

HdM-Studierende konzipieren Imagekampagne für die Deutsche Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis (DGI)

Vernetzung zwischen Bachelor- und Masterstudiengang gelungen



Abbildung 1: Die Projektgruppe der Hochschule der Medien, Stuttgart.

Das Sommersemester 2009 bedeutet für 15 Studierende im Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement an der Hochschule der Medien Stuttgart (HdM) eine große Herausforderung. Sie unterstützen die DGI bei ihrer Neuausrichtung. Die 1948 wiederaufgelebte DGI versteht sich als Interessenvertretung der Information Professionals und bildet damit ein Dach für Archivare Bibliothekare, Dokumentare, Informationswissenschaftler und verwandte Berufsgruppen. Der Zeitpunkt für das Projekt ist dabei äußerst günstig gewählt, weil Prof. Dr. Stefan Gradmann von der Humboldt-Universität zu Berlin vor kurzem sein Amt als Präsident der DGI angetreten hat. Eines seiner Vorhaben besteht darin, die von vielen (Ex-)Mitgliedern geforderte Optimierung in Angriff zu nehmen. In vier Arbeitsgruppen erarbeiten die angehenden Information Professionals Empfehlungen, die im Rahmen der 31. DGI-Online-Tagung (15. bis 17. Oktober 2009) den Mitgliedern vorgestellt werden:

Die **AG Informationsqualität** geht der Frage nach: Was ist der kleinste gemeinsame Nenner, der von der DGI repräsentierten Berufe? Und: Wie muss dieser kommuniziert werden, ohne die jeweiligen Befindlichkeiten zu berühren? Kernziel ist hierbei auch eine Analyse durch Rating-Formulare. Diese sollen dann auch als Grundlage für die Analyse weiterer Prozesse im Qualitätsmanagement der DGI dienen. Die DGI muss auch wieder die Ressource Mitglieder aktivieren.

Dazu soll unter anderem ein Experten-Netzwerk nach dem Vorbild der Yellow-Pages (knowledge-sharing) eingerichtet werden. Das Kompetenznetzwerk der Yellow-Pages soll Medienvertretern, Politikern und den Mitgliedern helfen, den geeigneten Ansprechpartner zu finden. Referenten für Tagungen und Podiumsdiskussionen können ebenfalls über das Netzwerk gebucht werden. Die Kosten werden von der DGI übernommen unter der Bedingung, dass die Referenten als DGI-Mitglieder auftreten. Dadurch erfährt die DGI eine Stärkung als Institution und gewinnt damit ein notwendiges Profil, um zuerst einmal als Lobbyinstitution zu gelten. In einem zweiten Schritt wäre dann das Ziel „Pressure Group“ in Angriff zu nehmen.¹ Um diese Ziele zu erreichen sollten sich die Tagungen der DGI stärker interdisziplinär orientieren und die Bereiche Wirtschaft und Politik noch stärker einbeziehen. Konkret wird auch ein Leitbild vorgeschlagen, in dem strategische und operative Ziele festgehalten werden. Die DGI soll ihre Präsenz in der Öffentlichkeit allgemein erhöhen und auch mal in einer Talkshow vertreten sein.

Die **AG DGI-Dienstleistungen** analysiert das breite Angebot der DGI und erarbeitet Empfehlungen für eine optimierte Clusterbildung, um dadurch mehr Trans-

parenz zu erzeugen und bildet damit einen wichtigen Baustein in der Positionierung. Um eine größere Bedienungs-freundlichkeit der Website der DGI zu erzeugen, erarbeitet die Gruppe eine neue Struktur und Konzepte, wie die DGI ihre Dienstleistungen ihren Partnern gegenüber kommunizieren kann. Dafür wurden ansprechende Flyer und Webseiten-Lay-outs entworfen.²

In der **AG Mitglieder/Kunden** geht es um das Kapital – im doppelten Sinne – das Kapital der DGI. Zum einen um die finanzielle Basis, zum anderen um die personellen Ressourcen. Darüber hinaus wird die AG auch noch Vorschläge für die (Rück-)Gewinnung von Mitgliedern erarbeiten. Dies geschieht mit Hilfe einer Zielgruppenanalyse der bestehenden Strukturen und Angebote. Auf dem Bibliothekartag in Erfurt wurden Interviews mit namhaften Persönlichkeiten aus der Informationsbranche und mit „young information professionals“ geführt, um einen Eindruck von der „öffentlichen“ Wahrnehmung der DGI zu erhalten.

Die **AG Newcomer/Berufsbilder** darf sozusagen als Heimspiel betrachtet werden. Diese AG erarbeitet eine Konzeption, wie die DGI sich besser beim Nachwuchs und den Zielgruppen, die bereits

¹ Für eine Einführung siehe Wolfgang Ratzek (Hrsg.): Lobbyarbeit für Information Professionals. Bad Honnef 2009.

