwarzes Brett
- Netviewer-Meetings
- Präsentationstechniksoftware (Powerpoint u.ä.)
- Messezeitung
- Ausdruck Papier
- Beamer

Ergebnisse

Nutzung der Medien zur Kundenkommunikation

Frage 5: Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Kundenkommunikation?



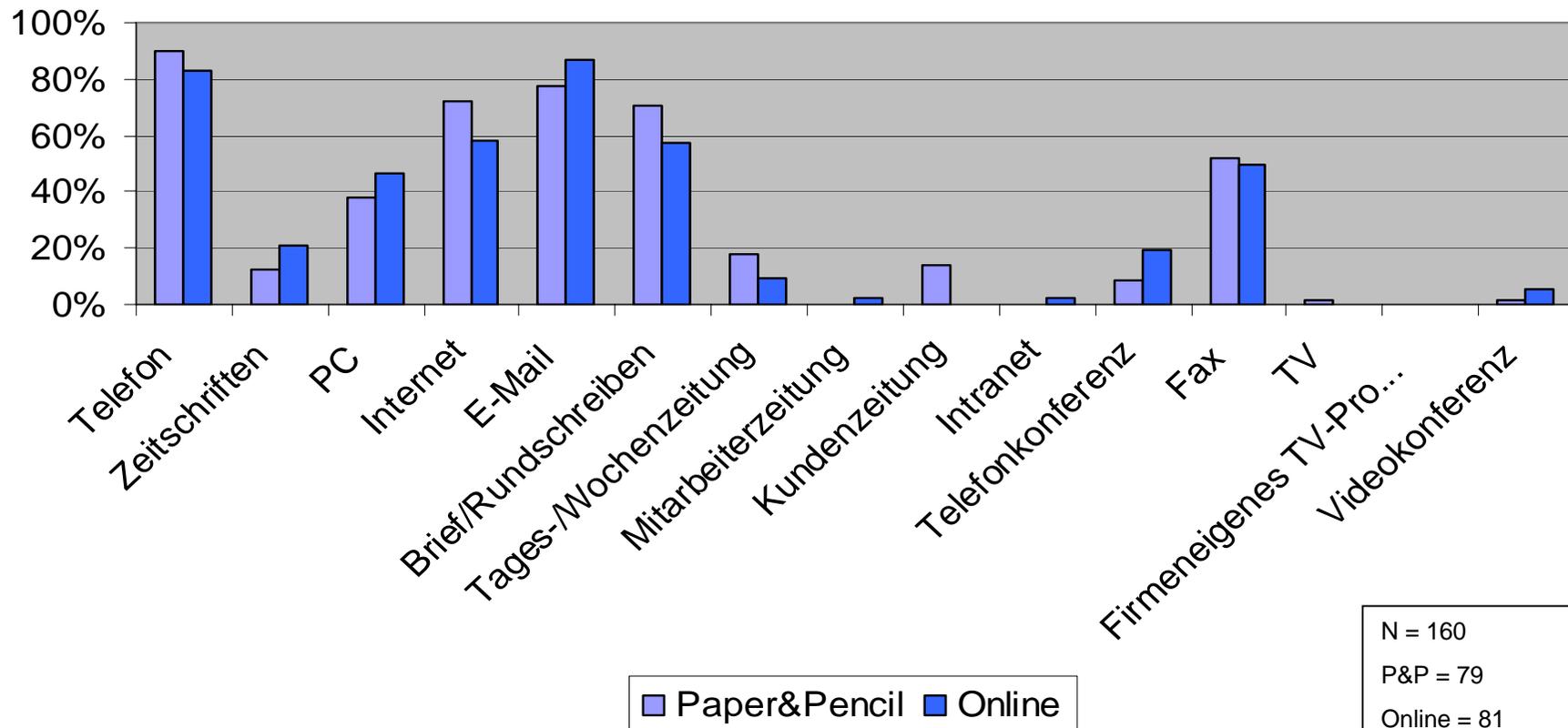
N = 160
P&P = 79
Online = 81
Keine Angabe = 0



Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Nutzung der Medien zur Kundenkommunikation

Frage 5: Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Kundenkommunikation?



N = 160
 P&P = 79
 Online = 81
 Keine Angabe = 0



Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Nutzung der Medien zur Kundenkommunikation

Frage 5: Welche der folgenden Medien verwenden Sie speziell zur Kundenkommunikation?

Sonstige Nennungen:

- Verkaufspersonal
- Persönliches Gespräch/Kontakt
- Prospekte/Druckerzeugnisse
- Wochenzeitung (Werbung)
- Flyer
- weitere Printmedien
- mobiles Telefon
- Gemeindenachrichtenblatt
- Kontoauszüge (Anlagen)
- Netviewer-Meetings
- Messezeitung
- Kundenzeitung
- Newsletter

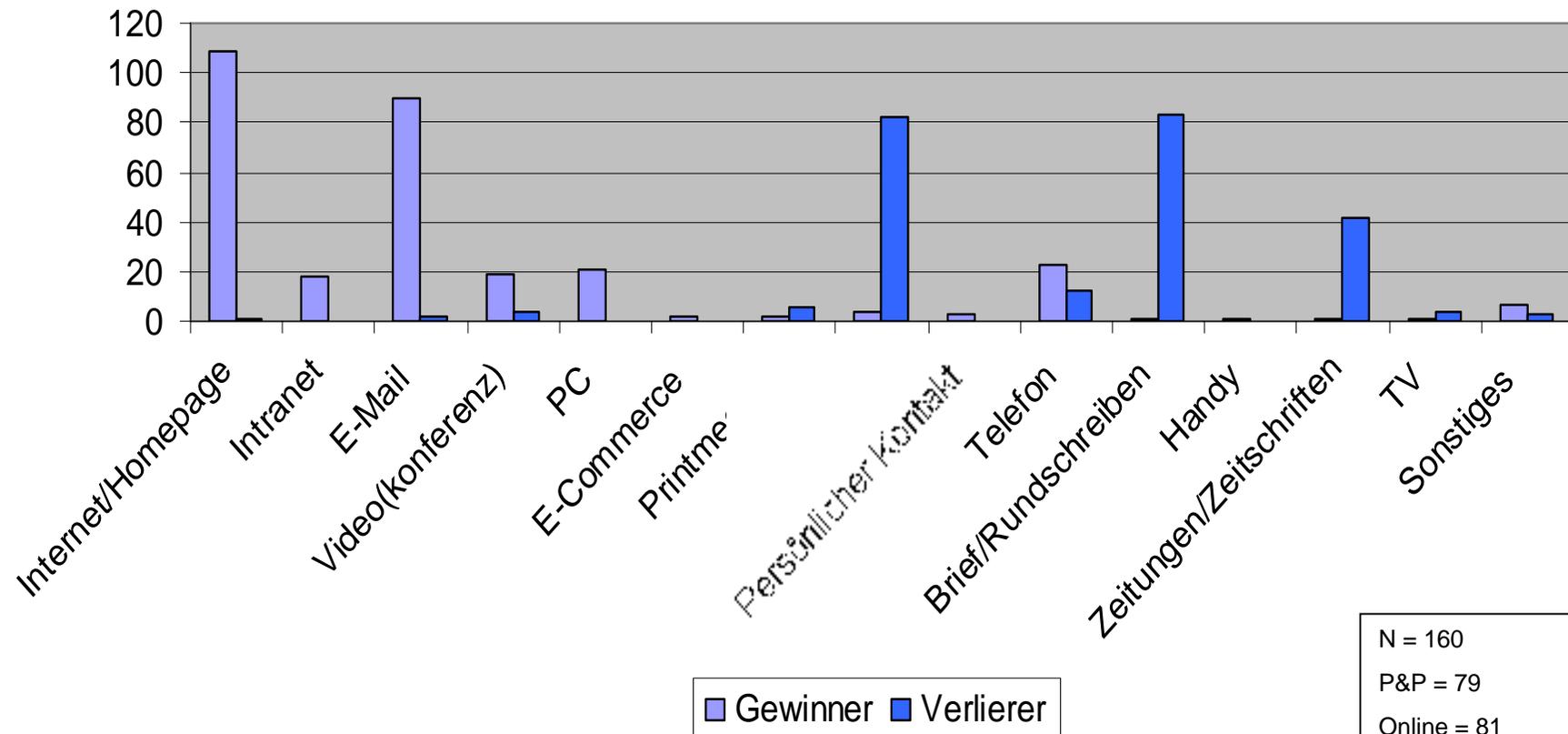


Keines, da wir nur Produktionsstandort sind, Vertrieb und das Marketing sind zentral

Ergebnisse

Bedeutung der Medien in der Zukunft

Frage 6: Welche Medien werden aus Ihrer Sicht zukünftig an Bedeutung für Ihre Tätigkeit gewinnen, und welche werden an Bedeutung verlieren?



