

STRUKTUR- UND ENTWICKLUNGSPLANUNG 2002 BIS 2007 BAND 4: FACHBEREICH INFORMATION UND KOMMUNIKATION

vor dem Senat der Hochschule der Medien
am 19. April 2002

vor dem Hochschulrat der Hochschule der Medien
am 7. Mai 2002

Fachhochschule Stuttgart
Hochschule der Medien

Nobelstraße 10
70569 Stuttgart

Tel.: 0711 685 28 07
Fax 0711 685 66 50

info@hdm-stuttgart.de
www.hdm-stuttgart.de

Herausgeber:
Prof. Dr. Uwe Schlegel, Rektor

Redaktion:
Dr. Luz-Maria Linder

Dokument des Fachbereiches Information und Kommunikation

A	Strukturplanung	7
1.	Formalia und Daten	7
2.	Ausgangslage	8
3.	Studieninhalte und Charakteristika	8
4.	Ausbildungsziele	9
5.	Einsatzfelder der Absolventen	9
6.	Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt	10
7.	Nationale und europäische Mitbewerber	10
8.	Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung	11
8.1	Kooperation mit anderen Hochschulen	11
8.2	Kooperation mit der Praxis.....	11
8.3	Internationale Kooperation	12
8.4	Ziele der Kooperation	12
9.	Personelle und materielle Ressourcen.....	13
9.1	Professuren.....	13
9.2	Mittelbau	13
9.3	Standort /Flächen.....	13
9.4	Status des Neubaus	13
9.5	IT-Infrastruktur.....	14
9.6	AV-Medienzentrum.....	14
10.	Forschung und Entwicklung.....	14
11.	Publikationen.....	15
12.	Integrationsangebote.....	16
12.1	Kooperation innerhalb des Fachbereichs	16
12.2	Kooperation mit anderen Fachbereichen.....	17
13.	Fort- und Weiterbildung für Außenstehende	17
B	Entwicklungsplanung	18
1.	Strategien des Fachbereichs.....	18
2.	Rahmenbedingungen.....	18
3.	Projekte des Fachbereiches	19
3.1	Innovationen in der Lehre	19
3.2	Verbesserung der Infrastruktur.....	23
3.3	Dienstleistungen für Externe	24

3.4	Steuerungsinstrumente für den Fachbereich	26
-----	---	----

Dokumente der Studiengänge

A	Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement (Diplom)	27
	1. Formalia und Daten	27
	2. Ausgangslage	28
	3. Studieninhalte und Charakteristika	28
	4. Ausbildungsziele	29
	5. Einsatzfelder der Absolventen	30
	6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt	30
	7. Europäische Mitbewerber	31
	8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung	32
	9. Personelle und materielle Ressourcen.....	32
	10. Forschung & Entwicklung.....	33
	11. Publikationen.....	33
	12. Integrationsangebote.....	33
	13. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende	34
	14. Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung	35
B	Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement (Bachelor)	36
	1. Formalia und Daten	36
	2. Ausgangslage	37
	3. Studieninhalte und Charakteristika	37
	4. Ausbildungsziele	38
	5. Einsatzfelder der Absolventen	38
	6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt	39
	7. Europäische Mitbewerber	39
	8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung	40
	9. Personelle und materielle Ressourcen.....	40
	10. Forschung & Entwicklung.....	41
	11. Publikationen.....	41
	12. Integrationsangebote.....	41
	13. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende	42
	14. Schwerpunkte und Ziele zukünftiger Planung.....	42

C	Studiengang Informationsdesign (Bachelor)	43
	1. Formalia und Daten	43
	2. Ausgangslage	44
	3. Studieninhalte und Charakteristika	45
	4. Ausbildungsziele	45
	5. Einsatzfelder der Absolventen	46
	6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt	47
	7. Europäische Mitbewerber	47
	8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung	47
	9. Personelle und materielle Ressourcen.....	47
	10. Forschung & Entwicklung.....	48
	11. Publikationen.....	48
	12. Integrationsangebote.....	48
	13. Fort- und Weiterbildung.....	49
	14. Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung	49
D	Studiengang Informationswirtschaft (Diplom)	50
	1. Formalia und Daten	50
	2. Ausgangslage	51
	3. Studieninhalte und Charakteristika	51
	4. Ausbildungsziele	52
	5. Einsatzfelder der Absolventen	52
	6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt	53
	7. Europäische Mitbewerber	53
	8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung	54
	9. Personelle und materielle Ressourcen.....	54
	10. Forschung und Entwicklung.....	54
	11. Publikationen.....	55
	12. Integrationsangebote.....	55
	13. Fort- und Weiterbildung.....	56
	14. Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung	56
E	Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement (Master)	57
	1. Formalia und Daten	57
	2. Ausgangslage	58
	3. Studieninhalte und Charakteristika.....	58

4.	Ausbildungsziele	59
5.	Einsatzfelder der Absolventen	60
6.	Entwicklungen am Arbeitsmarkt	60
7.	Europäische Mitbewerber	60
8.	Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung	60
9.	Personelle und materielle Ressourcen.....	61
10.	Forschung und Entwicklung.....	61
11.	Publikationen.....	61
12.	Integrationsangebote.....	61
13.	Fort- und Weiterbildung für Außenstehende	61
14.	Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung	62
F	Studiengang Informationswirtschaft (Master)	63
1.	Formalia und Daten	63
2.	Ausgangslage	64
3.	Studieninhalte und Charakteristika	64
4.	Ausbildungsziele	64
5.	Einsatzfelder der Absolventen	64
6.	Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt	64
7.	Europäische Mitbewerber	65
8.	Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung	65
9.	Personelle und materielle Ressourcen.....	65
10.	Forschung & Entwicklung.....	66
11.	Publikationen.....	67
12.	Integrationsangebote.....	67
13.	Fort- und Weiterbildung für Außenstehende	67
14.	Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung	68
G	Musikbibliothekarisches Zusatzstudium	69
1.	Formalia und Daten	69
2.	Ausgangslage	70
3.	Studieninhalte und Charakteristika	70
4.	Ausbildungsziele	70
5.	Einsatzfelder der Absolventen	70
6.	Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt	70
7.	Europäische Mitbewerber	71

8.	Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung	71
9.	Personelle und materielle Ressourcen.....	72
10.	Forschung & Entwicklung.....	72
11.	Publikationen.....	72
12.	Integrationsangebote.....	73
13.	Fort- und Weiterbildung für Außenstehende	73
14.	Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung	73

Dokument des Fachbereichs Information und Kommunikation

A Strukturplanung

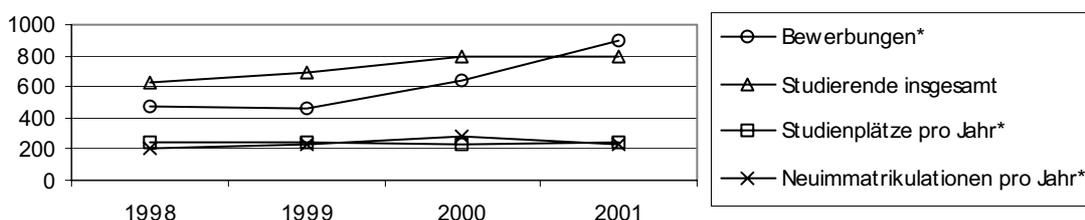
1. Formalia und Daten

	1998	1999	2000	2001	2002
Studienplätze pro Jahr*	245	250	235	250	303
Neuimmatrikulationen*	202	236	276	227	
Bewerbungen*	478	460	646	892	
Studierende insgesamt	627	696	801	790	787
Absolvent(inn)en*	123	131	140	167	
Professuren (davon bes.)	30 (29)	30 (29)	30 (29)	32 (31)	34
Lehrbeauftragte	45	40	48	47	51
Assistenzen (davon bes.)	3 (3)	3 (3)	3 (3)	3 (3)	4
Techn. Mitarbeiterstellen (davon bes.)	- 1)	- 1)	- 1)	4 (4)	4
Verw.-Mitarbeiterstellen (davon bes.)	- 1)	- 1)	- 1)	2,5 (2,5)	2,5 (2,5)

Bezeichnung	Abschluss	Titel
Bibliotheks- und Medienmanagement	Diplom	Dipl.-Bibliothekar (FH)
Informationswirtschaft	Diplom	Dipl.-Informationswirt (FH)
Bibliotheks- und Medienmanagement	Bachelor	Bachelor of Information and Communication
Informationsdesign	Bachelor	Bachelor of Information and Communication
Bibliotheks- und Medienmanagement	Master	Master of Information and Communication
Informationswirtschaft	Master	Master of Information and Communication
Musikbibliothekarisches Zusatzstudium	Zeugnis	-

*Diese Angaben beziehen sich auf das Studienjahr der offiziellen Statistiken. So steht die Angabe 2000 z. B. für das WS 2000/01 und das SS 2001.

1) Bis zur Fusion der Verwaltung zugeordnet



2. Ausgangslage

Der Fachbereich Information und Kommunikation repräsentiert die ehemalige Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen (HBI), einen der beiden Gründungspartner der HdM. Die letzten Jahre vor der Fusion waren geprägt durch eine Neustrukturierung und Ausweitung der Studienangebote. Die HBI, die bis 1988 ausschließlich bibliothekarische Studiengänge angeboten hatte, erweiterte seitdem ihr Angebot zu einem breiten Spektrum für den IuK-Bereich, das in den letzten beiden Jahren durch zwei neue Bachelor- und zwei Masterstudiengänge ergänzt wurde. Die HBI bringt damit ein modernes und am Markt äußerst erfolgreiches Studienangebot in die gemeinsame Hochschule der Medien ein.

Der Fachbereich Information und Kommunikation bildet Medien- und Informationsexperten für die Wirtschaft und den öffentlichen Sektor aus. Absolventen finden qualifizierte Arbeitsmöglichkeiten bei Dienstleistern und Produzenten im gesamten Medienumfeld: bei kommunalen und wissenschaftlichen Bibliotheken ebenso wie in Firmenbibliotheken, bei Presse, Rundfunk, Verlagen und Kultureinrichtungen. Weitere Arbeitsfelder liegen im Informations- und Wissensmanagement von Unternehmen des Industrie- und Dienstleistungssektors. Absolventen arbeiten als Informationsvermittler, im Marketing und in der Marktforschung, sie gestalten Informationsprodukte, konzipieren Informationssysteme und organisieren den Informationsfluss in Unternehmen und Institutionen. Sie vermitteln Medien, entwickeln kulturelle Angebote, produzieren Dienstleistungen für spezielle Kundengruppen, erstellen Internetauftritte für Firmen, Bibliotheken und andere Kultureinrichtungen.

Für diese Tätigkeiten bietet der Fachbereich ein breites Spektrum an Studiengängen an: zwei Bachelor- und zwei Diplomstudiengänge mit je sieben Semestern, außerdem drei postgraduale Studiengänge, davon einer als Teilzeitstudiengang. Der Fachbereich betreut rd. 800 Studierende, der Frauenanteil liegt bei 70%.

Von der Fusion erwartet sich der Fachbereich Information und Kommunikation bessere Entwicklungsmöglichkeiten. Dies betrifft zum einen die verbesserten Studienmöglichkeiten durch Kooperation mit den anderen Fachbereichen sowie neue Möglichkeiten für Fort- und Weiterbildungsangebote und Projekte. Zum anderen betrifft dies die Ressourcen, insbesondere die räumliche Unterbringung durch den Neubau in Vaihingen.

3. Studieninhalte und Charakteristika

Seit der Studienreform 2000 sind alle Studiengänge modular aufgebaut. Für die einzelnen Module werden Leistungspunkte nach internationalem Standard (ECTS) vergeben. Das erleichtert die nationale und internationale Mobilität und erhöht die Transparenz für Studierende und Lehrende. Die Grundlagenfächer BWL, Informationstechnik mit Schwerpunkt internetbasierter Technologien, Informationswissenschaft und –design sind in unterschied-

lichem Umfang Pflichtteil aller Studiengänge. Ein breites Wahlpflichtangebot ermöglicht den Studierenden eine individuelle Schwerpunktsetzung und Profilierung.

Der starke Anstieg der Bewerberzahlen beweist, dass die inhaltlichen und strukturellen Veränderungen den Bedürfnissen des Marktes entsprechen. Für das WS 2001/02 stiegen die Bewerbungen im Vergleich zum Vorjahr um rd. 40 %, im Vergleich zu 1999 sogar um mehr als 90 %. Knapp die Hälfte der Bewerbungen entfällt auf die beiden neuen Bachelorstudiengänge, die insgesamt 20 % der Studienplätze ausmachen. Der Fachbereich erntet jetzt die Früchte seiner Innovationsfreude.

Charakteristisch für alle Studiengänge des Fachbereichs sind der hohe Stellenwert der Projektarbeit und die enge Kooperation mit der Praxis. In allen grundständigen Studiengängen ist ein Praxissemester vorgeschrieben, das 20% der Studierenden im Ausland verbringen. Typisch ist auch die hohe Erfolgsquote: im Durchschnitt schließen 90% aller Studierenden des Fachbereichs ihr Studium in der Regelstudienzeit ab.

Eine Besonderheit des Fachbereich-Angebots ist die Teilzeitstruktur des Masterstudiengangs *Bibliotheks- und Medienmanagement*. Sie ermöglicht eine Zusatzqualifikation unter Beibehaltung einer Berufstätigkeit. Dazu werden die Module in geblockter Form durchgeführt. Geplant ist die Ausweitung von Selbstlernangeboten und virtuellen Lehrveranstaltungen, um die Präsenzzeiten weiter zu verringern.

4. Ausbildungsziele

Bei der fachlichen Kompetenz liegt ein Schwerpunkt in der Vermittlung von breiten Kenntnissen in den Grundlagenfächern BWL, Informationstechnik, Informationswissenschaft und Informationsdesign.

Einen hohen Stellenwert hat daneben die Vermittlung von Methodenkompetenz (Projektmanagement, Strukturierung von Sachverhalten, Umsetzen von Kundenbedürfnissen in Lösungsstrategien) und sozialer Kompetenz (Kommunikationsfähigkeit, Teamarbeit, Moderation, Verhandlungsgeschick).

Die bibliothekarischen Studiengänge bilden primär branchenbezogen aus, die informationswirtschaftlichen und *Informationsdesign* branchenneutral. Generell sollen Masterstudiengänge zur Übernahme von Leitungsfunktionen befähigen.

5. Einsatzfelder der Absolventen

Die Einsatzfelder sind bedingt durch das breite Studienangebot sehr weit. Sie umfassen u.a.

- Management von Informationseinrichtungen in Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen, Verbänden usw.
- Informationsrecherche, -aufbereitung und -vermittlung

- Aufbau von Informationssystemen
- Entwicklung multimedialer Anwendungen
- Gestaltung von Informationsprodukten
- Medienpädagogik, Kulturarbeit
- Wissensmanagement
- Entwicklung von E-Business-Lösungen

6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt

Insgesamt bietet der Arbeitsmarkt gute bis sehr gute Möglichkeiten, wobei die Absolventen des Fachbereichs vor allem von der Durchdringung aller Studiengänge mit einem modernen, auf Internet/Intranet ausgerichteten informationstechnischen Angebot profitieren.

Bei Informationswirtschaft-Studiengängen ist für Absolventen durch Branchenneutralität immer eine stabile Arbeitsmarktsituation für Absolventen gegeben.

Im Bereich der Bibliotheken hat sich die Stellenlage deutlich verbessert. Die Absolventen profitieren hier von der deutlich besseren IT- und Medienkompetenz als der an vergleichbaren Hochschulen vermittelten.

In den neuen Bachelorstudiengängen haben noch keine Studierenden abgeschlossen. Studien zeigen vor allem für den Bereich *Informationsdesign* hervorragende Möglichkeiten. Für den Studiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* ist die hohe Akzeptanz in den angelaufenen Praktika positiv zu werten.

7. Nationale und europäische Mitbewerber

Die Wettbewerbssituation ist durch die im Fachbereich vorhandenen unterschiedlichen Geschäftsfelder sehr heterogen. Detaillierte Angaben sind daher nur auf Studiengangsebene sinnvoll (siehe dort).

Im Bereich Bibliothek ist das Geschäftsfeld wohl definiert und auch historisch gewachsen, so dass der Markt und die Konkurrenten sehr präzise eingeschätzt werden können. Der Diplomstudiengang hat auf Grund seiner modernen Struktur und seiner IT- und Medienausrichtung einen hervorragenden Platz innerhalb der nationalen und europäischen Konkurrenz. Der Masterstudiengang ist in der Form eines konsekutiven Masters mit Teilzeitstruktur einmalig.

Der Bachelorstudiengang *Bibliotheksmanagement* hebt sich von den europäischen Medienmanagement-Studiengängen (und dem Studiengang *Medienwirtschaft* des Fachbereiches Information und Kommunikation) durch seine Contentorientierung und seine Ausrichtung auf Populärmedien ab.

Im informationswirtschaftlichen Bereich ist der Markt und die Konkurrenzsituation wesentlich differenzierter. Die informationswirtschaftlichen Studiengänge profitieren stark von dem global festzustellenden Trend zu netzwerkökonomischen Fragestellungen und dem Knowledge Management Trend im Managementbereich. Daraus resultiert ein hoher Bedarf an Fachleuten, so dass andere Anbieter im In- und Ausland eher als Kooperationspartner (z.B. FH Darmstadt) denn als Konkurrenten wahrgenommen werden. Von anderen Angeboten im Bereich der Wirtschaftsinformatik heben sich die Informationswirtschaft-Studiengänge durch ihren informationswissenschaftlichen Bezug ab.

Der Studiengang *Informationsdesign* ist in der Struktur völlig neuartig, aktuell gibt es in Europa nur in Graz einen vergleichbaren Studiengang. Das starke Interesse an diesen Fragestellungen lässt den Aufbau von weiteren Studienangeboten wahrscheinlich erscheinen.

8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung

8.1 Kooperation mit anderen Hochschulen

Die Zusammenarbeit mit anderen Hochschulen erfolgt vor allem im Bereich der Lehre, dient aber auch dem Dozenten- und Studierendenaustausch. Als herausragendes Beispiel für die Kooperation in der Lehre sei das europäische Hochschulnetzwerk BOBCATSSS genannt. Studierende der beteiligten Hochschulen organisieren in jedem Jahr ein internationales Symposium im Bereich Bibliothek, Information und Dokumentation in einer osteuropäischen Stadt. Die bisherige HBI, die seit 1995 beteiligt ist, hat 1999 zusammen mit der FH Darmstadt das Symposium in Bratislava und 2002 in Ljubljana zusammen mit der dortigen Universität organisiert.

Im letzten Wintersemester starteten zwei zukunftssträchtige Projekte des Fachbereichs mit anderen Hochschulen: eine virtuelle Lehrveranstaltung mit der Anadolu-Universität – der größten türkischen Fernuniversität mit 600.000 Studierenden - zum Thema Intercultural Community sowie ein virtuelles Seminar über Learning Communities mit der Salford University.

Auch mit Hochschulen ganz anderer Fachrichtung arbeitet der Fachbereich erfolgreich zusammen, um seine Studienangebote zu bereichern. Beispielhaft seien dafür zwei Projekte genannt. Regelmäßig erfolgen mit der Akademie der Bildenden Künste Stuttgart Ausstellungsprojekte (z. B. „Kunst im Gange“). Mit der FH für Sozialwesen Esslingen wurde ein interdisziplinäres Projekt über Zielgruppenarbeit für ältere Menschen durchgeführt.

