

Mobile Wissensportale

Innovative Kommunikation mit dem Handy



Patrick Honecker

Über immer mehr Kanäle wird Kommunikation möglich und nötig. Die Interessen einzelner Zielgruppen verändern sich und damit auch die Nutzung unterschiedlicher Informationsquellen und Kommunikationstools. Die Hochschulen müssen künftig die Studierenden da abholen, wo sie sich aufhalten: im Internet, in den Web 2.0.-Communities und auf dem Handy. Es ist die richtige Zeit für mobile Wissensportale. Damit erreichen Sie die Studierenden überall und können ihre Kommunikation optimieren.

Gliederung	Seite
1. Die digitale Revolution ist noch nicht zu Ende	2
2. Campus Online-Strategien	3
3. Mobile Universitätsdienste in der Praxis	4
3.1 Universität zu Köln - Campus mobil	5
3.2 Universität Bielefeld – BIS to go	9

1. Die digitale Revolution ist noch nicht zu Ende

Statistisch gesehen besitzt inzwischen jeder Deutsche mehr als ein Mobiltelefon, genau gesagt 1,1 Geräte werden zum Telefonieren, SMSen und als mobile Computer verwendet. Der Branchenverband BITKOM hat bereits im Frühjahr 2008 verkündet, dass eine „historische Marke“ geknackt worden sei – über 100 Millionen Geräte seien in Deutschland angemeldet worden, und das bei ungebremstem Wachstum.

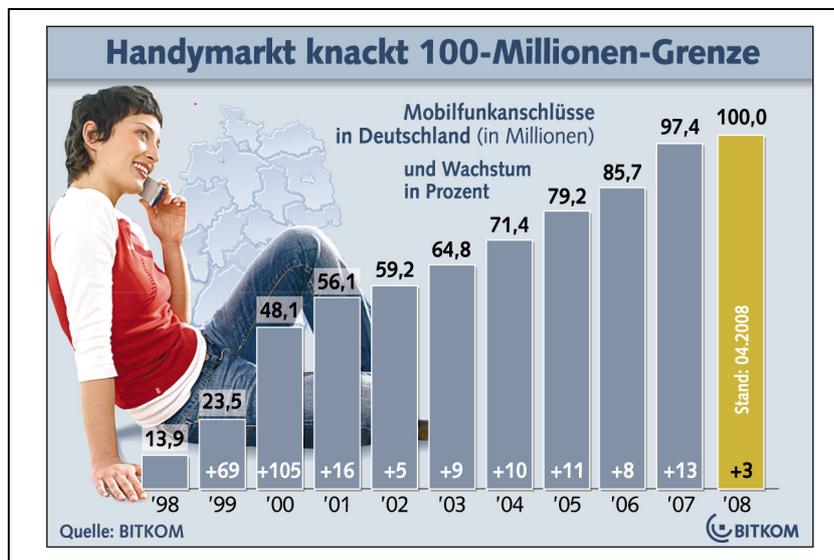


Abb. E 11.2-1 BITKOM-Grafik Handynutzer

Der Zugang zum mobilen Internet gewinnt dabei zunehmend an Bedeutung. Nach einer Analyse des Verbandes Deutscher Zeitungsverleger (VDZ) wird die Zahl der Handynutzer, die Zugang zum mobilen Internet haben, 2012 bei über 8 Millionen Menschen liegen.¹ Mobiles Internet (MI) wird definiert als Aufruf von Webseiten über den Browser des Endgerätes (Handy, BPDA, Palm, Blackberry etc.). Nicht zur mobilen Internetnutzung gehören SMS oder MMS, auch Softwareanwendungen auf den Mobiltelefonen gehören nicht zum MI, da sie in der Regel keine Web-Anbindung haben.

¹ Vgl. VDZ White Paper „Mobile Responsekanäle für Print“, September 2008. Weblink: [http://www.vdz.de/startseite_nachricht.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=58315&cHash=c12ed7bf22&type=98](http://www.vdz.de/startseite_nachricht.html?&tx_ttnews[tt_news]=58315&cHash=c12ed7bf22&type=98)

Veränderte Lebens- und Arbeitsgewohnheiten tragen zur steigenden Nachfrage bei. Vor allem die jüngeren Nutzer wollen Information und Unterhaltung immer abfragen, wann und wo es ihnen gefällt.

Nachrichten werden immer häufiger im Internet gelesen. Die zwanzig meistgenutzten Seiten wurden im ersten Quartal 2008 insgesamt 1,2 Milliarden Mal besucht, so eine BITKOM-Auswertung. Dies ist der höchste bisher erzielte Wert – im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ergibt sich ein Plus von 33 %. „Die enormen Wachstumsraten sind ein weiterer Beleg, dass der Medienmarkt sich in einem radikalen Umbruch befindet. Dennoch ist in Deutschland das Potenzial für Online-Medien noch bei weitem nicht ausgeschöpft“, sagt BITKOM-Vizepräsident Achim Berg.²

Netz-News immer beliebter

Viele Studierende nutzen als Informations- und Kommunikationsmedium ausschließlich das Internet. Sie lesen Nachrichten in den Portalen überregional oder regional tätiger Verlage, sie tauschen sich aus über sogenannte soziale Netzwerke wie XING oder die Lokalisten und sie geben selber Input in Web 2.0-Verknüpfungen wie Wikipedia oder Weblogs. Wenn Studierende, aktive oder künftige, die Hauptzielgruppe von Hochschulen sind, dann muss man sich in die von ihnen genutzten medialen Kanäle begeben.

2. Campus Online-Strategien

Glaut man dem größten Software-Produzenten der Welt, der US-amerikanischen Firma Microsoft, dann sind deutsche Universitäten Entwicklungsgebiete hinsichtlich ihrer Online-Aktivitäten. Eine im Auftrag des Konzerns durchgeführte TNS-Infratest Studie³ stellt den Hochschulen schlechte Noten aus:

- Es mangelt an attraktiven Dienste und Anwendungen, die die universitären Prozesse unterstützen und damit den Studenten das Lernen leichter machen.
- 57 % der befragten Studenten gaben an, dass es an ihrer Universität ein institutsbezogenes oder zentrales Internetportal gibt. Fast 90 % der Studenten bewerten dieses teilweise oder vollständig als nützlich. Trotzdem wird das Portal von mehr als der Hälfte der Studenten nie, selten oder nur gelegentlich genutzt.

Studierende wollen mehr Online-Aktivitäten

² Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V., Informationen Multimedia, http://www.bdzv.de/information_multimed+M5066825c8d8.html

³ TNS Infratest, Schlechte Noten für IT an deutschen Universitäten, Unterschleißheim 12.4.2007, Weblink: <http://www.microsoft.com/germany/presseservice/detail.aspx?id=531887>

Information zum Autor:

Dr. **Patrick Honecker** (gepr. Sprechwissenschaftler DGSS) leitet die Stabsstelle Presse und Kommunikation der Universität zu Köln. Er ist Vorstandsmitglied von Pro Wissenschaft, einem Verein zur Förderung des Dialogs zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit.

Der gelernte Rundfunkjournalist hat Germanistik, Geschichte und Sprachwissenschaften in Bonn, Aachen und Trier studiert. Bisherige berufliche Stationen waren u. a. der Südwestrundfunk, die Wissenschaftsredaktion des Deutschlandfunks und im Bereich der Politik-Kommunikation eine Tätigkeit für die Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung. Zu seinen Arbeitsschwerpunkten gehören Trainings und Coaching im Bereich der Wissenschaftskommunikation und strategische Kommunikationsberatung für Forschungseinrichtungen.