University Apps

Text **Andrea Back und Thomas Walter**

Eine Studie der Universität St. Gallen erhebt den Status Quo der von Universitäten angebotenen Mini-Applikationen und zeigt die Wünsche der verschiedenen Anspruchsgruppen auf.

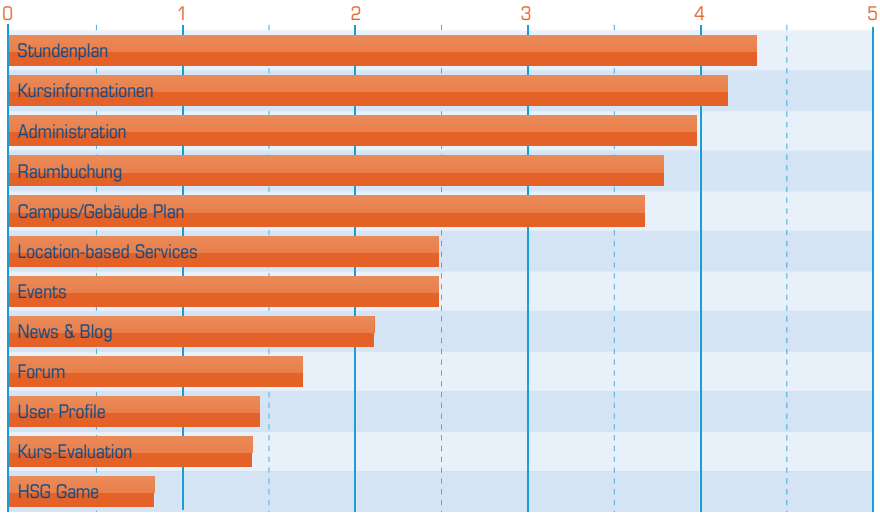
Unter «Apps» versteht man auf Smartphones oder mobile Endgeräte ausgelegte Mini-Applikationen mit beschränktem Funktionsumfang und meist flacher Lernkurve. Mit deren Einführung und Bereitstellung in App-Stores hat sich eine so genannte App-Economy gebildet. Die Aufmerksamkeit für diese Entwicklung ist sowohl bei Unternehmen, die sich in den neuen Geschäftsmodellen positionieren, als auch bei Endkunden der App-Services sehr gross. Es handelt sich um einen Trend mit voraussichtlich revolutionären Auswirkungen nicht nur auf die IT-Industrie. Ein Indikator dafür ist, dass Apples Marktkapitalisierung durch die Erfolge von iPhone und iPad erstmals den Wert von Microsoft überstieg. Das 2010 vorhandene Angebot an Apps wird häufig als weitere Ausprägung des «Long-Tail-Phänomens» gesehen. So hatten im Mai lediglich 19 Prozent der 185 000 verfügbaren Apps aus dem Apple Store mehr als 10 000 Nutzer und nur fünf Prozent über 100 000. Der Erfolg der Apps, geprägt durch zu dem Zeitpunkt über vier Millionen Downloads, basiert also vor allem auf Nischen-Apps.

Gemessen an der Marktdurchdringung ist die Schweiz das iPhone-Land Nummer eins. Unter den mehr als einer Million Smartphones, die 2009 verkauft wurden, waren über 600 000 iPhones. Viele Schweizer Unternehmen und öffentliche Institutionen haben das Potential dieses Marktes erkannt und sind bereits mit eigenen Apps im App-Store vertreten. Es existieren bisher jedoch kaum App-Angebote von Schweizer Universitäten; ETH und PH Zürich haben eigene Lösungen entwickelt. Wie Apps durch Universitäten genutzt werden können, zeigt das Beispiel USA, wo inzwischen jede grössere Universität ihren Angehörigen eigens entwickelte Apps bietet. Es stellt sich also die Frage, ob auf dem Schweizer Markt nicht eine höhere Nachfrage nach universitären Apps existieren müsste, fallen doch gerade hier eine potentielle Anwenderschaft und eine der grössten App-Nutzergruppen (20- bis 25-Jährige) zusammen.