8.2 Kooperation mit der Praxis

Für den Fachbereich Information und Kommunikation hat die Kooperation mit der Praxis einen hohen Stellenwert. Sie führt zu einem wechselseitigen Geben und Nehmen: Einerseits

erfolgt der Transfer wissenschaftlicher Ergebnisse in die Praxis, andererseits bietet eine enge Zusammenarbeit die Gewähr für eine praxisnahe Ausbildung. Vor allem gemeinsame Projekte mit der Praxis sind fachlich und didaktisch von herausragender Bedeutung. Studierende lernen, reale Problemstellungen zu analysieren, Lösungsvorschläge auf Termin zu entwickeln, zu präsentieren und gegenüber dem Auftraggeber zu vertreten. Auch die Studierenden bevorzugen Projektarbeit, weil sie das Gefühl haben, etwas Nützliches zu leisten und nicht „für den Papierkorb“ zu arbeiten. Aus solchen Projekten und aus dem Praxissemester resultieren zahlreiche Diplomarbeitsthemen. Jede dritte Diplomarbeit im Fachbereich Information und Kommunikation wird zusammen mit einem Unternehmen oder einer öffentlichen Einrichtung geschrieben. Die Themenpalette ist äußerst breit.

8.3 Internationale Kooperation

In der bisherigen HBI hat die Zusammenarbeit mit ausländischen Hochschulen eine lange Tradition. Das erste Abkommen wurde vor mehr als 20 Jahren mit der Danmarks Biblioteksskole Copenhagen geschlossen. Inzwischen bestehen vertraglich geregelte Kooperationen mit 15 ausländischen Hochschulen. Außerdem arbeitet der Fachbereich mit zahlreichen weiteren Hochschulen und internationalen Berufsverbänden zusammen. In letzter Zeit wurden auch die Verbindungen zu verschiedenen Goethe-Instituten ausgebaut.

8.4 Ziele der Kooperation

- Austausch von Studierenden
- Teilnahme von Absolventen an Aufbaustudiengängen im Ausland
- Austausch von Professoren
- Wechselseitige Vermittlung von Praktikumsplätzen
- Erfahrungsaustausch (fachlich, Ausbildungsfragen)
- Beratung von Partnerhochschulen speziell zu Fragen der Studienreform

Die Finanzierung erfolgt durch verschiedene Stipendien-, Förder- und Austauschprogramme von deutscher Seite (DAAD) oder ausländischer Seite (z.B. Fulbright, Präsidentenstipendien aus Russland) oder durch Kostenübernahme durch die entsendende Institution. Allerdings sind die Stipendiensätze für Studierende aus Mittel- und Osteuropa derzeit nicht ausreichend.

9. Personelle und materielle Ressourcen

9.1 Professuren

Der Fachbereich Information und Kommunikation verfügte am 1.3.2002 über 32 Professorenstellen, zu denen in den nächsten beiden Jahren jeweils zwei weitere Stellen für den Ausbau des Studiengangs Informationsdesign hinzukommen. Eine Stelle ist derzeit unbesetzt, sie wird in diesem Semester ausgeschrieben. Den Masterstudiengängen sind keine Professorenstellen zugeordnet, sie werden von den grundständigen Studiengängen und durch Lehrbeauftragte aus der Praxis versorgt.

9.2 Mittelbau

Völlig unzureichend ist die Situation im Mittelbau. Hier verfügt der Fachbereich nur über insgesamt sieben Stellen für Assistenten und Technische Angestellte. Umgerechnet auf Studienplätze ist das eine Stelle für 36 Studienplätze. Den Fachbereichen Druck und Medien und Electronic Media stehen im Durchschnitt mehr als doppelt so viele Stellen zur Verfügung (eine Stelle für 15 Studienplätze).

9.3 Standort /Flächen

Die Standortfrage ist bis zur Realisierung des Neubaus durch unzureichende Kapazitäten im Bereich Hörsäle, Seminarräume und Aufenthaltsflächen für Studierende des Fachbereich Information und Kommunikation gekennzeichnet.

9.4 Status des Neubaus

Die Nutzungsanforderung ist vom MWK genehmigt. Das Kabinett hat im Rahmen der Zukunftsoffensive III am 15.01.02 den Neubau für 42 Mio DM beschlossen. Die Mittel sind wie folgt aufgeteilt:

- 30 Mio DM : Ersatzflächen für die Wolframstrasse
- 12 Mio DM: Flächen für die neuen Studiengänge *Informationsdesign* und *Medienautor*

In der Wolframstrasse 32/34 sind z.Zt. 5162 qm angemietet, davon rd. 4000 qm Hauptnutzfläche. Der Arbeitskreis Bedarfsbemessung hat für den Ersatz Wolframstrasse und die Studiengänge *Informationsdesign* und *Medienautor* einen Flächenbedarf von 4180 qm ermittelt.

9.5 IT-Infrastruktur

Der IT-Service ist eine Einrichtung des Fachbereichs Information und Kommunikation zur informationstechnischen Unterstützung von Lehre, Forschung und Fortbildung am Fachbereich. Die IT-Nutzung im Fachbereich, die früher mit der einer geisteswissenschaftlichen Fakultät vergleichbar war, weist heute das in informationstechnischen Studiengängen (z.B. Wirtschaftsinformatik) übliche Maß auf. Durch verschiedene Sondermittel und einmalige Kraftakte gelang es in den letzten fünf Jahren, mit der Ausstattung von Arbeitsplatz- und Pool-PCs an den typischen Infrastruktur-Standard eines technisch-orientierten Fachbereichs weitgehend anzuschließen, wenn auch noch in Einzelfällen Defizite zu verzeichnen sind. Da diese Sondermittel jedoch einmalige Hilfen waren, sind in Zukunft höhere reguläre Mittelzuweisungen für den IT-Service erforderlich, um das vorhandene Equipment zu pflegen und um die notwendigen Ersatzbeschaffungen vornehmen zu können.

Während die technische Ausstattung des IT-Service auf einem guten Stand ist, liegt die personelle Kapazität weit unter dem erforderlichen Standard. Seit Jahren sind dem IT-Service nur drei Stellen für technische Mitarbeiter zugeordnet, obwohl die Zahl der zu betreuenden Geräte und die Anzahl der Studierenden ständig angestiegen ist. Derzeit betreuen drei Mitarbeiter ca. 200 PCs, 20 Server und 80 verschiedene Software-Pakete für die Lehre sowie das lokale Netzwerk. Die personelle Unterausstattung hat dazu geführt, dass der IT-Service im wesentlichen nur Basisdienstleistungen erbringen kann und dass viele Möglichkeiten, die die gute Ausstattung mit Hard- und Software bieten, nicht genutzt werden können.

9.6 AV-Medienzentrum

Das AV-Medienzentrum betreut mit einem technischen Mitarbeiter folgende Bereiche:

- Präsentationstechnik in den Hörsälen und Seminarräumen
- Videolabor mit Schnittplätzen, Kameras, Abspielgeräten usw.
- Multimedia-Projektraum (15 PCs)
- Videothek

Die technische Ausstattung von Hörsälen, Projekträumen und Labor hat sich in den letzten Jahren dank der Sondermittel vervielfacht. Zusätzlich hat sich der Betreuungsaufwand durch die Zunahme studentischer Projektarbeiten stark erhöht, ohne dass die Personalkapazität erweitert werden konnte. Die bereits derzeit bestehenden Engpässe werden mit der Ausweitung der neuen Studiengänge weiter zunehmen.

10. Forschung und Entwicklung

Trotz der hohen Belastung in der Lehre leistet der Fachbereich Information und Kommunikation Beachtliches im Bereich Forschung und Entwicklung. Das zeigt sich auch an der rela-

tiv hohen Einwerbung von Drittmitteln. Um die Bandbreite aufzuzeigen, wird im Folgenden ein Ausschnitt aus der aktuellen Arbeit beispielhaft aufgeführt:

- Web-Radio/TV
Internetbasiertes Radio mit Eigenproduktionen von Studierenden, seit 2001 auf Sendung
- Aufbau eines Kompetenzzentrums E-Learning mit dem Schwerpunkt didaktische und technische Konzepte
- LEONARDO-Projekt BIBLEX (Projektleitung)
Entwicklung von Integrationsmöglichkeiten in öffentlichen Bibliotheken für benachteiligte Gruppen. Mit Partnern in Deutschland, Frankreich, Italien und Ungarn
- Böblinger Zeitzeugenprojekt
Geschichte der Stadt Böblingen aus der Perspektive der Einwohner. Die Interviews wurden von Studierenden der HBI geführt.
- Musikatlas Stuttgart
Virtueller Führer durch die Stuttgarter Musikszene
- Virtuelles Transfernetz
Entwicklung eines Netzwerkes für die Handwerkskammern in Baden-Württemberg
- Mediafaktor Ostfildern
Innovations- und Kompetenzzentrum Druck und Verlag in der Region Stuttgart
- Aufbau von Business Communities in Zusammenarbeit mit der Fraunhofer Gesellschaft
- Aufbau eines Wissensmanagement-Portals als Demonstrationsobjekt für Unternehmen

11. Publikationen

Die Mitglieder des Fachbereichs geben ihre Arbeitsergebnisse in zahlreichen Publikationen und Vorträgen weiter. Auf das Jahr gerechnet erscheinen jede Woche zwei Veröffentlichungen aus dem Fachbereich, hinzu kommen Rezensionen in der Fachpresse. Im letzten Jahr erschienen vier Lehrbücher zu den Themen Informationswissenschaft, Wissensmanagement, automatische Indexierung und Screen-Design. Damit wird auch ein erheblicher Beitrag für die Lehre geleistet. Außerdem erschienen Buchveröffentlichungen über Elektronische Marktplätze, Virtuelle Knowledge Communities und Netzethik. Im Januar dieses Jahres wurde eine Fachzeitschrift für Informationsdesign von den Vertretern des Studiengangs initiiert.

Auch als Redner sind Fachbereich-Mitglieder gefragt. Durchschnittlich einmal pro Woche tritt ein Mitglied als Referent z.B. bei Berufsverbänden, in Unternehmen und bei Fachtagungen im In- und Ausland auf.

Der Fachbereich beteiligt sich auch regelmäßig an Fachmessen und Kongressen der Berufsverbände, außerdem an Informationsveranstaltungen zur Gewinnung von Studienbewerbern. Beispielhaft seien dafür einige Beteiligungen genannt:

- Frankfurter Buchmesse
- Cebit, Hannover
- DGI-Online-Tagung, Frankfurt/M
- Kongress von BDB und DGI
- Deutscher Bibliothekartag
- Multimediamesse, Stuttgart
- Interschul-Didacta, Stuttgart
- Forum Studium und Beruf, BIZ Stuttgart
- Studieninformationstage für Schüler

12. Integrationsangebote

12.1 Kooperation innerhalb des Fachbereichs

Zwischen den Studiengängen des Fachbereiches Information und Kommunikation besteht eine ausgeprägte Zusammenarbeit, die sich seit langem bewährt hat. Die Hochschule hat dadurch einen doppelten Nutzen: Die personellen Ressourcen werden effizient genutzt, gleichzeitig wird das Angebot für die Studierenden verbreitert. Nur auf diese Weise ist z.B. das differenzierte Wahlpflichtangebot möglich.

Auch die neuen Studiengänge sind miteinander verzahnt. Der Diplom- und Bachelorstudiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* haben ein großenteils gemeinsames Grundstudium sowie ein gemeinsames Wahlpflichtangebot. Der Studiengang *Informationsdesign* partizipiert an Pflichtveranstaltungen des Studiengangs *Informationswirtschaft*. Andererseits stehen Wahlpflichtangebote des Studiengangs *Informationsdesign* auch den Studierenden anderer Studiengänge offen. Ebenso kooperieren die beiden Masterstudiengänge.

12.2 Kooperation mit anderen Fachbereichen

Die Zusammenarbeit mit anderen Fachbereichen ist bisher von einer Vielzahl von Einzelkontakten und einigen gemeinsamen Lehrveranstaltungen und Projekten geprägt, z.B. im Bereich Medienethik, Wissensmanagement und Web-Radio/TV. Auf Studiengangsebene besteht eine engere Kooperation zwischen *Informationswirtschaft* und *Medieninformatik*.

Die Zusammenarbeit im Bereich der Lehre wird sicher in nächster Zeit intensiver, wenn die Studieninhalte gegenseitig bekannt und persönliche Kontakte geknüpft sind. Der Fachbereich Information und Kommunikation ist an einem systematischen Ausbau der Kooperation interessiert.

13. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende

Der Fachbereich Information und Kommunikation bietet mit jährlich rund 60 Veranstaltungen ein breit gefächertes Angebot. Kooperationspartner sind vor allem der Arbeitskreis für Information (AKI), Stuttgart und die Berufsverbände, aber auch andere Institutionen wie VHS, Lehrerverbände, die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikation, das Landesmedienzentrum und das Stuttgarter Kulturforum. Ein großer Schritt nach vorn erfolgte mit der 1998 gegründeten HBI-Akademie.

Die Schwerpunkte der Angebote liegen in den letzten Jahren in den Bereichen Internet und Intranet, Informationstechniken und Wissensmanagement, Informationsdesign, Neue Medien, Medienpädagogik und Leseförderung (vor allem von Lehrern nachgefragt).

B Entwicklungsplanung

1. Strategien des Fachbereichs

Der Fachbereich Information und Kommunikation setzt für seine mittelfristige Entwicklungsplanung folgende Schwerpunkte:

- Kontinuierliche Innovationen in der Lehre
- Verbesserung der Infrastruktur
- Dienstleistungen für Externe
- Steuerungsinstrumente für den Fachbereich

Die Hauptanstrengungen gelten der Lehre als dem Kerngeschäft des Fachbereichs. Hier sind folgende Projekte geplant:

- Einführung von Qualitätsmanagement
- Ausbau von E-Learning
- Kooperation mit den anderen Fachbereichen
- Konzept für die internationale Kooperation
- Erweiterung der Studienangebote

Zur Unterstützung der Lehre ist eine Verbesserung der Infrastruktur unabdingbar. Vordringlich sind Investitionen und höhere laufende Mittel im IT-Service, die Einrichtung eines Usability Labors sowie eine personelle Verstärkung des Mittelbaus.

Für die Vermarktung von Dienstleistungen für Externe, z.B. Weiterbildungsangebote, Entwicklungsarbeiten, Consulting, Resarch, schlägt der Fachbereich die Gründung einer zentralen Dienstleistungs-GmbH (oder eines Institutes in einer anderen Rechtsform) an der HdM vor. Für die Hochschule ist eine solche Dienstleistungssparte in doppelter Weise nützlich: Sie kann hier Gewinne erwirtschaften, gleichzeitig hat die enge Zusammenarbeit mit der Praxis positive Auswirkungen auf die Lehre.

Für die Steuerung des Fachbereichs wird ein Instrumentarium auf der Basis von Balanced Score Cards angestrebt. In einer zweiten Stufe sind Zielvereinbarungen mit den Studiengängen und den Fachbereich-Einrichtungen vorgesehen.

2. Rahmenbedingungen

Nicht alle Rahmenbedingungen sind bekannt. So steht das Budget 2002 des Fachbereiches Information und Kommunikation noch nicht fest. Auch fehlen für die gesamte Hochschule Kriterien für die Ausstattung der Fachbereiche, aus denen die Verteilung der Ressourcen nachvollziehbar hervorgeht. Gleichwohl läßt sich sagen, dass der Fachbereich die meisten

seiner Vorhaben aus eigener Kraft realisieren kann. Dies gilt auch für die Erweiterung der Studienangebote.

3. Projekte des Fachbereiches

Der Fachbereich Information und Kommunikation plant kurz- und mittelfristig die im Folgenden aufgeführten Projekte. Die Aufgaben sollen parallel angegangen werden, eine Priorisierung ist deshalb nicht erforderlich.

3.1 Innovationen in der Lehre

3.1.1 Qualitätsmanagement in der Lehre

Total Quality Management in der Lehre wird ein Schwerpunkt der Fachbereichsaktivitäten sein. Es geht darum, Leistungen des Fachbereichs in der Lehre zu dokumentieren, transparent und vergleichbar zu machen, Verbesserungspotentiale zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um die Stellung der Hochschule im Interesse der Studierenden, der Gesellschaft und der Angehörigen der Hochschule ständig weiter zu verbessern. Dabei muss die Balance zwischen Aufwand und Bürokratie einerseits sowie Qualitätsverbesserung in der Lehre andererseits gewahrt werden.

Bisher werden im Fachbereich Information und Kommunikation folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Regelmäßige Befragung von Absolventen
- Einzelevaluation von Lehrveranstaltungen (Fragebogen von Lehrenden)
- Befragung von Praktikumsstellen
- Einzelgespräche mit Arbeitgebern
- Sammlung von Erfahrungen im Umfeld (Kollegen sind als externe Evaluatoren tätig)

Mit dem Sommersemester beginnt eine schrittweise Evaluierung der Lehre zunächst für zwei Studiengänge des Fachbereichs durch Studierende und Absolventen. Die Befragungen sollen systematisch aufgebaut und fortgeführt werden und mittelfristig auch zu einer Evaluierung durch Externe führen, d.h. durch Lehrende anderer Hochschulen und potentielle Arbeitgeber. Die Befragungen werden durch weitere Maßnahmen ergänzt, zunächst im Bereich des Prüfungswesens. So sollen die Transparenz für Studierende und Lehrende erhöht, Bewertungskriterien standardisiert und die Prüfungsergebnisse differenziert ausgewertet werden.

Um die Lehre praxisnah und auf dem neuesten Stand zu halten, ist die Fortbildung der Professoren unabdingbar. Zwar ist jeder Professor grundsätzlich selbst für seine Fortbildung verantwortlich, doch muss die Hochschule die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen.

Dies gilt um so mehr, da FH-Professoren wegen ihrer zeitlichen Belastung durch eine außerordentlich hohe Lehrverpflichtung und längere Semesterzeiten im Vergleich zur Universität schlechtere Konditionen haben.

Als wichtiges Instrument sieht der Fachbereich Information und Kommunikation das Fortbildungssemester an, das gleichzeitig Gelegenheit bietet, bisherige Kontakte mit der Praxis zu pflegen, neue Kontakte zu knüpfen, Projekte zu akquirieren, neue Praktikumsstellen und Lehrbeauftragte aus der Praxis zu gewinnen. Der Fachbereich legt deshalb großen Wert darauf, dass wie bisher jedes Semester mindestens zwei seiner ProfessorInnen ein Fortbildungssemester absolvieren. Darüber hinaus schlägt der Fachbereich vor, die interne Fortbildung zu intensivieren. Das sind Investitionen in die Zukunft der Hochschule, die sich mit Sicherheit amortisieren.

3.1.2 E-Learning

Der Fachbereich hat eine Vielzahl von Erfahrungen mit unterschiedlichen virtuellen Veranstaltungsformen und E-Learning-Konzepten aufzuweisen. Vor zwei Jahren wurde ein Qualitätsstandard für virtuelle Lehrveranstaltungen definiert, den es weiterzuentwickeln gilt. Die Anzahl der virtuellen Lehrveranstaltungen wird zukünftig weiter ausgebaut werden. Professoren, die erstmals virtuelle Lehrveranstaltungen anbieten, werden von erfahreneren Kolleginnen und Kollegen unterstützt. Auch externe Fortbildungsmöglichkeiten sollen genutzt werden, um die vorhandenen Kenntnisse durch neue Impulse zu erweitern.

Mit der Beschaffung von WebCT steht nun eine moderne Lern- und Kommunikationsplattform zur Verfügung, die die Planung und Gestaltung sowie den Ablauf der Veranstaltungen wesentlich vereinfacht.

Die virtuellen Lehrveranstaltungen werden zur Zeit und auch weiterhin intensiv evaluiert, um die Qualität zu sichern und zu intensivieren.

