



Newsletter Wirtschaftsinformatik

Ausgabe 20, Dezember 2008

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

das ausgehende Jahr 2008 war für unsere Studiengänge ein recht erfolgreiches Jahr!

Durch eine Vielzahl interessanter Projekte haben wir die Attraktivität unserer Lehre und Forschung weiter steigern können. Die Vernetzung mit Projektpartnern ermöglicht uns eine praxisnahe und breitgefächerte Ausbildung – dies zeichnet eine moderne Wirtschaftsinformatik aus. Das gute Abschneiden unserer Studiengänge im CHE-Ranking hat uns auf diesem Weg bestätigt. Wir verstehen dies als Ansporn, auch im kommenden Jahr diesen Weg fortzusetzen.

Dieses Jahr stand auch im Zeichen einer stärkeren Orientierung unserer Studiengänge auf Medien und die Medienindustrie. Die Initiative eservice.tv ist ein spannender Ausdruck dieser Entwicklung.

Bereits traditionell klingt „unser“ Jahr mit zwei großen Veranstaltungen aus. Auch in diesem Jahr waren der Broadcast-Infotag und das Symposium des IBI wieder gut besucht.

Allen Angehörigen unserer Studiengänge, den Studierenden und Absolventen sowie den vielen Partnern wünschen wir ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Start in das neue Jahr!

Holger Nohr
Studiendekan Wirtschaftsinformatik

Inhalt¹

Projekte

- Projekt „Business Process Management als Gestaltungsgrundlage einer SOA“ gestartet
- Evaluationsphase im Projekt „Prozess- und IT-Management in der Broadcast-Industrie“

Lehre

- eservice.tv geht auf Sendung
- Empirische Studie zur Ermittlung von Erfolgsfaktoren für Wirtschaftsinformatik-Masterstudiengänge

- ISM-Studierende für E-Learning-Realisierung ausgezeichnet

Veranstaltungen

- HdM auf SAP UA User Group Meeting
- „Kundenorientierung“ beim 4. Broadcast-Infotag
- IBI-Symposium
- Studieninfotag an der HdM

Personelles

Veröffentlichungen

Termine

Impressum



Projekte

Projekt „Business Process Management als Gestaltungsgrundlage einer SOA“ gestartet



Am 1. Oktober konnte das Projekt „Business Process Management als Gestaltungsgrundlage einer SOA“ (siehe Newsletter 19, Juli 2008), finanziert durch die Landesstiftung Baden-Württemberg, gestartet werden. In diesem Projekt zur Vorlaufforschung soll über ein Jahr der Stand der internationalen Forschung und Konzepte der Anbieter untersucht werden. Dabei stehen Methoden und Konzepte der Einführung Service-orientierter Architekturen (SOA) und des Business Process Management im Mittelpunkt. Die Rahmenbedingungen kleinerer und mittlerer Unternehmen sollen dabei besondere Beachtung finden.

Weitere Projektpartner sind Prof. Dr. Erich Ortner, Fachgebiet Wirtschaftsinformatik I, Entwicklung von Anwendungssystemen am Institut für Betriebswirtschaftslehre der Technischen Universität Darmstadt sowie Prof. Dr. Elisabeth Heinemann, FH Worms. Für die Durchführung des Projekts konnte mit Susanne Armbruster eine Absolventin des Studiengangs Wirtschaftsinformatik gewonnen werden.

Kontakt

Prof. Holger Nohr
Telefon: 0711 25706 187
Email: nohr@hdm-stuttgart.de

Susanne Armbruster
Telefon: 0711 8923-2306
Email: armbruster@hdm-stuttgart.de

Evaluationsphase im Projekt „Prozess- und IT-Management in der Broadcast-Industrie“

Im Projekt „Prozess- und IT-Management in der Broadcast-Industrie“, gefördert durch die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), wurden in einer ersten Projektphase in Fallstudien bei privaten Sendern in Baden-Württemberg Prozessuntersuchungen durchgeführt und die Besonderheiten des Prozessmanagements bei der Zielgruppe kleinerer privater Radio- und Fernsehsender analysiert. Partner der Fallstudien waren Radio Regenbogen, Rhein-Neckar Fernsehen und Radio Seefunk.

Diese Projektphase konnte im Juni erfolgreich beendet werden, sie hat interessante Ergebnisse hinsichtlich der besonderen Rahmenbedingungen des Prozessmanagements

kleinerer privater Sender erbracht.

Um die Ergebnisse der ersten Projektphase zu verifizieren und den notwendigen Beratungs- und Schulungsbedarf zu ermitteln, wurden in einer zweiten Projektphase verschiedene Workshops durchgeführt. Abschließend fand am 25. November eine gemeinsame Veranstaltung von HdM und LFK zum „Prozessmanagement im Broadcast“ als Pre-Workshop zum 4. Broadcast-Infotag statt. Zielgruppe waren die Unternehmensleitungen der privaten Sender in Baden-Württemberg.

Nach kurzen Einführungsvorträgen entwickelte sich eine lebhafte Diskussion über den Nutzen und die Ansatzpunkte für Prozessmanage-

ment im privaten Rundfunk. Im Mittelpunkt standen dabei notwendige Reorganisationen für die crossmediale Distribution.

