

**Strategiepapier: Zum breiten Einsatz  
der Neuen Medien in der Sportwissenschaft**

**Deutsche Vereinigung für Sportwissenschaft**

Redaktion: Dr. Christoph Igel  
Vizepräsident „Medien“

1	Zielstellung des Strategiepapiers .....	2
2	Empfehlungen und Analysen zum Einsatz Neuer Medien in der Hochschule .....	2
3	Programmatik zur Entwicklung der Sportwissenschaft durch Neue Medien .....	7
4	Zusammenfassung des Strategiepapiers .....	12
5	Literaturverzeichnis .....	13

## 1 Zielstellung des Strategiepapiers

Das vorliegende Strategiepapier soll einen Beitrag zu einer vertiefenden, dem aktuellen Kenntnisstand Rechnung tragenden Diskussion über den nachhaltigen und breiten Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft leisten. Es entstand vor dem Hintergrund der bildungs- und wissenschaftspolitischen Aktivitäten des Vorstandes der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft (dvs) unter Federführung des Vizepräsident „Medien“ und berücksichtigt die Erfahrungen von Sportwissenschaftlerinnen und Sportwissenschaftlern aus Entwicklungs- und Forschungsprojekten zum Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft auf internationaler, europäischer, nationaler und regionaler Ebene. Mit dem Strategiepapier wird für die zukünftigen Aktivitäten des Vorstandes der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft ein zweifaches Ziel verfolgt:

- Zusammenfassung der einschlägigen Empfehlungen, Erkenntnisse und Analysen der führenden Bildungs- und Wissenschaftsinstitutionen zum nachhaltigen Einsatz der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien in Lehre und Forschung an Hochschulen.
- Darstellung einer politischen Programmatik zur Entwicklung der Sportwissenschaft durch Neue Medien im europäischen Bildungsraum, die Strukturvorschläge ebenso wie Maßnahmen für universitäre Lehre und Forschung umfasst.

Insgesamt soll das Strategiepapier dazu beitragen, die in den Gremien und Organen der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft auf unterschiedlichen Ebenen und mit differenter Intention geführte Diskussion zum Einsatz der Neuen Medien in Lehre und Forschung zu stimulieren und zu koordinieren, zukunftsweisende Impulse und multiperspektivische Anregungen zu geben und neue, wie auch bestehende Aktivitäten der Sportwissenschaft an den Hochschulen und Universitäten in Deutschland zu initiieren resp. zu unterstützen.

## 2 Empfehlungen und Analysen zum Einsatz Neuer Medien in der Hochschule

Die strategische Bedeutung zum Einsatz der Neuen Medien (Internet, Multimedia) für die Hochschulentwicklung im Allgemeinen wie auch für die Entwicklung der fachwissenschaftlichen Disziplinen im Speziellen wird seit Mitte der 1990er Jahre in fachlich weitestgehend übereinstimmenden Erklärungen und Empfehlungen der einschlägigen Bildungseinrichtungen und Wissenschaftsorganisationen des Bundes und der Länder diskutiert. Nicht zuletzt die besondere Relevanz der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien für die strategische Positionierung der Hochschulen und Wissenschaftsdisziplinen in dem mit großer Dynamik entstehenden, europäischen wie auch internationalen Bildungsmarkt wird dabei herausgestellt. Zu diesen Erklärungen und Empfehlungen gehören u.a.

- von der *Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (BLK)*
  - Multimedia im Hochschulbereich (1998);
  - Multimedia im Hochschulbereich (1999);
  - Multimedia in der Hochschule (2000);
  - Strategiepapier: Breiter Einsatz von Neuen Medien in der Hochschullehre (2002).
- vom *Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)*
  - Zur Nutzung elektronischer Medien an deutschen Hochschulen (2001);
  - Computernutzung und Neue Medien im Studium (2002);
  - Kursbuch eLearning 2004. Neue Medien in der Bildung – Hochschulen (2004).
- vom *Centrum für Hochschulentwicklung (CHE)*
  - Die entfesselte Hochschule (2000).
- von der *Hochschul-Informationssystem GmbH (HIS)*
  - Bauliche Anforderungen und Auswirkungen bei verstärktem Medieneinsatz an Hochschulen – Szenarien (1997);
  - Mediennutzungskompetenz im Hochschulbereich. Planung, Organisation, Strategien (2000);
  - Elektrotechnik und Informationstechnik an Universitäten und Fachhochschulen. Struktur- und Organisationsplanung, Bedarfsplanung, Programmplanung (2001);
  - Neue Medien im Hochschulbereich. Eine Situationsanalyse zur Lage in den Bundesländern (2002);
  - Nachhaltigkeitsstrategien für eLearning im Hochschulbereich. Länder, Hochschulen, Projekte (2004);
  - E-Learning an deutschen Hochschulen. Von der Projektentwicklung zur nachhaltigen Implementierung (2004);

- von der *Hochschulrektorenkonferenz (HRK)*
  - Zum Ausbau der Neuen Medien in der Hochschullehre (2002);
  - Zum Einsatz der Neuen Medien in der Hochschullehre (2003).
- von der *Ständigen Konferenz der Kultusministerien der Länder (KMK)*
  - Neue Medien und Telekommunikation im Bildungswesen/Hochschulbereich (1996);
  - Neue Medien und Telekommunikation im Bildungswesen/Hochschulbereich – Rechtliche Aspekte (1999).
- vom *Wissenschaftsrates (WR)*
  - Empfehlungen zur Hochschulentwicklung durch Multimedia in Studium und Lehre (1998).

Diesen Erklärungen und Empfehlungen der einschlägigen Bildungseinrichtungen und Wissenschaftsorganisationen zufolge stellt die Einbindung der Neuen Medien in bestehende und zukünftige Aufgaben- und Tätigkeitsfelder der Hochschulen und Universitäten eine der zentralen Herausforderungen für die Gewährleistung der Zukunftsfähigkeit der Hochschulsysteme und Wissenschaftsdisziplinen im europäischen und nicht zuletzt im globalen Bildungswettbewerb dar. Als substanzieller Beschleunigungsfaktor der wissenschaftlichen Wertschöpfungskette identifiziert werden von den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien sowohl die Strukturentwicklung deutscher Universitäten als auch das Lehren und Lernen, Forschen und Entwickeln in den fachwissenschaftlichen Disziplinen maßgeblich beeinflusst: „eScience“ – die systematische, strukturierte und nachhaltige Implementierung der Neuen Medien in alle wissenschaftlichen Aufgaben- und Tätigkeitsfelder – verändert nach Einschätzung der Experten das zukünftige Selbstverständnis und Erscheinungsbild der Hochschulsysteme und Wissenschaftsdisziplinen tiefgreifender und überdauernder als viele bis dato erlassene Gesetze und Verordnungen.