Das vorhandene Know-how im Fachbereich Information und Kommunikation soll für alle Professoren der HdM nutzbar gemacht werden und auch an Externe als Dienstleistung (z.B. Beratung) angeboten werden. Hierzu ist der Aufbau eines Competence Centers E-Learning geplant.

Die E-Learning Aktivitäten sind auszubauen (in Zusammenarbeit mit den anderen Fachbereichen) und die didaktischen und technischen Konzepte, die von allen Dozenten genutzt werden können, zu standardisieren. Zielsetzung ist dabei die Schaffung adäquater Lehr- und Lernformen für bestimmte Studienbereiche, die Möglichkeit zeitlich asynchronen Lernens, die Ausweitung der Teilnehmerkreise an Lehrveranstaltungen und die Ausweitung des Angebots im Hinblick auf Aus- und Weiterbildung. Dies ist für den Fachbereich von großer Bedeutung, da die Absolventen teilweise in Branchen arbeiten, die solche Angebote im industriellen Kontext entwickeln und anwenden.

3.1.3 Kooperation mit anderen Fachbereichen

Die bisherigen Einzelaktivitäten sollen zu einer systematischen Kooperation mit den anderen Studiengängen ausgebaut werden. Konkrete Planungen bestehen für die Zusammenarbeit zwischen den Studiengängen *Informationswirtschaft* und *Medieninformatik* (siehe Studiengangspapier). Für die *Bibliotheks- und Medienmanagement*-Studiengänge erscheint eine Zusammenarbeit vor allem mit den Studiengängen *Mediapublishing und Verlagswirtschaft*, *Audiovisuelle Medien* sowie *Werbung und Marktkommunikation* lohnend. Im Bereich der Grundlagenfächer (z.B. BWL, VWL, Informatik-Grundlagen, Recht, Projektmanagement) können Lehrveranstaltungen gemeinsam oder gegenseitig anrechenbar angeboten werden, soweit sie nicht studiengangsspezifisch ausgerichtet sind.

Für den Masterstudiengang *Informationswirtschaft* bestehen Überlegungen, ihn zusammen mit den anderen Fachbereichen zu einem fachbereichsübergreifenden Masterstudiengang zu entwickeln. Erste Vorgespräche in dieser Richtung haben bereits stattgefunden.

3.1.4 Internationale Kooperation

Die ehemalige HBI hat Kooperationsverträge mit 15 ausländischen Hochschulen, in die die HdM als Rechtsnachfolge eingetreten ist. Außerdem arbeitet der Fachbereich mit weiteren Hochschulen in unterschiedlicher Intensität zusammen.

Wegen der Neustrukturierung der Studiengänge ist eine Bestandsaufnahme und Neubewertung der bisherigen Kooperationen notwendig. Der modulare Studienaufbau und die Einführung der Bachelor- und Masterstudiengänge lassen es sinnvoll erscheinen, über neue Formen der Zusammenarbeit nachzudenken (z.B. Austausch von Modulen) und entsprechende Partner zu gewinnen. Der Fachbereich Information und Kommunikation wird deshalb in nächster Zeit ein Konzept für die internationale Kooperation erarbeiten und Prioritäten festlegen. Dieses Konzept soll dann in das „Auslandskonzept“ der gesamten Hochschule eingehen.

3.1.5 Erweiterung der Studienangebote

Ziel der Angebotsausweitung ist es, veränderten Bedürfnissen des Arbeitsmarktes Rechnung zu tragen und neue Chancen zu nutzen.

Ausbau des Studiengangs Informationsdesign

Der Studiengang hat im WS 2001/02 mit 15 Studienplätzen begonnen und wird planmäßig bis 2003 auf 50 Studienplätze ausgebaut. Die zusätzlichen Personalstellen von vier Professuren und fünf Assistenzen werden bis 2004 vom Land vorfinanziert und dann in den Stellenplan aufgenommen.

Einführung eines neuen Studienganges Information Systems and Services

Der Fachbereich Information und Kommunikation prüft die Einführung eines neuen Studiengangs *Information Systems and Services*.

Die hierfür notwendigen Kapazitäten muss der Fachbereich durch Umwidmungen frei werdender Professorenstellen schaffen. Der anstehende Generationswechsel in den beiden Bibliotheksmanagement-Studiengängen eröffnet neue Möglichkeiten. Im Planungszeitraum bis 2005 werden sieben Stellen altersbedingt frei. Die sich daraus ergebenden Chancen sollten vom Fachbereich genutzt werden. In Aussicht steht zudem eine Stiftungsprofessur. Eine Anschubfinanzierung durch das Ministerium wäre wünschenswert.

Umwandlung des Musikbibliothekarischen Zusatzstudiums

Der Fachbereich Information und Kommunikation hat die Umwandlung des Musikbibliothekarischen Zusatzstudiums in einen Schwerpunkt im Studiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* (Master) beschlossen.

Deutsch-italienischer Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement

Die Initiative zu diesem Studiengang geht von der Universität Bozen aus. Grund ist der große Bedarf an Fachkräften in den Informationsberufen in der dortigen Region. Geplant ist ein dreijähriger grundständiger Studiengang mit den Vertiefungsrichtungen Bibliotheksmanagement und Informationsmanagement.

Das Kooperationsangebot ging an die ehemalige HBI, da sie langjährige intensive Kontakte zum Südtiroler Bibliotheksverband pflegt und seit acht Jahren auf Grund einer Absprache zwischen MWK und dem Landesrat für Kultur in Bozen für die Provinz Südtirol ausbildet. Zwischen der Universität Bozen und der HBI wurde im letzten Jahr ein Kooperationsvertrag abgeschlossen.

An dem geplanten Studiengang würden sich von der Universität Bozen die Fakultäten für Bildungswissenschaften und für Informatik beteiligen. Der Fachbereich Information und Kommunikation würde sich mit Modulen aus den bestehenden Studiengängen Bibliotheks- und Medienmanagement sowie Informationswirtschaft beteiligen, kann aber keine zusätzlichen Angebote für diesen Studiengang bereitstellen.

Zur Zeit lässt die Universität Bozen eine Marktanalyse durchführen, um den langfristigen Bedarf und die Akzeptanz bei potentiellen Studierenden und Arbeitgebern zu erheben. Die Ergebnisse liegen im Juni dieses Jahres vor. Bis zum Jahresende sind folgende Punkte zu klären: Studienkonzept, Input beider Hochschulen, Sprachenmodell, rechtliche Fragen der Kooperation und Entscheidung über die Realisierung des Studiengangs. 2003 erfolgt ggfs. die Feinplanung des Curriculums, das Genehmigungsverfahren sowie die Werbung für den neuen Studiengang. Geplanter Starttermin ist das WS 2003/04.

3.2 Verbesserung der Infrastruktur

3.2.1 Technische Infrastruktur

IT-Service und AV-Medienzentrum

Die Nutzung von Informationstechnik im Fachbereich, die früher mit der einer geisteswissenschaftlichen Fakultät vergleichbar war, weist heute das in informationstechnischen Studiengängen (z.B. Wirtschaftsinformatik) übliche Maß auf. Durch verschiedene Sondermittel und einmalige Kraftakte gelang es in den letzten fünf Jahren, an den typischen Ausstattungsstand eines informationstechnisch-orientierten Fachbereichs weitgehend aufzuschließen.

Folgende Maßnahmen sind vordringlich anzugehen:

- Ausbau der Internet/Intranet-Anbindung

Neue fachbereichsübergreifende Lehr- und Forschungsgebiete, insbesondere Campus-TV/Webcasting und E-Learning, erfordern einen massiven Ausbau der Internet/Intranet-Anbindung des Fachbereichsgebäudes (auf ca. 1 Gbit/s). Die bisher verwendete schmalbandige Funkstrecke zur Universität Stuttgart wird durch die Bautätigkeit auf dem Stuttgart-21-Gelände in wenigen Monaten ohnehin unbenutzbar.

- Online- und CD-ROM-Retrievaldatenbanken

Ein für die Studiengänge des Fachbereichs typischer Kompetenzbereich mit Servicecharakter für die übrigen Studiengänge betrifft Online- und CD-ROM-Retrievaldatenbanken. Für diesen Bereich muss ein eigener Etat eingerichtet werden.

Da die bisherigen Sondermittel einmalige Hilfen waren, sind in Zukunft höhere reguläre Mittelzuweisungen für den IT-Service sowie auch eine personelle Verstärkung erforderlich, um das vorhandene Equipment zu pflegen und um erforderliche Ersatzbeschaffungen vornehmen zu können. Dies gilt auch für das AV-Medienzentrum. Der Umfang der technischen Ausstattung der Hörsäle mit Präsentationstechnologie, der technischen Geräte im Labor- und Projektbereich hat sich innerhalb weniger Jahre vervielfacht. Der erforderliche Betreuungsaufwand beim Einsatz von Technik in Lehrveranstaltungen, bei der Vorbereitung von Lehrveranstaltungen sowie bei studentischer Projektarbeit ist dementsprechend stark gestiegen, ohne dass dem AV-Medienzentrum in den vergangenen Jahren dafür mehr Personalkapazität zur Verfügung gestellt worden wäre. So bestehen bereits gegenwärtig Engpässe, die - absehbar - in den kommenden Semestern mit der Ausweitung der neuen Studiengänge zunehmen werden.

- Usability Labor

Zur seminarbegleitenden Evaluation von Informationsprodukten wie beispielsweise Web-Sites, Printmedien oder Lehrmaterialien wird im Studiengang *Informationsdesign*

ein Usability Labor benötigt. Hiervon werden auch die übrigen Studiengänge profitieren, die sich mit der Vermittlung und Organisation von Informationen beschäftigen.

Der Aufbau eines Usability Labs ist für 2002 geplant. Zur Beschaffung der notwendigen Hardware wurde im Dezember 2001 ein Antrag im Rahmen eines landesweiten Förderprogramms zum Ausbau der HW an Fachhochschulen gestellt.

3.2.2 Personelle Infrastruktur

Professuren

Für die Personalplanung ist der anstehende Generationswechsel in den *Bibliotheks- und Medienmanagement*-Studiengängen bedeutsam. Im Planungszeitraum bis 2005 werden hier sieben Stellen alterbedingt frei. Bei den Neuberufungen ist zu berücksichtigen, dass die Veränderungen im Bibliotheks- und Informationswesen neue Kompetenzen erfordern, die bisher nicht oder nicht im ausreichenden Umfang vorhanden sind. Vordringlich ist der Aufbau einer Informatik-Kapazität in den *Bibliotheks- und Medienmanagement* - Studiengängen, damit der anwendungsorientierte Wahlpflichtbereich Informationstechnologien abgedeckt werden kann.

Mittelbau

Die völlig unzureichende Ausstattung im Mittelbau muss dringend verbessert werden. Die personelle Ausstattung entspricht der geisteswissenschaftlichen Orientierung der früheren HBI zu Beginn der 90er Jahre. Die gegenwärtige technische Ausstattung des Fachbereichs entspricht dagegen dem Standard informationstechnischer Studiengänge. Dies führt dazu, dass z.Zt. drei Personen die Administration und das Management von ca. 200 PCs, 20 Servern, 80 Software-Produkten und des lokalen Netzwerkes leisten müssen. Daraus wird die dringend notwendige personelle Verstärkung ersichtlich. Der Fachbereich kann dieses Problem nicht aus eigener Kraft lösen, sondern benötigt die Unterstützung der gesamten Hochschule.

3.3 Dienstleistungen für Externe

Für eine effektive Organisation der Projekte mit externen Partnern und für Aktivitäten im Bereich der beruflichen Weiterbildung ist die Etablierung eines hochschuleigenen Instituts sinnvoll, das in der Rechtsform einer GmbH geführt wird. Die Aufgabenbereiche des zu gründenden Instituts liegen im Bereich der Weiterbildung und in der Organisation und Kooperation der unterschiedlichen Projekte und Aufträge, die mit externen Partnern realisiert werden bzw. von diesen in Auftrag gegeben werden. Die Angebotspalette des Instituts richtet sich vornehmlich an kleine und mittlere Unternehmen, die aufgrund ihrer Größe und Unternehmensstruktur Forschungs- und Entwicklungstätigkeit im Informations- und Medienbereich nicht eigenständig bzw. allein realisieren können.

Der Fachbereich regt daher die Gründung einer zentralen Dienstleistungs-GmbH der HdM an, die folgende Geschäftsfelder betreibt:

1. Angebote zur Weiterbildung
2. Dienstleistungsangebote für Unternehmen und für öffentliche Einrichtungen
3. Koordination und Abrechnung von Hochschulprojekten mit Externen

Weiterbildung

Alternativ könnten Angebote zur Weiterbildung durch eine eigenständige HdM-Akademie vermarktet werden. Doch spricht vieles dafür, alle Aktivitäten in einer einzigen Einrichtung zu bündeln, um die GmbH (oder ein Institut in einer anderen Rechtsform) schlagkräftiger zu machen. Außerdem lassen sich so Infrastruktur und Geschäftsführung besser auslasten.

Der Markt für Fort- und Weiterbildung wird weiter wachsen, doch erscheint es dem Fachbereich wichtig, dass sich die neue Hochschule dort schnell positioniert. Insbesondere könnte sie sich mit dem in der Hochschule vorhandenen Know-how eine führende Position im Bereich E-Learning aufbauen. Die Sparte ist auch deshalb interessant, weil es Wechselwirkungen zwischen Lehre und Fortbildung gibt. So könnten beispielsweise geeignete Module aus der Lehre für die Weiterbildung angeboten werden.

Dienstleistungsangebote

Die neue Hochschule verfügt im Bereich Medien und Informationen über ein breites Know-how und über Spezialistenwissen. Sie kann deshalb ein breites Dienstleistungsspektrum für die Wirtschaft (primär kleine und mittlere Unternehmen) und für den öffentlichen Sektor anbieten:

- Research, z.B. Branchensituation, Förderprogramme
- Entwicklungsarbeiten, z.B. Konzeption und Aufbau von IuK-Systemen, Entwicklung von Marketingkonzepten für Kultureinrichtungen
- Gestaltung von Internetpräsenzen
- Consulting, z.B. Begutachtung von Informationsprodukten, Organisationsberatung, Beratung bei der Konzeption von virtuellen Unternehmensverbänden
- Konzeption und Realisierung von E-Commerce- und E-Business-Lösungen
- Training, z.B. im IT-Bereich, Personalführung

Das Geschäftsfeld Dienstleistungsangebote wird vermutlich am schnellsten expandieren, da die Leistungen relativ kostengünstig angeboten werden können. Für die Hochschule ist es nicht nur deshalb interessant, weil hier Gewinne erwirtschaftet werden können, sondern weil die Zusammenarbeit mit der Praxis auch positive Rückwirkungen auf die Lehre hat.

3.4 Steuerungsinstrumente für den Fachbereich

Für den Fachbereich Information und Kommunikation soll ein Qualitätsmanagement-System aufgebaut werden, das eine systematische Erfassung der Informationen gewährleistet und die Steuerung unterstützt. Geplant ist die Entwicklung von Balanced Score Cards zunächst für die einzelnen Studiengänge, später für die Fachbereich-Einrichtungen Studentensekretariat, Prüfungsamt, IT-Service und AV-Medienzentrum. Sie liefern die Grundlagen für die in einer zweiten Stufe vorgesehenen Zielvereinbarungen.

Dokumente der Studiengänge

A Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement (Diplom)

1. Formalia und Daten

Fachbereichszugehörigkeit	Information und Kommunikation				
Abschluss	Diplom	Bachelor	Master		
	X				
Verliehener Titel	Dipl. Bibl. (FH)				
Studienplätze pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
	155	135	100	75	
Neuimmatrikulationen pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
	117	118	105	74	
Bewerbungen*	1998	1999	2000	2001	2002
	214	221	392	267	
Studierende insgesamt	1998	1999	2000	2001	2002
	415	408	396	303	
Absolvent(inn)en*	1998	1999	2000	2001	2002
	92	95	90	101	
Professuren (davon besetzt)	1998	1999	2000	2001	2002
	21 (21)	20 (20)	18 (18)	14,5 (14,5)	14 (14)
Assistenzen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Technische Mitarbeiterstellen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Regelstudienzeit	3 Semester	5 Semester	7 Semester	8 Semester	
			x		
Mittlere Studienzeit	7 Semester				
Praktika/Praxissemester	2 Praktika / 1 Praxissemester				
Lage der Praktika/Praxissemester	Praktika im Grundstudium, Praxissemester im 5. Semester				
Dauer der Praktika/Praxissemester	Praktika 12 Wochen, Praxissemester 26 Wochen				
Studienvoraussetzungen/Vorstudium	Keine				
Zulassung	1x p.a. zum WS				
NC-Note	2,1 bis 2,9				
Wartezeit in Halbjahren	2 bis 13 Semester				

* Diese Angaben beziehen sich auf das Studienjahr der offiziellen Statistiken. So steht die Angabe 2000 z.B. für das WS 2000/01 und das SS 2001.

1) Dem Fachbereich zugeordnet.

2. Ausgangslage

Bibliotheken und Informationseinrichtungen sind ein unverzichtbarer Bestandteil der modernen Informations- und Wissensgesellschaft.

Zur Zeit vollzieht sich ein Paradigmenwechsel in Bezug auf ihre Kernaufgaben: Einerseits sind sie Orte der Information und des Wissens, der Literatur und der Kultur, des lebenslangen Lernens, der Begegnung und Kommunikation, der sozialen Integration und kulturellen Identifikation. Andererseits agieren sie global und entwickeln digitale Bibliotheken; sie organisieren den Zugang zu internationalen Informationsnetzen, sichern Transparenz, Qualität und Relevanz elektronischer Informationen. Sie vermitteln Kompetenz im Umgang mit Medien und Informationstechniken.

Im Wissenschaftsbetrieb stellt das Netzwerk der zentralen Fach- und Sondersammelgebietsbibliotheken sowie der Universitäts- und Hochschulbibliotheken die notwendige Informationsinfrastruktur für Forschung und Lehre dar. Im privatwirtschaftlichen Bereich liefern die Firmenbibliotheken die für erfolgreiche Forschung und Entwicklung, aber auch für Absatz und Marketing notwendigen Informationsdienstleistungen. Parlamente, Behörden, Gerichte und Kanzleien, aber auch Gewerkschaften, Kirchen und Verbände sind auf die Zuarbeit ihrer Spezialbibliotheken angewiesen.

Öffentliche Bibliotheken sind benutzerorientierte Dienstleistungsbetriebe, die allen Bevölkerungsgruppen den freien Zugang zu lokal und global verfügbaren Informationen garantieren. Sie sind wichtige Kooperationspartner für Leseförderung und Medienpädagogik, sie sind Kulturzentren in ihrer Gemeinde und Agenturen für Bürgerinformationen.

Dabei spielen die neuen Informationsmedien sowie die Anwendung neuer Management- und Marketingmethoden eine immer größere Rolle.

Im Diplomstudiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* wurden im Jahre 2000 die seit 1984 getrennt geführten Studiengänge für das Öffentliche und das Wissenschaftliche Bibliothekswesen integriert. Der starke Anstieg der Bewerberzahlen zeigt, dass die inhaltlichen und strukturellen Veränderungen der letzten Studienreform den Anforderungen des Marktes Rechnung tragen. Die seit Jahren hohe Akzeptanz der Absolventen des Studiengangs weit über den süddeutschen Raum hinaus - so auch im deutschsprachigen Ausland - belegt die praxisorientierte Studienkonzeption.

