

## **Informationsquellen für IT-Professionals**

Heise, David; Schauer, Carola; Strecker, Stefan

In: ICB Research Reports - Forschungsberichte des ICB / 2007

Dieser Text wird über DuEPublico, dem Dokumenten- und Publikationsserver der Universität Duisburg-Essen, zur Verfügung gestellt.

Die hier veröffentlichte Version der E-Publikation kann von einer eventuell ebenfalls veröffentlichten Verlagsversion abweichen.

DOI: <https://doi.org/10.17185/duepublico/47153>

URN: <urn:nbn:de:hbz:464-20180925-071349-0>

Link: <https://duepublico.uni-duisburg-essen.de/servlets/DocumentServlet?id=47153>

Lizenz:

Sofern nicht im Inhalt ausdrücklich anders gekennzeichnet, liegen alle Nutzungsrechte bei den Urhebern bzw. Herausgebern. Nutzung - ausgenommen anwendbare Schrankenregelungen des Urheberrechts - nur mit deren Genehmigung.

Quelle: ICB-Research Report No. 15, April 2007



**ICB**

Institut für Informatik und  
Wirtschaftsinformatik

David Heise  
Carola Schauer  
Stefan Strecker



# Informationsquellen für IT-Professionals

# 15

**ICB-RESEARCH REPORT**

Analyse und Bewertung der Fachpresse  
aus Sicht der Wirtschaftsinformatik

ICB-Research Report No.15

April 2007



Die Forschungsberichte des Instituts für Informatik und Wirtschaftsinformatik dienen der Darstellung vorläufiger Ergebnisse, die i. d. R. noch für spätere Veröffentlichungen überarbeitet werden. Die Autoren sind deshalb für kritische Hinweise dankbar.

The ICB Research Reports comprise preliminary results which will usually be revised for subsequent publications. Critical comments would be appreciated by the authors.

---

Alle Rechte vorbehalten. Insbesondere die der Übersetzung, des Nachdruckes, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen – auch bei nur auszugsweiser Verwertung.

All rights reserved. No part of this report may be reproduced by any means, or translated.

---

**Authors' Address:**

David Heise  
Carola Schauer  
Stefan Strecker

Institut für Informatik und  
Wirtschaftsinformatik (ICB)  
Universität Duisburg-Essen  
Universitätsstr. 9  
D-45141 Essen

david.heise@uni-due.de  
carola.schauer@uni-due.de  
stefan.strecker@uni-due.de

**ICB Research Reports**

**Edited by:**

Prof. Dr. Heimo Adelsberger  
Prof. Dr. Peter Chamoni  
Prof. Dr. Frank Dorloff  
Prof. Dr. Klaus Echtele  
Prof. Dr. Stefan Eicker  
Prof. Dr. Ulrich Frank  
Prof. Dr. Michael Goedicke  
Prof. Dr. Reinhard Jung  
Prof. Dr. Tobias Kollmann  
Prof. Dr. Bruno Müller-Clostermann  
Prof. Dr. Klaus Pohl  
Prof. Dr. Erwin P. Rathgeb  
Prof. Dr. Rainer Unland  
Prof. Dr. Stephan Zelewski

---

**Managing Assistant and Contact:**

Jürgen Jung

Institut für Informatik und  
Wirtschaftsinformatik (ICB)  
Universität Duisburg-Essen  
Universitätsstr. 9  
45141 Essen  
Germany

Email: [icb@uni-duisburg-essen.de](mailto:icb@uni-duisburg-essen.de)

**ISSN 1860-2770**



## Zusammenfassung

Der vorliegende Forschungsbericht präsentiert die Ergebnisse eines Hauptseminars am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Unternehmensmodellierung der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen. Im Rahmen der Lehrveranstaltung erarbeiteten die Teilnehmer Bewertungskriterien zur differenzierten Untersuchung von Publikationen, die sich primär an IT-Professionals und IT-Entscheider richten (IT-Fachpresse).

In neun Seminararbeiten wird jeweils eine ausgewählte IT-Fachzeitschrift anhand des entwickelten Bezugsrahmens untersucht. Neben quantitativen Kriterien, wie bspw. Seitenanzahl, Anteile an Werbung und Abbildungen, werden dabei Anforderungen an Nachvollziehbarkeit, Begründung und Objektivität aus der Sicht der verschiedenen Zielgruppen (Lesergruppen) als Kriterien herangezogen. Dieser Bericht fasst die wesentlichen Ergebnisse der eingereichten Arbeiten zusammen und nimmt eine vergleichende Gegenüberstellung der untersuchten Publikationen vor. Die Ergebnisse dieser Analyse unterstützen die intendierten Lesergruppen bei der Auswahl von IT-Fachzeitschriften und geben Nutzern im akademischen Umfeld einen Überblick über ein sonst eher vernachlässigtes Genre.

## Danksagung

Für die Bereitstellung von Rezensionsexemplaren danken wir den herausgebenden Verlagen.



# Inhaltsverzeichnis

1	MOTIVATION, GRUNDLEGENDE ANNAHMEN UND ZIELSETZUNG.....	1
2	VORGEHENSWEISE UND AUSWAHLKRITERIEN .....	2
3	BEZUGSRAHMEN / KRITERIENKATALOG.....	2
3.1	Formale Kriterien .....	2
3.2	Inhaltliche Kriterien .....	3
3.3	Sprachliche Kriterien .....	4
4	KURZVORSTELLUNG DER UNTERSUCHTEN PUBLIKATIONEN ANHAND FORMALER KRITERIEN.....	5
5	VERGLEICHENDE ZEITSCHRIFTENANALYSE.....	8
5.1	Weitere formale Kriterien .....	8
5.2	Inhaltliche Kriterien .....	11
5.3	Sprachliche Kriterien .....	16
6	WESENTLICHE CHARAKTERISTIKA DER EINZELNEN ZEITSCHRIFTEN .....	17
7	ZUSAMMENFASSENDE EINSCHÄTZUNG DER FACHPRESSE.....	21
8	FAZIT .....	23
9	ÜBERSICHT DER SEMINARARBEITEN .....	24
10	LITERATUR.....	25

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Seitenanteile der Zeitschriften .....	9
Abbildung 2: Seitenanteil der Abbildungsarten je Zeitschrift .....	10
Abbildung 3: Seitenanteil der verschiedenen Artikelarten je Zeitschrift .....	10
Abbildung 4: Abstraktionsniveau und Sichtweise der Zeitschriften .....	13
Abbildung 5: Analyse der Zielgruppen .....	15
Abbildung 6: Auszug aus der IT MANAGEMENT (vgl. [IT Management 8/2006], S. 11) .....	16
Abbildung 7: Testsieger-Logo der Zeitschrift BUSINESS & IT 10/2006 (S. 42) .....	18
Abbildung 8: Ausschnitt aus der CIO 09/2006 (S. 47) .....	18
Abbildung 9: Ausschnitt aus der COMPUTERWOCHE 48/2006 (S. 12) .....	19
Abbildung 10: Ausschnitt aus der IT DIRECTOR 7-8/2006 (S. 32) .....	20
Abbildung 11: Ausschnitt aus der IT MANAGEMENT 09/2006, S. 41 .....	21

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Formale Kriterien je untersuchter Zeitschrift (I) .....	5
Tabelle 2: Formale Kriterien je untersuchter Zeitschrift (II) .....	6
Tabelle 3: Einordnung bzgl. inhaltlicher redaktioneller Überarbeitung .....	11
Tabelle 4: Einordnung in Schwerpunktausgaben .....	12
Tabelle 5: Einordnung in Sichtweise und Unternehmensgröße .....	12
Tabelle 6: Einordnung bzgl. Objektivität und kritischer Betrachtung .....	14
Tabelle 7: Einordnung bzgl. des Anspruchsniveaus der Sprache .....	17



# 1 Motivation, grundlegende Annahmen und Zielsetzung

Entscheidungsträger in Unternehmen erwarten von Hochschulabsolventen der Wirtschaftsinformatik spezifische Handlungskompetenzen, darunter

1. die Fähigkeit, aktuelle fachliche Entwicklungen und Trends frühzeitig zu erkennen;
2. die Fähigkeit, sich in kurzer Zeit in aktuelle Fachthemen angemessen einzuarbeiten, und
3. die Fähigkeit, einem fachfremden Publikum die relevanten Fachinformationen in kurzer Zeit verständlich zu präsentieren.

In Unternehmen wird dazu – nach unserer Einschätzung – vorrangig auf die einschlägige IT-Fachpresse zurückgegriffen. Diese umfasst Periodika im Zeitungsformat, in denen neben Fachthemen auch aktuelle Berichte aus der IT-Szene nachzulesen sind; Zeitschriften mit einem Fokus auf neue Entwicklungen der IT-Branche; als auch Zeitschriften, die Fachbeiträge speziell für Führungskräfte anbieten.

In der universitären Wirtschaftsinformatik-Ausbildung ist der Kontakt von Studierenden mit diesen Publikationen üblicherweise sehr eingeschränkt: Universitätsbibliotheken führen die entsprechenden Titel, wenn überhaupt, nur vereinzelt; in Lehrveranstaltungen steht – kaum überraschend – wissenschaftliche Literatur im Fokus und der private Zugang wird durch eine entsprechende Preissetzung nicht gerade gefördert. Die kostenlose Verteilung mancher Titel auf Messen usw. bietet aus Sicht der Studierenden hier ebenfalls keine Abhilfe.

Vor diesem Hintergrund untersucht der vorliegende Arbeitsbericht – basierend auf Ergebnissen eines am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Unternehmensmodellierung durchgeführten Hauptseminars – zehn Publikationen hinsichtlich formaler, inhaltlicher und sprachlicher Kriterien:

- BUSINESS & IT
- CIO
- COMPUTERWOCHE
- COMPUTER ZEITUNG
- HMD: Praxis der Wirtschaftsinformatik (HMD)
- IM – Information Management & Consulting (IM)
- INFORMATION WEEK
- IT DIRECTOR
- IT MANAGEMENT
- IT MITTELSTAND

Die vergleichende Gegenüberstellung der ausgewählten Titel anhand des in Abschnitt 3 entwickelten Bezugsrahmens zielt auf die Erstellung einer „Landkarte“ der einschlägigen IT-Fachpresse: Es sollen die charakteristischen Merkmale der ausgewählten Publikationen dargestellt und markante Unterschiede zwischen den Zeitschriften herausgearbeitet werden. Letztlich soll die vergleichende Untersuchung die gezielte Auswahl einer geeigneten Publikation – sowohl aus Sicht von Adressaten in der Praxis als auch im akademischen Umfeld – unterstützen. Dazu werden auch wesentliche Unterschiede zu wissenschaftlichen Publikationen herausgearbeitet.

## 2 Vorgehensweise und Auswahlkriterien

Die Auswahl der untersuchten Titel der Fachpresse erfolgt vorrangig unter didaktischen Gesichtspunkten mit dem Ziel, die Teilnehmer des Seminars mit den verschiedenen Facetten der IT-Fachpresse zu konfrontieren. Deshalb umfasst die Stichprobe Publikationen mit unterschiedlicher Erscheinungsweise, Aufmachung und Verbreitung. Neben typischen Vertretern der IT-Fachpresse sind mit IM und HMD bewusst zwei Titel berücksichtigt, die eine größere Nähe zu wissenschaftlichen Publikationen aufweisen, um zu untersuchen, ob Unterschiede zwischen diesen Titeln und den typischen IT-Fachzeitschriften bestehen. Die Stichprobe ist nicht repräsentativ und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Einen Überblick über weitere Titel der IT-Fachpresse und ihre Reichweite liefert die Leseranalyse Computerpresse (<http://lac.de>).

Die vorliegende Untersuchung basiert auf Ergebnissen eines im Wintersemester 2006/2007 am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Unternehmensmodellierung, Institut für Informatik und Wirtschaftsinformatik der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen durchgeführten Hauptseminars, an dem neun Studierende des Diplomstudiengangs Wirtschaftsinformatik teilnahmen. Im Rahmen der Lehrveranstaltung wurde zunächst gemeinsam mit den betreuenden Dozenten ein Bezugsrahmen für die Beurteilung der ausgewählten Titel erarbeitet. In einem zweiten Schritt erfolgte anhand des Kriterienkatalogs die Evaluation der Titel, wobei jeweils ein studentischer Seminarteilnehmer eine Publikation untersuchte. Die dabei entstandenen Seminararbeiten können auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden. Im Anschluss an die Präsentationen der Ergebnisse im Rahmen einer abschließenden Seminarsitzung entstand der vorliegende Arbeitsbericht.

## 3 Bezugsrahmen / Kriterienkatalog

Der Bezugsrahmen zur Einordnung der Fachzeitschriften umfasst sowohl formale als auch inhaltliche und sprachliche Kriterien.