N = 160
 P&P = 79
 Online = 81
 Keine Angabe = 0

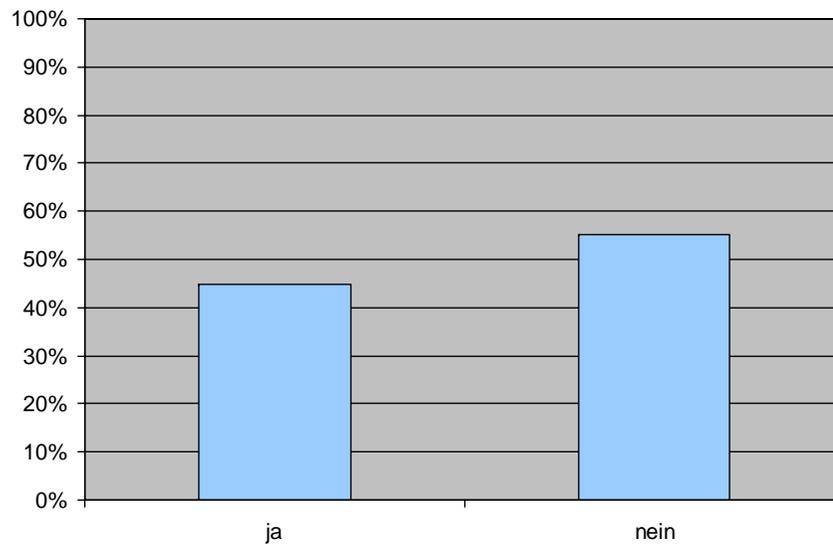


Ergebnisse

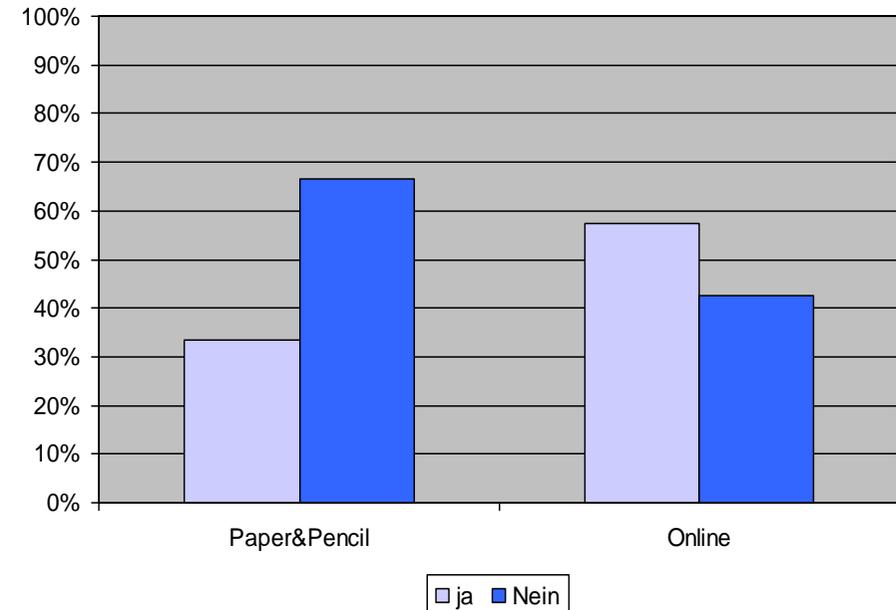
Technische Trends

Frage 7: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte technische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Ergebnisse insgesamt



Ergebnisse nach Erhebungsmethode



N = 160
P&P = 75
Online = 68
Keine Angabe = 17

Ergebnisse

Technische Trends

Frage 7: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte technische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- Video-/Telefonkonferenz
- mobile E-mail
- Voice over IP
- Informationsvermittlung via Internet
- Websitepflege
- Contentmanagement
- Technische Zuschaltung von Personen mit Codenummer
- Internet/E-Mail
- Verwendung von Videostreams oder CAD-Konstruktion
- Intranet
- Globalisierung
- Geschwindigkeit der Kommunikation

Ergebnisse

Technische Trends

Frage 7: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte technische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- Ausdehnung Powerpräsentation
- effizientere Suchmaschinen
- Miniaturisierung mit zunehmender mobiler Nutzung von mehreren Funktionen (Telefon, Video, Internet...)
- tragbare multifunktionale Geräte
- Internet für Schulungen
- Bandbreite wird immer günstiger, speziell auch im mobilen Bereich, Notebook, POA, Blackberry, etc.
- verstärkte Nutzung von PC/Internet in allen Altersstufen
- PC basierte Ergebnispräsentation
- Web 2.0, Web 3.0
- DSL-Internet
- Informationsaustausch
- IP-TV

Ergebnisse

Technische Trends

Frage 7: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte technische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- RSS-Feeds
- Blackberry
- Direkt mailing
- computergestützte Produktionskontrolle z.B. KANBAN
- VoIP / IP-Telefonie, VDSL
- Google auf Handy, soziale Internet-Netzwerke
- Videobeamer als Präsentationsmedium
- Mobiltelefon
- Auftragsabwicklung per Internet/Intranet/Videokonferenz
- EDI, eProcurement
- selbstverständlichere Verfügbarkeit, einfachere Bedienung
- Nicht technisch sondern demographisch. Die Generationen, die ohne IT aufgewachsen sind gehen in Rente.
- die verstärkte Nutzung des Internet durch Links und die dazugehörigen Formulare



Ergebnisse

Technische Trends

Frage 7: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte technische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- Online-Workflows
- neue Technologien im Zusammenhang mit Internet
- immer leistungsfähigere und globale Netzwerke, Entwicklungen wie Smartboards etc. verbessern Zusammenarbeit
- verstärkte Nutzung von Wikis, Blogs
- Internettechnologien mit überlegener Produktpräsentation
- Internettelefonie, Internetkonferenzen, (Bild und Ton),
- Neue Techniken wie z.B. Bildtelefone
- PC-Konferenzen
- Labtops
- Web-Communities
- W-Lan, Videotelefonie, Verstärkte Nutzung des UMTS-Netzes bzw. alternativer Netze, Handy-Web
- günstigere Internet/VPN-Leitungen



Ergebnisse

Technische Trends

Frage 7: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte technische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

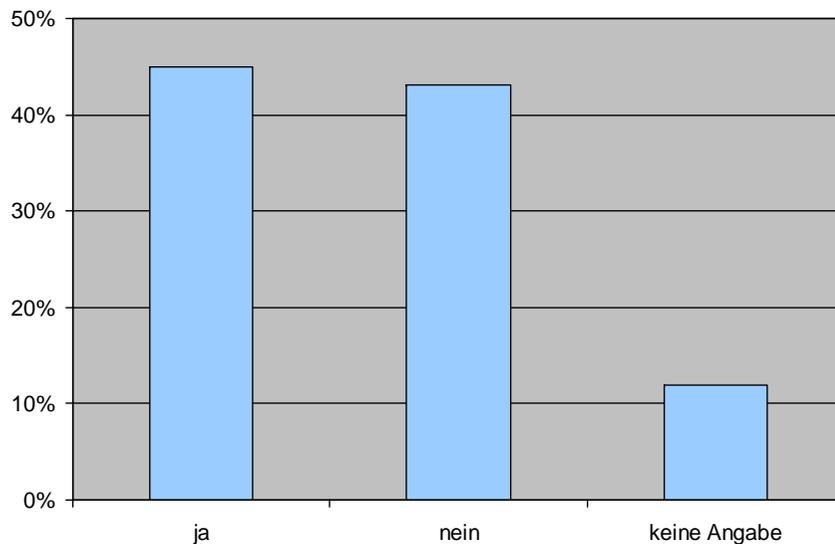
- breitere Bandbreiten, höhere Übertragungsraten - multimediale Kommunikationsmöglichkeiten wie Videokonferenz
- interaktive Kommunikation übers Internet
- Internet und Fernsehauftritt

Ergebnisse

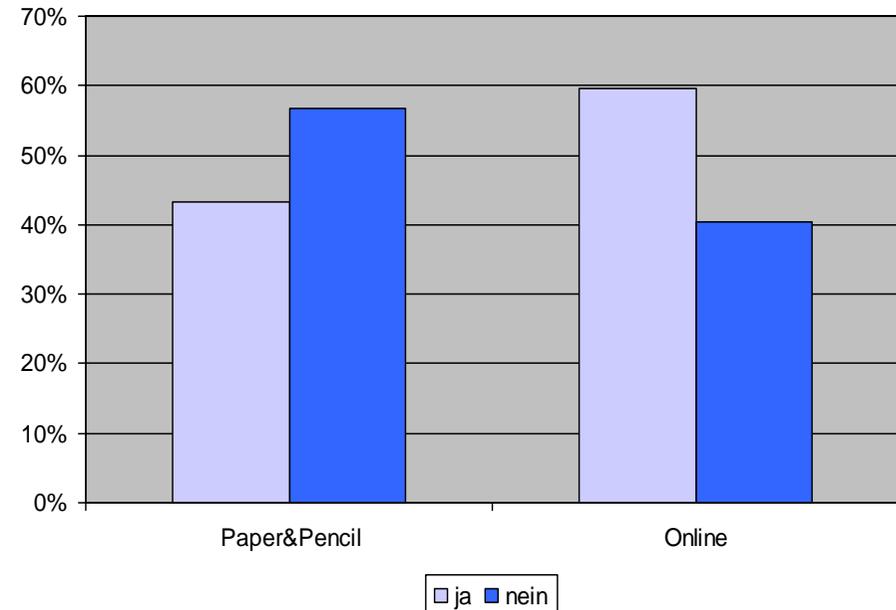
Ökonomische Trends Trends

Frage 8: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Ergebnisse insgesamt



Ergebnisse nach Erhebungsmethode



N = 160

P&P = 74

Online = 67

Keine Angabe = 19 28

Ergebnisse

Ökonomische Trends Trends

Frage 8: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- Kostenminimierung durch Newsletter
- Kostendruck
- Zeitdifferenzen
- Nutzung zeitnaher Information
- Kosten-/Umweltbewusstsein
- Verbesserung der Servicequalität
- Kundenbetreuung via Internet
- Tutorials via Internet
- Rundmail
- Internetportal statt Rundschreiben
- weniger Vorort Betreuung von Kunden und stärkere Online-Beratung
- flexible und schnelle Reaktionen auf Kundenwünsche
- Kosteneffizienz
- Remote Desktop



Ergebnisse

Ökonomische Trends Trends

Frage 8: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- größerer Workload erfordert verbesserte IT
- Effizienzsteigerung z.B. Videokonferenz statt Reise
- Direktmarketing
- online-Inhaltsangebote mit passenden Geschäftsmodellen
- Endkundenkommunikation
- Globalisierung
- Zentralisierung
- verteilte globale Projektteams
- Videokonferenzen
- Onlineinfodienst für Außendienst
- Reduzierung der Reisekosten
- Kostenoptimierung für standardisierte Vorgänge
- Mail/CD/DVD-Versand für Angebotsanfragen (Kostenreduktion beim Kunden/ Zeitgewinn "Design in Internet-Time")