Kontakt

Prof. Holger Nohr
Telefon: 0711 25706 187
Email: nohr@hdm-stuttgart.de

eservice.tv geht auf Sendung

Das Business-Podcast zu E-Service-, E-Business- und IT-Themen

Im Rahmen einer Wahlpflichtveranstaltung startete zum Wintersemester 2008/09 der Video-Podcast eservice.tv. Als Business-TV konzipiert und produziert, werden aktuelle Trends und Themen der Informationstechnologien für Videobeiträge von Studierenden der Studiengänge E-Services und Wirtschaftsinformatik recherchiert und journalistisch aufbereitet. Die Beiträge behandeln Themen aus den Feldern E-Service/E-Business, Dienstleistungsmanagement, IT-Management und IT-Architektur.

Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der Erarbeitung der Fachthemen und der Vernetzung mit Experten aus der Wirtschaft. Hierzu werden Interviews mit renommierten Persönlichkeiten geführt, Animationen zur Erklärung von Sachverhalten erstellt sowie der Gesamtbeitrag geschnitten, vertont und veröffentlicht. Für die Produktion des Video-Podcasts steht den Studierenden eine neue, moderne Ausstattung des Studiengangs E-Services zur Verfügung.

Zielgruppe von eservice.tv sind Angestellte und Führungskräfte im Bereich IT und Prozessmanagement in Unternehmen sowie Studierende der Informatik und Wirtschaftsinformatik.

Alle im Wintersemester produzierten Video-Podcasts werden erstmals an

der kommenden MediaNight am 29. Januar 2009 vorgestellt. Jeweils monatlich wird dann einer der Podcasts im Internet veröffentlicht.

Im kommenden Sommersemester sind weitere Produktionen des Video-Podcasts geplant.

Kontakt

Prof. Dr. Thorsten Gurzki
Telefon: 0711 25706 270
Email: gurzki@hdm-stuttgart.de

Tanja Illi
Telefon: 0711 25706 190
Email: illi@hdm-stuttgart.de



Das Team von eservice.tv am Broadcast-Infotag in Aktion

Fotos: HdM Stuttgart/Cichowicz

Lehre

ISM-Studierende für E-Learning-Realisierung ausgezeichnet

Professionell, ideenreich und mit viel Liebe zum Detail – so präsentierten die Studierenden des Masterstudiengangs „Information Systems & Services“ die Ergebnisse einer Kooperation mit der Team Training Solutions GmbH (TTS) aus Heidelberg. Zwei Monate hatten die Studierenden Zeit, mit Hilfe der Softwarelösung „TT Knowledge Force“ einen E-Learning-Kurs für eine unternehmenstypische Problemstellung zu entwickeln. Zum Abschluss des Sommersemesters wurde es nun ernst: Im Rahmen einer Präsentation galt es, eine Jury aus Professoren und TTS-E-Learning-Experten von der entwickelten Lösung zu überzeugen. Am eindrucksvollsten gelang dies Alexandra Sobek, Hannes Meyer und Tobias Steimer mit ihrem E-Learning-Kurs zur Einführung in das Programm „MS Project“.

Juryentscheidung

Drei ausgefeilte Projekte stellten die Studierenden einer vierköpfigen Jury, bestehend aus den Professoren Dr. Christian Langenbach und Dr. Wolf-Fritz Riekert sowie den TTS-Vertretern Alexander Gassmann und Jörg Geulen, vor. „Die hohe Qualität der Ergebnisse und die Professionalität der Studierenden im Umgang mit unserer Softwarelösung TT Knowledge Force haben mich positiv überrascht“, freute sich Alexander Gassmann, Vertriebsleiter von TTS, über die Präsentationen aller drei Gruppen. Unter der Leitung von Prof. Dr. Christian Langenbach hatten sich die Studierenden der HdM zunächst intensiv in die Software eingearbeitet und didaktische Konzepte sowie Drehbücher für die jeweiligen Projekte entwickelt. „Im Hinblick auf die Gestaltung der Layouts, den Einsatz der Technik und die Präsentation waren die Projekte auf nahezu gleichem Niveau. Den Ausschlag für die Grup-

pe ‚MS Project‘ gaben insbesondere die multimodale Umsetzung und die Berücksichtigung unterschiedlicher Lernertypen“, erläuterte Christian Langenbach die Entscheidung der Jury. Aber auch die beiden anderen Teams verdienten sich für ihre jeweiligen Projekte – „Einführung in das Online-Umfrage-Tool EFS Survey“ (Gunther Heinrich und Alexander Weimar) sowie „Einführung in das Content Management System Typo3“ (Alexander Rummelin und Alexander Schmid) – großes Lob.

Das Gewinnerteam

Mit dem selbst gestalteten Maskottchen „Paula Prüfling“ schaffte das Gewinnerteam ein durchgängiges Motiv für das Thema „Einführung in MS Project“, das praxisnah am Alltagsbeispiel „Umzug“ durchgespielt wurde. Den Rahmen schufen die Studierenden, indem sie die Kursstruktur als Haus gestalteten, das die Lernenden errichten sollen. Diese lebhaft und themenbezogene Bildsprache zog sich ebenso durch die Lernsequenzen wie eine vielseitige und motivierende Erfolgskontrolle. Auf kleine Tests, die es mit Enter-Click und Drag-and-Drop zu lösen galt, folgten stets lobende Worte von Paula Prüfling, auf Wunsch auch auditiv. Zudem verwendete das Team eingängige Icons mit hohem Wiedererkennungswert, die eine Verbindung zwischen Theorie und Praxis schufen und den Lerner innerhalb des Kurses immer wieder unterstützten. „Zur Realisierung hat die Gruppe ‚MS Project‘ zahlreiche Funktionen der TT Knowledge Force ausgeschöpft und den Content sehr gut aufbereitet – viele Unternehmen gehen ihre Aus- und Weiterbildungen leider oft weniger professionell an“, resümierte Jörg Geulen, Marketingleiter von TTS.

