

Nach dem Umzug in den „großen Würfel“

So schaut er nun aus, unser Neubau, der mit seiner beeindruckenden Architektur im Stadtbild von Heidenheim einen neuen Fixpunkt setzt. Die meisten Studiengänge der Fakultät Wirtschaft, die gesamte Fakultät Technik und die Verwaltung sind hier untergebracht; seit einer guten Woche läuft der Studienbetrieb. Das Sozialwesen sowie die Studiengänge Wirtschaftsinformatik und Spedition/Transport/Logistik befinden sich jetzt in der Wilhelmstraße, unserem früheren Hauptgebäude. Die Zahl der DH-Standorte in Heidenheim hat sich damit von fünf auf zwei reduziert.



Eine neue Perspektive in Heidenheim - mit dem Heidenheimer Schloss rechts im Hintergrund

Mit dem Umzug haben sich auch alle Telefonnummern geändert. Diese wurden auf unserer Homepage (www.dhbw-heidenheim.de) aktualisiert.

Re-Akkreditierung erfolgreich durchlaufen

Die Leitung der Dualen Hochschule hat es wieder geschafft - die Akkreditierungskommission der Zentralen Evaluations- und Akkreditierungsagentur (ZEVA) hat Anfang des Jahres beschlossen, dass die Studiengänge der DHBW weiterhin mit 210 Credit Points zu bewerten sind. Die Erfüllung der Auflagen konnte dabei in allen drei Studienbereichen (Wirtschaft, Technik, Sozialwesen) voll umfänglich nachgewiesen werden.

Praxis-Lehrprojekte im 1. Halbjahr 2010

In den vergangenen Monaten wurden einige bemerkenswerte Praxis-Lehrprojekte durchgeführt, über die auch in der regionalen Presse z.T. mehrfach berichtet wurde - und deren Ergebnisse auch langfristig in der Öffentlichkeit

präsent sein werden. Nachfolgend werden zwei davon dargestellt; ein drittes, das soeben erst (im Studienjahrgang 2008) beendet wurde, wird im nächsten Newsletter geschildert.

Jahrgang 2009: Corporate Design (CD) für Königsbronn

Schon in einem frühen Stadium ihres Studiums sahen sich unsere Studenten mit einer sehr anspruchsvollen Aufgabe konfrontiert - nämlich die (zum Landkreis Heidenheim gehörende) Gemeinde Königsbronn in ihrem Bemühen zu unterstützen, sich in der Öffentlichkeit durch ein einheitliches Auftreten neu und moderner zu präsentieren. Abgewickelt wurde dieses Projekt im Rahmen der Lehrveranstaltung „Mediengestaltung“, die von unserer hauptamtlichen Media-Designerin und akademischen Assistentin Martina Viola betreut wurde. Fünf Teams à fünf Studenten hatten dabei die Aufgabe, ein passendes Logo nebst Slogan für Königsbronn zu entwickeln, in einem Styleguide CD-Farben und -Schriften vorzustellen und schließlich aufzuzeigen, wie die einzelnen Gestaltungselemente CD-konform umgesetzt werden können - vor allem in Briefbögen, Visitenkarten und Hinweisschildern zu den Sehenswürdigkeiten vor Ort.

Da es für die Beurteilung solcher Gestaltungsentwürfe zwar einige Bewertungskriterien gibt, der Geschmack der Zielgruppe aber auch eine große Rolle spielt, wurde direkt nach Fertigstellung der Entwürfe eine Online-Befragung unter knapp 100 Königsbronner Bürgern durchgeführt, in der sie die Logo- und Slogan-Vorschläge beurteilen konnten. Dies half, die Auswahl aus den Entwürfen auf eine breite und objektivere Basis zu stellen. Eine satte Mehrheit der Bürger votierte dabei für das unten abgebildete Logo; als Slogan wurde „mit Ursprung & Zukunft“ präferiert. Diese Kombination wurde später auch vom Gemeinderat Königsbronn ausgewählt.