### 3.1 Formale Kriterien

Zur *grundlegenden Beschreibung* der Fachzeitschriften werden zu Beginn jeweils Angaben zu den folgenden Punkten gemacht (siehe Abschnitt 4):

- Verlag
- Erscheinungsweise / Periodizität
- Seitenformat, Papierstärke
- Gesamtumfang in Seiten
- Explizierte Zielgruppe

Ein weiteres formales Kriterium ist der *Seitenanteil* für Werbung, Abbildungen und Texte. Zusätzlich soll untersucht werden, inwiefern die Angaben der Herausgeber bzw. die Einheitlichkeit der Beiträge auf eine *redaktionelle Überarbeitung* hinweisen.

## 3.2 Inhaltliche Kriterien

### Thematische Ausrichtung

Als ein wesentliches inhaltliches Kriterium ist die thematische Ausrichtung anzusehen. Dabei sollen folgende Aspekte untersucht werden:

*Thematische Schwerpunkte:* Sind in einzelnen Ausgaben thematische Schwerpunkte vorhanden?  
Gibt es durchgängige thematische Schwerpunktthemen der Zeitschrift, die regelmäßig aufgegriffen werden?

*Sichtweise (technisch, betriebswirtschaftlich):* Widmen sich die Beiträge der Zeitschrift vornehmlich technischen Fragestellungen im Zusammenhang mit Informationssystemen? Werden in erster Linie betriebswirtschaftliche Aspekte oder Fragen des Managements von Informationssystemen behandelt (z. B. Wettbewerbsvorteile, Investitionsschutz)?

*Unternehmensgröße:* Richten sich die Autoren der Beiträge an Entscheidungsträger in Unternehmen einer bestimmten Größe (klein, mittel, groß)? Hinweise darauf lassen sich von den betrachteten Fragestellungen oder auch von dem Investitionsvolumen der vorgestellten Produkte oder Ansätze ableiten.

### Abstraktionsniveau

Der Gegenstandsbereich der Wirtschaftsinformatik in Forschung und Praxis ist nicht nur thematisch vielschichtig. Relevante Fragestellungen können auch auf stark unterschiedlichen Abstraktionsniveaus behandelt werden. Für die folgende Untersuchung soll von einem niedrigen Abstraktionsniveau gesprochen werden, wenn ein konkretes Produkt oder eine Dienstleistung mit konkreten Handlungsempfehlungen vorgestellt wird. Auch Berichte dedizierter Praxisprojekte und Erfahrungen im Einzelfall weisen ein relativ niedriges Abstraktionsniveau auf. Wird vom Einzelfall abstrahiert und werden anstatt konkreter Produkte die entsprechenden grundlegenden Konzepte und allgemeinen Herausforderungen und Möglichkeiten thematisiert, so kann von einem höheren Abstraktionsniveau gesprochen werden. Wissenschaftliche Arbeiten streben traditionell ein hohes Abstraktionsniveau an, um zu möglichst allgemeinen, langfristig gültigen und in verschiedenen Kontexten anwendbaren Erkenntnissen zu gelangen. Vorstellungen konkreter Produkten und Praxiserfahrungen in einzelnen Unternehmen bieten dem Entscheider häufig sehr anschauliche und direkte Einblicke bzgl. der Chancen und Herausforderungen von Informationssystemen und aktuellen Technologien.

### Objektivität

Der Wert oder die Qualität eines Beitrags in einer Fachzeitschrift lässt sich neben der Frage des für den jeweiligen Leser geeigneten Abstraktionsniveaus auch an der Objektivität messen. Objektivität oder Neutralität hängt bspw. zusammen mit der Rolle von Werbung im Verhältnis zu inhaltlichen Beiträgen, mit möglichen Interessenskonflikten der Autoren, wenn diese bspw. selbst Mitarbeiter des Unternehmens sind, dessen Produkt sie vorstellen. Objektivität zeigt sich grundlegend in dem Vorhandensein kritischer Stellungnahmen, d. h. dass bspw. neben den Vorzügen und Verheißungen einer neuen Technologie mögliche Schwierigkeiten aufgezeigt werden und der Fortschritt im Verhältnis zu bestehenden Technologien kritisch untersucht wird.

### Nachvollziehbarkeit und Begründung

Ein Fachbeitrag sollte immer darauf ausgerichtet sein, dem Leser in nachvollziehbarer und transparenter Weise ein bestimmtes Fachthema näher zu bringen bzw. Handlungsempfehlungen oder wertende Aussagen in überzeugender Weise begründen:

*Nachvollziehbarkeit:* Die Frage der Nachvollziehbarkeit bezieht sich u. a. auf die Transparenz der Autorenschaft, bspw. die Zuordnung zu Unternehmen, Position im Unternehmen und akademischer Grad des Autors. Ein expliziter Kriterienkatalog als Grundlage zur Auswahl und Bewertung von konkreten Produkten oder Managementansätzen unterstützt bspw. eine höhere Transparenz und bessere Nachvollziehbarkeit der Argumentation.

*Begründung:* Es gibt verschiedene Möglichkeiten, um eine bestimmte Bewertung oder Handlungsempfehlung überzeugend zu begründen. In der wissenschaftlichen Literatur weit verbreitet ist der Bezug auf andere anerkannte Literaturquellen. Eine weitere Möglichkeit ist der Verweis auf eigene empirische Untersuchungen oder Studien professioneller Anbieter, wie bspw. Marktforschungsinstitute oder Beratungsfirmen.

### Zielgruppe/Zielsetzung

Auf Basis der inhaltlichen Kriterien soll untersucht werden, ob die ausgewählten Fachzeitschriften ihren Ansprüchen, im Sinne der explizierten Zielgruppen und Zielsetzung gerecht werden. Die tatsächliche Zielgruppe und Zielsetzung einer Zeitschrift lässt sich über verschiedene inhaltliche Indikatoren ableiten, die den oben bereits genannten Kriterien entsprechen:

- Sichtweise und Investitionsvolumen
- Abstraktionsniveau
- Objektivität der Beiträge
- Art und Funktion der Abbildungen

### Aktualität

Vor dem Hintergrund schneller technologischer Entwicklungen im IT-Bereich steht jede Fachzeitschrift vor der Herausforderung, die gerade aktuellen Themen zeitnah zu behandeln. Dementsprechend erscheinen kurze Verfahren zur Veröffentlichung von Artikeln und Beiträgen wünschenswert.

## 3.3 Sprachliche Kriterien

Die Verwendung von Fachsprache zeichnet sowohl eine eigenständige wissenschaftliche Disziplin als auch berufliche Fächer aus. Daher soll neben der Untersuchung inhaltlicher und thematischer Aspekte auch das sprachliche Anspruchsniveau betrachtet werden. Dazu sollen folgende drei Kriterien herangezogen werden:

*Vorausgesetztes technisches Fachwissen:* Inwiefern werden technische Fachbegriffe verwendet, die für ein Verständnis der Beiträge bekannt sein müssen, die jedoch nur technisch-spezifisch ausgebildeten Lesern bekannt sind?

*Fachterminologie:* Inwiefern wird insgesamt eine durchgängige Fachsprache angewendet, die von einem Vertreter des Fachs vorausgesetzt werden kann? Wie wird mit Modebegriffen umgegangen?

*Umgangssprache:* Inwiefern finden sich betont umgangssprachliche, pauschalisierende oder plakative Äußerungen?

## 4 Kurzvorstellung der untersuchten Publikationen anhand formaler Kriterien

In diesem Abschnitt werden die in Abschnitt 1 genannten Publikationen kurz anhand der vorgestellten Kriterien Verlag, Erscheinungsweise, Format, durchschnittlicher Umfang und Zielgruppe charakterisiert (siehe Abschn. 3.1). Eine Untersuchung der weiteren formalen Kriterien – Seitenanteile für Werbung, Abbildungen und Fliesstext und redaktionelle Überarbeitung – erfolgt in Abschnitt 5.1.

Die ausgewählten Publikationen werden anhand aktueller, am Stichtag 31. Oktober 2006 zur Verfügung stehender Ausgaben untersucht. Die Anzahl der untersuchten Ausgaben hängt dabei sowohl von der Periodizität der Publikation als auch von der jeweiligen Verfügbarkeit ab. Betrachtet werden mindestens drei aufeinander folgende Ausgaben. Ausnahmen stellen die Zeitschriften IM und IT MITTELSTAND aus Gründen der Verfügbarkeit bzw. COMPUTERWOCHE und COMPUTER ZEITUNG aus Gründen der speziellen Periodizität dar. Tabelle 1 und Tabelle 2 stellen die Publikationen anhand der genannten Kriterien vergleichend gegenüber.

Im Folgenden werden die Publikationen anhand charakteristischer Merkmale kurz vorgestellt. Zur Veranschaulichung wird ein typisches Cover jeder Zeitschrift abgebildet.

	BUSINESS & IT	CIO	COMPUTERWOCHE	COMPUTER ZEITUNG	HMD
Verlag	Weka-Computerzeitschriften GmbH	IDG Business Media GmbH	IDG Business Media GmbH	Konradin IT-Verlag GmbH	dpunkt Verlag GmbH
Erscheinungsweise/ Periodizität	10 Ausgaben/Jahr, mtl. (2 Doppelausgaben, d. h. für je 2 Monate)	10 Ausgaben/Jahr, mtl. (2 Doppelausgaben, d. h. für je 2 Monate)	wöchentlich	wöchentlich	6 Ausgaben/Jahr, zweimonatlich
Seitenformat/Papier	210 mm x 280 mm, weiß, farbig	225 mm x 280 mm, weiß, farbig	285 mm x 355 mm, grau, farbig	DIN A3, grau, farbig	165 mm x 240 mm, grau, s/w
Explizite Zielgruppe	Entscheider, Entscheidungsvorbereiter	IT-/Business-Entscheider auf CxO-Niveau, IT-Führungskräfte	strategische IT-Entscheider, IT-Professionals, Senior IT-Manager	CIO, IT-Manager, IT-Entscheider	Fach-/ Führungskräfte, Studenten
Betrachtete Ausgaben	August 2006 September 2006 Oktober 2006	Juni 2006 Juli/August 2006 September 2006	43/2006 44/2006 46/2006 48/2006 50/2006	37/2006 38/2006 39/2006 42/2006 43/2006 44/2006	Juni 2006 August 2006 Oktober 2006
Durchschnittliche Gesamtseitenzahl	119 S.	75 S.	45 S.	24 S.	128 S.

**Tabelle 1: Formale Kriterien je untersuchter Zeitschrift (I)**

## Informationsquellen für IT-Professionals: Analyse und Bewertung der Fachpresse

	IM	INFORMATION WEEK	IT DIRECTOR	IT MANAGEMENT	IT MITTELSTAND
Verlag	imc information communication multimedia AG	CMP-WEKA GmbH & Co. KG	Medienhaus Verlag GmbH	IT Verlag für Informationstechnik GmbH	Medienhaus Verlag GmbH
Erscheinungsweise/Periodizität	4 Ausgaben/Jahr, quartalsweise	12 Ausgaben/Jahr, mtl.	10 Ausgaben/Jahr, mtl. (2 Doppelausgaben, d. h. für je 2 Monate)	10 Ausgaben/Jahr, mtl. (2 Doppelausgaben, d. h. für je 2 Monate)	10 Ausgaben/Jahr, mtl. (2 Doppelausgaben, d. h. für je 2 Monate)
Seitenformat/Papier	Etwas DIN A4, grau, s/w	DIN A4, weiß, farbig	DIN A4, weiß, hochglanz	DIN A4, weiß, farbig	DIN A4, weiß, hochglanz
Explizite Zielgruppe	Entscheider, Fachkräften, Studenten, Dozenten	CIO, IT-Manager	CxO, IT-Entscheider	IT-Manager, Entscheidungsträger	CxO, IT-Entscheider
Betrachtete Ausgaben	01/2005 02/2005 03/2005	Juli 2006 August 2006 September 2006	7/8 2006 9/2006 10/2006	August 2006 September 2006 Oktober 2006	04/06 11/06 12/06
Durchschnittliche Gesamtseitenzahl	115 S.	52 S.	70 S.	60 S.	68 S.

**Tabelle 2: Formale Kriterien je untersuchter Zeitschrift (II)**

### BUSINESS & IT

Die Zeitschrift BUSINESS & IT wird von der WEKA-COMPUTERZEITSCHRIFTEN GMBH mit 10 regulären Ausgaben pro Jahr bei monatlicher Erscheinungsweise vertrieben. Zwei Ausgaben erscheinen als Doppelausgabe für je zwei Monate. Die Zeitschrift im Format 210 mm Breite x 280 mm Höhe wird auf weißem Papier und farbig gedruckt. Untersucht werden die Ausgaben August 2006, September 2006 und Oktober 2006. Über die betrachteten Ausgaben weist die BUSINESS & IT einen vergleichsweise hohen durchschnittlichen Gesamtumfang von 119 Seiten auf. Die Zielgruppe wird vom Verlag mit Entscheidern und Entscheidungsvorbereitern ausgewiesen (vgl. [B&IT07], S. 2).