Ergebnisse

Ökonomische Trends Trends

Frage 8: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- Verlagerung von Services in Niedriglohnländer
- Newsletter anstatt Briefe wg. Portosparnis
- mehr E-Mail
- mehr Homepage-Nutzung
- CRM-Systeme
- personalisierte Homepage mit verstärktem online-Produktabschluss
- Kosteneinsparungen
- Zentralisierung Kundenkontakte
- Call Center als Servicestelle
- Kundenbetreuung durch regelmäßige Informationen per E-Mail
- Video/Internet-Präsentationen ersetzen Vorstellungen vor Ort; damit Einsparung von Reisekosten
- papierloses Büro
- Homepage mit gesichertem Bereich für Kundenzutritt



Ergebnisse

Ökonomische Trends Trends

Frage 8: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- Ausbau "just in time" mit PC-Vernetzung durch die steigenden Benzinkosten wird mehr die Telefonkonferenz bzw. Videokonferenz genutzt, statt sich buchstäblich zusammen an einen Tisch zu setzen.
- steigende Energiekosten
- Internationalisierung / globale Prozessstrukturen --> Nutzen neuer, kostengünstigerer Kommunikationsstandards (Internet)
- Prozessbeschleunigung durch IT-Technologie
- mehr indirekte Kommunikation
- Kostenersparnis und gesteigerte Effizienz durch Nutzung elektronische Medien
- Verlagerung von "Services" in Niedriglohnländer
- Verstärkte Nutzung der elektronischen Medien
- zeitnahe Onlinebetreuung; Videokonferenzen zur Zeit- und Kostenoptimierung (Wegfall Reisezeit und -kosten)

Ergebnisse

Ökonomische Trends Trends

Frage 8: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- Einsparung von Fahrtkosten - Umweltschonung deshalb Nutzung von Videokonferenz, Telefon, Internet, Email
- Newsletter per Mail
- sinkende Leitungskosten
- Wachsende Globalisierung erfordert, dass man weltweit, schnell, zu überschaubaren Kosten kommunizieren kann. Unabhängig davon wird, insbesondere im B to C Bereich, der persönliche Kontakt wieder an Bedeutung gewinnen
- der persönliche Kontakt wird nach wie vor die Grundlage sein, daraus resultieren verschiedene, auch ökonomische Trends
- schnellere Reaktion durch E-Mails
- Internet-Verbindungen werden immer günstiger
- Kostendruck, Effizienzsteigerung, Verfügbarkeit von verbesserten Online-Services aufgrund leistungsfähigerer Netzwerke
- Zwang zu stärkerer Bündelung von Informationen
- One-to-One Marketing mit personalisierter, IT-gestützter Kundenbetreuung



Ergebnisse

Ökonomische Trends Trends

Frage 8: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

Falls ja, welche?:

- Dokumentenmanagement
- Zeitersparnis, Effektivität, Effizienz
- steigende Rohstoffkosten, daher wird der Transport von materiellen Dingen teurer und Onlinemedien werden stärker nachgefragt
- Zeitmangel
- Online
- Kostendruck
- genau ihr Beispiel, aber nicht allein wg. den Kosten der persönlichen Kundenbetreuung, sondern wg. der schnellen und weitreichenden Möglichkeiten und Multiplikationseffekten der Online-Medien
- Kosten- und Zeitersparnisse zugunsten der Globalisierung durch digitalisierte, individuelle Kundenbetreuung, d.h. Nutzung von CRM, etc.
- Kostenbewusstsein nur im Zusammenhang der internen Kommunikation; Intranet ersetzt Mitarbeiterzeitungen oder Rundschreiben etc..

Ergebnisse

Ökonomische Trends Trends

Frage 8: Gibt es aus Ihrer Sicht bestimmte ökonomische Trends, die zukünftig zu einem Zuwachs von Medienkompetenz führen werden?

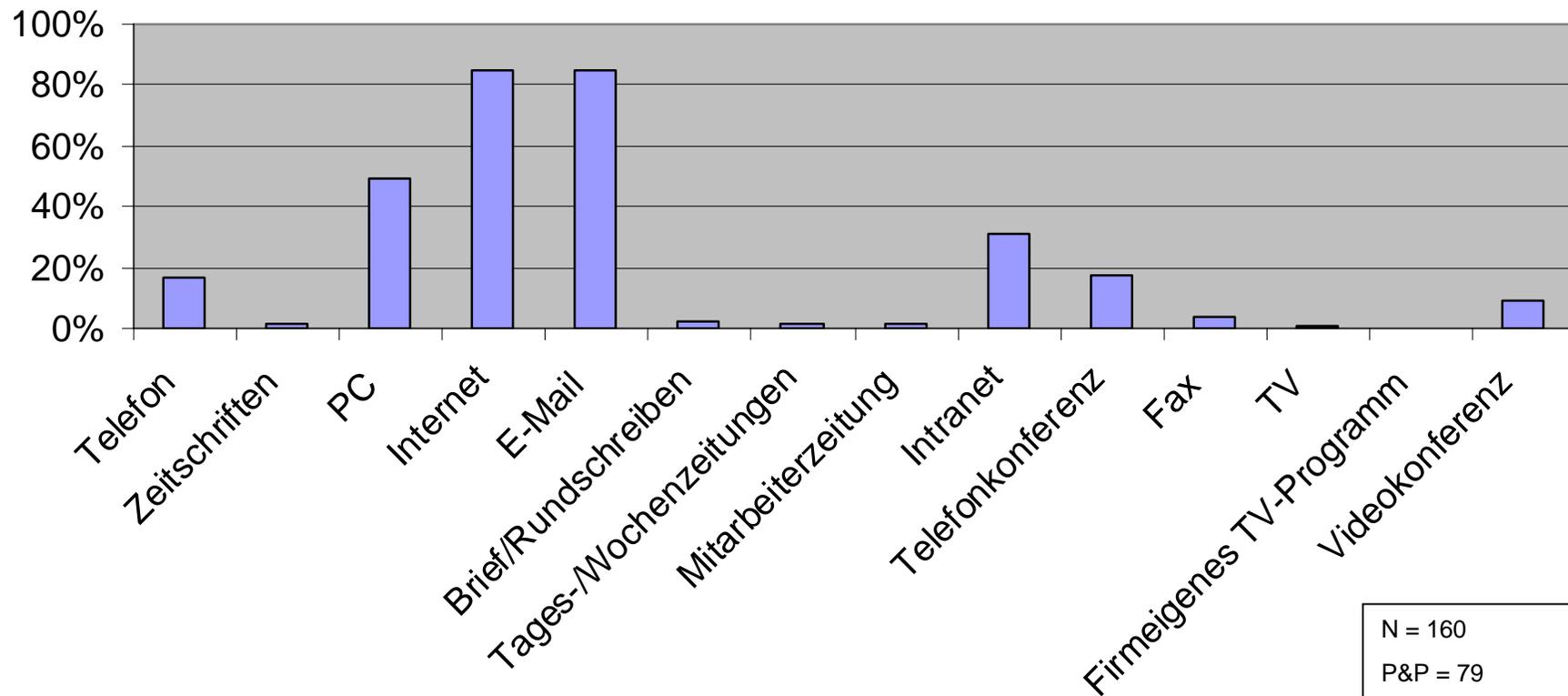
Falls ja, welche?:

- Abfallvermeidung
- Datenübertragung an mobile Endgeräte (pda, etc.) zur Kostenreduktion im Service und Instandsetzung
Kostensparnisse; Zeitersparnis
- e commerce
- Bedeutung Internet und Onlinebetreuung wird zunehmen

Ergebnisse

Bedeutungsgewinn der Medien

Frage 9: Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung gewonnen?

