

GESIS-Arbeitsbericht Nr. 4

IZ, ZA, ZUMA im Urteil des akademischen Mittelbaus im Fach Soziologie

Matthias Stahl, Wolfgang Bandilla, Gisbert Binder,
Hermann Dülmer



InformationsZentrum
Sozialwissenschaften

der Arbeitsgemeinschaft
Sozialwissenschaftlicher Institute e.V.

Lennéstraße 30 • D-53113 Bonn
Telefon 02 28 / 22 81 - 0
Telefax 02 28 / 22 81 - 120

GESIS

Das IZ ist Mitglied der
Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher
Infrastruktureinrichtungen e.V.

Die GESIS ist Mitglied der
Leibniz-Gemeinschaft.

Inhalt

1	Zur Anlage der Untersuchung	5
1.1	Zeitlicher Ablauf und Fragestellung	5
1.2	Realisierte Interviews, Interviewdauer und Kontaktzahl	6
2	Soziodemografische Angaben	7
3	Informationsverhalten	11
3.1	Quellen und Medien für Lehrveranstaltungen und Forschungsarbeiten . . .	11
3.2	Bedeutung und Nutzung des Internet	13
4	Der Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute	14
5	Das Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ) aus der Sicht der Mittelbau-Angehörigen.	15
5.1	Nutzer des IZ	15
5.2	Bekanntheit und Bedeutung von SOLIS und FORIS	17
5.3	Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des IZ	19
5.4	Vorschläge zur Steigerung der Nutzungsintensität	22
5.5	Kontakt der Nutzer mit dem IZ	23
5.6	Indikatoren der Kundenzufriedenheit	25
5.7	Gesamtbeurteilung des IZ	26
5.8	TRI:M-Index: Vergleich mit früheren Befragungen	27
5.9	Alternativen zum IZ	28
5.10	Schlussfolgerungen.	28
6	Das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (ZA) aus der Sicht des sozialwissenschaftlichen Mittelbaus	31
6.1	Die Nutzung des Zentralarchivs	31
6.2	Die Bekanntheit und Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im Einzelnen	33
6.3	Die Nutzung des ZA-Datenservice.	35
6.3.1	Die Weitergabe von Datensätzen an das Zentralarchiv	35
6.3.2	Die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs	36
6.4	Der Bezug von Datensätzen über das Zentralarchiv	40
6.5	Die Bewertung des Zentralarchivs	48
6.6	Zukunftsaufgaben des Zentralarchivs	49
6.7	Alternativen zum Zentralarchiv	52
6.8	Zusammenfassung	53

7	Das Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) aus der Sicht des sozialwissenschaftlichen Mittelbaus	57
7.1	Bekanntheit und Nutzung des ZUMA	57
7.2	Die Nutzung der Dienstleistungen und Produkte von ZUMA im Einzelnen	58
7.2.1	Nutzung und Bewertung von Beratungsleistungen und Projektbetreuungen	58
7.2.2	Nutzung spezieller ZUMA-Produkte und Dienstleistungen	61
7.2.3	Gesamtbewertung ZUMA's	63
7.3	Zusammenfassung	65
8	Feldbericht als Anhang	67
8.1	Einleitung	67
8.2	Stichprobe und Feldzeit	67
8.3	Fragebogen	68
8.4	Realisierte Interviews und Ausschöpfungsübersicht	69
8.5	Interviewdauer und Kontaktanzahl	70
8.6	Besonderheiten	72
8.7	Zusammenfassung	76
9	Fragebogen	79

1 Zur Anlage der Untersuchung

1.1 Zeitlicher Ablauf und Fragestellung

Drei Jahre (November/Dezember 2000) nach der telefonischen Befragung von Soziologieprofessorinnen und –professoren in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an Lehrstühlen der Soziologie (kurz „Mittelbau“ genannt) mit einem geringfügig modifizierten Fragebogen zur gleichen Thematik befragt worden. Die Urteile der Angehörigen des Mittelbaus sind insofern interessant, als sie zu der Kerngruppe der (potentiellen) Nutzer¹ der Produkte und Dienstleistungen der GESIS gehören. Diese Untersuchung reiht sich ein in eine Reihe von Projekten (genannt seien bspw. die Soziologieprofessorenbefragung und die GESIS Web-Umfrage) der GESIS-Arbeitsgruppe „Qualitätssicherung“, dessen Leiter Professor Mohler (ZUMA) ist. Aufgabe dieser Gruppe ist die Koordination verschiedener Aktivitäten hinsichtlich der Qualitätssicherung, sofern sie die drei Institute (IZ, ZA, ZUMA) tangieren. Dem Arbeitsteam, das mit der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Befragung betraut wurde, gehörten an: Gisbert Binder und Matthias Stahl (IZ), Dr. Hermann Dülmer (ZA) und Dr. Wolfgang Bandilla (ZUMA).

Im Gegensatz zur Soziologieprofessorenbefragung konnte auf einen Pretest verzichtet werden, da der zum Einsatz kommende Fragebogen weitestgehend identisch war mit jener Version, die schon bei der Befragung 2000 eingesetzt worden war. Der Fragebogen wurde nur geringfügig modifiziert in der Form, dass Fragen und Antwortmöglichkeiten an die Zielgruppe (hier Mittelbau-Angehörige) angepasst, einige wenige Fragen gelöscht bzw. neue Fragen aufgenommen wurden. Als Erhebungsmethode wurde die telefonische Befragung gewählt, die – wie im Jahre 2000 – im Telefonlabor von ZUMA, unter Verantwortlichkeit von Angelika Stiegler und Michael Schneid, stattfand.

Grundlage der Befragung war eine vom IZ zur Verfügung gestellte Adressdatei von 940 Namen, Adressen und Telefonnummern von Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeitern an Hochschulen, an denen ein grundständiges Studium der Sozialwissenschaften oder der Soziologie angeboten wird. Für die Ermittlung der Wissenschaftlichen Hochschulen wurde die offizielle Datenbank (<http://www.hochschulkompass.de/hochschulen.html>) der Hochschulrektorenkonferenz für die Studienwahl herangezogen. Im Februar 2003 begann dann im IZ die Aufnahme der Adressen aller wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen, akademischer Räte bzw. Oberräte sowie der Privatdozenten, sofern sie im Internet der betreffenden Lehrstühle bzw. Seminare aufgeführt sind. Zur Grundgesamt zählen folgende Personengruppen nicht: Professoren, (reine) Doktoranden sowie studentische und wissenschaftliche Hilfskräfte.

In Anlehnung an die Soziologieprofessorenbefragung wurden auch die wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen aus Österreich und der deutschsprachigen Schweiz erfasst. Nicht jedoch die Mitarbeiter/innen aus den außeruniversitären sozialwissenschaftlichen Instituten. Gleichfalls unberücksichtigt blieben die Mitarbeiter der Fachhochschulen, Pädagogischen Hochschulen, Kunst- und Musikhochschulen.

1 Zu Gunsten der Lesbarkeit und Kürze ist stets nur die männliche Sprachform gewählt worden. Dafür die Bitte um Verständnis.

Der Fragebogen² selbst umfasst mehrere Befragungsblöcke. Einleitend sollen alle Befragten zunächst angeben, welche Quellen und Medien sie im allgemeinen für ihre Lehrveranstaltungen und für die Durchführung ihrer Forschungsarbeiten nutzen. Daran schlossen sich Fragen zur Relevanz verschiedenster Informationsquellen (von Universitätsbibliotheken über Datenbanken bis hin zum Internet) an. Es folgten dann die Fragen zum (gestützten) Bekanntheitsgrad von GESIS sowie den drei Instituten IZ, ZA und ZUMA. Danach verzweigt sich der Fragebogen in den jeweiligen institutsspezifischen Teil, der natürlich nur dann aufgerufen wird, wenn die Versuchsperson zuvor angegeben hatte, dass sie das jeweilige Institut kennt und nutzt. Im IZ wurden neben der Bekanntheit von Dienstleistungen und Produkten vertiefende Fragen zu den beiden Datenbanken SOLIS (Sozialwissenschaftliches Literatursystem) und FORIS (Forschungsinformationssystem Sozialwissenschaften), zur CD-ROM WISO III, zum WISO-Net sowie zum Sozialwissenschaftlichen Fachinformationsdienst (soFid) gestellt. Es folgen Fragen zur allgemeinen Kundenzufriedenheit, die von TNS INFRA-TEST zur Messung des TRI:M-Index entwickelt worden sind. Beim ZA ging es neben der Bekanntheit von Dienstleistungen und Produkten u.a. schwerpunktmäßig um die Archivierung, Suche, Aktualität von Datensätzen. Bei ZUMA wurde zunächst die Inanspruchnahme von allgemeinen Beratungsleistungen bzw. Projektberatungen erhoben, im weiteren die Bekanntheit und Nutzung diverser Dienstleistungen und Produkte.

Auf die drei institutsspezifischen Befragungsblöcke folgten zwei Fragen zum GESIS-Internetangebot. Das Interview endete für alle Befragten mit einigen Angaben zur Soziodemografie wie bspw. dem Alter, Geschlecht, seit wie viel Jahren in Forschung und Lehre tätig, in welcher Position, sowie dem aktuell bearbeiteten Thema in der wissenschaftlichen Arbeit.

1.2 Realisierte Interviews, Interviewdauer und Kontaktzahl³

Mit der telefonischen Befragung wurde am 10. November 2003 begonnen. Die Feldphase lief zunächst bis zum 5. Dezember 2003 und wurde aufgrund der Weihnachtszeit und der Nichterreichbarkeit potentieller Zielpersonen im Dezember 2003 in der Woche vom 12. bis 16. Januar nochmals aufgenommen. Endgültig beendet wurde die Studie am 16. Januar 2004. Insgesamt konnten im Rahmen der Studie 642 Interviews realisiert werden. Basis der Befragung waren 940 Telefonnummern. Davon können 173 Rufnummern als stichprobenneutrale Ausfälle (bspw. waren 121 Personen nicht mehr an der Uni tätig, 33 waren doppelt im Bestand etc.) angesehen werden, so dass das bereinigte Brutto I insgesamt noch 767 Telefonnummern umfasst. In der Kontaktphase stellte sich heraus, dass 23 Personen wissenschaftliche Hilfskräfte bzw. Doktoranden waren, die nicht befragt werden sollten. Ferner wurden in 23 Fällen mehr als 30 Kontaktversuche unternommen, ohne dass ein Interview realisiert werden konnte. Unter Berücksichtigung der genannten Fälle beträgt das bereinigte Brutto II 721 Telefonnummern, die als Ausgangsbrutto für die Ausschöpfungsberechnung herangezogen

2 Der genaue Wortlaut der Fragen und die Fragenabfolge ist dem Anhang zu entnehmen.

3 Eine detaillierte Darstellung der Durchführung der Befragung findet sich im Feldbericht von Schneid & Stiegler (2004): Feldbericht Projekt „GESIS Mittelbau-Befragung“. ZUMA-interner Projektbericht Nr. 2004/04, der sich im Anhang befindet.

wurden. Auf Basis dieses Brutto II konnte mit 642 realisierten Interviews somit eine Ausschöpfungsquote von 89 Prozent erzielt werden.

Bemerkenswert ist, dass wie bei der Soziologieprofessorenbefragung nur eine Person das Interview nicht zu Ende führte.

Das kürzeste Interview dauerte 7 und das längste 62 Minuten. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug 19 Minuten und war damit im Vergleich zur Befragung 2000 vier Minuten kürzer, was sicherlich dadurch bedingt sein dürfte, dass der Fragebogen etwas gestrafft worden war. Bereits bei der Soziologieprofessorenbefragung war – aufgrund der Erfahrungen des ZUMA Cati-Studios – von Anfang an klar, dass weitaus mehr Kontaktversuche als bei einer Bevölkerungsumfrage notwendig sein würden, ehe es zu einem realisierten Interview käme. Im Schnitt mussten 6,4 Kontaktversuche unternommen werden und damit lag der Wert unwesentlich niedriger als im Jahre 2000 (7,2 Kontaktversuche).

Generell kann gesagt werden, dass die Antwortbereitschaft der Zielpersonen durch die Interviewer tendenziell als sehr gut eingeschätzt wurde, wobei die Bereitschaft bei den wissenschaftlichen Mitarbeitern etwas höher war als bei den Professoren.

2 Soziodemografische Angaben

Von den 642 befragten wissenschaftlichen Mitarbeitern sind 384 (59,8%) männlich und 258 (40,2%) weiblich. Der jüngste Teilnehmer an der Befragung ist 25 Jahre alt, der älteste 65 Jahre; der Mittelwert liegt bei 38,4; der Modus bei 30,0 Jahren. Wie man aus Tabelle 1 erkennen kann, sind nahezu die Hälfte (47,4%) zwischen 30 und 39 Jahre alt:

Tabelle 1: Alter der befragten Mitarbeiter (N = 635)

Alter in Kategorien	abs.	%
unter 29 Jahre	92	14,5
30 – 39 Jahre	301	47,4
40 – 49 Jahre	158	24,9
50 und älter	84	13,2
Gesamt	635	100,0

(Keine Angabe n = 7)

Die Altersverteilung der Befragten hat natürlich Auswirkungen auf die Dauer der bisherigen Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter ($r = .69, p < 0.01$). Diese erstreckt sich von einem bis hin zu 40 Jahren; der Mittelwert liegt bei 9,8 Jahren, der Modus bei 3 Jahren.

Tabelle 2: Dienstalster in Jahren (N = 638)

Dienstalster in Jahren	abs.	%
unter 5	221	34,6
5 bis 8	142	22,3
9 bis 12	91	14,3
13 bis 16	66	10,3
17 und länger	118	18,5
Gesamt	638	100,0

(Keine Angabe n = 4)

Zur Grundgesamtheit der Befragung sollten diejenigen Personen ausgewählt werden, die dem so genannten Mittelbau angehören. Die Angaben der Befragten zeigen, dass die Vorgabe – bis auf diejenigen acht Prozent, die „Sonstiges“ angaben - erfüllt wurde. Auf die Frage nach der derzeitigen beruflichen Position im universitären Bereich geben zwei Drittel der Befragten an, Wissenschaftlicher Mitarbeiter zu sein, 14 % sind Assistenten/Oberassistenten, sechs Prozent Privat-Dozenten und fünf Prozent Akademischer Rat/Oberrat. Stellen im universitären Bereich sind normalerweise auch Qualifikationsstellen. Dies zeigt sich auch in der Befragtenpopulation. Knapp zwei Drittel (64,8 %) arbeiten an ihrer Dissertation bzw. Habilitation. In Drittmittelprojekten sind 40% tätig.

In der Befragung wurde mittels einer offenen Frage auch zu erfassen versucht, „mit welchem Thema bzw. mit welchen Fragestellungen“ sich die Mittelbau-Angehörigen derzeit beschäftigen. Insgesamt 642 Themen bzw. Fragestellungen wurden genannt. Diese variieren erwartungsgemäß sehr stark. Eine Vercodung der offenen Frage lässt jedoch gewisse Schwerpunktsetzungen erkennen, wie die Liste mit den häufigsten Nennungen ausweist:

Tabelle 3: Nennungen der am häufigsten genannten Themen bzw. Fragestellungen

Thema bzw. Fragestellung	Anzahl der Nennungen
Organisations-/Arbeits- und Industriosociologie/Techniksoziologie	102
Politische Soziologie	71
Empirie/Statistik/Evaluation/Qualitative Forschung/Netzwerkanalyse	57
Soziale Ungleichheit/ Sozialstrukturanalyse/Sozialkapital	48
Kultursoziologie einschl. Lebensstile, Biografieforschung einschl. Gerontologie/soziale Identität	45
Soziologische Theorie/Historische Soziologie	45
Stadt-/Agrarsoziologie/Raumforschung	38
Familiensoziologie/Soziologie der Jugend einschl. Kindheit	37
Migration/ethnische Minderheiten	30
Bildungssoziologie	28
Gender-Studien	27
Weitere Themennennungen weniger als	25

Auf die Frage nach der allgemeinen Forschungsstrategie (Art der Forschung) nannten 86,2% der 638 befragten Mittelbau-Angehörigen bei Vorgabe der Antwortkategorien wie in Tabelle 4 „Empirische Forschung“ und unterscheiden sich damit praktisch nicht von 428 befragten Professoren (84,3%). Es folgen „Theorieanwendung“ und „deskriptive (beschreibende) Studien“, die deutlich häufiger genannt werden als bei den Professoren. Letztere betreiben dagegen häufiger „Historische Forschung“, während beide Gruppen ähnliche Werte bei „Grundlagen-“ und „Anwendungsorientierte Forschung“ aufweisen.

Was bereits bei der Professorenbefragung erwähnt wurde, dass die 77 Angaben „Andere Forschung“ sich zu einem großen Teil der Kategorie „Empirische Forschung“ zuordnen lassen, gilt auch für die 173 Antworten in der Mittelbaubefragung. Genannt wurde bspw. Evaluationsforschung, qualitative und quantitative Forschung/Studien und Sekundäranalyse.

Tabelle 4: Art der betriebenen Forschung (Mehrfachnennungen möglich)

Art der Forschung	Mittelbau		Professoren	
	Nennungen	%	Nennungen	%
Empirische Forschung	550	86,2	361	84,3
Theorieanwendung	483	75,7	278	65,0
Deskriptive (beschreibende) Studien	430	67,4	216	50,5
Grundlagenforschung	410	64,3	282	65,9
Anwendungsorientierte Forschung	336	52,7	243	56,8
Historische Forschung	196	30,7	173	40,4
Andere Forschung	173	27,1	77	18,0

3 Informationsverhalten

3.1 Quellen und Medien für Lehrveranstaltungen und Forschungsarbeiten

Die Befragung wurde eingeleitet mit Fragen zum allgemeinen Informationsverhalten der Wissenschaftlichen Mitarbeiter bezüglich ihrer Vorbereitung von Lehrveranstaltungen sowie der Durchführung ihrer Forschungsarbeiten. Während bei den Professoren nur 12 Befragte angaben, keine Lehrveranstaltungen abzuhalten, sind es zum Zeitpunkt der Befragung bei den Mittelbau-Angehörigen insgesamt 68 Personen.

Das Informationsverhalten beider Gruppen ähnelt sich – bis auf zwei Ausnahmen – doch ziemlich. Beide Gruppen nutzen vor allem Lehr- bzw. Fachbücher und Fachzeitschriften zur Vorbereitung und Durchführung ihrer Veranstaltungen. Damit bilden diese beiden klassischen Bibliotheksinformationsquellen die Gruppe der mit Abstand am häufigsten genannten Quellen. Deutliche Unterschiede sind in zwei Fällen auszumachen. So suchen die 574 Mittelbau-Angehörigen des öfteren (94,0% zu 79,2%) das Gespräch mit Kollegen bzw. Mitarbeitern und – was für eine Infrastruktureinrichtung wie das IZ besonders bedeutsam ist – es wird häufiger in Literatur- und Forschungsdatenbanken (72,3% zu 61,1%) recherchiert. Letzteres wird auch durch eine Untersuchung aus dem Jahre 2000 unterstützt, in der Hochschullehrende (inkl. Professoren) nach der Einschätzung des eigenen Kenntnisstandes zur Nutzung elektronischer wissenschaftlicher Informationen befragt wurden. Danach wird deutlich, dass die Interessen zur Nutzung neuer Medien eher bei jüngeren Dozenten vorhanden sind⁴.

Tabelle 5: Nutzung von Quellen und Medien für Lehrveranstaltungen (Mehrfachnennungen möglich)

Art der Forschung	Mittelbau		Professoren	
	Nennungen	%	Nennungen	%
Lehr-/Fachbücher	560	97,6	407	97,1
Fachzeitschriften	553	96,3	408	97,4
Gespräche mit KollegenInnen und/oder MitarbeiterInnen	514	94,0	332	79,2
Literatur- und Forschungsdatenbanken	415	72,3	256	61,1
Graue Literatur	390	67,9	271	64,7
Umfragedaten	384	66,9	288	68,7
Andere Quellen bzw. Medien	313	54,5	120	28,6

4 Klatt, Rüdiger; Gavriilidis, Konstantin; Kleinsimlinghaus, Kirsten; Feldmann, Ursula u.a. (2001): Nutzung elektronischer wissenschaftlicher Information in der Hochschulausbildung. Barrieren und Potenziale der innovativen Mediennutzung im Lernalltag der Hochschulen. Endbericht. Dortmund, S. 177

Andere Quellen bzw. Medien, die nahezu doppelt so häufig genannt werden wie bei den Professoren (54,5% zu 28,6%), sind vor allem Internet (81 Nennungen), Hinweise auf Presseerzeugnisse (50 Nennungen), Film-, Fernseh-, Radio- und Videomaterial (34 Nennungen) und eigene Forschungsarbeiten (18 Nennungen).

Welche Quellen und Medien werden für die eigenen Forschungsarbeiten genutzt? Auf die entsprechende Frage ergibt sich folgendes Bild:

Tabelle 6: Nutzung von Quellen und Medien für Forschungsarbeiten
(Mehrfachnennungen möglich)

Art der Forschung	Mittelbau		Professoren	
	Nennungen	%	Nennungen	%
Fachzeitschriften	628	98,4	415	96,7
Lehr-/Fachbücher	616	96,6	382	89,0
Gespräche mit KollegenInnen und/oder MitarbeiterInnen	606	95,0	371	86,5
Literatur- und Forschungsdatenbanken	545	85,4	322	75,1
Graue Literatur	521	81,7	325	75,8
Umfragedaten	502	78,7	331	77,2
Andere Quellen bzw. Medien	355	55,6	136	31,7

Zunächst lässt sich festhalten, dass die Quellen und Medien, die man für eigene Forschungsarbeiten nutzt, sich nur unwesentlich von denjenigen unterscheiden, mit denen man seine Lehre vor- und nachbereitet. Die bereits bei den Quellen und Medien für die Lehrtätigkeit erkennbare Nennung von häufigeren Gesprächen mit Kollegen und der Einbeziehung von Literatur- und Forschungsdatenbanken verstärkt sich noch im Falle der Durchführung von eigenen Forschungsarbeiten.

Bei den anderen Quellen für Forschungsarbeiten ist wiederum das Internet die am häufigsten genannte Quelle (n = 76), jetzt aber gefolgt von eigenen Forschungsarbeiten (41 Nennungen), Hinweisen auf Presseerzeugnisse (34 Nennungen) sowie Film-, Fernseh-, Radio- und Videomaterial (25 Nennungen). Neu hinzu kommen Archive, Bibliotheken und Datenbanken (23 Nennungen) und Kongresse/Tagungen (15 Nennungen).

Neben der Frage, welche Medien und Quellen überhaupt für Lehre und Forschung genutzt werden, sollten die befragten wissenschaftlichen Mitarbeiter die Wichtigkeit bestimmter Quellen für ihre wissenschaftliche Arbeit einstufen.

Unter dem Gesichtspunkt der Wichtigkeit für die eigene wissenschaftliche Arbeit dominieren nach wie vor die beiden „klassischen“ Bereiche der Universitäts- und Instituts- bzw. Fachbereichsbibliotheken. Das Internet steht jeweils an dritter Stelle, bei den Mittelbau-Angehörigen mit deutlich geringerem Abstand als bei den Professoren. Forschungseinrichtungen, Datenarchive und Datenbanken sind sowohl aus Sicht der Mittelbau-Angehörigen wie der Professoren nicht ganz so wichtig im Vergleich mit den drei zuerst genannten Bereichen.

Tabelle 7: Wichtigkeit unterschiedlicher Bereiche für die eigene wissenschaftliche Arbeit (Skala von 1 = „unwichtig“ bis 5 „sehr wichtig“)

Rang	Bereich	Mittelbau			Professoren		
		x ¹⁾	s ²⁾	n	x ¹⁾	s ²⁾	n
1	Universitätsbibliotheken	4,41	0,92	638	4,11	1,11	427
2	Instituts- bzw. Fachbereichsbibliotheken	4,24	1,08	624	4,15	1,17	408
3	Internet	3,94	1,08	640	3,28	1,18	425
4	Forschungseinrichtungen für die Sozialwissenschaften	3,29	1,17	635	3,17	1,27	421
5	Datenbanken	3,12	1,23	636	2,91	1,22	425
6	Dokumentationseinrichtungen bzw. Datenarchive	2,93	1,22	634	2,97	1,22	421

¹⁾ arithmetisches Mittel; ²⁾ Standardabweichung

3.2 Bedeutung und Nutzung des Internet

Auf die Frage „Wie wichtig ist für Ihre wissenschaftliche Arbeit das Internet?“ antworten 68,7% der Mittelbau-Angehörigen mit „sehr wichtig“ oder „wichtig“. Der entsprechende Wert bei der Professorenbefragung lag damals bei lediglich 42,4%.

Die deutlich gestiegene Relevanz des Internet für die Arbeit der Wissenschaftler wird auch durch die Antworten zur Nutzung des Internet für Lehre und Forschung belegt: 94,7% der Mittelbau-Angehörigen nutzen das Internet für ihre Lehre (auch zur Vorbereitung). Der Vergleichswert der Professoren beträgt 76,6%.

97,3% der Mittelbau-Angehörigen nutzen das Internet für ihre Forschungstätigkeiten (zum Vergleich: 82,3% der Professoren).

Auch bei der offenen Frage, auf welche Quellen und Medien man für die Vorbereitung und Durchführung von Lehrveranstaltungen bzw. Forschungsarbeiten zurückgreift, wird das Internet bei den Angehörigen des akademischen Mittelbaus weitaus häufiger genannt als bei den Professoren.

Das bedeutet: Fast alle Personen des akademischen Mittelbaus, die Lehrveranstaltungen durchführen (das sind 89% der befragten Mittelbau-Angehörigen), nutzen für ihre Lehrtätigkeit auch das Internet. Praktisch jeder, der forscht (das sind 99% der befragten Mittelbau-Angehörigen), nutzt für seine Forschungsarbeiten auch das Internet.

Fragt man konkret nach dem GESIS-Internetangebot („Die drei GESIS-Institute sind auch im Internet vertreten. Kennen Sie das Internet-Angebot?“), erhält man bei zwei Drittel der Mittelbau-Angehörigen (66,5%) die Antwort „ja“. Von diesen hat die deutliche Mehrheit (76%) bereits Informationen abgerufen bzw. Dateien herunter geladen. Verglichen mit der Soziologie-Professorenbefragung ist dies eine bedeutende Steigerung des Kenntnisstands bzw. der Nutzung (Vergleichswerte: 34,3% bzw. 65,4%).

Im Zusammenhang mit einer generellen Zunahme der Internetnutzung durch den Mittelbau steigt auch die Nutzung des GESIS-Webangebots.⁵

4 Der Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute

Im deutschsprachigen Bereich gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Informationsanbieter wie z.B. Datenarchive, Bibliotheken, Fachinformationszentren. Angesichts dieser vielfältigen Angebote ist es für jede Informationseinrichtung wichtig, bei ihren potentiellen Nutzern einen hohen Bekanntheitsgrad zu erreichen. Deshalb wurde die Frage gestellt, ob die GESIS mit ihren drei Instituten IZ, ZA und ZUMA von der Profession überhaupt wahrgenommen wird.

Es zeigt sich, dass nahezu neun von zehn Befragten angeben, GESIS – zumindest dem Namen nach – zu kennen, noch etwas höher ist der Wert bei ZUMA (93%). IZ wie ZA weisen einen niedrigeren Bekanntheitsgrad von jeweils 81 % auf. Vergleicht man diese Werte mit den Angaben der Professoren, dann fällt auf, dass der Bekanntheitsgrad der GESIS bei den Mittelbau-Angehörigen etwas höher ist als bei den Professoren. Bei den drei Instituten ist es umgekehrt, mit deutlichen Unterschieden zwischen den Instituten. Bei ZUMA sind die Unterschiede minimal (1 Prozentpunkt), beim IZ und ZA jedoch deutlich (6 Prozentpunkte). Kannten von den Professoren nahezu neun von zehn entweder das IZ oder das ZA, so sinkt dieser Wert bei den Mittelbau-Angehörigen auf acht von zehn.

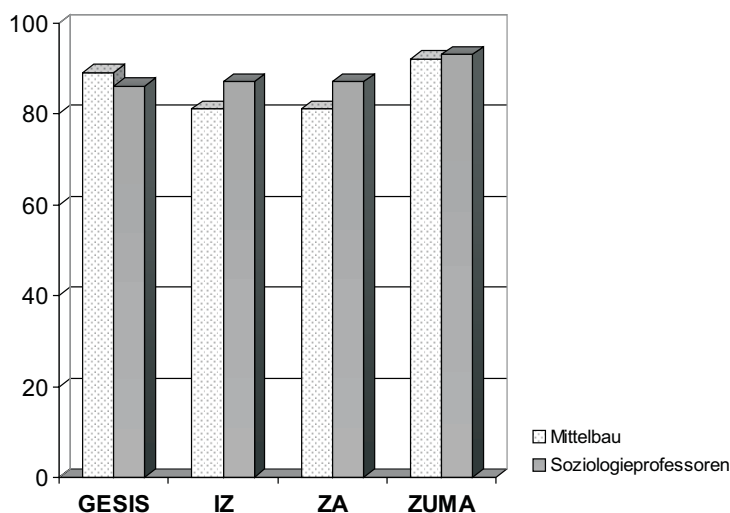


Abb. 1: Der gestützte Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute

5 Vgl. Stahl, Matthias; Binder, Gisbert; Bandilla, Wolfgang: GESIS-WEB-Umfrage. GESIS-Arbeitsbericht Nr. 3, Bonn, Juli 2004.

<http://www.gesis.org/Organisation/GESIS/GESIS-Arbeitsbericht3.pdf>

5 Das Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ) aus der Sicht der Mittelbau-Angehörigen

5.1 Nutzer des IZ

239 der 633 Befragten (Mittelbau-Angehörige), das sind 37,8 %, kennen das IZ und haben selbst Produkte oder Dienstleistungen des IZ in Anspruch genommen, sind also persönliche Nutzer („Nutzer“).

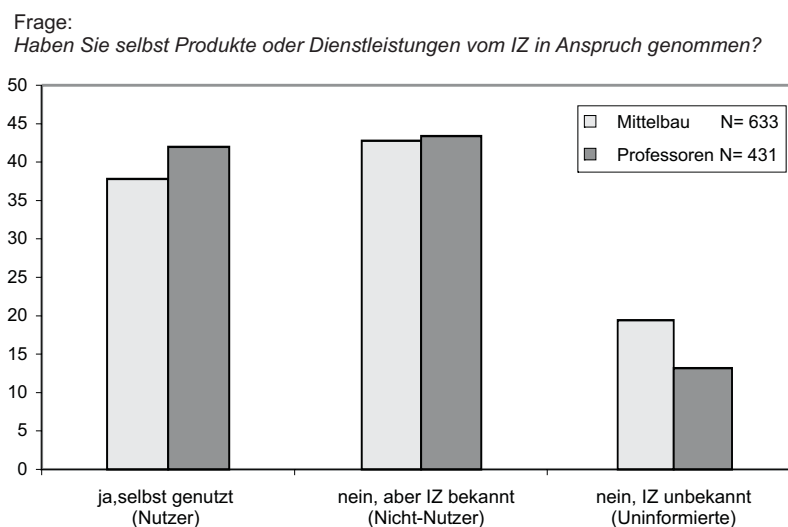


Abb. 2: Anteile der Nutzer und Nicht-Nutzer (in %, ohne k. A. (n=9))

Weitere 271 Befragte (42,8%) kennen zwar das IZ, haben bisher jedoch keine Produkte bzw. Dienstleistungen des IZ in Anspruch genommen („Nicht-Nutzer“). 123 Befragte (19,4%) kennen das IZ überhaupt nicht und konnten es deshalb auch bisher noch nicht nutzen („Uninformierte“).

Im Vergleich zur Professoren-Befragung ist bei den Mittelbau-Angehörigen der Anteil der persönlichen Nutzer etwas niedriger (37,8 % gegenüber 42,0 %).

Der Anteil der Nicht-Nutzer liegt für beide Befragten-Gruppen bei ca. 43- 44 %. Bemerkenswert ist der doch deutlich höhere Anteil der Uninformierten bei den Mittelbau-Angehörigen mit 19,4 % gegenüber 13,2% bei den Professoren. D.h. diejenigen Wissenschaftler, die schon länger im Wissenschaftsbetrieb tätig sind, kennen das IZ eher als die Nachwuchskräfte.

Die Vermutung, dass die (Un-)Bekanntheit und Nutzung des IZ mit dem Dienstalter zusammenhängt, kann für die Mittelbau-Angehörigen anhand der folgenden Kreuztabelle überprüft werden:

Tabelle 8: Nutzung des IZ in Abhängigkeit vom Dienstalter (keine Angabe n=4)

Befragten- gruppen	Dienstalter in Jahren									
	1-3		4-6		7-15		16-40		Gesamt	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)	%	(n)	%	(n)
Nutzer	21,4	(39)	36,4	(44)	47,9	(80)	47,2	(75)	37,8	(238)
Nicht-Nutzer	50,0	(91)	43,0	(52)	35,9	(60)	41,5	(66)	42,8	(269)
Uninformierte	28,6	(52)	20,7	(25)	16,2	(27)	11,3	(18)	19,4	(122)
Gesamt	100,0	(182)	100,0	(121)	100,0	(167)	100,0	(159)	100,0	(629)

Cramer's $V=,18$ $p<,01$

28,6% Berufsanfänger (1-3 Dienstjahre) kennen das IZ nicht (Uninformierte). Dieser Anteil sinkt kontinuierlich bei den Dienstälteren und beträgt bei den Personen mit 16 Dienstjahren und mehr lediglich noch 11,3%. D.h. die dienstälteren Mittelbau-Angehörigen weisen einen ähnlichen (Un-) Bekanntheitswert auf wie die Professoren.