Fazit der Kooperation

Christian Langenbach bezeichnete die erste Kooperation der HdM mit TTS als ein „gelungenes Beispiel einer konstruktiven Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Wirtschaft.“ Die Studierenden erhielten die Möglichkeit, ihr theoretisches Know-how in einem konkreten Praxisprojekt umzusetzen und können ihre Bewerbungsmappe nun mit einer aussagekräftigen E-Learning-Realisierung anreichern. TTS kann ebenfalls aus den Ergebnissen dieser ersten Zusammenarbeit im Rahmen des neu aufgelegten University-Relations-Programms schöpfen: Das Feedback der Studierenden zur Usability der Software wird direkt an die Produktentwickler von TTS weitergeleitet und die drei erarbeiteten E-Learning-Kurse werden in die Vertriebsmappe eingebunden – als Best-Practice-Beispiele.

Kontakt

Prof. Dr. Christian Langenbach
Telefon: 0711 25706 250
Email: langenbach@hdm-stuttgart.de



Alexander Gassmann/Vertriebsleiter TTS, Dr. Christian Langenbach, Dr. Wolf-Fritz Riekert/beide HdM, vom Team „MS Project“: Tobias Steimer, Alexandra Sobek und Hannes Meyer sowie Jörg Geulen/Marketingleiter TTS (v. l.)

Empirische Studie zur Ermittlung von Erfolgsfaktoren für Wirtschaftsinformatik-Masterstudiengänge

Im Rahmen des Bologna-Prozesses werden die Studienabschlüsse seit einigen Jahren europaweit vereinheitlicht. Ein Blick auf die Disziplin Wirtschaftsinformatik zeigt, dass auch hier die meisten Master-Studiengänge erst in den letzten beiden Jahren eingerichtet worden sind. Allein 20 der 29 Studienangebote, deren Gründungsdatum bekannt ist, wurden nach 2005 neu geschaffen. Somit ist wenig bekannt über die tatsächlichen Erfolge und Verläufe in diesen Studiengängen, ebenso konnte bisher kein systematischer Überblick über die Angebotsvielfalt vorgelegt werden. An diesen Punkten setzt die Projektstudie, die von HdM-Studierenden durchgeführt wurde, an.

Im Zeitraum von März bis August 2008 hat ein Projektteam aus Masterstudierenden des Studiengangs Information Systems & Services unter Betreuung von Prof. Dr. Marion Büttgen, Prof. Dr. Mike Friedrichsen und Prof. Dr. Roland Mangold eine empirische Studie zum Thema „Analyse von Erfolgsfaktoren und Ableitung von Maßnahmen zur Marktpositionierung von Wirtschaftsinformatik-Masterstudiengängen in Deutschland“ durchgeführt. Die Ergebnisse wurden nun dem Fachbereich Information und Kommunikation vorgestellt.

Den Kern dieser Studie bildet eine quantitative Online-Befragung, in der Bachelor- und Masterstudierende zur aktuellen Situation, Wünschen und Einstellungen in Bezug auf ihr derzeitiges Wirtschaftsinformatik-Studium befragt wurden (insgesamt 1.342 Befragte aus 42 Hochschulen). Darüber hinaus wurde eine Expertenbefragung unter Studiengangsleitern durchgeführt, die entsprechend

qualitativ ausgewertet wurde.

Die aus 22 Fragen im Master und 13 Fragen im Bachelor bestehenden Fragebögen erbrachten teilweise überraschende Erkenntnisse über die Themen Finanzierungsformen, Vollzeit- und Teilzeitstudium sowie Faktoren für die Wahl der Hochschule und den Erfolg eines Masterstudiums. Die wichtigsten Gründe für die Entscheidung zur Aufnahme eines Masterstudiums sind bessere Aufstiegschancen, Vertiefung der Kenntnisse (Fachwissen), höherer Verdienst sowie bessere Chancen beim Berufseinstieg. Die Nähe zum Wohnort sowie die Studieninhalte sind von hoher Bedeutung bei der Wahl des Hochschulstandortes. Die wichtigsten Parameter für Studierende sind Kompetenz der Professoren und Praxisbezug.

Als Handlungsoptionen ergeben sich aus der Studie vor allem die transparente Kommunikation der Studieninhalte und -schwerpunkte, die Stärkung der Reputation der jeweiligen Hochschule und die Präzisierung der möglichen Berufschancen durch das Masterstudium. Auch sollten die neuen Kommunikationskanäle zur Bewerbung der Studiengänge intensiver genutzt werden.