3. Studieninhalte und Charakteristika

Das Studium vermittelt Kompetenzen insbesondere für folgende Tätigkeiten: Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen (inklusive Personalmanagement, Finanzplanung, Controlling, Marketing, Organisation); Entwicklung von Bibliothekskonzepten und Bibliotheksprofilen; Entwicklung, Produktion und Marketing von Informationsdienstleistungen

gen; Auswahl und Beschaffung von konventionellen und elektronischen Medien; Aufbau, Erschließung und Präsentation von Medien- und Informationsbeständen; Vermittlung von Informationen und Medien; Zielgruppenorientierte Bibliotheksarbeit; Informationsberatung; Vermittlung von Informations- und Medienkompetenz; Vermittlung kultureller Kompetenz, Organisation und Vernetzung von Kulturereignissen; Öffentlichkeitsarbeit und Werbung.

Eine zentrale Rolle spielt dabei der Erwerb von aktuellen informationstechnologischen Kompetenzen für den Umgang mit Bibliotheksmanagementsystemen, die Entwicklung und Pflege digitaler Bibliotheken, der Aufbau von Datenbanken, die elektronische Informationsrecherche in CD-ROM- und Online-Datenbanken sowie im Internet, die Aufbereitung von Rechercheergebnissen v.a. fachorientierter Informationsrecherchen, die Nutzung und Vermittlung von elektronischen Lernprogrammen, die Entwicklung und Gestaltung von Internet- und Intranet-Angeboten wie z.B. die Konzeption und Realisierung von Fachportalen und virtuellen Fachbibliotheken. Entsprechend hoch ist der Anteil der in IT-Laboren stattfindenden Lehrveranstaltungen.

Um einerseits speziellen Anforderungen des Arbeitsmarktes und andererseits den individuellen Neigungen der Studierenden Rechnung zu tragen, sind im Hauptstudium etwa 45% der Lehrveranstaltungen als Wahlmodule ausgewiesen. Folgende Schwerpunktsetzungen sind möglich: Öffentliche Bibliotheken, Wissenschaftliche Bibliotheken, Medien, Kulturvermittlung, Management, Informationstechnologien.

Ein besonderes Gewicht legt der Diplomstudiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* auf die Praxisorientierung. Zahlreiche Lehrveranstaltungen werden als Projekte mit Kooperationspartnern außerhalb der Hochschule durchgeführt. Dabei spielt neben der Fachkompetenz der Erwerb von Schlüsselqualifikationen eine wesentliche Rolle.

Weiterhin wird Wert auf die Qualität der beiden 6-wöchigen Kurzpraktika im Grundstudium und des 6-monatigen Praxissemesters im 5. Semester gelegt. Für diese Praktika stehen insgesamt 370 Praktikumsstellen in kommunalen, staatlichen und privaten Betrieben zur Verfügung. Im Praxissemester hat die Projektarbeit, aus der sich häufig eine Aufgabenstellung für die Diplomarbeit ergibt, seit Jahren einen festen Platz. Etwa ein Drittel der Studierenden absolviert das Praxissemester ganz oder in Teilen im Ausland. Alle Praktika werden mit den Studierenden evaluiert. Der Kontakt zu den Praxisstellen wird u.a. durch regelmäßige Ausbildungsleiterkonferenzen und Fachstellentage intensiv gepflegt.

Auch bei den Diplomarbeiten haben Lösungen betrieblicher Problemstellungen Vorrang.

4. Ausbildungsziele

Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, alle auf die o.a. Lehrinhalte bezogenen Tätigkeiten selbständig oder im Team durchzuführen, entsprechende Aufgaben eigenverantwortlich zu organisieren, Dienstleistungen kundenorientiert zu entwickeln und sie nach

Maßgabe anerkannter Qualitätsstandards zu realisieren. Durch die konsequente Integration von Lehrinhalten, die auf die Entwicklung von Schlüsselqualifikationen hinzielen, sollen die Studierenden u.a. auch dazu befähigt werden, Kommunikations- und Informationsprozesse zu steuern, kompetent auf spezielle Nutzergruppen einzugehen, in regionalen, nationalen und internationalen Fachgremien mitzuarbeiten und Leitungsfunktionen in Bibliotheken und Informationseinrichtungen zu übernehmen.

5. Einsatzfelder der Absolventen

Der deutsche Arbeitsmarkt für die Absolventen gliedert sich im wesentlichen in folgende Bereiche:

- ca. 4000 Öffentliche Bibliotheken mit ca. 5600 Personalstellen für Diplombibliothekar/innen in Großstadtbibliotheken mit Zweigstellennetz, in Mittelstadtbibliotheken, Gemeindebibliotheken, Mediatheken, Kinder- und Jugendbibliotheken sowie Schulbibliotheken;
- ca. 3000 wissenschaftliche Bibliotheken mit ca. 10.000 Planstellen in der Nationalbibliothek, den drei Zentralen Fachbibliotheken, den Regionalbibliotheken (Staats- und Landesbibliotheken), den Universitäts-, Fakultäts- und Institutsbibliotheken, den Hochschulbibliotheken und Berufsakademien (z.B. für Technik, Pädagogik, Kunst, Film, Sozialwesen, Kirchen, Öffentliche Verwaltung), den Spezialbibliotheken oder Informationseinrichtungen bei Firmen, Banken, Versicherungen, Parlamenten, Behörden, Gerichten, Museen, Gewerkschaften, Berufsverbänden, Religionsgemeinschaften, Parteien, Organisationen, wissenschaftlichen Akademien, Fachgesellschaften und Forschungseinrichtungen etc.

Darüber hinaus finden die Absolventen Anstellung in Informationseinrichtungen des Mediensektors, seien sie in privater oder öffentlich-rechtlicher Trägerschaft. Hierzu zählen Medienarchive oder Information und Dokumentations-Abteilungen von Presseunternehmen, Verlagen, Buchhändlern, Rundfunkanstalten, Museen etc. Weitere Arbeitsfelder sind in Kulturabteilungen von Unternehmen, in Kulturämtern und weiteren Kultureinrichtungen zu finden.

Auch bei kommerziellen Anbietern von Bibliotheksmanagementsystemen finden Absolventen des Studiengangs in den Bereichen Softwareentwicklung, -installation, Produktpräsentation sowie Kundens Schulung und -betreuung seit Jahren zunehmend Anstellung.

6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt

Es ist davon auszugehen, dass das Netzwerk der Bibliotheken und Informationseinrichtungen in kommunaler und staatlicher Trägerschaft - trotz konjunkturbedingter Schwankungen - als Arbeitsmarkt nicht nur weiter besteht, sondern weiter ausgebaut wird.

Die Bibliotheken entwickeln sich zunehmend zu Dienstleistungsbetrieben mit neuen und zusätzlichen Aufgaben. Sie sind aufgefordert, neue Dienstleistungen auch für neue Zielgruppen zu entwickeln, sich an marktüblichen Qualitätsstandards zu orientieren und verstärkt selbst Einnahmen zu erwirtschaften. Kostendruck und der Wettbewerb mit kommerziellen Informationsdienstleistern zwingen die Bibliotheken zu neuen Kooperationsformen sowohl untereinander wie mit den privaten Anbietern. Kooperation und Arbeitsteilung sind auch die Schlagworte auf europäischer und internationaler Ebene; die Einführung internationaler bibliothekarischer Standards im deutschen Bibliothekswesen ist nur eine der anstehenden Herausforderungen. Globale und innerbetriebliche Vernetzung, der Einsatz neuer Informationstechnologien, die Entwicklungen des elektronischen Publizierens, aber auch neue Managementmethoden führen zu erheblichen Strukturveränderungen in den Bibliotheksbetrieben. Diese - hier nur angedeuteten - Entwicklungen bei den öffentlichen und wissenschaftlichen Bibliotheken stellen erhöhte Anforderungen an die Ausbildung und die fachliche Qualifikation der Absolventen.

Im privatwirtschaftlichen Sektor, insbesondere bei den Firmenbibliotheken, sind diese Strukturveränderungen z.T. noch gravierender. Der Rückbau physischer Informationsbestände zugunsten virtueller Fachbibliotheken erfordert von den Absolventen besonders breite und solide informationstechnische Kompetenzen, aktuelle Kenntnisse des elektronischen Fachinformationsmarktes, sehr gute Sprachkenntnisse (insbesondere Englisch) sowie weit entwickelte Soft Skills.

Bei einzelnen Sparten der Spezialbibliotheken ist eine Professionalisierung der bibliothekarischen Tätigkeitsfelder zu beobachten. So werden z.B. in größeren Anwaltskanzleien und Unternehmensberatung zunehmend Diplombibliothekar/innen für die Recherche, die Informationsbeschaffung und Informationsorganisation eingestellt.

7. Europäische Mitbewerber

Obwohl die Ausbildungsprofile zum Teil nicht unerheblich voneinander abweichen, gibt es in Deutschland vor allem folgende Mitbewerber:

- FH Hamburg, Fachbereich Bibliothek und Information, Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement
- FH Hannover, Fachbereich Informations- und Kommunikationswesen, Studiengang Bibliothekswesen
- FH Köln, Fachbereich Bibliotheks- und Informationswesen, Studiengang Bibliothekswesen
- HTWK Leipzig, Fachbereich Buch und Museum, Studiengang Bibliotheks- und Informationswissenschaft

Nur wenige Mitgliedsländer der Europäischen Union verfügen über ein dem Studiengang vergleichbares Ausbildungsangebot; hierzu zählen beispielsweise Dänemark, Frankreich, Großbritannien, die Niederlande und Schweden.

Besondere Beziehungen bestehen seit Jahren mit den Hochschulen in Boros (Schweden), Grenoble, Lyon, Villeurbanne (Frankreich), Szombathely (Ungarn).

8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung

Mit der im Jahre 2000 realisierten Studienreform wurde das Curriculum modularisiert und für die Studien- und Prüfungsleistungen das ECTS eingeführt. Durch die Struktur und das Bewertungssystem soll u.a. den Studierenden ein Auslandssemester, aber auch ausländischen Bewerbern ein Studium an unserer Hochschule zumindest erleichtert werden.

Seit Jahren beteiligen sich Studierende und Lehrkräfte des Studiengangs an der Vorbereitung und Durchführung der internationalen BOBCATSSS-Symposien. Der 10. Jubiläumskongress wurde 2002 in Portoroz, Slowenien, von Studierenden des Studiengangs und der Universität von Ljubljana als Studienprojekt organisiert.

Enge Kooperationen bestehen mit den informatorischen Fachverbänden bzw. deren Fachkommissionen; hierzu zählen z.B. der Berufsverband Information und Bibliothek (BIB), die Arbeitsgemeinschaft für Spezialbibliotheken (AspB), die International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), die International Federation for Information and Documentation (FID), das European Bureau of Library, Information and Documentation Associations (EBLIDA), die Lique des Bibliothèques Européennes de Recherche sowie zahlreiche Fachverbände des Auslands.

Im kulturellen Bereich kooperiert der Studiengang bereits seit Jahren auf nationaler und internationaler Ebene mit dem Goethe-Institut.

9. Personelle und materielle Ressourcen

Die auf den ersten Blick gute Ausstattung des Studiengangs mit insgesamt 14 Professorenstellen ist insofern zu relativieren, als von den Neuberufungen der letzten zwölf Jahre innerhalb des Fachbereichs Information und Kommunikation lediglich eine Professorenstelle dem Diplomstudiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* zugute kam.

Ständige Fort- und Weiterbildung der Lehrenden spielen daher zur Aufrechterhaltung der Qualität der Studienangebote eine wichtige Rolle.

Der Studiengang verfügt über keine eigenen Assistentenstellen oder sonstiges zusätzliches Personal. Hier werden die (geringen) Personalkapazitäten des Fachbereichs gemeinsam mit den anderen Studiengängen genutzt.

Ebenso verhält es sich mit der technischen Ausstattung. Die IT-Labore und AV-Einrichtungen sind nicht einem einzelnen Studiengang, sondern dem Fachbereich zugeordnet. Die Raumverteilung erfolgt dabei über das Stundenplanamt. Die Gerätenutzung wird über den IT-Service und das AV-Medienzentrum organisiert.

10. Forschung & Entwicklung

Zu den aktuellen Projekten des Studiengangs zählen der Musikatlas Stuttgart (Virtueller Führer durch die Stuttgarter Musikszene), die Entwicklung von Bibliotheken für Roma in Ungarn und Kroatien und das LEONARDO-Projekt BIBLEX (Entwicklung von Integrationsmöglichkeiten in öffentlichen Bibliotheken für benachteiligte Gruppen).

Unterstützt durch das Programm "Lernanreizsysteme für die Lehre (LARS)" der Landesregierung wurden ebenfalls bereits mehrere Projekte durchgeführt.

Im Rahmen von Wahlmodulen wurden bisher schon eine Vielzahl von Projekten (z.B. Nutzwertanalysen zur Auswahl von Bibliotheksmanagementsystemen, Website-Konzeptionen für Bibliotheken, Böblinger Zeitzeugenprojekt) realisiert. Aufgrund der positiven Erfahrungen sind daher in sämtlichen Wahlpflichtbereichen Projekte von Studierenden in Kooperation mit der Praxis vorgesehen.

11. Publikationen

Die Lehrkräfte des Studiengangs sind in der Fachpresse, auf nationalen und internationalen Tagungen und Kongressen präsent, tragen vor, informieren und werben seit Jahren auf Messeständen und in Vorträgen für den Studiengang, pflegen bei diesen Anlässen intensiv den Kontakt mit der Berufswelt und vermitteln auch auf diese Weise für zahlreiche Absolventen den Einstieg in den Beruf. An folgenden Veranstaltungen sind Mitglieder des Studiengangs regelmäßig beteiligt: Frankfurter Buchmesse, Bibliothekskongress, Deutscher Bibliothekartag, Studieninformationstage für Schüler, IFLA-Jahrestagung, Jahrestagung der AG der Kunst- und Museumsbibliotheken.

Absolventen des Diplomstudiengangs *Bibliotheks- und Medienmanagement* (bzw. der Vorgängerstudiengänge) haben in den letzten Jahren wiederholt den Hermann-Waßner-Preis der Hochschule (2001 und 2002), den B.I.T.online-Innovationspreis für herausragende, in der Praxis unmittelbar umzusetzende Studienleistungen (1999 und 2002) sowie den ABI Technik-Preis (2000) erhalten.

12. Integrationsangebote

Innerhalb des Fachbereichs Information und Kommunikation findet bereits heute eine weitgehende Kooperation des Diplomstudiengangs *Bibliotheks- und Medienmanagement* insbesondere mit dem gleichnamigen Bachelorstudiengang, aber auch mit den Studien-

gängen *Informationswirtschaft* und *Informationsdesign* statt. So erfolgt das Grundstudium des Diplom- und des Bachelorstudiengangs *Bibliotheks- und Medienmanagement* weitgehend gemeinsam. Ebenso werden die Wahlmodule im Hauptstudium für die Studierenden dieser beiden Studiengänge gemeinsam angeboten. Aus den Studiengängen *Informationswirtschaft* und *Informationsdesign* werden insbesondere informationstechnische Lehrangebote genutzt. Wünschenswert wäre für die Zukunft darüber hinaus die Nutzung von Angeboten in den Bereichen "Knowledge Management", "Fachinformation Wirtschaft" und "E-Learning".

Viele Lehrende des Diplomstudiengangs sind auch am Masterstudiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* beteiligt. Hierdurch können die Beteiligten ihre jeweiligen Kompetenzen einbringen und inhaltlich vertiefen. Dies wirkt sich auch auf den Diplomstudiengang positiv aus.

Die IT- und AV-Labore und technischen Einrichtungen werden im Fachbereich Information und Kommunikation von allen Studiengängen gemeinsam genutzt. Dieses Verfahren hat sich bewährt und sollte beibehalten werden.

Zur Förderung der Integration ist bei den Wahlmodulen eine Teilnahme von Studierenden anderer Studiengänge jederzeit möglich und auch erwünscht (entsprechende freie Kapazitäten vorausgesetzt).

Gemeinsam mit dem Studiengang *Mediapublishing und Verlagswirtschaft* sollte geprüft werden, inwieweit künftig eine Kooperation mit diesem Studiengang z.B. im Bereich von Wahlmodulen zu einer inhaltlichen Erweiterung des Angebots und zu Synergieeffekten bei beiden Studiengängen beitragen kann.

13. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende

Seit Jahren wird gemeinsam mit dem Arbeitskreis für Information (AKI) Stuttgart regelmäßig eine Vielzahl von Fortbildungsveranstaltungen für die Zielgruppe "Angehörige sämtlicher Informationsberufe" durchgeführt.

Darüber hinaus finden zahlreiche Fortbildungsveranstaltungen für Mitglieder der Berufsverbände (insbesondere BIB) statt. Beipielhafte Nennung von Themen: Steuerungsmodell, Bibliotheksmarketing, Controlling, Bibliotheksmanagementsysteme, Informationsdienstleistungen, Internet in Bibliotheken, Kindermedien, Bibliotheksbau und -politik.

Im Bereich wissenschaftlicher Bibliotheken ist insbesondere die Fortbildungstagung in Oberwolfach zu erwähnen.

Speziell auf Führungskräfte ist das Fortbildungsangebot der HdM-Akademie ausgerichtet, bei dem sich Lehrende des Studiengangs ebenfalls beteiligen.

14. **Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung**

Da der Studiengang bei der Studienreform 2000 vollständig neu konzipiert wurde (insbesondere Integration der zuvor getrennten Studiengänge "Öffentliche Bibliotheken" und "Wissenschaftliche Bibliotheken"), hat die Konsolidierung und Optimierung des Curriculums derzeit höchste Priorität.

Die Projektarbeit in Kooperation mit der beruflichen Praxis hat sich bewährt und soll intensiviert werden.

Eine große Anzahl der hauptamtlichen, überwiegend in diesem Studiengang unterrichtenden Lehrkräfte scheidet altersbedingt in den nächsten fünf bis sechs Jahren aus. Um das Profil und die Qualität dieses Studiengangs, der nachweislich auf einen großen Arbeitsmarkt hinzielt (s.o.), zu sichern und um einen reibungslosen Generationswechsel einzuleiten, sind baldige Neuberufungen von Lehrkräften mit Kompetenzen im informationstechnischen, betriebswirtschaftlichen und bibliothekarisch-fachlichen Bereich dringend erforderlich. Dies gilt insbesondere auch, um hinsichtlich der oben geschilderten fundamentalen Strukturveränderungen im Bibliotheks- und Informationswesen mit den neuen Entwicklungen Schritt halten zu können.

Der hohe Anteil der informationstechnologischen Ausbildungsinhalte erfordert den kontinuierlichen Ausbau und die regelmäßige Anpassung der IT- und AV-Laboreinrichtungen an den Stand der Hard- und Softwareentwicklung.

Die personelle Betreuung hierfür muss auf personeller Ebene durch einen Ausbau des Mittelbaus gesichert werden.

Die fachorientierte Informationsrecherche als eine der Kernkompetenzen des Berufsstandes erfordert die Sicherstellung von bereits bestehenden und den Abschluss neuer (Pauschal-) Ausbildungsverträge mit den einschlägigen Datenbank Anbietern (Hosts wie z.B. STN International, Dialog, Lexis-Nexis, Juris, GBI, Genios) sowie die Finanzierung solcher CD-ROM-Datenbanken, die nicht in anderen Angebotsformen auf dem Markt sind.

Darüber hinaus hat der Studiengang einen erheblichen Bedarf an aktueller Studien- und Forschungsliteratur. Die Bibliotheksbestände müssen dringend ausgebaut und aktualisiert werden. Hierbei ist auch die Anschaffung von bisher nur in geringem Umfang vorhandenen Mehrfachexemplaren von aktueller Studienliteratur im Sinne einer Lehrbuchsammlung zu berücksichtigen.

B Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement (Bachelor)

1. Formalia und Daten

Fachbereichszugehörigkeit	Information und Kommunikation				
Abschluss	Diplom	Bachelor	Master		
		x			
Verliehener Titel	Bachelor of Information and Communication				
Studienplätze pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
			1)	25	
Neuimmatrikulationen pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
			1)	24	
Bewerbungen*	1998	1999	2000	2001	2002
			1)	196	25
Studierende insgesamt	1998	1999	2000	2001	2002
			1)	54	-
Absolvent(inn)en*	1998	1999	2000	2001	2002
				-	-
Professuren (davon besetzt)	1998	1999	2000	2001	2002
				3	
Assistenzen (davon besetzt) 2)	1998	1999	2000	2001	2002
Techn. Mitarbeiterstellen # (davon besetzt) 2)	1998	1999	2000	2001	2002
Regelstudienzeit	3 Semester	5 Semester	7 Semester	8 Semester	
			x		
Mittlere Studienzeit	kein Erfahrungswert vorhanden				
Praktika/Praxissemester	1 Praxissemester, Kurzpraktika				
Lage der Praktika/Praxissemester	Praxissemester im 5. Semester, Praktika im Grundstudium				
Dauer der Praktika/Praxissemester	Praktika 12 Wochen, Praxissemester 26 Wochen				
Studienvoraussetzungen/Vorstudium	Keine				
Zulassung	1x p.a. zum WS				
NC-Note	1,8				
Wartezeit in Halbjahren	16 Semester				

* Diese Angaben beziehen sich auf das Studienjahr der offiziellen Statistiken. So steht die Angabe 2000 für das WS 2000/01 und das SS 2001.

1) Gemeinsam mit dem Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement (Diplom)

2) Dem Fachbereich zugeordnet.

2. Ausgangslage

Medien als Träger von Informationen und Wirtschaftsgut sind eine wesentliche Basis der globalisierten Informationsgesellschaft. Innerhalb von wenigen Jahren haben sich die in den Industriegesellschaften anfallenden Informations- und Datenmengen in unvorstellbarer Weise vermehrt. Daher werden die Produktion, die Verwertung, der Gebrauch von Medien und der Bedarf an spezifischen Informationen über Medien quantitativ und qualitativ erheblich zunehmen.

Die Ausbildung im Studienschwerpunkt Medien- und Kommunikationsmanagement zielt vor allem auf „Kompetenz für Konvergenz“ und „competence for contents“.

Bislang getrennte Mediensparten wachsen immer enger zusammen, mit multimedialen Entertainment- oder Dokumentationsprogrammen; mit hypermedialen Vernetzungen eröffnen sich neue Möglichkeiten der Informationsvermittlung. Technologische Kompetenzen, medienübergreifende Kenntnisse von Suchstrategien und Suchmaschinen für das WWW oder Fähigkeiten zum Umgang mit Designtools sind dafür unerlässlich, reichen aber allein nicht aus, um die informatorischen und kulturellen Dimensionen der Medien rezeptiv oder produktiv nutzen zu können. Ebenso bedeutsam wie die Kompetenz für Konvergenz sind inhaltliche Kompetenzen.

3. Studieninhalte und Charakteristika

Nach einem weitgehend gemeinsamen Grundstudium von zwei Semestern mit der Studienrichtung Bibliotheks- und Informationseinrichtungen vermittelt das Studium der Richtung Medien- und Kommunikationsmanagement Kompetenzen insbesondere für folgende Tätigkeiten:

- Recherche und Beschaffung von Medien,
- Dokumentation und Erschließung von Medien,
- qualitative Beurteilung und Vermittlung, das heißt Content Management von Medien
- Bearbeitung, Produktion und Vernetzung von Medien.

Neben medienhistorischen, -technischen, -ästhetischen und -pädagogischen Kenntnissen und der Beherrschung des Fachvokabulars gehören dazu auch medienwirtschaftliche und -rechtliche Kompetenzen. Besonderes Gewicht liegt dabei auf den marktrelevanten und popularkulturellen Medienbereichen.

Eine weitere Spezialisierung ist durch Wahlmodule im Hauptstudium möglich.

4. Ausbildungsziele

Fachlich-inhaltliche Ziele:

- qualitativ-inhaltliche Kenntnisse („competence for contents“)
- gute Kenntnisse über die kulturelle und technische Geschichte der Medien
- Überblick über den aktuellen Medienmarkt und seine Tendenzen
- medienrechtliche Kenntnisse
- gute Kenntnisse über neueste Informations- und Recherchetechniken
- Grundkenntnisse in der Medienproduktion und –bearbeitung
- Beherrschung des spezifischen Fachvokabulars

Methodische Ziele:

- Fähigkeit zu medienübergreifendem Handeln („Kompetenz für Konvergenz“)
- professionelle Handhabung von Mediographien, Medienarchiven und Mediendatenbanken
- professionelle Strukturierung von Sachverhalten, Problemen
- professionelle Präsentation von Aufgabenstellungen und Lösungsstrategien
- Projektmanagement
- wirtschaftliche Kalkulation von Aufgaben
- Umsetzung von Kundenbedürfnissen in Lösungsstrategien

Soziale Ziele:

- Teamfähigkeit
- Kontaktfähigkeit
- Kompromissfähigkeit
- Verhandlungsgeschick

5. Einsatzfelder der Absolventen

Die Absolventen haben Einstellungsmöglichkeiten in privatwirtschaftlichen und öffentlich-rechtlichen Einrichtungen des Mediensektors:

- Medienabteilungen von Bibliotheken und Betrieben
- Mediotheken und Videotheken
- Medienarchive und -museen

- Medienzentralen
- Film- und Bildstellen
- Kinderkultur- und Kindermedieneinrichtungen
- medienpädagogische Einrichtungen
- Medienredaktionen
- Rundfunk und Presse
- Medien- und Merchandisingagenturen
- Verlage und Medienproduzenten
- Medienvertrieb, Mediengroß- und -einzelhandel
- Werbewirtschaft und PR-Einrichtungen
- innerbetriebliches Medien- und Kommunikationsmanagement

6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt

Den entscheidende Prüfstein für die Marktgerechtigkeit des Studiengangs wird erst in zwei Jahren die Aufnahme des ersten Absolventenjahrgangs auf dem Arbeitsmarkt bilden. Als positives Indiz kann jedoch schon heute die hohe Akzeptanz gelten, die den Studierenden bei der Suche nach Praktikumsstellen und in den Praktika selbst entgegengebracht wird. Als extremer Wachstumsmarkt wird die Medienbranche in Zukunft auch einen wachsenden Arbeitsmarkt darstellen. Die derzeit noch geringe berufs- und ausbildungsbezogene Professionalisierung wird sich rasch verstärken und aller Voraussicht gleichzeitig mit einer stärkeren Differenzierung verknüpft sein. Gerade die von uns betonten Kompetenzbereiche der Recherche, der Dokumentation und des Content Managements dürften sich, eben weil sie in den bisher propagierten Konzepten von Medienmanagement gemeinhin entweder übersehen oder vernachlässigt werden, in der wachsenden Konkurrenz der Medienausbildungen und Medienberufe gut positionieren.

7. Europäische Mitbewerber

Derzeit ist (noch) kein anderer Studiengang bekannt, der ein ähnlich breites Medienspektrum umfassen würde und sich gleichzeitig in vergleichbarer Weise auf die inhaltlichen, insbesondere populären Aspekte der Medien bezieht. Soweit Studiengänge mit der Bezeichnung „Medienmanagement“ bisher anderswo eingerichtet wurden, handelt es sich um Ausbildungsgänge, die allgemein das Management von Medienbetrieben vermitteln – meist unter ausdrücklicher Ausklammerung eben jener Recherche-, Dokumentations- und Inhaltsaspekte, die die Schwerpunkte unseres Konzepts bilden. Als benachbart können am ehesten Studiengänge der Presse- und Mediendokumentation gelten, letztere allerdings

nur, soweit sie mehrere Medienbereiche umfassen. Es ist zu erwarten, dass in absehbarer Zeit vergleichbare Ausbildungskonzepte auch anderswo realisiert werden. In der gegenwärtigen Pioniersituation ist deren Entstehung weniger unter dem Aspekt der Konkurrenz zu sehen als vielmehr unter dem möglicher Kooperationen zu wünschen.

8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung

Der Internationalität und zunehmenden Globalität der Medien- und Informationsbranche entsprechend sind länder- und sprachübergreifende Kooperationen für die weitere Optimierung der Ausbildungsqualität dringend erforderlich. Bis zur Etablierung vergleichbarer Studiengänge in anderen Ländern stellt die Möglichkeit, Praktika im Ausland zu absolvieren, die von den Studierenden mit erfreulicher Häufigkeit genutzt wird, eine vorläufige Kompensation für derartige Studienangebote dar. Der Ausbau der internationalen Kontakte soll vor allem in drei Richtungen erfolgen:

- im EU-Raum (wegen der hier notwendigen und sich bereits abzeichnenden Kooperationen);
- zu den USA (wegen deren nach wie vor führenden Rolle im Bereich der Medienindustrie und der Mediendokumentation);
- zu den Ländern des ehemaligen sozialistischen Lagers in Europa (wegen deren starkem Nachholbedarf und der bereits bestehenden guten Kontakte)

Um die erwünschte internationale Kooperation voranzutreiben, muss die Präsenz von Vertretern des Studienganges in entsprechenden nationalen und internationalen Berufsorganisationen verbessert und die Informierung der branchenspezifischen Öffentlichkeit durch geeignete Publikationen verstärkt werden.

9. Personelle und materielle Ressourcen

Die Einrichtung des Studienganges konnte nur unter der strikten Auflage vorgenommen werden, dabei mit den bisherigen personellen und technischen Kapazitäten des Fachbereiches auszukommen. Dies ist durch entsprechende Umstrukturierungen, eine bessere Nutzung der vorhandenen Ressourcen und neue Kooperationen auch gelungen. Eine Entwicklungs- und Zukunftsperspektive bietet diese aufs höchste angespannte Situation jedoch nicht. Angesichts der Notwendigkeit, die Ausbildung im Bereich praktischer Medienproduktion verstärken und zu verbessern, fällt die schon bisher bestehende personelle Unterversorgung im Mittelbau nunmehr besonders gravierend ins Gewicht und droht die angestrebte Qualität der Ausbildung in nicht mehr tragbarer Weise zu beeinträchtigen.

In der Lehre muss das Angebot vor allem im Bereich der Film-, und Bilddokumentation verbessert werden. Die technische Ausstattung weist Defizite in folgenden Bereichen auf: Lehr- und Lernbibliothek, Digitale Bibliothek, Labore für Medienproduktion und –

restauration, Digitale Medienwerkstatt, Internet- und Datenbank-Labor, Film- und Video-projektionsraum, Usability-Labor, Konvertierung papiergebundener in digitale Information (z.B. Scanner), Multimedia-Labor.

Dringend erforderlich sind Übungs- und Zugangsmöglichkeiten für eine Reihe professioneller Datenbanken – vor allem im Bereich von Bild, Foto, Film- und Presse.

10. Forschung & Entwicklung

Neben den am Ifak laufenden Projekten ist als umfangreichstes Projekt im Rahmen des Studiengangs die Konzeption und Implementierung eines Archivs für die Internationalen Hofer Filmtage hervorzuheben. Das Projekt wird seit dem Sommersemester 2001 in Seminarform durchgeführt und voraussichtlich noch drei bis vier weitere Semester in Anspruch nehmen, da das innovative Konzept alle Aspekte eines zeitgemäßen Archivs umfasst. Weitere Projekte sind bereits oder in Planung. Die Nachfrage nach neuen und zugleich professionellen Lösungen ist vor allem im Dokumentationsbereich der Medienbranche so groß, dass bei weitem nicht alle an uns gerichteten Angebote wahrgenommen werden können.

11. Publikationen

Verständlicherweise haben die Veränderungen der Hochschule im allgemeinen und der Aufbau des neuen Studiengangs im besonderen in den letzten zwei Jahren die personellen Kapazitäten über Gebühr in Anspruch genommen und eine Publikationstätigkeit in wünschenswertem Umfang nicht zugelassen. Diese Situation wird voraussichtlich noch ein bis zwei Jahre anhalten. Im Sinne einer Konzentration der Kräfte auf das Dringlichste hat derzeit vor allem die Präsenz des Studienganges im Internet höchste Priorität. Erfreulicherweise gibt es auch eine Reihe einschlägiger Diplomarbeiten neuesten Datums, deren Präsenz auf der Website des Studiengangs die Richtung und Qualität der Ausbildung positiv veranschaulichen können.

Ein zweiter Schwerpunkt liegt auf der Informierung der Berufs- und Branchenöffentlichkeit und des Bewerbermarkts. In beiden Sektoren haben bereits mehrere Auftritte stattgefunden.

Im übrigen kann hier auf die rege Publikationstätigkeit des Ifak verwiesen werden, dessen Mitglieder weitgehend mit denen des Studiengangs identisch sind.

12. Integrationsangebote

Hausinterne Integrationsmöglichkeiten ergeben sich vor allem im Bereich gemeinsamer Lehrveranstaltung und Projekte, aber auch in der gegenseitigen Abstimmung und gemeinsamen Nutzung von Lehrveranstaltungen. Solche Kooperationen bestehen bereits innerhalb des Fachbereichs Information und Kommunikation mit dem Diplomstudiengang, mit dem

Studiengang *Informationsdesign* und mit dem Fachbereich Electronic Media im Studiengang *Werbung und Marktkommunikation*.

Kurz- und mittelfristig angestrebt bzw. in Planung sind weitere Kooperationen mit den Studiengängen *Audiovisuelle Medien*, *Medieninformatik*, *Medienwirtschaft* und *Informationswirtschaft*. Naheliegend wäre auch eine Kooperation mit dem Masterstudiengang *Medienautor*.

13. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende

Zu den Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, die der Studiengang anbietet, gehören unter anderem:

- Masterstudiengang mit dem Schwerpunkt Medien- und Kommunikationsmanagement
- Ausrichtung „offener“ Lehrveranstaltungen – bevorzugt Kompaktseminare (z.B. regelmäßig zum Thema „Gewalt in den Medien“)
- Vortragstätigkeit auf Anfrage

14. Schwerpunkte und Ziele zukünftiger Planung

Folgende Ziele möchte der Studiengang schwerpunktmäßig verfolgen:

- Verbesserung der Personalsituation im Mittelbau
- Verbesserung des Angebots professioneller Mediendatenbanken
- Verbesserung der technischen Ausstattung für die Medienproduktion
- Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit
- Verstärkung der Präsenz in branchen- und berufsspezifischen Organisationen
- Verstärkung der internationalen Zusammenarbeit
- Sicherung und Verstärkung des Lehrangebots in den Bereichen Film-, Bild-, Foto- und Pressedokumentation

C Studiengang Informationsdesign (Bachelor)

1. Formalia und Daten

Fachbereichszugehörigkeit	Information und Kommunikation				
Abschluss	Diplom	Bachelor	Master		
		x			
Verliehener Titel	Bachelor of Information and Communication				
Studienplätze pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
				15	
Neumatrikulationen pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
				15	
Bewerbungen*	1998	1999	2000	2001	2002
				193	
Studierende insgesamt	1998	1999	2000	2001	2002
				15	
Absolvent(inn)en*	1998	1999	2000	2001	2002
Professuren (davon besetzt)	1998	1999	2000	2001	2002
				2 (2)	
Assistenzen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Technische Mitarbeiterstellen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Regelstudienzeit	3 Semester	5 Semester	7 Semester	8 Semester	
			x		
Mittlere Studienzeit	kein Erfahrungswert vorhanden				
Praktika/Praxissemester	1 Praxissemester				
Lage der Praktika/Praxissemester	5. Semester				
Dauer der Praktika/Praxissemester	26 Wochen				
Studienvoraussetzungen/Vorstudium	Keine				
Zulassung	1x p.a. zum WS				
NC-Note	1,5				
Wartezeit in Halbjahren	16 Semester				

* Diese Angaben beziehen sich auf das Studienjahr der offiziellen Statistiken. So steht die Angabe 2000 z.B. für das WS 2000/01 und das SS 2001.

1) Dem Fachbereich zugeordnet.

2. Ausgangslage

Viele Unternehmen stehen vor neuen Herausforderungen. Sie werden durch folgende Einflussfaktoren hervorgerufen:

- Globalisierung der Märkte, dadurch Zwang zum weltweiten Handeln als „global player“. Davon sind auch mittelständische Unternehmen betroffen.
- Produkt-Innovationszyklen werden immer kürzer; dadurch erhöhter Zwang, schnell auf Marktveränderungen zu reagieren.
- Just-in-time-Management, Rapid Prototyping, Rapid Engineering stellen die Unternehmen vor neue organisatorische Anforderungen.
- Massive und weiter zunehmende Verbreitung und Nutzung neuer Informationstechnologien.
- Erhöhte Bedeutung der unternehmensinternen Kommunikation

Um den Herausforderungen angemessen begegnen zu können, sind die Unternehmen gezwungen, im Informations- und Kommunikationsbereich neue Wege zu gehen:

- Sie müssen dafür sorgen, dass immer mehr Mitarbeiter an den schnellen Veränderungen beteiligt werden und eigenverantwortlich ihren Teil zum Erfolg des Unternehmens beitragen.
- Sie müssen eine exzellente Unternehmenskommunikation sicherstellen, nach innen und nach außen. Besondere Beachtung ist dabei den regulativen Gruppen, den „Stakeholders“, zu schenken (Unternehmenseigner, Kunden, Lieferanten, eigene Mitarbeiter, Fremdkapitalgeber, Gewerkschaften, Verbände, relevante Öffentlichkeit).
- Sie treffen Vorkehrungen, das im Unternehmen vorhandene Wissen innerhalb kürzester Zeit, in verständlicher Form und mit möglichst geringem Aufwand allen am Arbeitsprozess Beteiligten zugänglich zu machen.
- Sie entwickeln ein Verständnis dafür, dass die gezielte Verbreitung von Information ein zunehmend bedeutender Wettbewerbs- und Kostenfaktor ist, von dem die Überlebenschancen des Unternehmens abhängen.

Fazit: Alle Unternehmen und Organisationen stehen vor der Situation, den Fokus ihrer Aktivitäten verstärkt auf den Umgang mit dem „Rohstoff“ Information legen zu müssen.

Der Studiengang *Informationsdesign* zielt darauf ab, Experten für die ziel- und mediengerechte Darstellung und Strukturierung jeglicher Art von Informationen auszubilden. Der Studiengang mit seinem Know-how wird sich zu einem Kompetenzzentrum für die praxisorientierte Forschung und intensive Zusammenarbeit mit der Wirtschaft entwickeln.

3. Studieninhalte und Charakteristika

Der neue Studiengang *Informationsdesign* soll auf der Grundlage neuester Informations- und medienwissenschaftlicher Erkenntnisse aus den folgenden zentralen Bausteinen bestehen:

Grundlagen des Informationsdesigns

Informationsbegriff, Geschichtliche Entwicklung des Informationsdesigns, Wahrnehmungs-, Kommunikations- und Lernpsychologie, Objektorientierte Informationssysteme, Imagery-Forschung, Ergonomie, Multimediale Informationssysteme, Nutzerforschung, Motivationsstrategien, Zielgruppenorientierte Kommunikation

Konzeptionelle Strategien

Projektmanagement, Wissensmanagement, Kreativitätstechniken, Evaluation, Benutzer-tests, Dramaturgie

Aufbereitung und Gestaltung von Informationen

Screen-Design, Typographie, Bildgestaltung, Digitale Bildbearbeitung, Textverständlichkeit, Information Mapping, Videobearbeitung, Tonbearbeitung, Layout, Modularisierung von Informationen, Entwurf und Implementierung digitaler Systeme für Broadcasting, Digital Publishing, Redaktionssysteme und Medienarchive

Vernetzung von Informationen

Informationsarchitektur und Gestaltung komplexer Hypertextsysteme, Autorenwerkzeuge, Hypertext-Tools, Entwurf und Realisierung Multimedialer Informationssysteme, Entwurf und Gestaltung interaktiver Lernsysteme.