Spiegelbildlich sind die Werte bei den Nutzern: Lediglich 21,4% der Berufsanfänger sind Nutzer. Bei der zweitjüngsten Gruppe (4-6 Dienstjahre) springt der Nutzer-Anteil auf 36,4%, bei den Älteren dann auf ca. 47%. Diese Werte liegen dann schon etwas höher als bei den Professoren (persönliche Nutzer) mit 42%. Mit anderen Worten: Der etwas geringere Nutzer-Anteil und der höhere Anteil der Uninformierten bei den Mittelbau-Angehörigen im Vergleich zu den Professoren ist auf die Berufsanfänger zurückzuführen. Die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des IZ wird offensichtlich eher selten während des Studiums trainiert und ist für Nachwuchswissenschaftler am Beginn ihrer Berufslaufbahn keineswegs selbstverständlich.

Das bedeutet: nur ein kleiner Teil der späteren Nachwuchswissenschaftler nutzt das IZ in der Studienzeit.

Zu klären bleibt noch die Frage, weshalb diejenigen Mittelbau-Angehörigen, die das IZ kennen, die angebotenen Dienstleistungen und Produkte nicht in Anspruch nehmen.

In einer offenen Frage wurden sie deshalb gebeten, die Gründe für ihre bisherige Zurückhaltung zu nennen. Hierzu liegen 259 auswertbare Nennungen vor (siehe Anhang 1).

Der am häufigsten genannte Grund, die Angebote des IZ nicht zu nutzen, besteht darin, dass sie aus Sicht der Befragten für die teilweise sehr speziellen Fragestellungen ihrer Forschungen inhaltlich nichts hergeben (insgesamt 72 Nennungen). Die Äußerungen unter der Rubrik „kein Bedarf“ können wahrscheinlich häufig so interpretiert werden, dass wohl ein Informationsbedarf besteht, dieser jedoch durch andere Quellen befriedigt wird. Die drei Kategorien „kein Bedarf“, „Datenbanken des IZ geben nichts her“ und „nutze andere Informationsquellen“ decken mit insgesamt 155 Nennungen ca. 60% aller genannten Gründe für die Nicht-Nutzung ab. Dazu kommen Klagen über fehlende Informationen über das Angebot des IZ (59 Nennungen=23%). Wenig ausschlaggebend sind Qualitäts- oder Zugangsprobleme (4 Nennungen) sowie Kostengründe (lediglich 2 Nennungen). Diese Ergebnisse ähneln grundsätzlich denen der Professoren-Befragung. Allerdings werden bei den Mittelbauangehörigen

deutlich öfter mehr Informationen über das Angebot des IZ angemahnt. Die Professoren nutzen auch eher andere Informationsquellen.

Tabelle 9: Gründe für die Nichtnutzung

	Mittelbau		Professoren	
	%	n	%	n
Datenbanken geben inhaltlich nichts her	27,8	72	36,0	68
Kein Bedarf	23,2	60	11,1	21
Fehlende Informationen über das Angebot	22,8	59	10,6	20
Nutze andere Informationsquellen	8,9	23	20,1	38
Qualitäts-/Zugangsprobleme	1,5	4	5,8	11
Kostengründe	0,7	2	1,6	3
Sonstiges	15,1	39	14,8	28
Nennungen insgesamt	100,0	259	100,0	189

5.2 Bekanntheit und Bedeutung von SOLIS und FORIS

Hauptprodukte des IZ sind seine beiden Datenbanken SOLIS mit Nachweisen deutschsprachiger sozialwissenschaftlicher Fachliteratur sowie FORIS mit Nachweisen sozialwissenschaftlicher Forschungsprojekte im deutschsprachigen Raum. Von den 239 persönlichen Nutzern des IZ (Mittelbau-Angehörige) kennen ca. 96% die Datenbank SOLIS, 86,6% haben schon damit gearbeitet.

FORIS ist ebenfalls der überwältigenden Mehrheit der persönlichen Nutzer bekannt (93,7%). Mit FORIS gearbeitet haben 77%. Dieser Wert liegt allerdings um ca. 10 Prozentpunkte niedriger als bei SOLIS.

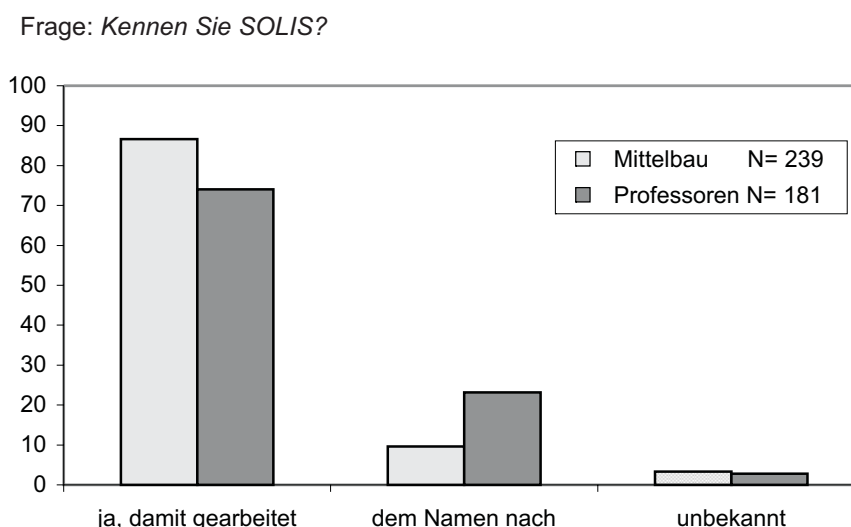


Abb. 3: Bekanntheit SOLIS (in %, Nutzer)

Die Mittelbau-Angehörigen nutzen beide Datenbanken stärker als die Professoren: bei SOLIS beträgt der Unterschied ca. 13 Prozentpunkte, bei FORIS ca. 17 Prozentpunkte.

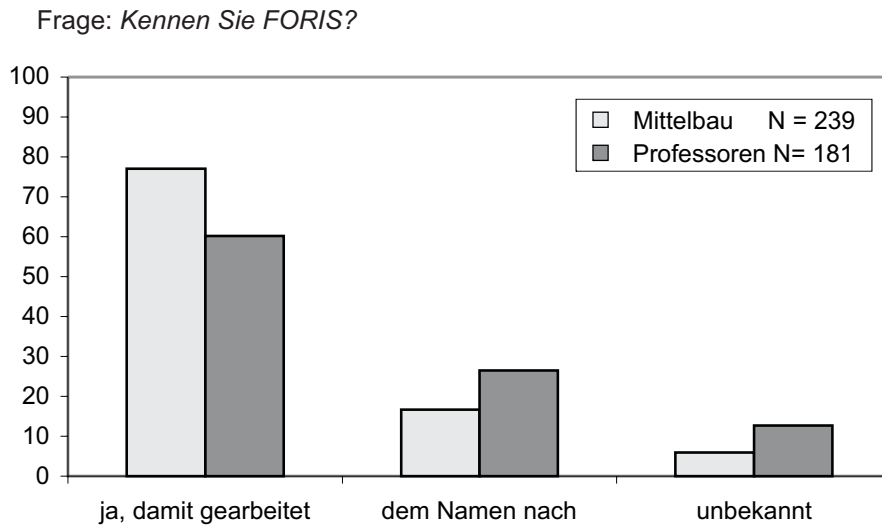


Abb. 4: Bekanntheit FORIS (in %, Nutzer)

226 persönliche Nutzer (Mittelbau-Angehörige) machen Angaben zur Wichtigkeit von SOLIS für ihre eigene wissenschaftliche Arbeit. Danach ist diese Literaturdatenbank für ca. 55,3% dieser Befragten sehr wichtig oder ziemlich wichtig. Jeder fünfte persönliche Nutzer sieht sie für sich dagegen als eher unwichtig oder ganz unwichtig an.

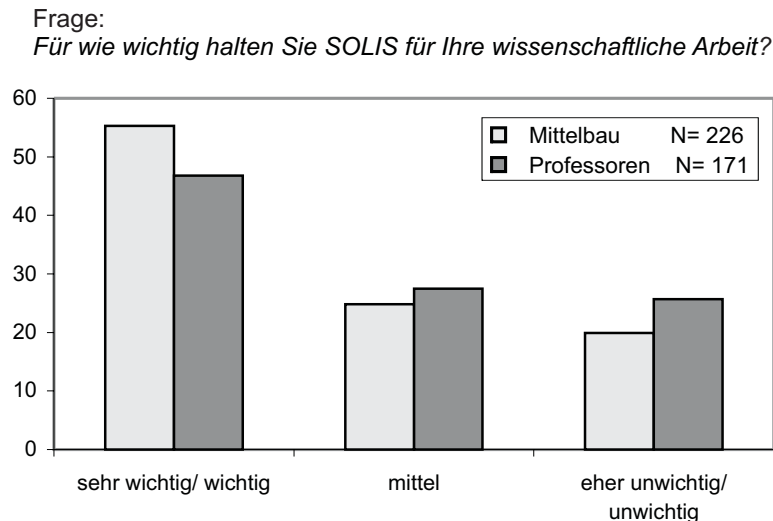


Abb. 5: Bedeutung von SOLIS für die wissenschaftliche Arbeit (in %, Nutzer)

Die Bedeutsamkeit von FORIS für die eigene wissenschaftliche Arbeit wird von den 216 Befragten (Mittelbau-Angehörige), die Angaben gemacht haben, geringer eingeschätzt als die-

jenige von SOLIS: 37,5% halten FORIS für sehr wichtig oder wichtig, 28,7% für eher unwichtig oder ganz unwichtig.

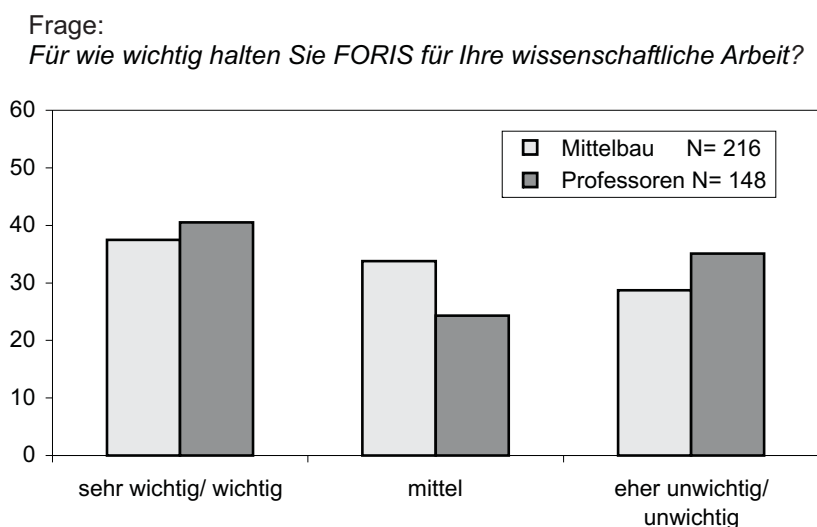


Abb. 6: Bedeutung von FORIS für die wissenschaftliche Arbeit (in %, Nutzer)

Sowohl bei den Mittelbau-Angehörigen als auch bei den Professoren liegen die Wichtigkeits-Werte für SOLIS (sehr wichtig/wichtig) deutlich höher als für FORIS, bei den Mittelbau-Angehörigen immerhin ca. 18 Prozentpunkte. Der Abstand zwischen sehr wichtig/wichtig und eher unwichtig/unwichtig ist für beide akademische Gruppen bei FORIS deutlich geringer als bei SOLIS.

8 der 45 persönlichen Nutzer, die SOLIS für sich persönlich als eher unwichtig oder ganz unwichtig einschätzen (Mittelbau-Angehörige), halten diese Datenbank auch für die Sozialwissenschaft insgesamt für unwichtig (18%). Aber 26 dieser Personen (58%) sehen sie dagegen für die Sozialwissenschaft insgesamt als sehr wichtig oder wichtig an.

12 der 62 persönlichen Nutzer, die FORIS für sich selbst als ziemlich unwichtig oder sehr unwichtig einschätzen, übertragen diese Einschätzung auf die gesamte Sozialwissenschaft (19%). Aber lediglich 21 dieser Personen (34%) sehen sie für die Sozialwissenschaft als sehr wichtig oder wichtig an. Im Unterschied zur Professoren-Befragung ist damit auch dieser Wert für FORIS ungünstiger als für SOLIS.

5.3 Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des IZ

Es gibt verschiedene Alternativen, die beiden Datenbanken SOLIS und FORIS zu nutzen. Man kann erstens selbst auf der CD-ROM WISO III, dem Internet-Angebot WISO-Net, dem Online-Angebot der Hosts (STN International in Karlsruhe, GBI in München) oder auf der soFid CD-ROM recherchieren. Zweitens besteht die Möglichkeit, die Dokumente aus FORIS und SOLIS in gedruckter Form zu beziehen (soFid gedruckt, Themendokumentationen). Drittens kann man dem IZ einen Auftrag geben, nach vorgegebenen Kriterien spezielle Informationen in den Datenbanken zu recherchieren (Auftragsrecherchen). Darüber hinaus bietet das IZ im Rahmen des GESIS-Internetangebots www.gesis.org themenbezogene Informatio-

nen unter „sowiOnline“ sowie im Rahmen des Infoangebots Osteuropa (teilweise auch in gedruckter Form) an.

Die Mittelbau-Angehörigen, soweit sie persönliche Nutzer sind, greifen in ihrer Mehrheit (123 Nutzer =51,5%) auf die CD-ROM WISO III zu, die zum Untersuchungszeitpunkt praktisch an allen wissenschaftlichen Hochschulen im deutschsprachigen Bereich in den jeweiligen Hochschulnetzen den Hochschulangehörigen kostenlos zur Verfügung stand. Darüber hinaus kennen 12,1% dieses Angebot zumindest dem Namen nach. Das bedeutet, dass zwei von drei Nutzern des IZ die CD-ROM WISO III nutzen bzw. kennen. Sie ist damit bei den Mittelbau-Angehörigen mit weitem Abstand das wichtigste Produkt des IZ.

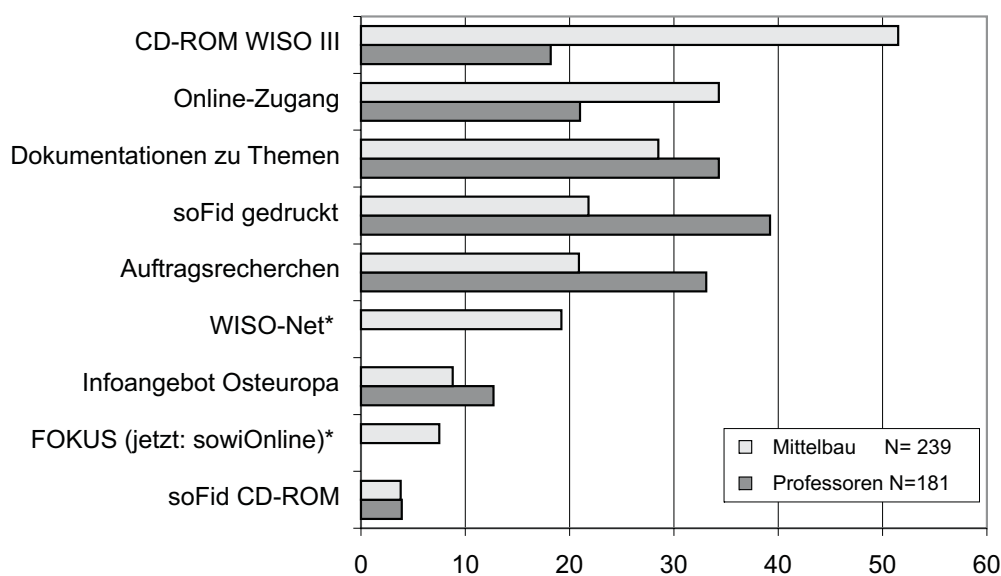
122 Nutzer der CD-ROM WISO III beurteilten dieses Angebot auf einer 5-stufigen Skala von „sehr gut“ bis „schlecht“. 102 urteilten mit „sehr gut“ oder „gut“ (84%), 18 (15%) mit „mittelmäßig“ und lediglich 2 mit „leidlich“. Kein Befragter urteilte „schlecht“.

Dieses weit genutzte und gut beurteilte Angebot wurde allerdings in der Zwischenzeit vollständig durch „WISO-Net“ abgelöst, bei dem autorisierte Nutzer über die Universitätsbibliotheken kostenlos auf das ähnlich gestaltete Internet-Angebot von SOLIS und FORIS (über GBI) zugreifen können. Zum Untersuchungszeitpunkt (Ende 2003/Anfang 2004) nutzten dieses Angebot bereits 19,2% der Mittelbau-Angehörigen.

34,3% geben an, den „Online-Zugang über STN, DIMDI oder GBI zu den Datenbanken“ zu nutzen. Die Formulierung „Online-Zugang über GBI“ trifft allerdings auch für WISO-Net zu, so dass zu vermuten ist, dass sich zwischen diesen beiden Nutzungsformen Überschneidungen ergeben. Da es sich um Mehrfachnennungen handelt, sollten die beiden Nutzungsanteile auf keinen Fall addiert werden.

Frage: *Kennen Sie...?*

Antwort: *Ja, schon damit gearbeitet - bzw. - persönlich bereits genutzt*



*zur Zeit der Professorenbefragung noch nicht im Angebot

Abb. 7: Nutzung der Produkte und Dienstleistungen (Mehrfachnennungen in %, Nutzer)

Die beiden Print-Produkte „Dokumentationen zu Themen“ und „soFid gedruckt“ werden zu 28,5% bzw. 21,8% genutzt. Der soFid wird von 61 Befragten beurteilt: 35 (57%) urteilen mit „sehr gut“ oder „gut“, 24 (39%) mit „mittelmäßig“. Der soFid wird demnach deutlich zurückhaltender beurteilt als die CD-ROM WISO III.

Ca. 21% haben beim IZ in der Vergangenheit Recherchen in Auftrag gegeben. Das sind 50 Befragte. Auftragsrecherchen spielen insgesamt eine immer geringere Rolle, da die potentiellen Auftraggeber in den Hochschulen selbst einen relativ unkomplizierten und vor allem kostenlosen Zugang zu zahlreichen Datenbanken haben.

Die restlichen Angebote (Osteuropa, FOKUS/sowiOnline, soFid CD-ROM) spielen bei den Nutzern aus dem Mittelbau nur eine Nebenrolle. Vor allem die soFid CD-ROM, seit 1998/99 auf dem Markt, hat sich, zumindest bei dieser Zielgruppe, nicht durchsetzen können: lediglich 9 Befragte (4%) haben sie bereits genutzt, 23 kennen sie dem Namen nach.

Im Vergleich zur Professoren-Befragung ergibt sich ein völlig verändertes Bild: Bei den Mittelbauangehörigen haben die elektronischen Angebote (CD-ROM WISO III, „Online-Zugang“) die Print-Produkte (soFid gedruckt, Dokumentationen zu Themen) von den beiden Spitzenplätzen verdrängt. Die CD-ROM WISO III ist mit weitem Abstand das wichtigste Produkt des IZ. In Zukunft wird WISO-Net diese Rolle übernehmen. Damit ist das Internet für diese Gruppe das wichtigste Medium für die Verbreitung der Datenbank-Informationen.

Die bisherige Analyse betrachtete die einzelnen Produkte und Dienstleistungen jeweils getrennt. Man kann jedoch davon ausgehen, dass bei der tatsächlichen Nutzung häufig nicht nur ein Produkt, sondern mehrere Produkte in Kombination genutzt werden, z.B. sowohl die CD-ROM WISO III als auch der gedruckte soFid. Da neun Produkte und Dienstleistungen abgefragt wurden, ergibt sich theoretisch eine Vielzahl von Kombinationsmöglichkeiten. Um die Ergebnisse überschaubar zu gestalten, wurden die neun Produkte und Dienstleistungen zu drei Gruppen zusammengefasst:

- Elektronische Produkte: CD-ROM WISO III, Online-Zugang, WISO-Net, Fokus (sowi-Online in www.gesis.org) und soFid CD-ROM;
- Print-Produkte: soFid gedruckt, Dokumentationen zu Themen;
- Sonstige Produkte und Dienstleistungen: Auftragsrecherchen, Infoangebot Osteuropa.

Auf der Individualebene wurde jeweils ermittelt, welche Produktgruppe bzw. Kombination von Produktgruppen (Nutzungsmuster) genannt worden war. Die Einzelwerte wurden dann aggregiert. Es liegen Angaben von 179 Befragten vor.

Aus Tabelle 10 geht hervor, dass 37,4% der Nutzer ausschließlich elektronische Produkte nutzen. Genau derselbe Anteil nutzt elektronische Produkte in Kombination mit Print-Produkten bzw. sonstigen Produkten. Ausschließlich print-Produkte nutzen lediglich 6,1%, in Kombination mit sonstigen Produkten weitere 6,7%.

Fasst man alle Nutzungsformen zusammen, bei denen elektronische Produkte beteiligt sind, kommt man auf 83,7%. D.h. die überwältigende Mehrheit der Nutzer aus dem Mittelbau nutzt die elektronischen Produkte des IZ, allerdings oft in Kombination mit Print- und sonstigen Produkten. Der entsprechende Anteil der Print-Produkte beträgt 50,2%. D.h. jeder zweite Nutzer gibt an, auch Print-Produkte zu nutzen bzw. in der Vergangenheit genutzt zu haben, allerdings meistens in Kombination mit anderen Produkten. Würden die Print-Produkte jetzt

vom Markt genommen, verlöre das IZ 6,1% seiner Nutzer aus dem Mittelbau-Bereich („nur Print“) bzw. diese 11 Personen müssten auf elektronische oder sonstige Angebote ausweichen.

Tabelle 10: Nutzungsmuster von Produktgruppen

	N	%
Nur elektronisch	67	37,4
Elektronisch und Print	39	21,8
Elektronisch und Print und sonstige	28	15,6
Elektronisch und sonstige	16	8,9
Print und sonstige	12	6,7
Nur Print	11	6,1
Nur sonstige	6	3,4
Gesamt	179	100,0

5.4 Vorschläge zur Steigerung der Nutzungsintensität

Die Nutzer wurden in zwei offenen Fragen gebeten, Vorschläge für zusätzliche Leistungen des IZ und weitere Verbesserungsmöglichkeiten zu formulieren (siehe Anhang 2). 48 der 239 persönlichen Nutzer (20,1%) forderten zusätzliche Leistungen des IZ an. Dazu liegen 49 auswertbare Nennungen vor. 104 Befragte (43,5%) machen (teilweise mehrere) Verbesserungsvorschläge. Dazu liegen 129 auswertbare Nennungen vor. Die Nennungen zu beiden Fragen überschneiden sich inhaltlich. Deshalb werden die beiden Fragen gemeinsam ausgewertet (insgesamt 178 Nennungen).

40 Nennungen (22,5%) beziehen sich auf Qualitätsverbesserungen von SOLIS und FORIS auf der CD-ROM WISO III bzw. in www.wiso-net.de. Dabei geht es um das fachliche Angebot, die Aktualität, Verbesserung der Suchmöglichkeiten sowie die Steigerung der Benutzungsfreundlichkeit.

In 23 Nennungen (13%) wird eine stärkere internationale Orientierung und eine Zusammenarbeit mit englischsprachigen Datenbanken angeregt. In SOLIS sollte verstärkt englischsprachige Literatur nachgewiesen werden. Gewünscht wird generell eine Vernetzung mit anderen Datenbanken, so dass der Nutzer ein sozialwissenschaftliches Portal für deutschsprachige und internationale Datenbanken zur Verfügung hat.

29 Nennungen (16%) beziehen sich auf das GESIS-Internetangebot www.gesis.org, bei dem das IZ mit eigenen Seiten beteiligt ist. Es wird angeregt, alle Leistungen des IZ über diesen Zugang anzubieten, d.h. auch die Datenbanken SOLIS und FORIS ohne den Umweg über das WISO-Net-Angebot von GBI. Teilweise wird das GESIS-Internetangebot als eher unübersichtlich und unstrukturiert bezeichnet. Diese Einschätzung stimmt mit den Befunden der

GESIS-WEB-Umfrage vom Juli 2004 überein.⁶ Es wird angeregt, das GESIS-Internetangebot interaktiver zu gestalten und Vorschläge der Nutzer aktiv aufzugreifen.

Mit 53 Nennungen (30%) nehmen Stellungnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit, zur Produktvorstellung und zur Selbstdarstellung des IZ den relativ größten Raum ein. Allgemein werden mehr Informationen zur Produktpalette und zu den elektronischen Zugangswegen eingefordert. Dies könnte beispielsweise über einen Newsletter erreicht werden, der den Nutzern per E-Mail zugestellt wird. Die Selbstdarstellung des IZ sollte verbessert und die Kooperation mit den Universitätsinstituten verstärkt werden.

Dieser beklagte Informationsmangel kommt bei der Mittelbau-Befragung auch noch an anderer Stelle der Befragung zum Ausdruck. Die Nutzer wurden gefragt: „Fühlen Sie sich über das Dienstleistungsangebot des IZ ausreichend informiert?“

Knapp die Hälfte (114 von 239 =47,6%) sind der Meinung, sie seien ausreichend informiert, während die andere Hälfte dies verneint (113 von 239 =47,2%) oder keine Meinung dazu hat (5%). Bei der Anschlussfrage nach den Gründen für das Informationsdefizit wird auch hier eine bessere Öffentlichkeitsarbeit des IZ gefordert.

Aufschluss über einen gravierenden Informationsmangel geben auch die 10 Nennungen (6%), die sich auf die Preisgestaltung beim Angebot von SOLIS und FORIS beziehen. Obwohl für Hochschulangehörige der Zugang zu diesen Datenbanken über die jeweilige UB bzw. das jeweilige Universitäts-Intranet kostenlos ist, wird die Preispolitik kritisiert: „Die sollen nicht so viel Geld abschöpfen.“

5.5 Kontakt der Nutzer mit dem IZ

Das Internetangebot www.gesis.org ist für die Mittelbau-Angehörigen (Nutzer) mit 74,1% Nennungen das wichtigste Medium zur Kontaktaufnahme mit dem IZ. Damit ist bei dieser Gruppe das Internetangebot wichtiger als die jährlich durchgeführte Erhebung bei allen sozialwissenschaftlichen Forschungsinstituten im deutschsprachigen Bereich (FORIS-Erhebung), die bei der Professoren-Befragung im Jahre 2000 mit Abstand die am häufigsten genannte „Brücke“ zwischen dem IZ und seinen persönlichen Nutzern war (damals ebenfalls 74%).

Die stark verbreitete Nutzung des GESIS-Internetangebots wird auch an einer anderen Stelle der Mittelbau-Befragung bestätigt: 84,5% der Nutzer bestätigen, dass ihnen das GESIS-Internetangebot (nicht unbedingt auch der IZ-Teil) bekannt ist. 84,7% haben daraus schon einmal Informationen abgerufen oder Dateien heruntergeladen. Damit wird bei der Mittelbau-Befragung zum ersten Mal empirisch nachgewiesen, dass das Internet-Angebot des IZ im Rahmen von www.gesis.org die mit Abstand wichtigste (potentielle) Ressource zur Kundenpflege und -akquisition ist - zumindest für diese Zielgruppe.

6 Vgl. Stahl, Matthias; Binder, Gisbert; Bandilla, Wolfgang: GESIS-WEB-Umfrage, a.a.O.

Frage:

Wodurch kommen Sie sonst noch in Ihrer beruflichen Tätigkeit mit dem IZ in Kontakt?

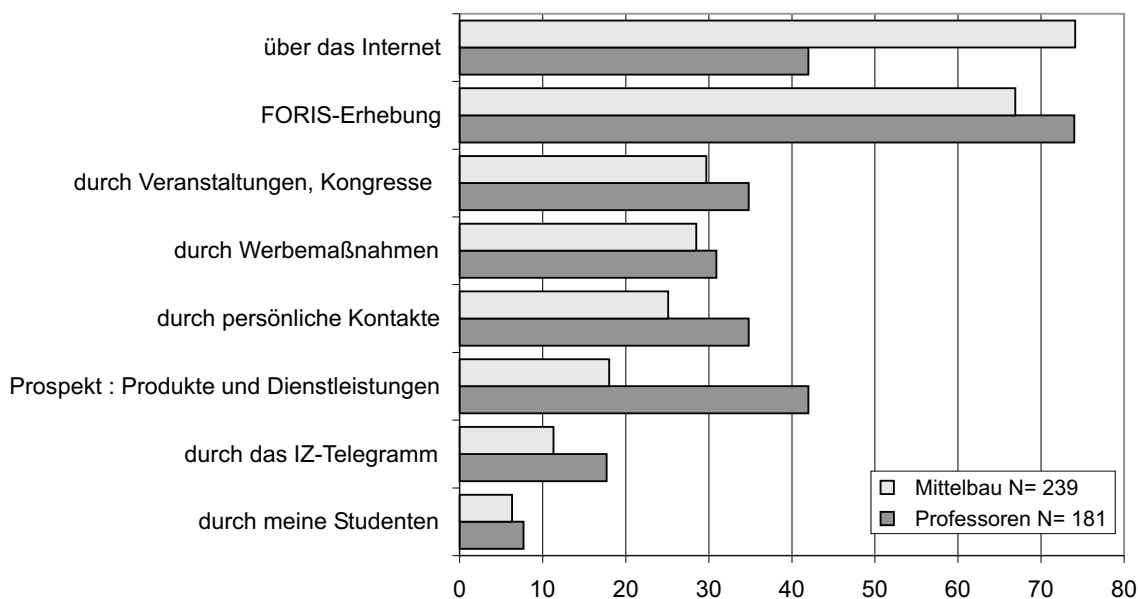


Abb. 8: Kontakt mit dem IZ (Mehrfachnennungen in %, Nutzer)

Die FORIS-Erhebung ist mit 67% die zweitwichtigste Verbindung zwischen dem IZ und seinen Nutzern. Zum Teil erfolgt diese Kontaktpflege bereits über das GESIS-Internetangebot und nicht (mehr) über die jährliche schriftliche Fragebogenaktion.

Die Präsenz des IZ bei Veranstaltungen und Kongressen wird wohl wahrgenommen (30% Nennungen), spielt aber für die Kontaktpflege eine geringere Rolle als die „indirekten Medien“ Internet und FORIS-Erhebung. Das gilt auch für persönliche Kontakte zum IZ, die für 25,1% eine Rolle spielen: Das IZ ist für die Nutzer eine Einrichtung, die eher unpersönliche Informationsprodukte und –dienstleistungen anbietet, deren Ersteller unsichtbar bleiben.

Werbemaßnahmen des IZ erreichen 28,5% der Nutzer, der Prospekt „Produkte und Dienstleistungen“ lediglich 18%. Diese Zahlen bestätigen das in 5.4 dargestellte Informationsdefizit, über das etliche Nutzer klagen und das auch mitverantwortlich für den recht hohen Nicht-Nutzer-Anteil ist (vgl. Kap. 5.1).

Das IZ-Telegramm, das ja ebenfalls der Öffentlichkeitsarbeit zuzurechnen ist, wird von den Mittelbau-Angehörigen kaum wahrgenommen: Lediglich 11,3% (27 Befragte) kennen dieses Informationsangebot, bei den Professoren waren es noch 17,7%. Bemerkenswert ist, dass etliche Befragte die Einführung eines Newsletter anregen (vgl. Kap. 5.4), dessen Funktion das IZ-Telegramm derzeit offensichtlich nicht erfüllt.

5.6 Indikatoren der Kundenzufriedenheit

Die Nutzer aus dem Mittelbau wurden gebeten, folgende Fragen zu beantworten (Skalenwerte gedreht):

A „Werden Sie die Produkte und Dienstleistungen des IZ an Kollegen/innen weiterempfehlen?“

- 5 Ja, bestimmt
- 4 Wahrscheinlich ja
- 3 Eventuell
- 2 Wahrscheinlich nicht
- 1 Bestimmt nicht“

B „Werden Sie die Produkte und Dienstleistungen des IZ wieder beziehen bzw. in Anspruch nehmen?“

(Antwortalternativen wie bei Frage A)

C „Wie groß ist der Vorteil, vom IZ Informationen zu beziehen im Vergleich mit anderen Möglichkeiten der Informationsbeschaffung?“

- 5 sehr großer Vorteil
- 4 großer Vorteil
- 3 mittlerer Vorteil
- 2 geringer Vorteil
- 1 gar kein Vorteil“

Die drei Variablen „Bereitschaft zur Weiterempfehlung“, „Bereitschaft zum Weiterbezug“ und „Vorteil vom IZ Informationen zu beziehen“ werden als spezifische Indikatoren für die Kundenzufriedenheit interpretiert. Sie wurden in der Nutzerforschung des IZ zum ersten Mal bei der TRI:M-Studie zur Kundenzufriedenheit 1997 in Zusammenarbeit mit TNS Infratest eingesetzt und gehen zusammen mit einer Variable zur Gesamtbewertung (vgl. Kap. 5.7) in die Berechnung des TRI:M-Index ein⁷. Dieselben Fragen wurden auch bei der Soziologieprofessoren-Befragung gestellt (Ergebnisse zum Vergleich in Klammern).

Die Bereitschaft, die Produkte und Dienstleistungen des IZ Kollegen/innen weiterzuempfehlen (Frage A), ist weit verbreitet: Von den insgesamt 229 befragten Mittelbau-Angehörigen, die diese Frage beantworteten, würden 82,1% (78,5%) das IZ „bestimmt“ oder „wahrscheinlich“ weiterempfehlen.

Lediglich 10 (8) Befragte würden das IZ nicht oder wahrscheinlich nicht weiterempfehlen. Der Mittelwert (bester Wert=5) liegt bei 4,3 (4,2).