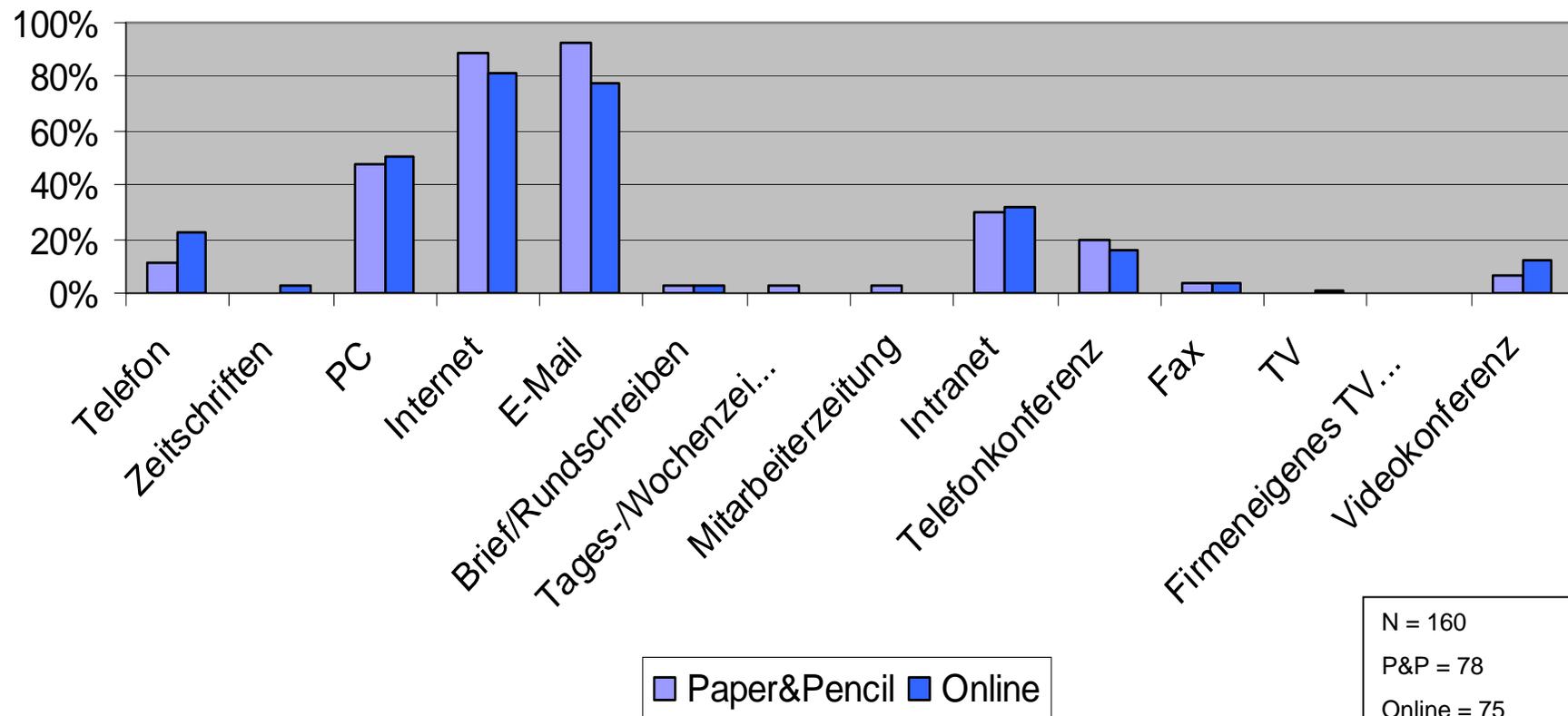


N = 160
P&P = 79
Online = 81
Keine Angabe = 0

Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Bedeutungsgewinn der Medien

Frage 9: Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung gewonnen?



N = 160
 P&P = 78
 Online = 75
 Keine Angabe = 7

Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Bedeutungsgewinn der Medien

Frage 9: Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung gewonnen?

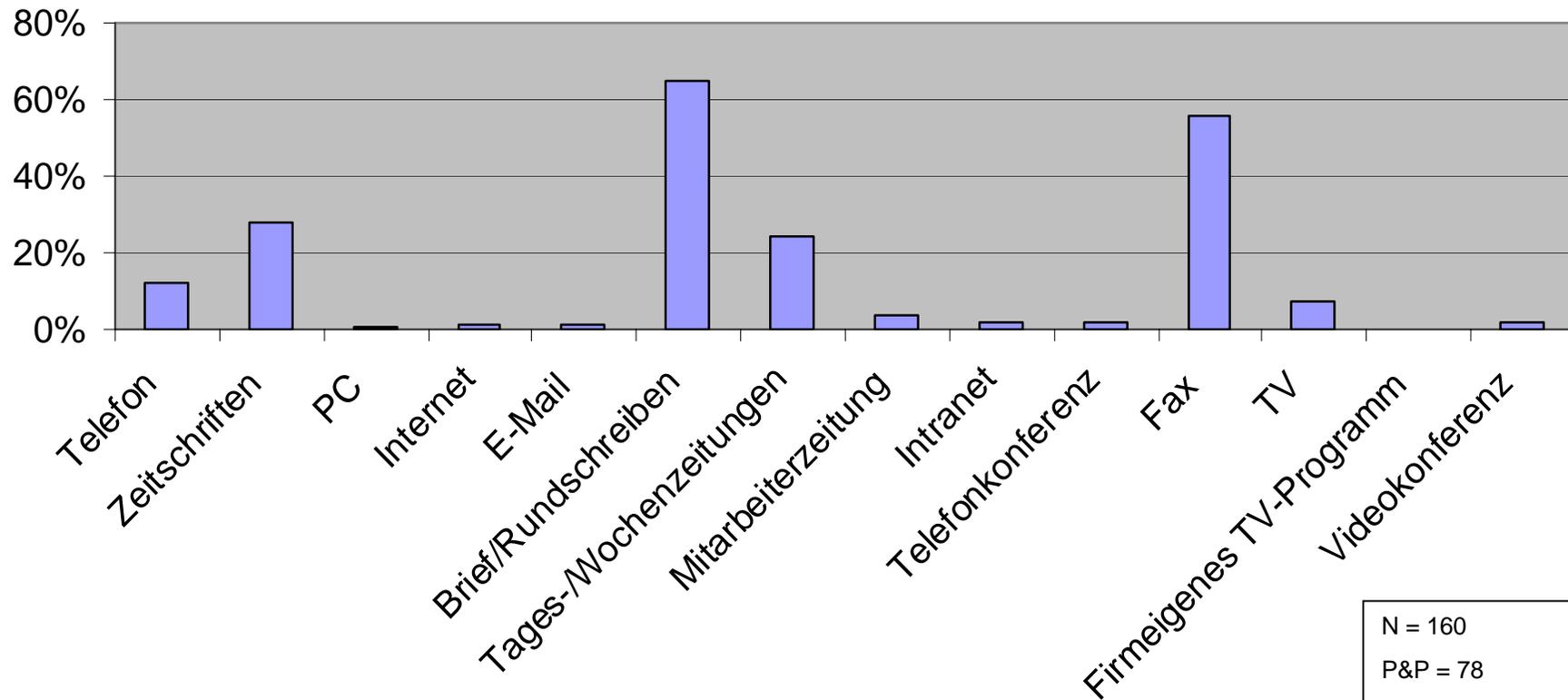
Falls ja, welche?:

- Web 2.0 (Blogs, Wiki)
- Netviewer-Meetings
- Das persönliche Gespräch scheint mir wichtiger denn je
- PC-Konferenz

Ergebnisse

Bedeutungsverlust der Medien

Frage 10: Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung verloren?



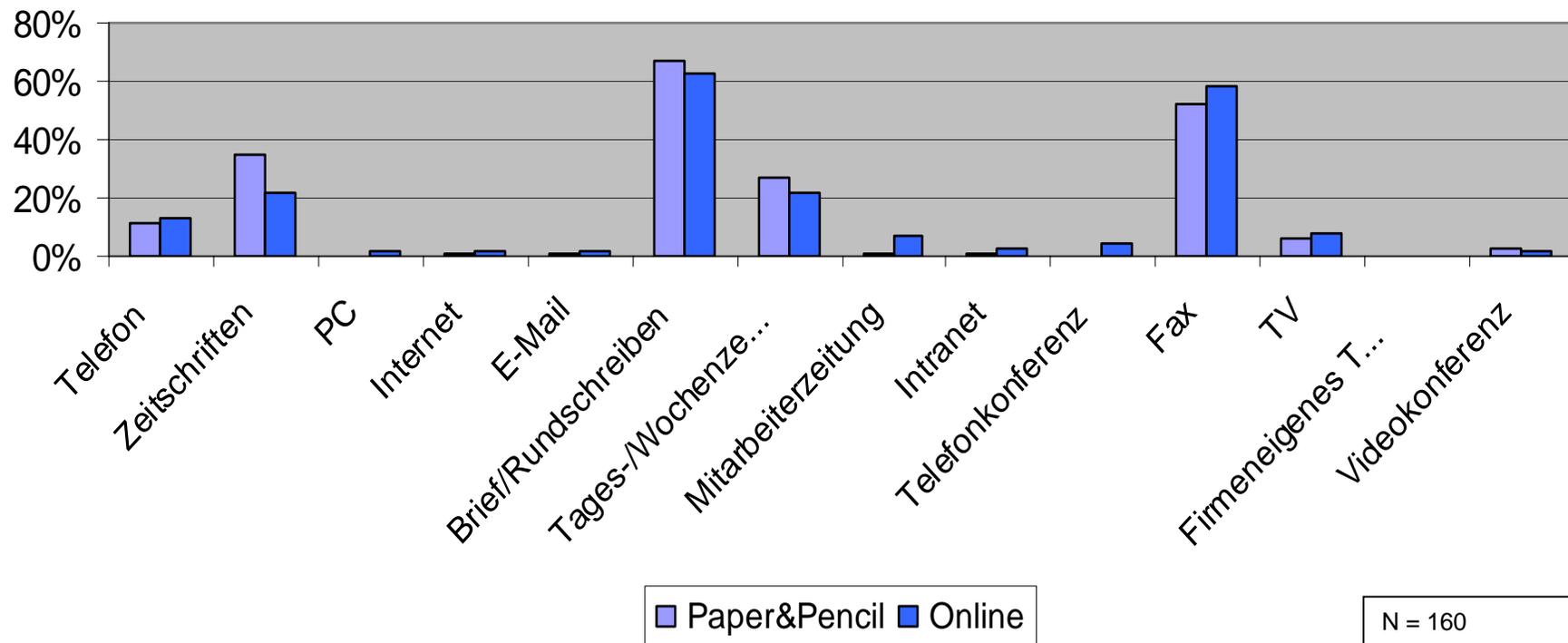
N = 160
P&P = 78
Online = 75
Keine Angabe = 7



Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Bedeutungsverlust der Medien

Frage 10: Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung verloren?



N = 160
P&P = 78
Online = 75
Keine Angabe = 7

Ergebnisse nach Erhebungsmethode

Bedeutungsverlust der Medien

Frage 10: Welche Medien haben in den letzten 3 Jahren für Ihre tägliche Arbeit an Bedeutung verloren?

