



**Positionspapier der
Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und
Informationspraxis e.V. (DG)**

„Information und Wissen in globalen Netzen nutzbar machen“

Grundsätzliches zu Situation, Aufgaben und Zukunft
der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und In-
formationspraxis e.V. (Teil A)

sowie

Maßnahmen zur Umsetzung der gesteckten Ziele (Teil B)

Vorgelegt vom Vorstand der DGI
im August 2010 zur Verabschiedung durch
die Mitgliederversammlung am 8. Oktober 2010

Inhaltsverzeichnis

A	Grundsätzliches zu Situation, Aufgaben und Zukunft	3
A 1	Der Kontext	3
A 1.1	Informations- und Wissensarchitektur im WWW	3
A 1.2	Die Stellung der Information Professionals	4
A 1.3	Markt und Politik	4
A 1.4	Langzeitverfügbarkeit.....	5
A 2	Situation, Rolle und Aufgaben der DGI	6
A 3	Methoden der Organisation von Information und Wissen	8
A 3.1	Automatische Strukturierung und 'Auszeichnung' von Informationsobjekten ...	8
A 3.2	Inhaltserschließung, Abstracting	8
A 3.2.1	Intellektuelle Verfahren	8
A 3.2.2	Automatisierte Verfahren der Inhaltsextraktion	8
A 3.3	Kontextualisierung und Wissensorganisation.....	9
A 3.3.1	Traditionelle 'Knowledge Organisation Systems' (KOS)	9
A 3.3.2	Automatisierte Verfahren	9
A 3.4	Informationsaufbereitung und -aggregation	9
A 3.5	Marketing von Informationsprodukten.....	9
	Hier wird auf das Marketing aller in diesem Kapitel genannten Informationsprodukte abgestellt.	9
A 4	Eine Vision für die DGI.....	9
B	Maßnahmen zur Umsetzung der gesteckten Ziele	10
B 1	Experten verschiedener Branchen für die DGI-Arbeit gewinnen.....	10
B 2	Netzwerke bilden.....	10
B 3	Nationale und internationale Kooperationen entwickeln.....	11
B 4	Fachgruppen aktivieren und neu gründen.....	11
B 5	Erfahrungsaustausch organisieren.....	11
B 6	Regionale Arbeitskreise (Regionalverbände) aktivieren.....	11
B 7	Publikationswesen weiter ausbauen	12
B 8	Jahrestagung zum großen Fachkongress entwickeln	12
B 9	Weiterentwicklung der Berufsbilder und Konzepte für die Ausbildung	13
B 10	Weiterbildung durch Seminarangebote	13
B 11	PR-Arbeit und Political Marketing.....	13
B 12	Reform der DGI-Satzung	13
B 13	Die DGI entwickelt sich zur exzellenten Fachgesellschaft	13
B 13.1	Vorteile einer Mitgliedschaft in der DGI	13
B 13.2	Die DGI wird für die Fachöffentlichkeit interessant	14

A Grundsätzliches zu Situation, Aufgaben und Zukunft

A 1 Der Kontext

Die Rede von der Informations- und Wissensgesellschaft ist sinnvoller denn je – wenn auch mit gegenüber den 1990er Jahren massiv veränderten begrifflichen Vorzeichen. Seit damals haben das Internet und insbesondere die Informationsarchitektur des WWW die Rahmenbedingungen für den Umgang mit Information und Wissen in einem Ausmaß verändert, das zum Zeitpunkt der Erstellung des letzten Positionspapiers der DGD (1997) kaum vorstellbar war. Information – im Sinne von in Mustern organisierten Daten – und Wissen – als Information im Kontext – sind heute in einem ungeahnten Ausmaß mit dem technischen Paradigma des WWW verbunden. Diese Entwicklung wird im Folgenden bezogen auf ‘Information’ und ‘Wissen’ theseartig verdeutlicht (wobei die eigentliche These jeweils kursiv gesetzt ist):