89% (82%) der 230 Mittelbau-Angehörigen, die zu Frage B ein Votum abgaben, werden auch in Zukunft wieder Produkte und Dienstleistungen des IZ in Anspruch nehmen, davon „bestimmt“ 67% (59%). Enttäuscht von den Leistungen des IZ zeigen sich lediglich 3 (11) Personen. Der Mittelwert (bester Wert=5) liegt bei 4,5 (4,3).

⁷ Stahl, Matthias; Binder, Gisbert; Cosler, Detlev unter Beratung von Dr. Joachim Scharioth: TRI:M-Studie zur Kundenzufriedenheit (Mehrfachkunden) 1997, IZ-Arbeitsbericht 13, Bonn 1998, S.18 ff. www.gesis.org/Publikationen/Berichte/IZ_Arbeitsberichte/

Die Frage C nach dem relativen Vorteil der IZ-Produkte im Vergleich zu anderen Informationsquellen (z.B. Bibliotheken) wird zurückhaltender als die beiden anderen beantwortet: 55 % (53%) der 215 Befragten, die sich dazu äußerten, sehen einen sehr großen oder großen Vorteil. Die Gruppe derjenigen, die nur einen „mittleren Vorteil“ erkennen können, ist mit 31% (35%) recht groß. Keinen oder nur einen geringen Vorteil sehen 14% der Befragten (12,3%). Der Mittelwert (bester Wert=5) liegt bei 3,53 (3,46) und ist damit deutlich niedriger als bei den beiden anderen Indikatoren.

Der Vergleich zwischen der Mittelbau-Befragung und der früheren Professoren-Befragung ergibt eine beachtenswerte Konstanz der Ergebnisse: die Mittelwertunterschiede sind gering mit der Tendenz zu etwas höheren Werten bei den Mittelbau-Angehörigen (vor allem beim Weiterbezug). Auch die Verteilungen (relative Häufigkeit der Merkmalsausprägungen) sind recht ähnlich, wiederum mit der durchgängigen Tendenz zu etwas besseren Werten bei den Mittelbau-Angehörigen. Beide Befragten-Gruppen weisen insgesamt eine hohe Zufriedenheit mit den Leistungen des IZ auf, sehen aber z.T. durchaus Angebotalternativen.

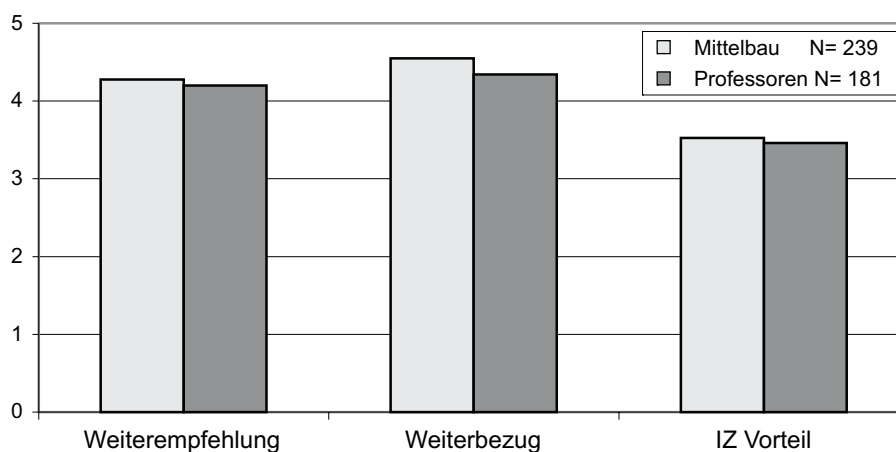


Abb. 9: Indikatoren der Kundenzufriedenheit (Mittelwert, ohne k.A.)

5.7 Gesamtbeurteilung des IZ

Die Frage „Wie beurteilen Sie insgesamt die Produkte und Dienstleistungen des IZ“ kann als allgemeiner Indikator für Kundenzufriedenheit interpretiert werden. Es wird von TNS-Infra-test eine fünfstufige Skala von 5=ausgezeichnet bis 1=schlecht vorgegeben, wobei der mittlere Wert 3 (der theoretische Mittelwert) mit „gut“ bezeichnet wird. Es handelt sich um eine asymmetrische Skala mit drei Merkmalsausprägungen im positiven Bereich. Dadurch soll eine breitere Streuung der positiven Beurteilungen erreicht werden.

216 Mittelbau-Angehörige (Nutzer) geben eine Beurteilung ab. 206 bzw. 95,4% votieren mit „ausgezeichnet“, „sehr gut“ oder „gut“, davon 48% mit „sehr gut“. 10 Befragte bzw. 4,6% finden die Leistungen des IZ „annehmbar“. Kein Befragter vergibt die Beurteilung „schlecht“. Die Werte der Professoren-Befragung sind wiederum sehr ähnlich: 92,3% entscheiden sich für den positiven Bereich, 7,7% wählen „annehmbar“, wiederum kein einziger

sagt „schlecht“. Bei den Mittelbau-Angehörigen liegt der Mittelwert bei 3,59, gegenüber 3,50 bei den Professoren.

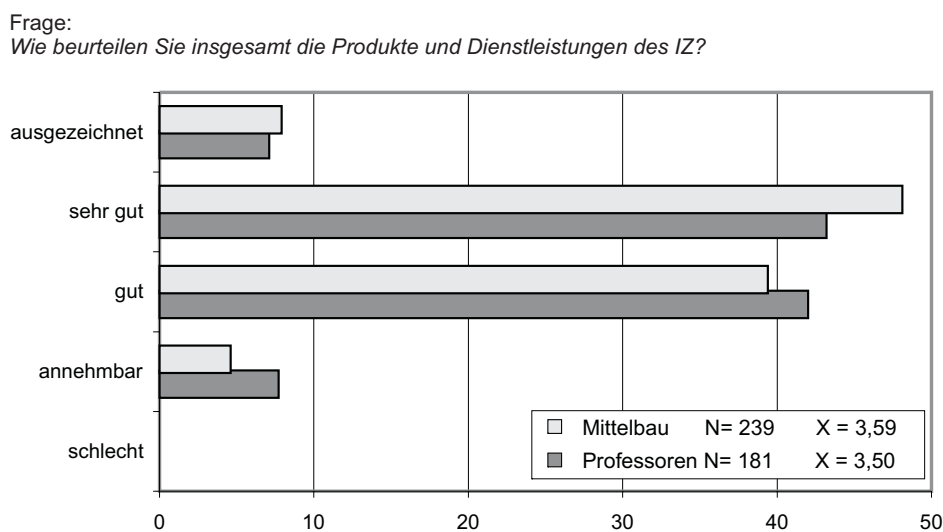


Abb. 10: Gesamtbeurteilung (in %, Nutzer, ohne k.A.)

Legt man die Beschriftung der fünfstufigen Skala zugrunde, bedeutet dieser Mittelwert die Bewertung „sehr gut bis gut“. Bei der Interpretation ist zu berücksichtigen, dass „sehr gut“ im Gegensatz zur herkömmlichen Schulnoten-Skala lediglich der zweitbeste Wert ist, da „ausgezeichnet“ darüber steht.

Statt Schulnoten könnte man die in Universitäten übliche Leistungsbeurteilung bei Promotionsverfahren heranziehen: summa cum laude, magna cum laude, cum laude, rite, ungenügend⁸. Das IZ würde demnach von seinen Nutzern (Mittelbau-Angehörige und Professoren) eine Bewertung zwischen magna cum laude und cum laude erhalten.

5.8 TRI:M-Index: Vergleich mit früheren Befragungen

Der TRI:M-Index fasst mit einer einzigen Kennzahl die Beurteilung der Leistungen einer Organisation durch die Kunden zusammen. Er wird gebildet aus den drei spezifischen Indikatoren (Weiterempfehlung, Wiederinanspruchnahme und Konkurrenzvorteil) und der Gesamtbeurteilung. Betrachtet man den TRI:M-Index über die bisher durchgeführten Kundenbefragungen, so ergeben sich folgende Skalenwerte⁹:

Bei der Mittelbaubefragung beträgt der TRI:M-Indexwert 80 und liegt damit nahezu gleich auf mit dem Wert der Mehrfachkunden (1997) und etwas höher als bei der Befragung der So-

8 Vgl. Leitfaden zum Promotionsverfahren im FB Medizin der Universität Hamburg (Stand: Januar 2005) www.uke.uni-hamburg.de/.../downloads/zg-aerzte-wissenschaftler/Leitf_Promo_ges__190105mkopf.doc

9 Eine ausführliche Beschreibung des Kundenbindungssystems TRI:M ist veröffentlicht in: Stahl, Matthias; Binder, Gisbert; Cosler, Detlev unter Beratung von Dr. Joachim Scharioth: TRI:M-Studie zur Kundenzufriedenheit (Mehrfachkunden), a.a.O.

ziologieprofessoren aus dem Jahre 2000. Andere TRI:M-Kundenzufriedenheitsmessungen in Deutschland zeigen, dass weniger als 10% aller untersuchten Unternehmen einen Index über 79 erzielen.

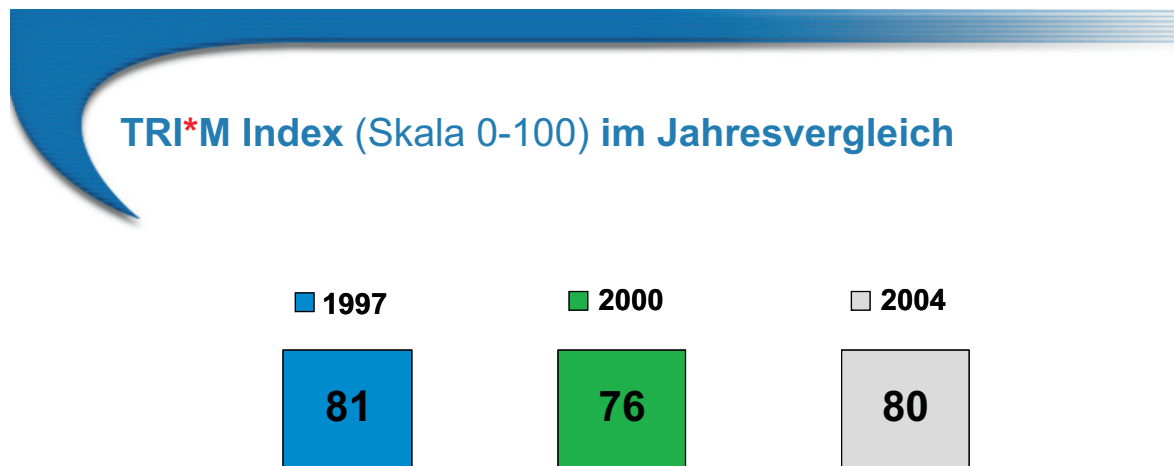


Abb. 11: TRI:M-Index

5.9 Alternativen zum IZ

Die Intensität der Nutzung der Produkte und Dienstleistung des IZ hängt neben dem Bekanntheitsgrad auch davon ab, inwieweit die Befragten Einrichtungen oder Institutionen benennen, die vergleichbare Produkte wie die des IZ anbieten. Die Nutzer wurden sowohl in einer geschlossenen wie einer offenen Frage um Antworten gebeten. 33,5 % (80 Personen) sagten, es gibt alternative Einrichtungen. Insgesamt konnten 80 Alternativen protokolliert werden, wobei sich jedoch nur wenige Schwerpunkte ergaben.

Mit 7 Nennungen wurde das Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB) der Bundesanstalt für Arbeit (BfA) am häufigsten genannt. Dann folgt ZUMA mit 5 Nennungen. Das ZA, das Zentrum für Psychologische Information und Dokumentation (ZPID) in Trier und das HWWA erhielten jeweils 3 Nennungen.

Die weiteren Alternativmöglichkeiten beziehen sich entweder auf die Nennung einzelner Datenbanken - sowohl national wie international (z.B. sociological abstracts) – als auch auf einzelne Datenbankanbieter wie bspw. das Deutsche Institut für Medizinische Dokumentation und Information (DIMDI) in Köln oder auch sozialwissenschaftliche Forschungseinrichtungen wie das Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).

5.10 Schlussfolgerungen

Vergleichende Datenanalysen und -interpretationen mit den Ergebnissen aus der Befragung der Soziologieprofessorinnen und -professoren werden durch den zeitlichen Abstand beider Untersuchungen (2000 und 2003), durch Unterschiede in der Altersstruktur und den Stand der wissenschaftlichen Sozialisation der Befragten überlagert. Von Trends oder Ent-

wicklungsrichtungen im Vergleich beider Untersuchungen kann daher nur unter Vorbehalt gesprochen werden.

Als Schwerpunkte für mögliche Reaktionen auf die Ergebnisse der Mittelbaubefragung haben sich der bei Berufseinsteigern relativ niedrige Nutzungsgrad des IZ, die zunehmende Bedeutung des Internet sowie der sich andeutende Wechsel in der Produktpräferenz von Print zu elektronischen Produkten herauskristallisiert.

Erhöhung des Nutzungsgrades des IZ

Die Nutzung der Angebote des IZ wächst mit dem Bekanntheitsgrad. Dies ist Ausweis für eine akzeptierte Qualität und den vorhandenen Bedarf an den Angeboten des IZ. Bekanntheit allein muss nicht zur Nutzung führen. Obwohl der Bekanntheitsgrad des IZ bei Berufseinsteigern mit 71,4% bereits hoch ist, nutzen in dieser Gruppe nur 21,4% die Angebote des IZ. Da auch der Anteil der Uninformierten und Nichtnutzer mit wachsendem Dienstalalter kontinuierlich abnimmt, kann man davon ausgehen, dass mit der fortschreitenden wissenschaftlichen Sozialisation (Übernahme von Lehraufgaben, Mitarbeit in Forschungsprojekten, eigene akademische Qualifizierungen etc.) die Produkte und Dienstleistungen des IZ zunehmend wertgeschätzt und nachgefragt werden. Gründe für Nichtnutzung sind wie bei den vorangegangenen Befragungen eher fachlicher Art (zu spezielles Forschungsgebiet, andere ausreichende Informationsquellen) und kaum technischer Art (Zugangsbedingungen, Kostengründe). Beim Mittelbau ist jedoch auch die „Fehlende Information über das Angebot“ wichtiger Grund für die Nichtnutzung. Hier könnte ein Ansatz zur Erhöhung der Nutzung sein.

- Ausgehend von den Nutzungspräferenzen des Mittelbaus (Bibliotheken und vor allem das Internet) sollten spezielle Angebote und Hinweise für diese Zielgruppe in den Produktpräsentationen eingefügt werden. Damit kann das Heranführen an GESIS und IZ erleichtert werden und bei Berufseinsteigern auch die Nutzung forciert werden. Ideen dazu sind: Angebot aktueller Literatur- und Projektsammlungen zu bestimmten Fachgebieten (soFid's, thematische Sammlungen, sowiPlus, spezielle Linksammlungen analog zum SocioGuide etc.), Einbindung der soFid-CD ins Netz der Universitätsbibliotheken, Angebot von online-Trainingseinheiten zum Recherchieren in den IZ-Datenbanken
- Eine aufwändige Maßnahme ist die Sicherstellung der Präsenz von GESIS/IZ auf den Bibliotheks-/Informationsseiten im Internetangebot der Universitäten. Die Existenz von Campuslizenzen für die kostenfreie Nutzung von SOLIS/FORIS via infoconnex, Wiso-net oder sowiport sollte aktiv propagiert werden. Eine notwendige Vorarbeit wäre die Analyse der tatsächlichen Präsenz der GESIS und des IZ im Internetangebot ausgewählter Universitäten.
- Informationsveranstaltungen oder Nutzung bestehender Seminarangebote zu „Techniken wissenschaftlichen Arbeitens“ für Studierende höherer Semester direkt an Studienorten wären eine zusätzliche Möglichkeit, die Gruppe der künftigen Wissenschaftler frühzeitiger zu erreichen. Bei der Zusammenarbeit mit der Universität Duisburg-Essen Campus Essen und gemeinsamen Veranstaltungen des IZ mit dem Zentrum für Psychologische Information und Dokumentation (ZPID) und dem Deutschen Institut für Internationale Pädagogische Forschung (DIPF) konnten bereits positive Erfahrungen gesammelt werden.

- Eine aktive Präsenz des IZ auch zu kleineren sozial- und informationswissenschaftlichen Tagungen bzw. Veranstaltungen oder bei Weiterbildungsangeboten der Bibliotheken könnte den direkten Kontakt mit den Nutzern verbessern.
- Informationsdefizite im Mittelbau könnten auch über Mailingaktionen in den Listen der Fachbereiche oder Seminare reduziert werden. Der in der Befragung angeregte „IZ-Newsletter“ könnte eine Ergänzung des IZ-Telegramms sein.

Überarbeitung des Internetangebotes

Die Nutzungspräferenzen des Mittelbaus unterscheiden sich von denen der Professoren besonders im Bereich Internet. Das Internetangebot ist für diese Gruppe die wichtigste Ressource zur Kundenpflege und –akquisition. Es ist davon auszugehen, dass damit ein neues Nutzungsverhalten dauerhaft auch in den bisher bzgl. der Nutzung des Internet eher zurückhaltend agierenden Sozialwissenschaften entsteht. Angebote und Informationen werden zunehmend über das Internet besorgt.

Die Auswertung der GESIS-WWW-Befragung (GESIS-Arbeitsbericht Nr. 3; <http://www.gesis.org/Organisation/GESIS/GESIS-Arbeitsbericht3.pdf>) hat bereits wichtige Anhaltspunkte für ein Redesign bzw. eine Überarbeitung des Angebotes in Richtung sozialwissenschaftliches Portal gegeben, die zum Teil bereits realisiert wurden. Befragungen der Nutzer des IZ-Internetangebotes zu deren Nutzungsverhalten und Erwartungen an einzelne Produkte sollen den Prozess des Redesign und den Aufbau des sozialwissenschaftlichen Portals begleiten. Die Durchführung einer Befragung der Nutzer des Fachinformationsführers zu Internetquellen „SocioGuide“ wird prototypisch Methodik und Vorgehen austesten.

Produktpalette

Der relativ geringe Bekanntheits- und Nutzungsgrad der gedruckten Dienste des IZ sollte zum Anlass genommen werden, über die möglichen Zielgruppen und Angebotsformen bestehender und zukünftiger Produkte nachzudenken. Die traditionelle Zielgruppe „Bibliothek“ gerät zunehmend unter finanziellen Druck. Ein langsamer kontinuierlicher Rückgang des Bezugs von Zeitschriften oder Abonnementdiensten (z.B. soFid) ist die Folge. Die soFid-CD hat aus dem Stand einen Marktanteil in neuen Zielgruppen erreicht, konnte ihn jedoch nicht erweitern. Ursachen dafür könnten u. U. auch in Informationsdefiziten bei relevanten Zielgruppen liegen. Zu überlegen wäre hier, wie durch gezielte Aktionen neue Gruppen zur Nutzung erschlossen werden können. Für die schnelle Einmalinformation könnten die soFid's auch zum kostenpflichtigen download bereitgestellt werden. Damit wäre mit sehr geringem Zusatzaufwand ein weiterer Vertriebsweg aufgetan. Durch Verlinkung im inhaltlich-thematischen Bereich des sozialwissenschaftlichen Portals (Themendokumentationen, Portale zu bestimmten Themen) oder infoconnex zu soFid könnten „Mitnahmeeffekte“ genutzt werden.

6 Das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (ZA) aus der Sicht des sozialwissenschaftlichen Mittelbaus

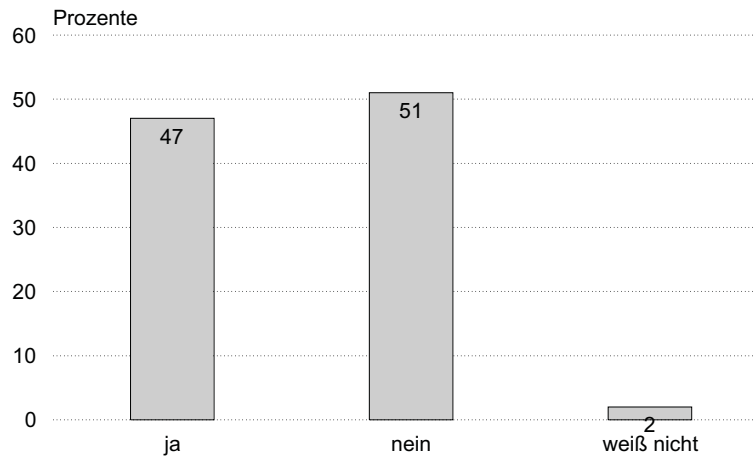
6.1 Die Nutzung des Zentralarchivs

Die Bekanntheit des Zentralarchivs für Empirische Sozialforschung an der Universität zu Köln sagt noch nichts über den Umfang der Nutzung seiner Produkte und Dienstleistungen aus. Die Sozialwissenschaftler, die das Zentralarchiv zumindest vom Namen her kennen, wurden daher ebenfalls danach gefragt, ob sie die Leistungen auch in Anspruch nehmen. Wie sich zeigt, haben von den Sozialwissenschaftlern, die das Zentralarchiv kennen, 47 Prozent auch bereits dessen Produkte oder Dienstleistungen genutzt.

51 Prozent der Sozialwissenschaftler, die das Zentralarchiv kennen, haben dessen Produkte oder Dienstleistungen bislang *nicht* in Anspruch genommen. Von denjenigen Befragten, die das Zentralarchiv *nicht* selbst nutzen, führen 59 Prozent als Grund dafür an, dass zumindest bislang kein Bedarf bestanden habe, sei es, weil sie eher qualitativ bzw. rein theoretisch arbeiten, weil sie andere Forschungsinteressen haben oder weil sie – etwa im Rahmen von Drittmittelprojekten – eigene Daten erheben und auswerten. 12 Prozent geben als Grund für die Nichtinanspruchnahme an, über die Angebote des Zentralarchivs nicht bzw. nur ungenügend informiert zu sein. Sonstige Gründe, wie etwa „bin erst seit kurzem tätig“ oder „wir arbeiten hier arbeitsteilig, ich muss nicht alles selber machen“ werden von 19 Prozent der Befragten genannt. Weitere 10 Prozent können schließlich keinen eindeutigen Grund dafür angeben, warum sie das Zentralarchiv bislang nicht genutzt haben.

Alle nachfolgenden Fragen wurden jeweils nur denjenigen Sozialwissenschaftlerinnen und Sozialwissenschaftlern gestellt, die das Zentralarchiv kennen und es bereits *selbst* genutzt haben. Denn nur dieser Personenkreis kann über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs kompetent Auskunft geben.

Haben Sie selbst Produkte oder Dienstleistungen vom ZA in Anspruch genommen?
(nur wenn ZA bekannt)



(N= 518)

Wenn nein: Können Sie uns bitte sagen, warum Sie Produkte und Dienstleistungen des ZA nicht in Anspruch genommen haben? (offene Frage)
(nur wenn ZA bekannt und nicht selbst genutzt)

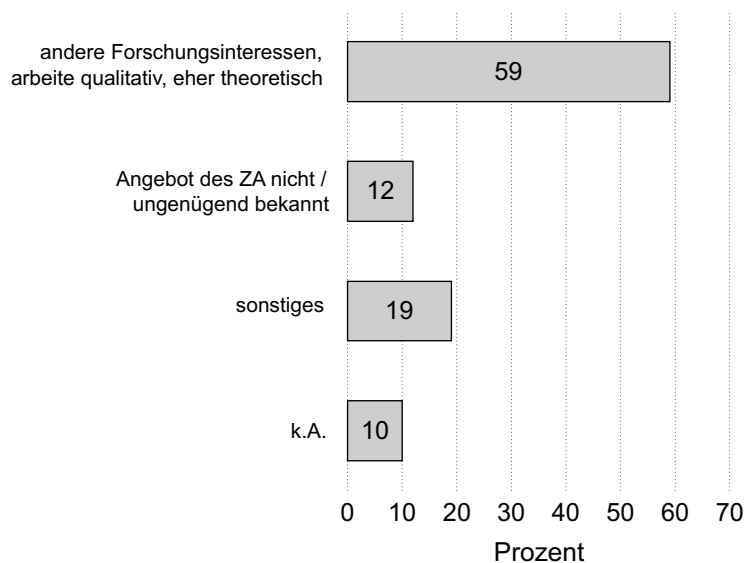


Abb. 1: Die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs

Die Sozialwissenschaftler wurden ebenfalls danach befragt, ob ihre Kollegen oder Studenten das Zentralarchiv schon einmal für eigene Arbeiten genutzt haben. 65 Prozent der Befragten bejahten diese Frage. Die wahrgenommene Nutzungsquote für die eigenen Kollegen und Studenten liegt somit um einiges höher als die von den Sozialwissenschaftlern für sich selbst berichtete Quote, die bei 47 Prozent liegt.

Eine wichtige Möglichkeit, von den Angeboten und Dienstleistungen des Zentralarchivs erfahren zu können, besteht in der direkten mündlichen Weitergabe entsprechender Hinweise.

Dementsprechend wurde auch danach gefragt, ob die im Mittelbau der Universitäten beschäftigten Sozialwissenschaftler ihre Kollegen und Studenten darauf hinweisen, das Zentralarchiv zu nutzen. Dies trifft auf 55 Prozent der Befragten zu.

Haben Kollegen oder Studenten von Ihnen das ZA schon einmal für deren eigene Arbeiten genutzt?
Weisen Sie Ihre Kollegen oder Studenten/Innen darauf hin, das ZA zu nutzen?
(nur wenn ZA bekannt)

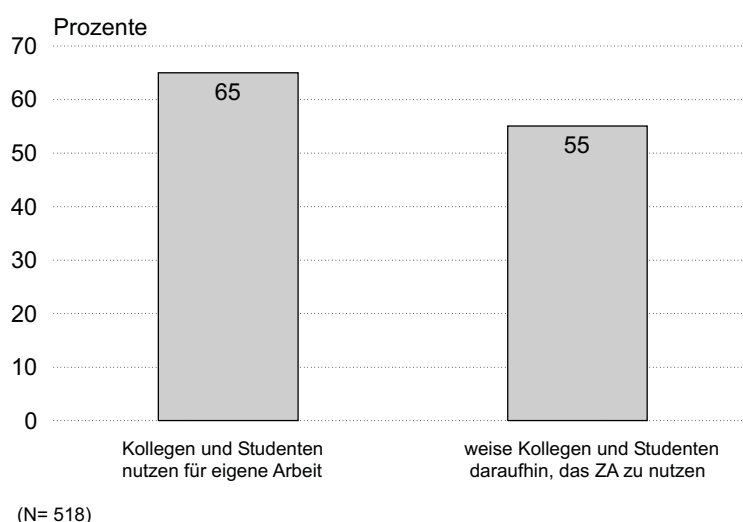


Abb. 2: Die Nutzung des Zentralarchivs durch Kollegen und Studenten

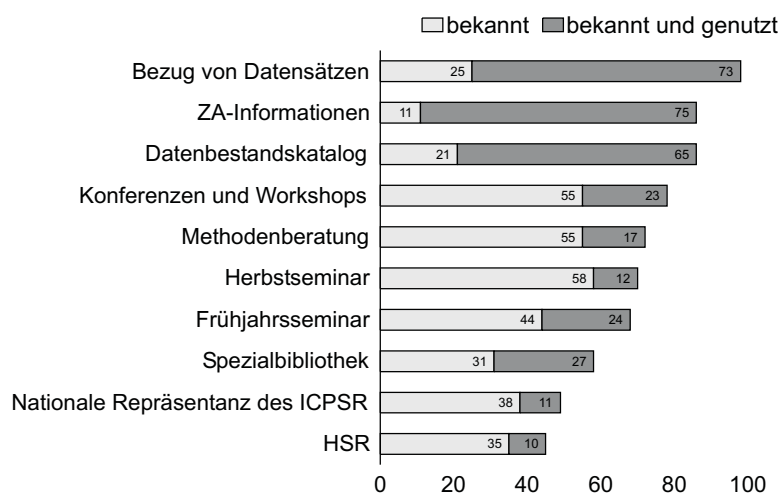
6.2 Die Bekanntheit und Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im Einzelnen

Wie bekannt sind die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im Einzelnen und wie häufig werden sie persönlich genutzt? Wie nicht anders zu erwarten, besitzt der Datenservice als die Kerndienstleistung des Zentralarchivs mit 98 Prozent den höchsten Bekanntheitsgrad bei den Sozialwissenschaftlern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. 73 Prozent der Befragten ist der Datenservice nicht nur bekannt, sondern sie haben ihn auch schon persönlich genutzt. Mit 75 Prozent Nutzern erreicht allein die Hauszeitschrift „ZA-Informationen“ eine noch etwas höhere Nutzerquote. Gleichauf mit dem Datenbestandskatalog bzw. Datenbestandsverzeichnis liegt ihr Bekanntheitsgrad bei 86 Prozent. Die Nutzerquote des Datenbestandskatalogs liegt mit 65 Prozent allerdings um etwa 10 Prozentpunkte niedriger als die der ZA-Informationen.

Alle nachfolgenden Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs fallen gegenüber den bislang berichteten Nutzerquoten deutlich ab. Die Konferenzen und Workshops des Zentralarchivs kennen 75 Prozent der Befragten, aber nur 23 Prozent haben sie auch bereits persönlich genutzt. Mit einer Quote von 72 Prozent, 70 Prozent bzw. 68 Prozent erreichen die Methodenberatung, die Herbstseminare und die Frühjahrsseminare des Zentralarchivs alle recht ähnliche Bekanntheitswerte. Die Nutzerquote dieser drei Angebote liegt allerdings beim Frühjahrsseminar mit 24 Prozent am höchsten und beim Herbstseminar mit 12 Prozent am niedrigsten. Die entsprechende Quote für die Methodenberatung liegt mit 17 Prozent zwi-

schen den beiden anderen Lehrangeboten. Mit einem Bekanntheitsgrad von 58 Prozent ist auch die Spezialbibliothek „Empirische Sozialforschung“ dem überwiegenden Teil der befragten Sozialwissenschaftler bekannt. Obwohl die Spezialbibliothek somit weniger bekannt ist als alle zuvor genannten Produkte und Dienstleistungen, erreicht sie mit 27 Prozent Rang vier bei der Nutzerquote. Knapp unter 50 Prozent der Befragten ist bekannt, dass das Zentralarchiv in Deutschland das International Consortium for Political and Social Research (ICPSR) repräsentiert, wobei 11 Prozent das Zentralarchiv auch bereits in dieser Funktion konsultiert haben. Die Zeitschrift „Historical Social Research“ erreicht schließlich einen Bekanntheitsgrad von 45 Prozent. Genutzt wird diese Zeitschrift von 10 Prozent der befragten Sozialwissenschaftler.

Ich lese Ihnen nun einige Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen oder ob Sie es persönlich bereits genutzt haben.
(nur wenn ZA bekannt und genutzt)



(N= 242)

Abb. 3: Die Bekanntheit und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im Einzelnen

Auf die ebenfalls gestellte Frage, ob sie sich ausreichend über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs informiert fühlen, antworteten 72 Prozent der Sozialwissenschaftler aus dem Mittelbau der Universitäten mit „ja“, während immerhin etwas mehr als ein Viertel diese Frage verneinte.

Fühlen Sie sich über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs ausreichend informiert?
(nur wenn ZA bekannt und genutzt)

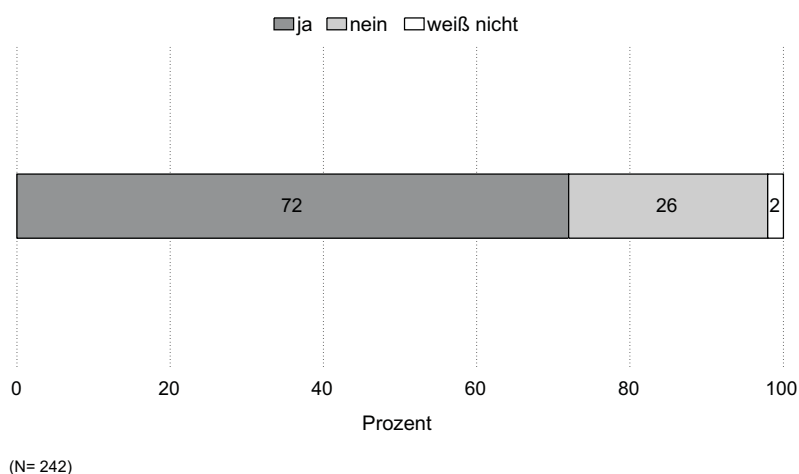


Abb. 4: Die Zufriedenheit mit der Information über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs

6.3 Die Nutzung des ZA-Datenservice

Der Datenservice ist die Kerndienstleistung des Zentralarchivs. Aus diesem Grund bildet die Wahrnehmung, Nutzung und Bewertung dieser Dienstleistung einen Schwerpunkt der GESIS-Potentialanalyse. Im Rahmen der Untersuchung wurden Fragen zur Weitergabe von Datensätzen an das Zentralarchiv, zur Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs sowie zum Bezug von Daten über das Zentralarchiv gestellt.

6.3.1 Die Weitergabe von Datensätzen an das Zentralarchiv

Ein Datenarchiv kann seinen Aufgaben nur in dem Maße gerecht werden, wie auf Seiten der Wissenschaftler auch die Bereitschaft besteht, die im Rahmen von Forschungsprojekten erhobenen Daten nach deren Abschluss für die Archivierung zur Verfügung zu stellen. Zu beachten ist hierbei allerdings, dass ein Großteil der Befragten des Mittelbaus wahrscheinlich noch kein eigenes Projekt abgeschlossen hat. Auf die Frage, ob die befragte Sozialwissenschaftlerin oder der befragte Sozialwissenschaftler schon einmal einen Datensatz zur Archivierung an das Zentralarchiv weitergegeben habe, antworteten lediglich 28 Prozent mit „ja“. 69 Prozent der Befragten verneinten dies.