4. Ausbildungsziele

Erwerb methodischer Kompetenzen

- Projektmanagement
- Evaluation von Informationsangeboten

Erwerb fachlicher Kompetenzen in den Bereichen

- Informationswissenschaft
- Psychologie
- Kommunikationswissenschaft
- Pädagogik
- Journalistik

- Linguistik
- BWL
- Recht

Erwerb technischer Kompetenzen

- Eigenständige Erarbeitung von Hard- und Software
- Grundlagen der Programmierung
- Computernetze, Datenbanken

Erwerb sozialer Kompetenzen

- Teamarbeit
- Kommunikation (auch interkulturell)
- Gruppenleitung, Moderation

Erwerb individueller Kompetenzen

- Kreativität
- Verantwortungsbewusstsein
- (Selbst-) Präsentation

5. Einsatzfelder der Absolventen

Der Studiengang *Informationsdesign* bildet Experten für folgende Tätigkeitsfelder aus:

Informations- und Kommunikationsabteilungen in Unternehmen:

- Betriebliches Wissensmanagement, Informations- und Kommunikationssysteme
- Unternehmenskommunikation (intern und extern)
- Redaktion Business-Anwendungen
- Technische Redaktion
- Aus- und Weiterbildung (Multimediale Selbstlernsysteme)
- Öffentlichkeitsarbeit

Medien- und Kommunikationsunternehmen:

- Medien, Medienproduktion, Produktion interaktiver Medien
- Informationstechnologie, Software-Häuser
- Werbeagenturen
- Designbüros

- Fernsehen/Hörfunk
- Verlage
- Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Presseagenturen)

Verwaltungen, Behörden, Non-Profit-Organisationen, Kulturinstitutionen

Der Studiengang fördert aktiv Existenzgründungen im Multimedia-Bereich.

6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt

Das Interesse an Informationsdesignern ist groß. Zur Zeit lassen sich allerdings noch keine signifikanten Entwicklungs- und Erwartungsdaten ermitteln und angeben. Das Ziel ist es, eine feste Größe auf dem Arbeitsmarkt zu werden.

7. Europäische Mitbewerber

Einzig europäischer Mitbewerber ist der Studiengang an der FH Joanneum in Graz, Österreich.

8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung

Es existieren Kooperationen mit folgenden Partnern:

- FH Joanneum Graz, Österreich
- Salford University, Großbritannien
- Anadolu University, Türkei

Weitere Kooperationen mit internationalen Partnern werden zur Zeit entwickelt.

9. Personelle und materielle Ressourcen

Bis zum Jahr 2003 werden vier weitere Professorenstellen im Studiengang besetzt werden. Zusätzlich werden fünf Assistenten eingestellt. Alle Stellen werden bis zum Jahre 2004 zwischenfinanziert und erst dann etatisiert.

Die im Studiengang engagierten Professoren und Professorinnen sollten die für den Studiengang international erforderlichen Kontakte intensiv pflegen können (z.B. auch durch Reisen) und sehr gute Möglichkeiten zur Weiterbildung erhalten.

Zu den materiellen Ressourcen des Studiengangs zählen:

- Multimedia-Labor (müsste modernisiert werden)
- Usability-Labor (Projektantrag läuft)

- Digitale Medienwerkstatt (wäre wünschenswert)
- Mediendatenbank (wäre wünschenswert)
- Präsentations- und Vorführraum (wäre wünschenswert)
- Flächen

10. Forschung & Entwicklung

Der Einsatz eines Usability Labors ist geplant und soll im Jahre 2002 realisiert werden. Mit Hilfe dieses Labors wird es empirische wissenschaftliche Studien zur Gebrauchstauglichkeit von Produkten des Informationsdesigns geben.

Außerdem sind EU-Projekte mit den ausländischen Partnern geplant bzw. in Vorbereitung.

Eine Fachzeitschrift zum Informationsdesign wird zur Zeit (Januar 2002) initiiert.

11. Publikationen

Ein erstes Fachbuch („Einführung in das Informationsdesign“) wird zur Zeit von den Professoren Dr. Wibke Weber, Dr. Roland Mangold und Dr. Frank Thissen verfasst. Es wird im Herbst im Springer Verlag Heidelberg erscheinen.

Eine Fachzeitschrift zum Informationsdesign wird zur Zeit (Januar 2002) initiiert.

Im Juli 2002 veranstaltet der Studiengang eine erste Tagung zum Informationsdesign, die eine breite Zielgruppe (primär aber potentielle Partner und spätere Arbeitgeber für die Absolventen) ansprechen soll.

Außerdem existieren einschlägige Veröffentlichungen der den Professoren Dr. Wibke Weber, Dr. Roland Mangold und Dr. Frank Thissen in Fachzeitschriften.

12. Integrationsangebote

Durch die enge Verzahnung des Studiengangs *Informationsdesign* mit den Studiengängen *Bibliotheks- und Medienmanagement* und *Informationswirtschaft* gibt es bereits eine enge Zusammenarbeit. Eine Grundlagenveranstaltung wird für alle Studierende dieser drei Studiengänge angeboten. Außerdem sind die Professoren Dr. Wibke Weber, Dr. Roland Mangold und Dr. Frank Thissen in den Studiengängen *Bibliotheks- und Medienmanagement* und *Informationswirtschaft* sowohl im Pflicht- als auch im Wahlbereich aktiv eingebunden. Kolleginnen und Kollegen aus dem Bereich *Informationswirtschaft* führen Veranstaltungen in *Informationsdesign* durch.

Weitere Verzahnungen mit anderen Studiengängen wären wünschenswert.

Eine Tagung im Rahmen der HdM-Akademie wäre sicherlich reizvoll.

13. Fort- und Weiterbildung

Anfragen von außen zeigen ein reges Interesse an Fort- und Weiterbildungsangeboten durch den Studiengang. Mittelfristig wäre das Angebot von virtuellen Lehrveranstaltungen im Weiterbildungsbereich sicherlich sinnvoll.

14. Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung

Der neue Studiengang muss zunächst erst einmal ein Profil gewinnen. Auch ist es sehr wichtig, dass die neuen Kollegen, die im Jahre 2002 und 2003 hinzukommen, in das zur Zeit hervorragende Team integriert werden.

Der nächste Schritt besteht in der Konturierung der Disziplin Informationsdesign. Wir wollen dieses Thema in Deutschland besetzen und seine Entwicklung und Ausgestaltung vorantreiben.

Ein weiterer Schritt ist der Aufbau einer relevanten Forschung auf dem Gebiet. Hierzu ist ein Usability Labor unbedingt erforderlich.

D Studiengang Informationswirtschaft (Diplom)

1. Formalia und Daten

Fachbereichszugehörigkeit	Information und Kommunikation				
Abschluss	Diplom	Bachelor	Master		
	x				
Verliehener Titel	Diplom - Informationswirt				
Studienplätze pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
	75	100	100	75	
Neuimmatrikulationen *	1998	1999	2000	2001	2002
	75	106	147	79	
Bewerbungen*	1998	1999	2000	2001	2002
	254	227	226	177	
Studierende insgesamt	1998	1999	2000	2001	2002
	202	276	381	376	
Absolvent(inn)en*	1998	1999	2000	2001	2002
	21	24	41	53	
Professuren (davon besetzt)	1998	1999	2000	2001	2002
	9 (8)	10 (9)	12 (11)	12,5 (11,5)	
Assistenzen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Technische Mitarbeiterstellen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Regelstudienzeit	3 Semester	5 Semester	7 Semester	8 Semester	
			x		
Mittlere Studienzeit	7 Semester				
Praktika/Praxissemester	1 Praxissemester				
Lage der Praktika/Praxissemester	5. Semester				
Dauer der Praktika/Praxissemester	26 Wochen				
Studienvoraussetzungen/Vorstudium	Keine				
Zulassung	1x p.a. zum WS				
NC-Note	2,3 bis 2,9				
Wartezeit in Halbjahren	2 bis 10 Semester				

*Diese Angaben beziehen sich auf das Studienjahr der offiziellen Statistiken. So steht die Angabe 2000 z.B. für das WS 2000/01 und das SS 2001.

1) Dem Fachbereich zugeordnet.

2. Ausgangslage

Unser Wirtschaftssystem wandelt sich zu einer global ausgerichteten Netzwerkökonomie. Dies bedeutet einerseits eine zunehmende Initiierung und Abwicklung von Geschäften über das Internet. Andererseits schließen sich Unternehmen zu virtuellen Strukturen mit vernetzten Wertschöpfungsketten zusammen – vom primären Zulieferer bis zum Endvertrieb. Solche Unternehmen erzielen erhebliche Produktivitätszugewinne und Kosteneinsparungen, indem sie Beschaffung, Produktion und Vertrieb über Internet-basierte Informations- und Planungs- und Verwaltungssysteme abwickeln. Kleinen und mittleren Unternehmen eröffnen sich dadurch Möglichkeiten, im Wettbewerb mit Großunternehmen zu bestehen. Darüber hinaus können sie hier ihre Stärke ausspielen, kundenindividuelle Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Der Austausch und die Verfügbarkeit von Informationen ist der Rahmen der neuen Ökonomie. Der Bedarf an Fachleuten, die für die Strukturierung von Information und Wissen, der Organisation von Informationsressourcen und -abläufen und der Gestaltung von Informationssystemen in inhaltlicher und technischer Hinsicht verantwortlich sind, ist schon heute kaum abzudecken.

3. Studieninhalte und Charakteristika

Das informationswirtschaftliche Diplomstudium (Abschluss Diplom-Informationswirt/in) gewährleistet mit seinem modularen Konzept eine praxis- und zukunftsorientierte Ausbildung, in deren Mittelpunkt die Informationsprozesse in Unternehmen stehen. Dem Bedarf an Schnittstellenkompetenz zwischen verschiedenen Disziplinen entsprechend verbindet das Studium wesentliche Elemente aus Informationswissenschaft, Betriebswirtschaftslehre und Informatik.

Die Veranstaltungen umfassen ein weites Themenfeld:

- Betriebswirtschaftslehre
- Informations- und Wissensmanagement
- Informationstechnik
- Informationssysteme
- Recht
- Informationsethik
- Unternehmenskommunikation
- Informationsdesign

Der Wahlbereich ermöglicht den Studierenden interessenbezogene Schwerpunktsetzungen. Das Praxissemester ermöglicht einen umfassenden Einblick in die Berufswelt. Zudem können hier Kontakte für einen späteren Arbeitsplatz geknüpft werden.

4. Ausbildungsziele

Die Ausbildung zum Informationswirt ist an den Anforderungen der Berufswelt ausgerichtet. Im Mittelpunkt stehen die Informationsprozesse in Unternehmen. Die informationswirtschaftlichen Gestaltungsaufgaben erfordern ein breites Spektrum an betriebswirtschaftlichen, organisatorischen, informationstechnischen und medialen Kompetenzen. Informationswirte haben einen fundierten Überblick über die geschäftlichen Tätigkeiten ihres Unternehmens und die damit zusammenhängenden Funktionen und Abläufe. Sie kennen die für ihr Fachgebiet relevanten Informationsangebote des Marktes und verstehen sie wirtschaftlich und effektiv zu nutzen. Sie gestalten Informationssysteme und sind verantwortlich für das Informations- und Wissensmanagement in Unternehmen und Organisationen. Sie konzipieren und realisieren E-Business-Lösungen, elektronische Marktplätze und Online-Shops. Das Studium ist somit an einem breiten Spektrum an Aufgabenfeldern ausgerichtet.

5. Einsatzfelder der Absolventen

Zu den Aufgaben im Rahmen des betrieblichen Informationsmanagement gehören

- die Planung und der Aufbau unternehmensweiter Informationsressourcen
- die Organisation und Koordination der betrieblichen Informationsflüsse
- die organisatorische, inhaltliche und technische Entwicklung unternehmensweiter Informationssysteme (Corporate Knowledge Center und Datawarehouse auf Intranet-Basis)

Weitere Aufgabenfelder sind die Konzeption, Gestaltung und Realisierung von E-Commerce- und E-Business-Lösungen. Dazu gehören

- die inhaltliche und technische Gestaltung von Informationsprodukten und inhaltsorientierter Mehrwertdienste (Web-Publishing, Multimedia)
- transaktionsbezogene Web-Auftritte
- elektronische Marktplätze und Online-Shops
- die Planung, Gestaltung und Realisierung von Netzwerken zwischen Unternehmen einer Wertschöpfungskette
- die Einbindung von Warenwirtschaftssystemen, Datenbanken und Workflowanwendungen in E-Commerce- und E-Business-Lösungen

6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt

Nach Untersuchungen des BMWI und des BMBF bestehen für die Informationswirtschaft erhebliche Beschäftigungschancen und ebenso Ausbildungsbedarf. Das Ergebnis eines Fachdialogs von Unternehmen, Gewerkschaften und Regierung zu den Beschäftigungspotenzialen der IuK-Technologie beziffert den Bedarf allein in Deutschland auf 1,7 Mio. Personen im Bereich der Informationswirtschaft. Die EU stellt in ihrem Weißbuch zur Informationsgesellschaft fest, dass die EU sich künftig zum gemeinsamen Informationsraum (common information area) entwickelt, was die herausragende Bedeutung der Informationswirtschaft unterstreicht.

7. Europäische Mitbewerber

Bedingt durch unterschiedliche Ansätze und Begrifflichkeiten existieren unterschiedliche Ausbildungen im Bereich der Informationswirtschaft. Überschneidungen ergeben sich mit (z.T. postgradualen) Studienmöglichkeiten im Bereich der Informationswissenschaft / Information Science, der Dokumentation, des Information Engineering, der Kommunikationswissenschaft und der Medienwirtschaft. Alleinstellungsmerkmal der HdM-Ausbildung ist die branchenneutrale Ausrichtung und ein breites berufliches Einsatzspektrum der Absolventen mit Konzentration auf das betriebliche Informationsmanagement.

Informationswirtschaftliche Studiengänge in Deutschland (Auswahl):

- Informationswirtschaft, an der Uni Karlsruhe (Schwerpunkte Informatik, Wirtschaftswissenschaften, Jura)
- Informationswirtschaft an der FH Köln
- Informations- und Wissensmanagement an der FH Darmstadt. Das Studium ermöglicht branchenspezifische Schwerpunktsetzungen
- Informationsverarbeitung (ehemals „Informationswissenschaft“ als postgradualer Studiengang) an der Uni Konstanz
- Wirtschafts- und Fachinformation an der TU Ilmenau
- Medien- und Informationswirtschaft (Fachbereich Betriebswirtschaft an der FH Würzburg)
- Informationswirtschaftlichen Studiengänge im europäischen Ausland (Auswahl):
- Informationswirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien
- Informationsberufe an der Fachhochschule Eisenstadt (Österreich)
- Informationsmanagement an der Universität St. Gallen
- Information et documentation an der Sorbonne, Paris

- Information Studies an der University of Newcastle
- Information Studies an der University Dublin

8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung

Kooperationen in Form von Abkommen, gegenseitigen Erfahrungsaustausch und gemeinsamen Projekten bestehen mit diversen Hochschulen. Zu ihnen gehören die University of Northumbria at Newcastle, die University of Aberdeen, der Universität Moskau, die Fachhochschule Nürtingen und die Fachhochschule Darmstadt.

Mit verschiedenen externen Unternehmen und Institutionen werden gemeinsame Forschungs- und Entwicklungsprojekte durchgeführt. Zu ihnen gehören das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation, CSC Ploenzke, Bertelsmann und DaimlerChrysler.

Nachdem die zunächst drängendsten internen Aufgaben im Rahmen von Neuausrichtung des Studiums, der Studienreform und der Hochschulintegration bewältigt sind, soll die Internationalisierung und die Etablierung und Pflege von Kooperationen vordringlich vorangetrieben werden.

9. Personelle und materielle Ressourcen

Der Studiengang *Informationswirtschaft* verfügt über dreizehn Professorenstellen, von denen derzeit 11,5 Stellen besetzt sind. Der Studiengang exportiert in erheblichem Maße Lehrkapazität an andere Studiengänge des Fachbereiches Information und Kommunikation. Der Masterstudiengang *Informationswirtschaft*, dem keine eigenen Stellen zugewiesen sind, wird überwiegend aus den Lehrkapazitäten des Diplomstudiengangs *Informationswirtschaft* betrieben. Zusammen mit den anderen Studiengängen des Fachbereiches Information und Kommunikation verfügt der Studiengang über drei Assistentenstellen sowie über zwei technische Kräfte.

Die Ausstattung mit Rechnerkapazität für die Lehre und studentische Übungen kann als zufriedenstellend bezeichnet werden. Allerdings fehlt es an Assistenten und technischen Kräften zur Unterstützung der Lehre und Forschung bei neuen netzbasierten Portal-, Datenbank- und Workflowanwendungen.

10. Forschung und Entwicklung

Die Entwicklungen in Lehre und Forschung spiegeln die raschen Veränderungen im beruflichen Umfeld wieder. Neue Forschungs- und in der Nachfolge Lehrgebiete entstehen auch aus umfangreichen Kooperationsprojekten mit der Industrie.

Der Studiengang *Informationswirtschaft* hat ein breites Spektrum an Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten vorzuweisen: Zu aktuellen Schwerpunkten zählen:

- Business Communities
Planung, Gestaltung und Realisierung von Netzwerken zwischen Unternehmen einer Wertschöpfungskette und die Einbindung von Warenwirtschaftssystemen, Datenbanken und Workflowanwendungen in E-Commerce- und E-Business-Lösungen
- Personalisierte Branchen- und Marktinformationen
Entwicklung eines webbasierten Informationssystems für kleine und mittlere Unternehmen, das entsprechend hinterlegter Profile aktuelle und personalisierte Informationen über Branche, Markt und Wettbewerber bereitstellt
- Unternehmensportale
Planung, Konzeption und Realisierung prototypischer Unternehmensportale
- E-Learning
EXISTeLearning – eLearning-System für Existenzgründer und junge Unternehmer
- Voice Solutions
Aufbau eines Voice-Solution-Centers in Stuttgart zur Bündelung der Aktivitäten von Forschung und Wirtschaft auf dem Gebiet der Sprachinnovationen in Informations-, Kommunikations-, Interaktions- und Geschäftsprozessen.

11. Publikationen

Die Professoren und Professorinnen des Studiengangs *Informationswirtschaft* veröffentlichen regelmäßig in Fachpublikationen und halten Vorträge auf Fachkonferenzen und Kongressen (im Jahr 2001 über 40 Veröffentlichungen). Als aktuelles Beispiel eines grundlegenden und vielbeachteten Werkes ist zu nennen:

Riekert, W.-F.; Michelson, M. (Hrsg): Informationswirtschaft. Innovation für die Neue Ökonomie. – Wiesbaden 2001, mit Beiträgen von A. Roos, M. Michelson, W.-F. Riekert, S. Grudowski, M. Payer, H. Nohr und R. Capurro.