*Rolf Schulmeister* identifiziert in seiner im Jahr 2001 unter dem Titel „Virtuelle Universität. Virtuelles Lernen“ veröffentlichten Analyse internationaler Prognosen, globaler Zukunftsszenarien und nationaler (hochschul-)politischer Empfehlungen zum Einsatz der Neuen Medien in Lehre und Forschung (welche auch die vorab angeführten Veröffentlichungen der führenden deutschen Bildungsinstitutionen und Wissenschaftsorganisationen einbezieht) und unter Beachtung einschlägiger, seit Mitte der 1990er Jahre veröffentlichter Umfragen und Erhebungen zum Stand der Medienintegration an Hochschulen und Universitäten große Übereinstimmungen, insbesondere

- in den Prämissen für die Virtualisierung der Ausbildung (Stichworte: „von der Industriegesellschaft zur Informations-, Wissens- und Lerngesellschaft“ und „lebenslanges Lernen“),
- in der Veränderung der Studien- und Lebensbedingungen der Studierenden (Stichworte: „faktisches Teilzeitstudium durch begleitende Erwerbstätigkeit“),
- in der Technologieentwicklung (Stichworte: „wachsende Kapazität bei sinkenden Kosten der Technik“; „zunehmende Vorzüge der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien für Anwendungen in Lehre und Studium“),
- im Wettbewerb der Hochschulen (Stichworte: „Virtualisierung als strategisches Marketing- und PR-Element für Wettbewerbsvorteile“),
- in der Effizienzsteigerung (Stichworte: „Kosteneffizienz durch Ressourcenteilung und Einspareffekte durch breite Mehrfachnutzung“, „breiter Zugang“, „Flexibilisierung des Studiums“, „Aufhebung der Trennung von Präsenz- und Fernstudium sowie von Erststudium und Weiterbildung“),
- in pädagogischen Zielen (Stichworte: „selbstständiges Lernen“, „Verbesserung der Qualität des Lehrens und Lernens“).

*Igel & Daugs* (2005) identifizieren weitere Übereinstimmungen zwischen den seit Mitte der 1990er Jahre veröffentlichten Erklärungen und Empfehlungen der Bildungsinstitutionen und Wissenschaftsorganisationen im nationalen Kontext in Fragen der strategischen Hochschulplanung: Alle Darstellungen sind von grundlegend unterstützendem Charakter für den verstärkten Einsatz der Neuen Medien bzw. für eine verstärkte Virtualisierung der Hochschullehre und zeigen dabei zugleich eine weitgehende Übereinstimmung mit den hochschulpolitischen Zielen und Forderungen des Bundes und der Länder. Sie zeigen strategische Notwendigkeiten auf, verweisen andererseits aber auch auf Defizite und Mängel. Vermisst werden vor allem strategische Gesamtkonzeptionen der Hochschulen zur Virtualisierung und zum breiten Einsatz der Neuen Medien in der Lehre. Zugleich wird die oft lustlose Zurückhaltung und Geringschätzung dieser Aufgabe bei vielen Hochschulleitungen problematisiert; gemeinsam gefordert werden strategische Gesamtkonzeptionen, die zur „Chefsache“ gemacht werden.

Ergänzend weisen die Autoren darauf hin, dass die strukturelle Geringschätzung der Lehre an deutschen Hochschulen konsequenterweise zu einer strukturellen Geringschätzung des Lehrens und Lernens mit Neuen Medien führt. Es ist zu erwarten, dass diese weit verbreitete Mentalität an den Prä-

senzuniversitäten, die interessanterweise im krassen Gegensatz zu der Bedeutung der Lehre an den so oft zum Vorbild erhobenen US-amerikanischen Universitäten steht, mit dem aufkommenden Wettbewerb um Studierende zurückgedrängt wird und bald ganz verschwindet. Der für viele Hochschulen existenzielle Wettbewerb um die rein demographisch spätestens ab 2008 drastisch abnehmenden, aber aus ökonomischen Gründen zunehmend erforderlichen Studienanfänger wird die Bedeutung der Lehre im Allgemeinen und der Lehre mit Neuen Medien im Speziellen erheblich steigern.

In vergleichbarer Weise argumentiert *Detlef Müller-Böling*, Wissenschaftlicher Leiter des Centrums für Hochschulentwicklung der Bertelsmann- und Heinz-Nixdorf-Stiftung und der Hochschulrektorenkonferenz, in seinem im Jahr 2000 erschienenen Buch „Die entfesselte Hochschule“. Der Autor deklariert die nachhaltige und umfassende Einbindung der Neuen Medien in alle Aufgaben- und Tätigkeitsfelder der Hochschulen und Universitäten als strategische Aufgabe von höchster Priorität, will man die nationale und internationale Wettbewerbsfähigkeit und Positionierung des deutschen Bildungssystems und der Wissenschaftsdisziplinen im internationalen Bildungsmarkt zukünftig gewährleisten (Müller-Böling, 2000). Ob Profilbildung von Universitäten in der Aus- und Weiterbildung, Zielgruppenadressierung „on campus“ oder „off campus“ oder das Angebot internationaler Bildungsprodukte über Education Broker – durch den Einsatz und die Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien können in bis dato noch nicht abzusehender Weise strategische Potenziale für Bildung, Lehre, Forschung und Entwicklung der „Alma mater virtualis“ realisiert werden.

Grundlage derartiger strategischer Potenziale stellen die so genannten Nutz- und Mehrwerte der Neuen Medien dar, die sich in besonderer Weise für das technologiebasierte resp. technologieunterstützte Lehren („eTeaching“) und Lernen („eLearning“) eignen (*Igel & Dausg*, 2002):

- die vernetzte Verfügbarkeit digitaler Informationen und digitalen Wissens über räumliche und zeitliche Distanz;
- die multimodale und multimediale Bereitstellung von Informationen und Wissen auf unterschiedlichen Speichermedien oder in Datennetzen;
- die Kommunikation zwischen Menschen via Internet und Computer sowie die Interaktion zwischen Mensch und Computer.

Als zukunftsweisender Ausweg aus einigen aktuellen Problemen der Entwicklung und des Einsatzes von eLearning wird das „blended learning“, „hybride Lernen“ oder auch „technology enhanced learning“, also die Kombination von „Online-Learning“ mit „face-to-face-Learning“, gesehen. Diese Sichtweise, deren kombinatorische Ausprägungsformen von einer reinen Addition beider Lernformen bis hin zu deren multipler Interaktion reicht und bis dato nicht abschließend definiert ist, scheint gerade wegen ihrer pädagogischen Offenheit und der damit einhergehenden, fehlenden Trennschärfe, derzeit allgemein akzeptiert und entschärft die bestehenden didaktisch-methodischen Kontroversen zwischen den Vertretern instruktionaler und den Vertretern konstruktivistischer Lerntheorien. Übersehen wird bei der Realisierung nahezu beliebiger Kombinationen von „Online-Learning“ mit „face-to-face-Learning“ in der Hochschullehre jedoch, dass diese die herkömmliche Lehre zwar zweifellos bereichern und qualitativ verbessern können, diese aber als reines Enrichment zugleich auch deutlich verteuern. Teures Lehrpersonal für traditionelle „face-to-face-Lehre“ plus eine ebenfalls teure multimediale Anreicherung wird lediglich in wenigen Modellfällen möglich sein – ein breiter und nachhaltiger Einsatz von Multimedia in Hochschulen ist damit jedenfalls nicht zu erreichen (*Igel & Dausg*, 2005).

