

Frederik Borkenhagen
Deutsche Vereinigung für Sportwissenschaft, Hamburg
<dvs.hamburg@t-online.de>

Aktuelle Entwicklungen in der Sportwissenschaft

Die hochschul- und wissenschaftspolitischen Entwicklungen der jüngsten Zeit haben auch in der deutschen Sportwissenschaft ihre Spuren hinterlassen. Es gelangen verstärkt Themen in die Fachdiskussion, die weniger Inhalte der Sportwissenschaft (bzw. ihrer Teildisziplinen) als vielmehr die Rahmenbedingungen sportwissenschaftlicher Arbeit an den Universitäten und Hochschulen betreffen.

Einige dieser Themen, denen sich auch die dvs als die Fachgesellschaft der Sportwissenschaft angenommen hat, sollen im Beitrag vorgestellt und die sich stellenden Aufgaben beschrieben werden. Angesprochen werden die Bereiche:

- Berufsethik
- Nachwuchsförderung
- Strukturentwicklung
- Studiengänge
- Forschungsförderung
- Neue Medien
- Publikationswesen
- Sportwissenschaftliche Beratung

Die abschließende Analyse zeigt den notwendigen Koordinierungsbedarf verschiedener Aktivitäten auf, führt aber auch zu dem Ergebnis, dass die derzeit im Fach arbeitenden Gremien und Institutionen diesen nur teilweise befriedigen können. Es ist daher angezeigt, bestehende Strukturen zu überdenken und z.T. neu auszurichten.

Prof. Dr. Jürgen Krug
Universität Leipzig, Sportwissenschaftliche Fakultät
<krug@rz.uni-leipzig.de>

Aktuelle Tendenzen der Bewegungs- und Trainingswissenschaft und einige Ableitungen für die Literatur-, Informations- und Dokumentationstätigkeit

An den etwa 70 Sportinstituten in Deutschland existieren mehr als 30 Lehrstühle mit bewegungs- und trainingswissenschaftlicher Ausrichtung. Ähnliche universitäre Strukturen gibt es auch in Österreich und in der Schweiz. Darüber hinaus haben auch das IAT und die Olympiastützpunkte bewegungs- und trainingswissenschaftlich ausgerichtetes Fachpersonal. Diese gesamte Personengruppe hat einen spezifischen Bedarf an Literatur und Informations- und Dokumentationsprodukten. Einige Entwicklungen sollen als objektive Tendenzen und weitere Standpunkte aus mehr oder weniger subjektiver Sicht herausgearbeitet werden.

Die Bewegungs- und Trainingswissenschaft untergliedert sich mindestens in die Gebiete Biomechanik, Sportmotorik und Trainingswissenschaft. Diese klassischen Gebiete werden bei aktuellen Ausschreibungen von Professorenstellen mit weiteren Anforderungen untersetzt (z. B. mit dem Schwerpunkt Gesundheitssport, mit dem Schwerpunkt Prävention). Insofern haben wir es weniger mit Ausdifferenzierungen als mit vielmehr mit komplexeren Gebieten zu tun.

International gibt es unter dem Begriff Biomechanics fast alle Gebiete der Bewegungs- und Trainingswissenschaft. Während mit Sport Kinetics noch eine entsprechende Organisation in Osteuropa besteht, die mit unserer Sportmotorik zu vergleichen ist, fehlt eine adäquate Organisationsstruktur für die Trainingswissenschaft. Allein mit dem Begriff gibt es schon Verständigungsschwierigkeiten. Training Methodology oder Training Theory kommen im Verständnis der Sache noch am nächsten.

Für die Sportmotorik und Trainingswissenschaft fehlen entsprechende Mutterdisziplinen. Dies erschwert auf der einen Seite die Integrationsfähigkeit an den Universitäten, andererseits müsste sich der Bedarf an Fachliteratur benachbarter Disziplinen wie Medizin, Psychologie und Erziehungswissenschaft erhöhen.