A 1.1 Informations- und Wissensarchitektur im WWW

1. *Akkumulation von Informationen ist unter den Bedingungen des WWW kein Wert an sich mehr. War in der Vergangenheit die schiere Zugänglichkeit von Information über zudem schwache Vernetzungskanäle eines der Hauptprobleme, so ist es heute ein Leichtes, Informationen mit wenigen Mausklicks beliebig zu akkumulieren. Dies wird sogar zunehmend selbst zu einem Problem: Die beliebige Akkumulierbarkeit von Information allein erzeugt oftmals Zustände, die durch ein Zuviel an Information problematisch und häufig als eine Art weißes Rauschen empfunden werden.*
2. *Prozesse der Auswahl, Komplexitätsreduzierung und Aufbereitung gewinnen dementsprechend erheblich an Bedeutung.*
3. *Diese Prozesse können nur bis zu einem gewissen Grade von fortgeschrittenen technischen Verfahren der semantischen und linguistischen Verarbeitung unterstützt werden.*
4. *Ohne entsprechende intellektuelle Fähigkeiten und Ressourcen ist der Informations-Wärmegrad im Sinne der höchstmöglichen Entropie und des Verschwindens des Unterschieds zwischen relevanter und irrelevanter Information die Folge!*
5. *Hinsichtlich der Informationsangebote nimmt das relative Gewicht geschlossener, als Daten- und Anwendungssilos konzipierter Informationsräume (wie etwa der Bibliotheks-OPACs) stark ab im Verhältnis zur zunehmenden Dominanz technisch offener und zumindest in den elementar tragenden Schichten zunehmend generischer und durchlässiger Informationsarchitekturen. Ein Beispiel für eine solche offene Informationsarchitektur ist die ‘linked data’-Anwendung DBpedia, die strukturierte Informationen aus Wikipedia extrahiert und Web-Anwendungen zugänglich macht und es darüber hinaus ermöglicht, diese Daten mit Informationen aus anderen Web-Anwendungen zu verbinden. Gerade auch vor dem Hintergrund dieser Entwicklung werden weiterhin Fachleute benötigt, die Verfahren für die Qualitätssicherung in offenen wie in geschlossenen Informationsarchitekturen konzipieren und umsetzen können.*

6. *Meta-Informationendienste* (wie etwa Suchmaschinen und avancierte Metadatenkonzepte wie etwa Linked Data) gewinnen rasant an Bedeutung und werden zu Schlüsseltechnologien.
7. Die effektive Benutzung der Suchmaschinentechnologie erfordert nicht weniger, sondern sogar noch zusätzliche Informationskompetenz, wenn Informationsüberfluß, Informationsdefizite und Informationsunsicherheit vermieden werden sollen.
8. Aktive Information ist heute Netzinformation in einem doppelten Sinne: im Netz verfügbar und vernetzt organisiert.
9. Der Begriff 'Online' hat seine Aura des Besonderen inzwischen völlig verloren und die massenhaft verfügbare breitbandige Vernetzung ist mit einer ganz neuen Qualität der Kommunikation verbunden. Offline-Trägermedien spielen demgegenüber zunehmend nur noch eine Rolle im Bereich der Konservierung von Daten und Information.

A 1.2 Die Stellung der Information Professionals

10. *Durch die zunehmend ungebremsten Informations-Akkumulationsmöglichkeiten im Netz werden Informationsspezialisten sogar in zunehmenden Maße benötigt, um aus diffusen Informationsmengen Qualitätsinformation zu generieren, diese zusammen mit Kontextinformationen zu Wissen zu aggregieren und dieses für Fach-Zielgruppen aufzubereiten sowie den Informationsballast zu reduzieren.* Diese Tatsache wird von Entscheidern in Industrie, Verwaltung und Wissenschaft meist noch verkannt und es wird einzig auf die leichte Akkumulierbarkeit von Information im WWW abgestellt: Die Folge sind eine kontrainduzierte dramatische personelle ('Aderlaß') und strukturelle Kapazitätsreduktion der Informations-Vermittlungsstellen (IVS) im öffentlichen wie auch im privatwirtschaftlichen Sektor.
11. *Die mangelnde Einsicht in den in These 10 benannten Sachverhalt hat zu einem massiven berufsständischen Profilverlust der in der DGI organisierten Information Professionals geführt.*
12. *Die Szene der Information Professionals ist zersplittert und trotz der dringenden Gestaltungsbedürftigkeit dieses Bereichs politisch nicht sichtbar.* Neben der DGI existieren weitere thematisch-inhaltlich benachbarte Fachgesellschaften und -verbände, die jedoch nicht gemeinsam agieren und somit auch als Gruppe nicht von außen wahrgenommen werden (können).
13. *Zu den bisherigen Aufgaben und Kompetenzen von Information Professionals (zielgerichtete Aufbereitung und Vermittlung von Information) treten nun zunehmend methodische und technische Fertigkeiten zur Generierung und Organisation neuen Wissens.*

A 1.3 Markt und Politik

14. *Ein Informationsmarkt unter den Bedingungen des WWW kann nicht einfach analog zu traditionellen Warenmärkten begriffen werden.* Die in den 1990er Jahren gerne strapazierte politische Formel vom "Rohstoff Information" etwa verkannte völlig die

Tatsache, dass Information – anders als klassische Rohstoffe und Industriegüter – im Gebrauch eben nicht *verbraucht*, sondern im Gegenteil möglicherweise sogar noch aufgewertet wird! Dementsprechend musste eine Förderpolitik scheitern, die versuchte, Informationsmärkte einschließlich entsprechender Bepreisungs- und Verknappungsszenarien zu implementieren und auf Dauer zu stellen.