Was also ist vor dem Hintergrund der einschlägigen Erklärungen und Empfehlungen strategisch zu tun? Folgt man den Überlegungen der Analysten und fokussiert in besonderer Weise die Nutz- und Mehrwerte des Lehrens und Lernens mit Neuen Medien, so sind von Hochschulen und Wissenschaftsdisziplinen

- alle die Contents zu identifizieren, die sich zum Online-Learning grundsätzlich eignen;
- diese Contents mit hoher inhaltlicher, didaktischer und gestalterischer Qualität, aber auch mit einfachen und finanzierbaren Tools und Verfahren in multimediale und interaktive Lehr-Lern-Module umzusetzen;
- hierbei Lehrsysteme zu entwickeln und zum Einsatz zu bringen, die sich durch Verfahren der Künstlichen Intelligenz in der Interaktion mit dem Lernenden ein Lernermodell aufbauen und damit Adaptivität gewährleisten;
- die erforderlichen technologischen Voraussetzungen und Infrastrukturen für ein solches „Open and Distance Learning“ zu schaffen;
- die erforderlichen Maßnahmen im Rahmen der strategischen Hochschulplanung zu ergreifen;

- auch weiterhin gezielte, umfangreiche Förderprogramme auf allen Ebenen für eine solche Entwicklung insgesamt aufzulegen, zugleich aber auch Geschäftsmodelle zu entwickeln und rechtlich zu ermöglichen, die zukünftig eine erforderliche Refinanzierung gewährleisten.

Es bleibt festzuhalten, dass ein erfolgreicher Prozess zur Virtualisierung der Hochschulen und zum breiten Einsatz der Neuen Medien an Universitäten und in fachwissenschaftlichen Disziplinen nur dann erfolgreich, nachhaltig und letztlich nutzwertig weitergeführt werden kann, wenn die weitestgehend übereinstimmenden Empfehlungen und Erklärungen der Bildungsinstitutionen und Wissenschaftsorganisationen umfassend und nachhaltig umgesetzt werden. Exemplarisch hierfür seien die 10 Punkte der Empfehlungen der *Hochschulrektorenkonferenz* (2003) skizziert:

I *Hochschulstrategie*

Jede Hochschule muss eine eigene Strategie zur Integration der Neuen Medien in das Hochschulkonzept erarbeiten. Hierbei sind die Ausgangslage und die Entwicklungs- und Anpassungspotenziale unbedingt zu berücksichtigen. Die Entwicklung und die Umsetzung einer solchen Strategie sind von entscheidender Bedeutung, um einen erfolgreichen Einsatz der Neuen Medien an der jeweiligen Hochschule zu gewährleisten.

II *Anreizsysteme*

Es sind Anreizsysteme zu entwickeln, die zur verstärkten Nutzung neuer Formen der Wissensvermittlung stimulieren. Kompetenzen im computergestützten Lehren und Lernen sollten auch ein Kriterium bei Berufungsverhandlungen sein und bei der leistungsorientierten Mittelvergabe sollten besondere Leistungen von Lehrstühlen, Instituten, Fachbereichen und Fakultäten bei der Entwicklung und Nutzung der Neuen Medien in Lehre, Forschung und Management Berücksichtigung finden.

III *Dauerhaftigkeit*

Es müssen an den Hochschulen strukturelle Voraussetzungen für den dauerhaften und nachhaltigen Einsatz der Neuen Medien in der Lehre geschaffen werden. Competence Center bzw. Service Center mit personeller Kontinuität sowie angemessener Ausstattung sind hierfür unerlässlich.

IV *Qualitätsmanagement*

Ohne ein systematisches Qualitätsmanagement wird es nicht gelingen, qualitativ hochwertige Angebote mit Neuen Medien zu entwickeln. Daher müssen nutz- und mehrwertorientierte Evaluationskonzepte sowohl bei der Generierung als auch bei der Anwendung von Lehr-Lern-Angeboten mit Neuen Medien entwickelt werden.

V *Kooperationen*

Möglichkeiten der Kooperation sind bei der Erstellung multi- und telemedialer Produkte und beim Einsatz computergestützter Lehre zu nutzen und zu fördern. Kooperationen werden erleichtert durch Modularisierung von Inhalten und durch Standardisierung der Technologie.

VI *Interdisziplinarität*

Der Einsatz der Neuen Medien in Bildung und Forschung ist eine fachübergreifende Aufgabe und erfordert somit neue Formen der Interdisziplinarität. Es empfiehlt sich daher, entsprechende Verbünde (bspw. von Fachwissenschaftlern mit Mediendidaktikern, Lernpsychologen, Designern und Informatikern) zu unterstützen.

VII *Unterstützende Maßnahmen*

Lehrende und Lernende sind dahingehend zu qualifizieren, dass die Neuen Medien nutzwertig in Bildungsprozessen eingesetzt werden können. Zugleich sollten sie kurzfristig in die Lage versetzt werden, entsprechende Werkzeuge zu nutzen. Mittel- und langfristig müssen technologische Barrieren abgebaut und die individuelle Technologieaffinität gesteigert werden.

VIII *Anerkennung von Studienleistungen*

Es müssen tragfähige Konzepte für die Integration von computergestützten und traditionellen Lehr-Lern-Angeboten gemacht werden („blended learning“, „hybride Lehr-Lern-Arrangements“, „Technology Enhanced Learning“). Dies setzt die Einbindung von computergestützten, multimedialen und interaktiven Lehr-Lern-Angeboten in den Studien- und Prüfungsordnungen voraus wie auch die gleichwertige Anerkennung entsprechender Testate (u.a. unter Berücksichtigung des ECTS).

**IX Technische Infrastruktur**

Die Entwicklung und der Einsatz der Neuen Medien in Bildung und Forschung erfordert eine moderne Informationsinfrastruktur. Betrieb und Aktualisierung müssen technisch, personell und finanziell gesichert sein.

**X Rechtsfragen**

Bei der Erstellung multi- und telemedialer Lehr-Lern-Angebote und bei deren Einsatz in der Hochschullehre entstehen umfassende Rechtsfragen. Daher ist von Beginn an auf eine Klärung der einschlägigen Rechtsfragen zu achten und eine entsprechende Beratung für die Lehrenden zu gewährleisten.

Vor dem Hintergrund der strategischen Potenziale der Neuen Medien wie auch des komplexen Anforderungsprofils beim Einsatz der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien in Lehre und Forschung an Hochschulen und Universitäten verwundert es nicht, dass die Regierung der Bundesrepublik Deutschland über das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) sowie das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) etwa im Zeitraum 1998 bis 2003 mehr als 561 Mio. € zur Förderung von Projekten zum Einsatz der Neuen Medien und des technologiegestützten Lehrens und Lernens in Schule, beruflicher Bildung und Hochschule veräußert hat (*Deutscher Bundestag, 14. Wahlperiode, Drucksache 14/9784, 2002*). Mit rund 548 Mio. € entfällt dabei die größte Fördersumme in die Zuständigkeit des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und steht damit vordringlich den Hochschulen in Deutschland, nachgelagert auch den Schulen und der beruflichen Bildung, zur Verfügung.