Haben Sie schon einmal einen Datensatz zur Archivierung an das Zentralarchiv weitergegeben?
(nur wenn ZA bekannt und genutzt)

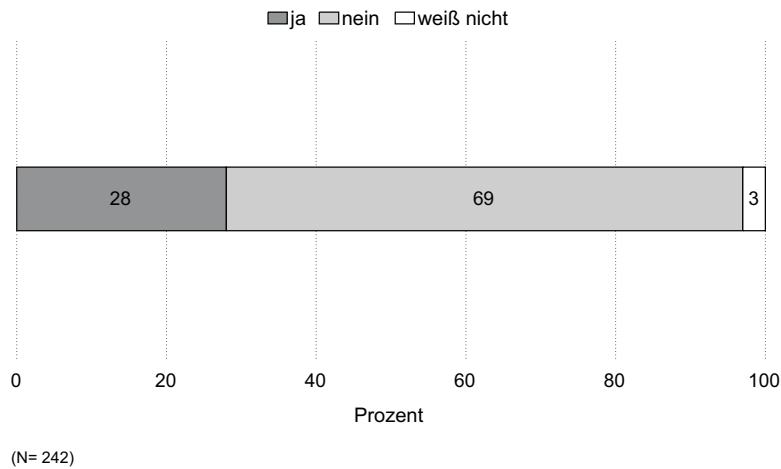


Abb. 5: Weitergabe eines Datensatzes an das Zentralarchiv

6.3.2 Die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs

Insgesamt 88 Prozent der Sozialwissenschaftler, die das Zentralarchiv kennen und bereits genutzt haben, geben an, dass sie selbst oder ein Kollege schon einmal nach Datensätzen im Zentralarchiv gesucht haben. Bei der Suche nach geeigneten Datensätzen dominiert mit über 66 Prozent das Internetangebot des Zentralarchivs mit weitem Abstand vor allen anderen Nennungen. Für 17 Prozent der Befragten führten Vermittler oder Kollegen die Datenrecherche beim Zentralarchiv durch, 14 Prozent setzten sich telefonisch mit dem Zentralarchiv in Verbindung und 11 Prozent erschienen für die Datenrecherche sogar persönlich beim Zentralarchiv. Auf schriftlichem Wege, also entweder über einen Brief, ein Fax oder eine E-Mail, informierten sich schließlich 9 Prozent über das Datenangebot des Zentralarchivs.

Haben Sie oder ein Kollege von Ihnen schon einmal nach Datensätzen im Zentralarchiv gesucht?
Und wie haben Sie diese Suche durchgeführt? (nur wenn ZA bekannt und genutzt)

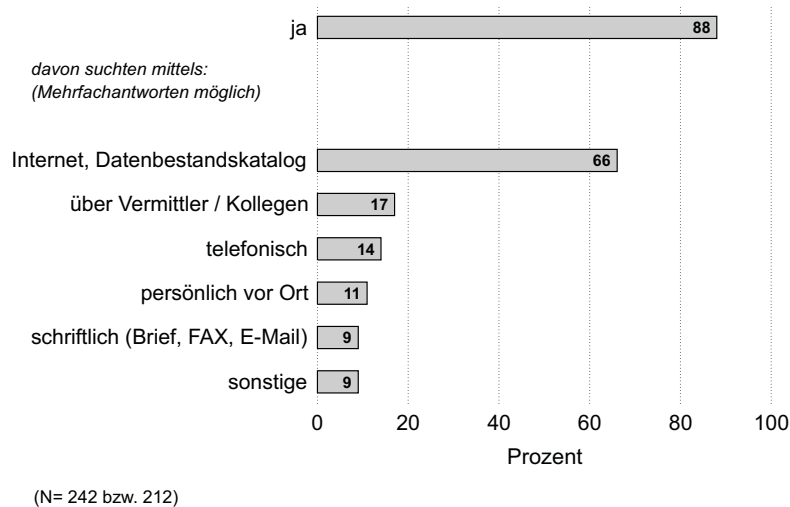


Abb. 6: Die Art der Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs

Unabhängig von der jeweils gewählten Form waren die befragten Sozialwissenschaftler mit der Qualität der Recherchemöglichkeiten im Durchschnitt jeweils in hohem Maße zufrieden. Mit einem Wert von 4,7 auf der fünfstufigen Antwortskala schneidet die persönliche Recherche vor Ort am besten ab. Die telefonische Beratung sowie die Zufriedenheit mit den schriftlichen Auskünften bzw. der schriftlichen Beratung liegen mit einem Durchschnittswert von 4,6 bzw. 4,5 allerdings nur sehr knapp darunter. Deutlich weniger zufrieden sind die Befragten mit der Benutzungsfreundlichkeit des Datenbestandskatalogs im Internet, also derjenigen Recherchemöglichkeit, die von den Befragten am häufigsten genutzt wird. Mit einem Durchschnittswert von 3,9 liegt die Zufriedenheit aber auch in diesem Fall deutlich im oberen Bereich der Bewertungsskala.

Wie zufrieden waren Sie

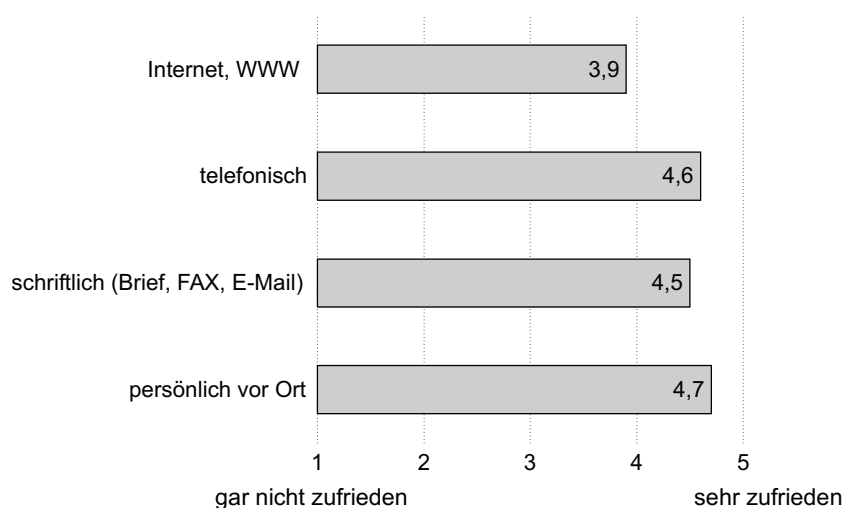
... mit der Benutzungsfreundlichkeit des Datenbestandskatalogs im Internet?

... mit den Auskünften bzw. der Beratung, die Ihnen auf Ihre telefonische Anfrage hin erteilt wurden?

... mit den Auskünften bzw. der Beratung, die Ihnen auf Ihre schriftliche Anfrage hin erteilt wurden?

... mit den Auskünften bzw. der Beratung, die Ihnen auf Ihre persönliche Anfrage hin erteilt wurden?

(nur wenn ZA bekannt, genutzt und bereits einmal unter Zuhilfenahme der betreffenden Recherchemöglichkeit in den Datenbeständen des Zentralarchivs nach Datensätzen gesucht wurde)

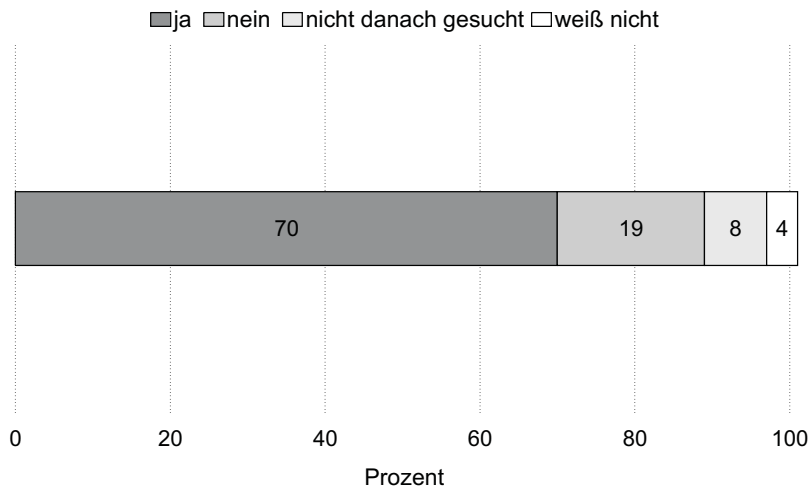


(N= 126, 29, 18, 23)

Abb. 7: Die Zufriedenheit mit den verschiedenen Recherchemöglichkeiten

Unabhängig von der Zufriedenheit mit den vom Zentralarchiv angebotenen Recherchemöglichkeiten stellt sich natürlich auch die Frage, ob die Sozialwissenschaftler letztlich für ihre Forschungsinteressen geeignete Datensätze gefunden haben. Dies wird von 70 Prozent der Befragten bejaht und von 19 Prozent verneint. Weitere 8 Prozent gaben an, im Zentralarchiv bisher nicht nach geeigneten Datensätzen gesucht zu haben.

Haben Sie für Ihr Forschungsthema beim ZA geeignete Datensätze vorgefunden?
(nur wenn ZA bekannt, genutzt und bereits einmal nach Datensätzen gesucht wurde)



(N=212)

Abb. 8: Die Eignung der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze für die eigene Forschung

Neben der prinzipiellen Eignung der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze für das eigene Forschungsthema ist auch die Aktualität ein wichtiges Beurteilungskriterium. Hierbei geht es im Kern um die Frage, ob das Zentralarchiv neue Datensätze der Forschung hinreichend schnell zugänglich macht. 22 Prozent der Befragten geben dabei an, diese Frage nicht beantworten zu können. Mit 34 Prozent wählte die Mehrheit der befragten Sozialwissenschaftler auf der fünfstufigen Zufriedenheitsskala, die von „gar nicht zufrieden“ (1) bis „sehr zufrieden“ (5) reicht, den Wert 4. Es folgen 26 Prozent, die den Skalenmittelpunkt 3 wählten, und 14 Prozent, die den Maximalwert 5 angaben. Der Wert 2 wurde schließlich von 5 Prozent der Befragten gewählt. Insgesamt herrscht, was die Aktualität der vom Zentralarchiv angebotenen Datensätze betrifft, also eher eine hohe Zufriedenheit vor.

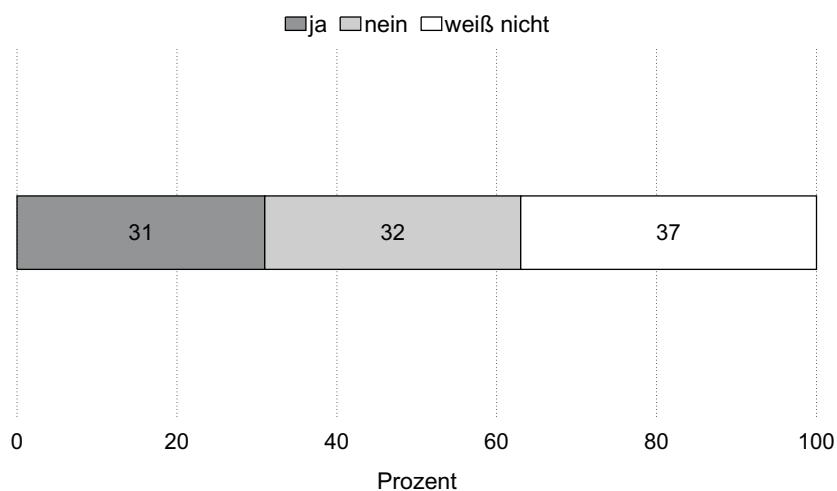
Wie zufrieden sind Sie mit der Aktualität der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze?
(nur wenn ZA bekannt, genutzt und bereits einmal nach Datensätzen gesucht wurde)



Abb. 9: Die Zufriedenheit mit der Aktualität der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze

Die Frage, ob sie eine Möglichkeit sehen, wie den Nutzern die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs erleichtert werden könne, lässt sich von 37 Prozent der Sozialwissenschaftler nicht beantworten. Unter denjenigen, die diese Frage beantwortet haben, halten sich diejenigen, die Verbesserungen für möglich halten, und diejenigen, die dies nicht für möglich halten, nahezu die Waage. Mit 32 zu 31 Prozent ist die Gruppe, die keine Verbesserungsmöglichkeiten sieht, leicht in der Überzahl. Bei denjenigen, die eine Verbesserungsmöglichkeit sehen, beziehen sich 24 Prozent der Antworten auf eine bessere Suchhilfe einschließlich einfacherer Suchoptionen oder der Möglichkeit einer Volltextrecherche. 23 Prozent der Nennungen beziehen sich auf eine benutzerfreundlichere Gestaltung der Recherchemöglichkeiten bzw. auf eine besser strukturierte Benutzeroberfläche. Einen besseren Zugang zu den Datenbeständen des Zentralarchivs über das Internet inklusive erweiterter (kostenloser) Download-Möglichkeiten sowie eine Ausdehnung der Recherchemöglichkeiten wird in 15 Prozent der Nennungen gefordert. Darüber hinaus wird in 8 Prozent der Nennungen eine aktivere Informationspolitik (Werbung) bezüglich der Produkte, Dienstleistungen und Datensätze des Zentralarchivs befürwortet. Zu den sonstigen Nennungen, die insgesamt einen Anteil von 21 Prozent erreichen, gehört etwa der Wunsch, dass einfache Häufigkeitsverteilungen bereits bei der Recherche einsehbar sein sollten.

Könnte das Zentralarchiv Ihrer Meinung nach etwas tun, um Nutzern die Recherche in seinen Datenbeständen zu erleichtern?
(nur wenn ZA bekannt und genutzt)



(N=242)

Wenn ja: Und was könnte das Zentralarchiv tun, um Nutzern die Recherche in seinen Datenbeständen zu erleichtern?
(offene Frage)

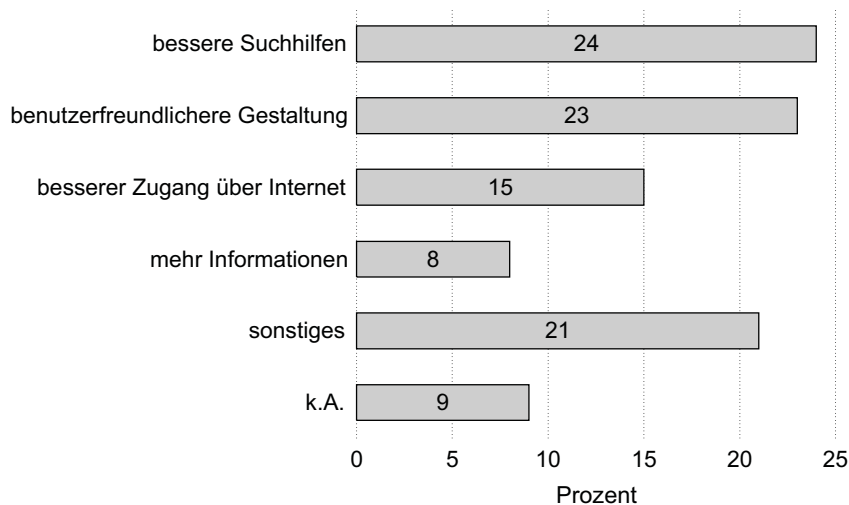


Abb. 10: Möglichkeiten, die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs zu erleichtern

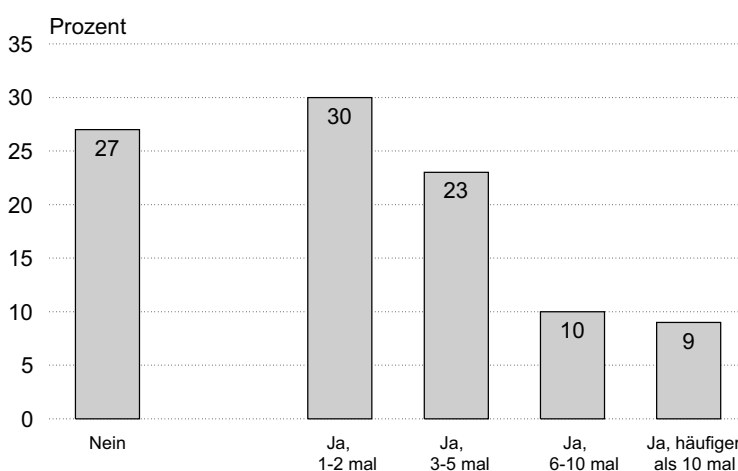
6.4 Der Bezug von Datensätzen über das Zentralarchiv

Wie häufig werden nun aber Daten aus dem Zentralarchiv von den befragten Sozialwissenschaftlern nachgefragt. Dass sie bisher keinen Datensatz aus dem Zentralarchiv bezogen haben, geben 27 Prozent der Befragten an. Als Grund hierfür nennen jeweils 22 Prozent, dass sie bislang noch keinen Bedarf an Sekundäranalysen hatten bzw. dass sie im Zentralarchiv keinen passenden Datensatz gefunden haben. 9 Prozent geben an, nicht empirisch zu arbeiten.

ten. Weitere 3 Prozent antworteten, dass sie die benötigten Daten von einem Kollegen bezogen haben und daher nicht auf das Zentralarchiv angewiesen waren. Kein einziger Befragter führt an, mit der vom Zentralarchiv angebotenen Suchhilfe nicht zurechtgekommen zu sein und deshalb keinen Datensatz bezogen zu haben.

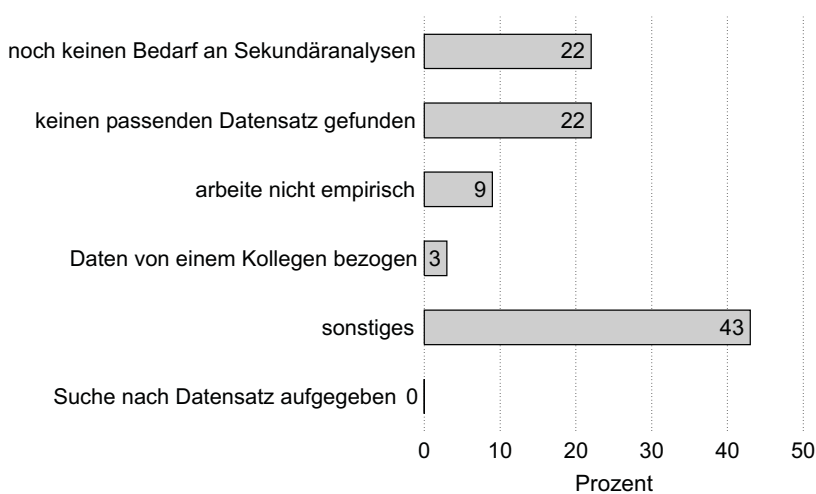
Zusammengenommen etwa 73 Prozent der befragten Sozialwissenschaftler aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben bereits Datensätze über das Zentralarchiv bezogen, wobei dies bei 30 Prozent 1 bis 2 mal erfolgte, bei 23 Prozent war es 3 bis 5 mal und bei 10 Prozent 6 bis 10 mal. Weitere 9 Prozent der Befragten geben an, schon häufiger als 10 mal Daten über das Zentralarchiv erhalten zu haben.

Haben Sie schon ein oder mehrere Male Datensätze vom ZA bezogen?
*Wenn ja: Wie oft etwa haben Sie Datensätze vom Zentralarchiv bezogen?
 (nur wenn ZA bekannt und schon einmal genutzt wurde)*



(N= 238)

*Wenn nein: Aus welchen Gründen haben Sie bisher keine Datensätze vom Zentralarchiv bezogen?
 (offene Frage)*



(N= 65)

Abb. 11: Häufigkeit des Bezugs von Datensätzen über das Zentralarchiv sowie Gründe der Nicht-Inanspruchnahme des ZA-Datenservice

Der letzte Datenbezug über das Zentralarchiv liegt mit insgesamt 61 Prozent bei der überwiegenden Mehrheit der befragten Sozialwissenschaftler nicht länger als 2 Jahre zurück. Mit 41 Prozent nutzten etwa zwei Drittel davon den Datenservice zuletzt 2003, also noch in demselben Jahr, in dem die GESIS-Mittelbaubefragung durchgeführt wurde. 20 Prozent nahmen den Datenservice zum letzten Mal 2002 in Anspruch. Bei jeweils 8 bzw. 9 Prozent der Befragten fällt die letzte Inanspruchnahme des ZA-Datenservice in die Jahre 1999, 2000 bzw. 2001. Für weitere 15 Prozent der befragten Sozialwissenschaftler erfolgte der letzte Datenbezug vom Zentralarchiv schließlich im Jahre 1998 oder früher und liegt damit zum Zeitpunkt der Befragung mindestens annähernd 5 Jahre oder länger zurück.

In welchem Jahr haben Sie das letzte Mal einen Datensatz vom Zentralarchiv bezogen?
(nur wenn ZA bekannt, genutzt und bereits einmal ein Datensatz bezogen wurde)

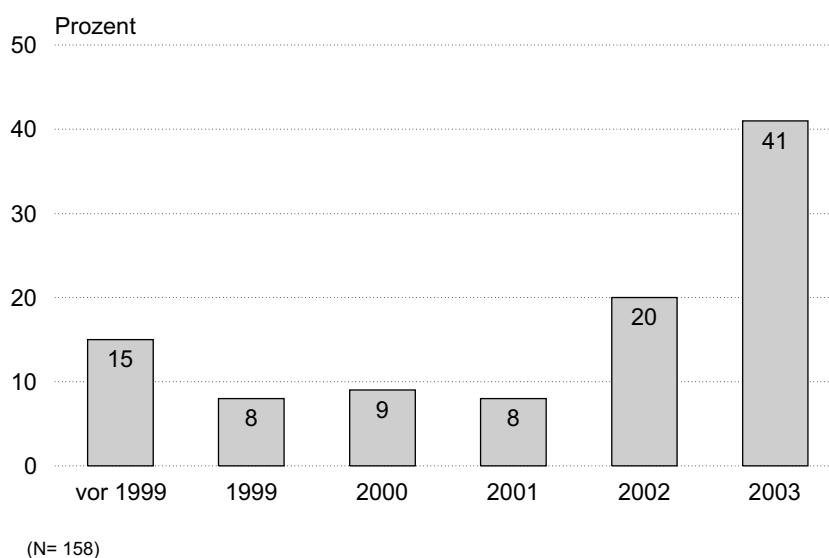
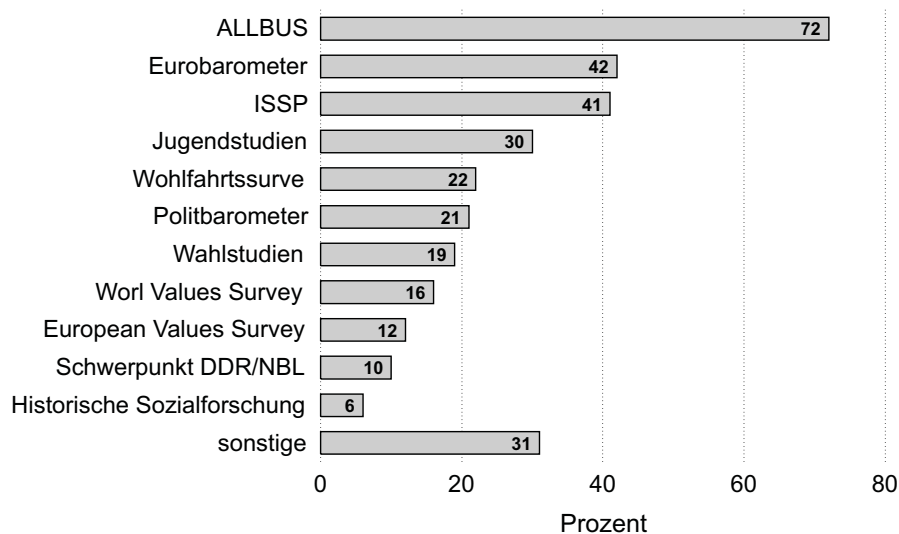


Abb. 12: Jahr des letzten Datenbezugs über das Zentralarchiv

Neben der letzten Inanspruchnahme des ZA-Datenservice ist darüber hinaus von großem Interesse, wo die Nutzungsschwerpunkte bei den vom Zentralarchiv bezogenen Datensätzen liegen. Mit 72 Prozent der Nennungen ist der ALLBUS derjenige Datensatz, der mit weitem Abstand am häufigsten nachgefragt wird. Die Eurobarometer und der ISSP erreichen immerhin noch eine Nutzungsquote von 42 bzw. 41 Prozent. Mit einem Abstand von 10 Prozentpunkten folgen die Jugendstudien bei der Nutzungsquote auf Rang 4 (30 Prozent). Es folgen wiederum in relativ großem Abstand der Wohlfahrtssurvey mit 22 Prozent, die Politbarometer mit 21 Prozent, die Wahlstudien mit 19 Prozent, der World Values Survey mit 16 Prozent, der European Values Survey mit 12 Prozent sowie Daten aus dem Schwerpunkt DDR/Neue Bundesländer mit 10 Prozent. Datensätze der Historischen Sozialforschung erreichen schließlich eine Nutzungsquote von 6 Prozent.

Um welche Datensätze hat es sich dabei gehandelt?
 (nur wenn ZA bekannt, genutzt und bereits einmal ein Datensatz bezogen wurde)
 Mehrfachnennungen möglich



(N= 173)

Abb. 13: Die über das Zentralarchiv bezogenen Datensätze

Das Zentralarchiv bietet den Nutzern verschiedene Möglichkeiten, Datensätze zu beziehen. Hierzu gehört neben dem traditionellen Versand von Disketten oder CD-ROMs auch das Herunterladen von Daten aus dem Internet. Diejenigen Befragten, die bereits einmal einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen haben und von der jeweils betreffenden Möglichkeit Gebrauch gemacht haben, wurden ebenfalls danach gefragt, wie zufrieden sie mit der Geschwindigkeit waren, mit der Ihnen die Daten geliefert wurden. Die durchschnittliche Zufriedenheit auf der fünfstufigen Antwortskala, die von 1 (gar nicht zufrieden) bis 5 (sehr zufrieden) reicht, liegt mit Werten von 4,4 für die Lieferungszeit einer Diskette oder CD-ROM bzw. 4,5 für das Bereitstellen eines Datensatzes zum Herunterladen aus dem Internet jeweils sehr hoch. Beim ALLBUS wird darüber hinaus die Möglichkeit geboten, sich die Datensätze unter Angabe der eigenen Adresse sofort aus dem Internet herunter zu laden, so dass die benötigten Daten sofort zur Verfügung stehen. Auch in diesem Falle ist die Zufriedenheit unter den Befragten, die von dieser Dienstleistung Gebrauch gemacht haben, sehr hoch. Die durchschnittliche Zufriedenheit mit dem direkten Downloaden des ALLBUS erreicht einen Wert von 4,5.

Wenn Sie Datensätze

... auf Diskette oder CD-ROM bestellt haben:

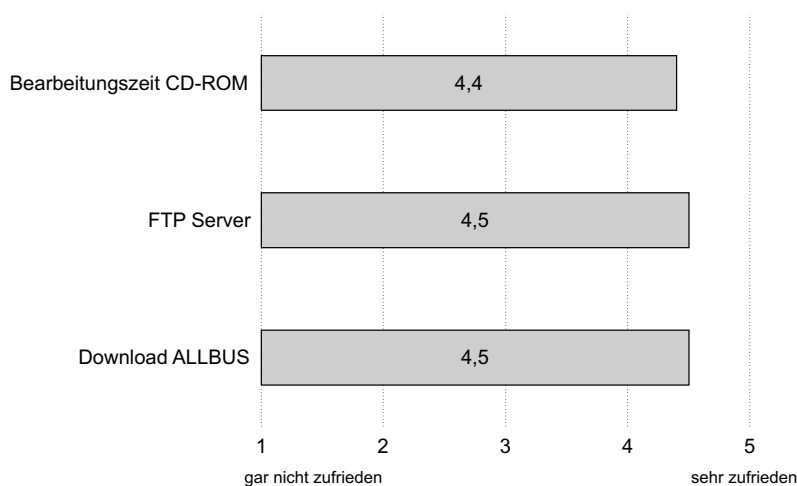
... zum Herunterladen aus dem Internet (nur Downloads vom FTP-Server) bestellt haben:

Wie zufrieden waren Sie mit der Bearbeitungszeit bis Ihnen die Datensätze geliefert wurden?

Beim ALLBUS besteht die Möglichkeit, sich die Datensätze unter Angabe der eigenen Adresse sofort aus dem Internet herunter zu laden. Wenn Sie schon von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht haben:

Wie zufrieden waren Sie damit?

(nur wenn ZA bekannt, genutzt und bereits einmal ein Datensatz über die jeweilige Bezugsmöglichkeit genutzt wurde)



(N= 144, 62, 38)

Abb. 14: Die Zufriedenheit mit der Lieferung der Daten

Während das direkte Herunterladen des ALLBUS aus dem Internet ohne nennenswerte zeitliche Verzögerung möglich ist, erfordert das Bereitstellen von Datensätzen zum Downloaden vom FTP-Server und die postalische Lieferung einer Diskette oder CD-ROM eine gewisse Lieferzeit. Um die Erwartungen der Sozialwissenschaftler hinsichtlich der Schnelligkeit der Lieferung eines Datensatzes zu ermitteln, wurde für das Downloaden vom FTP-Server und die postalische Lieferung außerdem danach gefragt, in wievielen Stunden bzw. in wievielen Tagen nach der Bestellung das Zentralarchiv ihrer Meinung nach den gewünschten Datensatz liefern sollte.

Beim Downloaden vom FTP-Server vertreten 10 Prozent der Befragten die Auffassung, dies solle so schnell wie möglich erfolgen, wobei die Angabe nicht näher konkretisiert wurde. 12 Prozent geben dem Zentralarchiv eine Stunde für die Lieferung, 14 Prozent 2 bis 3 Stunden, 16 Prozent 4 bis 12 Stunden und weitere 37 Prozent räumen dem Zentralarchiv 13 bis 24 Stunden ein. Lässt man diejenigen, die die Daten so schnell wie möglich geliefert haben möchten, einmal außer Acht, so erwarten insgesamt 79 Prozent der Befragten eine Lieferung innerhalb eines Tages. Dass die gewünschte Lieferung innerhalb von 25 bis 48 Stunden und damit am zweiten Tag nach der Bestellung eintrifft, erwarten weitere 7 Prozent. Mit einer Lieferzeit von mehr als 2 Tagen geben sich schließlich noch 4 Prozent der befragten Sozialwissenschaftler zufrieden.

Und was erwarten Sie, wenn Sie einen Datensatz beim Zentralarchiv zum Herunterladen aus dem Internet (nur Downloaden vom FTP-Server) bestellen?

In wie vielen Stunden sollte dieser dann für Sie zum Herunterladen bereitgestellt sein?

(nur wenn ZA bekannt und genutzt)

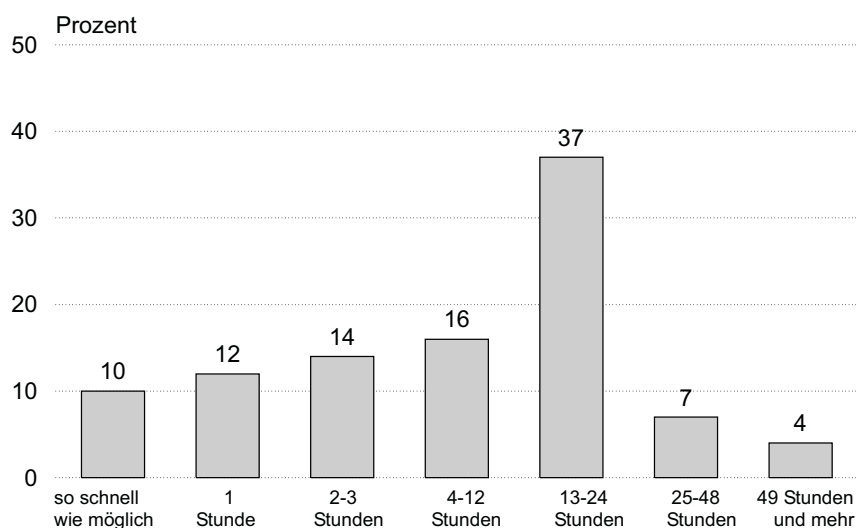
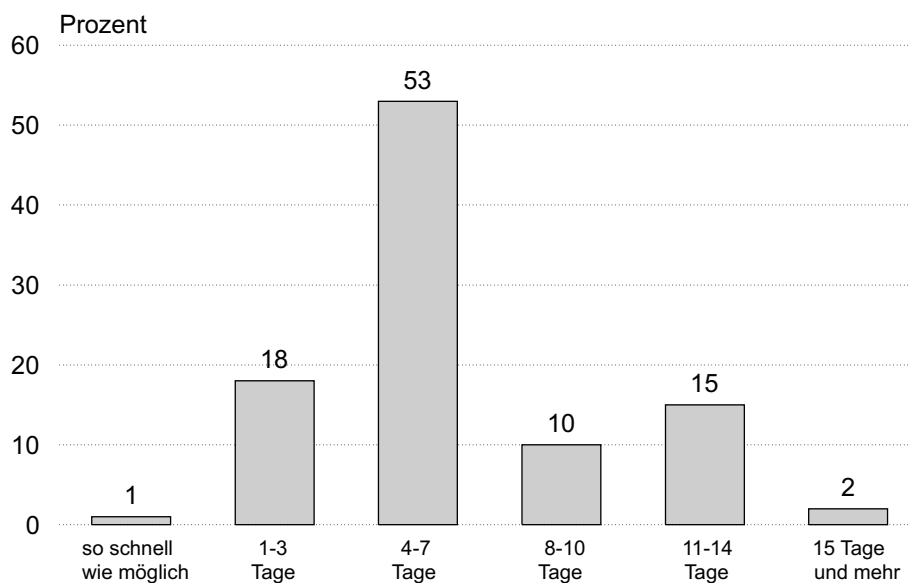


Abb. 15: Erwartete Schnelligkeit der Lieferung von Datensätzen beim Downloaden vom FTP-Server

Naturgemäß dauert die postalische Lieferung von Datensätzen auf Disketten oder CD-ROMs länger als deren Bereitstellung zum Herunterladen vom FTP-Server. Aus diesem Grunde wurde die Frage nach der Schnelligkeit bei der postalischen Lieferung nicht in Stunden, sondern in Tagen erhoben. Ohne dies weiter zu konkretisieren, wünscht in diesem Falle 1 Prozent der befragten Sozialwissenschaftler, dass die Lieferung des Datensatzes so schnell wie möglich erfolgt. 18 Prozent geben dem Zentralarchiv 1 bis 3 Tage, 53 Prozent 4 bis 7 Tage. Mit insgesamt 71 Prozent erwartet somit eine deutliche Mehrheit der Befragten, dass das Zentralarchiv eine maximale Lieferzeit von einer Woche nicht überschreitet. Weitere 25 Prozent begnügen sich mit einer Lieferzeit von 8 bis 14 Tagen, wobei 10 Prozent 8 bis 10 Tage und 15 Prozent 11 bis 14 Tage als zeitlichen Rahmen veranschlagen. Ganzen 2 Prozent der Befragten reicht schließlich eine Lieferzeit von mehr als 14 Tagen völlig aus.