15. *Die ökonomische Grundfigur ist zunehmend nicht mehr ausschließlich der Verkauf von Information bzw. des Zugangs zu ihr, sondern immer mehr die Vermarktung von Dienstleistungen und Produkten, die einen sinnvollen Umgang mit großen Informationsmengen ermöglichen, welche selbst frei zugänglich sein können.* In diesem Zusammenhang stehen die seitens der Wissenschaft zunehmend erhobene Forderung nach Open Access für wissenschaftliche Publikationen und Open Data für (staatliche) Datensammlungen sowie die damit verbundenen Konsequenzen.
16. *Der Umgang und das Geschäft mit Information findet heute fast völlig im WWW und zu den informationstechnischen und -ökonomischen Bedingungen des WWW statt.* Dies geht allerdings einher mit der Folge massiver Unsicherheit und Irritation angesichts der Schwierigkeit, Rechtsnormen, die ihre gedanklichen Wurzeln in der Informationswelt vor dem WWW haben, in diesem neuen Umfeld effektiv durchsetzbar zu machen.
17. *Der Umgang mit Information und Wissen ist unter den Bedingungen des weltumspannenden Netzes ein globales Geschäft. Ihn im Rahmen nationaler Politik und Rechtsprechung abschließend regulieren zu wollen, erweist sich zunehmend als illusorisch.*
18. *Fachinformationspolitik ist immer weniger in einem rein oder auch nur vorwiegend nationalstaatlich gedachten Rahmen gestaltbar – wir brauchen vielmehr eine konzertierte Politik des Bundes und der Länder, welche die erfolgreich implementierten Informationseinrichtungen für die Zukunft erhält sowie Neugründungen und -entwicklungen fördert und in transnationale, primär europäisch gestaltete Netzwerke einbringt.*

A1.4 Langzeitverfügbarkeit

19. *Die massenhafte Digitalisierung von Informationsobjekten ist mit neuen Anforderungen an die Qualität der Aufbewahrung verbunden.*
20. *Wir wissen bislang wenig bis nichts darüber, welche Maßnahmen eigentlich erforderlich sind, um die wissenskonstitutiven Elemente der neuen Informationsarchitekturen im WWW wie auch der nun entstehenden sogenannten 'Digitalen Bibliotheken' dauerhaft verfügbar und nutzbar zu halten.*

Diese 20 Thesen machen deutlich, welches Ausmaß die Umbrüche annehmen bzw. bereits angenommen haben, die mit der zunehmend paradigmengestaltenden Dominanz des WWW einhergehen.

Diese Umbrüche und die daraus resultierenden Herausforderungen wiederum betreffen die 'traditionellen' Berufsgruppen der Informationsbranche in ganz unterschiedlicher Weise:

- Bibliothekaren kommen angesichts der zunehmenden Virtualisierung und Netzbasiertheit von Informationsobjekten und angesichts des Verschwindens physisch fassbarer Trägermedien identitätskonstitutive Konzepte wie 'Katalog' oder 'Bestand' zunehmend abhanden, die unter den veränderten Bedingungen nur mehr wenig Sinn machen (wie auch der Begriff der 'Digitalen Bibliothek').
- Für Informatiker stellt die Umbruchssituation eine große Chance dar, ist doch unter den veränderten Umständen ihr Kernwissen zur Konzeption und technischen Realisierung zukunftsfähiger Informationsarchitekturen dringend gefragt.
- Die in der DGI zusammengeschlossenen Information Professionals schließlich erleben diesen Umbruch primär als existentielle Bedrohung, denn er ist für sie in erster Linie mit Profilverlust und dem Wegfall von Aufträgen und Arbeitsplätzen verbunden – und das, solange man gedanklich der alten Welt verhaftet bleibt. Sobald jedoch eine gedankliche Loslösung erfolgt ist, werden die enormen Chancen erkennbar, die für die Information Professionals in dieser Entwicklung verborgen liegen.

A 2 Situation, Rolle und Aufgaben der DGI

Die DGI muss sich diesen Umbrüchen und Herausforderungen in ihrem ureigenen Gestaltungsfeld – dem Umgang mit Information und Wissen in globalen Netzen unter den Bedingungen des WWW – ernsthaft stellen, wenn sie in Zukunft wieder als führende Fachgesellschaft mit Gestaltungskompetenz und –anspruch wahrgenommen werden will – und zwar gerade auch im durchaus weiter gestaltungsbedürftigen Umfeld des WWW! Dies ist in den vergangenen Jahren nicht oder nur sehr ungenügend geschehen – die Folge war eine schwierige Situation der Gesellschaft. Dabei muss das Profil der DGI, gerade auch im Vergleich mit anderen Gruppierungen, deutlich geschärft werden.