Wirkungs- und Kausalanalysen der in diesem Kontext durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekte wurden seit der Initiierung der einschlägigen Projektierungen durch die *Hochschul-Informationssystem GmbH* im Auftrag des Projektträgers „Neue Medien in der Bildung“ des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrttechnik (DLR) iterativ und mit verschiedenen Fragestellungen durchgeführt und in 2003 und 2005 veröffentlicht. Als zentrales Ergebnis der ersten Befragung der HIS im Rahmen der 16. Sozialerhebung über die Nutzung von Computern und neuen Medien durch Studierende wurde festgestellt, dass Computer und Internet selbstverständlich zu den Lern- und Arbeitsmitteln der Studierenden gehören. Fast alle Studierenden (97 Prozent) haben die Möglichkeit, einen PC zu nutzen. Die Nutzungsquote von Internet und Online-Diensten liegt geringfügig darunter bei 87 Prozent der Studierenden. Die Studierenden schätzen selbst ein, dass bereits ein knappes Drittel von ihnen über Basiskenntnisse verfügt; weitere 46 Prozent verfügen über Spezialkompetenz und nahezu jeder Fünfte (19 Prozent) gehört zu den „universell Kompetenten“, d. h. er ist über Datenbank und Multimedia-Anwendungen hinaus mit einer Programmiersprache und der Gestaltung von Web-Seiten vertraut.

Vertiefende Erkenntnisse über die Wirkungen der „Neue Medien“-Projekte der Bundesregierung und der Regierungen der Bundesländer liefert der im Februar diesen Jahres publizierte HIS-Kurzbericht „E-Learning aus Sicht der Studierenden“, der Bestandteil der 17. Sozialerhebung des Deutschen Studierendwerkes Ende 2004 war. Die Ergebnisse im Überblick (*HIS, 2005*):

- eLearning hat sich im Studienbetrieb deutscher Hochschulen etabliert. Dies lässt sich der repräsentativen Online-Erhebung entnehmen, die im November und Dezember 2004 von der Hochschul-Informationssystem GmbH in Kooperation mit dem Projektträger „Neue Medien in der Bildung + Fachinformation“ unter 3.811 Studierenden des HISBUS-Panels durchgeführt wurde.
- Der Zugang zum Internet in den eigenen Wohnräumen ist für Studierende heute nahezu selbstverständlich. Lag der Anteil der Studierenden, die in ihren Räumen einen Internetzugang haben, im Jahr 2000 noch bei etwa 55 %, so betrug er 2003 bereits gut 80 % und 2004 rund 90 %. 51 % der Studierenden können dabei auf leistungsfähige Breitbandverbindungen zugreifen (2004), während dies 2003 nur bei 9 % der deutschen Haushalte der Fall war. Die technischen Voraussetzungen für die Nutzung von eLearning-Anwendungen sind damit inzwischen sehr gut.
- Das Angebot an internetgestützten Lehr- und Lernformen hat sich nach Angaben der Studierenden zwischen 2000 und 2003 deutlich vergrößert (von 34 % auf knapp 85 %). Am meisten angeboten und genutzt werden dabei Lehrveranstaltungsbegleitende Materialien; 84 % der Studierenden kennen entsprechende Angebote an ihrer Hochschule, fast ebenso viele (83 %) greifen an der eigenen oder an anderen Hochschulen aktiv darauf zu. Interaktive Selbstlernangebote sind immerhin noch einem knappen Viertel der Studierenden bekannt (24 %) und durch eigene Nutzung vertraut (23 %). Bekanntheitsgrad (an eigener Hochschule) und Nutzungsquote (insgesamt) der übrigen eLearning-Formen (virtuelle Seminare und Tutorien mit Telekooperation, Televorlesungen und virtuelle Praktika und Labore) fallen dagegen deutlich geringer aus.

- Durchaus beachtlich ist der Zeitaufwand Studierender für eLearning: In einer typischen Semesterwoche wird rund ein Achtel der auf das Studium verwandten Arbeitszeit damit verbracht 4 von 32 Arbeitsstunden insgesamt. Betrachtet man nur den Aufwand für das Selbststudium, entfällt hierauf sogar ein eLearning-Anteil von knapp 19 %.
- Bei der Nutzung und Bewertung netzbasierter Informations- und Verwaltungsdienste, die eLearning-Prozesse flankieren, schneiden die Bibliotheksservices am besten ab: 93 % der Studierenden kennen sie, 87 % nehmen sie in Anspruch, 95 % halten sie für sehr nützlich. Ebenso viele Studierende halten studienfachbezogene Informationsdienste für sehr hilfreich, die jedoch deutlich weniger bekannt sind (59 %). Das derzeit noch geringste Angebot besteht mit 52 % bei den allgemeinen Verwaltungsdiensten, und der geringste Nutzen wird selbstorganisierten, studentischen Informationsplattformen bescheinigt (69 % finden sie „sehr nützlich“), die allerdings in der Bekanntheit auf Rang zwei liegen (75 %).
- Zu einer intensiveren Nutzung von eLearning würden sich die Studierenden vor allem durch Hinweise auf entsprechende Angebote von Seiten der Lehrenden (81 %) und der Hochschule (75 %) motivieren lassen. Bereits an dritter Stelle (74 %) wird die Verbesserung der inhaltlichen Qualität als wirksamer Anreizfaktor genannt – hier besteht offenbar Handlungsbedarf seitens der Anbieter. Die geringsten Anreizwirkungen gehen von Schulungsmaßnahmen (47 %), netzgestützten Prüfungen (38 %) sowie einer Verbesserung der Soft- (47 %) und Hardwareausstattung (48 %) der Hochschule aus.

Insgesamt verdeutlichen die Analysen der 16. und 17. Sozialerhebung des Deutschen Studierendenwerkes, dass sich eLearning an deutschen Hochschulen und Universitäten etabliert hat und die Nutzung von, wie auch die Erwartung gegenüber entsprechende Angebote durch die Studierenden in den zurückliegenden Jahren in beeindruckender Weise gestiegen ist. Es ist daher davon auszugehen, dass aus Sicht der Studierenden der Durchdringungs- und Organisationsgrad des Einsatzes der Neuen Medien, die mediendidaktische Qualität des damit aufbereiteten multimedialen und interaktiven Content, dessen barrierefreie Zugänglichkeit wie auch rechtssichere Verankerung in den Studien- und Prüfungsordnungen einschließlich der für die Nutzung der Neuen Medien an Hochschulen erforderlichen Services bei der zukünftigen Auswahl von Hochschulen, Studiengängen und -abschlüssen „*primus inter pares*“ sein wird – und somit konsequenterweise auch mit höchster Priorität in den strategischen Entwicklungsplanungen von Hochschulen und Wissenschaftsdisziplinen berücksichtigt werden muss. Aus heutiger Perspektive ist gleichwohl zu konstatieren, dass noch erhebliche Anstrengungen von Wissenschaft und Hochschule auf allen Ebenen erforderlich sind, damit die Neuen Medien de facto ein substanzieller Wettbewerbsfaktor in dem sich entwickelnden globalen Bildungsmarkt werden und die Bedeutung erhalten, die ihnen von bildungspolitischer Seite (Uhl, 2003) wie auch von den Studierenden zugeschrieben wird.