Und was erwarten Sie, wenn Sie einen Datensatz beim Zentralarchiv auf Diskette oder CD-ROM bestellen?
In wie vielen Tagen sollte dieser dann geliefert werden?
(nur wenn ZA bekannt und genutzt)

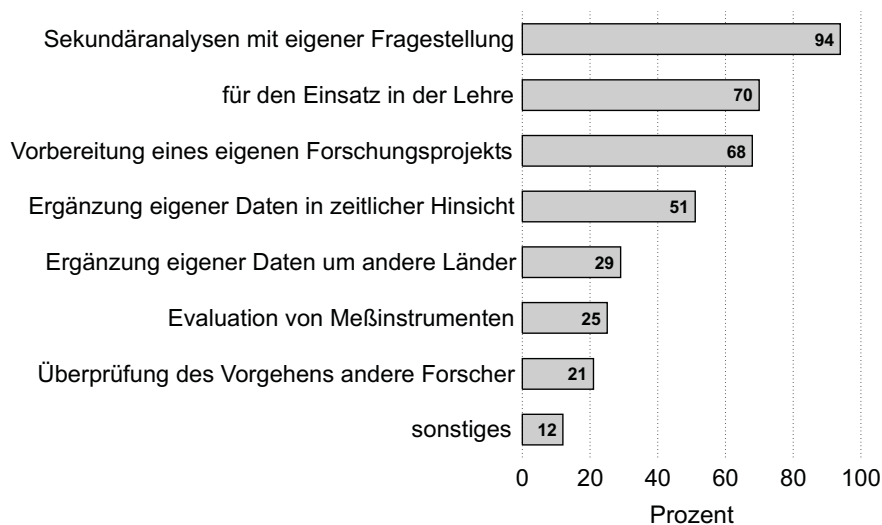


(N= 173)

Abb. 16: Erwartete Schnelligkeit bei der postalischen Lieferung von Datensätzen

Für welche Zwecke wurden die über das Zentralarchiv bezogenen Daten nun aber letztlich genutzt? Auch dieser Frage wurde im Rahmen der GESIS-Mittelbaubefragung nachgegangen. Es zeigt sich, dass 94 Prozent der befragten Sozialwissenschaftler die bezogenen Daten für Sekundäranalysen mit eigener Fragestellung verwendet. Auf den Rängen 2 und 3 folgen mit 70 bzw. 68 Prozent Nennungen der Einsatz in der Lehre sowie die Vorbereitung eines eigenen Forschungsprojektes. Mit 51 Prozent nutzen immerhin noch etwas mehr als die Hälfte der Befragten die über das Zentralarchiv bezogenen Datensätze als eine Ergänzung eigener Daten in zeitlicher Hinsicht. 29 Prozent verwenden die bezogenen Daten zur Ergänzung eigener Daten hinsichtlich eines interkulturellen Vergleichs, 25 Prozent nutzen sie zur Evaluation von Messinstrumenten und 21 Prozent überprüfen damit schließlich das Vorgehen anderer Forscher.

Und für welchen der folgenden Zwecke haben Sie die Datensätze verwendet?
(nur wenn ZA bekannt, genutzt und bereits einmal ein Datensatz bezogen wurde)



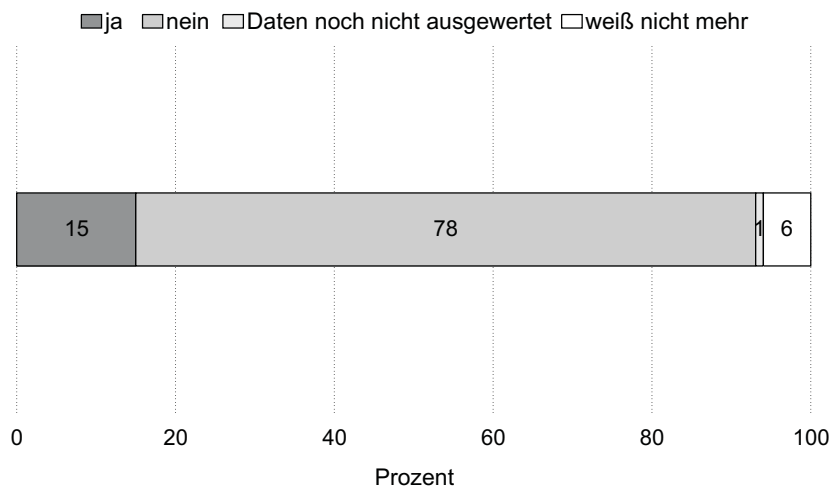
(N= 171)

Abb. 17: Nutzungszweck der vom Zentralarchiv gelieferten Daten

Eine Minimalanforderung, die man an die über das Zentralarchiv vertriebenen Datensätze stellen kann, ist, dass diese von den Nutzern problemlos ausgewertet werden können. Aus diesem Grunde wurden die Sozialwissenschaftler ebenfalls danach befragt, ob die Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Daten mit Problemen verbunden war. 78 Prozent der Befragten verneinen diese Frage. Bei 15 Prozent der Befragten traten bei der Auswertung hingegen Probleme auf. Weitere 6 Prozent konnten sich nicht mehr daran erinnern, ob Probleme aufgetreten sind, und 1,2 Prozent geben schließlich an, die bezogenen Daten bislang noch nicht ausgewertet zu haben.

Wenn Probleme bei der Auswertung der vom Zentralarchiv bereitgestellten Daten aufgetreten sind, wurde außerdem im Rahmen einer offenen Frage gebeten, diese Probleme zu beschreiben. Die häufigsten Antworten beziehen sich dabei auf eine unzureichende Dokumentation der Datensätze sowie auf Widersprüche oder Inkonsistenzen in den Daten.

Gab es Probleme bei der Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Datensätze?
(nur wenn ZA bekannt, genutzt und bereits einmal ein Datensatz bezogen wurde)



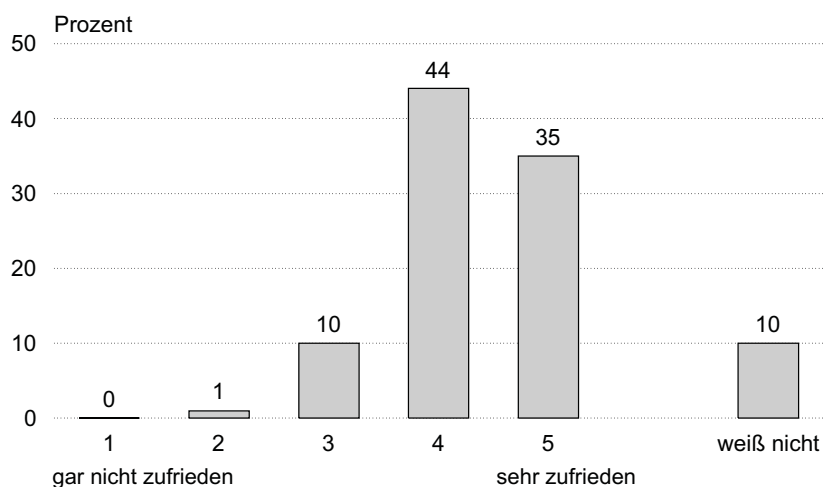
(N= 173)

Abb. 18: Probleme bei der Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Daten

6.5 Die Bewertung des Zentralarchivs

Um eine bilanzierende Gesamtbeurteilung für das Zentralarchiv zu erhalten, wurden die Sozialwissenschaftler aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, die das Zentralarchiv kennen und bereits genutzt haben, ebenfalls danach gefragt, wie zufrieden sie mit den Leistungen des Zentralarchivs insgesamt sind. Hierzu wurde wiederum eine fünfstufige Antwortskala vorgegeben, die von gar nicht zufrieden (1) bis sehr zufrieden (5) reichte. Mit 44 Prozent wählen die meisten Befragten den zweitbesten Zufriedenheitswert. 35 Prozent wählen den höchstmöglichen Wert, sind also mit den Dienstleistungen des Zentralarchivs alles in allem sehr zufrieden. Weitere 10 Prozent entschieden sich für den Wert 3, was dem Mittelpunkt der vorgegebenen Antwortskala entspricht. Eher nicht zufrieden mit den Leistungen des Zentralarchivs ist lediglich ein Prozent der befragten Sozialwissenschaftler. Völlige Unzufriedenheit liegt bei keinem vor. 10 Prozent der Befragten können schließlich kein fundiertes Urteil über die Dienstleistungen des Zentralarchivs abgeben.

Denken Sie bitte einmal an Ihre Kontakte mit dem Zentralarchiv.
Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den Leistungen des Zentralarchivs?
(nur wenn ZA bekannt und genutzt)



(N= 242)

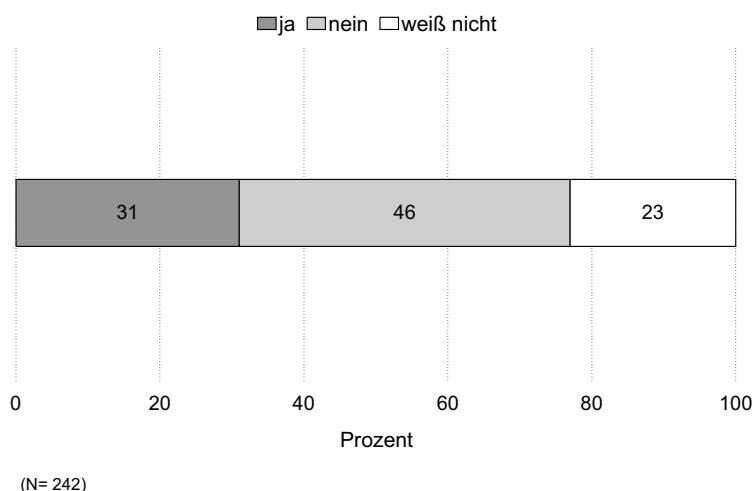
Abb. 19: Die Zufriedenheit mit den Leistungen des Zentralarchivs insgesamt

6.6 Zukunftsaufgaben des Zentralarchivs

Die an der GESIS-Mittelbaubefragung teilnehmenden Sozialwissenschaftler wurden des Weiteren danach gefragt, ob das Zentralarchiv seine Dienstleistungen verbessern könne. Mit 46 Prozent verneint nicht ganz die Hälfte der Befragten, die das Zentralarchiv kennen und nutzen, diese Frage. Weitere 23 Prozent haben sich hierzu keine Meinung gebildet. Die verbleibenden 31 Prozent geben schließlich an, dass es durchaus Dinge gebe, die das Zentralarchiv besser machen könne.

Um mögliche Anregungen zur Verbesserung des Leistungsangebots des Zentralarchivs zu bekommen, wurde auch hierzu eine entsprechende Frage in die Erhebung einbezogen. Mit 43 Prozent wünscht der überwiegende Teil der Befragten, dass sie selbst bzw. auch die Studierenden etwa über Newsletter oder E-Mail besser über die Angebote und Neuheiten des Zentralarchivs informiert werden. 20 Prozent sprechen sich für eine Verbesserung des Internetportals oder eine Vereinfachung der Internetrecherchemöglichkeiten aus. Die Kategorie „sonstiges“, die 33 Prozent der Nennungen einschließt, umfasst zumeist Einzelvorschläge. 4 Prozent der Befragten, die glauben, dass etwas verbessert werden könne, sind schließlich nicht in der Lage, dies weiter zu konkretisieren.

Denken Sie einmal an die verschiedenen Angebote des Zentralarchivs und die Wege, auf denen diese Leistungen angeboten werden. Gibt es da irgend etwas, was das Zentralarchiv besser machen sollte? (nur wenn ZA bekannt und genutzt)



Wenn ja: Können Sie uns das bitte kurz erläutern?
(offene Frage)

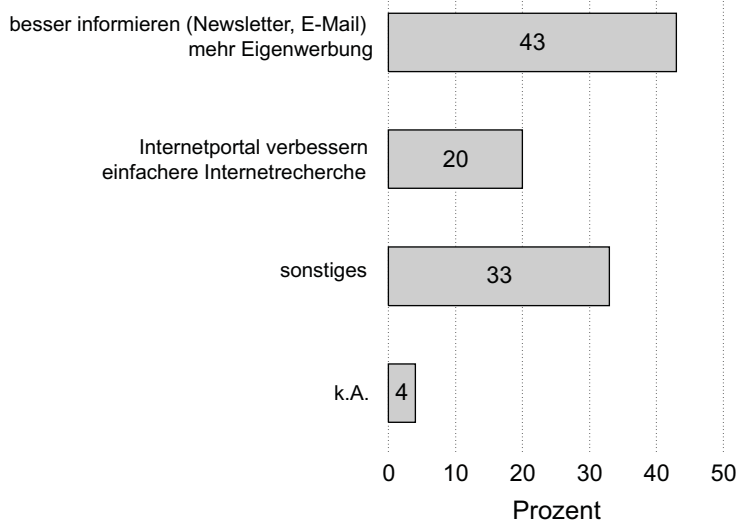


Abb. 20: Möglichkeiten der Verbesserung des Leistungsangebots des Zentralarchivs

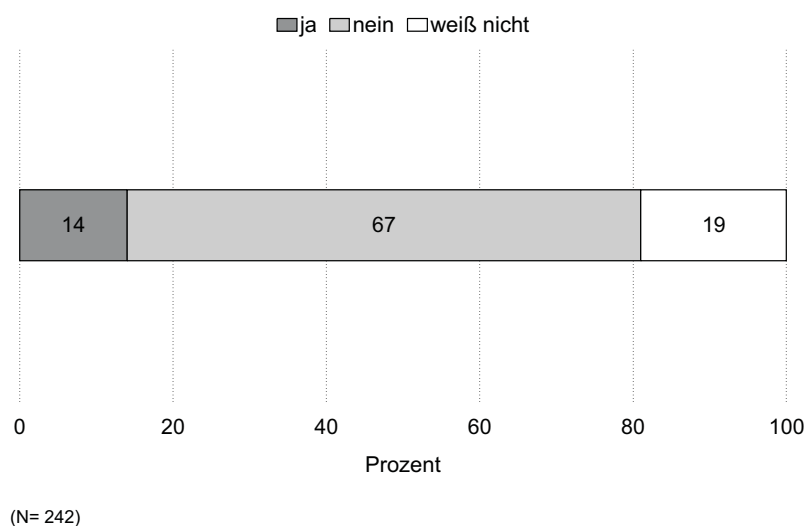
Im Folgenden sind zu Illustrationszwecken noch einige exemplarische Beispiele aus der Kategorie „sonstiges“ wiedergeben.

- dass vielleicht mehr Kurse angeboten werden, weil die sehr früh ausgebucht sind
- Direktzugriff auf Datensätze
- Datenbestand erweitern
- Primärforscher noch mehr drängen, Daten zu übergeben
- aktuellere Datensätze
- mehr historische Daten
- Daten unentgeltlich zur Verfügung stellen
- Dateien genauer dokumentieren

- Bestellformular ist lästig und zeitintensiv
- Angebot für Studienanfänger

Die Frage, ob es Leistungen gibt, die vom Zentralarchiv noch zusätzlich angeboten werden sollten, wird von zwei Drittel der befragten Sozialwissenschaftler verneint, 19 Prozent können hierauf keine Antwort geben. Die verbleibenden 14 Prozent geben an, dass es weitere Leistungen geben sollte. Auf Nachfrage wird von der letztgenannten Personengruppe vor allem der Wunsch nach mehr Methodenkursen und Workshops (24 Prozent) sowie nach mehr qualitativen Daten geäußert (15 Prozent). In der Kategorie „sonstiges“, die 61 Prozent der Nennungen einschließt, sind Vorschläge zusammengefasst, die zumeist jeweils nur einmal genannt wurden.

Und gibt es Leistungen, die vom ZA zusätzlich noch angeboten werden sollten?
(nur wenn ZA bekannt und genutzt)



Wenn ja: Und welche Leistungen sollten zusätzlich angeboten werden?
(offene Frage)

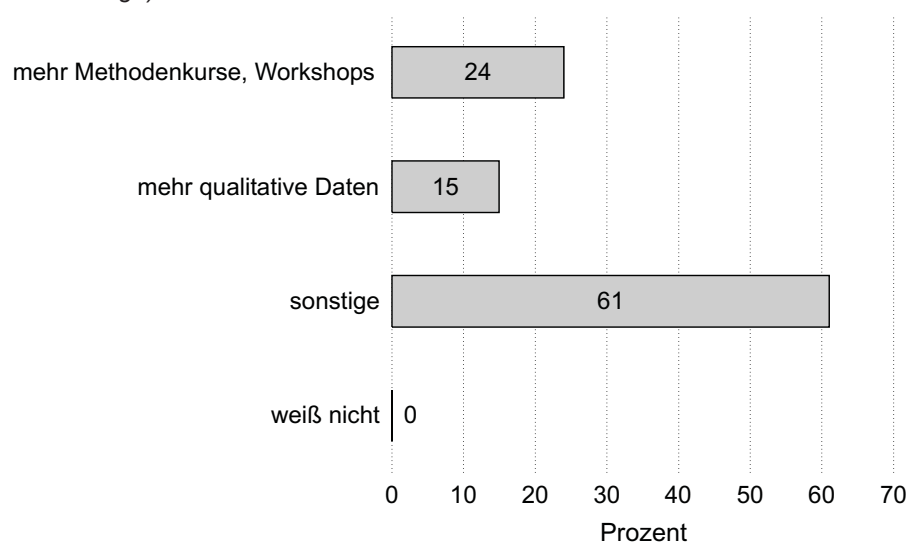


Abb. 21: Mögliche Ergänzungen des Spektrums der vom Zentralarchiv angebotenen Leistungen

Im Folgenden sind auch hier wieder abschließend zu Illustrationszwecken einige exemplarische Beispiele aus der Kategorie „sonstiges“ wiedergegeben.

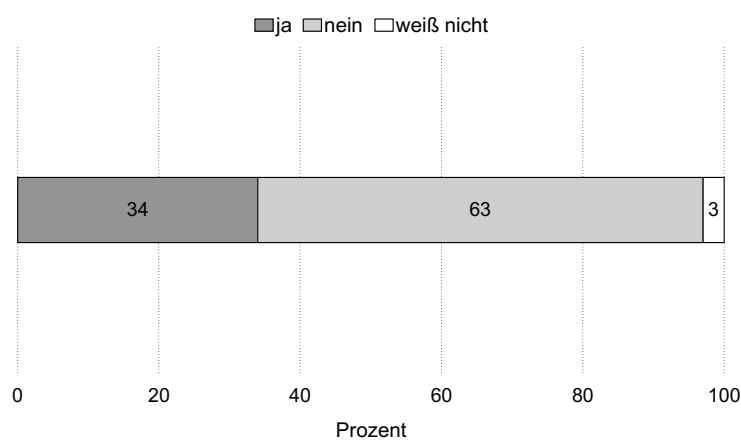
- intensivere Beratung für Studenten bei Nutzung der Daten
- Auflistung aller Datensätze des ZA
- kostenloses Downloaden
- verbesserter und direkter Zugang für Studenten
- mehr Daten und Fragebogen für die Lehre
- mehr Aggregatstatistiken, so aufbereitet, dass man sie direkt zuspielen kann
- Methodendokumentation ausbauen, Methodenkritik zugänglich machen
- zu bestimmten Themenfeldern Bündelungen vornehmen
- Literaturempfehlungen verbessern

6.7 Alternativen zum Zentralarchiv

Im Rahmen der GESIS-Mittelbaubefragung wurden die Sozialwissenschaftler ebenfalls danach befragt, ob sie andere Einrichtungen kennen, die vergleichbare Produkte oder Dienstleistungen anbieten wie das Zentralarchiv. 63 Prozent geben an, keine solche Einrichtung zu kennen. Weitere 4 Prozent können diese Frage nicht beantworten. Die verbleibenden 34 Prozent der Befragten kennen hingegen Einrichtungen, die vergleichbare Leistungen wie das Zentralarchiv erbringen. Bei den Einrichtungen, die diese Befragten anschließend im Rahmen einer offenen Frage nennen, rangiert ZUMA mit 25 Prozent der Nennungen mit weitem Abstand an erster Stelle. Mit jeweils 7 Prozent der Nennungen folgen das ICPSR in den USA sowie das Sozioökonomische Panel (SOEP) des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) in Berlin. Auf den anschließenden Rängen liegen mit 5 Prozent der Nennungen das Statistische Bundesamt bzw. die Statistischen Landesämter sowie mit jeweils 3 Prozent das Datenarchiv in Essex (England), das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg und der Schweizerische Informations- und Datenarchivdienst für die Sozialwissenschaften (SIDOS). 2 Prozent der Nennungen können jeweils das Deutsche Jugendinstitut (DJI) in München, das Wiener Institut für Sozialwissenschaftliche Dokumentation und Methodik (WISDOM) sowie das IZ in Bonn auf sich vereinigen. In der Kategorie „sonstige“, die 41 Prozent der Nennungen umfasst, sind Einrichtungen enthalten, die jeweils nur von einem Befragten genannt wurden. Häufig wurden in diesem Fall recht unspezifische Begriffe verwendet, wie etwa „Datenarchive in anderen Ländern“.

Kennen Sie andere Einrichtungen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen anbieten wie das Zentralarchiv?

(nur wenn ZA bekannt und genutzt)



(N= 242)

Wenn ja: Und um welche Institutionen handelt es sich dabei?

(offene Frage, Mehrfachnennungen möglich)

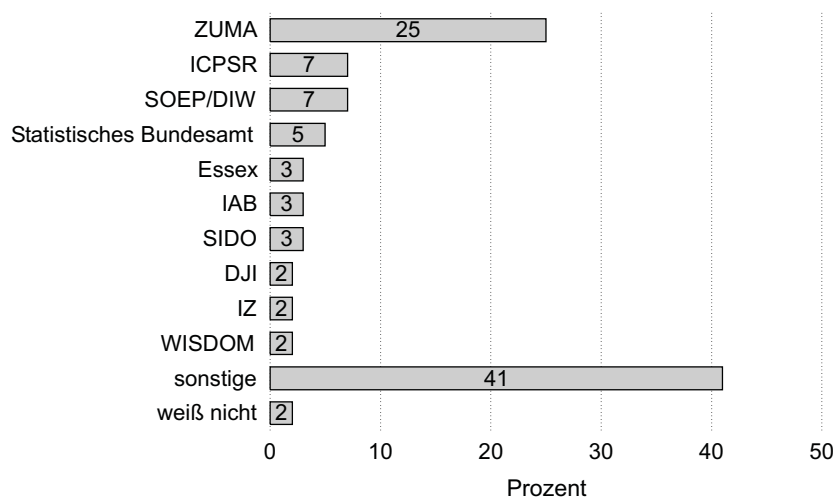


Abb. 22: Institutionen, die zum Zentralarchiv in Konkurrenz treten

6.8 Zusammenfassung

An dieser Stelle sollen die wichtigsten Befunde der GESIS-Mittelbaubefragung, sofern sie das ZA betreffen, noch einmal zusammengefasst werden. Der Bekanntheitsgrad des Zentralarchivs bei den Sozialwissenschaftlern im deutschsprachigen Raum liegt bei 81 Prozent. Nicht ganz die Hälfte (47 Prozent) der Personen, die das ZA kennen, haben seine Produkte oder Dienstleistungen bislang bereits in Anspruch genommen. Unter den Befragten, die das ZA nicht selbst nutzen, geben 59 Prozent an, eher qualitativ oder rein theoretisch ausgerichtet zu sein bzw. bislang eigene Daten ausgewertet zu haben. Alle nachfolgenden Zahlen beziehen sich nur noch auf Personen, die das ZA kennen und bereits genutzt haben.

Von den Produkten und Dienstleistungen, die das ZA anbietet, besitzt der Datenservice als Kerndienstleistung den höchsten Bekanntheitsgrad (98 Prozent). Es folgen mit einem Bekanntheitsgrad von jeweils über 50 Prozent die ZA-Informationen (86 Prozent), der Datenbestandskatalog bzw. Datenbestandsverzeichnis (86 Prozent), Konferenzen und Workshops (78 Prozent), Methodenberatung (72 Prozent), Herbstseminar (70 Prozent), Frühjahrsseminar (68 Prozent) sowie die Spezialbibliothek (58 Prozent). Die höchste Nutzerquote erreichen die ZA-Informationen. Ebenfalls eine Nutzerquote von über 50 Prozent erzielen der Datenservice (73 Prozent) und der Datenbestandskatalog bzw. das Datenbestandsverzeichnis. 72 Prozent der Befragten fühlen sich über die Produkte und Dienstleistungen des ZA ausreichend informiert.

Wenn insgesamt nur 29 Prozent der Befragten bislang einen Datensatz zur Archivierung an das ZA weitergegeben haben, so ist bei der Interpretation in Rechnung zu stellen, dass ein Großteil der Mitarbeiter im Mittelbau wahrscheinlich bislang noch kein eigenes Projekt abgeschlossen hat. Von den Nutzern des ZA haben 88 Prozent bereits eine Datenrecherche in den Beständen des ZA durchgeführt. Der weitaus größte Teil der Recherchen erfolgt dabei über das Internet (66 Prozent). Erheblich seltener werden die Recherchen von Kollegen vorgenommen (17 Prozent). Auf den weiteren Rängen folgen telefonische Recherchen (14 Prozent), persönliche Recherchen vor Ort (11 Prozent) sowie schriftliche Recherchen (9 Prozent). Alles in allem sind die Nutzer mit den Recherchemöglichkeiten sehr zufrieden, wobei der Durchschnittswert für die Internetrecherche jedoch nicht ganz so gut abschneidet. Bei der Recherche konnten 70 Prozent für ihr Forschungsthema geeignete Datensätze finden. Mit der Aktualität der Datensätze am Zentralarchiv sind 48 Prozent der Befragten überwiegend bzw. sogar sehr zufrieden. 31 Prozent der Nutzer sind der Meinung, das Zentralarchiv könne noch etwas tun, um die Recherchemöglichkeiten in seinen Datenbeständen zu erleichtern. Hierbei werden vor allem bessere Suchhilfen (24 Prozent), eine benutzerfreundlichere Gestaltung (23 Prozent) sowie ein besserer Zugang über das Internet angeführt.

Zusammengenommen 73 Prozent der Befragten haben bereits Datensätze über das Zentralarchiv bezogen, wobei der letzte Bezug bei der überwiegenden Mehrheit (61 Prozent) nicht länger als 2 Jahre zurückliegt. 27 Prozent der Befragten geben an, bislang keine Datensätze über das ZA bezogen zu haben. Als Gründe hierfür wird vor allem angeführt, dass bislang noch kein Bedarf an Sekundäranalysen bestanden habe (22 Prozent), dass kein passender Datensatz gefunden worden sei (22 Prozent) bzw. dass nicht empirisch gearbeitet werde (9 Prozent). Der bei den Befragten bei weitem am häufigsten nachgefragte Datensatz ist mit 72 Prozent der Nennungen der ALLBUS. Erst mit deutlichem Abstand folgen die Eurobarometer (42 Prozent), der ISSP (41 Prozent), die Jugendstudien (30 Prozent), der Wohlfahrtssurvey (22 Prozent), die Politbarometer (21 Prozent), Wahlstudien (19 Prozent), der World Values Survey (16 Prozent), der European Values Survey (12 Prozent) sowie Daten mit dem Schwerpunkt DDR/Neue Bundesländer (10 Prozent).

Die durchschnittliche Zufriedenheit mit der Geschwindigkeit, mit der die bestellten Datensätze geliefert wurden, ist insgesamt sehr hoch. Beim Bestellen einer Diskette bzw. CD-ROM liegt die durchschnittliche Zufriedenheit auf der vorgegebenen 5 Punkte-Skala (1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden) bei 4,4, beim Herunterladen bereitgestellter Daten vom FTP-Server bei 4,5. Mit einem Durchschnittswert von 4,5 ist die Zufriedenheit mit dem direkten Herunterladen des ALLBUS aus dem Internet ebenfalls sehr hoch. 79 Prozent der Befragten geben an, dass die Auswertung der über das ZA bezogenen Daten ohne Pro-

bleme möglich gewesen sei. Verwendet werden die vom ZA gelieferten Datensätze in erster Linie für Sekundäranalysen mit eigener Fragestellung (94 Prozent). Mit deutlichem Abstand folgen der Einsatz in der Lehre (70 Prozent), die Vorbereitung eines Forschungsprojekts (68 Prozent), die Ergänzung eigener Daten in zeitlicher Hinsicht (51 Prozent) bzw. um andere Länder (29 Prozent), die Evaluation von Messinstrumenten (25 Prozent) sowie die Überprüfung des Vorgehens anderer Forscher (21 Prozent).

Diejenigen Befragten, die das ZA kennen und bereits in Anspruch genommen haben, wurden ebenfalls gebeten, eine Gesamtbeurteilung der Zufriedenheit mit den Leistungen des ZA vorzunehmen. 35 Prozent der Befragten sind mit den Leistungen des ZA sehr zufrieden (Wert 5 auf der fünfstufigen Zufriedenheitsskala), 44 Prozent sind tendenziell eher zufrieden (Wert 4). Weitere 10 Prozent entschieden sich für den Wert 3, also den Mittelpunkt der vorgegebenen Antwortskala. Eher nicht zufrieden (Wert 2) mit den Leistungen des ZA ist lediglich ein Prozent der Befragten. Der Skalenwert 1 (gar nicht zufrieden) wurde schließlich in keinem einzigen Fall vergeben.

Die Frage, ob es irgendetwas gibt, was das ZA besser machen könnte, wird von 31 Prozent der Befragten bejaht. Auf Nachfrage wurden hierzu vor allem eine bessere Verbreitung von Informationen etwa über spezielle Newsletter sowie eine Verbesserung des Internetportals einschließlich einer Verbesserung der Internetrecherchemöglichkeiten angeführt.

67 Prozent der Befragten verneinen die Frage danach, ob es Leistungen gibt, die das ZA noch zusätzlich anbieten sollte. Von denjenigen 14 Prozent, die glauben, dass es solche Leistungen gibt, wird vor allem der Wunsch nach mehr Methodenkursen und Workshops sowie nach mehr qualitativen Daten geäußert. 63 Prozent der Befragten kennen schließlich keine anderen Einrichtungen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen anbieten wie das ZA. Von denjenigen 34 Prozent, die solche Einrichtungen kennen, wird vor allem ZUMA genannt.

7 Das Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) aus der Sicht des sozialwissenschaftlichen Mittelbaus

7.1 Bekanntheit und Nutzung des ZUMA

Mit 93 Prozent ist das ZUMA in Mannheim nahezu allen Befragten des Mittelbaus zumindest dem Namen nach bekannt. Dieser Wert entspricht exakt dem, der sich auch bei der im Jahr 2000 durchgeführten Befragung der Soziologieprofessorinnen und -professoren zeigte (vgl. GESIS Potentialanalyse, 2001: 75). D. h. im Hinblick auf den Bekanntheitsgrad ist das ZUMA in der sozialwissenschaftlichen Profession fest verankert.

Etwa die Hälfte der Mittelbau-Angehörigen (50,3 Prozent, N=318) hat die Leistungen von ZUMA schon in Anspruch genommen. Nicht genutzt haben diese Leistungen 42,2 Prozent (N=267) der Befragten, und völlige Unkenntnis über ZUMA herrscht bei einer Minderheit von 7,4 Prozent (N=47).

Tendenziell zeigt sich, dass mit zunehmender Forschungserfahrung (Dauer der Tätigkeit in Forschung bzw. Lehre) die Anteile bezüglich der Nutzung von ZUMA steigen (vgl. Tabelle 1). Aber auch unter den Berufsanfängern (1 bis 3 Jahre tätig) ist mit 42 Prozent ein überraschend hoher Nutzeranteil zu verzeichnen. Hierbei dürfte vermutlich eine Rolle spielen, dass 60 Prozent der Mittelbau-Angehörigen ihre Studenten schon während des Studiums darauf hinweisen, die Leistungen von ZUMA zu nutzen. Kritisch anzumerken ist allerdings auch, dass in der Gruppe der Berufsanfänger der Anteil derjenigen, denen ZUMA kein Begriff ist, mit 13,9 Prozent vergleichsweise am höchsten ist.