### CIO

Die CIO der IDG BUSINESS MEDIA GMBH erscheint ebenfalls mit 10 regulären Ausgaben pro Jahr monatlich, besitzt jedoch zusätzlich 2 Sonderhefte pro Jahr. Die Zeitschrift wird in einem DIN A4-ähnlichen Format von 225 mm Breite und 280 mm Höhe und farbig auf dickerem weißem Papier verlegt. Untersucht werden die Ausgaben Juni, Juli/August und September des Jahrgangs 2006, die je einen Gesamtumfang von durchschnittlich 75 Seiten aufweisen. Die vom Verlag explizierte Zielgruppe sind IT- und Business-Entscheider auf CxO-Niveau sowie IT-Führungskräfte wie Abteilungs- oder Bereichsleiter (vgl. [CIO07], S. 2).



### COMPUTERWOCHE

Die COMPUTERWOCHE der IDG BUSINESS MEDIA GMBH erscheint wöchentlich in einem DIN A3 ähnlichen Format (285 mm Breite x 355 mm Höhe) auf grauem Papier in farbigem Druck. Die avisierte Zielgruppe sind strategische IT-Entscheider, IT-Professionals und Senior IT-Manager (vgl. [CW06], S. 2). Aufgrund der häufigeren Erscheinungsweise werden die Ausgaben 43, 44, 46, 48 und 50 des Jahrgangs 2006 untersucht, die einen durchschnittlichen Umfang von 45 Seiten aufweisen.



### COMPUTER ZEITUNG

Die COMPUTER ZEITUNG wird von der KONRADIN IT-VERLAG GMBH in einem wöchentlichen Rhythmus verlegt und zielt auf CIOs, IT-Manager und IT-Entscheider (vgl. [CZ06], S. 3). Sie wird im DIN A3-Format auf grauem Papier und in Farbe gedruckt und besitzt einen konstanten Seitenumfang von 24 Seiten (seit März 2007 wird eine bessere Papierqualität und ein anderes Layout verwendet). Betrachtet werden die Ausgaben 37 bis 39 und 42 bis 44 des Jahrgangs 2006.



### HMD

Die Zeitschrift HMD der DPUNKT VERLAG GMBH erscheint zweimonatlich, d. h. mit sechs Ausgaben pro Jahr. Sie besitzt gegenüber den anderen hier untersuchten Publikationen ein deutlich kleineres Format von 165 mm Breite x 240 mm Höhe (etwas breiter als DIN A5). Der Druck (ausgenommen des farbigen Umschlags) erfolgt in schwarz-weiß auf grauem (Recycling-) Papier. Die Zielgruppe wird von den Herausgebern mit Personen aus Wissenschaft und Praxis bzw. Fach- und Führungskräften sowie Studenten der Wirtschaftsinformatik angegeben (vgl. [HMD07], S. 2). Analysiert werden die Ausgaben Juni, August und Oktober 2006, die je einen Gesamtumfang von 128 Seiten besitzen. Aufgrund des kleineren Formates liegt der Umfang der einzelnen Ausgaben damit ungefähr im Durchschnitt der anderen betrachteten Zeitschriften.



### IM

Die Zeitschrift IM wird mit vier Ausgaben pro Jahr quartalsweise von der IMC INFORMATION COMMUNICATION MULTIMEDIA AG vertrieben. Wie die HMD wird auch die IM im Schwarz-Weiß-Druck auf grauem, dickerem Papier mit farbigem Einband gedruckt. Das Format der Zeitschrift entspricht etwa DIN A4. Die Zielgruppe wird vom Verlag mit Entscheidern, Fachkräften sowie Studenten und Dozenten angegeben (vgl. [IM07], S. 8). Aus Verfügbarkeitsgründen werden bei dieser Zeitschrift die ersten drei Ausgaben des Jahrgangs 2006 untersucht. Der vergleichsweise hohe durchschnittliche Gesamtumfang beträgt 115 Seiten pro Ausgabe.



### INFORMATION WEEK

Die Zeitschrift INFORMATION WEEK erscheint monatlich mit 12 Ausgaben pro Jahr. Zusätzlich verlegt die CMP-WEKA GMBH & CO. KG mehrmals im Jahr ein als „Special“ bezeichnetes Sonderheft der Zeitschrift. Das Format entspricht DIN A4 mit farbigem Druck auf grauem Papier. Der Verlag führt als Zielgruppe CIOs und IT-Manager an (vgl. [IW07], S. 3). Betrachtet werden für diese Zeitschrift die Ausgaben Juli, August



und September 2006. Der durchschnittliche Umfang dieser Ausgaben beträgt 52 Seiten.

### IT DIRECTOR

Die Zeitschrift IT DIRECTOR wird von der MEDIENHAUS VERLAG GMBH mit 10 regulären Ausgaben pro Jahr monatlich herausgegeben. Das Format entspricht DIN A4. Gedruckt werden die Ausgaben in Farbe und auf etwas dickerem Hochglanzpapier. Untersucht werden die Doppelausgabe 7/8 und die Ausgaben 9 und 10 des Jahrgangs 2006. Der durchschnittliche Gesamtumfang dieser Ausgaben beträgt 70 Seiten. Die vom Verlag explizierte Zielgruppe sind CxOs und IT-Entscheider (vgl. [ITD07], S. 3).



### IT MANAGEMENT

Von der Zeitschrift IT MANAGEMENT (IT VERLAG FÜR INFORMATIONSTECHNIK GMBH) erscheinen 10 Ausgaben pro Jahr. Die Zeitschrift wird mit konstant 60 Seiten Umfang im DIN A4-Format und in Farbe auf weißem Papier gedruckt. Analysiert werden die Zeitschriften August, September und Oktober 2006. Die avisierte Zielgruppe sind IT-Manager und Entscheidungsträger (vgl. [ITMa07], S. 3).



### IT MITTELSTAND

Die IT MITTELSTAND erscheint – wie die Zeitschrift IT DIRECTOR – ebenfalls bei der MEDIENHAUS VERLAG GMBH. Sie wird in identischem Format und mit demselben Papier (DIN A4, dickeres, weißes Hochglanzpapier) gedruckt und erscheint ebenfalls mit 10 regulären Ausgaben pro Jahr. Analysiert werden die Ausgaben 4, 11 und 12 des Jahrgangs 2006, die einen konstanten Seitenumfang von 68 Seiten aufweisen. Die von Seiten der Herausgeber angegebene Zielgruppe entspricht der der Zeitschrift IT DIRECTOR (CxOs und IT-Entscheider) jedoch mit der Einschränkung auf mittelständische Unternehmen (vgl. [ITMi07], S. 3).



## 5 Vergleichende Zeitschriftenanalyse

Der in Abschnitt 3 vorgestellte Kriterienkatalog wird nun zur vergleichenden Einordnung der ausgewählten Fachzeitschriften angewendet. Die Analyse beginnt mit der Untersuchung der Seitenanteile für Werbung/Abbildung/Text und Hinweisen auf eine inhaltliche redaktionelle Überarbeitung der als Hauptartikel identifizierbaren Beiträge (Abschn. 5.1). Anschließend erfolgt die Einordnung bzgl. inhaltlicher und sprachlicher Kriterien, wobei insbesondere die Hauptartikel der Zeitschriften betrachtet werden (Abschn. 5.2 und 5.3).

### 5.1 Weitere formale Kriterien

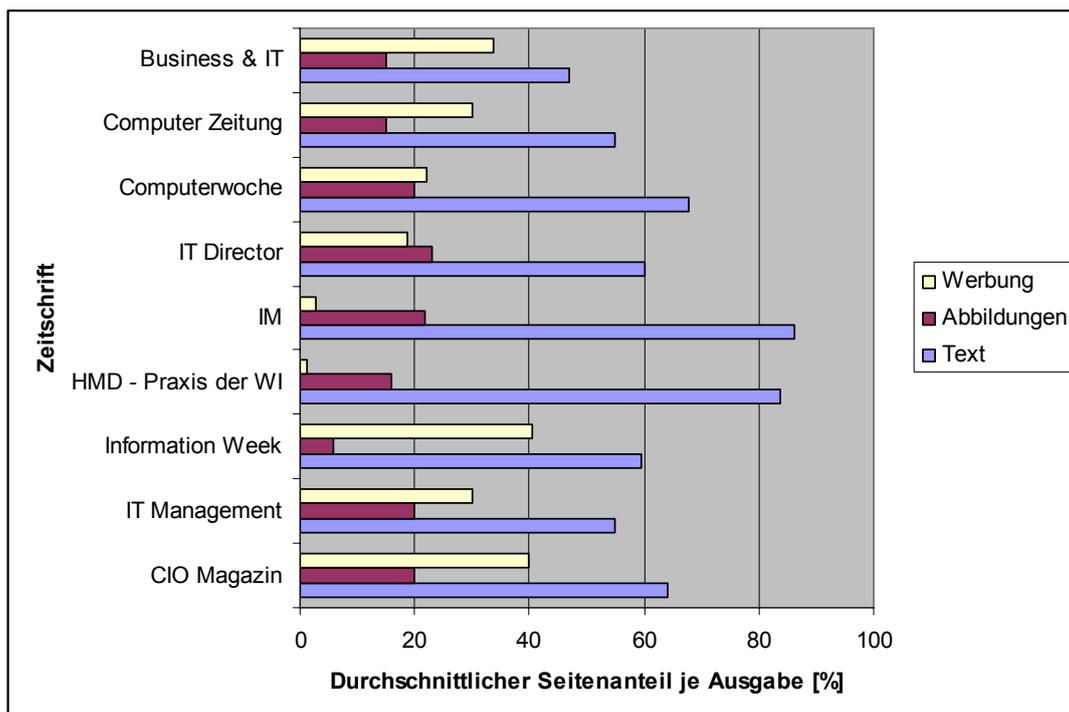
#### Anteile von Werbung/Abbildung/Text

Zur statistischen Auswertung der Seitenanteile werden drei Aspekte betrachtet: Zum einen wird über die ausgewählten Ausgaben je Zeitschrift das durchschnittliche Seitenverhältnis zwischen Werbung, Abbildungen und Text ermittelt, indem die jeweiligen viertel-, drittel-, halb- und ganzseitigen Anteile addiert werden. Zum anderen wird untersucht, mit welchen durchschnittlichen Seitenanteilen unterschiedliche Arten von Abbildungen und Texten vorhanden sind: Die Abbildungen werden dazu als

illustrativ (ohne Textbezug bzw. inhaltlicher Aussage) oder informativ (mit Textbezug bzw. inhaltlicher Aussage) eingeordnet und es werden vier Formen von Textbeiträgen unterschieden – redaktionelle Beiträge, externe Beiträge, aktuelle Nachrichten und Interviews.

Abbildung 1, Abbildung 2 und Abbildung 3 illustrieren die Ergebnisse der Analyse. Als Bezugsgröße für alle Anteile dient der durchschnittliche Seitenumfang der jeweiligen Zeitschrift (vgl. Tabelle 1 und Tabelle 2). Da Bruchteile von Seiten teilweise nur ungenau geschätzt werden konnten, ergeben sich in der Summe der Seitenanteile teilweise Werte, die von 100 % abweichen. Nichtsdestotrotz liefern die entsprechenden Angaben im Vergleich der verschiedenen Zeitschriften einen gehaltvollen Eindruck wesentlicher Gemeinsamkeiten und Unterschiede.

Auf Basis der ermittelten Seitenanteile von Werbung, Abbildungen und Text lassen sich zwei Gruppen von Publikationen identifizieren (siehe Abbildung 1): Die Zeitschriften HMD und IM weisen einen sehr geringen Werbeanteil von unter 5 % auf; die übrigen Fachzeitschriften besitzen einen Anteil von mindestens ca. 20 %. Die Zeitschriften INFORMATION WEEK und CIO MAGAZIN besitzen mit ca. 40 % den höchsten Werbeanteil. Die INFORMATION WEEK weist zudem auch einen vergleichsweise geringen Anteil an Abbildungen auf (unter 10 %), der bei den anderen Fachzeitschriften deutlich über 17 % liegt. Auffällig ist des Weiteren der überdurchschnittlich hohe Seitenanteil an Text bei der HMD und der IM.