Kontakt

Prof. Dr. Marion Büttgen
Telefon: 0711 25706 172
Email: buettgen@hdm-stuttgart.de

Prof. Dr. Mike Friedrichsen
Telefon: 0711 25706 269
Email: friedrichsen@hdm-stuttgart.de



Veranstaltungen

4. Broadcast-Infotag am 26. November 2008 zu „Kundenorientierung und -integration im Broadcast“

Der passive, unbekannte Rezipient existiert in der heutigen Broadcast-Landschaft nicht mehr. Der Empfänger wird zum Kunden, mit der Möglichkeit, sich sein Programm selbst zusammen zu stellen, die Sender zu wählen und Interaktionsmöglichkeiten zu ergreifen, indem er selbst Inhalte produziert und anderen zur Verfügung stellt. Der Konsument wird zum „Prosumenten“, User-generated content erfreut sich enormer Beliebtheit. Auf diese Entwicklung müssen Unternehmen heutzutage reagieren und das Differenzierungspotenzial der Sendeleistung, verbunden mit Zusatzdiensten, nutzen, um sich die Gunst der Kunden zu sichern. Dies erfordert ein besonderes Kundenbeziehungsmanagement der Sender oder Telekommunikationsunternehmen, damit die Kunden gebunden werden können.

Über diese Entwicklungen und ihre Folgen diskutierten Experten mit rund 70 Teilnehmern aus der Branche und der Hochschule auf dem 4. Broadcast-Infotag an der Hochschule der Medien (HdM) unter dem Motto „Kundenorientierung im Broadcast“.

Nach der Begrüßung durch den Rektor der HdM, Prof. Dr. Alexander Roos, stimmte Prof. Paul Maciejewski (Hochschule Pforzheim) die Teilnehmer mit einer Keynote zum Customer Relationship Management ein. Anschließend stellte Philipp Scherf (IBM Global Business Services) Ergebnisse über das sich wandelnde Verhalten der Konsumenten im Broadcast aus einer aktuellen Studie zum Thema „Innovation der Medien“ vor. Rene Kaiser (Joanneum Research Forschungsgesellschaft) zeigte in seinem Vortrag über ShapeShifting Media, wie vor diesem Hintergrund interaktive Inhalte für

Broadcast-Konsumenten erstellt werden können. Die Datengewinnung und -analyse im Subscriber-Management als Schlüssel zur Kundenorientierung stellte Johannes Ewers (Detecon International) vor und erläuterte dabei, welche Erkenntnisse über Kunden und Kundenverhalten gewonnen werden können. Jürgen Dill (MR.NET) berichtete in seinem Vortrag über den alltäglichen Kundenservice eines Telekommunikationsunternehmens. Die Bedeutung einer ganzheitlichen Markenführung für die Bindung von Kunden unterstrich Martin Busch (Radio Bremen) an Beispielen verschiedener Medienmarken. Jean-Marc Pichard (Thomson Systems Germany) stellte Visionen zum Digital Entertainment at Home vor und präsentierte zukünftige Endgeräte. Verschiedene Ansätze einer Kundenbindung durch Radio-Communities beschrieb Jens Schöne (Mitteldeutscher Rundfunk) am Beispiel der ersten öffentlich-rechtlichen Web 2.0-Plattform mySPUTNIK.DE und Aleksandar Rustemovski (bigFM) am Beispiel der bigFM Community für einen privaten Jugendsender. Zum Abschluss gab Prof. Dr. Thorsten Gurzki (Hochschule der Medien) Einblicke in „Mobile Services“ und daraus resultierende Potenziale für Broadcaster.

Die Vorträge spiegelten die Vielschichtigkeit der Kundenorientierung im Broadcast wieder. Das Interesse der Tagungsteilnehmer wurde in

den angeregten Diskussionen im Anschluss an die einzelnen Vorträge deutlich.

Der Broadcast-Infotag wird vom Institut für Angewandte Forschung der HdM, Schwerpunkt Business Intelligence & Knowledge Management, veranstaltet. Er findet einmal pro Jahr statt. Die Veranstalter bedanken sich bei den diesjährigen Sponsoren, der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, der Detecon International GmbH und der Thomson S.A.

Kontakt

Prof. Holger Nohr

Telefon: 0711 25706 187

Email: nohr@hdm-stuttgart.de



HdM mit eigenem Stand beim SAP UA User Group Meeting vertreten Vorstellung der Fallstudie „SAP for Media“

Auf dem diesjährigen User Group Meeting der SAP in St. Leon Rot am 11. und 12. September präsentierte der Studiengang Wirtschaftsinformatik zusammen mit dem Rektor der HdM, Dr. Alexander Roos, die Projektfallstudie zu „SAP for Media“.

Es ist die erste Pilotierung dieser Branchenlösung für die Lehre an Hochschulen. Unter Leitung von Prof. Dr. Lehmann und Prof. Nohr erarbeiteten Studierende und Diplomanden den kompletten Prozess des Anzeigenmanagements von Zeitschriftenverlagen und realisierten diesen Prozess von der Erfassung der benötigten Stammdaten für Produkte und Geschäftspartner über die Auftragserfassung bis zur Faktura in einer Pilotstudie für das Curriculum im SAP-System. Ziel der Fallstudie ist die Vermittlung der Funktionalitäten und Möglichkeiten der Branchenlösung „SAP for Media“ im Bereich Anzeigenmanagement anhand eines durchgängigen Beispiels.