Tabelle 1: Nutzung von ZUMA in Abhängigkeit vom Dienstalter

	<i>Dauer der Tätigkeit in Forschung/Lehre in Jahren</i>				Gesamt
	1-3	4-6	7-15	16 u. mehr	
	% (n)	% (n)	% (n)	% (n)	% (n)
Nutzer	42,1 (76)	41,2 (49)	57,8 (118)	58,1 (75)	50,3 (318)
Nicht-Nutzer	43,9 (79)	50,4 (60)	37,7 (77)	39,5 (51)	42,2 (267)
Uninformierte	13,9 (25)	8,4 (10)	4,4 (9)	2,3 (3)	7,4 (47)
Gesamt	100 (180)	100 (119)	100 (204)	100 (129)	100 (632)

(keine Angabe: 9 Befragte)

Von denjenigen, die ZUMA zwar kennen, jedoch die Dienstleistungen und Produkte nicht nutzen (N=267), wird dies in einer offenen Nachfrage vom weitaus überwiegenden Teil damit begründet, dass hierzu kein Bedarf bestehe („andere Forschungsinteressen“, „keine empirische Forschung“, „arbeite qualitativ“). Dieser Personenkreis fühlt sich aufgrund der eigenen Forschungspräferenzen von den Angeboten nicht angesprochen und dürfte auch nicht zur engeren Zielgruppe ZUMA's gehören. Ein mit knapp 10 Prozent unter den Nicht-Nutzern

nicht unerheblicher Teil (N=25) gab jedoch auch an, nicht ausreichend über die Angebote ZUMA's informiert zu sein („zu wenig bekannt“, „keine genaue Kenntnis der Produkte“).

Dieses Ergebnis steht in Einklang mit den Antworten auf die an alle Nicht-Nutzer gestellte Frage, woher sie ZUMA kennen (vgl. Tabelle 2). Die wichtigste Informationsquelle ist danach der eigene Kollegenkreis, gefolgt von Hinweisen in der Fachliteratur. ZUMA-Publikationen, Werbemaßnahmen und die Kenntnis spezieller Produkte und Angebote spielen danach nur eine untergeordnete Rolle. Überraschend mit nur 12 Prozent ist hier auch die geringe Kenntnis des Internetangebotes der GESIS bzw. ZUMA - und zwar in einer Zeit, in der dem Internet auch im akademischen Bereich eine zentrale Bedeutung als fachspezifische Informationsquelle zukommt.

Offenkundig bietet eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit für einzelne Produkte die Möglichkeit, den bestehenden Nutzerkreis zu erweitern und somit weitere Potenziale zu erschließen.

Tabelle 2: Bekanntheit ZUMA's bei Nicht-Nutzern (Angabe in %, N=267)

<i>Informationsquelle</i>	
Von Kolleginnen oder Kollegen gehört	46,8
Aus der Fachliteratur	19,9
In der Profession ein Begriff	19,1
Aus dem Internet	12,0
Durch Prospekte, Plakate oder andere Werbemaßnahmen	9,4
Von Mitarbeitern oder Mitarbeiterinnen gehört	9,4
Durch ZUMA-Nachrichten	6,0
Durch andere ZUMA-Publikationen	4,9
Von Studenten oder Studentinnen gehört	4,1
Kenne das Workshop-Angebot	2,2
Kenne andere Produkte von ZUMA	0,7
Anderes	31,5

7.2 Die Nutzung der Dienstleistungen und Produkte von ZUMA im Einzelnen

7.2.1 Nutzung und Bewertung von Beratungsleistungen und Projektbetreuungen

Innerhalb des Dienstleistungsangebotes von ZUMA nehmen Beratungsleistungen und Projektbetreuungen einen besonderen Platz ein. Bei den Beratungen handelt es sich in der Regel um punktuelle Anfragen zu bestimmten methodischen Fragestellungen bzw. Problemen (z. B. Stichprobe, Art der Erhebung, Fragebogenberatung, Beratung bei der Wahl geeigneter Analyseverfahren), wogegen Projektbetreuungen die verschiedenen Phasen empirisch ange-

legter Studien umfassen - idealtypisch von der Antragstellung und Designberatung über Beratungen bei der Datenerhebung und der Wahl der Analyseverfahren bis hin zur Beratung bei der Erstellung von Berichten.

Von den 323 Befragten des Mittelbaues, die angaben, die Leistungen von ZUMA in Anspruch genommen zu haben¹, hatten 118 Befragte (36,5 Prozent) derartige Beratungs- bzw. Projektleistungen genutzt.

Der Mittelwert liegt bei 3,65 Beratungen (N=110, SD=4,81) und damit deutlich unter dem Wert, der sich mit durchschnittlich 4,83 Beratungen (N=105, SD=5,70) in der drei Jahre zuvor durchgeführten Befragung der Professoren zeigte. Ein solches Ergebnis kann nicht weiter überraschen, da Mittelbau-Angehörige häufig erst am Anfang ihrer beruflichen Karriere stehen und für diese Gruppe aufgrund der in der Regel geringen eigenen Forschungserfahrung vergleichsweise seltener die Notwendigkeit besteht, derartige Beratungsleistungen in Anspruch zu nehmen. Diese Vermutung wird bei näherer Betrachtung der Ergebnisse zur Anzahl der in Anspruch genommenen Leistungen bestätigt (vgl. Abbildung 1).

Wie oft haben Sie die Beratungsleistungen beim ZUMA in Anspruch genommen ?

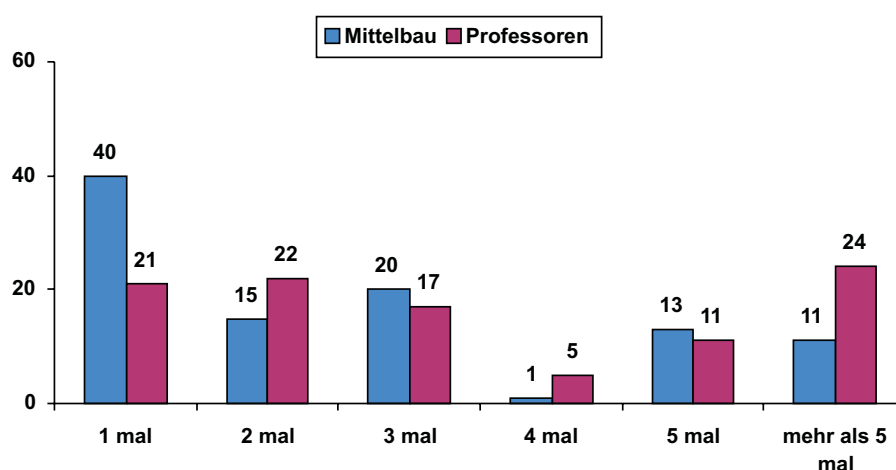


Abb. 1: Inanspruchnahme von Beratungs- oder Betreuungsleistungen (Angaben in %; Mittelbau: N=111; Professoren: N=105)

Von den Mittelbau-Angehörigen haben sich 40 Prozent bisher nur einmal beraten lassen (können), wogegen bei den Professoren die Beratungsleistungen weit häufiger wiederholt in Anspruch genommen wurden - bei nahezu jedem 4. der befragten Professoren waren es sogar mehr als fünf Beratungen.

Die Zufriedenheit mit den Beratungsleistungen ZUMA's ist bei den Angehörigen des Mittelbaus - ähnlich wie bei den Professoren - außerordentlich hoch (vgl. Abbildung 2): 83 Prozent (Mittelbau) bzw. 89 Prozent (Professoren) gaben ein entsprechendes Urteil. Nur in Ausnahmefällen wurde Unzufriedenheit bekundet.

¹ Bedingt durch fehlende Angaben („weiß nicht“, „keine Angabe“) bei den verschiedenen Fragen zur Nutzung gibt es leichte Abweichungen in den Prozentuierungsbasen.

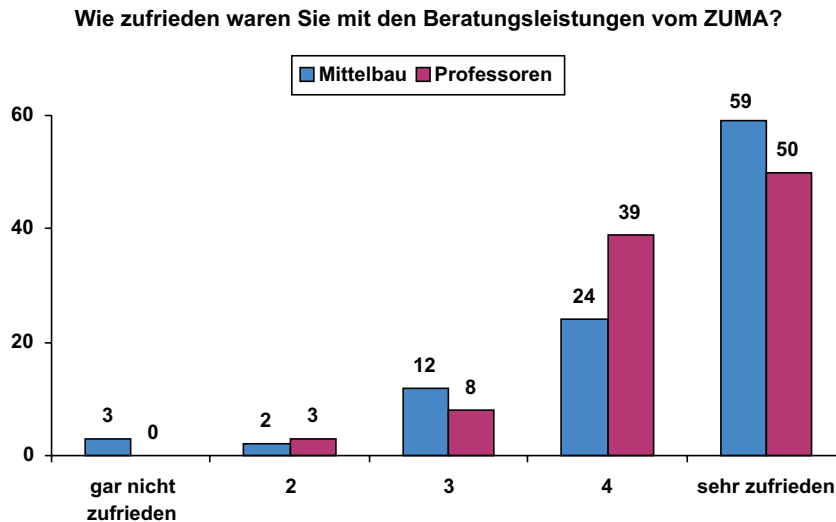


Abb. 2: Zufriedenheit mit den Beratungsleistungen ZUMA's
(Angaben in %; Mittelbau: N=111; Professoren: N=105)

Wie schon weiter oben erwähnt, handelt es sich bei Projektbetreuungen im Vergleich zu den punktuellen Beratungen um ein deutlich zeit- und ressourcenaufwändigeres Dienstleistungsangebot ZUMA's. Es ist daher nicht überraschend, wenn dieses Angebot aufgrund der auf Seiten ZUMA's zur Verfügung stehenden Personalressourcen weniger häufig als die punktuelle Beratung genutzt werden kann. Von den 318 Mittelbau-Angehörigen, die angaben, Produkte und Dienstleistungen von ZUMA in irgendeiner Weise zu nutzen, haben 63 (=20 Prozent) mindestens einmal ein Projekt betreuen lassen. Ähnlich wie bei der Professorenbefragung nahm ein Großteil der Mittelbau-Angehörigen diese Dienstleistung wiederholt in Anspruch (vgl. Abbildung 3).

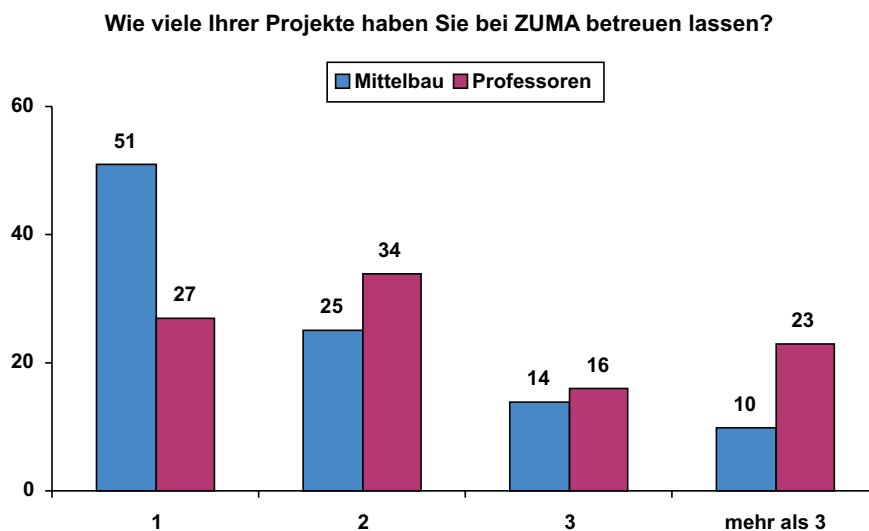


Abb. 3: Inanspruchnahme von Projektbetreuung
(Angaben in %; Mittelbau: N=63; Professoren: N=68)

Auf die Frage nach der generellen Zufriedenheit mit der Beratung durch Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bei ZUMA zeigt sich sowohl für den Mittelbau als auch für die Professoren ein durchgängig sehr positives Ergebnis (vgl. Abbildung 4). Auffällig ist hier allerdings auch, dass bei beiden Gruppen (sowohl Mittelbau als auch Professoren) ein relativ hoher Anteil an „Weiß nicht“-Antworten zu erkennen ist. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich hierunter auch unzufriedene Befragte befinden, die jedoch dieses Urteil in der Situation des telefonisch geführten Interviews gegenüber dem Interviewer bzw. der Interviewerin nicht kundtun wollten.

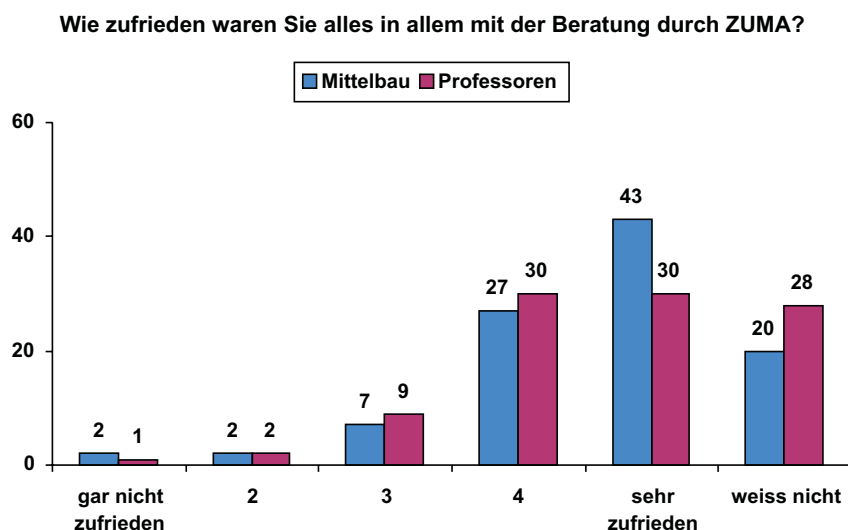


Abb. 4: Zufriedenheit mit der Beratung durch ZUMA
(Angaben in %; Mittelbau: N=120; Professoren: N=204)

7.2.2 Nutzung spezieller ZUMA-Produkte und Dienstleistungen

Neben Beratungen und Projektbetreuungen bietet ZUMA bekanntlich ein breites Spektrum an speziellen Produkten und Dienstleistungen für die an empirischen Themen interessierte sozialwissenschaftliche Profession an. Von den insgesamt 323 Mittelbau-Angehörigen, die angaben, die Angebote ZUMA's schon einmal in irgendeiner Form in Anspruch genommen zu haben, hatte mit 83 Prozent (N=268) der weitaus überwiegende Teil eines oder mehrere dieser Produkte bereits persönlich genutzt oder zumindest Kenntnis hiervon. Dieser Prozentsatz liegt sogar noch über dem in der Professoren-Befragung festgestellten Wert (78,4 Prozent) und belegt den hohen Grad an Verankerung ZUMA's in der Profession.

Die mit Abstand am stärksten genutzten Produkte mit Anteilen von 84 Prozent bzw. 72 Prozent stellen die „ZUMA-Nachrichten“ und der „ALLBUS“ dar (vgl. Tabelle 2). Persönliche Nutzeranteile von mehr als 50 Prozent unter den Mittelbau-Angehörigen finden sich des Weiteren für die „ZUMA-Arbeitsberichte“ sowie den in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Bundesamt herausgegebenen Datenreport. Am hinteren Ende der persönlichen Nutzungsskala stehen - wenig überraschend - die mit finanziellem und zeitlichem Aufwand verbundenen Dienstleistungen „Durchführung von Pretests und Pilotstudien“ (6 Prozent) und „Durchführung telefonischer Befragungen im ZUMA-Telefonlabor“ (3 Prozent). Am wenigsten bekannt sind unter den Mittelbau-Angehörigen wiederum solche Produkte, die, wie

die „ZUMA How-to-Reihe“ (81 Prozent) oder die „ZUMA-Nachrichten Spezial“ (60 Prozent), erst seit relativ kurzer Zeit in die Angebotspalette aufgenommen wurden. Tabelle 2 gibt einen detaillierten Überblick zur Nutzung und Bekanntheit der verschiedenen Produkte und Dienstleistungen, und zwar im Vergleich der Befragungen unter den Angehörigen des Mittelbaus und der Professoren.

Tabelle 3: Nutzung und Bekanntheit von ZUMA-Produkten oder ZUMA-Dienstleistungen (Angaben in %; Mittelbau: N=268; Professoren: N=161)

Produkt	<i>persönlich genutzt</i>		<i>bekannt</i>		<i>unbekannt</i>	
	Mittelbau	Professoren	Mittelbau	Professoren	Mittelbau	Professoren
ZUMA-Nachrichten	84	84	8	11	8	5
ALLBUS	72	63	22	29	6	8
ZUMA-Arbeitsberichte	56	47	20	29	24	24
Datenreport	52	57	27	24	21	19
ZUMA-Skalenhandbuch	49	54	20	22	31	24
Daten der amtlichen Statistik	43	41	29	30	28	29
Informationsdienst Soziale Indikatoren - ISI	32	50	40	36	28	14
ZUMA-Workshops	31	29	47	50	21	21
ISSP	30	33	33	29	37	38
ZUMA-Informationssystem ZIS	27	23	28	27	45	50
ZUMA-Nachrichten spezial	26	29	14	19	60	52
Soziale Indikatoren	25	34	45	47	30	19
Berufsvercodung	25	26	28	30	47	44
sonstige ZUMA-Publikationen	18	27	15	22	67	51
ZUMA How-To-Reihe	10	k.A.	9	k.A.	81	k.A.
TEXTPACK	9	16	31	38	60	46
Durchführung von Pretests/Pilotstudien	6	15	52	50	42	35
Tel. Befragungen im ZUMA-Telefonlabor	3	4	48	50	49	46

Auch wenn - insgesamt betrachtet - ein Großteil der von ZUMA angebotenen Produkte und Dienstleistungen von der Profession genutzt werden bzw. innerhalb der Profession zumindest bekannt sind, so überrascht doch bei einigen Angeboten der geringe Bekanntheitsgrad der Produkte. Dieses Ergebnis steht in Einklang mit den Antworten auf die Frage nach der Informiertheit über das Angebot ZUMA's (Abbildung 5).

Fühlen Sie sich über das Dienstleistungs- und Produktangebot ZUMA's ausreichend informiert?

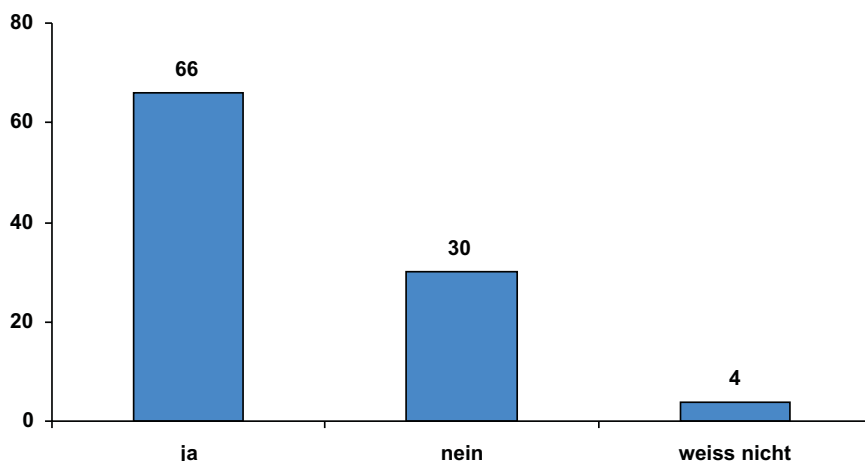


Abb. 5: Information über das Angebot ZUMA's (Angaben in %; N=323)

Mit 30 Prozent fühlt sich nahezu ein Drittel derjenigen, die bereits mit ZUMA zu tun hatten, nicht ausreichend über das Angebot informiert. In diesem Zusammenhang ist auf ein zentrales Ergebnis der GESIS-Web-Umfrage zu verweisen, wonach das Angebot der GESIS (und somit auch das Angebot ZUMA's) viele nützliche Inhalte aufweist, „das aber dem Besucher etwas sperrig entgegentritt, weil es unübersichtlich erscheint“ (GESIS-Arbeitsbericht Nr. 3: 37). Offensichtlich ist es ZUMA (bzw. der GESIS) bis heute nicht in ausreichender Weise gelungen, in Ergänzung zu den traditionellen und bekannten Printprodukten (z. B. ZUMA-Nachrichten) die Möglichkeiten des Internet zur Information über das eigene Angebot zu nutzen.

7.2.3 Gesamtbewertung ZUMA's

Als Indikatoren für die Zufriedenheit mit dem Angebot ZUMA's sind die „Bereitschaft zur Weiterempfehlung an Kollegen“ (sowohl in der Vergangenheit als auch zukünftig), die Absicht, sich selbst wieder an ZUMA zu wenden sowie die direkte Frage zur Gesamtbewertung („Bitte versuche Sie jetzt, ZUMA insgesamt zu bewerten“ mit den Antwortmöglichkeiten: „gar nicht zufrieden (1)“ bis „sehr zufrieden (5)“) zu interpretieren. Bei den Antworten zeigt sich durchgängig eine sehr hohe Zufriedenheit bzw. sehr positive Bewertung: So haben in der Vergangenheit mit 72 Prozent nahezu drei von vier Mittelbau-Angehörigen die Angebote ZUMA's an Kollegen weiter empfohlen. 90 Prozent antworten auf die hypothetische Frage, ob sie ZUMA an Kollegen weiter empfehlen würden mit „ganz bestimmt“ bzw. „wahrscheinlich“. Lediglich fünf Prozent äußern ihre Unzufriedenheit mit einem „wahrscheinlich nicht“ und weitere fünf Prozent antworten mit einem neutralen „kommt darauf an“. Ein ähnliches Ergebnis zeigt sich auf die Frage, ob sie sich selbst in Zukunft wieder an ZUMA wenden werden (Abbildung 6):

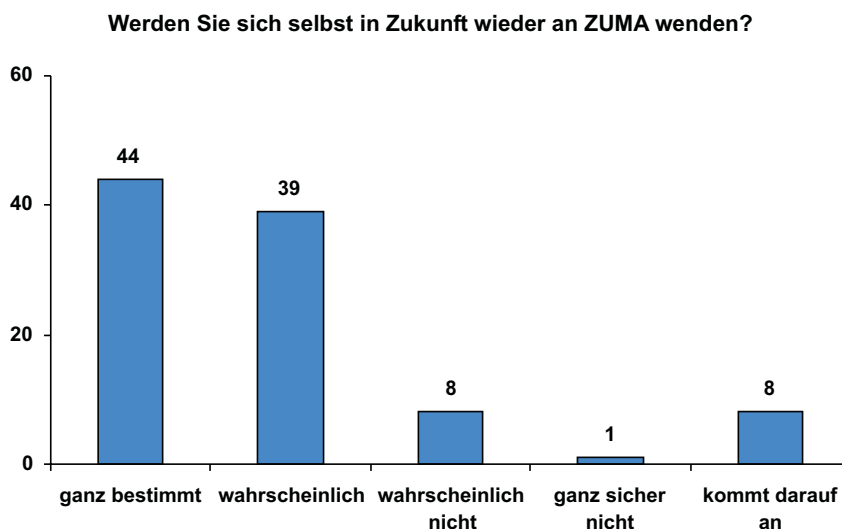


Abb. 6: Zukünftige Nutzung des ZUMA-Angebotes (Angaben in %; N=323)

Nahezu identisch mit den Ergebnissen der Professorenbefragung sind die Einschätzungen des Mittelbaus im Hinblick auf die Gesamtbewertung ZUMA's (Abbildung 7): Auch hier kommen ca. 80 Prozent der Befragten zu einer positiven Gesamteinschätzung.

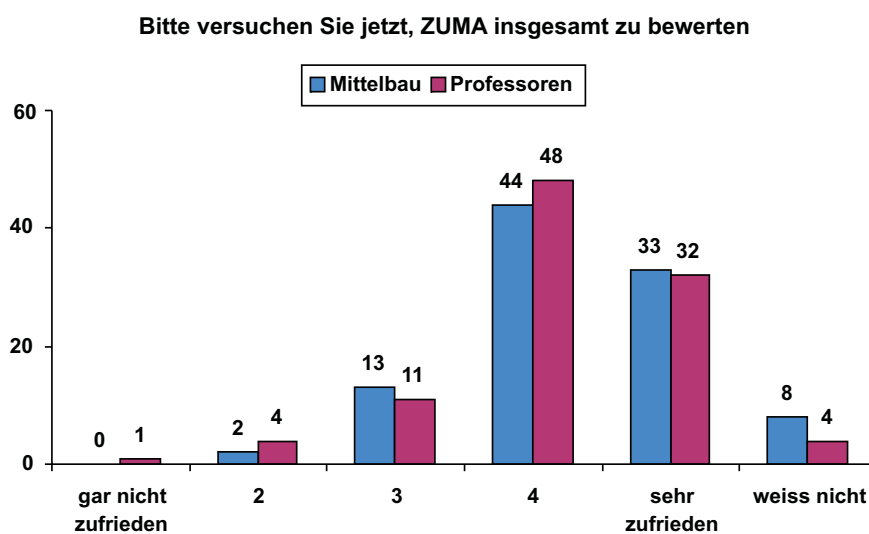


Abb. 7: Zufriedenheit mit ZUMA insgesamt (Angaben in %; Mittelbau: N=323; Professoren: N=204)

Die in diesen Werten zum Ausdruck kommende hohe Zufriedenheit sollte aber nicht zu der Schlußfolgerung verleiten, dass aus der Sicht der Nutzer nichts zu verbessern sei. Im Gegenteil: Die Frage, „ob es irgendetwas gibt, was ZUMA besser machen sollte“, wurde von 33 Prozent der Mittelbau-Angehörigen mit „ja“ beantwortet. Die in einer offenen Nachfrage erhobenen Verbesserungsvorschläge betreffen in erster Linie die Internetpräsenz (z.B. „der Internetzugang ist zu verwinkelt und sollte einfacher gestaltet werden“, „Homepage besser strukturieren“, „Newsletter über Neuerungen“), die Öffentlichkeitsarbeit allgemein (z.B. „mehr Werbung an den Universitäten“, „Werbung in Berufsverbandszeitschriften“, „bessere Darstellung der Produkte“, „progressivere Werbung über einzelne Produkte, mehr Transpa-

renz“) und die Workshops (z.B. „mehr eintägige Workshops“, „Niveau der Workshops heben“, „die Räume für Workshops vergrößern“).

Ein mit 14 Prozent kleinerer Teil des Mittelbaus wünscht sich zusätzlich eine Erweiterung der Angebotspalette von ZUMA. Die auch hier in einer offenen Nachfrage erhobenen Vorschläge bzw. Wünsche sind jedoch sehr heterogen und ergeben kein klares Bild: Bspw. „ein SPSS-Kurs vielleicht, denn die von SPSS sind irrsinnig teuer“, „die Beratung von Studierenden wäre mir persönlich lieb“, „ich fände es praktisch, wenn es Beratung per Email gäbe“, „mehr qualitative Forschung“.

20 Prozent der das ZUMA-Angebot nutzenden Mittelbau-Angehörigen bejahten die Frage, ob es „Einrichtungen gäbe, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen wie ZUMA anbieten“. Die offene Nachfrage nach diesen Einrichtungen brachte ein überraschendes Ergebnis: Neben vereinzelt genannten „amerikanischen und englischen Instituten“, „Markt- und Sozialforschungsinstituten“, dem „SOEP“ und dem „Statistischen Bundesamt“ wurde hier am häufigsten das „Zentralarchiv an der Universität Köln“ genannt. Zumindest ein Teil der Mittelbau-Angehörigen sieht offensichtlich in den beiden GESIS-Instituten ZUMA und ZA zwei getrennte Einrichtungen mit vergleichbarer Angebotspalette.

7.3 Zusammenfassung

Insgesamt betrachtet ist eine überraschend hohe Übereinstimmung zwischen den Ergebnissen der Ende 2000 durchgeführten Befragung der Soziologieprofessorinnen und -professoren und der Ende 2003/Anfang 2004 durchgeführten Befragung des Mittelbaus festzustellen. Dabei zeigt sich für den Mittelbau das folgende Bild über ZUMA:

- Das ZUMA ist mit 93 Prozent nahezu allen Befragten des Mittelbaus in der Soziologie bekannt.
- Etwa die Hälfte dieser Personen hat schon einmal die Dienstleistungen bzw. Produkte von ZUMA in Anspruch genommen. Die Nicht-Nutzung dieses Leistungsangebotes wird in erster Linie mit anderen Forschungspräferenzen begründet (nicht empirisch arbeitend, qualitativ orientiert).
- Sowohl die in Anspruch genommenen Beratungsleistungen als auch Projektbetreuungen durch Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von ZUMA werden vom Mittelbau sehr positiv bewertet.
- Bekanntheit und Nutzung einzelner ZUMA-Produkte variieren beträchtlich: Auf der einen Seite stehen Produkte (wie z.B. die ZUMA-Nachrichten oder der ALLBUS) mit einem hohen Bekanntheits- und Nutzungsgrad. Andererseits werden auch spezielle Produkte und Dienstleistungen angeboten, die unter den Befragten des Mittelbaus mehrheitlich unbekannt ist.
- Ein mit 30 Prozent nicht unerheblicher Teil unter den Befragten fühlt sich nicht ausreichend über die Angebotspalette ZUMA's informiert. Insbesondere die Internetpräsenz scheint diesbezüglich verbesserungswürdig.

Insgesamt ist jedoch eine hohe Zufriedenheit mit dem Angebot ZUMA's festzustellen, was sich auch darin ausdrückt, dass der überwiegende Teil der Befragten ZUMA in der Vergangenheit schon weiter empfohlen hat und auch zukünftig beabsichtigt, diese Angebote zu nutzen.

8 Feldbericht als Anhang

Michael Schneid und Angelika Stiegler: ZUMA-Interner Projektbericht Nr. 2004 / 04; Projekt „GESIS Mittelbau-Befragung“, März 2004

8.1 Einleitung

Im Winter des Jahres 2000 wurden im Rahmen der Qualitätssicherung 431 Soziologieprofessoren und – professorinnen in Deutschland, Österreich und der Schweiz telephonisch zur GESIS sowie schwerpunktmäßig zu den Instituten IZ, ZA und ZUMA befragt¹. Drei Jahre später, im Winter 2003, sollten auch Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen an Lehrstühlen der Soziologie (kurz „Mittelbau“ genannt) mit einem geringfügig modifizierten Fragebogen zur gleichen Thematik befragt werden. Die Umfrage wurde wieder im Telefonlabor vom ZUMA durchgeführt und zwar schwerpunktmäßig im Zeitraum vom November bis Dezember 2003. Der vorliegende Bericht dokumentiert die Durchführung der Feldarbeit.

8.2 Stichprobe und Feldzeit

Für die Telefonumfrage stellte das IZ, wie schon bei der vorangegangenen Potential-Befragung mit den ProfessorInnen, eine Excel-Datei mit den Namen sowie Telefonnummern von MitarbeiterInnen, die an Lehrstühlen der Soziologie in Deutschland, Österreich und der Schweiz beschäftigt waren, zur Verfügung. Die Datei enthielt insgesamt 940 Namen, die unseres Wissens auf der Basis unterschiedlichster Quellen (Internet, Handbücher, Vorlesungsverzeichnisse etc.) seit dem Frühjahr 2003 kontinuierlich für die Umfrage „gesammelt“ wurden.

Mit der Hauptstudie – also der telephonischen Befragung - wurde am 10. November begonnen. Das Feld lief zunächst bis zum 5. Dezember 2003. Bis zu diesem Zeitpunkt lagen 591 vollständig realisierte Interviews vor. Aufgrund der Weihnachtszeit und da etliche potentielle Zielpersonen im Jahre 2003 nicht mehr erreichbar waren (wegen Krankheit, Urlaub etc.), wurde in der Woche vom 12. bis 16. Januar die Feldarbeit nochmals aufgenommen, um weitere Interviews durchführen zu können. Endgültig beendet wurde die Studie am 16. Januar 2004.

Bei der Studie wurden insgesamt 12 Interviewer und Interviewerinnen eingesetzt, die in mehreren Schulungen vor Feldbeginn mit dem Untersuchungsgegenstand und dem Befragungsinstrument vertraut gemacht wurden.

Die Telefonumfrage wurde auf computergestütztem Wege durchgeführt. Der Fragebogen, auf den nachfolgend kurz eingegangen werden soll, wurde mit dem Befragungsprogramm CI3 von Sawtooth erstellt. Die Feldsteuerung, d.h. die Anruf-, Termin- und Kontaktverwaltung lief unter dem CATI-System von CI3.

1 Schneid, M. & Stiegler, A. (2001). Feldbericht Telefonumfrage Projekt „Potential-Umfrage GESIS“. Mannheim: ZUMA-Interner Projektbericht 2001/08.

8.3 Fragebogen

Der eingesetzte Fragebogen war vom Aufbau und Ablauf weitestgehend identisch mit jener Version, die schon bei der Potential-Befragung vor 3 Jahren eingesetzt worden war. Der Fragebogen wurde nur geringfügig modifiziert in der Form, dass Fragen und Antwortmöglichkeiten an die Zielgruppe angepasst und einige Fragen gelöscht bzw. neue Fragen aufgenommen wurden². Insgesamt handelte es sich um marginale Veränderungen, dennoch soll nachfolgend kurz der Fragebogen und der Fragenablauf skizziert werden.

Der Fragebogen umfasste mehrere Befragungsblöcke. Zu Beginn eines Interviews sollte jede Befragungsperson zunächst angeben, welche Quellen und Medien sie bei ihren Lehrveranstaltungen und Forschungstätigkeiten einsetzt. Im Anschluss daran wurde die Relevanz verschiedenster Informationsquellen (vom Internet über Datenbanken bis hin zu Universitätsbibliotheken) abgefragt.

Es folgten dann 4 Fragen über die Bekanntheit von GESIS sowie der Institute IZ, ZA und ZUMA. Im Anschluss an diese Bekanntheitsfragen gab es für jedes der 3 Institute einen Befragungsblock mit institutsspezifischen Fragen. So wurden z.B. beim IZ vertiefende Fragen zu den Produkten SOLIS, FORIS, CD-ROM WISO III, WISO NET etc. gestellt. Beim ZA ging es neben der Bekanntheit von Dienstleistungen und Produkten u.a. schwerpunktmäßig um die Archivierung, Suche, Aktualität usw. von Datensätzen. Und beim ZUMA um die Inanspruchnahme von allgemeinen Beratungsleistungen bzw. Projektberatungen, gefolgt von der Bekanntheit und Nutzung diverser Dienstleistungen und Produkte.