**Abbildung 1: Seitenanteile der Zeitschriften**

Differenziert man bzgl. der Seitenanteile für Abbildungen informative und illustrative Abbildungen (vgl. Abbildung 2), so zeigt sich besonders auffällig ein hoher Anteil informativer Abbildungen bei der HMD und der IM (20 % bzw. 15 %). Im Vergleich zeigt sich darüber hinaus, dass die IT DIRECTOR als einzige der betrachteten Fachzeitschriften ausschließlich illustrative Abbildungen verwendet. Bis auf die BUSINESS & IT besitzen alle anderen Zeitschriften einen deutlich höheren Anteil illustrativer als informativer Abbildungen.

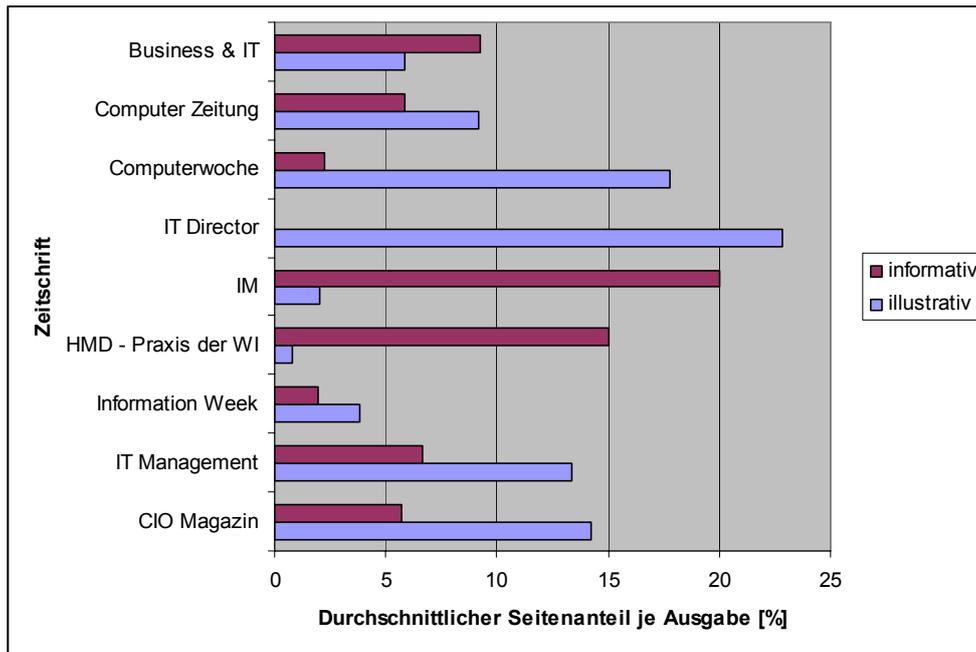


Abbildung 2: Seitenanteil der Abbildungsarten je Zeitschrift

Für die Zuordnung der Textbeiträge zu den vier genannten Artikelarten (siehe Abbildung 3) werden folgende Kriterien herangezogen: redaktionelle Beiträge sind offensichtlich von der Redaktion verfasste Beiträge (häufig durch entsprechende Kürzel gekennzeichnet); externe Beiträge sind solche, die entsprechend der Autorenangaben primär von externen Autoren geschrieben wurden; aktuelle Nachrichten sind üblicherweise durch entsprechende Auszeichnung als gesonderte Rubrik zu erkennen; Interviews weisen eine Dialogform (Frage-/Antwort-Stil) auf und geben ein geführtes Interviewgespräch wieder.

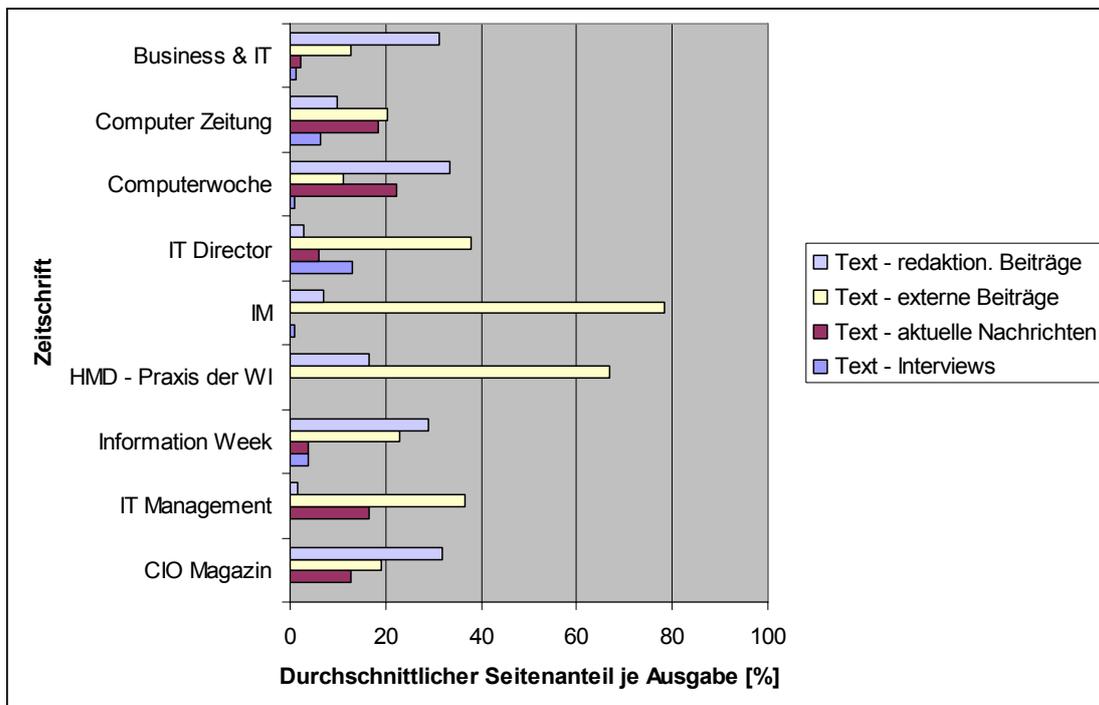


Abbildung 3: Seitenanteil der verschiedenen Artikelarten je Zeitschrift

Alle betrachteten Fachzeitschriften weisen redaktionelle Beiträge auf, jedoch in deutlich unterschiedlichem Ausmaß. Anteile von ca. 30 % finden sich bei der BUSINESS & IT, COMPUTERWOCHE, INFORMATION WEEK und CIO. Die restlichen Zeitschriften weisen einen Anteil von deutlich unter 20 % (HMD) bzw. unter 10 % auf. Ein relativ großer Anteil externer Beiträge kennzeichnet die Zeitschriften HMD und IM (ca. 67 bis 78 %).

Artikel der Kategorie aktuelle Nachrichten sind – mit der Ausnahme der HMD und IM – bei allen betrachteten Fachzeitschriften mit deutlich unterschiedlichen Seitenanteilen vorhanden. Interviews finden sich mit relativ kleinen Seitenanteilen (unter 10 %) in allen Zeitschriften außer in der CIO, der IT Management, sowie der HMD.

### Inhaltliche redaktionelle Bearbeitung

Die identifizierten Unterschiede bzgl. einer inhaltlichen redaktionellen Überarbeitung zeigt Tabelle 3. Die HMD sieht als einzige Publikation einen Peer Review-Prozess und damit eine explizite inhaltliche Kontrolle durch die Herausgeber vor. Die Publikationen COMPUTERWOCHE, COMPUTER ZEITUNG und HMD sehen offenbar eine redaktionelle inhaltliche Überarbeitung der externen Beiträge vor, da i. d. R. sowohl ein externer Autor (vollständige Namensangabe) als auch ein Redaktionsmitglied (Namenskürzel) als Autoren angegeben werden. Die Artikel in IM, IT MANAGEMENT und INFORMATION WEEK dagegen scheinen keine redaktionelle Überarbeitung zu erfahren. Denn dort veröffentlichte Beiträge weisen einen sehr unterschiedlichen Stil in Ausdruck, Sprache und Aufbau auf. Keine eindeutigen Hinweise auf eine eventuelle redaktionelle Überarbeitung lassen sich bei BUSINESS & IT, CIO, IT DIRECTOR und IT MITTELSTAND finden.

Peer-Review Prozess	HMD
Redaktionelle inhaltliche Überarbeitung	COMPUTERWOCHE, COMPUTER ZEITUNG
Keine redaktionelle inhaltliche Überarbeitung	IM, INFORMATION WEEK, IT MANAGEMENT
Keine eindeutigen Hinweise bzgl. redaktioneller Überarbeitung	BUSINESS & IT, CIO, IT DIRECTOR, IT MITTELSTAND

**Tabelle 3: Einordnung bzgl. inhaltlicher redaktioneller Überarbeitung**

## 5.2 Inhaltliche Kriterien

### Thematische Ausrichtung

Kaum überraschend weisen sämtliche untersuchten Zeitschriften ein ähnliches Themenspektrum auf: Behandelt werden derzeit in vielen Fachmedien diskutierte Themen mit unterschiedlicher Akzentuierung, darunter Themen mit eher strategischer Fokussierung, etwa IT-Governance und IT-Outsourcing; Themen mit stärkerem Bezug zum operativen Geschäft, etwa ProductLifecycle-Management und Lizenzmanagement sowie infrastrukturbezogene Themen wie SOA und RFID.

Für die Publikationen COMPUTER ZEITUNG, HMD, IM, INFORMATION WEEK und IT DIRECTOR erscheinen neben den regulären Ausgaben auch thematische Schwerpunktausgaben (vgl. Tabelle 4). Die Fachzeitschriften BUSINESS & IT, CIO, COMPUTERWOCHE, IT MANAGEMENT und IT MITTELSTAND weisen keine Schwerpunktausgaben auf.

Keine Schwerpunkte	Schwerpunktausgaben
BUSINESS & IT CIO COMPUTERWOCHE IT MANAGEMENT IT MITTELSTAND	COMPUTER ZEITUNG HMD IM INFORMATION WEEK IT DIRECTOR

**Tabelle 4: Einordnung in Schwerpunktausgaben**

Hinsichtlich der eingenommenen Perspektive lassen sich bei den untersuchten Publikationen deutliche Unterschiede feststellen (siehe Tabelle 5): Die Fachzeitschriften CIO, INFORMATION WEEK, IT DIRECTOR, IT MANAGEMENT und IT MITTELSTAND nehmen primär eine betriebswirtschaftliche Sicht auf die behandelten Themen ein. Aufgegriffen werden betriebswirtschaftliche Fragestellungen wie bspw. Kosten/Nutzen oder Einsatzpotentiale neuer Technologien, Software oder Konzepte. Von technischen Details wird dagegen größtenteils abstrahiert. Die Zeitschrift BUSINESS & IT ist gekennzeichnet durch eine überwiegend technisch ausgerichtete Perspektive – behandelt werden Fragestellungen der Nutzung konkreter Technologien. Die Publikationen COMPUTERWOCHE, COMPUTER ZEITUNG, IM und HMD weisen keine einheitliche Perspektive auf; es finden sich in den untersuchten Ausgaben sowohl Beiträge, die eine betriebswirtschaftliche Sichtweise betonten, als auch Artikel, die eine eher technische Perspektive einnehmen.

Während in CIO, COMPUTERWOCHE, COMPUTER ZEITUNG, IT DIRECTOR, INFORMATION WEEK, IT DIRECTOR und IT MITTELSTAND in der Regel Themen behandelt werden, die – unserer Einschätzung nach – tendenziell eher für mittlere und große Unternehmen von Interesse sind, lassen die Zeitschriften IM, HMD und IT MANAGEMENT diesbezüglich keinen speziellen Fokus erkennen. Auffällig ist die Zeitschrift BUSINESS & IT, in welcher konkrete Produkte vorgestellt werden, die aufgrund der Funktionalität und Preissetzung vor allem für sehr kleine Unternehmen ausgelegt sind (z. B. die Software „Firmencheck richtig kalkulieren“ des WRS Verlags für 98 Euro je Lizenz, vgl. [B&IT 10/2006], S. 42). Dedizierte Themen für mittlere und große Unternehmen werden entgegen der offiziellen Zielsetzung der Zeitschrift nicht behandelt.