Falls ja, welche?:

- Messedienste

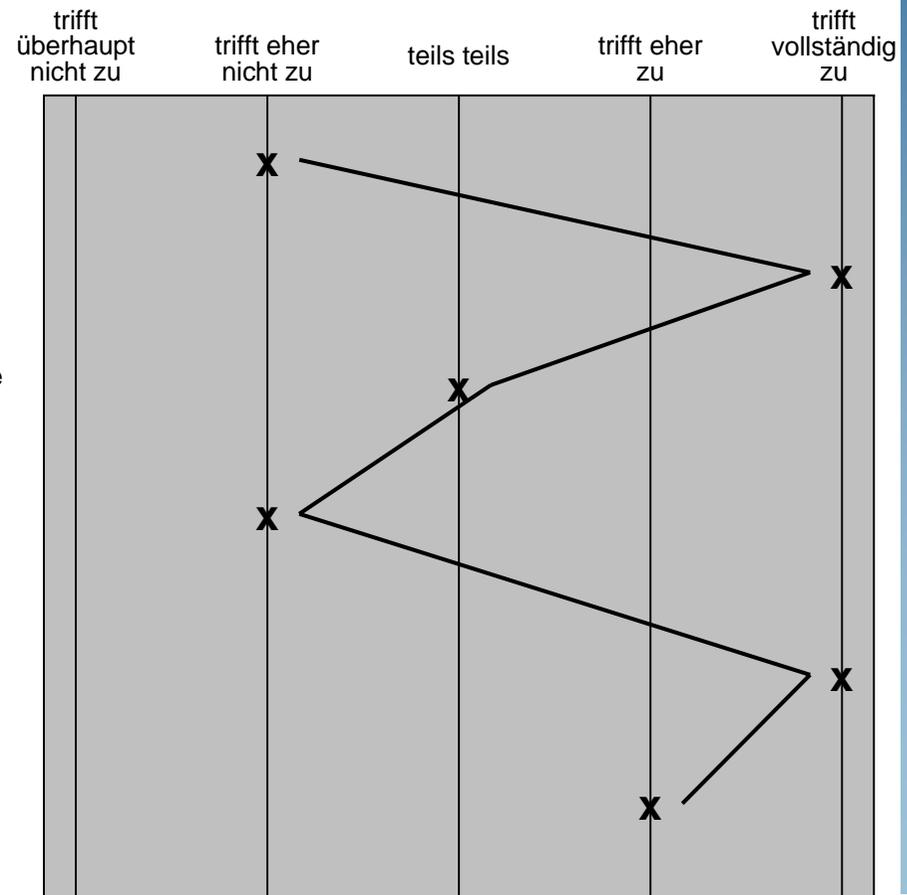
Ergebnisse

Umgang mit Medien

Frage 11: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf Ihren täglichen Umgang mit Medien im Rahmen Ihrer Tätigkeit zu?

Für die Darstellung wurde der Modus (häufigster Wert) verwendet.

1. Ich habe manchmal technische Probleme beim Umgang mit den verwendeten Medien.
2. Wenn ich mir nicht selbst helfen kann, weiß ich wo ich Hilfe finde.
3. Ich habe Informationen schon per E-Mail oder Internet erhalten, die ich lieber persönlich mitgeteilt bekommen hätte.
4. Es gibt Situationen, in denen ist es schwierig zu entscheiden, welches Medium ich zur Vermittlung von Informationen verwenden soll.
5. Ich kann eigene Arbeitsergebnisse mit Hilfe von Medien präsentieren und gestalten.
6. Ich kann mit Hilfe von Medien präsentierte Informationen auf ihre Richtigkeit einschätzen.



N = 160; P&P = 77; Online = 63; Keine Angabe = 20



Ergebnisse

Umgang mit Medien

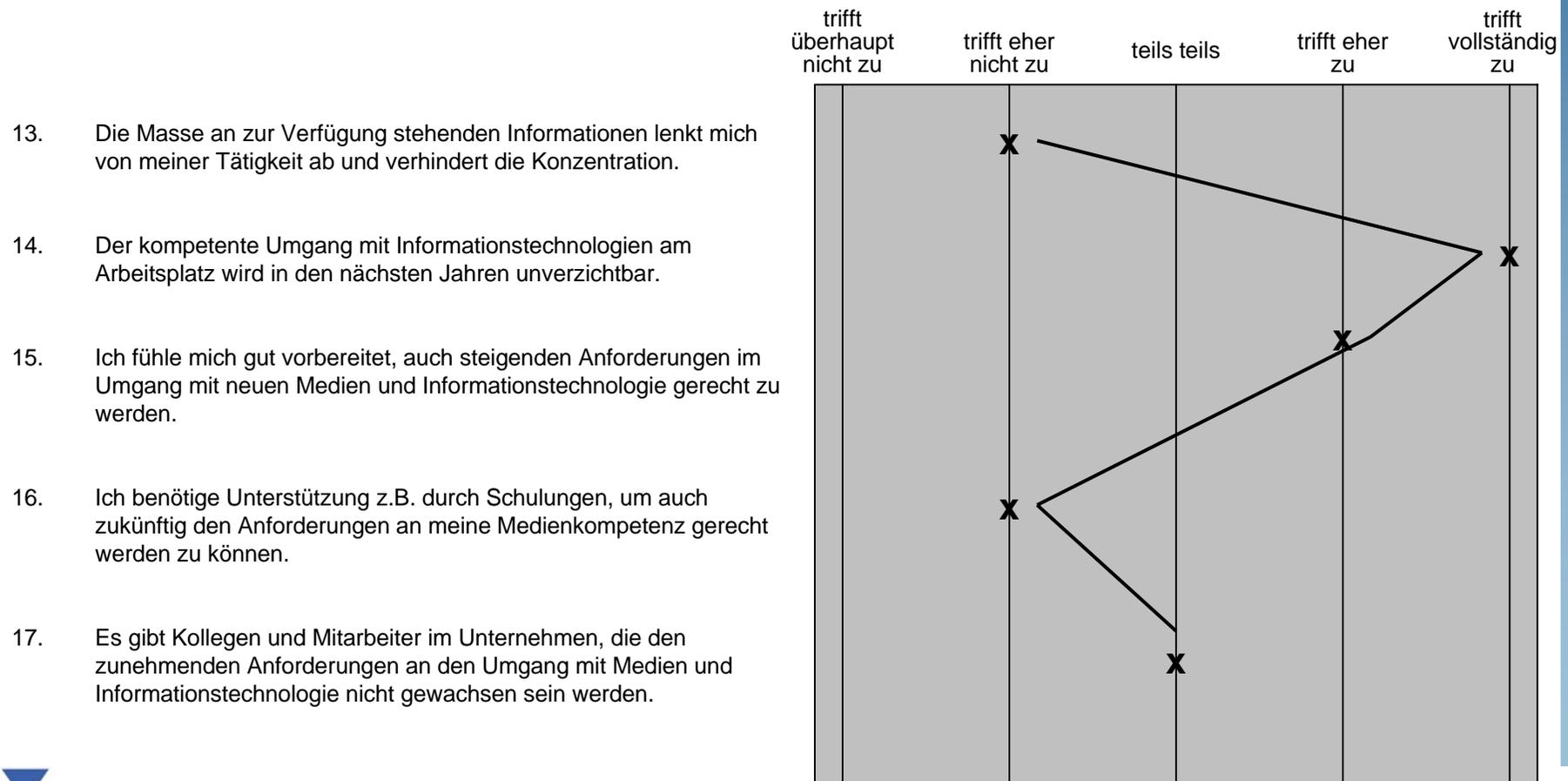
Frage 11: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf Ihren täglichen Umgang mit Medien im Rahmen Ihrer Tätigkeit zu?

	trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	teils teils	trifft eher zu	trifft vollständig zu
7. Ich durchschaue Manipulationstechniken in den Medien.			X		
8. Ich kenne die Probleme der Datensicherheit im Internet und weiß, wie ich sie vermeiden kann.				X	
9. Ich fühle mich kompetent im Umgang mit den mir zur Verfügung stehenden Medien.				X	
10. Ich nehme gerne an E-Learning-Kursen teil, wenn ich mich weiterbilden möchte.		X			
11. Die kompetente Nutzung von Informationstechnologien und Medien am Arbeitsplatz trägt wesentlich zu einer Effizienzsteigerung bei.				X	
12. Die zu nutzenden Technologien sind oft kompliziert und verhindern schnelle und flexible Lösungen.		X			

Ergebnisse

Umgang mit Medien

Frage 11: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf Ihren täglichen Umgang mit Medien im Rahmen Ihrer Tätigkeit zu?

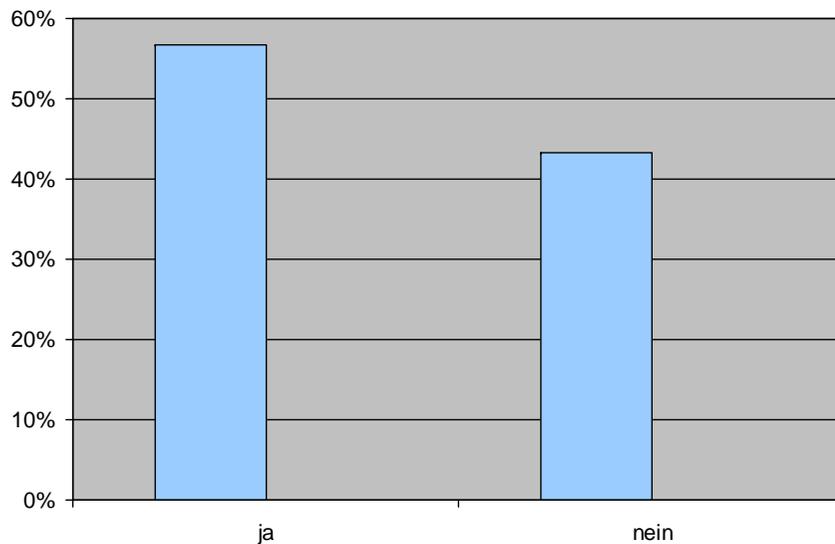


Ergebnisse

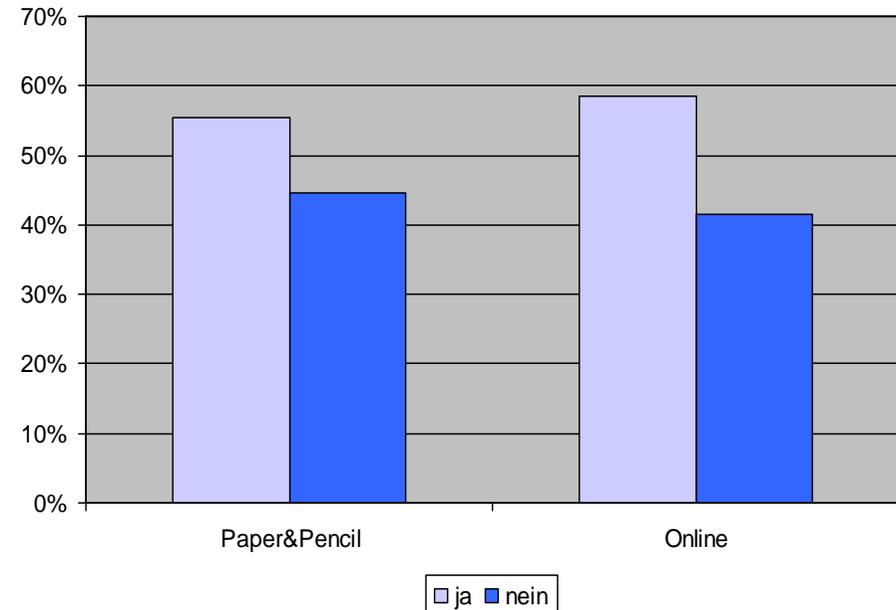
Anforderungen an die Medienkompetenz

Frage 12: Haben sich die Anforderungen an Ihre Medienkompetenz in den letzten 3 Jahren verändert?