Da Afrika als Fokusregion des diesjährigen Meetings vorgestellt wurde, besuchten u. a. die Bildungsministerin von Südafrika, Frau Naledi Pandor, sowie der Minister für Wissenschaft, Forschung und Kunst, Baden-Württemberg, Herr Prof. Dr. Peter Frankenberg die Veranstaltung.

Das SAP User Group Meeting ist der jährliche Treffpunkt für Professoren und Lehrende aus den Regionen Europe, Middle East und Africa (EMEA), die im Rahmen des University Alliances Programms (UA) SAP Software aktiv in der Lehre einsetzen. Die ca. 500 Teilnehmer, Experten u. a. aus den Wirtschaftswissenschaften, der Wirtschaftsinformatik und der Informatik, diskutierten über aktuelle Themen in der Lehre und Curriculumsentwicklung an Universitäten und Hochschulen. Im Rahmen von Vorträgen, Diskussionsrunden und an zahlreichen Informationsständen bot sich die Gelegenheit zum intensiven Erfahrungsaustausch mit Fach-

kollegen und zum Knüpfen neuer Netzwerkkontakte.

Kontakt

Prof. Dr. Peter Lehmann

Telefon: 0711 25706 152

Email: lehmann@hdm-stuttgart.de



Prof. Roos (li) und Prof. Lehmann (re) bieten Interessierte über die Fallstudie sowie das Studien- und Forschungsangebot an der HdM

Veranstaltungen

Mit Business Intelligence das Unternehmen fest im Griff

Ca. 200 Teilnehmer trafen sich am 04. Dezember 2008 zu der ausgebuchten Veranstaltung im Haus der Wirtschaft, um sich über Themen aus dem Bereich „Business Intelligence“ zu informieren und zu diskutieren. Namhafte Anbieter wie SAP, Microsoft, Oracle, IBM, HP, SPSS sowie die Beratungshäuser pmOne, Deloitte und Cubeware stellten sich den Fragen der Teilnehmer, die aus Industrie und Wirtschaft sowie aus Forschung und Lehre kamen.

Schwerpunkt der diesjährigen Veranstaltung war der Status Quo im Bereich Business Intelligence. Zunächst wurden erste Ergebnisse der Studien über „Customer Intelligence“ sowie „Mittelstand und

BI“ von Dr. Wolfgang Martin bzw. Prof. Dr. Andreas Seufert vorgestellt. Dabei wurde aufgezeigt, dass die Nachfrage nach BI-Lösungen auch im Mittelstand immer stärker zunimmt und daher in den kommenden Jahren ein wichtiger Absatzmarkt für die Anbieter sein wird.

Danach berichteten die großen Anbieter SAP, Microsoft, IBM und Oracle über neue Trends und Entwicklungen ihrer BI-Lösungen, die sich von Reporting-Lösungen zum Enterprise Performance Management hin entwickeln.

Im dritten Teil der Veranstaltung wurde über Projektbeispiele und Best Practices in Anwenderunter-

nehmen sowohl aus der Großindustrie als auch aus dem Mittelstand berichtet. Deutlich war der zunehmende Reifegrad an BI-Lösungen zu erkennen, die sich von einfachen Reporting-Szenarien inzwischen zu komplexen Unternehmensteuerungsinstrumenten entwickelt haben.

Mit einer lebhaften Podiumsdiskussion zum Thema „Unternehmenssteuerung mit Werten“ endete die Veranstaltung. Das nächste Symposium für Business Intelligence ist für den 2.12.2009 geplant.

Kontakt

Prof. Dr. Peter Lehmann

Telefon: 0711 25706 152

Email: lehmann@hdm-stuttgart.de

Erfolgreicher Studieninfotag 2008



Am Mittwoch, den 19. November 2008, fand an der Hochschule der Medien der Studieninfotag statt. Die Besucher waren aus dem gesamten Bundesgebiet angereist. Insgesamt waren es über 1200 Teilnehmer, darunter nicht nur Schüler, sondern auch Zivildienstleistende, Lehrer und Eltern.

In Kurzvorträgen und Präsentationen konnten sich die Gäste über die jeweiligen Inhalte und Anforderungen der Studiengänge informieren. In Gesprächen mit Mitarbeitern, Professoren und Studierenden konnten so erste Fragen zum Studium, zu Studieninhalten und -voraussetzungen geklärt werden.

Studierende berichteten den Schülern am Infostand aus ihrem Studienalltag und die beiden Studierenden Tanja Bertoldi und Stephan Brandin stellten das Projekt „eservice.tv“ vor: In Gruppenarbeit werden bei diesem Projekt Themen für Videobeiträge recherchiert, Interviews mit renommierten Persönlichkeiten geführt, Animationen zur Erklärung von Sachverhalten erstellt, der Beitrag geschnitten und als Videopodcast veröffentlicht.

Der Highlight der Studiengangspräsentation war eine Live-Schaltung nach Indien. Der Student der Wirtschaftsinformatik, Wolfgang Baudendistel, berichtete live per Skype über sein Auslandspraxissemester in Mumbai/Indien und stand den Schülern Rede und Antwort auf ihre Fragen.



Live aus Indien berichtete Wolfgang Baudendistel von seinem Praxissemester (Foto oben).

Tanja Illi (li) beriet interessierte Schülerinnen am Stand von ESB und WIB.