	Kleine Unternehmen	Mittlere Unternehmen	Große Unternehmen	Keine spez. Zuordnung
Technisch	BUSINESS & IT	BUSINESS & IT		
Keine spez. Zuordnung (sowohl technisch als auch betriebswirtschaftlich)		COMPUTERWOCHE COMPUTER ZEITUNG		HMD IM
Betriebswirtschaftlich		CIO INFORMATION WEEK IT DIRECTOR IT MITTELSTAND	CIO COMPUTERWOCHE COMPUTER ZEITUNG INFORMATION WEEK IT DIRECTOR IT MITTELSTAND	IT MANAGEMENT

**Tabelle 5: Einordnung in Sichtweise und Unternehmensgröße**

## Abstraktionsniveau

Für die Einordnung einer Zeitschrift bzgl. eines bestimmten Abstraktionsniveaus sind verschiedene Kriterien denkbar. Für diese Analyse werden, wie oben bereits eingeführt, die folgenden Maßstäbe für die Bestimmung eines hohen, mittleren oder niedrigen Abstraktionsniveaus angenommen (eine Einordnung ist dabei nicht immer trennscharf möglich): Ein „hohes“ Abstraktionsniveau ist gekennzeichnet durch Beschreibungen grundlegender Konzepte und Verzicht auf die Darstellung konkreter Produkte/Dienstleistungen oder spezifischer Handlungsempfehlungen, ein „mittleres“ Abstraktionsniveau durch die Beschreibung von Produkt-/Dienstleistungsgruppen (anstatt einzelner Instanzen) und ein „niedriges“ Abstraktionsniveau durch die Thematisierung konkreter Produkte/Dienstleistungen oder Bedienungshinweise. Dabei wird versucht, über alle Artikel einer Zeitschrift – sofern nicht eindeutig zuzuordnen – eine Tendenz zu ermitteln; einzelne Artikel können dabei durchaus von der unten stehenden Einteilung abweichen.

In der Zeitschrift BUSINESS & IT finden sich fast ausschließlich detaillierten Produktbeschreibungen (u. a. Preisangaben und konkrete Bedienungsanweisungen); daher beurteilen wir das Abstraktionsniveau dieser Publikation als sehr niedrig. Im Gegensatz dazu zeichnen sich die Zeitschriften HMD, IM und IT MANAGEMENT durch ein hohes Abstraktionsniveau aus, da in den untersuchten Ausgaben nahezu keine konkreten Produkte oder Dienstleistungen angeführt und keine spezifischen Handlungsempfehlungen gegeben werden, sondern Themen auf einer von konkreten Produkten abstrahierenden, konzeptionellen Ebene behandelt werden. Im Gegensatz zur Zeitschrift IT MANAGEMENT finden sich in den Zeitschriften HMD und IM allerdings regelmäßig (konkrete) Einzelfälle entweder als Anwendungsbeispiele in Beiträgen oder als Einzelbeiträge. Auf einem eher mittleren Abstraktionsniveau lassen sich die Zeitschriften CIO, IT DIRECTOR, IT MITTELSTAND, COMPUTERWOCHE, COMPUTER ZEITUNG und INFORMATION WEEK – mit tendenziell absteigendem Abstraktionsgrad – einordnen (vgl. Abbildung 4): CIO, IT DIRECTOR und IT MITTELSTAND stellen vielfach Handlungsempfehlungen in spezifischen Kontexten vor, verzichten aber – namentliche Nennungen ausgenommen – auf konkrete Produktvorstellungen, sondern beschreiben stattdessen Gruppen von Produkten. COMPUTERWOCHE und COMPUTER ZEITUNG dagegen stellen auch konkrete Lösungen ausführlich vor. Die INFORMATION WEEK gibt darüber hinaus auch Preise zu Produkten an und erläutert Technologien häufig an konkreten Praxisbeispielen.

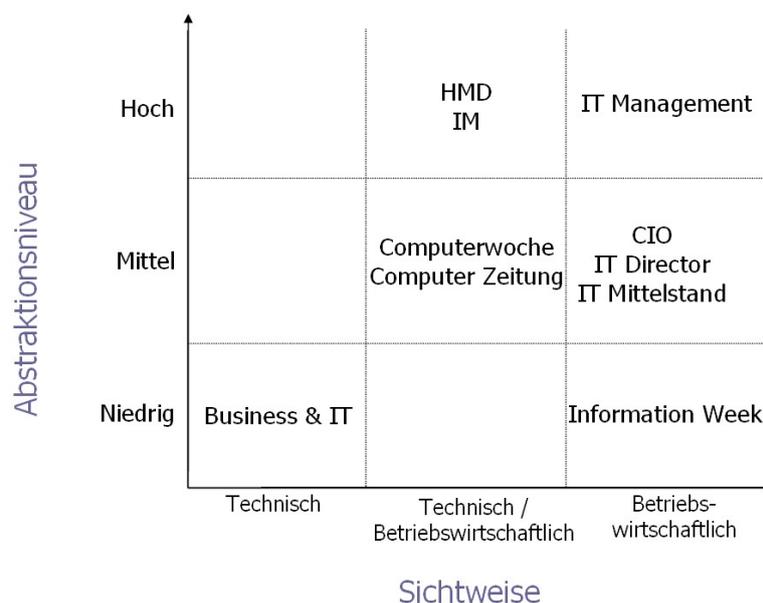


Abbildung 4: Abstraktionsniveau und Sichtweise der Zeitschriften

## Objektivität

Bei den Zeitschriften BUSINESS & IT, COMPUTER ZEITUNG, INFORMATION WEEK, IT DIRECTOR und IT MITTELSTAND ist eine positive Grundeinstellung und das durchgängige Fehlen einer kritischen Haltung gegenüber den vorgestellten Themen auffällig. Es lässt sich über alle Beiträge eine tendenziell euphorische Grundstimmung feststellen: In diesen Publikationen werden ausschließlich positive Aspekte und erfolgreiche Umsetzungen aufgezeigt. Risiken, Nachteile oder andere Problematisierungen werden nicht thematisiert. Die Autoren stehen zudem oft in enger Verbindung zu dem Unternehmen, dessen Produkt vorgestellt wird. Dies ist in einigen Publikationen offensichtlich (bspw. die positive Bewertung von Produkten eines Business-Partners der Zeitschrift [B&IT 10/2006], S. 42), während sich in anderen Zeitschriften aufgrund von (offensichtlich bewussten) Verschleierungstaktiken nur Indizien dafür anführen lassen. So wird bspw. in einem Artikel ein Produkt einer Firma besonders positiv hervorgehoben; wobei jedoch unerwähnt bleibt, dass das Unternehmen des Autors Implementierungspartner oder Hersteller dieser Firma ist. Beispiele sind zu finden im Artikel [IT MANAGEMENT 09/2006], S. 46 – das Unternehmen des Autors, DURATO, ist Implementierungspartner des Unternehmens ABAXX – oder [IT DIRECTOR 7/8 2006], S. 50 – der Autor Volker Brendel ist Geschäftsführer des in dem Artikel hervorgehobenen Unternehmens PRISMA.

Für die Publikationen COMPUTERWOCHE und IT MANAGEMENT ist in Teilen fehlende Objektivität bzw. eine fehlende kritische Distanz zu konstatieren: Die Zeitschrift COMPUTERWOCHE enthält – vorrangig – externe Beiträge mit ausgeprägtem „Verkaufscharakter“. In der Zeitschrift IT MANAGEMENT variiert die Objektivität bei verschiedenen Beiträgen bzw. Autoren. Allerdings nimmt IT MANAGEMENT neben CIO zumindest teilweise eine kritische Perspektive ein, wobei insb. dem Leser der CIO die Urteilkriterien der Bewertungen von Software oder Technologien verschlossen bleiben. IM und HMD unterscheiden sich von den anderen untersuchten Titeln durch regelmäßige explizite Hinweise auf potentielle Nachteile und Risiken und eine tendenziell kritische Grundhaltung. Tabelle 6 zeigt die Einordnungen in der Übersicht.

Positive Voreingenommenheit und Fehlen von Kritik	In Teilen fehlende Objektivität und Kritik	Teilweise kritische Betrachtung	Regelmäßig kritische Betrachtung
BUSINESS & IT COMPUTER ZEITUNG INFORMATION WEEK IT DIRECTOR IT MITTELSTAND	COMPUTERWOCHE (externe Beiträge) IT MANAGEMENT	CIO IT MANAGEMENT	HMD IM

**Tabelle 6: Einordnung bzgl. Objektivität und kritischer Betrachtung**

## Zielgruppe/Zielsetzung

Abbildung 5 visualisiert die Einordnung der Zeitschriften bezüglich der verschiedenen Zielgruppen („Vorstand/CIO“, „Führungskraft“, „IT-Fachkraft“, „IT-Anwender“ und „Dozent/Student“). Dabei wird die tatsächlich angesprochene Zielgruppe – abgeleitet von den gewählten Abstraktionsniveaus, der Sichtweise, der Objektivität und/oder des Investitionsvolumens – unterschieden von der explizierten oder geplanten Zielgruppe.

Verglichen mit der proklamierten Zielgruppe der Zeitschriftenredaktion bzw. des Zeitschriftenverlages (siehe Abschn. 4) lässt sich für CIO, COMPUTERWOCHE HMD, IM, IT DIRECTOR, IT MANAGEMENT, und IT MITTELSTAND eine weitgehende Übereinstimmung zwischen Anspruch und Umsetzung feststellen. Deutliche Abweichungen lassen sich bei den Zeitschriften BUSINESS & IT, COMPUTER ZEITUNG

TUNG und INFORMATION WEEK erkennen. Dem Anspruch, für CIO/Vorstand berichten zu wollen, wird die INFORMATION WEEK aufgrund des geringen Abstraktionsgrades nicht gerecht. Die COMPUTER ZEITUNG gibt als offizielle Zielgruppe CIO/Vorstand und Führungskräfte an, tatsächlich scheinen aber aufgrund des Abstraktionsniveaus und der teilweise sehr technischen Sichtweise genau die übrigen Zielgruppen angesprochen zu werden. Auch die BUSINESS & IT erreicht ihr Ziel, Entscheider mit hohem Investitionsvolumen zu unterstützen, in der Umsetzung nicht.

	Vorstand / CIO	Führungskraft	IT-Fachkraft	IT-Anwender	Dozenten / Studenten
Business & IT			X	X	
CIO	X	X			
Computerwoche		X	X		
Computer Zeitung			X	X	X
HMD		X			X
IM		X			X
Information Week		X			
IT Director	X	X			
IT Management		X	X		
IT Mittelstand	X	X			

 = geplante Zielgruppe

X = angesprochene Zielgruppe

Abbildung 5: Analyse der Zielgruppen

### Nachvollziehbarkeit und Begründung

Einige Zeitschriften bemühen sich um Nachvollziehbarkeit der Autorenschaft. Die Zeitschriften COMPUTERWOCHE, HMD, IM und INFORMATION WEEK geben bei Artikeln von externen Autoren neben dem Namen auch Unternehmenszugehörigkeit und Stellung im Unternehmen mit an. Teilweise wird auch eine E-Mail-Adresse angeführt. Bei der Zeitschrift IT MANAGEMENT sowie in Teilen bei der IT DIRECTOR und der IT MITTELSTAND werden Name und Unternehmenszugehörigkeit angegeben. Weitere Informationen, vor allem die Stellung der Autoren im Unternehmen, finden sich in der Regel jedoch nicht. Keine Metadaten über die Autoren (ausgenommen der Namen) finden sich in der BUSINESS & IT, der COMPUTER ZEITUNG, der CIO und (in Teilen) in der IT DIRECTOR und IT MITTELSTAND. Bei Redaktionsbeiträgen weisen alle Zeitschriften ein identisches Bild auf: Der Name des jeweiligen Verfassers lässt sich über die Auflösung der Kürzel der Redaktionsteam-Mitglieder im Impressum ableiten.

Üblicherweise wird darauf verzichtet, zu den Kriterien der Bewertung von Konzepten oder Technologien (ausführliche) Angaben zu machen; Gründe für Beurteilungen werden nur in seltenen Fällen angegeben. HMD, IM und teilweise die IT MANAGEMENT bemühen sich um eine klare Argumentationskette sowie eine Offenlegung zugrunde gelegter Annahmen und angewendeter Bewertungskriterien (vgl. Abbildung 6).

adaptierbar macht. Entscheidend ist die Grundannahme, dass ein IT-Service von hoher Qualität auf einer Anzahl von integrierten Prozessen beruht, die effektiv und effizient das Zusammenspiel von IT-Komponenten und Dienstleistungen steuern und so die Kundenanforderungen optimal erfüllen.

**Abbildung 6: Auszug aus der IT MANAGEMENT (vgl. [IT Management 8/2006], S. 11)**

Auch wird in allen untersuchten Zeitschriften – bis auf HMD und IM – auf eine Offenlegung der Argumentation und eine Darlegung der Quellen verzichtet. Ein Rückgriff auf Literatur erfolgt fast ausnahmslos, indem Studien von Beratungshäusern zitiert werden; allerdings fehlen hierbei in der Regel notwendige bibliografische Angaben, um diese Studien eindeutig zurückzuverfolgen. Als Beleg werden oft so genannte „Expertenaussagen“ verwendet, wobei die tatsächliche fachliche Qualifikation des „Experten“ üblicherweise nicht nachvollziehbar ist, z. B. „»[m]an kann schon heute sehr kostengünstig telefonieren und zudem davon ausgehen, dass schon sehr bald überwiegend diese Technologie zur Sprachübertragung genutzt werden wird«, führt Leitsmann weitere Argumente dafür an, dass der Wechsel [...] Sinn macht“ [IT DIRECTOR 10/2006], S. 31.