12. Integrationsangebote

Der Studiengang *Informationswirtschaft* weist eine Reihe von potentiellen Gemeinsamkeiten mit anderen Studiengängen vor allem bei Grundlagenfächern ohne studiengangsspezifische Schwerpunktsetzung auf. Zu nennen sind Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Informatik-Grundlagen. Darüber hinaus werden die Fächer Projektmanagement, Organisation, Controlling, Kosten- und Leistungsrechnung, Recht, Wissenschaftslehre, Dokumentenmanagement und im Wahlangebot Fremdsprachen (Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Russisch) in den Studiengängen in unterschiedlicher Form und Umfang angeboten. Möglichkeiten für gemeinsame bzw. anrechenbare Lehrveranstaltungen bestehen dort, wo die Inhalte noch nicht zu stark auf das jeweilige Studium ausgerichtet sind, i.d.R. also in Grundlagenveranstaltungen in Vorlesungsform. Notwendig ist allerdings eine

Abgleichung und ggf. auch Anpassung des Lehrstoffes. Die konsequente Ausnutzung von Synergiepotentialen wird zu einem effektiveren und effizienteren Einsatz von Lehrpersonal und Sachmitteln und auch zur Verbesserung der Lehrqualität führen.

Innerhalb des Fachbereiches Information und Kommunikation existieren bereits gemeinsame Lehrveranstaltungen für die Studiengänge *Informationswirtschaft*, *Bibliotheks- und Medienmanagement* und *Informationsdesign*. Eine Kooperation wird darüber hinaus zwischen den Studiengängen *Informationswirtschaft* und *Medieninformatik* durch gegenseitige Anrechenbarkeit von Lehrveranstaltungen praktiziert.

Die Erfahrungen und Ressourcen des Studiengangs *Informationswirtschaft* (bzw. des Fachbereiches Information und Kommunikation insgesamt) in der Informationsgewinnung aus Online-Medien und deren Aufbereitung sollten auch anderen Studiengängen zur Verfügung stehen. So ist die Nutzung von Patentinformationen und die Fähigkeit, Marktanalysen zu erstellen, für die meisten Studierenden gerade auch in Hinblick auf das wissenschaftliche Arbeiten vorteilhaft.

13. Fort- und Weiterbildung

Der Studiengang *Informationswirtschaft* ist mit seinem Partner, dem Arbeitskreis für Information (AKI) Stuttgart aktiv in der Organisation und Ausrichtung von Abend- und Wochenendfortbildungsveranstaltung in diversen Feldern der Informationstechnologie und der Informationsprozessgestaltung. Dazu gehören Veranstaltungen zu Internet und Intranet, modernen Programmiersprachen, Datenbank-Web-Anbindungen und Markt-/Technikübersichten. Diese Veranstaltungen werden sehr gut von Mitarbeitern aller Arten von Unternehmen aus dem regionalen Umfeld besucht.

Geplant sind umfangreichere und weitergehende Fortbildungsaktivitäten im Rahmen des Angebotes der zu gründenden Dienstleistungs-GmbH.

14. Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung

Zur Unterstützung der inhaltlichen Weiterentwicklung bedarf es des Ausbaus einer funktionsfähigen Infrastruktur. Dies ist vor allem in dem zunehmenden Einsatz netzbasierter Informations- und Kommunikationssysteme und dem damit verbundenen Betreuungs- und Administrationsaufwand begründet. Schon heute sind anwendungs- und praxisorientierte Lehrprojekte mit den dazugehörigen Laborarbeiten nicht mehr in sinnvollem Maße zu realisieren, weil ein zunehmender Mangel an Assistenten und vor allem Personal mit der notwendigen Qualifikation informationstechnischen Bereich besteht. Daher ist es unbedingt erforderlich, den Mittelbau und den IT-Service personell zu verstärken. Nur so können Lehr-, Forschungs- und Transferprojekte, die nur unter Einbeziehung netzbasierter Plattformen (SAP R3, Lotus Notes, Oracle) zu realisieren sind und die den Studierenden ausgezeichnete Berufsperspektiven vermitteln, durchgeführt werden.

E Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement (Master)

1. Formalia und Daten

Fachbereichszugehörigkeit	Information und Kommunikation				
Abschluss	Diplom	Bachelor	Master		
			x		
Verliehener Titel	Master of Information and Communication				
Studienplätze pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
				25	25
Neuimmatrikulationen*	1998	1999	2000	2001	2002
				18	16
Bewerbungen*	1998	1999	2000	2001	2002
				34	25
Studierende insgesamt	1998	1999	2000	2001	2002
				-	-
Absolvent(inn)en*	1998	1999	2000	2001	2002
				-	-
Professuren (davon besetzt)	1998	1999	2000	2001	2002
Assistenzen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Technische Mitarbeiterstellen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Regelstudienzeit	3 Semester	5 Semester	7 Semester	8 Semester	
		x			
Mittlere Studienzeit	kein Erfahrungswert vorhanden				
Praktika/Praxissemester	1 Praktikum				
Lage der Praktika/Praxissemester	5. Semester				
Dauer der Praktika/Praxissemester	12 Wochen				
Studienvoraussetzungen/Vorstudium	Abgeschlossene affines Hochschulstudium				
Zulassung	1x p.a. zum SS				
NC-Note	-				
Wartezeit in Halbjahren	-				

* Diese Angaben beziehen sich auf das Studienjahr der offiziellen Statistiken. So steht die Angabe 2000 z.B. für das WS 2000/01 und das SS 2001.

1) Dem Fachbereich zugeordnet.

2. Ausgangslage

Der seit dem Sommersemester 2001 neu angebotene Masterstudiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* richtet sich vorrangig an Absolventen grundständiger bibliothekarischer und informationswissenschaftlicher bzw. dokumentarischer Studiengänge. Ein derartiges Aufbaustudium mit der Möglichkeit zur fachlichen Weiterqualifikation war schon seit Jahrzehnten von Berufspraktikern und Vertretern von Berufsverbänden gefordert worden. Durch das Angebot wird eine bisherige Marktlücke geschlossen.

Bibliotheken und andere öffentliche Kultureinrichtungen werden zunehmend als Teil bestehender oder zu schaffender Netzwerke innerhalb der öffentlichen Verwaltung betrachtet (City-Informationsnetze, Web-basierte Bürgerinformationssysteme). Dem professionellen Umgang mit Informationen (Wissensmanagement) im öffentlichen Sektor kommt bei der Schaffung neuer Informationsdienstleistungen eine besondere Bedeutung zu. Bibliotheken als traditionelle Anbieter von Informationsdienstleistungen im öffentlichen Sektor sind hiervon direkt betroffen.

Der Umgang mit Workflow-, Groupware- und Dokumentenmanagementsystemen schafft die Voraussetzung für eine qualitativ hochwertige Organisation, Speicherung und Selektion des verfügbaren Wissens und ermöglicht zielorientierte und transparente Entscheidungsabläufe.

Der wissenschaftliche Bibliotheksbereich ist insbesondere dadurch gekennzeichnet, dass die in den Bibliotheken vorhandenen und die über sie zugänglichen Medien zunehmend in digitalisierter Form vorliegen und die Bibliotheken untereinander weitgehend vernetzt sind. Auf die hierdurch entstehenden Anforderungen müssen Personen in leitender Funktion insbesondere in Spezialbibliotheken vorbereitet sein.

Mit zunehmender Computerisierung und Vernetzung wird es für Bibliotheken und Informationseinrichtungen unumgänglich, hoch qualifizierte Arbeitskräfte einzusetzen, die einerseits über Fachkenntnisse aus dem Bibliotheks- und Medienbereich verfügen und gleichzeitig auf informationstechnischem Gebiet über Spezialkenntnisse für ihren Tätigkeitsbereich verfügen (Informationsadministratoren). Beispielhaft soll hier die Systemverwaltung bei Bibliotheks- und Medienmanagementsystemen genannt werden. In Großstadtbibliotheken werden hierfür Stellen mit leitender Funktion und Verantwortlichkeit für den IT-Betrieb eingerichtet. In vielen Bibliotheken mittlerer Größenordnung, in Spezialbibliotheken und Firmen wird die Übernahme dieser Funktion häufig von der Bibliotheksleitung oder auch von der stellvertretenden Bibliotheksleitung erwartet.

3. Studieninhalte und Charakteristika

Das Lehrangebot orientiert sich an den Erfordernissen der Berufspraxis und beinhaltet bei den dafür geeigneten Themen insbesondere auch die Vermittlung der technischen Aspekte

und den praktischen Umgang mit spezifischer Hard- und Software. Folgende Module werden angeboten:

- Management von Kulturbetrieben
- Management von Medienbetrieben
- Mitarbeiterführung und Unternehmenskommunikation
- Bibliothekskonzepte und Bibliothekspolitik
- Wissensmanagement
- Medienwirtschaft
- Digitale Bibliothek
- Informationsadministration

Charakteristisch für das Studium ist die Durchführung der Module in geblockter Form. (Wochenweise Blockung mit Lehrveranstaltungen jeweils von 14 - 19 Uhr bzw. samstags von 9 - 16 Uhr). Diese Form der Teilzeit-Durchführung ermöglicht in der Nähe von Stuttgart lebenden Studierenden, ihre Berufstätigkeit vormittags beizubehalten. Für weiter entfernt wohnende Studierende wird durch die Konzentration der Module auf einzelne Wochen die Zahl der erforderlichen Anfahrten nach Stuttgart gering gehalten.

Es erweist sich als sehr vorteilhaft, dass fast alle derzeitigen Studierenden vor Aufnahme des Studiums bereits einige Jahre fachlich einschlägig berufstätig waren und auch neben dem Studium ihre Berufstätigkeit als Teilzeitarbeitskraft weiterhin ausüben. Hierdurch werden vielfältige berufliche Erfahrungen eingebracht, die die Praxisorientierung des Studiums erheblich fördern.

4. Ausbildungsziele

Die Studierenden sollen zur Ausübung von Managementfunktionen in Bibliotheken, Informationseinrichtungen und Medienbetrieben befähigt werden.

Der Studiengang ist als Teilzeitstudiengang konzipiert. Hierdurch wird Personen, die bereits einen berufsqualifizierenden Abschluss im Informations- oder Medienbereich haben und im Berufsleben ihre ersten Erfahrungen gesammelt haben, eine Höherqualifikation im Hinblick auf aktuelle Anforderungen ermöglicht, ohne ihre bisherige Berufstätigkeit vollständig aufgeben zu müssen.

Weiterhin bietet sich der Studiengang zur Verbesserung der Chancen zum beruflichen Wiedereinstieg in leitende Funktionen nach längerer Pause (z.B. Erziehungspause) an.

5. Einsatzfelder der Absolventen

Zu den Einsatzfeldern der Absolventen gehören Leitungsfunktionen in Kultur- und Medienbetrieben, insbesondere in Bibliotheken und Informationseinrichtungen. Die Abgänger des Studiengangs belegen ebenfalls verantwortliche Positionen in der informationstechnischen Administration (Systemverwaltung, Intranet, Internet) in Bibliotheken und Informationseinrichtungen.

6. Entwicklungen am Arbeitsmarkt

Für Absolventen mit ausgezeichneten Managementkenntnissen und -fähigkeiten besteht im Bibliotheks- und Informationswesen ebenso wie für Absolventen mit vertieften informationstechnischen Kenntnissen und Erfahrungen eine besonders hohe Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt.

7. Europäische Mitbewerber

Der Masterstudiengang Bibliotheks- und Medienmanagement ist als Studienangebot an deutschen Fachhochschulen einzigartig: zum einen wegen seiner Anlage als konsekutiver Studiengang mit bibliothekarisch-fachlicher Ausrichtung, zum anderen wegen seiner Teilzeitstruktur.

Es existieren ähnliche Studiengänge, allerdings mit anderer Zielgruppe:

- Das Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität Berlin bietet einen Magisterstudiengang Bibliothekswissenschaft als Fernstudium (2. Hauptfach in Kombination mit Präsenzstudium an der Universität Koblenz-Landau) mit ähnlicher Ausrichtung an. Geplant ist ein künftiges Angebot eines Masterstudiengangs.
- Die Fachhochschule Köln hat zum Sommersemester 2002 einen neuen Masterstudiengang Bibliotheks- und Informationswissenschaft eingerichtet. Dieser ist allerdings nicht als konsekutiver Studiengang angelegt. Zielgruppe sind beim Kölner Masterstudiengang Studierende, die im Primärstudium ein ganz anderes Fach studiert haben und sich in Richtung Bibliotheks-/Informationswissenschaft weiterqualifizieren möchten.
- Gleiches gilt für den 1999 eingerichteten Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement an der Donau-Universität Krems (Österreich).

8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung

Es existiert eine Kooperation mit der FH Ludwigsburg (bzgl. Wissensmanagement im öffentlichen Sektor). In Vorbereitung ist die Kooperation mit der FU Bozen (Südtirol, Italien).

9. Personelle und materielle Ressourcen

Lehrende aus unterschiedlichen Studiengängen bringen sich mit ihren jeweils spezifischen Kompetenzen in den Masterstudiengang ein. Die Praxisorientierung des Studiums wird zusätzlich durch Hinzuziehen von Lehrbeauftragten aus der betrieblichen Praxis verstärkt.

Was die materiellen Ressourcen anbelangt, verfügt der Studiengang über Labore für die Informationsadministration und für den Aufbau digitaler Bibliotheken, Projekträume mit Kommunikationsausstattung (Telefon / Fax / E-Mail / Internet-Anschluss), ein multimedialfähiges Medienlabor (mit Kopfhörer- und Mikrofonausstattung an den einzelnen Arbeitsplätzen) für Selbstlernaktivitäten mit multimedialen Trainingsprogrammen, einen Beamer für Großbildprojektion bei Präsentationen und eine Video-Ausstattung für Management-Verhaltens- und -Kommunikationstraining.

Software: Bibliotheks- und Medienmanagementsysteme, Groupware- und Workflow-Software, E-Learning-Plattform, Intra- und Internet-Tools, Management-Tools, Software zur Erstellung von Thesauri.

10. Forschung und Entwicklung

Forschung und Entwicklung finden im Projektmodul (5. Semester) statt, da sich der Studiengang gegenwärtig im Aufbau befindet.

11. Publikationen

Gegenwärtig liegen keine Publikationen vor.

12. Integrationsangebote

Das Grundkonzept besteht darin, dass der Studiengang nicht über eigenes Lehrpersonal verfügt, sondern dass sich Lehrende verschiedener Studiengänge inhaltlich daran beteiligen. Derzeit bringen elf Lehrende aus fünf verschiedenen Studiengängen ihre Kompetenzen in den Masterstudiengang ein.

Bereits realisiert ist das Durchführen einzelner Lehrveranstaltungen gemeinsam mit dem Masterstudiengang Informationswirtschaft. Vorgesehen ist auch eine enge Kooperation mit dem geplanten Masterstudiengang Musikinformation. Im Falle der Einrichtung eines Masterstudiengangs Medienwirtschaft ist eine künftige Kooperation ebenfalls denkbar.

13. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende

Fort- und Weiterbildungsangebote gemeinsam mit dem Arbeitskreis für Information (AKI) Stuttgart; ggf. auch im Rahmen der HdM-Akademie.

14. Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung

Für die Zukunft ist eine verstärkte Virtualisierung einzelner Teile der Modulangebote geplant, um gerade auch für Berufstätige eine Reduzierung der Präsenz vor Ort und eine weitere Flexibilisierung der Arbeitszeiteinteilung zu ermöglichen. Aufgrund der Erfahrungen in der Startphase des ersten Studienjahrgangs wird der Studiengang derzeit konzeptionell weiterentwickelt und praktischen Erfordernissen weiter angepasst.

F Studiengang Informationswirtschaft (Master)

1. Formalia und Daten

Fachbereichszugehörigkeit	Information und Kommunikation				
Abschluss	Diplom	Bachelor	Master		
			x		
Verliehener Titel	Master of Information and Communication				
Studienplätze pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
			20	20	20
Neuimmatrikulationen*	1998	1999	2000	2001	2002
			15	12	14
Bewerbungen*	1998	1999	2000	2001	2002
			19	20	17
Studierende insgesamt	1998	1999	2000	2001	2002
			15	19	
Absolvent(inn)en*	1998	1999	2000	2001	2002
			-	8	
Professuren (davon besetzt)	1998	1999	2000	2001	2002
Assistenzen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Technische Mitarbeiterstellen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Regelstudienzeit	3 Semester	5 Semester	7 Semester	8 Semester	
	X				
Mittlere Studienzeit	3 Semester				
Praktika/Praxissemester	1 Praktikum				
Lage der Praktika/Praxissemester	3. Semester				
Dauer der Praktika/Praxissemester	12 Wochen				
Studienvoraussetzungen/Vorstudium	Abgeschlossenes Studium in einem affinen Studiengang				
Zulassung	1x p.a. zum SS				
NC-Note	-				
Wartezeit in Halbjahren	-				

*Diese Angaben beziehen sich auf das Studienjahr der offiziellen Statistiken. So steht die Angabe 2000 z.B. für das WS 2000/01 und das SS 2001.

1) Dem Fachbereich zugeordnet.

2. Ausgangslage

Im Gegensatz zu dem breit angelegten grundständigen Diplomstudiengang *Informationswirtschaft*, der die Grundlagen für ein weiterführendes Studium legt, befindet sich der Schwerpunkt des Masterstudiengangs auf einer Vertiefung des im grundständigen Studiengang erworbenen Wissens vor allem auf dem Gebiet praktischer internet- und intranetbezogener Anwendungen der modernen Medien- und Informationswirtschaft.

3. Studieninhalte und Charakteristika

In Zusammenarbeit mit dem Existenzbeauftragten der Hochschule werden die Ausgründung von Firmen im Bereich des WebCasting aktiv unterstützt. Zu nennen ist hier netscreenTV, eine Gründungsinitiative mehrerer Studierender auf dem Gebiet der Fernseh-Live-Übertragung von Veranstaltungen ins Internet. In diesem Zusammenhang ist auch die Gründung der Landesinitiative Internet-TV zu nennen, an der der Studiengangsleiter (Prof. Dr. Wolfgang von Keitz) zusammen mit der Mfg und dem Staatsministerium (Minister Dr. Palmer) maßgeblich beteiligt war.

4. Ausbildungsziele

Unter der Vielzahl möglicher Anwendungsbereiche hat der Studiengang zwei Studienschwerpunkte gewählt: „Digitale Medien“ und „Betriebliche Informations- und Kommunikationssysteme“.

5. Einsatzfelder der Absolventen

Der Masterstudiengang *Informationswirtschaft* ist ein junger Studiengang. Die ersten Absolventen haben erst in diesem Jahr die Hochschule verlassen. Insofern lassen sich nur spekulative Aussagen über den Erfolg der Absolventen am Arbeitsmarkt machen. Nahezu alle Teilnehmer des Masterstudiengangs können mehrere Jahre Berufserfahrung nachweisen. Die Motivation, sich durch ein Masterstudium weiterzuqualifizieren, wurde vor allem aus dem Interesse heraus gespeist, eine bessere berufliche Position zu erlangen, als dies mit einem grundständigen Studiengang möglich war. Dies gilt vor allem für die Diplombibliothekare des gehobenen Dienstes. Der Wunsch, sich mit dem neuesten Stand der Internet-Technologie vertraut zu machen, um dadurch eine Beschäftigung in der freien Informationsindustrie zu finden, hat sich, soweit derzeit absehbar ist, in nahezu allen Fällen erfüllt.

6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt

Als der Studiengang eingerichtet wurde, war die Nachfrage nach Internet-Spezialisten auf ihrem Höhepunkt angelangt. Die Nachfrage nach Informationsspezialisten ist zur Zeit zwar ein wenig zurückgegangen; sie ist aber immer noch ausreichend, um den Studienabgänger

die gewünschte berufliche Perspektive bieten zu können. Alle Teilnehmer des ersten Jahrgangs konnten ihren Praktikumsplatz in der Informationsindustrie aus mehreren Angeboten auswählen. Alle Absolventen des Studiengangs, die ihr Studium erfolgreich beendet haben, haben inzwischen einen Arbeitsplatz.