Zu nennen sind hier insbesondere die Bibliothekare und die Informatiker: Was die DGI im spezifischen Sinne von diesen beiden Gruppierungen unterscheidet ist in den letzten Jahren nicht mehr hinreichend deutlich geworden, obwohl der Unterschied klar kommunizierbar wäre! Von der Informatik unterscheiden wir uns generell insofern, als die Informatiker technische Architekturen und Softwarelösungen konzipieren und entwickeln - wir hingegen wenden diese auf gegebene Mengen von Daten / Informationen an. Und auch die Bibliothekare sind nicht eigentlich am Inhaltsaspekt von 'Information' interessiert, sondern viel eher am 'Informationscontainer', mit dem sie zudem immer noch im Sinne eines Bibliotheks-'Bestandes' umgehen. Diese spezifische Differenz wieder stärker zu artikulieren ist Voraussetzung gerade auch für zukünftige Szenarien der Kooperation zwischen Informationswissenschaftlern und –praktikern auf der einen, mit Bibliothekaren und Informatikern auf der anderen Seite.

Die konkreten Schritte und Maßnahmen, die zu der vor diesem Hintergrund dringend erforderlichen Neupositionierung der DGI führen (können), benennt Teil B dieses Papiers. Für diese Umsetzungsstrategie und Neudefinition der Aufgaben der DGI sollten jedoch die folgenden Grundsatzüberlegungen maßgeblich sein.

Die oben geschilderte Umbruchssituation erfordert nämlich eine grundlegend veränderte Sicht der im Grunde unveränderten Aufgabenstellung für Information Professionals: An die Stelle des Akkumulierens und Zugänglichmachens von Information tritt nun als Primärziel

die urdokumentarische Fähigkeit, Information – nun aber mit den Mitteln und unter den Bedingungen des WWW – sinnvoll

- zu ordnen,
- zu strukturieren,
- zu selektieren,
- zu neuen Einheiten zu aggregieren und aufzubereiten
- und diese inhaltlich so zu erschließen bzw. mit Kontextbeziehungen zu versehen, dass daraus Wissen entstehen kann.

Wenn dieses Primärziel verinnerlicht wird, kann die Umbruchsituation für die DGI und ihre Information Professionals durchaus zur Chance werden; und zwar dann, wenn es ihnen gelingt, sich in zweierlei Hinsicht überzeugend neu zu positionieren:

als die Sachwalter und Vermittler von **Informationskompetenz** als Schlüsselqualifikation in der modernen Informationsgesellschaft und als notwendiger Prozess des lebenslangen Lernens – in Bildung, Beruf und Gesellschaft;

als Sachwalter und Vermittler von Techniken und Methoden der **semantischen Kontextualisierung von Information**, mittels derer aus Information Wissen entstehen kann – und mithin als 'Information and Knowledge Professionals'.

Hinzu kommen aber noch drei weitere strategische Elemente:

Erforderlich ist eine konsequente **Internationalisierung** der Verbandsarbeit. Technische und inhaltliche Gestaltungsarbeit auf nationaler Ebene ist unter den Bedingungen globaler Vernetzung zunehmend unmöglich bzw. ineffektiv. Hinzu kommt die Notwendigkeit, der DGI neue Einnahmequellen zu erschließen – und wenn wir hierbei an drittmittelgeförderte Projekte denken, so gerät vorzugsweise Europa ins Visier, denn der Schwerpunkt der Drittmittelförderung von informations- und wissensbezogenen Aktivitäten hat sich in den vergangenen Jahren zunehmend von den Einzelstaaten weg in Richtung der EU-Kommission verschoben. Eine intensive europäische Vernetzung muss also ein strategisches Ziel für die DGI sein, und dies auch mit Blick auf gemeinsam mit europäischen Partnern einzuwerbende Drittmittel. Zugleich macht eine gute Kooperation mit global agierenden Verbänden die DGI auch international präsent.

Die DGI muss für den **Nachwuchs** in Informationswissenschaft und Informationspraxis wieder sichtbar und attraktiv gemacht werden. Dabei kann ein Profil als Vermittler und Aggregator von Kompetenz von großer Bedeutung sein (s. Teil B) – ebenso aber kann es nützlich sein, ein Profil als berufsständischer Interessenverband aufzubauen, und dies trotz der bekannten Unmöglichkeit, die DGI angesichts der heterogenen Interessenlage ihrer Mitglieder als Lobbyorganisation aufzustellen. Auch ist es hier entscheidend, die Nachwuchsmitglieder inhaltlich und organisatorisch (z.B. über Mentorenprogramme) stärker in die Verbandsarbeit einzubinden.