### Aktualität

Die Zeitschriften BUSINESS & IT, CIO, COMPUTERWOCHE, COMPUTER ZEITUNG, INFORMATION WEEK, IT DIRECTOR, IT Management und IT MITTELSTAND weisen eine Kategorie „aktuelle Nachrichten“ auf, in welcher Informationen zu zeitnahen Ereignissen zu finden sind. Üblicherweise werden hier Ereignisse thematisiert, die in dem Zeitraum zwischen der letzten Ausgabe und der nächsten Ausgabe liegen, so dass (unter Bezug auf die Periodizität) „aktuelle“ Themen behandelt werden. Die Zeitschriften HMD und IM besitzen keine Kategorie für aktuelle Nachrichten.

## 5.3 Sprachliche Kriterien

Das sprachliche Anspruchsniveau wird auf Basis der Kriterien „Voraussetzung von technischem Fachwissen“, „Verwendung von Fachterminologie“ und „Verwendung von Umgangssprache“ untersucht (vgl. Tabelle 7).

Die Zeitschriften CIO und (zumindest in Teilen) IT MANAGEMENT setzen dediziertes Fachwissen voraus, ohne welches die Artikel teilweise nur schwer verständlich sind. So ist bspw. der Artikel zur „methodengestützten Messung der Wertschöpfung“ (vgl. [IT MANAGEMENT 10/2006], S. 24 ff.) für Leser konzipiert, die den Begriff der „KPI Scan-Analysen“ bereits kennen – denn eine Erläuterung des Begriffes findet sich im entsprechenden Artikel nicht. Die übrigen Zeitschriften sind dagegen auch für fachfremde Leser verständlich gehalten.

Eine differenzierte Verwendung von Fachsprache verbunden mit dem Bemühen um die Vermeidung von Umgangssprache findet sich in den Zeitschriften HMD und IM sowie teilweise in IT MANAGEMENT. In diesen Publikationen lässt sich das Bemühen der Autoren erkennen, entsprechend passende Fachbegriffe sorgfältig zu verwenden.

Bei den übrigen Zeitschriften BUSINESS & IT, CIO, COMPUTERWOCHE, COMPUTER ZEITUNG, INFORMATION WEEK, IT DIRECTOR und IT Mittelstand zeigt sich eine deutlich undifferenzierte Verwendung der Fachterminologie und vor allem von „Modewörtern“. Auffällig ist in einer Reihe von Zeitschriften

die Verwendung von Umgangssprache (IT DIRECTOR, IT MITTELSTAND, INFORMATION WEEK, COMPUTER ZEITUNG, COMPUTERWOCHE, BUSINESS & IT, CIO und teilweise IT MANAGEMENT). Es finden sich plakative oder „reißerischen“ Formulierungen. Dazu werden neben Metaphern oft auch Übertreibungen als Stilmittel benutzt, bspw.

- „Unternehmenssoftware [ist] wie eine Festung“ ([CIO September 2006], S. 52),
- „IT ist wie ein Biotop“ ([CIO September 2006], S. 46) oder
- „Workflow Management ist eine aktive, selbstständig arbeitende, überwachende, kontrollierende und entscheidende Software“ ([IT MANAGEMENT 09/2006], S. 14).

Abweichend sind die Zeitschriften IM und HMD, in welchen diese Stilmittel grundsätzlich vermieden werden. Auffällig ist zudem die COMPUTER ZEITUNG, die sich durch einen imperativen Stil („Unternehmen müssen..“) auszeichnet.

Voraussetzung von Fachwissen	Verwendung von Fachterminologie	Verwendung von Umgangssprache
CIO IT MANAGEMENT (teilweise)	HMD IM IT MANAGEMENT (teilweise)	BUSINESS & IT CIO COMPUTERWOCHE COMPUTER ZEITUNG INFORMATION WEEK IT DIRECTOR IT MANAGEMENT (teilweise) IT MITTELSTAND

**Tabelle 7: Einordnung bzgl. des Anspruchsniveaus der Sprache**

## 6 Wesentliche Charakteristika der einzelnen Zeitschriften

Die in Abschnitt 5 vorgenommene vergleichende Einordnung weist darauf hin, dass sich die verschiedenen Zeitschriften durch besonders markante Merkmale voneinander unterscheiden. Im Folgenden sollen daher die als typisch eingeschätzten Charakteristika der einzelnen Zeitschriften herausgestellt werden. Zur Veranschaulichung werden besonders kennzeichnende Auszüge aus ausgewählten Beiträgen abgebildet. Abschließend erfolgt zu jeder Publikation eine kurze subjektive Einschätzung.

### BUSINESS & IT

Die Zeitschrift BUSINESS & IT zeichnet sich durch eine eher technische und Endanwender bezogene Sichtweise aus. Als ein regelmäßiges Element werden in jeder Ausgabe ausgewählte IT-Produkte vorgestellt und bewertet. Auffällig ist dabei, dass die vorgestellten Produkte überwiegend von den sog. „Business Partnern“ der Zeitschrift vertrieben und – ohne nähere Verfahrens- oder Bewertungsangaben – durchgängig als „Testsieger“ ausgezeichnet werden. Anzumerken ist darüber hinaus, dass die Wahl und Darstellung der Themen und Inhalte (z. B. einzelne Softwareprodukte) mit wesentlich geringeren Investitionsvolumen korrespondieren als es in der Zielsetzung des Verlags (Ansprache von IT-Entscheidern mit einem Investitionsvolumen von „100.000 € und mehr“) angekündigt wird. Für IT-Professionals und IT-Entscheider außerhalb von Kleinstunternehmen scheint diese Publikation daher nicht geeignet.



Abbildung 7: Testsieger-Logo der Zeitschrift BUSINESS & IT 10/2006 (S. 42)

## CIO

Die Zeitschrift CIO fokussiert auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen. Artikel beziehen sich i. d. R. auf Aussagen von IT-Verantwortlichen in Unternehmen, die erfolgreiche Strategien und „best practices“ referenzieren. Zumeist folgen diese Artikel demselben Schema: Die Situation eines Unternehmens wird aus IT-Sicht vor und nach der Einführung einer Technologie betrachtet, dann diese Technologie kurz vorgestellt und im Anschluss daran eine wirtschaftliche Betrachtung i. S. einer Nutzenbetrachtung vorgenommen. Gekennzeichnet ist diese Zeitschrift durch die stete Verwendung von Metaphern sowohl im Text als auch mit Bildern („[...] IT in Unternehmen ist ein Biotop [...]“, vgl. Abbildung 8). Für Einblicke in die Erfahrungen anderer Unternehmen bei der Nutzung bestimmter Technologien scheint diese Fachzeitschrift durchaus geeignet.

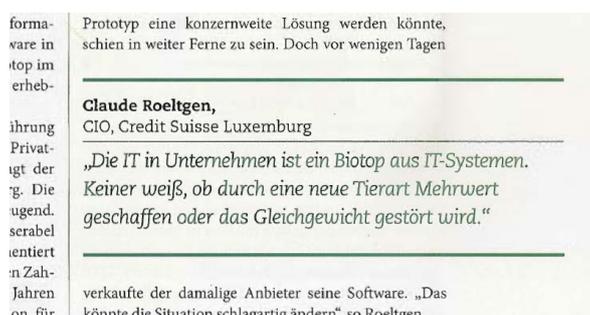


Abbildung 8: Ausschnitt aus der CIO 09/2006 (S. 47)

## COMPUTERWOCHE

Die COMPUTERWOCHE weist einen besonders hohen Anteil an aktuellen Nachrichten und anwendungsnahe Erfahrungsberichten externer Autoren auf. Die Aufteilung des Deckblattes erinnert an eine Tageszeitung, da viele Artikel bereits mit einigen Sätzen auf dem Cover eingeleitet werden – auffällig ist hierbei jedoch, dass diese Artikel in der Fortsetzung deutlich kürzer sind, als die Einleitung auf dem Deckblatt. Die behandelten Themen weisen ein vergleichsweise breites Spektrum auf. Einschätzungen und Empfehlungen werden i. A. nicht oder nur unzureichend begründet, Belege oder Quellen fehlen in der Regel gänzlich. Häufig werden Meinungen von so genannten Experten oder positive Erfahrungsberichte von Unternehmen als Begründungen verwendet oder pauschale, unbegründete Aussagen getroffen, z. B. „Serviceorientierung macht Unternehmen netzwerkfähiger“ (vgl. Abbildung 9). Zur Entscheidungsunterstützung scheint die COMPUTERWOCHE weniger geeignet, da eine zur Entscheidungsvorbereitung notwendige kritische und begründete Auseinandersetzung mit Themen fehlt.



Abbildung 9: Ausschnitt aus der COMPUTERWOCHE 48/2006 (S. 12)

## COMPUTER ZEITUNG

Die COMPUTER ZEITUNG rückt die aktuelle Berichterstattung in den Mittelpunkt. In der Aufmachung und dem Layout orientiert sich diese Zeitschrift an Tageszeitungen. Charakteristisch ist die Aufteilung der Publikation in drei Rubriken zu je acht Seiten: Nachrichten, IT-Trends und Schwerpunkt. Unabhängig von der Rubrik fällt die hohe Anzahl kurzer überblicksartiger Beiträge zu Technologien, Trends und Unternehmen der IT-Branche auf. Die Qualität und das Anspruchsniveau von Beiträgen variieren. Es werden häufig Anwender und Berater zitiert. Zum Teil scheinen die Beiträge von Hardware- und Software-Herstellern zu stammen. Einen festen Platz nehmen Berichte aus der Wissenschaft ein. Dies ist vermutlich durch die Assoziierung mit der GESELLSCHAFT FÜR INFORMATIK E. V. (GI) begründet: Jedes Mitglied des GI erhält die Computer Zeitung zugesandt. Zur Entscheidungsunterstützung scheint die COMPUTER ZEITUNG weniger geeignet, da eine kritische Auseinandersetzung mit den Vor- und insbesondere den Nachteilen von Technologien und Systemklassen i. A. fehlt.

## HMD: Praxis der Wirtschaftsinformatik

Die HMD stellt – entsprechend der explizierten Zielsetzung – in ihren Beiträgen den Praxisbezug aktueller Themen der Wirtschaftsinformatikforschung her. In Abhängigkeit vom jeweiligen Thema finden sich sowohl eher betriebswirtschaftlich als auch eher technisch orientierte Artikel. Bezüglich des Anspruchsniveaus der Sprache fällt auf, dass ein recht breites Hintergrundwissen vorausgesetzt wird, da verwendete Fachterminologie in Teilen nicht näher erläutert wird. Die Darstellung der Themen fokussiert dabei auf die Anwendung und den Nutzen bestimmter Technologien und Ansätze für die Praxis. Die Darstellung der methodischen Vorgehensweise und ausführliche Begründungen werden gegenüber den anderen untersuchten Publikationen betont; gegenüber typischen wissenschaftlichen Zeitschriften sind diese Punkte dagegen weniger deutlich ausgeprägt. Insgesamt scheint die HMD damit zur Entscheidungsvorbereitung grundsätzlich geeignet; jedoch nicht zur schnellen Information über aktuelle Themen.

## IM – Information Management & Consulting

Die Zeitschrift IM greift sowohl eher technische als auch eher betriebswirtschaftliche Themen aus der IT-Praxis, (Wirtschafts-) Informatik-Forschung und -Lehre auf. Die Autoren stammen überwiegend aus der Praxis und besitzen i. d. R. einen akademischen Hintergrund. Die Beiträge sind i. A. fundiert recherchiert und auf einem sprachlich hohem Niveau verfasst. Unterstützt wird der Eindruck der Seriosität durch den geringen Werbeanteil und das vergleichsweise eher nüchterne Layout der Zeitschrift (ähnlich der HMD). Die Artikel der IM variieren in der Qualität und Nachvollziehbarkeit der Begründungen und in dem Ausmaß der Verwendung von Literaturquellen: Neben einer Reihe Beiträge mit offensichtlichem wissenschaftlichen Anspruch bzgl. des Abstraktionsniveaus, der Nachvoll-

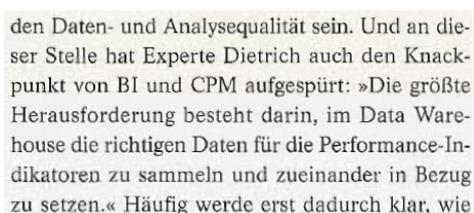
ziehbarkeit und Begründung, gibt es Praktikerbeiträge, die eigene Erfahrungen schildern und dabei auf den Bezug zur Literatur gänzlich verzichten. Diese Punkte sprechen für eine selektive Nutzung der Beiträge: Grundsätzlich erscheint die IM als Informationsquelle zur Entscheidungsvorbereitung geeignet, die Qualität der Beiträge ist jedoch im Einzelfall in Abhängigkeit von der Zielsetzung des Lesers zu bewerten.