Ergebnisse insgesamt



Ergebnisse nach Erhebungsmethode



ja nein

N = 160
P&P = 74
Online = 65
Keine Angabe = 21

Ergebnisse

Anforderungen an die Medienkompetenz

Frage 12: Haben sich die Anforderungen an Ihre Medienkompetenz in den letzten 3 Jahren verändert?

Falls ja, inwiefern?:

- Intranet
- Internet
- SAP
- Schulung neuer Programme
- Bin meine eigene Sekretärin geworden.
- mehr Flexibilität
- Verarbeitung von mehr Informationen
- gestiegene Informationsdichte
- höherer Informationsbedarf
- bessere Präsentationsmöglichkeiten
- Der Netzwerkadministrator ist seltener zu erreichen.
- Einsatz elektronischer Medien wird verstärkt gefordert
- Effektive Mediennutzung ist nur durch gute Kenntnisse möglich
- E-Mail Verkehr hat sich auf allen Geschäftsfeldern verstärkt.



Ergebnisse

Anforderungen an die Medienkompetenz

Frage 12: Haben sich die Anforderungen an Ihre Medienkompetenz in den letzten 3 Jahren verändert?

Falls ja, inwiefern?:

- Verstärkte Nutzung Internet, E-Mail, Telefon
- Alles ist schneller geworden und komplexer
- mehr Technologien
- Zunahme im Umgang mit PC und Internet
- Das Erhalten, Speichern und Verfassen von Informationen basiert immer mehr auf moderner IT.
- Verlagerung des Informationsaustausches auf e-medien
- schneller auf die Nutzung von neuen/anderen Medien einstellen
- 3D-Design
- Homepage
- Präsentationen nur noch mit Powerpoint
- Recherchen Datenbanken
- Datenübermittlung
- eigene Webseite



Ergebnisse

Anforderungen an die Medienkompetenz

Frage 12: Haben sich die Anforderungen an Ihre Medienkompetenz in den letzten 3 Jahren verändert?

Falls ja, inwiefern?:

- Videokonferenz
- Telefonkonferenz
- erhöhter Workload
- passender Einsatz
- weniger Fax und Brief
- Erlernen des Umgangs mit einem Beamer
- Präsentationstechniken "weg von Powerpoint"
- Neue Software
- Durch die rasante Weiterentwicklung und die fehlende Zeit wird es immer unwahrscheinlicher, up to date zu sein
- immer mehr Elektronik
- Neue sind hinzugekommen. Zwischenzeitlich wird erwartet, dass man mit Medien zurecht kommt.

Ergebnisse

Anforderungen an die Medienkompetenz

Frage 12: Haben sich die Anforderungen an Ihre Medienkompetenz in den letzten 3 Jahren verändert?

Falls ja, inwiefern?:

- Die Nutzung digitaler Medien wurde erheblich erweitert, technische Voraussetzungen wurden für den gesamten Betrieb installiert
- mehr Kenntnisse über Dateiformate usw. notwendig
- Tools und Programme sind leistungsfähiger geworden und erfordern eine intensivere Beschäftigung damit
- Verstärkter Einsatz von Internet, E-Mail und Informationstechnologie im Allgemeinen
- globale Kommunikation erfordert geeignete und aufeinander abgestimmte Kombination verschiedener Medien
- Verstärkte Nutzung kollaborativer Medien (NetMeeting, Messenger)
- Interaktiver
- Zielgenaue Informationssuche im Internet
- PC Arbeitsplätze vermehren sich
- Online Know How wird noch relevanter

Ergebnisse

Anforderungen an die Medienkompetenz

Frage 12: Haben sich die Anforderungen an Ihre Medienkompetenz in den letzten 3 Jahren verändert?

Falls ja, inwiefern?:

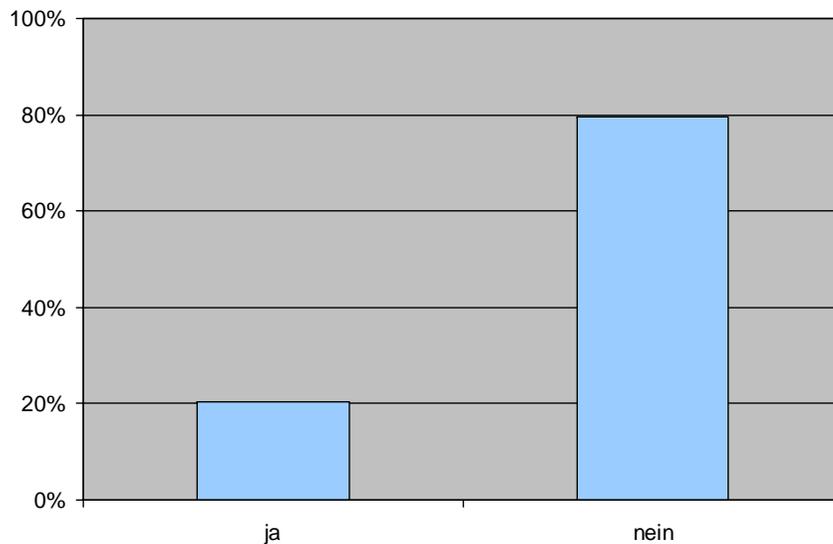
- Verlagerung der elektronischen Kommunikation immer weiter aufs das Internet und den damit verbundenen Medien Vielfalt der Kommunikationskanäle ist gewachsen und muss beherrscht werden
- Online-Medien prägen den Schwerpunkt der heutigen Kommunikation intern wie extern
- Seminare zum Thema Online-Marketing und Web 2.0 besucht, Diplomarbeit zum Thema Online-Marketing geschrieben
- Deutlich mehr elektronische Medien/Informationen
- Qualität der Visualisierung von Inhalten wird immer wichtiger
- der Bedarf Medien einzusetzen hat sich erhöht
- ständig sich ändernde Möglichkeiten
- Der kompetente Umgang mit neuen Medien wird zunehmend gefordert
- Internet / Intranet ist wichtiger geworden.

Ergebnisse

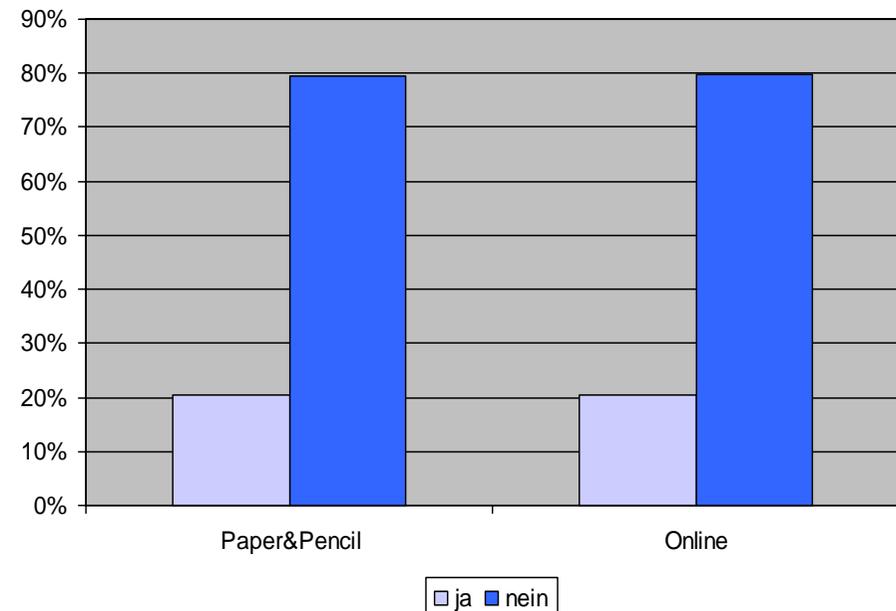
Weiterbildungsveranstaltungen – Umgang mit Medien

Frage 16.1: Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht: **Umgang mit Medien**