Diese positiven Reaktionen der Informationswirtschaft bestätigen die Richtigkeit des eingeschlagenen Kurses, die Studieninhalte auf praktische Anwendungen im Bereich Internet und Intranet insbesondere auf die Bereiche Wissensmanagement, Streaming Media und E-Commerce zu konzentrieren.

7. Europäische Mitbewerber

Es existieren zur Zeit keine vergleichbaren europäischen Studiengänge.

8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung

Der Masterstudiengang *Informationswirtschaft* ist derzeit einzigartig in der Bundesrepublik Deutschland. Mit diesem Studienangebot wird eine Lücke geschlossen, die den Studienstandort Deutschland auf dem Felde der Informationswirtschaft wettbewerbsfähig machen soll. Während in den USA das Hauptgewicht der akademischen Ausbildung in der Informationswirtschaft auf der Ebene des Masterabschlusses liegt und die grundständige akademische Ausbildung in der Informationswirtschaft nahezu unbekannt ist, ist dies in Deutschland umgekehrt; dort wurde die grundständige Ausbildung (Diplomstudium) massiv ausgebaut, während die Errichtung von Masterstudiengängen unterblieb. Mit der Einrichtung eines Masterstudiengangs wird deshalb auch der Anspruch verbunden, einen international konkurrenzfähigen Studiengang anzubieten. Das Interesse ausländischer Studierender an dem Studiengang ist auch entsprechend groß. Zur Zeit sind Studierende aus Benin, der Türkei und Mexiko eingeschrieben, und dies obwohl die Lehrveranstaltungen nur in deutscher Sprache angeboten werden. Ziel ist es, den Anteil ausländischer Studierender weiter zu erhöhen. Der Bildungsmarkt verlangt geradezu nach deutschsprachigen Masterangeboten; die Nachfrage nach entsprechenden Studienplätzen stammt vor allem von Absolventen deutscher Auslandsschulen, die einen international gültigen Abschluss (Master) anstreben, und für die Lehrveranstaltungen in deutscher Sprache keine Hürde sondern eine willkommene Vertiefung ihrer bereits vorhandenen Sprachkenntnisse sind.

9. Personelle und materielle Ressourcen

Dem Studiengang stehen keine gesondert ausgewiesenen Personalstellen zur Verfügung. Etwa die Hälfte der Lehrveranstaltungen werden durch Lehrbeauftragte aus der Medienpraxis bestritten.

Durch die finanzielle Unterstützung der Medien- und Filmgesellschaft (Mfg) des Landes Baden-Württemberg und der Landesanstalt für Kommunikation (LfK) konnte für das Modul "Internet Broadcasting" ein Medienlabor mit eigenem Internet-Radio- und -Fernsehsender auf der Grundlage der Internet-Streaming-Technologie eingerichtet werden.

Dem Studiengang standen bislang keine eigenen finanziellen Ressourcen zur Verfügung.

10. Forschung & Entwicklung

Das Humboldt'sche Bildungsideal der Einheit von Lehre und Forschung kann in einem Masterstudiengang naturgemäß besser verwirklicht werden als in einem grundständigen Studiengang. Zur Zeit besteht neben dem Studienschwerpunkt „Digitale Medien“ der Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkt „WebCasting“. Im Rahmen dieses Schwerpunkts werden neue Formate des Internet-Radios und Internet-Fernsehen entwickelt. Mit der Firma real-networks besteht eine enge Kooperation. Geplant ist zusammen mit dem Studiengang AV-Medien des Fachbereichs Electronic Media der Aufbau eines Medienportals „hdm-channels“. Hierfür sind allerdings noch erhebliche Investitionen in Hard- und Software erforderlich. So ist insbesondere die Beschaffung der automatischen Indexierungssoftware Virage geplant, mit der die an der Hochschule erstellten Produktionen inhaltlich erschlossen werden sollen, bevor sie über die Mediendatenbank „hdm-channels“ publiziert werden.

Der Studien-, Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkt „Digitale Medien und WebCasting“ soll sowohl im Rahmen des Schwerpunktprogramms des Landes als auch durch die Einwerbung von Drittmitteln kontinuierlich ausgebaut werden. Am Ende der Entwicklung könnte ein Institut für angewandte Internet-Hörfunk- und Fernsehforschung stehen, das sich ausschließlich mit der Erforschung und Entwicklung internettauglicher Sendeformate, internetbasiertem Radiomanagement sowie der Entwicklung privater Internet-Radio- und Fernsehanstalten befassen würde.

Zur Zeit entstehen im privatwirtschaftlichen Bereich insbesondere in den USA völlig neue Medienstrukturen, die nicht nur den öffentlich-rechtlichen sondern auch den privatwirtschaftlichen Rundfunk traditioneller Machart existentiell bedrohen könnten. Internet-Radiostationen werden - zur Zeit noch experimentell aber bald schon kommerziell - zu globalen Medienportalen ausgebaut, die in Verbindung mit neuen Verteilmechanismen wie Musiktaschbörsen (Napster, Audiogalaxy, etc.) den gesamten Musikmarkt revolutionieren werden. Das preiswerte Downloaden von Musikstücken und das selbständige Brennen von CDs durch den Endverbraucher ist technisch problemlos möglich und bereits heute eine Bedrohung des CD-ROM-Marktes. In den letzten Monaten sind bereits erste Tauschbörsen für Musikvideos und Spielfilme entstanden. Steht erst einmal ausreichend Bandbreite für viele Nutzer zur Verfügung, wird sich auch im Videomarkt rasch eine neue Verteilstruktur entwickeln. Diese Entwicklung zu erforschen und sich an diesem Wandlungsprozess durch

eigene Entwicklungen aktiv zu beteiligen, wäre das Ziel eines Instituts für angewandte Internet-Hörfunk- und Fernsehforschung.

Die bestehende Forschungs- und Entwicklungsarbeit im Bereich „WebCasting“ hat in relativ kurzer Zeit erhebliche Früchte getragen. In Zusammenarbeit mit jazz-network.com, Musikredakteuren des Südwestdeutschen Rundfunks und der LeiCom GmbH hat im Oktober 2001 ein Jazz-Radio mit acht Sparten-Kanälen seinen Sendebetrieb aufgenommen (www.jazzradio.com).

11. Publikationen

Über den Studiengang wird laufend in den entsprechenden Fachorganen berichtet.

Im Rahmen des von der Landesanstalt für Kommunikation geförderten Fortbildungsprojekts "Online-Messe-Magazin 2002" wird der Studiengang auf dem Deutschen Multimedia Kongress und der it-x-Messe in Stuttgart vom 17.-19. April 2002 vertreten sein.

12. Integrationsangebote

Mit dem Fachbereich Electronic Media fanden erste Gespräche statt, um aus dem bestehenden Studiengang einen gemeinsamen Studiengang mit Abschluss *Master of Business Administration* zu entwickeln.

Eine enge Kooperation wurde mit den Studiengängen *Medienautor* und *Audiovisuelle Medien* des Fachbereichs Electronic Media im Rahmen des Projekts HdM-WebRadio begonnen.

13. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende

Immer wieder erreichen die Hochschule Anfragen, ob Lehrveranstaltungen des Masterstudiengangs nicht ganz oder teilweise im Fernstudium über das Internet angeboten werden. Diese Anfragen werden vor allem von den Personen gestellt, die

- aus finanziellen Gründen ihren Arbeitsplatz nicht ohne weiteres aufgeben können, und sich für drei Semester in einen Vollzeitstudiengang einschreiben können,
- für die der Teilzeitstudiengang Master *Bibliotheks- und Medienmanagement* keine inhaltliche Alternative ist.

An der Hochschule bestehen vielfältige Erfahrungen mit webbasierten virtuellen Lehrveranstaltungen. Durch die Beschaffung von WebCT zu Beginn des Jahres 2002 ist nunmehr eine Plattform vorhanden, die es ermöglicht, ein entsprechendes Fernstudium aufzubauen. Darüber hinaus müsste an der Hochschule ein speziell für die Produktion von Fern-Lehrveranstaltungen ausgestattetes Studio eingerichtet werden.

Darüber hinaus finden von der Landesanstalt für Kommunikation (LfK) geförderte Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen im Rahmen des Fortbildungsprogramms des Medienrings für Medienschaffende der Ballungsraumsender, Auszubildende privater Hörfunkveranstalter, Volontäre aus Verlagsredaktionen und Studierenden der europäischen Medien- und Eventakademie Baden-Baden statt.

14. Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung

Der Studiengang befindet sich nach wie vor in der Aufbauphase. Ein großes Problem ist die angespannte Personalsituation im Bereich Informationswirtschaft des Fachbereiches Electronic Media. Dies betrifft besonders den Bereich E-Commerce. Eine weitere Professur oder Stiftungsprofessur im Bereich E-Business/E-Commerce ist dringend erforderlich, um bestehende Kapazitätsengpässe zu beseitigen.

In diesem Zusammenhang ist an eine Zusammenarbeit mit SAP gedacht; erste Gespräche haben inzwischen stattgefunden.

Außerdem werden besonders die Aktivitäten im Bereich Streaming-Media weiter ausgebaut, um den erreichten hohen Standard weiter halten zu können.

G Musikbibliothekarisches Zusatzstudium

1. Formalia und Daten

Fachbereichszugehörigkeit	Information und Kommunikation				
Abschluss	Diplom	Bachelor	Master	Zeugnis	
Verliehener Titel					
Studienplätze pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
	15	15	15	15	15
Neumatrikulationen pro Jahr*	1998	1999	2000	2001	2002
	10	12	9	5	6
Bewerbungen*	1998	1999	2000	2001	2002
	10	12	9	5	8
Studierende insgesamt	1998	1999	2000	2001	2002
	10	12	9	5	6
Absolvent(inn)en*	1998	1999	2000	2001	2002
	10	12	9	5	-
Professuren (davon besetzt)	1998	1999	2000	2001	2002
Assistenzen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Technische Mitarbeiterstellen (davon besetzt) 1)	1998	1999	2000	2001	2002
Regelstudienzeit	3 Semester	5 Semester	7 Semester	8 Semester	1 Semester
					x
Mittlere Studienzeit	1 Semester				
Praktika/Praxissemester	1 Praktikum				
Lage der Praktika/Praxissemester	1. Semester				
Dauer der Praktika/Praxissemester	6 Monate				
Studienvoraussetzungen/Vorstudium	Abgeschlossenes Studium des Bibliotheks- oder Dokumentationswesens, musiktheoretische und praktische Kenntnisse				
Zulassung	1x p.a. zum SS				
NC-Note	-				
Wartezeit in Halbjahren	-				

* Diese Angaben beziehen sich auf das Studienjahr der offiziellen Statistiken. So steht die Angabe 2000 z.B. für das WS 2000/01 und das SS 2001.

1) Dem Fachbereich zugeordnet.

2. Ausgangslage

Siehe Punkt 6 („Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt“)

3. Studieninhalte und Charakteristika

Siehe Punkt 4 („Ausbildungsziele“)

4. Ausbildungsziele

Die Studierenden sollen befähigt werden, Musikmedien aller Art (Musikliteratur, Musikaufnahmen, Tonträger, Multimedia-CD-ROMS) auf dem Informationsmarkt zu beschaffen, sie formal und inhaltlich erschließen und über sie informieren zu können. Außerdem sollen sie Informationsressourcen beherrschen können wie konventionelle bibliographische Angebote, CD-ROM-Datenbanken sowie Musikdienstleistungen des Internet. Des Weiteren sollen sie Projekte der Programm- und Öffentlichkeitsarbeit durchführen und zu Leitungsaufgaben befähigt werden, wie sie im Bereich der Personal- und Haushaltsführung sowie in der Organisation einer größeren Musikbibliothek anfallen.

5. Einsatzfelder der Absolventen

Der Abschluss des Zusatzstudiums eröffnet den Studierenden Berufsaussichten in:

- Öffentlichen Musikbibliotheken
- Wissenschaftlichen Musiksammlungen (Abteilungen in Universitäts- sowie in Staats- und Landesbibliotheken)
- Bibliotheken in Musikhochschulen
- Musikarchiven und Musikdokumentationsstellen
- Musikforschungseinrichtungen
- Rundfunkanstalten (Bereich IuD Musik, Schallarchiv)
- Musikverlagen
- Kultureinrichtungen (Planung und Organisation von Musikveranstaltungen, Programmearbeit, Dramaturgische Aufgaben)

6. Entwicklungen und Erwartungen am Arbeitsmarkt

Bisher hat das *Musikbibliothekarische Zusatzstudium* die Anforderungen des Arbeitsmarktes abgedeckt, und die Absolventen konnten gut einen Arbeitsplatz erhalten. In der Regel finden die Absolventen innerhalb eines Jahres nach dem Examen in musikbibliothekarischen Einrichtungen eine entsprechende Anstellung. Daneben bieten die Rundfunkanstalten Ar-

beitsmöglichkeiten für die Musikalienerschließung, Datenbankaufbau und Musikrecherche sowie die Musikverlage für Datenbankaufbau, Webdesign und Verlagsprofilgestaltung. In allen Bereichen wird jedoch inzwischen eine höher qualifizierte Befähigung insbesondere im Managementbereich (Betriebliches Management, Musikinformations- und Wissensmanagement, Veranstaltungsmanagement) und die Beherrschung der Informationstechniken (Hard- und Software, HTML, Erstellung von Internet-Ressourcen-Logistik, Formen der Digitalen Musikbibliothek) verlangt. Diese Kompetenzen können in der bisherigen Ausbildungskonzeption nicht in ausreichendem Maße vermittelt werden.

Während des bisherigen Zusatzstudiums stehen die praktischen Anteile der Ausbildung im Vordergrund. Im Rahmen eines anvisierten dreisemestrigen Masterstudiengangs müssen die praktischen Anteile der Ausbildung zugunsten der theoretischen Inhalte reduziert werden. Die so erreichte Umkehrung des bisherigen Konzeptes wird seitens der Berufspraxis erwartet. Die Berufsvereinigung, Internationale Vereinigung der Musikbibliotheken, Archive und Dokumentationszentren' sowie die Kommission für Aus- und Fortbildung haben sich auf ihrer Jahrestagung einhellig positiv und bestärkend dazu geäußert.

Auch für die Interessenten des Zusatzstudiums ist ein Masterstudiengang attraktiver, da sich ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt durch den Erwerb zusätzlicher Kompetenzen und den Masterabschluss erheblich verbessern. Folgerichtig gingen die Bewerberzahlen für das Zusatzstudium zurück, nachdem die Planung für die Umwandlung in einen Masterstudiengang bekannt wurde.

7. Europäische Mitbewerber

In Europa gibt es keine vergleichbare Ausbildungskonzeption weder für das Musikbibliothekarische Zusatzstudium noch für den vorgesehenen Masterstudiengang *Musikinformationsmanagement*. Insofern nimmt die HdM eine Monopolstellung ein, die es nicht nur zu halten, sondern auszubauen gilt. Aufgrund von Befragungen lässt sich feststellen, dass das europäische Ausland an einer Ausbildungskooperation sehr interessiert, zumal damit auch die Berufsmobilität und die Zusammenarbeit in Musikprojekten der europäischen Union (z. B. innerhalb des neuen Dachprojektes PULMAN für die digitalisierte Telekommunikation im Musikbereich) befördert wird.

8. Kooperationspartner weltweit, Aussagen zur Internationalisierung

Kooperationspartner für einen zukünftigen Masterstudiengang *Musikinformationsmanagement* sind vor allem die nachfolgend aufgeführten Fachverbände:

- International Association of Music Libraries, Archives and Documentation Centres (IAML), Commission on Service and Training
- International Association of Sound Archives and Audiovisual Materials (IASA)

- Répertoire International des Sources Musicales e.V.
- Internationale Vereinigung der Musikbibliotheken, Archive und Dokumentationszentren (AIBM)/ Gruppe Deutschland e.V.
- Internationale Vereinigung der Schallarchive und Audiovisuelle Materialien (IASA)/ Deutschland/Deutscheschweiz e.V.

Eine Internationalisierung der Ausbildung wird im Zusammenhang mit dem Masterstudiengang *Musikinformationsmanagement* angestrebt. Die Zusammenarbeit wird erleichtert, wenn einzelne Module an einer ausländischen Partnerhochschule absolviert werden können.

Konkretes Interesse an einer Kooperation wurde bereits von Italien (Universita delgi Studi, Parma), Frankreich (Université des Sciences, Toulouse), Großbritannien (Royal College of Music, London) und Russland (Czajkowski Konservatorium, Moskau) signalisiert.

9. Personelle und materielle Ressourcen

Das *Musikbibliothekarische Zusatzstudium* wird von Lehrkräften der Studiengänge *Bibliotheks- und Medienmanagement* Diplom und Bachelor sowie von Lehrbeauftragten aus der Praxis realisiert.

Zu den materiellen Ressourcen gehören ein Internet- und Datenbank-Labor sowie Multimedia-Arbeitsplätze mit 15 Einzelplätzen, die personell vom Fachbereich Information und Kommunikation mitbetreut werden.

10. Forschung & Entwicklung

Das *Musikbibliothekarische Zusatzstudium* kann in seiner derzeitigen Struktur keine Forschung und Entwicklungsarbeit leisten. Für den Masterstudiengang sind Projekte in Kooperation mit der Praxis (Musikbibliotheken, Musikverlage, Tonträgerindustrie, Konzertveranstalter, Fachverbände etc.) des In- und Auslandes geplant.

11. Publikationen

Über das *Musikbibliothekarische Zusatzstudium* liegen zahlreiche Publikationen und Vorträge u.a. in den Zeitschriften ‚Fontes Artis Musicae‘, Forum Musikbibliothek, Buch und Bibliothek vor. Auf internationalen Kongressen (IAML und IASA) und nationalen Tagungen (Kommission für Aus- und Fortbildung der AIBM und deutschsprachige IASA) erfolgt regelmäßig eine Berichterstattung über das Zusatzstudium.

Sämtliche bisher erarbeiteten Hausarbeiten (ca. 250) des Studiums, die sich mit musikpraktischen Themen beschäftigen, können in der Datenbank Musik der Homepage ‚Kompe-

tenzzentrum Musik' der HdM (Projekte) recherchiert werden. Ihre Präsenz im Internet hat zunehmend zu nationalen und internationalen Ausleihanfragen geführt.

12. Integrationsangebote

In der jetzigen Form ist eine Integration des *Musikbibliothekarischen Zusatzstudiums* mit anderen Fachbereichen respektive deren Studiengängen nicht möglich.

Eine Kooperation des geplanten Masterstudiengangs *Musikinformationsmanagement* mit den Masterstudiengängen *Bibliotheks- und Medienmanagement* und *Informationswirtschaft* ist vorgesehen.

13. Fort- und Weiterbildung für Außenstehende

Fort- und Weiterbildungsangebote finden im Rahmen der Kommission für Aus- und Fortbildung der Berufsvereinigung AIBM in Zusammenarbeit mit der HdM statt.

Das Kompaktseminar wird mit Veranstaltungen wie RAK-Musik, Datenbanken, Öffentlichkeitsarbeit, Bestandsaufbau und Betriebsorganisation regelmäßig von Gasthörern aus der Praxis wahrgenommen.

14. Schwerpunkte und Ziele künftiger Planung

Der Fachbereich Information und Kommunikation hat die Umwandlung des *Musikbibliothekarischen Zusatzstudiums* in einen Schwerpunkt im Studiengang *Bibliotheks- und Medienmanagement* (Master) beschlossen.