- Hinzu kommt als neuartige, gerade erst ansatzweise begriffene Herausforderung die Notwendigkeit, verteilte digitale Informationen und Informationsgeflechte mit- samt wissenskonstitutivem Kontext **über längere Zeiträume verfügbar und be-**

nutzbar zu halten. Diese neuartige Herausforderung sollten Information Professionals, Bibliothekare und Informatiker gemeinsam angehen, weil sie für die Lösung der hier anstehenden, zum Teil noch gar nicht wirklich bekannten und begriffenen, Probleme sehr unterschiedliche komplementäre Kompetenzen einbringen können. Der spezifische Beitrag der DGI sollte dabei auf dem Gebiet des **'Enterprise Content Management'** und des **'Records Management'** liegen: Eine Positionierung in diesem Bereich entspricht den Anforderungen unserer Mitglieder aus dem Bereich der Privatwirtschaft ebenso wie derjenigen aus dem öffentlichen (Archiv-)Sektor. Dabei sollte unser Hauptaugenmerk auf den Bereichen 'Management von Informationsrisiken', 'Compliance' und 'Chancen für die Unternehmens- und Institutionenentwicklung' liegen.

Das nachstehende Kapitel handelt von den Fähigkeiten und Methoden, in denen die DGI als die hochkompetente und in Deutschland führende Fachgesellschaft der Information Professionals wahrgenommen werden muss, soll diese doppelte Neupositionierung gelingen. Eine elementare Vorbedingung für diese Neupositionierung wiederum ist die in Teil B thematisierte Neubegründung der inhaltlichen Arbeit als Hauptaufgabe der DGI. Hinzu tritt eine grundlegende Neufassung der Vereinssatzung.

A 3 Methoden der Organisation von Information und Wissen

Nachfolgend findet sich eine knappe Zusammenstellung der Fähigkeiten und Methoden, in denen die DGI als **die** kompetente und in Deutschland führende Fachgesellschaft wahrgenommen werden muss, wenn sie sich inhaltlich erfolgreich neu positionieren will. Allgemein ist hier von 'Informationsobjekten' die Rede, denn die alleinige Konzentration auf Textobjekte ist in einem zunehmend multimedial verfassten Informationsumfeld sicher nicht ausreichend. Alternativ könnte von 'Digitalen Dokumenten' gesprochen werden, wenn nicht die Fassung dieses Begriffes im momentanen Forschungsstand besonders schwierig und teilweise kontrovers wäre.

A 3.1 Automatische Strukturierung und 'Auszeichnung' von Informationsobjekten

Es handelt sich um Techniken zur Strukturerkennung (DSR, Document Structure Recognition) und Strukturauszeichnung (Tagging) in komplexen digitalen Informationsobjekten, mit dem Ziel, automatisiert Annahmen über die Binnenstruktur solcher Objekte zu erzeugen oder erzeugbar zu machen.

A 3.2 Inhaltserschließung, Abstracting

A 3.2.1 Intellektuelle Verfahren

Gemeint ist das bekannte, traditionelle Erstellen von inhaltlichen Zusammenfassungen durch Fachleute für Fachleute des jeweiligen Wissensgebietes.

A 3.2.2 Automatisierte Verfahren der Inhaltsextraktion

Diese Verfahren sind das meist computerlinguistisch basierte Gegenstück zu den im vorigen Abschnitt benannten intellektuellen Verfahren.

A 3.3 Kontextualisierung und Wissensorganisation

A 3.3.1 Traditionelle 'Knowledge Organisation Systems' (KOS)

Gemeint sind die traditionellen Systeme für Wissensorganisation wie Klassifikationen, Thesauri und Taxonomien, in denen Informationsobjekte in einen hierarchisch oder in Netzstrukturen organisierten Kontext gestellt werden können. Auch die Folksonomien des Web 2.0 fallen letztlich in diese Kategorie.

A 3.3.2 Automatisierte Verfahren

Auch hier handelt es sich wieder um automatisiert generierbare Gegenstücke zu den im vorigen Abschnitt benannten Wissensorganisationssystemen, wobei semantisch und statistisch basierte Methoden Anwendung finden können.

A 3.4 Informationsaufbereitung und -aggregation

Gemeint ist die Aufbereitung von Informationsobjekten, oder von Teilen derselben, und deren Aggregation zu neuen Informationsprodukten.

A 3.5 Marketing von Informationsprodukten

Hier wird auf das Marketing aller in diesem Kapitel genannten Informationsprodukte abgestellt.

A 4 Eine Vision für die DGI

Am Ende der in diesem grundsätzlichen Teil angesprochenen Entwicklung steht eine neue DGI als **die** Fachgesellschaft der 'Information and Knowledge Professionals' in Deutschland. Die Gesellschaft ist in Wissenschaft, Wirtschaft und Politik in Deutschland und darüber hinaus international in gleicher Weise sichtbar. Sie und ihre Mitglieder stehen für umfassende Kompetenz im Informationsbereich, für den professionellen Umgang mit Wissen als semantisch kontextualisierter Information und den nachhaltigen Umgang mit Informations- und Wissensressourcen im Rahmen eines kompetent betriebenen 'Enterprise Content Management'.