Ergebnisse insgesamt



Ergebnisse nach Erhebungsmethode



N = 160

P&P = 78

Online = 64

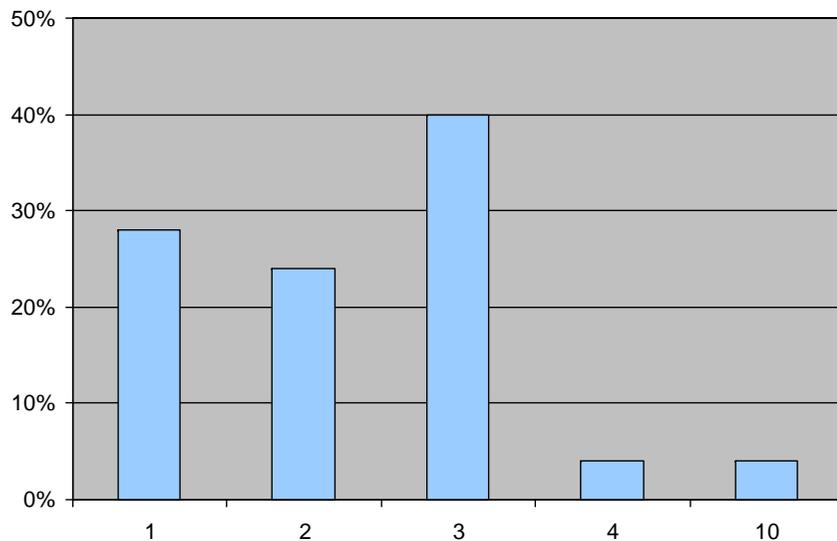
Keine Angabe = 18 51

Ergebnisse

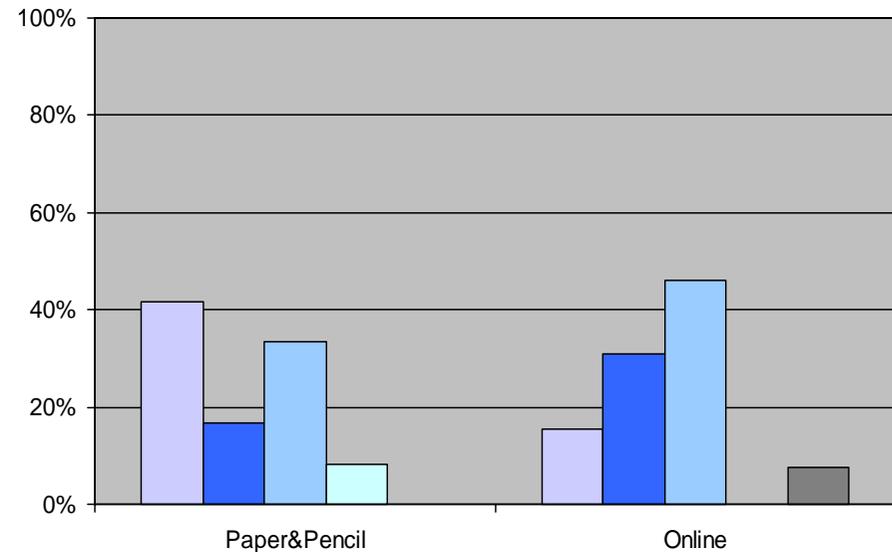
Weiterbildungsveranstaltungen – Umgang mit Medien

Frage 16.1: Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht: **Anzahl der besuchten Veranstaltungen zum Umgang mit Medien**

Ergebnisse insgesamt



Ergebnisse nach Erhebungsmethode



1 2 3 4 10

N = 160

P&P = 12

Online = 13

Keine Angabe = 135 52

Ergebnisse

Weiterbildungsveranstaltungen – Umgang mit Medien

Frage 16.1: Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht: **Und zu welchen Medien?**

- Präsentationstechniken
- Homepage
- Texte
- Marketingtexte
- Interne Kommunikation
- Zeitung
- Anzeigen
- Telefon
- Direct Mail
- IT
- Elektronische Medien
- TV
- PC Schulungen
- Briefftexte/Mailings

Ergebnisse

Weiterbildungsveranstaltungen – Umgang mit Medien

Frage 16.1: Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht: **Und zu welchen Medien?**

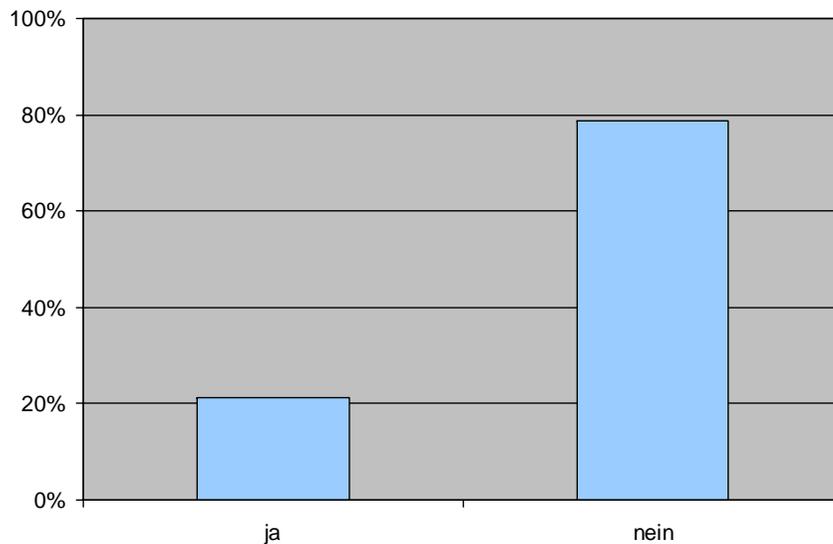
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Printmedien
- Rhetorikseminare
- Internet/E-Mail
- PC
- Telefonakquise
- Spektrum an Medien und deren Bedeutung Optimierung interner Abläufe E-Commerce
- Office Schulungen (Excel, Power Point, Word)
- Werbetexten im Rahmen von Direktmarketing-Aktivitäten

Ergebnisse

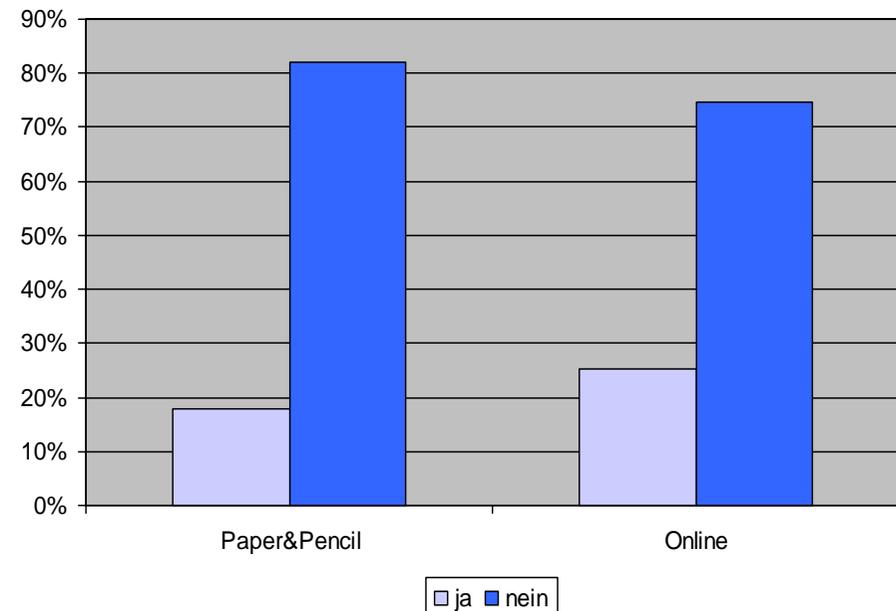
Weiterbildungsveranstaltungen – Umgang mit neuen Informationstechnologien

Frage 16.2: Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht: **Umgang mit neuen Informationstechnologien**

Ergebnisse insgesamt



Ergebnisse nach Erhebungsmethode



ja nein

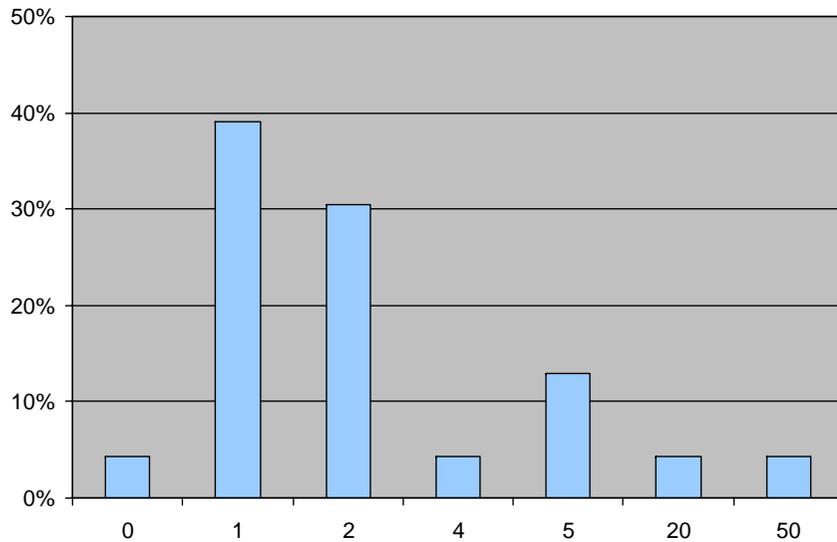
N = 160
P&P = 78
Online = 63
Keine Angabe = 19

Ergebnisse

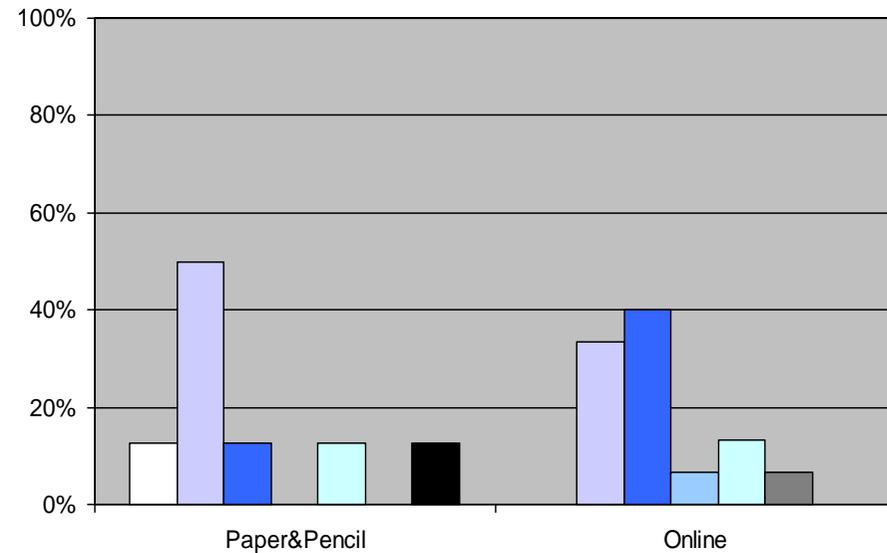
Weiterbildungsveranstaltungen – Umgang mit neuen Informationstechnologien