### INFORMATION WEEK

Die INFORMATION WEEK betrachtet Themen fast durchgängig aus einer betriebswirtschaftlichen Perspektive. Gleichzeitig liegen die Artikel jedoch auf einem sehr niedrigen Abstraktionsniveau, da u. a. konkrete Produkte detailliert (z. B. mit Preisangaben) betrachtet werden. Die Zeitschrift ist gekennzeichnet durch einen überdurchschnittlich hohen Werbeanteil von 40% sowie einen auffallend geringen Abbildungsanteil, der sich aus vergleichsweise sehr vielen, dafür jedoch eher kleinformatigen Abbildungen zusammensetzt. Die Analyseergebnisse deuten, vor allem wegen des geringen Abstraktionsniveaus, daraufhin, dass die Interessen der explizierten Zielgruppe Vorstand/CIOs nicht angesprochen werden. Zur Entscheidungsunterstützung scheint die INFORMATION WEEK daher allenfalls in Bezug auf Produktauswahlentscheidungen geeignet.

### IT DIRECTOR

Im Kern eines typischen Artikels der Zeitschrift IT DIRECTOR steht üblicherweise die Aussage eines Experten, dass eine bestimmte Aufgabe zu erledigen sei (vgl. Abbildung 10). Dazu wird ein konkretes Produkt vorgestellt, welches geeignet ist, diese Aufgabe zu unterstützen. Die Darstellungsform ist dabei sehr einfach gehalten; auf eine ausgewogene Diskussion der Für und Wider wird verzichtet. Die Zeitschrift ist damit dafür geeignet, dem Leser einen ersten, schnellen Einblick in ein aktuelles Thema zu verschaffen. Die dort aufbereiteten Informationen sind jedoch keinesfalls hinreichend, um wichtige Entscheidungen im IT-Bereich zu unterstützen. Eine Besonderheit der Zeitschrift ist die hochwertige Aufmachung, die sich u. a. in Hochglanzcover, hochwertigem Druckpapier und einem Einband mit Klebebindung ausdrückt.



den Daten- und Analysequalität sein. Und an dieser Stelle hat Experte Dietrich auch den Knackpunkt von BI und CPM aufgespürt: »Die größte Herausforderung besteht darin, im Data Warehouse die richtigen Daten für die Performance-Indikatoren zu sammeln und zueinander in Bezug zu setzen.« Häufig werde erst dadurch klar, wie

**Abbildung 10: Ausschnitt aus der IT DIRECTOR 7-8/2006 (S. 32)**

### IT MANAGEMENT

Die Zeitschrift IT MANAGEMENT zeichnet sich durch ein vergleichsweise hohes Abstraktionsniveau aus: Die Themen werden in der Regel auf konzeptueller Ebene, d. h. abstrahierend von konkreten Produkten, Dienstleistungen oder Praxisprojekten aufbereitet. Auffällig sind dabei starke Schwankungen im sprachlichen Anspruchsniveau und in der Objektivität. So finden sich zum einen Artikel, die sich bemühen, ein Thema fundiert und differenziert zu beleuchten – eine kritische Betrachtung, differenzierte Verwendung von Fachsprache sowie Begründungen und Belege finden sich z. B. in [IT MANAGEMENT 08/2006], S. 10-15. Auf der anderen Seite gibt es Artikel, die auffällig unkritisch sind und in hohem Maße Umgangssprache oder Übertreibungen nutzen (vgl. Abbildung 11). Für den Einsatz der Zeitschrift zur Entscheidungsvorbereitung empfiehlt sich daher eine selektive Prüfung. Eine generelle Einschätzung ist nicht möglich.

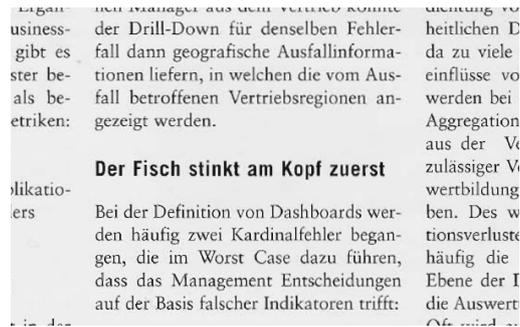


Abbildung 11: Ausschnitt aus der IT MANAGEMENT 09/2006, S. 41

## 7 Zusammenfassende Einschätzung der Fachpresse

Aus wissenschaftlicher Perspektive lassen sich z. T. prägnante Unterschiede zwischen den untersuchten Titeln der Fachpresse und typischen wissenschaftlichen Publikationen identifizieren. Die markantesten Differenzierungsmerkmale sind in der folgenden Einschätzung der Fachpresse zusammengefasst.

### Aktualität

Die wesentliche Stärke der analysierten Fachzeitschriften im Vergleich zu wissenschaftlichen Zeitschriften ist vor allem ihre Aktualität. Aufgrund der im Vergleich zum wissenschaftlichen Begutachtungsprozess niedrigen Zeitspanne zwischen Einreichung des Manuskripts und Veröffentlichung eines Artikels ist es möglich, aktuelle Themen und Trends besser zu berücksichtigen. Der Begutachtungsprozess wissenschaftlicher Zeitschriften („peer review“) nimmt mindestens einige Monate und häufig bis zu zwei Jahre in Anspruch; diese Zeitverzögerung steht i. d. R. einer hohen Aktualität entgegen. Zudem erscheinen einige der untersuchten Publikationen der IT-Fachpresse deutlich häufiger (wöchentlich/monatlich) als es für wissenschaftliche Publikationen üblich ist (i. d. R. vierteljährlich, selten monatlich).

### Übersichtsfunktion

Während wissenschaftliche Beiträge üblicherweise 15 und mehr Seiten umfassen und durch die verwendete Fachsprache einem fachfremden Publikum teilweise nur schwer zugänglich sind, sind die untersuchten Artikel der Fachpresse i. d. R. kurz und übersichtlich gehalten und nutzen eine vergleichsweise leicht zugängliche Sprache. Der Leser hat somit die Möglichkeit, sich in relativ kurzer Zeit einen ersten Eindruck zu einem Thema zu verschaffen.

### Hoher Werbeanteil

Die betrachteten Zeitschriften sind geprägt durch einen im Vergleich zu wissenschaftlichen Zeitschriften hohen Anteil an Werbung. Wissenschaftliche Publikationen verzichten häufig ganz auf Reklame; der Anteil dürfte typischerweise bei wenigen Prozent des Seitenumfangs liegen. Für die Fachpresse stellen wir einen Durchschnitt von ca. 30 % Werbeanteil fest, der für die Branche üblich zu sein scheint. Ausnahmen sind die eher wissenschaftlichen Zeitschriften HMD und IM mit einem Werbeanteil von rund 1 bis 2 %.

### Abbildungen zur Illustration

Sowohl technische als auch betriebswirtschaftliche Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften verwenden i. d. R. schematische Abbildungen zur Strukturierung von Begriffssystemen und zur Veran-

schaulichung von Modellen. Auffällig ist in der untersuchten Fachpresse, dass Abbildungen häufig nur als illustratives Element und sehr selten zur Verdeutlichung von Inhalten genutzt werden.

Darüber hinaus zeichnen sich einige Zeitschriften durch eine stark ausgeprägte Personenzentrierung (z. B. IT DIRECTOR) aus. Diese spiegelt sich nicht nur in den Inhalten wider (bspw. in ausführlichen Interviews), sondern auch in der wiederholten Verwendung von Portraitaufnahmen dieser Personen in den Beiträgen und auf der Titelseite.

### Fehlende Transparenz und Objektivität

Typisches Merkmal wissenschaftlicher Beiträge ist, dass die Autoren namentlich mit Angabe der derzeitigen Stellung, des akademischen Grads und der Kontaktdaten genannt werden. So wird dem Leser ermöglicht, sich ein Bild über die Expertise des Autors zu verschaffen und ggf. mit dem Autor in Kontakt zu treten.

In vielen Artikeln der untersuchten Fachpresse bleibt dagegen die Identität bzw. die Firmenzugehörigkeit der Autoren für den Leser intransparent. Oft ist unklar, wer einen Artikel verfasst hat (z. B. Redaktionsmitglied, externer Autor oder eine PR-Agentur) und welchen beruflichen Hintergrund diese Person besitzt (z. B. Fachexperte oder Fachjournalist). Firmenzugehörigkeit, Stellung im Unternehmen und eventuell vorhandener akademischer Grad werden nur selten angegeben (Ausnahmen finden sich in INFORMATION WEEK, IM und HMD). Über eine eventuelle Fachkompetenz des Autors kann sich der Leser dementsprechend kein Urteil bilden.

In einigen Fällen entsteht sogar der Eindruck, dass die tatsächliche Autorenschaft bewusst verschleiert wird, um eine hohe Vertrauenswürdigkeit der Aussagen zu suggerieren. In anderen Fällen ist ein direkter Bezug zwischen inhaltlichen Beiträgen (die nicht als Anzeige gekennzeichnet sind) und einer entsprechenden Werbung festzustellen. In Verbindung mit der nicht offen gelegten Akquisition bzw. Herkunft von Beiträgen ist die Unabhängigkeit und Objektivität der Artikel bzw. Autoren somit vielfach in Frage zu stellen.

### In Teilen unzureichende Begründung

Das wissenschaftliche Arbeiten zeichnet sich – im Idealfall – durch ein deutliches Bemühen um Begründung und Nachvollziehbarkeit der Argumentation aus. Die Untersuchung der Fachpresse zeigt, dass Studien von Marktforschungsunternehmen und „Experten“-Meinungen die am häufigsten verwendeten Begründungsansätze darstellen. Literaturreferenzen werden insgesamt äußerst selten angegeben, falls doch, so sind die verwendeten Quellen aufgrund unvollständiger Angaben häufig für den Leser nicht nutzbar. Ein weit verbreiteter Ansatz zur Begründung von allgemeinen Handlungsempfehlungen wird mit dem nicht weiter kritisch hinterfragten „Mode“-Begriff „best practice“ umschrieben: Aus einem (vermeintlich) erfolgreichen Einzelfall wird geschlossen, dass eine bestimmte Methode oder Technologie für alle Unternehmen sinnvoll und Erfolg versprechend ist. Dies erscheint aus wissenschaftlicher Perspektive in mehrfacher Hinsicht problematisch: Abgesehen von dem grundlegenden Problem der Generalisierung vom Einzelfall wird in der Fachpresse weder offen gelegt, wodurch ein Einzelfall das Label „best practice“ für sich beansprucht, noch was diesen Fall als besonders erfolgreich kennzeichnet.

## 8 Fazit

Die vorliegende Studie untersucht zehn Publikationen der IT-Fachpresse, die sich primär an IT-Entscheider und IT-Professionals richten, anhand formaler, inhaltlicher und sprachlicher Kriterien. Der Untersuchung liegen neun Seminararbeiten zugrunde, die im Wintersemester 2006/2007 am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Unternehmensmodellierung der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen angefertigt wurden. Zur Analyse der ausgewählten Titel wird ein Bezugsrahmen (Kriterienkatalog) entworfen anhand dessen die Zeitschriften einander vergleichend gegenübergestellt werden.

Die Untersuchungsmethodik weist Besonderheiten auf, die bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen sind: Die an der Untersuchung beteiligten Autoren sind Studierende bzw. Dozenten der Wirtschaftsinformatik an einer deutschen Hochschule. Die Studie nimmt daher eine spezifisch akademische Perspektive ein und geht von einigen grundlegenden Hypothesen über die Verwendung von IT-Fachzeitschriften in der Praxis aus: Es wird angenommen, dass auch Beiträge in diesem Genre Qualitätsansprüchen genügen sollten, die für wissenschaftliche Beiträge in besonderer Weise gelten (u. a. Objektivität, Nachvollziehbarkeit und Begründung). Die Anzahl der untersuchten Ausgaben pro Zeitschrift ist aus Zeitgründen begrenzt. Wie u. a. die Leseranalyse Computerpresse zeigt, richten sich neben den untersuchten Titel eine Reihe weiterer Publikationen an IT-Professionals und IT-Entscheider, die hier nicht analysiert wurden. Die Ergebnisse der vorliegenden Studie erheben daher keinen Anspruch auf Repräsentativität. Angesichts der Vielfalt unterschiedlicher Publikationen verlangt der vorgenommene Vergleich an einigen Stellen Verallgemeinerungen, die über die betrachteten Ausgaben hinaus möglicherweise nicht haltbar sind. Die Anwendung insbesondere der inhaltlichen und sprachlichen Untersuchungskriterien erfordert z. T. subjektive Einschätzungen des jeweiligen Untersuchungsgegenstands. Den daraus möglicherweise resultierenden Verzerrungen begegnet diese Untersuchung durch eine diskursive Überprüfung der Ergebnisse der zugrunde liegenden Seminararbeiten (Transsubjektivität). Nichtsdestotrotz fließen in die Bewertungen der Publikationen notwendigerweise an der einen oder anderen Stelle subjektive Urteile mit ein.