Diese 'neue' DGI vernetzt sich intensiv mit anderen Verbänden in Deutschland, die auf ähnlich gelagerten Themenfeldern tätig sind. Die DGI ist – als primus inter pares – mit ihren Partnern der deutsche Knoten in einem europäischen Netzwerk für Informationswissenschaft und Informationspraxis. Dieses Netzwerk ist zugleich der europäische Partner international agierender Verbände.

Die 'neue' DGI ist mitgliederstark, verfügt aber daneben über Einnahmen aus Publikationstätigkeit im eigenen Verlag, erhält Zuwendungen aus der Infrastrukturförderung des Bundes und der EU und führt mit europäischen Partnern drittmittelgeförderte Forschungs- und Implementierungsprojekte durch.

B Maßnahmen zur Umsetzung der gesteckten Ziele

Die Umsetzung der oben beschriebenen Perspektiven erfordert eine Intensivierung der Arbeit der DGI. Folgende Aufgaben sind dabei zu lösen:

B 1 Experten verschiedener Branchen für die DGI-Arbeit gewinnen

Die DGI hat die Aufgabe, Experten wie

- Fachwissenschaftler
- Computerlinguisten
- Verleger
- Dokumentare
- Bibliothekare
- Wissensmanager
- Rechtswissenschaftler
- IT-Spezialisten
- Marketingspezialisten

für die Lösung der vielfältigen Zukunftsaufgaben im informationswissenschaftlichen und informationspraktischen Bereich zu adressieren und zu gewinnen. Kurzfristig sind hierfür die fachlichen Kompetenzen innerhalb der Mitgliedschaft zu identifizieren und zu mobilisieren. Der Vorstand schreibt Fachgruppen aus, die sich mit den speziellen Fragen künftiger Entwicklungen und Visionen und deren Umsetzung in die Praxis befassen und lädt die entsprechenden Mitglieder ein, ihr Fachwissen in die Diskussionen einzubringen. Darüber hinaus lädt der Vorstand externe Experten ein, die den aktuellen Wissens- und Forschungsstand einbringen und gemeinsam mit den Mitgliedern weiterentwickeln.

B 2 Netzwerke bilden

Zu allen Fragen der Informationswissenschaft und Informationspraxis schafft und bedient sich die DGI realer wie auch virtueller Expertennetzwerke.

Durch aktive Beteiligung in Fachgremien sowie auf einschlägigen Fachveranstaltungen der DGI werden persönliche Kontakte geknüpft und für die praktische Arbeit eingesetzt.

Diese werden unterstützt von heute möglichen Maßnahmen in sozialen Netzwerken. Hier werden moderierte DGI-Gruppen gebildet, die zur Verbreitung der Ziele und Visionen der Gesellschaft dienen und Information über Aktivitäten geben. Auch können hier bereits bestehende Gruppen von Regionalverbänden und Fachgruppen auch virtuell verknüpft werden. Mitgliedern und Interessenten ermöglichen diese Plattfor-

men weitgehende und transparentere Informationsmöglichkeit über Profile, Fachkenntnisse und Aktivitäten der Mitglieder. Diese Plattformen sind eine Voraussetzung für die internationale Verknüpfung der DGI-Arbeit.

B 3 Nationale und internationale Kooperationen entwickeln

Die DGI vernetzt sich intensiv mit anderen Verbänden in Deutschland, die auf ähnlich gelagerten Themenfeldern tätig sind, so etwa der DBV (für das Bibliothekswesen), die GI (für die Informatik), der Hochschulverbandes Informationswissenschaft (HI), der SuMa e.V. und DINI (für den Bereich eScience/eResearch). Die DGI ist der deutsche Knoten in einem Europäischen Netzwerk für Informationswissenschaft und Informationspraxis. Dieses Netzwerk ist zugleich der europäische Partner international agierender Verbände wie der American Society for Information Science & Technology (ASIS&T) oder der Special Libraries Association (SLA).

B 4 Fachgruppen aktivieren und neu gründen

Die inhaltliche Arbeit als Kern der Aktivitäten der DGI wird in den Fachgruppen, die sich aus der Mitgliedschaft und externen Experten bilden, geleistet. Die Berufung in einen Arbeitskreis ist eine Auszeichnung, die den Teilnehmer in seiner beruflichen Qualifikation auszeichnet. Die Fachgruppen werden vom Vorstand eingesetzt. Der Vorstand beruft die Mitglieder. Die Mitglieder wählen aus ihrer Mitte einen Vorsitzenden sowie einen stellvertretenden Vorsitzenden. Der Vorsitzende ist Mitglied im neu zu gründenden Beirat der DGI. Die Vorsitzenden berichten im Beirat über den Fortgang ihrer Arbeiten. Die Fachgruppen werden von der Geschäftsstelle betreut. Die Fachgruppen tragen in ihrem Namen das Kürzel „DGI“. Die Arbeitsergebnisse werden anlässlich der DGI-Konferenz präsentiert. Umfangreichere Veröffentlichungen erscheinen im DGI-Verlag oder in den eigenen Fachorganen. Die Fachgruppen organisieren eigene Fachtagungen.