Bewegungs- und Trainingswissenschaft ist an allen universitären sportwissenschaftlichen Einrichtungen Bestandteil des Grund- und Hauptstudiums. Nach meinen persönlichen Erfahrungen hat sich die Literaturarbeit der Studierenden stark verändert. Nicht nur, dass sich die Anfragen an den Professor per e-mail drastisch erhöht haben, das Internet ist die dominierende Welt auch des Sportstudenten. Möglichst alles per Internet organisieren ist nicht nur die Devise an den virtuellen Universitäten. Ohne die traditionelle Literaturarbeit aufzugeben haben wir uns mit dieser Entwicklung noch mehr auseinander zu setzen. Neben der Präsenzlehre wird e-Learning unsere Studienwelt weiter beeinflussen. Damit dringen die neuen Medien immer stärker in das Studium der Sportwissenschaft ein. Bewegungs- und Trainingswissenschaft wird dabei ganz weit vorn stehen. Seit zwei Jahren arbeiten 10 Universitäten an einem e-Learning Programm für das Grundstudium in der Bewegungs- und Trainingswissenschaft.

Universitäten befinden sich wie viele andere gesellschaftliche Bereiche in einem Umbruch. Wir werden sowohl in der Lehre als auch auf dem Gebiet von Literatur, Information und Dokumentation mit weniger Personal auskommen müssen. Hinzu kommt für einige von uns ein weiterer Wandel unserer Arbeitstätigkeit selbst. Selbstverständlich werden unsere Spezialgebiete bleiben, vielleicht rücken aber in den nächsten Jahren unser Fachgebiet und Literaturarbeit noch näher zusammen? Wie soll sonst die steigende Flut an Literatur, Information und Dokumentation mit immer weniger finanziellen Mitteln bewältigt werden?

Prof. Dr. Andrea Nikolaizig
Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur, Leipzig
<nikolaiz@bum.htwk-leipzig.de>

Marketing für wissenschaftliche Bibliotheken – Sinn oder Unsinn?

Marketing ist ein Managementkonzept zur Sicherung des Unternehmenserfolges. Der Weg zum Ziel ist das Marketingkonzept. Ein Marketingzyklus besteht im Wesentlichen aus den Phasen: Bestimmung des Unternehmensziels (Leitbild), Marktanalyse, Definition der Zielgruppen (Segmentation), Bestimmung der Marketingziele, Bestimmung der Marketinginstrumente, Erfolgskontrolle. Erfolgreiches Handeln wird durch die differenzierte Kenntnis der Märkte, insbesondere des Absatzmarktes, bestimmt. Die mittels Segmentation gewonnenen Zielgruppen werden mit den Marketinginstrumenten Angebotspolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik und Gegenleistungsgestaltung bearbeitet. Im Fokus aller Bemühungen stehen gleichberechtigt Decken von Nachfrage und Wecken von Nachfrage. Marketing ist eine Unternehmensstrategie, die es erlaubt, Ressourcen effizient und effektiv einzusetzen und auf den Kunden zugeschnittene Leistungen zu erbringen. Insofern Bibliotheken und Informationseinrichtungen diese Ziele verfolgen, beantwortet sich die Frage nach Sinn oder Unsinn von Marketing. Die Kontroverse hebt sich auf, wenn man Leistungen einer wissenschaftlichen Bibliothek unabhängig von Größe, Unterstellungsverhältnis oder Trägerschaft als Dienstleistung begreift, die proaktiv und kundennah produziert werden sollte. Das Marketingkonzept ist auch eine Lösungsstrategie für den gezielten Weg durch den Informationsdschungel sowie zur Akzeptanzerhöhung in der eigenen Institution.