### 3 Programmatik zur Entwicklung der Sportwissenschaft durch Neue Medien

Vor dem Hintergrund der zukunftsweisenden Bedeutung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien für die Hochschulentwicklung und die fachwissenschaftliche Entwicklung in Lehre und Forschung steht auch die Sportwissenschaft vor der Herausforderung, eine Programmatik zum breiten und nachhaltigen Einsatz der Neuen Medien an den sportwissenschaftlichen Fakultäten und Instituten einerseits und den die Sportwissenschaft institutionell vertretenden Organisationen andererseits zu entwickeln.

Diese muss von ihrem Charakter her ein strategisches Konzept sein, unter Berücksichtigung der Ausgangssituation in der Sportwissenschaft strukturbildende Maßnahmen mit attraktiven Modellprojekten verbinden und Impulse für die Forschung und Entwicklung zu geben. Sie hat die Integration der neuen Medien in alle Aufgaben- und Tätigkeitsfelder der Sportwissenschaft an den Hochschulen und Universitäten in bestmöglicher Qualität zu verfolgen und steht im Spannungsfeld von Entwicklungen an den Hochschulen vor Ort und übergreifenden Entwicklungen in der Scientific Community. Weiterhin gilt es disziplinäre Erkenntnisse und Interessenslagen aus der Sportwissenschaft mit den multidisziplinären Notwendigkeiten und Befundlagen zu den Neuen Medien in der Programmatik zu verbinden und Schnittstellen zu den Mutter- und Kontaktwissenschaften auszubauen. Und letztlich sind Studierende und Nachwuchswissenschaftler der Sportwissenschaft im Umgang mit den Neuen Medien zu qualifizieren sowie die strategischen Potenziale der Neuen Medien für die Ausbildung des Europäischen Bildungsraumes zu identifizieren und in der Abfassung der Programmatik zu berücksichtigen.

Daher wird empfohlen, dass die *Programmatik zur Entwicklung der Sportwissenschaft durch Neue Medien* nachstehende Elemente zum Gegenstand hat:

- I Strukturentwicklung der Sportwissenschaft durch Neue Medien
- II Wertschöpfung durch Neue Medien in der Sportwissenschaft
- III Content-Offensive „Sportwissenschaft“ durch Neue Medien
- IV Qualitätsprogramm „Digitale Lehre in der Sportwissenschaft“
- V Informationsdienste „Neue Medien in der Sportwissenschaft“
- VI Begleitforschung „Neue Medien in der Sportwissenschaft“

Die Elemente der Programmatik im Einzelnen:

#### I *Strukturentwicklung der Sportwissenschaft durch Neue Medien*

Es sind *zukunftsweisende Antworten* zu geben auf Fragen zur Strukturentwicklung der Sportwissenschaft durch Neue Medien, bspw.

- wie neue Aktivitäten der Sektionen und Kommissionen der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft zum Einsatz der Neuen Medien in Lehre und Forschung initiiert und bestehende Aktivitäten vernetzt werden,
- wie außerhalb der dvs bestehende sportwissenschaftliche Initiativen zum Einsatz der Neuen Medien integriert werden können,
- in welcher Weise ein Education Brokerage digitaler Bildungsprodukte in der Sportwissenschaft in Europa aufgebaut werden kann,
- wie dieses Education Brokerage mit ähnlich ausgerichteten Entwicklungen der Mutter- und Kontaktwissenschaften der Sportwissenschaft auf nationaler und europäischer Ebene zu verbinden ist.

Die Antworten sind durch die Einbindung von *Expertinnen und Experten* zu elaborieren und durch die Realisierung *konkreter Maßnahmen* zu begleiten, bspw. durch

- die Realisierung einer Situationsanalyse zur Strukturentwicklung durch Neue Medien in sportwissenschaftlichen Institutionen und den der Sportwissenschaft nahe stehenden Einrichtungen,
- die Vorlage eines Konzeptes zum breiten Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft unter Federführung des Vizepräsident „Medien“ für den dvs-Vorstand,
- die Überführung des ad-hoc-Ausschusses „Neue Medien“ in eine dvs-Kommission unter Leitung des Vizepräsidenten für Medien,
- die Analyse der Empfehlungen der Hochschulrektorenkonferenz zum Einsatz der Neuen Medien in der Hochschullehre im Hinblick auf unterstützende Maßnahmen durch die dvs für sportwissenschaftliche Institute und Fakultäten vor Ort,
- die Bündelung der „Neue Medien“-Aktivitäten und Projekten in den Gremien und Organen der dvs (u.a. mit den Sektionen Biomechanik, Sportinformatik, Sportmotorik, Sportpädagogik, Trainingswissenschaft und des ad-hoc-Ausschusses „Studium und Lehre“),
- die Vernetzung mit den „Neue Medien“-Aktivitäten und Projekten außerhalb der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft bestehenden sportwissenschaftlichen Interessensvertretungen (u.a. FUS) und Institutionen der spitzensportlichen Forschungsförderung (u.a. BISp),
- die Vernetzung mit den „Neue Medien“-Aktivitäten, Projekten und Netzwerken der sportwissenschaftlichen Interessensvertretungen im deutschsprachigen Ausland (u.a. Österreich, Schweiz, Luxemburg), im europäischen Bildungsraum (u.a. ENSSEE, ECSS) und im internationalen Kontext (u.a. ICSSPE, IACSS),
- die Vernetzung mit den „Neue Medien“-Aktivitäten, Projekten und Netzwerken der zentralen Einrichtungen des organisierten Sports in Deutschland (u.a. DSB, IAT, FES) und Europa (u.a. ENGSO),
- die Vernetzung mit den „Neue Medien“-Aktivitäten, Projekten und Netzwerken in den Nachbarwissenschaften (u.a. Psychologie, Humanmedizin, Physik, Informatik), in Themenclustern (bspw. Schule, Gesundheit) und für Zielgruppen (u.a. Kinder, Senioren, Frauen),
- die Vernetzung mit den „Neue Medien“-Aktivitäten, Projekten und Netzwerken von Hochschulen (u.a. elecTUM, elc TUD, CC VISU), Bundesländern (u.a. CeC, htcc, MMKH, VCRP, vhb) und auf Bundesebene (u.a. PT-NMB, BIBB, DBS, DINI, IuK),



- die Vernetzung mit den „Neue Medien“-Aktivitäten, Projekten und Netzwerken der Europäischen Kommission außerhalb von Sportwissenschaft und Sport (u.a. EUCEN, EDEN, EGREPA),
- die Vernetzung mit den „Neue Medien“-Aktivitäten und Projekten von Wirtschaftspartnern an der Schnittstelle von Sport und Technologie (u.a. SIMI, CCC).