Ein institutsspezifischer Fragenblock kam nur dann bei einem Interview zum Einsatz, wenn die Zielperson zuvor angegeben hatte, dass sie das Institut kennt. Wenn z.B. eine Befragungsperson nur das IZ kannte, aber nicht die beiden anderen Institute ZA und ZUMA, dann wurde sie auch nur zum IZ befragt.

Bei jedem institutsspezifischen Fragenblock gab es darüber hinaus noch eine „Einschränkung“: die Befragungsperson sollte selbst Produkte oder Dienstleistungen des Instituts in Anspruch genommen haben. War dies nicht der Fall, folgten einige Fragen über die Nutzung des Instituts durch Kollegen bzw. Studenten. Anschließend sollten die Zielpersonen die Gründe angeben, weshalb sie noch nie Leistungen des Instituts in Anspruch genommen haben.

Auf die drei institutsspezifischen Befragungsblöcke folgten 2 Fragen zum Internet-Angebot von GESIS, die nur jenen Befragungspersonen vorgelesen wurden, die mindestens eines der 3 Institute kannten. Zum Interviewabschluss folgten einige soziodemographische Fragen zum Alter, Geschlecht, zur derzeitigen beruflichen Position etc. Jene Zielpersonen, die angaben, dass sie nicht ausreichend über das Angebot der einzelnen Institute informiert sind und die noch nie die Internet-Seiten von GESIS aufgerufen hatten, erhielten zum Abschluss die Internetadresse (www.gesis.org), damit sie sich bei weiterem Interesse über GESIS oder die Institutsangebote näher informieren können.

Im Vergleich zu traditionellen „paper - pencil“- Datenerhebungsformen bieten computergestützte Erhebungsformen eine Fülle von Vorteilen. So können z.B. schon während des Inter-

2 Der Fragebogen mit dem genauen Wortlaut der Fragen sowie der Fragenabfolge befindet sich im Anhang dieses Berichts.

views Plausibilitäts- bzw. Konsistenzkontrollen durchgeführt und eventuelle Unstimmigkeiten noch im Interviewverlauf abgeklärt werden. Der Fragebogen kann dabei so programmiert und gestaltet werden, dass er sich "individuell" an jeden Befragten "anpasst". Auch im vorliegenden Fall wurde der Fragebogen so programmiert, dass nur die Fragen, die auch auf die Befragungsperson zutrafen, vom Interviewer gestellt wurden. Darüber hinaus bieten computergestützte Befragungen den Vorteil, dass die erhobenen Daten schon kurz nach Beendigung der Feldzeit vorliegen und analysiert werden können. So konnte bei dieser Studie schon kurze Zeit nach Feldende der Datensatz an die Arbeitsgruppe „AG Qualitätssicherung“ beim IZ übermittelt werden.

8.4 Realisierte Interviews und Ausschöpfungsübersicht

Auf Basis der vorgegebenen 940 Adressen wurden im Rahmen der Studie insgesamt 642 Interviews realisiert. Wie aus der Ausschöpfungsübersicht in Tabelle 1 (Seite 53) ersichtlich ist, konnte in vergleichsweise vielen Fällen kein Kontakt zur Zielperson hergestellt werden, da in 13 Prozent aller Fälle die angegebene Zielperson nicht mehr an der Universität bzw. dem Lehrstuhl arbeitete (dieser hohe Prozentsatz erklärt sich dadurch, dass mit der Recherche potentieller Zielpersonen schon im Frühjahr 2003 begonnen wurde, die Umfrage jedoch erst 6 Monate später stattfand). 33 Zielpersonen waren doppelt im Adressbestand vorhanden und in 10 Fällen konnte die Zielperson trotz umfangreicher Bemühungen der Interviewer (Nachfrage an der Universitäts-Zentrale, im Lehrstuhl etc.) nicht ausfindig gemacht werden. Bei 5 Zielpersonen war schon vor Feldbeginn bekannt, dass sie bei GESIS arbeiten. Sie wurden selbstverständlich nicht befragt.

Von den 940 Telefonnummern können somit 173 Rufnummern als stichprobenneutrale Ausfälle angesehen werden, so dass das bereinigte Brutto I insgesamt noch 767 Telefonnummern umfasst. In 23 Fällen war schon in der Kontaktphase erkennbar, dass es sich bei den Zielpersonen um wissenschaftliche Hilfskräfte bzw. Doktoranden handelte, die nicht befragt werden sollten³. Und in weiteren 23 Fällen wurden mehr als 30 Kontaktversuche unternommen, ohne dass ein Interview realisiert werden konnte. Unter Berücksichtigung der vorgenannten Fälle kommen wir zu einem bereinigten Brutto II mit 721 Rufnummern, die als Ausgangsbrutto für die Ausschöpfungsberechnung herangezogen werden. Knapp 2 % hatten keine Zeit, an der Befragung teilzunehmen und nur etwa jede 20. Zielperson hatte kein Interesse sich befragen zu lassen. 3 Zielpersonen gaben an, sie seien zu krank, um sich an der Umfrage zu beteiligen und 11 Personen waren in der gesamten Feldzeit nicht erreichbar. In 8 Fällen lagen noch Termine für eine Befragung vor. Eine Analyse dieser Fälle zeigte aber, dass es sich hierbei um Befragte handelte, die schon zuvor in der Feldphase öfter Termine vereinbart hatten, dann aber nie zum angegebenen Zeitpunkt erreichbar waren. Im Grunde genommen handelt es sich hierbei um „verdeckte Verweigerungen“. Alles in allem gesehen, konnte im vorliegenden Fall auf der Basis vom Brutto II mit n=721 somit eine Ausschöpfungsquote von 89 % erzielt werden.

3 Bei einigen Interviews stellte sich dies erst nach Abschluss des Interviews heraus. Dies ist allerdings im Datensatz erkennbar, da am Ende der Befragung nach der beruflichen Position gefragt wurde.

Tabelle 1: Ausschöpfungsübersicht

Telefon-Nr. insgesamt	940	100,0 %
Stichprobenneutrale Ausfälle		
ZP nicht mehr an Uni tätig	121	13,0 %
ZP doppelt im Bestand	33	3,5 %
ZP unbekannt	10	1,1 %
ZP arbeitet bei GESIS	5	0,5 %
Privathaushalt	3	0,3 %
ZP verstorben	1	0,1 %
Summe	173	18,4 %
Bereinigtes Brutto I:	767	100,0 %
ZP ist Hiwi, Doktorand	23	3,0 %
Mehr als 30 Kontaktversuche	23	3,0 %
Summe	46	6,0 %
Bereinigtes Brutto II:	721	100,0 %
ZP hat keine Zeit	14	1,9 %
ZP hat kein Interesse	42	5,8 %
ZP zu alt, krank	3	0,4 %
ZP in Feldzeit nicht da	11	1,5 %
Offene Termine	8	1,1 %
Abbruch	1	0,1 %
Summe	79	11,0 %
Realisierte Interviews:	642	89,0 %

8.5 Interviewdauer und Kontaktanzahl

Das kürzeste Interview dauerte 7 und das längste Interview 62 Minuten. Im Durchschnitt betrug die Interviewdauer 19 Minuten. Zur Erinnerung: bei der Potential-Befragung, bei der Professoren befragt wurden, lag die durchschnittliche Interviewdauer bei den „Nicht-VIPs“ bei 21 Minuten. Die im Vergleich dazu etwas kürzere Interviewdauer bei den Befragten des „Mittelbaus“ dürfte sicherlich dadurch bedingt sein, dass zum einen der Fragebogen etwas gestrafft wurde, zum anderen, dass die offene Frage nach der soziologischen Teildisziplin entfiel, deren Beantwortung knapp 1 Minute der Befragungszeit in Anspruch nahm.

In der nachfolgenden Abbildung 1 sind die Interviewzeiten kategorisiert dargestellt. Daraus ist ersichtlich, dass etwa jeder 3. Befragte bis 14 Minuten Befragungszeit für das Interview benötigte. Bei etwa jedem 4. Interview lag die Interviewdauer zwischen 15 und 20 Minuten.

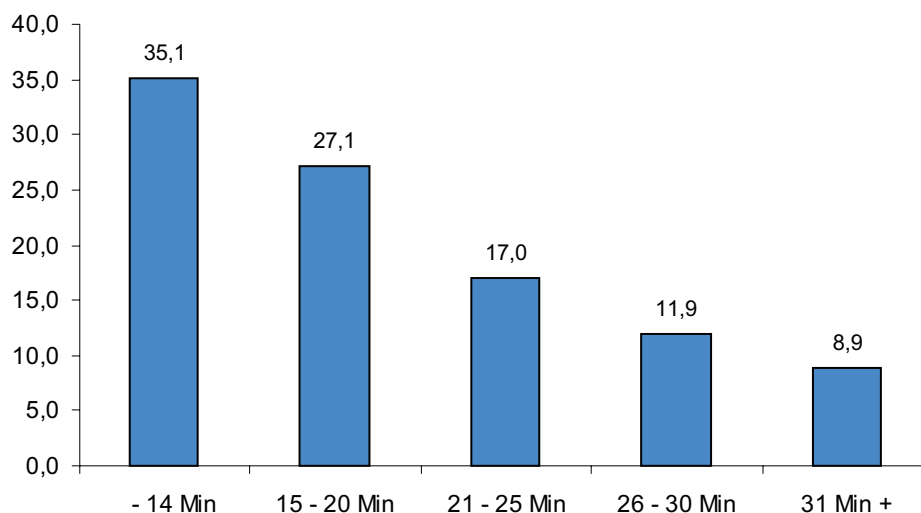


Abb. 1: Interviewdauer kategorisiert

In der Abbildung 2 sind die kategorisierten Interviewzeiten beider Studien („Potential“ und „Mittelbau“) dargestellt und es ist erkennbar, dass bei der „Mittelbau“-Befragung in knapp 2 Drittel aller Fälle das Interview nicht länger als 20 Minuten dauerte. Bei der „Potential“-Befragung war dies hingegen nur bei etwa jedem 2. Interview der Fall. Jeder 2. Professor benötigte 21 Minuten und mehr, um das Interview durchzuführen. Bei den Befragten des „Mittelbaus“ traf dies dagegen nur bei etwa jedem 3. zu.

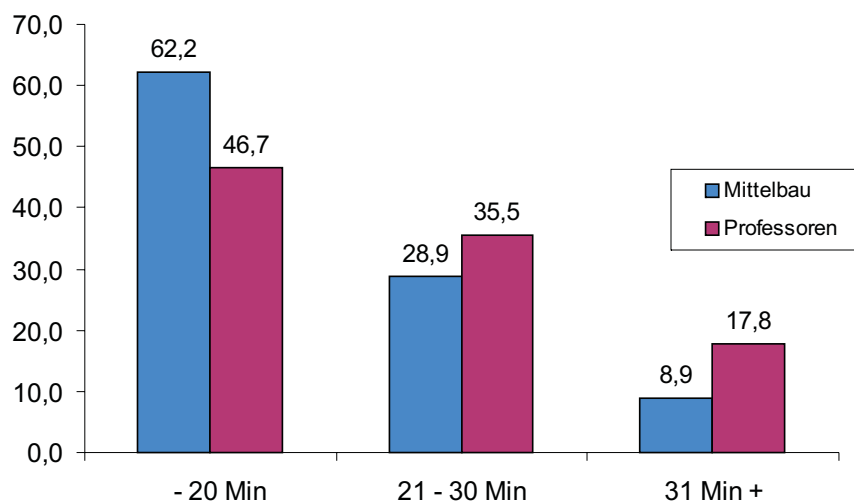


Abb. 2: Interviewdauer kategorisiert (Vergleich „Mittelbau“- vs. „Potential“-Befragung)

Bei der vor drei Jahren durchgeführten „Potential“-Umfrage waren im Vergleich zu normalen Bevölkerungsumfragen sehr viele Kontaktversuche notwendig, bevor ein Interview mit der Zielperson realisiert werden konnte: dringende Termine oder anderweitige kurzfristige Verpflichtungen seitens der Befragungspersonen führten dazu, dass die InterviewerInnen oftmals über einen längeren Zeitraum hinweg den Zielpersonen „nach-telefonieren“ mussten. Und auch in jenen Fällen, in denen mit dem Sekretariat feste Termine vereinbart worden

waren, war nicht immer sichergestellt, dass die Zielperson zu dem Zeitpunkt dann auch anwesend war. Im Schnitt waren bei der „Potential“-Befragung 7,2 Kontaktversuche notwendig, bevor es zu einem Interview kam.

Vor Beginn der „Mittelbau“-Befragung gingen wir davon aus, dass demgegenüber weitaus weniger Kontakte notwendig sind. Nach Abschluss der Studie und Analyse der Kontaktwerte konnten wir allerdings feststellen, dass die durchschnittliche Kontaktanzahl nur unwesentlich niedriger war: im Schnitt mussten 6,4 Kontaktversuche unternommen werden, bevor es zu einem Interview kam. Oft war die Zielperson nicht anwesend, telefonisch unerreichbar, auf Dienstreise oder in einer Besprechung. Erschwerend kam hinzu, dass die Zielpersonen des „Mittelbaus“ kein Sekretariat hatten, über das ein Befragungstermin vereinbart werden konnte bzw. das Auskunft darüber erteilen konnte, zu welchem Zeitpunkt die Befragungsperson am besten erreicht werden kann.

In der Abbildung 3 sind die bis zum realisierten Interview notwendigen Kontaktversuche mit den „Mittelbau“-Befragten sowie den Zielpersonen bei der „Potential“-Befragung kategorisiert dargestellt. Hier ist erkennbar, dass bei der „Potential“-Befragung tendenziell mehr Kontaktversuche notwendig waren als bei der „Mittelbau“-Befragung. Bei beiden Studien mussten aber in mehr als der Hälfte aller Fälle zwischen 3 und 10 Kontakte erfolgen, bevor ein Interview realisiert werden konnte.

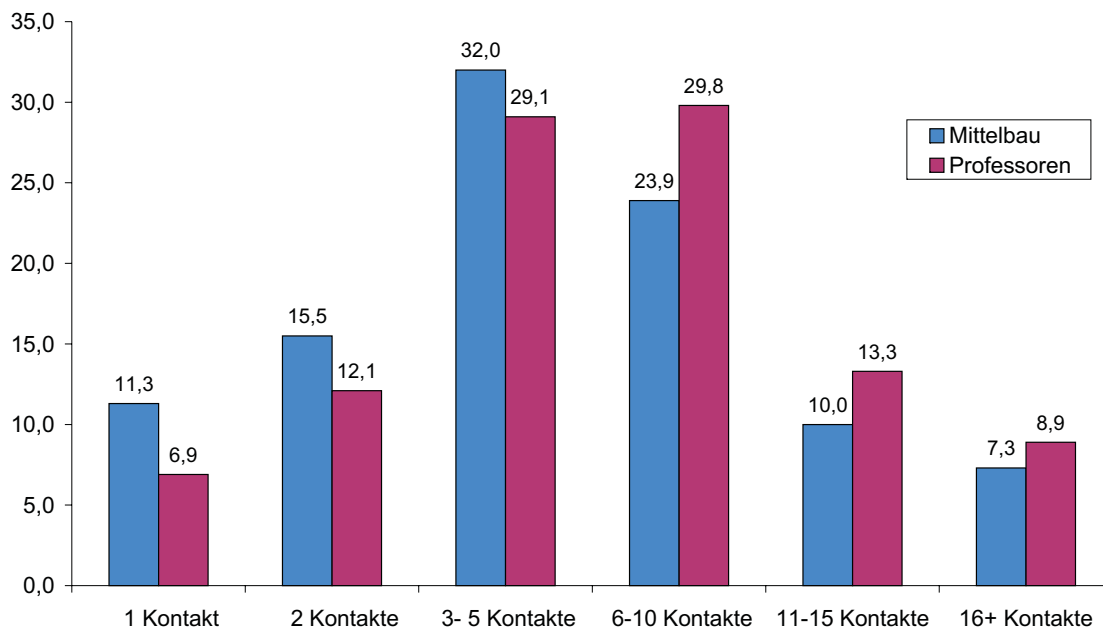


Abb. 3: Anzahl Kontakte bis zum Interview (kategorisiert)

8.6 Besonderheiten

Im Rahmen der Studie sollte der sozialwissenschaftliche Mittelbau, also Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen an Lehrstühlen der Soziologie an Universitäten in Deutschland, Österreich sowie der Schweiz befragt werden. Zu diesem Zweck wurde vor Feldbeginn Anfang November 2003 vom IZ eine Excel-Datei mit den Namen von 940 potentiellen Zielpersonen und de-

ren Telefonnummern zur Verfügung gestellt, die allerdings wieder kleine „Stolpersteine“ enthielt, was sich aber, wie schon bei der „Potential“-Befragung, zum Teil erst im Verlauf der Feldphase herausstellte.

So zeigte es sich schon kurz nach Feldbeginn, dass die im Datensatz angegebenen Telefonnummern in nicht unerheblichem Umfang nicht auf dem neuesten Stand waren, was möglicherweise dadurch bedingt war, dass zwischen dem Zeitpunkt der Adressensammlung und dem Beginn der Feldphase 6 Monate lagen. Vergleichsweise viele Befragungspersonen konnten nicht direkt unter der angegebenen Rufnummer kontaktiert werden: Entweder waren sie innerhalb der Institution in andere Räume umgezogen und hatten eine „neue“ Rufnummer erhalten, oder sie hatten zwischenzeitlich den Lehrstuhl verlassen und waren überhaupt nicht mehr an der Institution tätig.

Aber auch einfache „Zahlendreher“, zusätzliche bzw. fehlende Ziffern in der Telefonnummer oder verkehrte Vorwahlen (so z.B. fehlte bei einer Universität in der Schweiz gänzlich die Landesvorwahl, da diese identisch war mit der Stadtvorwahl) führten dazu, dass viele dieser Rufnummern in der Feldphase zusätzlich recherchiert (Universitätszentrale, Internet) und korrigiert werden mussten.

Wie schon in der obigen Ausschöpfungsübersicht ersichtlich ist, waren etwa 13% von den 940 vorgegebenen Zielpersonen nicht (mehr) an der Universität tätig. Zum Teil arbeiteten sie schon seit längerem (z.T. seit über 3 Jahren) dort nicht mehr, keiner kannte sie und auch über die Telefonzentralen oder Fachbereichssekretariate der jeweiligen Universitäten konnten sie nicht ausfindig gemacht werden. Und so manche Zielperson, die lediglich befristet am Lehrstuhl arbeitete (z.B. nur einmal wöchentlich die universitären Räumlichkeiten zum Blockunterricht betrat), konnte über die Universitätszentrale nur anhand des „...’überfüllten’ Postfachs...“⁴ ausfindig gemacht werden. Die Fachbereichssekretariate waren zwar oft bemüht bei der Suche nach den Zielpersonen, konnten aber in den meisten Fällen nur wenig dazu beitragen.

Durch die lange Zeitdauer zwischen Adresserfassung und der Befragung bedingt, waren manche Zielpersonen bei einem zwischenzeitlichen Universitätswechsel doppelt im Adressbestand vorhanden. Konkret sah das so aus, dass Herr Müller (fiktiver Name) an der Universität Muster arbeiten, dort kontaktet und befragt werden sollte. Es gab Herrn Müller aber dort nicht mehr, sondern nur seinen Nachfolger Herrn Meier, der zur Thematik befragt wurde. Herr Meier war aber nochmals im Datensatz enthalten, aber als Mitarbeiter an seiner vorherigen (oder anderen) Arbeitsstelle. Teilweise waren aber auch Zielpersonen aufgrund von Urlaubssemestern, Vertretungen oder weil sie an 2 Universitäten gleichzeitig tätig waren, zwei Mal vorhanden.

Fälschliche Anreden im Datensatz führten in jenen Fällen, bei denen aus dem Vornamen (speziell bei ausländischen Namen) das Geschlecht der Befragungsperson nicht eindeutig ableitbar war, zu Irritationen bei den InterviewerInnen bei der Suche nach den Zielpersonen. Erst zusätzliche Recherchen im Internet über die Zielperson konnten da Abhilfe schaffen.

Alle Zielpersonen wurden „kalt“ kontaktiert, d.h. sie erhielten vor Studienbeginn kein Anschreiben oder andere Informationen, aufgrund derer sie über Ziel und Zweck der Studie informiert wurden. Allerdings wollten erst einige Zielpersonen dann an der Befragung teilneh-

4 Originalzitat

men, nachdem ihnen zuvor ein Fax bzw. eine E-Mail zugesandt worden war⁵. Allerdings mussten im Vergleich zur „Potential“-Befragung diesmal deutlich weniger Schreiben an die Zielpersonen geschickt werden.

In Bezug auf den Fragebogen kann Folgendes gesagt werden: teilweise gab es Verständnisschwierigkeiten bei Begriffen wie „Theorieanwendung“⁶ und „externer Datenbanken“⁷. Hier fehlten Definitionen für den Gebrauch im Interview, die auf jeden Fall bei einer weiteren Befragung vonnöten sind.

Trotz dieser „Stolpersteine“ kann generell gesagt werden, dass die Antwortbereitschaft der Zielpersonen durch die Interviewer tendenziell als sehr gut eingeschätzt wurde, was sich ohnehin in der Ausschöpfungsquote von 89 % widerspiegelt („Die Zielpersonen waren sehr nett und kooperativ“). Das Interview selbst wurde sowohl von den InterviewerInnen, als auch von den Zielpersonen als nicht besonders schwierig angesehen.

Eine ganze Reihe von Zielpersonen hatte anscheinend Schwierigkeiten, Produkte und Dienstleistungen den einzelnen Instituten zuzuordnen.⁸ Dies war insofern problematisch, wenn zu Beginn die Produkte nicht eindeutig zugeordnet werden konnten, die Nutzung also verneint wurde, sich aber im Laufe der Befragung herausstellte, dass doch Produkte bekannt waren (eventuell über Kollegen mit genutzt usw.), diese Informationen aufgrund der Filterführung nicht mehr abgefragt werden konnten.

Und bei den Fragen nach dem Preis-Leistungsverhältnis sahen sich viele Befragte nicht in der Lage, eine konkrete Bewertung abzugeben, wenn sie die Produkte nur dem Namen nach kannten. Befragte, die einen Großteil der Produkte und Dienstleistungen nicht kannten, aber eine Bewertung der Gesamtleistung abgeben sollten, taten sich ebenfalls schwer oder konnten keine Bewertung abgeben.

Wie schon bei der Professorenbefragung bereitete die im Fragebogen eingesetzte Skalierung (1 als Negativ- und 5 bzw. 6 als Positiv-Wert) den Zielpersonen Probleme, die die Interviewer durch nochmaliges Wiederholen oder Nachfragen auffangen mussten.

Nach jedem Interview sollten die InterviewerInnen auch bei dieser Umfrage wiederum festhalten: a) die Antwortbereitschaft der Zielperson, b) die Schwierigkeit des Interviews für sie selbst bzw. die Befragungsperson und c) wie interessant das Untersuchungsthema für die Zielperson war. Die Ergebnisse dieser Fragen sind in den nachfolgenden Abbildungen dargestellt, wobei aus Gründen der Vergleichbarkeit auch die Ergebnisse der Potential-Befragung mit einbezogen sind.

Generell kann gesagt werden, dass die Antwortbereitschaft der Zielpersonen durch die InterviewerInnen tendenziell als sehr gut eingeschätzt wurde, wobei die Bereitschaft bei den MitarbeiterInnen etwas besser war als bei den ProfessorInnen (Abb. 3a).

5 Das Schreiben befindet sich im Anhang des Berichts.

6 Frage F03

7 Frage F05

8 Konkreter Fall: „Eine Zielperson behauptete anfangs, sie kenne keine Dienstleistungen/Produkte des IZ. Bei der Frage nach SOLIS/FORIS stellte sich jedoch heraus, dass die ZP die Produkte nicht nur kannte, sondern sogar eifrigst nutzte.“

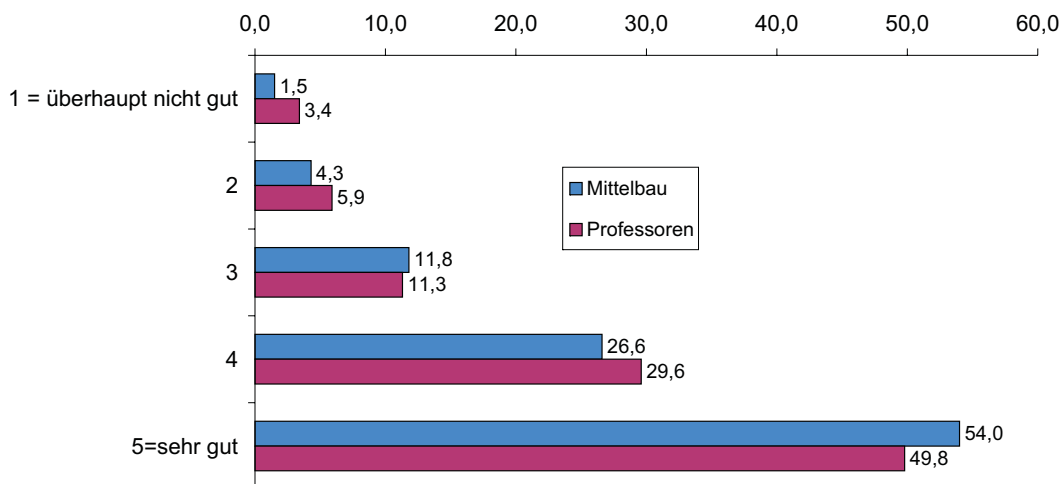


Abb. 3a Antwortbereitschaft der Zielpersonen

Das Interview selbst wurde sowohl von InterviewerInnen, als auch von den Zielpersonen als nicht besonders schwierig angesehen. Allerdings fiel den ProfessorInnen das Interview etwas leichter als den Befragten im „Mittelbau“ (Abb. 3c).

Und wie interessant das Untersuchungsthema nach Einschätzung der InterviewerInnen für die Befragten war, ist aus der Abbildung 3d erkennbar. Auch hier gibt es ganz geringfügige Unterschiede: die ProfessorInnen zeigten ein etwas größeres Interesse als die MitarbeiterInnen.

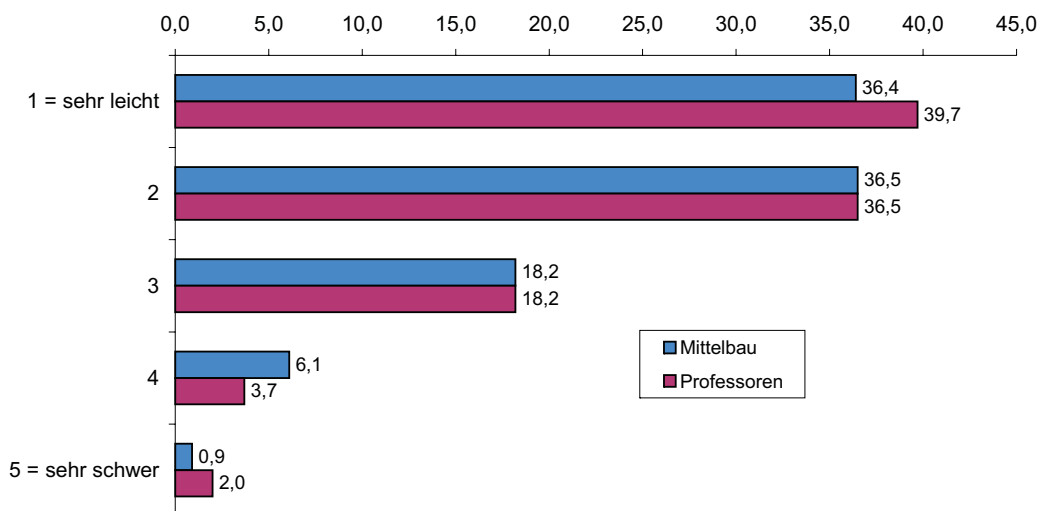


Abb. 3b Schwierigkeitsgrad Interviewer

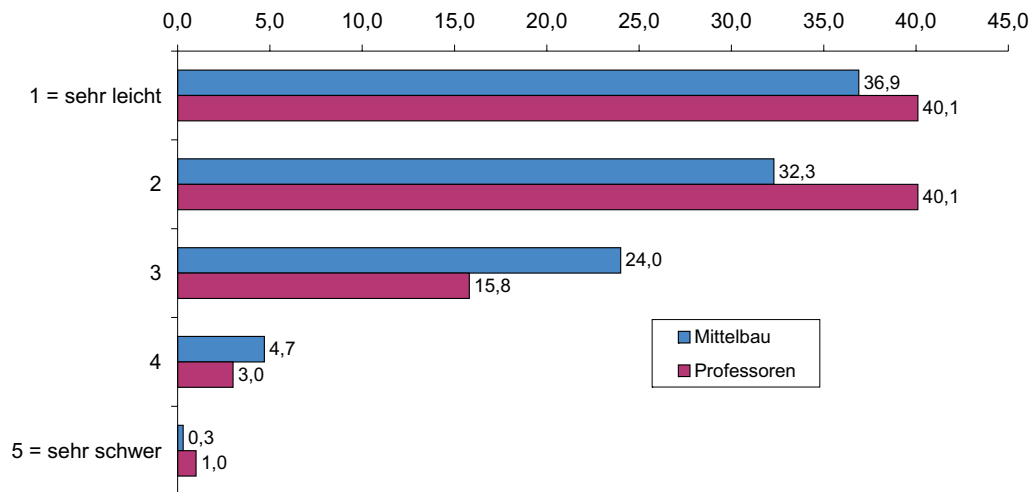


Abb. 3c: Schwierigkeitsgrad Zielperson

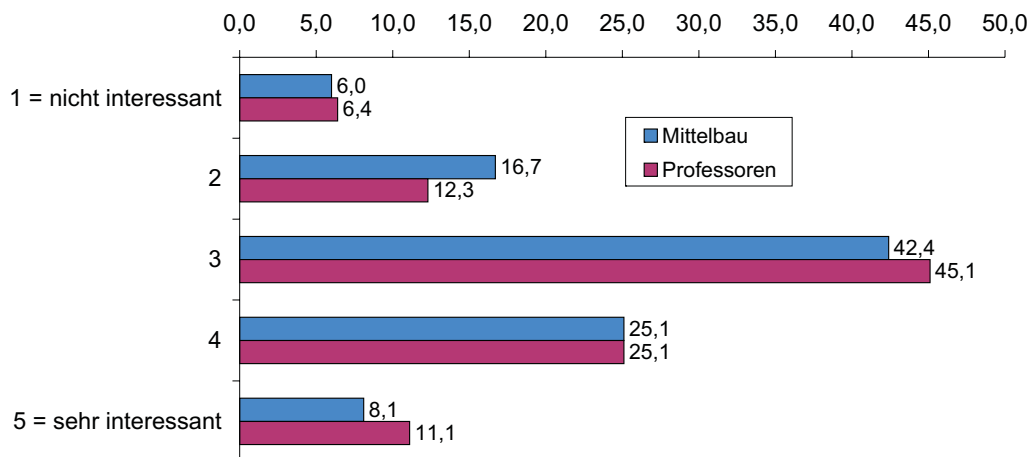


Abb. 3d Interesse seitens der Zielperson

8.7 Zusammenfassung

Die Befragung verlief im Wesentlichen ohne größere Probleme, obwohl jede Menge kleinerer „Stolpersteine“ beiseite geräumt werden mussten. Insbesondere die Recherche der Telefonnummern durch die InterviewerInnen nahm vergleichsweise viel Zeit in Anspruch. Nachdem diese Schwierigkeiten überwunden waren, konnte die Befragung im Wesentlichen ohne Probleme abgewickelt werden. Auf der Basis von 940 vorgegebenen Adressen lagen nach Abschluss der Feldarbeiten 642 realisierte Interviews vor. Bei der Studie konnte eine Ausschöpfungsquote von 89 % erzielt werden. Die durchschnittliche Interviewzeit betrug 19 Minuten.

Prof. Dr. Peter Ph. Mohler

Herrn
Hans Muster
Universität Muster
12345 Musterstadt
Fax.: 0123 / 123456

5. November 2000

Umfrage für die GESIS

Sehr geehrter Herr Muster,

die Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen (GESIS) führt derzeit eine Umfrage durch. Ziel der Befragung ist es, eine Bewertung des derzeitigen Leistungsangebotes der GESIS-Institute zu erhalten.

Sie wurden für diese Befragung anhand einer Zufallsstichprobe unter Sozialwissenschaftlern bzw. Sozialwissenschaftlerinnen in Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgewählt. Damit wir aussagefähige Ergebnisse erhalten, ist es wichtig, dass jede ausgewählte Person an unserer Befragung teilnimmt. Wir bitten Sie daher sehr herzlich, an unserer telefonischen Befragung teilzunehmen.

Die Teilnahme an unserer Befragung ist selbstverständlich freiwillig. Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und die Fragebogendateien werden von der GESIS nur in anonymisierter Form ausgewertet.

Für Ihren Beitrag zum Erfolg dieser wichtigen Untersuchung möchten wir uns bereits jetzt ganz herzlich bedanken.

Mit freundlichen Grüßen



Prof. Dr. Peter Ph. Mohler

9 Fragebogen

Question F01

Beginnen wir mit Ihren Lehrveranstaltungen. Welche Quellen und welche Medien nutzen Sie im Allgemeinen für Ihre Lehrveranstaltungen?