² S.a. Elisabeth Simon; Wolfgang Ratzek (Hrsg.): Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung durch Informationsdienstleistungen. Das unterschätzte Potenzial von Bibliotheken. Berlin 2008.

erste berufliche Erfahrungen als Information Professionals sammeln konnten, präsentieren kann. Dabei geht es für die Y.I.P.s (Young Information Professionals) auch darum, Grenzen der einzelnen Berufssparten zu überwinden. Ein zentraler Aspekt ist dabei die Entwicklung einer Plattform für Bachelor- und Masterarbeiten. Hier sollen zukünftige Y.I.P.s ihre Projektvorschläge der Fachwelt präsentieren können, aber auch Tipps und Erfahrungsberichte von Absolventen und „alten Hasen“ sind willkommen. Neben den Synergieeffekten für alle Beteiligten des spartenübergreifenden Studierens geht es auch darum, die DGI wieder als aktive Partnerin in der jungen Fachwelt zu positionieren. Die Y.I.P.s sollen mit einer breiten Werbekampagne an die DGI gebunden und langfristig als Kunden gewonnen werden. Dabei werden Web 2.0, Guerilla-Marketing, virales Marketing und neue Techniken wie QR-Codes eine Rolle spielen. Durch eine spartenübergreifende Plattform sollen auch die Grenzen der einzelnen Berufsgruppen überwunden werden.

Die Studierenden präsentieren ihre Ergebnisse in dreifacher Weise: Am 13. Juli 2009 erfolgte die Schlusspräsentation und Abnahme des Projekts im Rahmen einer erweiterten Vorstandssitzung in der DGI-Geschäftsstelle in Frankfurt am Main. DGI-Präsident und die Vorstandsmitglieder zeigten sich von den Ergebnissen beeindruckt. Prof. Dr. Gradmann versicherte, dass sich die Vorschläge zum Teil mit den im Vorstand erörterten Konzepten decken und einige der Ergebnisse bereits kurzfristig umgesetzt werden würden. Dabei setze er auch auf die engagierte Mitwirkung der Studentinnen und Studenten, die im Gegenzug eine Jahresmitgliedschaft in der DGI geschenkt bekamen.



Abbildung 2: Präsentation in der DGI-Geschäftsstelle.
(Foto: Strein)

Im Rahmen der Frankfurter Buchmesse findet die Jahrestagung und Online-Tagung der DGI statt. Auf der DGI-Mitgliederversammlung und bei den Posterdiskussionen auf dem YIP-Day stellen die Studierenden ihre Ergebnisse ebenfalls vor.

Projektleiter Wolfgang Ratzek (HdM) schlägt mit

diesem Projekt auch einen neuen Weg ein. Neben seinem seit Jahren praktiziertem Ansatz des projektintegrierten Studierens kommt in diesem Projekt nun eine neue Qualität hinzu: Die Verbindung zwischen Bachelor- und Masterstudienangang. Mit dem Bachelorabsolventen und Masterstudierenden Ronald Kaiser kann gezeigt werden, wie beide Niveaus sinnvoll vernetzt werden können. Als studentischer Projektleiter obliegt es Ronald Kaiser unter anderem – in Absprache mit Wolfgang Ratzek – die Koordination der Arbeitsgruppen und Teamsitzungen zu leiten, die AGs zu beraten und die Schlusspräsentationen zu planen.

Ein wichtiger Punkt im theoretischen Fundament der Imagekampagne ist es, den Zuständigkeitsanspruch der Informatik für die Informationsbranche abzuwehren. Der Diskurs muss wieder dahin gehen, dass Informations- und Kommunikationstechnologie das menschliche Gehirn nicht ersetzen kann.

Da können auch die besten Programmierer nichts ändern. Ein Beispiel liefert die semantische Suchmaschine Wolfram Alpha. Auf die Frage, „What are you“ liefert sie die Antwort „I am a computational knowledge engine“. Auf die Frage „Why are you“: „Wolfram Alpha isn't sure what to do with your input“.

Hier soll die „Primitivisierung der Informationsrecherche“³ durch die Informatik ausgehebelt werden. Dies muss von der DGI postuliert und kommuniziert werden. Durch die Anwendung von Web 2.0-Techniken und der Einbindung der Studenten in die kreativen Prozesse, ist es vielleicht sogar möglich, das Spartendenken das bei vielen Information Professionals anzutreffen ist, zu überwinden, und die DGI wieder zu der Institution zu machen, die sie einmal war und wieder sein wird: Eine Interessenvertreterin mit Gewicht.

Philipp Maaß und Wolfgang Ratzek, Stuttgart

Wir straffen Verwaltungsabläufe



Die richtige Information zu jeder Zeit an jedem Ort - weltweit. Das spart Zeit und Geld, Mitarbeiter und Material. Das ist Verwaltungsmodernisierung. Unsere zertifizierte Software strukturiert, automatisiert und sichert langfristigen Zugriff.

Zum Beispiel mit:

DoRIS

Elektronische Akte und Ad hoc Workflow - von der Registratur bis zum Leistungsbereich
www.registratur.com

HPR

Effiziente Planung und Berechnung von Pensionsrückstellungen und Beihilfen
www.pensionsystem.de

RENTE

Kompakte Vorgangsbearbeitung in Zusatzversorgungskassen und Versorgungswerken
www.rente3.de

HAESSLER

www.haessler.com

HAESSLER Information GmbH

Mühlstraße 58 | 75328 Schömburg
07235 9709 0 | info@haessler.com

³ Vgl.: Fugmann, Robert: Informationstheorie: der Jahrhundertbluff. In: Information – Wissenschaft und Praxis 59(2008)3, S. 159-164.