## II *Wertschöpfung durch Neue Medien in der Sportwissenschaft*

Es sind *zukunftsweisende Antworten* zu geben auf Fragen zur Wertschöpfung durch Neue Medien in der Sportwissenschaft, bspw.

- welche Aufgaben- und Tätigkeitsfelder von Sportwissenschaftlerinnen und Sportwissenschaftlern an Hochschulen und Universitäten durch Neue Medien nutz- und mehrwertig unterstützt werden können,
- welche Aufgaben und Funktionen Neue Medien für vernetzte Kommunikation und Kollaboration innerhalb der Scientific Community einnehmen können,
- welche bestehenden und neuen Zielgruppen als Produzenten und welche als Rezipienten für digitales Management von Bildungsprodukten der Sportwissenschaft zu fokussieren sind,
- in welchen Aufgaben- und Tätigkeitsfeldern der Sportwissenschaft Modellprojekte zu initiieren, zu koordinieren, zu bündeln oder auch zu auszuweiten sind und welche Bedeutung diese für die zukunftsweisende Ausrichtung der Sportwissenschaft haben,
- wie an der Wertschöpfung interessierte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler oder sportwissenschaftliche Institute oder Fakultäten partizipieren können.

Die Antworten sind durch die Einbindung von *Expertinnen und Experten* zu elaborieren und durch die Realisierung *konkreter Maßnahmen* zu begleiten, bspw. durch

- die Realisierung einer Situationsanalyse zur Wertschöpfung durch Neue Medien in sportwissenschaftlichen Institutionen und den der Sportwissenschaft nahe stehenden Einrichtungen,
- die Ausweitung des Projektes „Bildungsnetzwerk ‚Bewegung und Training‘“ in Kooperation mit den Hochschulen Bonn, Bremen, Dortmund, Flensburg, Frankfurt/Main, Gießen, Leipzig, Münster, Saarbrücken, Wien sowie dem Bundesinstitut für Sportwissenschaft, dem Bundesamt für Sport der Schweiz, der Trainerakademie Köln und der Deutschen Sportjugend,
- die Initiierung des Projektes „Modellhafte Nutzung und Analyse von technologiebasierten Informations- und Wissensmanagement-Systemen im gymnasialen Sportunterricht“ gefördert durch die Kultusministerkonferenz,
- die Realisierung des Projektes „eMotion – Network of Excellence for Digitally Enhanced Sport and Sport Science“ gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung,
- die Unterstützung des Projektes „Nutzwertige Implementierung bewegungswissenschaftlicher eLearning-Module in der akademischen Weiterbildung von Physiotherapeuten“ gefördert durch die Fachhochschule Schloss Hohenfels – Private Fachhochschule für Fachtherapien im Gesundheitswesen,
- die Beantragung des Projektes „Strukturelle Implementierung und nachhaltige Verankerung des E-Journals „Bewegung und Training“ in der Sportwissenschaft“ gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft,
- die Beteiligung an dem Projekt „Virtuelle Fachbibliothek Sportwissenschaft“ gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft,
- die retrospektive Analyse der 16. und 17. Sozialerhebung des Deutschen Studierendenwerkes unter besonderer Berücksichtigung der Sportwissenschaft in Kooperation mit der Hochschul-Informations-System GmbH
- die Sachstandanalyse „eLearning in der Sportwissenschaft“ in Kooperation u.a. mit dem Centrum für Evaluation der Universität des Saarlandes und dem Competence Center „Virtuelle Saar Universität“.

## III *Content-Offensive „Sportwissenschaft“ durch Neue Medien*

Es sind *zukunftsweisende Antworten* zu geben auf Fragen zur multimedialen und multilingualen Aufbereitung digitaler sportwissenschaftlicher Lehr-Lern-Inhalte und deren nutzwertiger Verwendung im nationalen und europäischen Bildungsraum, bspw.

- welche sportwissenschaftlichen Inhalte zur Aufbereitung durch Neue Medien in besonderer Weise geeignet sind,
- wie sportwissenschaftliche Inhalte durch interdisziplinär arbeitende Teams und an der Schnittstelle von Hochschule, Wissenschaft, Sport, Politik und Wirtschaft entwickelt werden,
- welche Content-Entwicklungen aus strategischer, inhaltlicher, didaktischer, ökonomischer oder technologischer Perspektive einen substanziellen Beitrag zur zukunftsweisenden Ausrichtung der Sportwissenschaft im nationalen und europäischen Bildungsraum erwarten lassen,
- welche Qualitätsstandards bei der Entwicklung sportwissenschaftlicher Inhalte für Online- und Offline-Datenträger in vernetzten Systemen zu berücksichtigen sind.

Die Antworten sind durch die Einbindung von *Expertinnen und Experten* zu elaborieren und durch die Realisierung *konkreter Maßnahmen* zu begleiten, bspw. durch

- die Realisierung einer Situationsanalyse zur Generierung und Distribution digitaler Content-Entwicklungen in sportwissenschaftlichen Institutionen und den der Sportwissenschaft nahe stehenden Einrichtungen,
- die Initiierung des Projektes „Entwicklung multimedialer eLearning-Module für den Sportunterricht in der gymnasialen Oberstufe“ gefördert durch die Kultusministerkonferenz,
- die Beteiligung an dem Projekt „Entwicklung des internetbasierten eLearning-Moduls ‚Medizinische Physik‘ für die akademische Weiterbildung in Fachtherapien im Gesundheitswesen“ gefördert durch die Fachhochschule Schloss Hohenfels – Private Fachhochschule für Fachtherapien im Gesundheitswesen,
- die Initiierung des Projektes „Einsatz der DVD-Connector-Technologie in Spitzensport, Schulsport und Rehabilitation“ in Kooperation mit dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz,
- die Beantragung eines Projektes zur Realisierung eines „Network of Excellence for digitally enhanced Sport and Sport Science“ im Kontext europäischer Förderprogramme.

#### IV Qualitätsprogramm „Digitale Lehre in der Sportwissenschaft“

Es sind *zukunftsweisende Antworten* zu geben auf Fragen zur Qualitätssteigerung in der sportwissenschaftlichen Lehre durch Neue Medien, bspw.

- wie der Einsatz der Neuen Medien zu einer qualitativen Verbesserung der Hochschullehre in der Sportwissenschaft führen kann,
- in welcher Weise die Begutachtung digitaler Lehr-Lern-Materialien einen Beitrag zur Qualitätssteigerung in Lehre und Studium der Sportwissenschaft leisten und wie ein derartiger Prozess zu gestalten ist,
- in welcher Weise Qualifizierungsmaßnahmen Affinitäten und Kompetenzen im Umgang mit Neuen Medien für die sportwissenschaftliche Lehre ausbilden,
- wie über Auszeichnungen von Studierenden und Nachwuchswissenschaftlern vermehrt Anreize zum Einsatz der Neuen Medien in der sportwissenschaftlichen Lehre geschaffen werden können.