Begrüßungen

Dr. Udo Mildenberger



Professor. Dr. Udo Mildenberger ist dem Ruf der Hochschule der Medien Stuttgart gefolgt. Seit Beginn des Wintersemesters 2008/2009 vertritt er das Lehrgebiet

Betriebswirtschaftslehre im Studiengang E-Services und Wirtschaftsinformatik.

Prof. Mildenberger hat Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim studiert. Nach seinem Diplomprüfung 1987 arbeitete er als Unternehmensberater und als Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Industrieseminar unter der Leitung von Professor Dr. Gert von Kortzfleisch. Nach seinem Wechsel zum Lehrstuhl Produktionswirtschaft von Professor Dr. Klaus Bellmann an der Universität Mainz erfolgte 1997 die Promotion zum Dr. rer. pol. In den folgenden Jahren war er tätig als selbständiger Unternehmensberater, als Wissenschaftlicher Assistent

am Fachbereich Recht- und Wirtschaftswissenschaften der Johannes Gutenberg Universität Mainz und als Lehrbeauftragter an zahlreichen nationalen und internationalen Hochschulen wie beispielsweise der Athabasca University (St. Albert, Kanada), Warschau Business School (Warschau, Polen) und Dongbei University of Finance and Economics (Dalian, China). Mit der Berufung zum Professor für ABWL, insbesondere Rechnungswesen/Controlling an die Westsächsische Hochschule Zwickau 2003 erfolgte der endgültige Wechsel in den Wissenschaftsbereich.

Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte sieht der Hochschullehrer in eher instrumentell ausgerichteten Bereichen der Betriebswirtschaftslehre wie Betriebliches Rechnungswesen, Operatives und Strategisches Controlling sowie in theoretisch-konzeptionellen Themenkomplexen wie Kompetenzmanagement, Systemisches Management oder betriebswirtschaftliche Netzwerktheorie.

Susanne Armbruster



Nach ihrem Studium der Information Systems/ Wirtschaftsinformatik an der Hochschule der Medien war sie in einer Unternehmensberatung im Bereich Marketing

und Prozessmanagement mit Fokus auf die Medienbranche tätig. Diese Berufserfahrung kann sie sehr gut bei den Projekten, die sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Angewandte Forschung mit Schwerpunkt auf Geschäftsprozessmanagement, Service-orientierte Architekturen und Medienmanagement betreut, anwenden.

Seit Oktober 2008 verstärkt Susanne Armbruster das WI-Team.

Verabschiedung

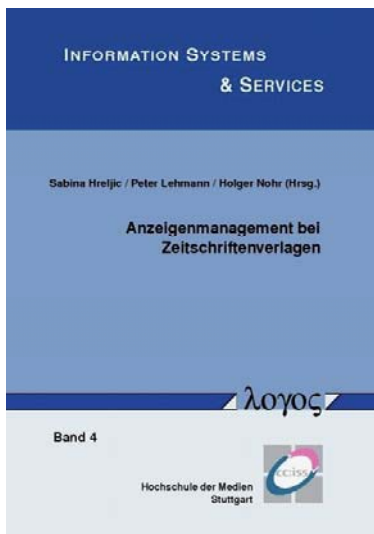
Sabina Hreljic



Unsere akademische Mitarbeiterin Sabina Hreljic hat uns leider zum 31.10.2008 verlassen und arbeitet zukünftig im Bereich Business Intelligence bei einem großen Automobilhersteller. Wir wünschen ihr für die Zukunft weiterhin alles Gute.

Veröffentlichungen

Hreljic, Sabina; Lehmann, Peter; Nohr, Holger: Anzeigenmanagement in Zeitschriftenverlagen



Für die Unternehmen der Zeitschriftenbranche sind die Prozesse des Anzeigenmanagements Kernprozesse. Anwendungssysteme, die Prozesse des Anzeigenmanagements in den Verlagen unterstützen, zählen zu den zentralen IT-Systemen dieser Unternehmen.

In Fallstudienuntersuchungen, gefördert durch die SAP AG, wurden Prozesse des Anzeigenmanagements in Zeitschriftenverlagen (Konradin Verlag, Deutscher Fachverlag, Jahreszeiten Verlag, Spiegel-Verlag und Deutscher Sparkassenverlag) untersucht, um daraus generische Referenzprozesse abzuleiten. Damit wird eine notwendige Analyse der Prozesse des Anzeigenmanagements

vorgelegt, die eine Grundlage für die effektive und effiziente Gestaltung dieser Prozesse in der Verlagspraxis sein kann. Zugleich wurde eine Lehrfallstudie zum Anzeigenmanagement mit der Branchenlösung SAP for Media erarbeitet.

Hreljic, Sabina; Lehmann, Peter; Nohr, Holger:
Anzeigenmanagement in Zeitschriftenverlagen.
Berlin: Logos Verlag, 2008 (Schriftenreihe Information Systems & Services; Bd. 4), 225 Seiten, ISBN 978-3-8325-2022-3, 37,50 Euro

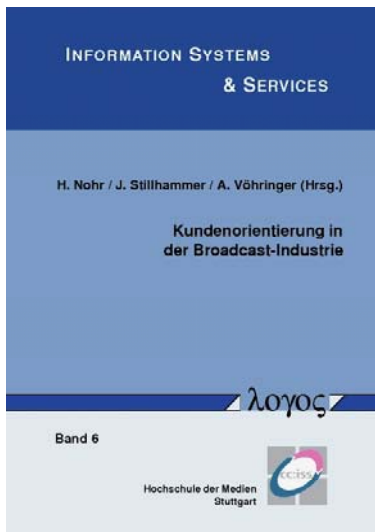
Backhaus, Martin: IT-gestütztes Rechte- und Lizenzmanagement im Rundfunk