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- Lehrbücher / Fachbücher
- Fachzeitschriften
- Graue Literatur
- Umfragedaten
- Literatur- und Forschungsdatenbanken
- Gespräche mit KollegInnen und/oder MitarbeiterInnen
- Andere Quellen bzw. Medien (OFFEN)

==> DERZEIT KEINE LEHRVERANSTALTUNGEN

==> NÄCHSTE FRAGE

Question F01a

Benutzen Sie für Ihre Lehrveranstaltungen auch das Internet?

[INT.: Auch für Vorbereitungen zu Lehrveranstaltungen]

- 1 = JA, benutze Internet
 - 2 = NEIN, benutze Internet nicht
 - 3 = Keine Angabe
-

Question F02

Und welche Quellen und welche Medien nutzen Sie im Allgemeinen bei der Durchführung Ihrer Forschungsarbeiten?

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- Lehrbücher / Fachbücher
- Fachzeitschriften
- Graue Literatur
- Umfragedaten
- Literatur- und Forschungsdatenbanken
- Gespräche mit KollegInnen und/oder MitarbeiterInnen
- Andere Quellen bzw. Medien (OFFEN)

==> BETREIBE ÜBERHAUPT KEINE FORSCHUNG

==> NÄCHSTE FRAGE

Question F02a

Und benutzen Sie für Ihre Forschungstätigkeiten auch das Internet?

- 1 = JA, benutze Internet

2 = NEIN, benutze Internet nicht

3 = Keine Angabe

Question F03

Und welche Art von Forschung betreiben Sie? Betreiben Sie

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

empirische Forschung

anwendungsorientierte Forschung

Theorieanwendung

Grundlagenforschung

historische Forschung oder

deskriptive (beschreibende) Studien?

— andere Forschung (OFFEN)

==> KEINE FORSCHUNG

==> NÄCHSTE FRAGE

Question F04

Wie wichtig ist für Ihre wissenschaftliche Arbeit das Internet?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

1 = unwichtig

2

3

4

5 = sehr wichtig

6 = Benutze ich nicht

7 = Weiß nicht

Question F05

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit externe Datenbanken?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

1 = unwichtig

2

3

4

5 = sehr wichtig

6 = Benutze ich nicht

7 = Weiß nicht

Question F06

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit Dokumentationseinrichtungen bzw. Datenarchive?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

- 1 = unwichtig
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr wichtig
 - 6 = Benutze ich nicht
 - 7 = Weiß nicht
-

Question F07

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit Forschungseinrichtungen für die Sozialwissenschaften?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

- 1 = unwichtig
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr wichtig
 - 6 = Benutze ich nicht
 - 7 = Weiß nicht
-

Question F08

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit Instituts- bzw. Fachbereichsbibliotheken?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

- 1 = unwichtig
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr wichtig
 - 6 = Benutze ich nicht
 - 7 = Weiß nicht
-

Question F08b

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit Universitätsbibliotheken?
Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

- 1 = unwichtig
- 2
- 3
- 4
- 5 = sehr wichtig
- 6 = Benutze ich nicht
- 7 = Weiß nicht

Question F09

Eingangs hatte ich darauf hingewiesen, daß ich im Auftrag der GESIS anrufe. Ist Ihnen die GESIS - zumindest dem Namen nach - bekannt?

- 1 = JA, NUR dem Namen nach bekannt
 - 2 = Ja, bekannt und schon genutzt
 - 3 = NEIN, kenne ich nicht
-

Question F10b1

Kennen Sie, und wenn auch nur dem Namen nach, das Informationszentrum Sozialwissenschaften IZ in Bonn?

- 1 = JA
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question F10b2

Kennen Sie, und wenn auch nur dem Namen nach, das Zentralarchiv für empirische Sozialforschung ZA in Köln?

- 1 = JA
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question F10b3

Kennen Sie, und wenn auch nur dem Namen nach, das Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen ZUMA in Mannheim?

- 1 = JA
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question A01

Kommen wir nun zum Informationszentrum Sozialwissenschaften IZ.
Haben Sie selbst Produkte oder Dienstleistungen vom IZ in Anspruch genommen?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question A03

Haben Kollegen oder Studenten von Ihnen das IZ schon einmal für deren eigene Arbeiten genutzt?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question A04

Weisen Sie Ihre Kollegen oder Studenten/Innen darauf hin, das IZ zu nutzen?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
-

Question A051

Ein Hauptprodukt des IZ ist seine Datenbank SOLIS:

- Nachweise deutschsprachiger sozialwissenschaftlicher Fachliteratur -Kennen Sie SOLIS?

- 1 = JA, aber nur dem Namen nach bekannt
 - 2 = JA, schon damit gearbeitet
 - 3 = NEIN, völlig unbekannt
 - 4 = Weiß nicht
-

Question A052

Für wie wichtig halten Sie SOLIS für Ihre wissenschaftliche Arbeit? Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

- 1 = unwichtig
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr wichtig
 - 6 = Weiß nicht
-

Question A053

Für wie wichtig halten Sie SOLIS für die Sozialwissenschaft insgesamt? Sagen Sie bitte wieder anhand der Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

- 1 = unwichtig
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr wichtig
 - 6 = Weiß nicht
-

Question A061

Ein weiteres Hauptprodukt des IZ ist seine Datenbank FORIS - Nachweise sozialwissenschaftlicher Forschungsprojekte im deutschsprachigen Raum -. Kennen Sie FORIS?

- 1 = JA, aber nur dem Namen nach bekannt
- 2 = JA, schon damit gearbeitet
- 3 = NEIN, völlig unbekannt
- 4 = Weiß nicht

Question A062

Für wie wichtig halten Sie FORIS für Ihre wissenschaftliche Arbeit?

Verwenden Sie auch hier bitte die Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

- 1 = unwichtig
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr wichtig
 - 6 = Weiß nicht
-

Question A063

Für wie wichtig halten Sie FORIS für die Sozialwissenschaft insgesamt?

Sagen Sie bitte wieder anhand der Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

- 1 = unwichtig
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr wichtig
 - 6 = Weiß nicht
-

Question A071

Ich habe im Folgenden einige Fragen zu Informationsdiensten und Veröffentlichungen des IZ. Beginnen wir mit der CD-ROM WISO III.

Kennen Sie das Produkt CD-ROM WISO III?

- 1 = JA, aber nur dem Namen nach bekannt
 - 2 = JA, schon damit gearbeitet
 - 3 = NEIN, völlig unbekannt
 - 4 = Weiß nicht
-

Question A073

Wie beurteilen Sie das Produkt CD-ROM WISO III insgesamt?

Verwenden Sie die Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut.

- 1 = sehr schlecht
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr gut
 - 6 = Weiß nicht
-

Question A074

Und kennen Sie das Produkt WISO NET?

- 1 = JA, aber nur dem Namen nach bekannt
 - 2 = JA, schon damit gearbeitet
 - 3 = NEIN, völlig unbekannt
 - 4 = Weiß nicht
-

Question A075

Wie beurteilen Sie das Produkt WISO NET insgesamt?

Verwenden Sie die Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut.

- 1 = sehr schlecht
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr gut
 - 6 = Weiß nicht
-

Question A081

Kennen Sie den Sozialwissenschaftlichen FachInformationsDienst soFiD in gedruckter Form?

- 1 = JA, aber nur dem Namen nach bekannt
 - 2 = JA, schon damit gearbeitet
 - 3 = NEIN, völlig unbekannt
 - 4 = Weiß nicht
-

Question A083

Wie beurteilen Sie den soFiD insgesamt?

Verwenden Sie die Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut.

- 1 = sehr schlecht
- 2
- 3
- 4
- 5 = sehr gut
- 6 = Weiß nicht

[INT.: Gemeint ist hier SoFiD in der gedruckten Form]

Question A084

Und wie beurteilen Sie das Preis-Leistungsverhältnis von soFid?

Verwenden Sie die Skala von 1 = völlig unangemessen bis 5 = angemessen.

- 1 = völlig unangemessen
- 2
- 3
- 4
- 5 = angemessen
- 6 = Weiß nicht

[INT.: Gemeint ist hier soFid in der gedruckten Form]

Question A091

Kennen Sie die CD-ROM Version des soFid?

- 1 = JA, aber nur dem Namen nach bekannt
 - 2 = JA, schon damit gearbeitet
 - 3 = NEIN, völlig unbekannt
 - 4 = Weiß nicht
-

Question A093

Wie beurteilen Sie die CD-ROM des soFid insgesamt? Verwenden Sie die Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut.

- 1 = sehr schlecht
- 2
- 3
- 4
- 5 = sehr gut
- 6 = Weiß nicht

Question A101

Das IZ bietet der wissenschaftlichen Öffentlichkeit noch weitere Dienstleistungen und Produkte an, die ich Ihnen nun vorlese. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

Host-Zugang über STN oder GBI zu den Datenbanken SOLIS und/oder FORIS?

- 1 = Kenne ich
- 2 = Persönlich bereits genutzt
- 3 = Ist mir unbekannt

Question A102

Das IZ bietet der wissenschaftlichen Öffentlichkeit noch weitere Dienstleistungen und Produkte an, die ich Ihnen nun vorlese. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

Recherchen in Datenbanken in Auftrag zu geben (sogenannte Auftragsrecherchen)

- 1 = Kenne ich
- 2 = Persönlich bereits genutzt
- 3 = Ist mir unbekannt

Question A103

Das IZ bietet der wissenschaftlichen Öffentlichkeit noch weitere Dienstleistungen und Produkte an, die ich Ihnen nun vorlese. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

Dokumentationen zu sozialwissenschaftlichen und gesellschaftspolitischen Themengebieten (z.B. Gewalt in der Gesellschaft u.ä.)

- 1 = Kenne ich
 - 2 = Persönlich bereits genutzt
 - 3 = Ist mir unbekannt
-

Question A104

Das IZ bietet der wissenschaftlichen Öffentlichkeit noch weitere Dienstleistungen und Produkte an, die ich Ihnen nun vorlese. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

Informationsangebot zu Osteuropa

- 1 = Kenne ich
 - 2 = Persönlich bereits genutzt
 - 3 = Ist mir unbekannt
-

Question A105

Das IZ bietet der wissenschaftlichen Öffentlichkeit noch weitere Dienstleistungen und Produkte an, die ich Ihnen nun vorlese. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben. Gesellschaft im Fokus der Sozialwissenschaften

- 1 = Kenne ich
 - 2 = Persönlich bereits genutzt
 - 3 = Ist mir unbekannt
-

Question A11

Nachdem wir Sie nun zu einzelnen Serviceangeboten und Veröffentlichungen des IZ befragt haben, möchten wir Sie bitten, die Leistungen des IZ insgesamt zu bewerten. Wie beurteilen Sie insgesamt die Produkte und Dienstleistungen des IZ? Sind sie

[INT.: Angaben vorlesen]

- 1 ausgezeichnet
 - 2 sehr gut
 - 3 gut
 - 4 annehmbar oder
 - 5 schlecht?
 - 6 = Weiß nicht, noch nie genutzt
-

Question A12

Werden Sie die Produkte und Dienstleistungen des IZ an Kollegen/innen weiterempfehlen?

[INT.: Angaben vorlesen]

- 1 JA, bestimmt
 - 2 Wahrscheinlich ja
 - 3 Eventuell
 - 4 Wahrscheinlich nicht oder
 - 5 Bestimmt nicht?
 - 6 = Weiß nicht, noch nie genutzt
-

Question A13

Werden Sie die Produkte und Dienstleistungen des IZ wieder beziehen bzw. in Anspruch nehmen?

[INT.: Angaben vorlesen]

- 1JA, bestimmt
- 2Wahrscheinlich ja
- 3Eventuell
- 4Wahrscheinlich nicht oder
- 5Bestimmt nicht?
- 6=Weiß nicht, keine Angabe

Question A14

Wie groß ist der Vorteil, vom IZ Informationen zu beziehen im Vergleich mit anderen Möglichkeiten der Informationsbeschaffung? Ist das ein

[INT.: Angaben vorlesen]

- 1sehr großer Vorteil
- 2großer Vorteil
- 3mittlerer Vorteil
- 4geringer Vorteil oder
- 5gar kein Vorteil?
- 6=Weiß nicht, noch keine Erfahrung

Question A151

Denken Sie einmal an die verschiedenen Angebote des IZ und die Wege, auf denen diese Leistungen angeboten werden. Gibt es da irgend etwas, was das IZ anders oder besser machen sollte?

- 1 = JA
- 2 = NEIN
- 3 = Weiß nicht

Question A152

Können Sie uns bitte kurz erläutern, was das IZ anders oder besser machen sollte?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question A161

Und gibt es Ihrer Meinung nach Leistungen, die vom IZ noch zusätzlich angeboten werden sollten?

- 1 = JA
 - 2 = NEIN
 - 3 = Weiß nicht
-

Question A162

Können Sie uns bitte kurz angeben, welche Leistungen zusätzlich angeboten werden sollten?
[INT.: Bitte kurz notieren]

Question A17

Einmal abgesehen von den Produkten und Dienstleistungen des IZ, über die wir bereits gesprochen haben: Wodurch kommen Sie sonst noch in Ihrer beruflichen Tätigkeit mit dem IZ in Kontakt?

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- durch persönliche Kontakte
- über das Internet
- durch die jährliche Forschungserhebung (FORIS-Erhebung)
- durch Veranstaltungen, Kongresse
- durch Werbemaßnahmen des IZ
- durch den Prospekt: Produkte und Dienstleistungen
- durch das IZ-Telegramm
- durch meine Studenten
- Anderes, und zwar: (OFFEN)

==> NÄCHSTE FRAGE

Question A181

Kennen Sie andere Einrichtungen oder Institutionen, die vergleichbare Produkte oder Dienstleistungen anbieten wie das IZ?

- 1 = JA
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question A182

Und um welche Einrichtungen handelt es sich dabei?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question A19

Fühlen Sie sich über das Dienstleistungsangebot des IZ ausreichend informiert?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question A19b

Und warum fühlen Sie sich nicht ausreichend informiert?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question A20

Können Sie uns bitte sagen, warum Sie Produkte und Dienstleistungen des IZ nicht in Anspruch genommen haben?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question B01

Kommen wir nun zum Zentralarchiv für empirische Sozialforschung ZA in Köln. Haben Sie selbst Produkte oder Dienstleistungen vom ZA in Anspruch genommen?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question B03

Haben Kollegen oder Studenten von Ihnen das ZA schon einmal für deren eigene Arbeiten genutzt?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question B04

Weisen Sie Ihre Kollegen oder Studenten/Innen darauf hin, das ZA zu nutzen?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
-

Question B04b

Weisen Sie Ihre Kollegen oder Studenten/Innen darauf hin, das ZA zu nutzen?

1 = Ja

2 = Nein

Question B05a

Ich lese Ihnen nun einige Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen oder ob Sie es persönlich bereits genutzt haben.

1 = Kenne ich

2 = Persönlich bereits genutzt

3 = Ist mir unbekannt

Bezug von Datensätzen über das ZA

ZA-Information

ZA-Datenbestandskatalog / Datenbestandsverzeichnis

Frühjahrsseminar

Herbstseminar / ZHSF-Methodenseminar

Spezialbibliothek empirische Sozialforschung

Methodenberatung

Konferenzen und Workshops

Nationale Repräsentanz des ICPSR, summer-school, amerikanische Daten

HSR (Historical Social Research)

Question B06

Fühlen Sie sich über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs ausreichend informiert?

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiß nicht

Question B06b

Und warum fühlen Sie sich nicht ausreichend informiert? Können Sie das bitte kurz erläutern.

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question B07

Haben Sie schon einmal einen Datensatz zur Archivierung an das Zentralarchiv weitergegeben?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question B08

Haben Sie oder ein Kollege von Ihnen schon einmal nach Datensätzen im Zentralarchiv gesucht?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question B09

Und wie haben Sie diese Suche durchgeführt?

[Int.: Angaben NICHT vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- Internet / Datenbestandskatalog
- Telefonisch
- Schriftlich, postalisch, per Fax, per email
- Persönlich vor Ort
- über einen Vermittler, Kollegen
- Sonstiges (OFFEN)

==> NÄCHSTE FRAGE

Question xb091

Und wie haben Sie diese Suche durchgeführt?

[Int.: Angaben NICHT vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- Internet / Datenbestandskatalog
- Telefonisch
- Schriftlich, postalisch, per Fax, per email
- Persönlich vor Ort
- über einen Vermittler, Kollegen
- Sonstiges (OFFEN)

==> NÄCHSTE FRAGE

Question B091

Wie zufrieden waren Sie mit der Benutzungsfreundlichkeit des Datenbestandskatalogs im Internet?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiß nicht

Question B092

Wie zufrieden waren Sie mit den Auskünften bzw. der Beratung, die Ihnen auf Ihre telefonische Anfrage hin erteilt wurden?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiß nicht

Question B093

Wie zufrieden waren Sie mit den Auskünften bzw. der Beratung, die Ihnen auf Ihre schriftliche Anfrage hin erteilt wurden.

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis

5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiß nicht

Question B094

Wie zufrieden waren Sie mit den Auskünften bzw. der Beratung, die Ihnen auf Ihre persönliche Anfrage hin erteilt wurden?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

-
- 4
5 = sehr zufrieden
6 = Weiß nicht
-

Question B11

Benötigen Sie für Ihre Lehr- bzw. Forschungstätigkeiten aktuelle Umfragedaten?

- 1 = JA, benötige Umfragedaten
2 = NEIN,
3 = Weiß nicht
-

Question B12

Wie zufrieden sind Sie mit der Aktualität der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze?
Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis

- 5 = sehr zufrieden.
1 = gar nicht zufrieden
2
3
4
5 = sehr zufrieden
6 = Weiß nicht
-

Question B13

Haben Sie für Ihr Forschungsthema beim ZA geeignete Datensätze vorgefunden?

- 1 = JA
2 = NEIN
3 = Habe beim ZA nicht danach gesucht
4 = Weiß nicht
-

Question B14a

Könnte das Zentralarchiv Ihrer Meinung nach etwas tun, um Nutzern die Recherche in seinen Datenbeständen zu erleichtern?

- 1 = JA
2 = Nein
3 = Weiß nicht
-

Question B14b

Und was könnte das Zentralarchiv tun, um Nutzern die Recherche in seinen Datenbeständen zu erleichtern?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question B15

Haben Sie schon ein oder mehrere Male Datensätze vom ZA bezogen?

- 1 = JA
 - 2 = Nein, noch nie
 - 3 = Weiß nicht
-

Question B16a

Wie oft etwa haben Sie Datensätze vom Zentralarchiv bezogen?

- Ca. xxxx mal
 - [9998 = Weiß nicht
 - 9999 = Keine Angabe
 - 1 - 999]
-

Question B16b

Um welche Datensätze hat es sich dabei gehandelt?

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- ALLBUS
- Eurobarometer
- ISSP
- Politbarometer
- Wahlstudien
- World Values Survey
- European Values Survey
- Jugendstudien (z.Bsp.DJI Jugendsurvey, Shell-Jugendstudie)
- Wohlfahrtssurvey
- Daten aus dem Schwerpunkt DDR/NBL (Neue Bundesländer)
- Daten der Historischen Sozialforschung
- Sonstiges (OFFEN)

==> WEIß NICHT MEHR

==> NÄCHSTE FRAGE

Question B16c

Wenn Sie Datensätze auf Diskette oder CD-ROM bestellt haben: Wie zufrieden waren Sie mit der Bearbeitungszeit bis Ihnen die Datensätze geliefert wurden?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

- 1 = gar nicht zufrieden
- 2
- 3
- 4
- 5 = sehr zufrieden
- 6 = Weiß nicht

7 = KEINE DATEN auf Diskette / CD-ROM bestellt

Question B16c2

Wenn Sie Datensätze zum Herunterladen aus dem Internet (nur Downloaden vom FTP-Server) bestellt haben: Wie zufrieden waren Sie mit der Bearbeitungszeit bis Ihnen die Datensätze geliefert wurden?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiß nicht

7 = KEINE DATEN zum Herunterladen bestellt

Question B16c3

Beim ALLBUS besteht die Möglichkeit, sich die Datensätze unter Angabe der eigenen Adresse sofort aus dem Internet herunter zu laden. Wenn Sie schon von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht haben: Wie zufrieden waren Sie damit?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiß nicht

7 = KEINE ALLBUS-Daten aus dem Internet herunter geladen

Question B17

Und was erwarten Sie, wenn Sie einen Datensatz beim Zentralarchiv auf Diskette oder CD-ROM bestellen. In wie vielen Tagen sollte dieser dann geliefert werden?

xxx Tage

[997 = so schnell wie möglich

998 = Weiß nicht

1 - 360]

[INT.: Bei Nachfrage: gemeint ist die postalische Lieferung]

Question B172

Und was erwarten Sie, wenn Sie einen Datensatz beim Zentralarchiv zum Herunterladen aus dem Internet (nur Downloaden vom FTP-Server) bestellen. In wie vielen Stunden sollte dieser dann für Sie zum Herunterladen bereitgestellt sein?

- xxx Stunden
- [997 = so schnell wie möglich
- 998 = Weiß nicht
- 1 - 360]

Question B18a

Gab es Probleme bei der Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Datensätze?

- 1 = JA
- 2 = Nein
- 3 = Datensatz wurde noch nicht ausgewertet / bearbeitet
- 4 = Weiß nicht mehr
- 5 = Keine Angabe

Question B18b

Und welche Probleme gab es? Können Sie mir sagen, woran das lag?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

Question B18c

Und für welchen der folgenden Zwecke haben Sie die Datensätze verwendet?

[Int.: Angaben einzeln vorlesen. Zutreffendes markieren]

- Für Sekundäranalyse mit eigener Fragestellung
- Zur Überprüfung der Vorgehensweise anderer Forscher
- Für den Einsatz in der Lehre
- Zur Ergänzung eigener Daten in zeitlicher Hinsicht
- Zur Ergänzung eigener Daten hinsichtlich eines interkulturellen Vergleichs
- Zur Evaluation von Meßinstrumenten
- Zur Vorbereitung eines eigenen Forschungsprojekts
- Andere Zwecke, und zwar: (OFFEN)

==> WEIß NICHT MEHR

==> NÄCHSTE FRAGE

Question B19

In welchem Jahr haben Sie das letzte Mal einen Datensatz vom Zentralarchiv bezogen?

- Jahr xxxx
- [9998 = Weiß nicht mehr

9999 = Keine Angabe
1970 - 2003]

Question B20

Aus welchen Gründen haben Sie bisher keine Datensätze vom Zentralarchiv bezogen?
[Int.: Angaben NICHT vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- Ich arbeite nicht empirisch
- Ich hatte noch keinen Bedarf an der Durchführung einer Sekundäranalyse
- Ich habe keinen passenden Datensatz gefunden
- Ich habe die Suche nach Datensätzen aufgegeben, weil ich mit den Suchhilfen nicht zurecht kam
- Ich habe die gewünschten Daten von einem Kollegen bekommen und mußte daher die Daten nicht beim Zentralarchiv beziehen
- Sonstiges (OFFEN)

==> NÄCHSTE FRAGE

Question B21

Denken Sie bitte einmal an Ihre Kontakte mit dem Zentralarchiv. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den Leistungen des Zentralarchivs?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

- 1 = gar nicht zufrieden
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr zufrieden
 - 6 = Weiß nicht
-

Question B22a

Denken Sie einmal an die verschiedenen Angebote des Zentralarchivs und die Wege, auf denen diese Leistungen angeboten werden. Gibt es da irgend etwas, was das Zentralarchiv besser machen sollte?

- 1 = JA
 - 2 = NEIN
 - 3 = Weiß nicht
-

Question B22b

Können Sie uns das bitte kurz erläutern?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question B23a

Und gibt es Leistungen, die vom ZA zusätzlich noch angeboten werden sollten?

- 1 = JA
 - 2 = NEIN
 - 3 = Weiß nicht
-

Question B23b

Und welche Leistungen sollten zusätzlich angeboten werden?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question B24a

Kennen Sie andere Einrichtungen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen anbieten wie das Zentralarchiv?

- 1 = JA
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question B24b

Und um welche Institutionen handelt es sich dabei?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question b25

Sie haben noch nie Produkte bzw. Dienstleistungen in Anspruch genommen. Können Sie uns bitte sagen, woher Sie dann das ZA kennen?

[Int.: Angaben NICHT vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- von Kolleginnen oder Kollegen gehört
- von Mitarbeiter oder Mitarbeiterinnen gehört
- von Studenten bzw. Studentinnen gehört
- durch ZA-Information
- durch die HSR (Historische Sozialforschung/Historical Social Research)
- aus der Fachliteratur
- über vom ZA vertriebene Datensätze
- kenne das Herbstseminar / ZHSF-Methodenseminar
- kenne andere Produkte des ZA
- aus dem Internet
- durch Prospekte, Plakate oder andere Werbemaßnahmen
- ist in der Profession ein Begriff
- anderes (OFFEN)

==> NUR DEM NAMEN NACH BEKANNT
==> NÄCHSTE FRAGE

Question b26

Können Sie uns bitte sagen, warum Sie Produkte und Dienstleistungen des ZA nicht in Anspruch genommen haben?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

Question C01

Kommen wir nun zu ZUMA, dem Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen. Haben Sie selbst Produkte oder Dienstleistungen von ZUMA in Anspruch genommen?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question C03

Haben Kollegen oder Studenten von Ihnen ZUMA schon einmal für deren eigene Arbeiten genutzt?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question C04

Weisen Sie Ihre Kollegen oder Studenten/Innen darauf hin, ZUMA zu nutzen?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
-

Question C05a

Haben Sie schon einmal beim ZUMA Beratungs- bzw. Projektleistungen in Anspruch genommen?

- 1 = JA
 - 2 = NEIN
 - 3 = Weiß nicht
-

Question C05b

Wie oft haben Sie Beratungsleistungen beim ZUMA in Anspruch genommen?

xxxx Mal

[9998 = Weiß nicht mehr

9999 = Keine Angabe

0 = Keine Beratungsleistung in Anspruch genommen

1 - 999]

Question C05c

Wie zufrieden waren Sie mit den Beratungsleistungen vom ZUMA?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiß nicht

Question C05d

Wie viele Ihrer Projekte haben Sie bei ZUMA betreuen lassen?

xxx Projekte

[998 = Weiß nicht mehr

999 = Keine Angabe

0 = Keine Projektbetreuung

1 - 100]

Question C06a

Wie zufrieden waren Sie alles in allem mit der Betreuung durch ZUMA?

Sagen Sie es bitte anhand einer Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Unterschiedlich

7 = Weiß nicht

Question C06b

Inwiefern oder womit waren Sie zufrieden?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

Question C06c

Womit waren Sie zufrieden, womit waren Sie unzufrieden?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question C06d

Warum oder womit waren Sie nicht zufrieden?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question C07a

Haben Sie auch Produkte bzw. Dienstleistungen vom ZUMA in Anspruch genommen?

- 1 = JA
 - 2 = NEIN
 - 3 = Weiß nicht
-

Question C07b

Neben Projektbetreuung und Beratung bietet ZUMA der wissenschaftlichen Öffentlichkeit verschiedene Produkte und Dienstleistungen an. Ich lese Ihnen nun einige dieser Angebote vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

- 1 = Kenne ich
 - 2 = Persönlich bereits genutzt
 - 3 = Ist mir unbekannt
- ZUMA-Nachrichten
 - ZUMA-Nachrichten Spezial
 - ZUMA-Arbeitsberichte
 - ZUMA-Skalenhandbuch
 - ZUMA-Informationssystem ZIS
 - ZUMA How To Reihe
 - Informationsdienst Soziale Indikatoren - ISI
 - Datenreport
 - sonstige ZUMA-Publikationen
 - ZUMA-workshops
 - Telefonische Befragungen im ZUMA-Telefonlabor
 - Durchführung von Pretests/Pilotstudien
 - ALLBUS
 - ISSP
 - Soziale Indikatoren
 - Daten der amtlichen Statistik
 - TEXTPACK

Berufsvercodung

Question C07d

Neben Projektbetreuung und Beratung bietet ZUMA der wissenschaftlichen Öffentlichkeit verschiedene Produkte und Dienstleistungen an. Ich lese Ihnen nun einige dieser Angebote vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

- 1 = Kenne ich
 - 2 = Persönlich bereits genutzt
 - 3 = Ist mir unbekannt
-

Question C08a

Fühlen Sie sich über das Dienstleistungs- und Produktangebot ZUMAs ausreichend informiert?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question C08b

Können Sie uns bitte kurz angeben, warum Sie sich über das Dienstleistungs- und Produktangebot nicht ausreichend informiert fühlen?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

Question C09

Haben Sie ZUMA in der Vergangenheit schon einmal an Kolleginnen oder Kollegen weiterempfohlen?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question C10

Würden Sie Kolleginnen oder Kollegen, die empirische Forschung betreiben, in Zukunft empfehlen, sich an ZUMA zu wenden..

[INT.: Vorgaben vorlesen]

- 1 = ganz bestimmt
- 2 = wahrscheinlich
- 3 = wahrscheinlich nicht oder

-
- 4 = ganz sicher nicht?
 - 5 = kommt darauf an
 - 6 = habe keine KollegInnen, die empirisch arbeiten
 - 7 = Weiß nicht
-

Question C11

Werden Sie selbst sich in Zukunft wieder an ZUMA wenden?

[INT.: Vorgaben vorlesen]

- 1 = ganz bestimmt
 - 2 = wahrscheinlich
 - 3 = wahrscheinlich nicht oder
 - 4 = ganz sicher nicht?
 - 5 = kommt darauf an
 - 6 = mache keine empirische Forschung (mehr)
 - 7 = Weiß nicht
-

Question C12

Bitte versuchen Sie jetzt, ZUMA insgesamt zu bewerten.

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

- 1 = gar nicht zufrieden
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 = sehr zufrieden
 - 6 = Weiß nicht
-

Question C22a

Denken Sie einmal an die verschiedenen Angebote vom ZUMA und die Wege, auf denen diese Leistungen angeboten werden. Gibt es da irgend etwas, was ZUMA besser machen sollte?

- 1 = JA
 - 2 = NEIN
 - 3 = Weiß nicht
-

Question C22b

Können Sie uns bitte kurz erläutern?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

Question C23a

Und gibt es Leistungen, die vom ZUMA zusätzlich noch angeboten werden sollten?

- 1 = JA
 - 2 = NEIN
 - 3 = Weiß nicht
-

Question C23b

Und welche Leistungen sollten zusätzlich angeboten werden?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

Question C24a

Kennen Sie Einrichtungen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen anbieten wie ZUMA?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question C24b

Und um welche Einrichtungen handelt es sich dabei?

[INT.: Bitte kurz notieren]

Question C24c

Haben Sie sich bei diesen Einrichtungen selbst schon einmal Rat oder Unterstützung geholt?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
-

Question C24d

Und in welchen Bereichen oder zu welchen Fragestellungen haben Sie sich dort Rat oder Unterstützung geholt?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

Question C25

Sie haben noch nie Produkte bzw. Dienstleistungen in Anspruch genommen. Können Sie uns bitte sagen, woher Sie dann ZUMA kennen?

[Int.: Angaben NICHT vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- von Kolleginnen oder Kollegen gehört
- von Mitarbeiter oder Mitarbeiterinnen gehört
- von Studenten bzw. Studentinnen gehört
- durch ZUMA-Nachrichten
- durch andere ZUMA-Publikationen
- aus der Fachliteratur
- kenne das workshop-Angebot
- kenne andere Produkte vom ZUMA
- aus dem Internet
- durch Prospekte, Plakate oder andere Werbemaßnahmen
- ist in der Profession ein Begriff
- anderes (OFFEN)

==> NUR DEM NAMEN NACH BEKANNT

==> NÄCHSTE FRAGE

Question C26

Können Sie uns bitte noch sagen, warum Sie Produkte bzw. Dienstleistungen vom ZUMA nicht in Anspruch genommen haben?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

Question ezu

Können Sie uns bitte noch sagen, warum Sie Produkte bzw. Dienstleistungen vom ZUMA nicht in Anspruch genommen haben?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

Question F20

Die 3 GESIS-Institute sind auch im Internet vertreten. Kennen Sie das Internet-Angebot?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question F20b

Haben Sie schon einmal Informationen aus dem Internet-Angebot von GESIS abgerufen oder Dateien heruntergeladen?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Weiß nicht
-

Question s01

Wir möchten Sie nun zum Abschluss noch um einige statistische Angaben bitten. Können Sie mir bitte sagen, wie alt Sie sind?

- Alter in Jahren: xx
 - 0 = Keine Angabe
 - 20 - 90
-

Question s01b

INT.: Geschlecht

- 1 = Männlich
 - 2 = Weiblich
-

Question s02

Seit wievielen Jahren sind Sie in Forschung und/oder Lehre tätig?

- xx Jahre
- 0 = Keine Angabe
- 1 - 60]

[INT.: Bei weniger als 12 Monaten bitte eine 1 eintragen]

Question S03

In welcher Position sind Sie derzeit tätig?

- 1 = Wissenschaftlicher Mitarbeiter
 - 2 = akademischer Rat / Oberrat / Direktor
 - 3 = Assistent / Oberassistent
 - 4 = PD (Privat-Dozent)
 - 5 = Doktorand / Hiwi / Professor / Lehrbeauftragter
 - 6 = Sonstiges
 - 7 = Keine Angabe
-

Question S04

Arbeiten Sie derzeit an Ihrer Dissertation oder an Ihrer Habilitation?

- 1 = JA, an Dissertation
 - 2 = JA, an Habilitation
 - 3 = NEIN
 - 4 = Keine Angabe
-

Question S05

Sind Sie derzeit in einem Drittmittel-finanzierten Projekt tätig?

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
 - 3 = Keine Angabe
-

Question F89

Darf ich Sie zum Abschluss unserer Umfrage noch bitten mir zu sagen, mit welchem Thema bzw. mit welchen Fragestellungen Sie sich in Ihrer wissenschaftlichen Arbeit derzeit beschäftigen?

[INT.: Bitte kurz notieren]