Für das ausgewählte Logo wussten die Befragten eine Reihe von Gründen aufzuführen. Oft wurde dabei auf den Wiedererkennungswert verwiesen, nicht zuletzt aufgrund der „Nähe“ zum alten Wahrzeichen bzw. Logo der Gemeinde, dem königlichen Brunnen. Es behält damit die Tradition des Königsbronner Wappens bei, stellt diese aber gleichzeitig modern dar. Auch der Slogan „... mit Ursprung und Zukunft“ verbindet Tradition mit Fortschritt – durch seinen Bezug zur Zukunftsoffensive in Königsbronn. Das Wort „Ursprung“ ist dabei, so zeigte sich, für die Bürger ein Begriff mit hohem Identifikationswert, weil er auf das Alleinstellungsmerkmal "Brenzursprung" abstellt – direkt im Ort entspringt die Brenz im (sehenswerten) sog. Brenztopf. Außerdem liegt hier auch der Ursprung der Schwäbischen Hüttenwerke, durch die Königsbronn der älteste Industriestandort in Europa ist. So gesehen verkörpern sowohl das Logo als auch der „Wortspiel-Slogan“ eine Gegensätzlichkeit, die sich doch ergänzt.

Zum Abschluss des Projekts durften unsere Studenten vor etwa 100 geladenen Gästen ihre Entwürfe präsentieren, und zwar im festlichen Ambiente der direkt neben dem Brenzursprung gelegenen Hammerschmiede.

Jahrgang 2007: QR-Tagging auf dem Jakobswege



Über das Jakobswegle, das auf einer beliebten Wanderstrecke im beschaulichen Giengen-Hürben liegt, wurde hier schon früher berichtet – von Beginn an wurde es von uns gewissermaßen „medial begleitet“. Das Jakobswegle stellt die Strecke

des Jakobspilger-Weges von Giengen an der Brenz nach Santiago de Compostela im Kleinformat (Maßstab 1:1000) dar und belebt mit seinem informativen und z.T. auch spirituellen Charakter den Fremdenverkehr Giengens. Dazu informieren Schautafeln entlang des Rundwegs über die Städte, Landschaften und Sehenswürdigkeiten, die sich auf den einzelnen Etappen des „großen“ Pilgerwegs befinden.

Die Aufgabe des studentischen Lehrprojekts, das im Kontext der im 5. Semester laufenden Lehrveranstaltungen „Web-Technologien“ sowie „Audiogestaltung“ abgewickelt wurde, bestand darin, den Erlebniswert des Jakobsweges

durch den Einsatz der QR (Quick-Response)-Technologie zu erhöhen. Bei QR-Tags handelt es sich um zweidimensionale, quadratische Barcodes, die - in unserer Anwendung - Links zu Webseiten repräsentieren.

Konkret ging es für die einzelnen studentischen Arbeitsgruppen darum, Geschichten sowie Legenden zu den einzelnen Etappen zu sammeln, umzuschreiben, zu vertonen, zu komprimieren und auf speziell für mobile Endgeräte angepasste Webseiten bereitzustellen. Zu den Projektaufgaben gehörten ferner Tests mit verschiedenen Handys und Browsern auf Kompatibilität sowie die Bereitstellung einer Anleitung für die „Jakobswege-Wanderer“ zur Nutzung der QR-Tags.



Prof. Dr. Froböse beim Abfotografieren eines QR-Tags (Foto: Heidenheimer Zeitung)

Über das Abfotografieren der mittlerweile auf den 14 Schautafeln befestigten, ca. 6 x 6 cm großen QR-Tags gelangen Besucher, die ein Smartphone mit QR-Tag-Reader besitzen, automatisch auf entsprechende mobile Webseiten, über die sie ergänzende Informationen erhalten - ohne Links mühsam abtippen zu müssen. Eine kindgerechte Erzählung zum Jakobsweg aus dem Kinderbuch „Auf nach Santiago“ kann ebenso abgerufen werden wie kleine, über Youtube bereitgestellte Diashows – und nicht zuletzt das Glockenläuten der Kathedrale von Santiago de Compostela am Ende des Weges. Die lokale Agendagruppe „Jakobswege“ um Adolf Enderlin und die Stadt Giengen freuen sich über diese neue „multimediale Begleitung“ auf dem Pilgerpfad.

Redaktion:

Prof. Dr. Michael Froböse

Studiengangsleiter

Tel. 07321/2722-221

froboese@dhw-heimheim.de

Dipl.-Bw. (FH) Gaby Krämer

Herausgeber (V.i.s.d.P.):

Duale Hochschule Baden-Württemberg Heidenheim

Studiengang Dienstleistungsmanagement/-marketing, Vertiefung Medien & Kommunikation

Postfach 11 30, 89501 Heidenheim