Mediale Nutzungsrechte stellen eine potenzielle Kernressource von Rundfunkunternehmen dar. Wirtschaftliche, rechtliche, fachliche und technische Entwicklungen bedingen deren verstärkte Potenzialerhaltung und Weiterentwicklung. Das Rechte- und Lizenzmanagement übernimmt diese Aufgabe, kann aber ohne umfangreiche IT-Unterstützung den gestellten Anforderungen nicht mehr gerecht werden. Der vorliegende Band von Martin Backhaus (Mitteldeutscher Rundfunk) befasst sich mit dem Praxisproblem des IT-gestützten Rechte- und Lizenzmanagements im Rundfunk und leitet daraus Forschungsfragen der Wirtschaftsinfor-

matik ab. Mit der Erstellung eines Referenzmodells und dessen Evaluierung durch Experten der Branche, der Vorstellung innovativer Ansätze und der Definition von Vorgaben für eine technische Umsetzung leistet er einen wichtigen Beitrag zur Lösung des Problems.

Backhaus, Martin:
IT-gestütztes Rechte- und Lizenzmanagement im Rundfunk.
Berlin: Logos Verlag, 2008 (Schriftenreihe Information Systems & Services; Bd.5), 365 Seiten, ISBN 978-3-8325-2019-9, 43,50 Euro



Band 6 erscheint begleitend zum bereits 4. Broadcast-Infotag an der HdM. Er beschäftigt sich mit verschiedenen Facetten der Kundenorientierung in der Broadcast-Branche. Kundenorientierung erweist sich in diesem Umfeld als ein höchst aktuelles und vielschichtiges Phänomen. Für die Unternehmen der sich im Umbruch befindenden Branche besitzt die Orientierung auf ihre Konsumenten einen hohen strategischen Stellenwert.

Die Autoren des von Prof. Holger Nohr, Jan Stillhammer (Stg. Wirtschaftsinformatik) und Annika Vöhringer (Stg. E-Services) herausgegebenen Bandes behandeln die Kundenorientierung im Broadcast in 17 Beiträgen aus einer ganzheitlichen Perspektive. Sie beschäftigen sich mit den Grundlagen der Kundenorientierung, stellen betriebswirtschaftliche und informationstechnische Methoden und Instrumente zu ihrer Einführung und Umsetzung vor und greifen schließlich medienpsychologische Aspekte auf.

Vor mehr als 20 Jahren etablierten sich neben den gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Anbietern private Anbieter von Radio- oder Fernsehprogrammen – zunächst

werbefinanziert, später auch in Form Pay- oder On-demand-Angeboten direkt durch den Konsumenten finanziert. Dieser ersten Welle der Veränderung lässt das Internet derzeit eine nächste Welle folgen, die hinsichtlich ihrer Konsequenzen weitaus tiefgreifender sein dürfte. Web-Fernsehen und -Radio, IPTV, interaktives Fernsehen, das eine direkte Kundenintegration ermöglicht oder Shopping-TV, das Fernsehprogramm und Web-Shops zu einem Geschäftsmodell kombiniert, sind nur einige der neuen Angebotsformen. Eine ungeahnte Zahl der Angebote mit einer bisher nicht möglichen inhaltlichen Vielfalt ist das Ergebnis dieser Entwicklung. Dabei ist den meisten neuen Angebotsformen und Diensten gemein, dass sie auf ein direktes Endkundengeschäft zielen und damit eine direkte und profitable Kundenbeziehung aufbauen wollen.

Im ersten Teil werden Grundlagen der Kundenorientierung behandelt. Holger Nohr gibt einen Überblick der Entwicklung von den Massenmedien zum kundenorientiert ausgerichteten Broadcast-Unternehmen sowie eine Einführung in das Konzept der Kundenorientierung. Grundlagen des Konzepts der Kundenbindung im Rahmen des Beziehungsmarketings stellt Mike Friedrichsen vor, dabei behandelt er Ziel und Zweck sowie theoretische Erklärungsansätze der Kundenbindung. Marion Büttgen und Nadine Eggensperger beschäftigen sich mit der Kundenintegration in die Leistungserstellung. Sie identifizieren dabei Ansatzpunkte von Medienunternehmen für die Kundenintegration und Beteiligungsmotive von Medienkonsumenten.