Die in der vorliegenden Untersuchung festgestellte Bandbreite der analysierten Publikationen verdeutlicht die Notwendigkeit, bei der Auswahl und Nutzung der Zeitschriften differenziert vorzugehen. Dies gilt sowohl für IT-Professionals und IT-Entscheider als auch für Studierende und Dozenten der Wirtschaftsinformatik, die sich über Themen der IT-Praxis aus Sicht der IT-Praxis informieren möchten. Beiden Anwendergruppen können IT-Fachzeitschriften als *eine* Informationsquelle für einen schnellen und zeitnahen ersten Eindruck über aktuelle Themen und Trends der IT-Praxis dienen. Mit Blick auf dieses Informationsziel konkurriert die IT-Fachpresse allerdings mit einem vielfältigen – u. a. auch von den herausgebenden Verlagen gepflegten – Web-Angebot (z.B. computerwoche.de, heise.de, cio.de), das z. T. eine deutlich höhere Aktualität aufweist.

Hinsichtlich einer weitergehenden kritischen Auseinandersetzung mit Konzepten, Methoden und Produkten weisen die untersuchten Titel – bis auf wenige Ausnahmen – jedoch elementare Schwächen auf: In der vorliegenden Untersuchung beispielhaft am Begriff des „best practice“ illustriert. Hinzukommen die verbreitete Intransparenz der Autorenschaft und der häufige Bezug auf so genannte „Experten“ sowie deren nicht selten von Interessenkonflikten geprägte Meinung. Die z. T. offensichtliche, z. T. subtile Nutzung dieser Medien zu PR-Zwecken durch IT-Hersteller und IT-Dienstleister lässt zusätzliche Zweifel im Hinblick auf die Objektivität der Beiträge aufkommen.

Die wissenschaftliche Fachliteratur – u. a. die Zeitschrift WIRTSCHAFTSINFORMATIK, aber auch in Teilen die Zeitschriften HMD und IM – veröffentlichen, allerdings z. T. mit entsprechender Zeitverzögerung, Beiträge, deren Anspruch an Objektivität, Nachvollziehbarkeit und Begründung auf eine ausgewogene und kritische Auseinandersetzung mit IT-Themen abzielt. Deshalb sind diese Publikationen gerade auch für IT-Entscheider und IT-Professionals von Interesse, um notwendige Informationen etwa zur Entscheidungsvorbereitung zu erhalten. Denn das Bemühen um langfristig nutzbare Erkenntnis im Zusammenhang mit der Entwicklung und Nutzung von Informationssystemen im betrieblichen Umfeld nimmt in diesen Publikationen tendenziell eine deutlich ausgeprägtere Stellung ein, als die Beschäftigung mit besonders aktuellen (Mode-)Themen, die nicht selten von entsprechenden IT-Herstellern und -Dienstleistern selbst forciert werden.

## 9 Übersicht der Seminararbeiten

Die nachfolgend genannten Arbeiten können von den Autoren dieses Arbeitsberichts auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden.

Seminararbeiten zum Thema: Der Geschäftsleitung berichten: Themen der IT-Fachpresse Entscheidungsträgern im Unternehmen angemessen vermitteln, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Unternehmensmodellierung, Institut für Wirtschaftsinformatik und Informatik, Universität Duisburg-Essen, Essen, 2007.

- Becker, Judith: **HMD: Praxis der Wirtschaftsinformatik.**
- Broz, Nicolai: **COMPUTERWOCHE.**
- Heise, David: **IT MANAGEMENT.**
- Kaldeweide, Jens: **IM – Information Management & Consulting.**
- Köhling, Christian: **IT DIRECTOR.**
- Königs, Bastian: **CIO.**
- Michel, Marc-André: **BUSINESS & IT.**
- Moog, Marcel: **COMPUTER ZEITUNG.**
- Mrowiec, Magdalene: **INFORMATION WEEK.**

## 10 Literatur

- [B&IT07] WEKA Computerzeitschriften-Verlag GmbH: BUSINESS & IT, Mediadaten 2007. Poing, 2007. [http://www.pc-magazin.de/common/media/Business&IT\\_2007.pdf](http://www.pc-magazin.de/common/media/Business&IT_2007.pdf), Abruf am 2007-03-14.
- [CIO07] IDG Business Verlag GmbH: CIO Media, Mediadaten 2007. München 2007. [http://www.cio.de/\\_misc/PDF/CIO\\_Mediadaten\\_2007.pdf](http://www.cio.de/_misc/PDF/CIO_Mediadaten_2007.pdf), Abruf am 2007-03-14.
- [CW06] IDG Business Media GmbH: COMPUTERWOCHE, Mediadaten 2006/2007. München 2006. <http://www.COMPUTERWOCHE.de/fileserver/idgwpcw/files/654.pdf>, Abruf am 2007-03-14.
- [CZ06] konradin Mediengruppe: COMPUTER ZEITUNG, Media-Informationen 2007. Leinfelden-Echterdingen 2006. [http://www.computerzeitung.de/static/sites/cz/assets/mediadaten/cz\\_mediadaten\\_print.pdf](http://www.computerzeitung.de/static/sites/cz/assets/mediadaten/cz_mediadaten_print.pdf), Abruf am 2007-03-14.
- [HMD07] Dpunkt.Verlag GmbH: HMD, Media-Daten 2007. Heidelberg 2007. <http://hmd.dpunkt.de/mediadaten.html>, Abruf am 2007-03-14.
- [IM07] imc information multimedia communication AG: IM – Information Management & Consulting. Mediadaten 2007. Saarbrücken 2007. [http://www.imc.de/im/pdfs/IM\\_Mediadaten.pdf](http://www.imc.de/im/pdfs/IM_Mediadaten.pdf), Abruf am 2007-03-14.
- [ITD07] MedienHaus Verlag: IT DIRECTOR, Media-Info 2007. Bergisch Gladbach 2007. <http://www.it-director.de/downloads/ITD-Mediadaten2007.pdf>, Abruf am 2007-03-14.
- [ITMa07] IT Verlag für Informationstechnik GmbH: IT MANAGEMENT. Mediadaten 2007. Sauerlach 2007. <http://www.it-verlag.de/nc/itm/mediadaten/itmmedia.pdf>, Abruf am 2007-03-14.
- [ITMi07] MedienHaus Verlag: IT MITTELSTAND, Media-Info 2007. Bergisch Gladbach 2007. <http://www.it-director.de/downloads/ITM-Mediadaten2007.pdf>, Abruf am 2007-03-14.
- [IW07] CMP-WEKA Verlag GmbH & Co. KG: INFORMATION WEEK. Mediadaten 2007. Poing 2007. [http://i.cmpnet.com/informationweek.de/downloads/pdf/mediadaten/2007\\_00\\_md\\_komplett\\_a.pdf](http://i.cmpnet.com/informationweek.de/downloads/pdf/mediadaten/2007_00_md_komplett_a.pdf), Abruf am 2007-03-14.



## Previously published ICB - Research Reports

### 2007

No 14 (March 2007)

*Eicker, Stefan; Hegmanns, Christian; Malich, Stefan: "Auswahl von Bewertungsmethoden für Softwarearchitekturen"*

No 13 (February 2007)

*Eicker, Stefan; Spies, Thorsten; Kahl, Christian: "Softwarevisualisierung im Kontext serviceorientierter Architekturen"*

No 12 (February 2007)

*Brenner, Freimut: "Cumulative Measures of Absorbing Joint Markov Chains and an Application to Markovian Process Algebras"*

No 11 (February 2007)

*Kirchner, Lutz: "Entwurf einer Modellierungssprache zur Unterstützung der Aufgaben des IT-Managements – Grundlagen, Anforderungen und Metamodell"*

No 10 (February 2007)

*Schauer, Carola; Strecker, Stefan: "Vergleichende Literaturstudie aktueller einführender Lehrbücher der Wirtschaftsinformatik: Bezugsrahmen und Auswertung"*

No 9 (February 2007)

*Strecker, Stefan; Kuckertz, Andreas; Pawlowski, Jan M.: "Überlegungen zur Qualifizierung des wissenschaftlichen Nachwuchses: Ein Diskussionsbeitrag zur (kumulativen) Habilitation"*

No 8 (February 2007)

*Frank, Ulrich; Strecker, Stefan; Koch, Stefan: "Open Model – Ein Vorschlag für ein Forschungsprogramm der Wirtschaftsinformatik (Langfassung)"*

### 2006

No 7 (December 2006)

*Frank, Ulrich: "Towards a Pluralistic Conception of Research Methods in Information Systems Research"*

No 6 (April 2006)

*Frank, Ulrich: "Evaluation von Forschung und Lehre an Universitäten – Ein Diskussionsbeitrag"*

No 5 (April 2006)

*Jung, Jürgen: "Supply Chains in the Context of Resource Modelling"*

No 4 (February 2006)

*Lange, Carola: "Development and status of the Information Systems / Wirtschaftsinformatik discipline: An interpretive evaluation of interviews with renowned researchers, Part III – Results Wirtschaftsinformatik Discipline"*

## 2005

No 3 (December 2005)

*Lange, Carola: "Development and status of the Information Systems / Wirtschaftsinformatik discipline: An interpretive evaluation of interviews with renowned researchers, Part II – Results Information Systems Discipline"*

No 2 (December 2005)

*Lange, Carola: "Development and status of the Information Systems / Wirtschaftsinformatik discipline: An interpretive evaluation of interviews with renowned researchers, Part I – Research Objectives and Method"*

No 1 (August 2005)

*Lange, Carola: „Ein Bezugsrahmen zur Beschreibung von Forschungsgegenständen und -methoden in Wirtschaftsinformatik und Information Systems"*



The Institute for Computer Science and Business Information Systems (ICB), located at the Essen Campus, is dedicated to research and teaching in Applied Computer Science, Information Systems as well as Information Management. The ICB research groups cover a wide range of expertise:

Research Group	Core Research Topics
<b>Prof. Dr. H. H. Adelsberger</b> Information Systems for Production and Operations Management	E-Learning, Knowledge Management, Skill-Management, Simulation, Artificial Intelligence
<b>Prof. Dr. P. Chamoni</b> MIS and Management Science / Operations Research	Information Systems and Operations Research, Business Intelligence, Data Warehousing
<b>Prof. Dr. F.-D. Dorloff</b> Procurement, Logistics and Information Management	E-Business, E-Procurement, E-Government
<b>Prof. Dr. K. Echtele</b> Dependability of Computing Systems	Dependability of Computing Systems
<b>Prof. Dr. S. Eicker</b> Information Systems and Software Engineering	Process Models, Software-Architectures
<b>Prof. Dr. U. Frank</b> Information Systems and Enterprise Modelling	Enterprise Modelling, Enterprise Application Integration, IT Management, Knowledge Management
<b>Prof. Dr. M. Goedicke</b> Specification of Software Systems	Distributed Systems, Software Components, CSCW
<b>Prof. Dr. R. Jung</b> Information Systems and Enterprise Communication Systems	Process, Data and Integration Management, Customer Relationship Management
<b>Prof. Dr. T. Kollmann</b> E-Business and E-Entrepreneurship	E-Business and Information Management, E-Entrepreneurship/ E-Venture, Virtual Marketplaces and Mobile Commerce, Online-Marketing
<b>Prof. Dr. B. Müller-Clostermann</b> Systems Modelling	Performance Evaluation, Modelling and Simulation, SAP Capacity Planning for R/3 and mySAP.com, Tools for Queueing Network Analysis and Capacity Planning, Communication Protocols and Distributed Systems, Mobile Systems
<b>Prof. Dr. K. Pohl</b> Software Systems Engineering	Requirements Engineering, Software Quality Assurance, Software-Architectures, Evaluation of COTS/Open Source-Components
<b>Prof. Dr.-Ing. E. Rathgeb</b> Computer Networking Technology	Computer Networking Technology
<b>Prof. Dr. R. Unland</b> Data Management Systems and Knowledge Representation	Data Management, Artificial Intelligence, Software Engineering, Internet Based Teaching
<b>Prof. Dr. S. Zelewski</b> Institute of Production and Industrial Information Management	Industrial Business Processes, Innovation Management, Information Management, Economic Analyses