Die DGI bildet mit anderen benachbarten Fachgesellschaften z.B. für Informatik, Linguistik, Bibliothekswesen gemeinsame Fachgruppen.

B 5 Erfahrungsaustausch organisieren

Der Erfahrungsaustausch zwischen den Mitgliedern zu aktuellen Themen, zu Fragen der Informationspraxis in Unternehmen oder anderen Organisationen oder zwischen Informationsanbietern ist ein unerlässliches Element der Leistungen für die Mitglieder und gleichzeitig für die DGI eine Möglichkeit, thematische Schwerpunkte zu setzen.

Im Internet bietet die DGI ein Forum, in dem sie laufend über ihre Aktivitäten berichtet. Sie verbessert damit die interne und externe Kommunikation.

B 6 Regionale Arbeitskreise (Regionalverbände) aktivieren

Die bestehenden regionalen Arbeitskreise (Regionalverbände) werden aufgefordert, Teil der DGI zu werden. Sie organisieren insbesondere den Erfahrungsaustausch zwischen den regionalen Mitgliedern. Sie sind in der Auswahl der Themen frei. Sie bilden einen eigenen kleinen Vorstand, der den Arbeitskreis in der regionalen Fachöffentlichkeit vertritt. Die regionalen Arbeitskreise tragen in Ihrem Namen das Kürzel

DGI. Sie werden zentral koordiniert und finanziert. Die DGI übernimmt die Gründung regionaler Arbeitskreise, wenn sich in der Region eine entsprechende Initiative bildet. Die Ergebnisse der Arbeiten und Diskussionen werden in den Publikationsorganen der DGI veröffentlicht. Mit bereits bestehenden Gruppierungen können individuelle Absprachen getroffen werden.

B 7 Publikationswesen weiter ausbauen

Die DGI gründet ein digitales und gedrucktes Publikationsangebot für Wissenschaftler und Praktiker.

- Die DGI bietet Fachwissenschaftlern, die sich an der Arbeit der DGI beteiligen, durch die Gründung einer digitalen Fachzeitschrift auf hohem wissenschaftlichen Niveau mit referierten Beiträgen ein renommiertes Publikationsorgan mit internationalem Gewicht.
- Für die in der Praxis arbeitenden Mitglieder ist eine anwendungsorientierte und in Richtung Weiterbildung geprägte Neuausrichtung der IWP beabsichtigt.
- Die DGI entwickelt die bestehende Publikationsreihe für Monographien und Tagungsbände für die Informationswissenschaft und Informationspraxis, einschließlich der Entwicklung von Lehrbüchern als die kompetente Fachgesellschaft für ihre Fachbereiche weiter. Auch Fachwissenschaftler und Praktiker angrenzender Fachbereiche werden als Autoren gewonnen.
- Die Publikationsreihe für Monographien verlegt sie im Eigenverlag und nennt ihn

„DGI-Verlag“

B 8 Jahrestagung zum großen Fachkongress entwickeln

Die DGI entwickelt die bisherige „Online-Tagung“ zu einer regelmäßig stattfindenden, großen und zentralen internationalen Konferenz für alle Bereiche des Wissens- und Informationsmanagements weiter. Sie spricht damit die Fachöffentlichkeit wie Wissensmanager, Dokumentare, Verleger, Bibliothekare, Linguisten, Fachjournalisten und die Politik an. Diese Tagung trägt den Namen

„DGI-Konferenz“

und findet an wechselnden Orten, auch in Zusammenarbeit mit einschlägigen Hochschulen statt.

Im Verlauf von insgesamt 2 Jahren führt die DGI drei kleinere Tagungen mit dem Schwerpunkt Erfahrungsaustausch durch und knüpft damit an die Tradition des „Oberhofer Kolloquiums“ an. Die DGI-Konferenz findet als vierte Veranstaltung jeweils im Frühjahr des geradzahligen Jahres statt.

Die Fachgruppen organisieren eigene Fachtagungen und organisieren den Erfahrungsaustausch neben ihren internen Diskussionen als Arbeitsmethode. Die Fachtagungen werden inhaltlich von den Fachgruppen verantwortet. Die organisatorische und finanzielle Verantwortung liegt bei der DGI. Die Titel der Fachtagungen werden durch das Kürzel „DGI“ ergänzt.