Frage 16.2: Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht: **Umgang mit neuen Informationstechnologien**

Ergebnisse insgesamt



Ergebnisse nach Erhebungsmethode



Legend for number of events: 0 (white), 1 (light blue), 2 (dark blue), 4 (medium blue), 5 (light green), 20 (grey), 50 (black)

N = 160
P&P = 78
Online = 63
Keine Angabe = 19



Ergebnisse

Weiterbildungsveranstaltungen – Umgang mit neuen Informationstechnologien

Frage 16.2: Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht: **Und zu welchen Informationstechnologien?**

- Homepage
- PPT-Präsentationen
- Internet(-präsentationen)
- Präsentationstechniken
- Kommunikationstechniken
- E-Commerce
- medien-neutrale Produktion
- Internetrecherchen zu bestimmten Themen, z.B. HACCP
- Oracle
- E-Mail
- Telemediengesetz
- Netzwerke
- Öffentliche und betriebsinterne Datenbanken (z.B. Navision, Bloomberg).
- Internetdatenbank
- denied persons lists

Ergebnisse

Weiterbildungsveranstaltungen – Umgang mit neuen Informationstechnologien

Frage 16.2: Haben Sie schon einmal Weiterbildungsveranstaltungen in folgenden Bereichen besucht: **Und zu welchen Informationstechnologien?**

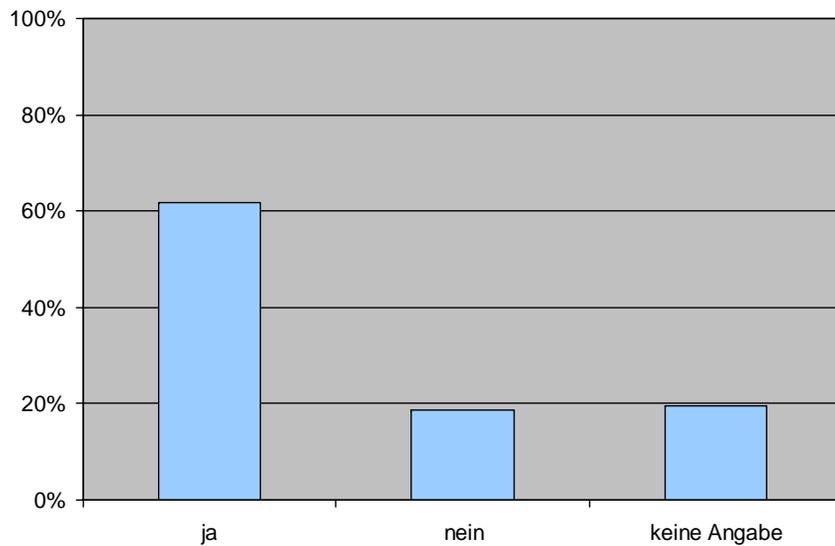
- translation memories, databases
- Videokonferenzen, E-Mail Nutzung, Intranet usw.
- CRM
- mobile Endgeräte
- Suche und Auswertungen
- Intranetsystem, Buchhaltungssystem

Ergebnisse

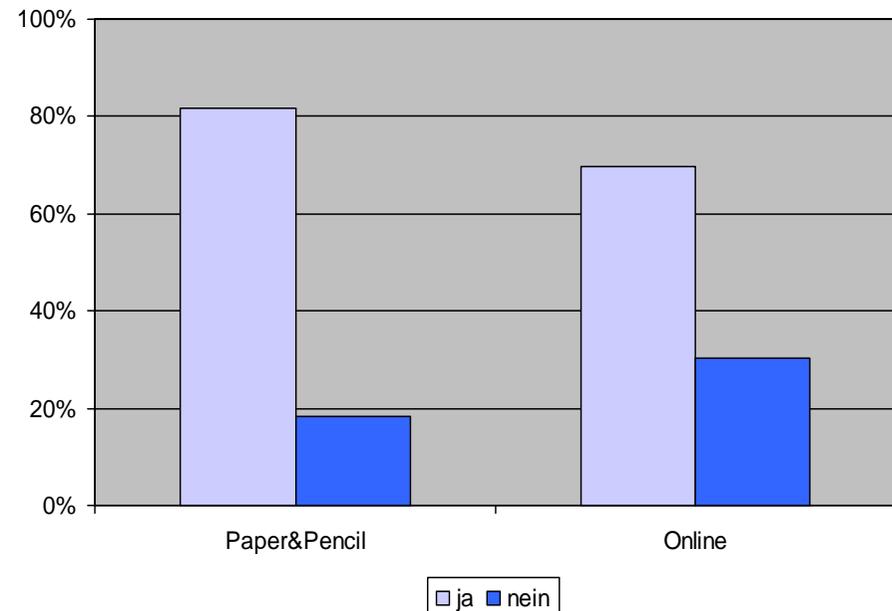
Weiterbildungsangebot

Frage 17: Empfinden Sie das Weiterbildungsangebot, das Ihnen zur Verfügung steht, als ausreichend?

Ergebnisse insgesamt



Ergebnisse nach Erhebungsmethode



N = 160
P&P = 76
Online = 53
Keine Angabe = 31

Fazit Allgemein

- Durch die hohe Rücklaufquote konnte ein gutes Bild der Medienkompetenz der Führungskräfte der Metropolregion Rhein-Neckar gewonnen werden.
- Da ca. gleich viele Fragebögen online und per Paper & Pencil ausgefüllt wurden, ist ein Vergleich zwischen diesen Gruppen möglich.

Fazit

Medienverfügbarkeit und Mediennutzung (Fragen 1-6)

- Die Firmen verfügen über eine Vielzahl von Medien und Informationstechnologien die von den Mitarbeitern auch aktiv genutzt werden.
- Mitarbeiterzeitungen, Intranet, Telefonkonferenzen, TV, firmeneigene TV-Programme und Videokonferenzen sind eher selten in den Unternehmen vorhanden.
- Zur Informationssuche wird hauptsächlich das Internet verwendet, gefolgt von PC, Zeitschriften und dem Telefon. Hier ist auffällig, dass sowohl die online Befragten, als auch die Teilnehmer der P&P-Befragung die Informationsquellen ähnlich nutzen. Zeitschriften werden jedoch von den Teilnehmern der P&P-Befragung deutlich häufiger genutzt, als von den Teilnehmern der Online-Befragung.
- Das bevorzugte Medium zur Präsentation von Arbeitsergebnissen ist der PC
- Die Kundenkommunikation erfolgt meist per Telefon oder E-Mail. Der Brief liegt, zusammen mit dem Internet, auf Platz 3.
- Der aktuelle Einsatz von Medien und die Erwartungen für die Zukunft zeigen, dass das Internet und E-Mails bereits einen sehr hohen Einfluss besitzen und angenommen werden kann, dass ihre Bedeutung weiter zunehmen wird.
- Fax, Briefe und Rundschreiben, sowie Zeitungen und Zeitschriften sind laut der Befragung die Verlierer der Entwicklungen im Medienbereich.

Fazit

Trends (Fragen 7-10)

- Die Meinung der Befragten, ob es technische Trends gibt, die zu einem Zuwachs der Medienkompetenz führen werden ist geteilt.
- Die Teilnehmer der Onlinebefragung bestätigen die Existenz solcher Trends jedoch eher als die Teilnehmer der P&P-Befragung.
- Bezüglich ökonomischer Trends, die zu einem Zuwachs der Medienkompetenz führen werden sind die Ergebnisse vergleichbar mit denen zum Thema technische Trends.
- Betrachtet man den Zeitraum der letzten 3 Jahre haben vor allem der PC, das Internet und E-Mails an Bedeutung für die tägliche Arbeit der Befragten gewonnen.
- Briefe/Rundschreiben, Faxe und Tages-/Wochenzeitungen haben im gleichen Zeitraum an Bedeutung verloren.
- Grundsätzlich kann gesagt werden, dass die hier beschriebenen Ergebnisse den Eindruck aus dem Fragenblock „Medienverfügbarkeit und Mediennutzung“ bestätigen.

Fazit

Trends (Fragen 11-12)

- Die Antworten in diesem Fragenblock zeigen, dass sich die Führungspersonen im Umgang mit Medien sicher fühlen und aktuell keinen Schulungsbedarf bei sich sehen.
- Der Bedarf an Weiterbildungen zu diesem Themenbereich bei anderen Kollegen wird tendenziell eher etwas größer eingeschätzt als der eigene Weiterbildungsbedarf.
- Die Bedeutung der kompetenten Nutzung von Medien wird als sehr hoch eingestuft und für die Zukunft wird ein weiteres Wachstum der Bedeutung prognostiziert.
- Trotz der hohen Medienkompetenz und dem aktiven Einsatz von Medien bei der täglichen Arbeit, nehmen die Befragten nur ungern an E-Learning-Kursen teil, um sich weiterzubilden.
- Mehr als 50% der Befragten bestätigen, dass die Anforderungen an ihre Medienkompetenz innerhalb der letzten 3 Jahre gestiegen sind. Die Antworten aus Frage 11 lassen jedoch den Rückschluss zu, dass sie diesen Anstieg gut bewältigt haben.

Fazit

Trends (Fragen 16-17)

- Nur ca. 20% der Befragten haben bisher an Weiterbildungsveranstaltungen zum Umgang mit neuen Medien oder Informationstechnologien teilgenommen.
- Die Personen, die an Weiterbildungen teilgenommen haben, haben i.d.R. zwischen 1-3 Veranstaltung besucht.
- Das zur Verfügung stehende Weiterbildungsangebot wird von der Mehrheit der Befragten als ausreichend empfunden.