Dr. Jürgen Schiffer
Zentralbibliothek der Sportwissenschaften, Köln
<j.schiffer@dshs-koeln.de>

Bibliografien als Mehrwertprodukte

Nicht jede aus einer Literaturdatenbank erstellte Fachbibliografie stellt bereits per se einen echten Mehrwert dar. Hierfür sind vielmehr bestimmte Bedingungen erforderlich, die eine Bibliografie erfüllen muss. Einige dieser Bedingungen sind:

1. Die Bibliografie sollte mehr Literaturdokumente zu dem gewählten Thema enthalten als jede einzelne zunächst zu ihrer Groberstellung herangezogene Datenbank (quantitativer Mehrwert).
2. Die aus Literaturdatenbanken entnommenen Daten müssen für die Bibliografie einer so genannten strukturellen Transformation unterzogen werden.
3. Abstracts müssen unter Berücksichtigung der speziellen thematischen Ausrichtung der betreffenden Bibliografie zum Teil neu erstellt werden, oder es werden bereits vorliegende Abstracts der Themenstellung der Bibliografie entsprechend akzentuiert.
4. Eine Bibliografie sollte nicht nur annotiert, sondern auch kommentiert sein.

Denkbar ist weiterhin die Ergänzung bloßer Literaturdaten durch Forschungsprojektdaten, Daten zu audiovisuellen Medien etc. und damit Ausbau der Bibliografie zu einem sog. Dossier. Die einer Bibliografie zugrundeliegende Literaturdatenbank kann ihrerseits von einer Bibliografie profitieren, wenn die im Prozess der Bibliografieerstellung zusätzlich aufgenommenen Datensätze in sie zurückfließen. Das heißt, auch die als Primärquelle Quelle dienende Literaturdatenbank wird durch den in gewissen zeitlichen Abständen wiederholbaren Prozess der Bibliografieerstellung für ihre Nutzer immer wertvoller.

Werner Kloock
Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Bonn
<werner.kloock@bisp.de>

www.bisp-datenbanken.de:
Die Online-Datenbanken des Bundesinstituts für Sportwissenschaft

Im September 2000 wurde von der Bundesregierung die Initiative „eGovernment BundOnline 2005“ mit dem Ziel gestartet, alle internetfähigen Dienstleistungen der Bundesverwaltung bis zum Jahr 2005 online bereit zu stellen. Das BISP konnte im Rahmen der Entwicklung eines zentralen Informationsforums der Sportwissenschaft (SPORTIF) diesen Auftrag hinsichtlich seiner Datenbanken SPOLIT (sportwissenschaftliche Literatur), SPOFOR (sportwissenschaftliche Forschungsprojekte aus dem deutschsprachigen Raum) und SPOMEDIA (deutschsprachige sportwissenschaftliche Medien) bereits frühzeitig realisieren: seit Ende 2002 stehen in einer Pilotphase rund 60.000 Nachweise der Öffentlichkeit zur Verfügung.

Um die Datenbestände internetfähig zu machen, waren umfassende Vorarbeiten notwendig: so u.a. die Bearbeitung des Altdatenbestandes in der Weise, dass mit den üblichen Browsern recherchiert werden kann; oder die Strukturierung der drei Datenbanken dahingehend, dass darin eine übergreifende Suche mit einer Abfrage möglich ist. Nicht zuletzt war eine neue Erfassungsplattform (u.a. mit mehr Kontrollmechanismen und Prüfroutinen bei der Dateneingabe) oder für die Recherche die Anpassung der Such- und Ausgabefelder zu realisieren. Es kann jetzt mit einer „Standard-Suche“ (datenbankübergreifend) sowie der „Profi-Suche“ (vielfältige Suchstrategien in den einzelnen Datenbanken) u.a. mit verschiedenen Exportmöglichkeiten (Dokumentenausgabe) gesucht werden.

Während SPOFOR und SPOMEDIA mit dem Gesamtbestand recherchierbar sind, wurde für SPOLIT zunächst der Datenbestand ab dem Produktionsjahr 1995 für die Internetsuche bereitgestellt. Mit der Ausgabe 2001 der CD-ROM „Sportwissenschaft“ erschien die vorerst letzte Ausgabe der jährlich erschienenen Offline-Version mit dem Gesamtbestand seit 1974, die nach wie vor beim Czwalina Verlag erhältlich ist.

Die Pilotphase bietet nunmehr den Vorteil, die Datenbanken im „Echtbetrieb“ zu nutzen und dabei die Qualität verbessernde Rückmeldungen für die Weiterentwicklung einbringen zu können.