Alle Veranstaltungen können mit einschlägigen Partnern veranstaltet werden. Die DGI bemüht sich darüber hinaus um Kooperationen im europäischen Raum.

B 9 Weiterentwicklung der Berufsbilder und Konzepte für die Ausbildung

Die Entwicklung der digitalen Fachinformation verlangt nach angepassten Konzepten für die Ausbildung von Nachwuchskräften. Hierbei arbeitet die DGI eng mit Universitäten, Fachhochschulen und den entsprechenden Einrichtungen der Länder und des Bundes zur Entwicklung neuer Ausbildungswege und Abschlüsse zusammen.

Die DGI initiiert die Weiterentwicklung von Berufsbildern mit allen Facetten: Tätigkeitsbeschreibungen, Verdienstmöglichkeiten, Aus- und Fortbildung, berufliche Ausichten.

B 10 Weiterbildung durch Seminarangebote

Die DGI erarbeitet ein Konzept für die Weiterbildung ihrer Mitglieder. Das Konzept beinhaltet z.B.:

- Organisation von moderierten Erfahrungsaustauschen, kostenfrei
- Angebot von Seminaren zu aktuellen Themen mit professionellen Referenten, kostenpflichtig
- Aktivierung der Zertifizierung für Informationsfachleute

B 11 PR-Arbeit und Political Marketing

Die DGI entwickelt im Vorstand und in ihren Fachgremien Thesen und Konzepte zu aktuellen Trends und Entwicklungen in der Fachinformation. Diese Beiträge werden der Fachpresse und der allgemeinen Presse zugänglich gemacht sowie über die Politikberatung weitergetragen. Zu den Beiträgen werden kompetente Interviewpartner angeboten.

B 12 Reform der DGI-Satzung

Ein wesentliches Element, um das beschriebene Programm umzusetzen, ist die Reform der Satzung. Ein entsprechender Entwurf für die Neufassung der DGI-Satzung wird vom Vorstand erarbeitet und den Mitgliedern zur Diskussion vorgelegt.

B 13 Die DGI entwickelt sich zur exzellenten Fachgesellschaft

Durch die schrittweise Umsetzung dieser Maßnahmen wird die DGI für die Mitglieder wieder interessant. Neue Mitglieder können gewonnen werden.

B 13.1 Vorteile einer Mitgliedschaft in der DGI

Die Mitglieder haben die Möglichkeit, **ihr Expertenwissen einzubringen** und gemeinsam im Verbund mit anderen Experten weiterzuentwickeln.

Es ist eine **Auszeichnung in die Gremien der DGI berufen zu werden** und aktiv mitzuarbeiten.

Die Teilnahme an den **DGI-Veranstaltungen wird zur „Pflicht“**, um sich beruflich weiterzubilden.

Es ist eine **Auszeichnung, sich als DGI-Mitglied auszuweisen**. Sie werden als solche als Experten in Ihrem Fach anerkannt.

B 13.2 Die DGI wird für die Fachöffentlichkeit interessant

Externe Experten werden auf die Gesellschaft aufmerksam und finden mit Hilfe der DGI den Kontakt zur Praxis. Sie finden Möglichkeiten und Partner ihre Konzepte weiterzuentwickeln und zu erproben.

Die DGI wird **die** Fachgesellschaft, in der die Fragen der Informationswissenschaft und Informationspraxis diskutiert, weiterentwickelt und Theorie und Praxis miteinander verbunden werden.

Die DGI wird ein gefragter **Partner für die Politik**, für die Öffentlichkeit und für Förderinstitutionen zur Weiterentwicklung der Gesellschaft in Richtung „Informations- und Wissensgesellschaft“.

Die DGI leistet einen Beitrag zur Zusammenführung verschiedener **Fachkompetenzen zur Lösung** anstehender **Aufgaben**.

Die DGI wird ein international **gefragter Partner**.

Die DGI entwickelt ein **überzeugendes Image** als kompetente, aktive Fachgesellschaft im Dienste der Allgemeinheit.

Durch die Benennung der Fachgruppen, Tagungen und des Eigenverlags mit dem Kürzel „DGI“ wird **die Marke „DGI“ verstärkt bekannt** und geschätzt.

Die DGI ist durch eine gezielte PR-Arbeit besonders in der überregionalen Presse die Einrichtung, die zu **aktuellen Fragen der Fachinformation, insbesondere zu Fragen der neuen digitalen Medien Stellung bezieht**.

Durch die Aktivierung der inhaltlichen Arbeit, die Verbesserung des Images der Gesellschaft, die Gründung eines Eigenverlags und durch die Ausweitung des Angebots an Tagungen stabilisiert und **verbessert sich die Mitgliederentwicklung und die finanzielle Situation** der DGI.