Erste Hinweise liefert eine Studie von Studierenden der Universität St. Gallen (HSG). Erstellt wurde sie von P. Grolimund, P. Rüegg und M. Zurkinden unter der Betreuung von Prof. Dr. Andrea Back und Thomas Walter. Im Frühjahr 2010 führten sie eine Potentialanalyse unter den Studierenden und Mitarbeitenden der HSG durch und untersuchten die Nachfrage nach Anforderungen an eine HSG-App. Zunächst wurde der Funktionsumfang von 14 Apps, angeboten durch Universitäten aus den USA, Grossbritannien und der Schweiz, analysiert. Diese Einzelfunktionen wurden – ergänzt um beliebte App-Funktionalitäten wie Gaming, Location-based Services oder Gewinnspiele – im Rahmen einer Umfrage unter 110 Studierenden und Mitarbeitenden der HSG zur Wahl gestellt. Die Ergebnisse der Studie zeigen ein erstaunliches Nachfrageprofil:

> Gewünscht werden Apps, die helfen, den adminstrativen Uni-Alltag zu meistern.

Grundsätzlich äusserte die Mehrheit der Befragten Interesse an einer Uni-App, über die Hälfte sind gar bereit, zumindest im Micropayment-Bereich (0.99 bis 5.00 Franken) für App-Services zu zahlen. Auch bei den gewünschten Funktionalitäten zeigt die Umfrage klare Tendenzen: Gewünscht sind weder sehr moderne Formen von Apps wie Location-based Services oder spielerische Apps (zum Beispiel eine Uni-Schatzsuche mittels Geotagging), sondern vielmehr Apps, die helfen, die administrativen Hürden des Uni-Alltags zu überwinden. Zu den am höchsten eingestuften wünschenswerten



Durchschnittliche Bewertung möglicher App-Funktionalitäten von 0 (nutzlos) bis 5 (essentiell), n=110.

Funktionalitäten gehören der Zugriff auf persönliche, passwortgeschützte Seiten der Universität (Kursunterlagen, Stundenplan, Kurs- und Semestereinschreibung etc.), ein mobiles Raumbuchungssystem sowie eine statische Karte der Universitätsgebäude samt Innenräumen. Die reine Informationsabfrage wird zudem interaktiven Elementen vorgezogen. «Buddy Finder», Nutzerprofile mit der Möglichkeit zur Vernetzung, Neuigkeiten aus Blogs oder Foren samt Videostatements, Informationen zu aktuellen und vergangenen Veranstaltungen oder eine Realtime-Kurs-Evaluation werden hingegen als sinnlos oder unnötig eingestuft. Dies lässt darauf schliessen, dass Nutzer von mobilen Anwendungen sehr pragmatisch orientiert sind. Sie wollen schnellen Zugriff auf relevante Informationen und unkomplizierte Lösungen für Alltagsprobleme.

Eine App wird dann als sinnvoll eingestuft, wenn sie zudem den Aspekt des Mobilen in den Vordergrund stellt und nicht Funktionen bereitstellt, die meist über den Rechner bedient werden. Ein typischer Studierender möchte unterwegs auf Informationen wie Raum- und Vorlesungsverzeichnisse zugreifen, um schnell herauszufinden, wo und wann die nächste Lektion beginnt. In Anbetracht einer wachsenden Zahl an Neuimmatrikulationen an Schweizer Universitäten bieten Apps somit die Möglichkeit, einen «Home-Campus» voranzutreiben. Unter technischen Gesichtspunkten sind weitere auf Studierende und Hochschulpersonal zugeschnittene Funktionen und Services bereits heute möglich. Video-Aufzeichnungen und Podcasts einzelner Vorlesungen können mobil angeboten werden, ebenso sind ortsbasierte Services in Echtzeit, zum Beispiel der Auslastungsgrad der Mensa, bereits denkbar. Die Studie zeigt zudem, dass die mittels Apps abgedeckten Services einen klaren Bezug zum Kontext Mobilität haben und nicht «Spielerei» sein sollten. Denn mögen die heutigen Studierenden auch zu den «Digital Natives» gehören, sie bevorzugen Apps, die mit einfacher Bedienung rasch Aufgaben erledigen, die den Alltag erleichtern.

Prof. Dr. Andrea Back



Andrea Back ist Professorin für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Wirtschaftsinformatik, an der Universität St. Gallen. Ihre Forschungsschwerpunkte im Programm Business Innovation sind Business 2.0 und Enterprise 2.0 sowie e-Learning (vgl. www.business20.unisg.ch und www.learningcenter.unisg.ch).
andrea.back@unisg.ch

Thomas Walter



Thomas Walter studierte Wirtschaftsingenieurswesen und Maschinenbau an der TU Darmstadt und arbeitete anschliessend für Lufthansa Systems Business Solutions als IT Berater. Seit 2009 forscht er an der Universität St. Gallen im Bereich Crowdsourcing.
thomas.walter@unisg.ch