Der zweite Teil, Methoden und Instrumente, versammelt eine Reihe von Beiträgen, die spezielle Themen im Kontext der Kundenorientierung

behandeln. Jan Stillhammer und Sabina Hreljic beschäftigen sich mit dem Thema Crossmedia. Nachdem technische und wirtschaftliche Voraussetzungen beschrieben sind, stellen sie relevante Forschungsspekte vor. Mit Medienmarken und der Markenführung als Instrument der Kundenbindung beschäftigt sich Martin Busch, vor allem unter dem Aspekt der Selbstähnlichkeit von Medienmarken. Eine Einführung in das Customer Relationship Management gibt Holger Nohr, mit Berücksichtigung einiger Beispiele aus Broadcast-Unternehmen. Alexander Decker und Harald Eichsteller stellen den Aufbau kundenbezogener Kennzahlensysteme am Beispiel des Pay-TV-Senders Premiere vor. Sie unterscheiden dabei in ihrer Betrachtung die Neukunden von den Bestandskunden. Sarah Preuschoff stellt den Ansatz der Business Intelligence vor und beschreibt Fragestellungen, die sich hinsichtlich einer Anwendung im Rahmen eines Markenmanagements im Hörfunk ergeben. Potenziale für die Steuerung von Prozessen im Hörfunk mit einem Beispielszenario aus dem Marketing beschreibt Matthias Pietschmann in seinem Beitrag. Jens Schöne stellt mit mySPUTNIK.DE die erste öffentlich-rechtliche Web 2.0-Plattform vor und geht dabei vor allem auf das Potenzial für die Kundenbindung für das Jugendkulturprogramm des MDR ein. Nutzungsverhalten und Nutzungserleben im Interaktiven Fernsehen thematisieren Michael Burmester und Franz Koller. Sie stellen als Herausforderungen die Anforderungen der Usability und der nutzerzentrierten Gestaltung in den Mittelpunkt ihres Beitrags. Mit einem Schlüssel zur Kundenorientierung, dem Subscriber-Management, befasst sich Johannes Ewers. Subscriberdaten aus operativen Prozessen bieten eine

Veröffentlichungen

hervorragende Grundlage, um Cross- und Up-Selling-Potentiale zu identifizieren und Loyalty-Programme zu gestalten. Kundenorientierung wird in der Praxis der Unternehmen im Rahmen von Geschäftsprozessen umgesetzt. Der Beitrag von Antje Jehn beschäftigt sich mit diesem Aspekt. Mobilfunkanbieter treten verstärkt als Wettbewerber auf den Medienmärkten auf. Der Beitrag von Thorsten Gurzki stellt die Herausforderung mobiler Dienste in den Vordergrund und betrachtet die Chancen und Risiken für klassische Broadcast-Anbieter.

Schließlich behandelt der dritte Teil medienpsychologische Aspekte. Der Beitrag von Tanja Illi und Annika Vöhringer beschäftigt sich mit Kundenorientierung aus medienpsychologischer Sicht. Am Beispiel Fernsehen wird dargestellt, wie Rezipienten ihre Medien auswählen, Informationen aufnehmen und verarbeiten und wie TV-Sender diese medienpsychologischen Kenntnisse nutzen, um den Bedürfnissen der Zuschauer gerecht zu werden und sie so an ihr Programm binden. Genauer wurde im Rahmen dieses Beitrags die Sendung „Eisbär, Affe & Co.“ des SWR betrachtet. Beiträge der medienpsychologischen Forschung, insbesondere des Nutzen- und Gratifikations-Ansatzes, zur Erklärung von Kundenorientierung im Broadcast stellt Roland Mangold vor. Mit Blick auf die „Creative Industries“, deren Teil die Medienwirtschaft ist, stellt Alexander W. Roos abschließend eine Aussicht auf die zukünftige Medienausbildung vor an Hochschulen vor.

Nohr, Holger; Stillhammer, Jan; Vöhringer, Annika (Hrsg.): Kundenorientierung in der Broadcast-Industrie. Berlin: Logos Verlag, 2008. (Schriftenreihe Information Systems & Services; Bd.6), 423 Seiten, ISBN 978-8325-2065-6, 45,50 Euro.

Termine

VIII. HdM-Symposium zur Medienethik
Corporate Social Responsibility
Am **15. Januar 2009** findet das VIII. HdM-Symposium zur Medienethik über das Thema Corporate Social Responsibility - Good Practices, Erfahrungen und Anforderungen an Mitarbeiter und Geschäftspartner in der Nobelstraße statt.

Als Vortragende und Diskussionspartner sind hochrangige Vertreter aus Wirtschaft, Industrie und Forschung eingeladen.

Im Anschluss an das Symposium wird ab 17.00 Uhr der Medienethik-Award (META) zum Thema „Wertevermittlung in der politischen Berichterstattung“ verliehen.

Die Eröffnungsrede hält Frau Prof. Dr. Rita Süßmuth, Bundestagspräsidentin a. D.

Weitere Details und Hinweise zur Anmeldung finden sich unter <http://www.hdm-stuttgart.de/csr>

eservice.tv auf der MediaNight
Am Donnerstag, den **29. Januar 2009**, veranstaltet die HdM nicht nur für Studierende, sondern auch für Ehemalige und Projektpartner sowie weitere Interessierte die traditionelle MediaNight zum Semesterende in der Nobelstraße. Die Studiengänge E-Services und Wirtschaftsinformatik werden mit Beispielprojekten und Informationen zum Studium wieder umfassend Rede und Antwort stehen.

Weitere Informationen und das Programm werden ab Mitte Januar auf unserer Homepage veröffentlicht: www.hdm-stuttgart.de/medianight

Impressum

Hochschule der Medien Stuttgart
Studiengänge
Wirtschaftsinformatik (Information Systems)
E-Services
Information Systems & Services

Wolframstrasse 32
70191 Stuttgart

www.hdm-stuttgart.de/wi

Redaktion
Studiengang Wirtschaftsinformatik
Telefon: 0711 25706 242
E-Mail: messerschmidt@hdm-stuttgart.de