Die Antworten sind durch die Einbindung von *Expertinnen und Experten* zu elaborieren und durch die Realisierung *konkreter Maßnahmen* zu begleiten, bspw. durch

- die Analyse der Ausgangssituation zu Verfahren zur Qualitätssteigerung in Bildung und Lehre durch Neue Medien in sportwissenschaftlichen Institutionen und den der Sportwissenschaft nahe stehenden Einrichtungen,
- die Auslobung des Förderpreises „Neue Medien in der sportwissenschaftlichen Lehre“ der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft für national herausragende Implementierungen der Neuen Medien in Studium und Weiterbildung der Sportwissenschaft durch Studierende und (Nachwuchs-)Wissenschaftler,
- die Erarbeitung eines multiperspektivischen (u.a. Content, Mediendidaktik, Lernpsychologie, Informationstechnologie, Usability Engineering, Rechtemanagement) Verfahrens zur „double-blind“-Begutachtung digitaler Lehr-Lern-Materialien durch Peer-Review,
- die Bereitstellung von Guidelines zu didaktischen Potenzialen durch Neue Medien in Studium und Lehre an sportwissenschaftlichen Instituten und Fakultäten,
- die Integration des Themas „Neue Medien (in der Lehre)“ in den Veranstaltungen des Wissenschaftlichen Nachwuchses (u.a. Sommerakademien).

## V Informationsdienste „Neue Medien in der Sportwissenschaft“

Es sind *zukunftsweisende Antworten* zu geben auf Fragen zur Information der Scientific Community über und durch den Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft, bspw.

- wie Informationen zum Einsatz der Neuen Medien innerhalb der Scientific Community (auch mit Blick auf den Europäischen Bildungsraum) distribuiert werden können,
- in welcher Weise neue Zielgruppen in der Sportwissenschaft, insbesondere der Studierende, der wissenschaftliche Nachwuchs und Entscheidungsträger über sportwissenschaftliche Entwicklungen durch Neue Medien informiert werden können,
- wie Zielgruppen außerhalb der Sportwissenschaft über die Performance der Sportwissenschaft im Allgemeinen und bei der Nutzung und dem Einsatz der Neuen Medien im Speziellen aufgeklärt werden können,
- mittels Publikationen bestehende Kompetenzen zu Lehre, Forschung und Entwicklung der Neuen Medien in der Sportwissenschaft dokumentiert, archiviert und tradiert werden können,
- wie über die Durchführung wissenschaftlicher Veranstaltungen thematische Sachstände zusammengetragen, kommuniziert, diskutiert und distribuiert und eine Interessenssteigerung am Einsatz Neuer Medien in der sportwissenschaftlichen Lehre und Forschung erzielt werden kann.

Die Antworten sind durch die Einbindung von *Expertinnen und Experten* zu elaborieren und durch die Realisierung *konkreter Maßnahmen* zu begleiten, bspw. durch

- die Analyse der Ausgangssituation zur Information der Scientific Community über und durch Neue Medien in sportwissenschaftlichen Institutionen und den der Sportwissenschaft nahe stehenden Einrichtungen,
- die Weiterentwicklung des Internet-Portals der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft zu dem zentralen Informationsmarktplatz für die Scientific Community,
- die Weiterentwicklung der Informationsdienste und informationstechnologischen Architektur der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft,
- der Auf- und Ausbau weiterer Internet-Portale für spezifische Zielgruppen in Zusammenarbeit mit anderen Interessensgruppierungen (u.a. DSB, DSLV),
- die Konzeption und multilinguale Realisierung des Internetportals „Neue Medien in der Sportwissenschaft“ und die Integration europäischer Angebote in Lehre und Forschung,
- die Bewerbung einschlägiger Publikationen zum Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft,
- die Herausgabe von Veröffentlichungen zu technologiebasierten Innovationen in der Sportwissenschaft durch Neue Medien mit Unterstützung eines Verlages,
- die Einbindung sportwissenschaftlicher Veröffentlichungen (u.a. zu den Themen Informations- und Wissensmanagement, Usability Engineering, eLearning) in bestehende sportwissenschaftliche Schriftenreihen oder Publikationen der Angewandten Informatik,
- die Dokumentation von Veranstaltungen zum Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft (u.a. Expertenworkshop „Perspektiven von eLearning für Sportwissenschaft und Sport“, IuK-Kongress „Education, Research and New Media“, Podiumsdiskussion „eBologna“) und die Planung weiterer Veranstaltungen u.a. zu den Themen „Technologiebasiertes Informations- und Wissensmanagement“,
- die Durchführung eines bundesweiten Internet-Wettbewerbs für Schüler und Studierende „Neue Medien im Sport“ und Verleihung eines „best practice award“.

## VI Begleitforschung „Neue Medien in der Sportwissenschaft“

Es sind *Impulse* zu setzen für Studien zum Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft mit dem Ziel der differenzierten und kritischen Erforschung des Prozesses der Informatisierung der Aufgaben- und Tätigkeitsfelder der sportwissenschaftlichen Scientific Community, bspw.

- welche Bedingungen bestehen durch für den Einsatz Neuer Medien in der Sportwissenschaft und in den der Sportwissenschaft nahe stehenden Einrichtungen und welche Konsequenzen ergeben sich hieraus,
- in welcher Weise und warum (bzw. warum nicht) werden technologiebasierte Anwendungen durch verschiedene Zielgruppen genutzt,
- welche a-personalen und personalen Barrieren bestehen bei der Nutzung der Neuen Medien in der Sportwissenschaft und durch welche Interventionsmaßnahmen kann diesen effektiv, effizient und nachhaltig entgegengewirkt werden,

- welche Effekte haben multimediale Lehr-Lern-Programme für das kognitive und motorische Lernen.

Die Antworten sind durch die Einbindung von *Expertinnen und Experten* zu elaborieren und durch die Realisierung *konkreter Maßnahmen* zu begleiten, bspw. durch

- wirkungs- und kausalanalytische Studien zur orts- und zeitunabhängigen Nutzung digitaler Informations- und Wissensmedien auf Datenträgern oder in vernetzten Systemen,
- Experimente zur Wirkung multimedialer, multimodaler und multicodaler Informations- und Wissensobjekte auf kognitive und motorische Aneignungs- und Lernleistungen,
- Analysen zur Mensch-Computer-Interaktion (Human-Computer-Interaction) und zur Mensch-Computer-Mensch-Interaktion (u.a. virtuelle Gruppen),
- Explorationen zu personalen und a-personalen Barrieren beim Einsatz und der Nutzung Neuer Medien durch verschiedene Zielgruppen,
- Analysen und Methodenentwicklung zur Usability und Accessibility computer- oder web-basierter Lehr-Lern-Produkte,
- Studien zum Einfluss individueller Fähigkeiten, Haltungen und Kompetenzen bei Einsatz und Nutzung der Neuen Medien für Lehr-Lern-Zwecke,
- Experimente zum Einfluss unterschiedlicher Interventionsstrategien zur Reduktion personaler Barrieren oder zum Aufbau der Digital Literacy, der Digital Attitude und Digital Competence bei der Nutzung Neuer Medien.

#### **4 Zusammenfassung des Strategiepapiers**

Das vorliegende Strategiepapier soll einen Beitrag zu einer vertiefenden, dem aktuellen Kenntnisstand Rechnung tragenden Diskussion über den nachhaltigen und breiten Einsatz der Neuen Medien in der Sportwissenschaft leisten. Zugleich ist angestrebt, über die Zusammenfassung einschlägiger Empfehlungen und Analysen zum Einsatz der Neuen Medien in der Hochschullehre einerseits wie durch die Erarbeitung einer politischen Programmatik zur Entwicklung durch der Sportwissenschaft durch Neue Medien im europäischen Bildungsraum andererseits die in den Gremien und Organen der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft geführte Diskussion zum Einsatz der Neuen Medien in Lehre und Forschung zu stimulieren, zukunftsweisende Impulse zu geben und die Aktivitäten der Sportwissenschaft an den Hochschulen und Universitäten in Deutschland zu unterstützen.

Das vorliegende Papier kann nur ein Einstieg in diese dringend erforderliche, mit Kompetenz und Sachverstand sowie politischem Weitblick zu führende Diskussion um die strategische Ausrichtung und Entwicklung der Sportwissenschaft durch Neue Medien darstellen. Es ist abzugleichen, zu ergänzen, zu granularisieren und zu differenzieren mit strategischen Empfehlungen anderer sportwissenschaftlicher Expertinnen und Experten im Umfeld der Neuen Medien, möglichst mit diesen synoptisch zusammenzuführen oder auch im Diskurs um die bestmögliche Lösung für die Sache die eine oder andere Lösung zu präferieren.

Das Strategiepapier wäre missverstanden, wenn man denke, dass es sich um ein politisches Konzept für einen definierten Zeitraum handeln würde. Vielmehr gilt es nach dessen Vorlage, den Abstimmungs- und Ergänzungsprozess mit den Expertinnen und Experten dauerhaft zu suchen und kontinuierlich fortzuführen, um damit die Einbindung der Neuen Medien in der Sportwissenschaft zu einem nachhaltigen hochschul- und wissenschaftspolitischen Thema in der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft zu machen.

Und letztlich ist anzustreben, dass Innovationen durch Neue Medien in der Sportwissenschaft über das vorgelegte Strategiepapier in den Meinungsbildungsprozess des Vorstandes der dvs über die zukünftige Ausrichtung der Sportwissenschaft integriert und mit höchster politischer Priorität versehen werden. Das Strategiepapier soll dadurch auf einer Metaebene auch einen substanziellen Beitrag leisten zur zukunftsfähigen strategischen Ausrichtung der Sportwissenschaft sowie das Nachdenken über das Selbstverständnis der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft stimulieren.

## 5 Literaturverzeichnis

- Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (Hrsg.). (1998). *Multimedia im Hochschulbereich*. Erster Bericht der BLK-Staatssekretärs-Arbeitsgruppe. Bonn.
- Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (Hrsg.). (1999). *Multimedia im Hochschulbereich*. Zweiter Bericht der BLK-Staatssekretärs-Arbeitsgruppe. Bonn.
- Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (Hrsg.). (2000). *Multimedia in der Hochschule*. Bericht der BLK-Staatssekretärs-Arbeitsgruppe. Bonn.
- Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (Hrsg.). (2002). *Strategiepapier: Breiter Einsatz von Neuen Medien in der Hochschullehre*. Bonn.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.). (2001). *Zur Nutzung elektronischer Medien an deutschen Hochschulen*. Bonn.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.). (2002). *Computernutzung und Neue Medien im Studium*. Ergebnisse der 16. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks durchgeführt durch die HIS Hochschul-Informationssystem GmbH. Bonn.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.). (2004). *Kursbuch eLearning 2004*. Neue Medien in der Bildung – Hochschulen. Bonn.
- Hochschul-Informationssystem (Hrsg.). (1997). *Bauliche Anforderungen und Auswirkungen bei verstärktem Medieneinsatz an Hochschulen – Szenarien*. Hannover.
- Hochschul-Informationssystem (Hrsg.). (2000). *Mediennutzungskompetenz im Hochschulbereich*. Planung, Organisation, Strategien. Hannover.
- Hochschul-Informationssystem (Hrsg.). (2001). *Elektrotechnik und Informationstechnik an Universitäten und Fachhochschulen*. Struktur- und Organisationsplanung, Bedarfsplanung, Programmplanung. Hannover.
- Hochschul-Informationssystem (Hrsg.). (2002). *Neue Medien im Hochschulbereich*. Eine Situations-skizze zur Lage in den Bundesländern. Hannover.
- Hochschul-Informationssystem (Hrsg.). (2004). *Nachhaltigkeitsstrategien für eLearning im Hochschulbereich*. Länder, Hochschulen, Projekte. Hannover.
- Hochschul-Informationssystem (Hrsg.). (2004). *E-Learning an deutschen Hochschulen*. Von der Projektentwicklung zur nachhaltigen Implementierung. Hannover.
- Hochschul-Informationssystem (Hrsg.). (2005). *E-Learning aus Sicht der Studierenden*. Hannover.
- Hochschulrektorenkonferenz (Hrsg.). (2002). *Zum Ausbau der Neuen Medien in der Hochschullehre*. Bonn.
- Hochschulrektorenkonferenz (Hrsg.). (2003). *Zum Einsatz der Neuen Medien in der Hochschullehre*. Bonn.
- Igel, C. & Daugs, R. (2002). Mehrwertpotenziale internetbasierter Lehre: Struktur, Dimensionen, Analysen. In K.P. Jantke, S. Wittig & J. Herrmann (Hrsg.), *Vom e-Learning bis e-Payment: Das Internet als sicherer Marktplatz* (S. 8-19). Berlin: Infix.
- Igel, C. & Daugs, R. (2005). eLearning in der Sportwissenschaft. In C. Igel & R. Daugs (Hrsg.), *Handbuch eLearning* (S. 15-48). Schorndorf: Hofmann.
- Kultusministerkonferenz (Hrsg.). (1996). *Neue Medien und Telekommunikation im Bildungswesen/ Hochschulbereich*. Bonn.
- Kultusministerkonferenz (Hrsg.). (1999). *Neue Medien und Telekommunikation im Bildungswesen/ Hochschulbereich – Rechtliche Aspekte*. Bonn.
- Müller-Böling, D. (2000). *Die entfesselte Hochschule*. Gütersloh: Bertelsmann.
- Schulmeister, R. (2001). *Virtuelle Universität – Virtuelles Lernen*. München: Oldenbourg.
- Uhl, V. (2003). *Virtuelle Hochschulen auf dem Bildungsmarkt*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Wissenschaftsrat (Hrsg.). (1998). *Empfehlungen zur Hochschulentwicklung durch Multimedia in Studium und Lehre*. Bonn.