

IZ-Arbeitsbericht Nr. 25

Das Informationszentrum Sozialwissenschaften im Urteil von Soziologieprofessorinnen und -professoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

Matthias Stahl, Gisbert Binder, Jutta Marx

Juni 2002



InformationsZentrum
Sozialwissenschaften

Lennéstraße 30
D-53113 Bonn
Tel.: 0228/2281-0
Fax.: 0228/2281-120
email: sl@bonn.iz-soz.de
Internet: <http://www.gesis.org>

ISSN: 1431-6943

Herausgeber: Informationszentrum Sozialwissenschaften der Arbeits-
gemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI)

Druck u. Vertrieb: Informationszentrum Sozialwissenschaften, Bonn
Printed in Germany

Das IZ ist Mitglied der Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen e.V. (GESIS), einer
Einrichtung der Wissenschaftsgemeinschaft Gottfried Wilhelm Leibniz (WGL)

Inhalt

1 Zur Anlage der Untersuchung	4
1.1 Zeitlicher Ablauf und Fragestellungen	4
1.2 Realisierte Interviews, Interviewerdauer und Kontaktzahl	7
2 Soziodemografische Angaben	8
3 Informationsverhalten	13
4 Der Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute	16
5 Das Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ) aus der Sicht der Profession	17
5.1 Nutzer des IZ	17
5.2 Bekanntheit und Bedeutung von SOLIS und FORIS	19
5.3 Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des IZ	21
5.4 Steigerung der Nutzungsintensität: Was könnte das IZ besser oder anders machen?	23
5.5 Kontakt der Nutzer mit dem IZ	24
5.6 Gesamtbeurteilung des IZ	26
5.7 Gesamtbeurteilung: Vergleich mit der TRI:M-Studie 1997	28
5.8 Alternativen zum IZ	30
5.9 Zusammenfassung	30
5.10 Schlussfolgerungen und weiteres Vorgehen	32
5.10.1 Untersuchung zur Nutzung der CD-ROM WISO III	32
5.10.2 Untersuchung des GESIS-Internetangebotes	33
5.10.3 Informationswissenschaftliche Projekte des IZ	34
6 Anhänge	37
6.1 Anhang 1: Gründe für die Nichtnutzung des IZ	37
6.2 Anhang 2: Vorschläge für zusätzliche Leistungen und sonstige Verbesserungen	40
6.3 Anhang 3: TRI:M Ergebnisse von NFO	45
6.4 Anhang 4: Feldbericht	50
6.4.1 Einleitung	50
6.4.2 Stichprobe	50
6.4.3 Feldzeit	50
6.4.4 Fragebogen	51
6.4.5 Realisierte Interviews und Ausschöpfungsübersicht	53
6.4.6 Interviewdauer und Kontaktanzahl	56
6.4.7 Besonderheiten	58
6.4.8 Zusammenfassung	64
6.5 Anhang 5: Fragebogen	66

1 Zur Anlage der Untersuchung

1.1 Zeitlicher Ablauf und Fragestellungen

Die Idee, die GESIS-Institute mittels einer telefonischen Befragung deutschsprachiger Soziologieprofessorinnen und -professoren evaluieren zu lassen, hat ihren Ursprung in der GESIS-Arbeitsgruppe „Qualitätssicherung“, dessen Leiter Prof. Mohler ist. Diese Arbeitsgruppe koordiniert auf der GESIS-Ebene die verschiedenen Aktivitäten hinsichtlich der Qualitätssicherung in den einzelnen Instituten. Die Gruppe der Soziologieprofessorinnen und -professoren gehört in allen drei Instituten zur Kerngruppe der (potentiellen) Nutzer. Insofern lag es nahe, eine gemeinsame Untersuchung als GESIS Gemeinschaftsprojekt zur Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Produkte und Dienstleistungen der GESIS durchzuführen. Mit der konkreten Durchführung des Projektes wurde ein Arbeitsteam - „Fragebogen-AG“ genannt - beauftragt, dem Gisbert Binder und Matthias Stahl (IZ), Markus Klein (ZA) und Rolf Porst (ZUMA) angehörten und das mit der Vorbereitung, Durchführung und Erstausswertung der Befragung betraut wurde. Das erste Arbeitstreffen dieses Teams fand am 28. September 1999 statt. Arbeitsschwerpunkt war zunächst die Entwicklung eines Befragungsinstruments, das neben einem allgemeinen Teil zur generellen Informationsgewinnung institutsspezifische Fragebogenteile für die drei Institute enthalten sollte. Ein erster Entwurf des Fragebogens konnte bereits in der Sitzung der AG Qualitätssicherung am 4. November 1999, eine modifizierte Fassung am 6. Dezember 1999 vorgestellt und diskutiert werden. Die anschließende Diskussion des Fragebogens in den einzelnen Instituten führte zu weiteren Änderungen.

Der Fragebogen wurde danach von der ZUMA-Arbeitsgruppe CAI (Computer Assisted Interviewing) in die vorgesehene CATI-Version umgesetzt und im Mai 2000 einem ausführlichen Pretest unterzogen (Schneid & Stiegler 2000¹). Aufgrund der Ergebnisse des Pretests wurde eine umfassende und umfängliche Revision und Kürzung des Befragungsinstrumentes vorgenommen. Dieser konnte dann bei der Haupterhebung im November und Dezember 2000 zum Einsatz kommen. Um eine hohe Ausschöpfungsquote zu erreichen, wurde die Hauptbefragung im Telefonlabor von ZUMA, unter Verantwortlichkeit von Angelika Stiegler und Michael Schneid, durchgeführt.

¹ Schneid, Michael & Angelika Stiegler (2000): Pretestbericht Projekt „Potential-Umfrage GESIS“. ZUMA-Projektbericht 03/2000.

Grundlage der Befragung war eine vom IZ zur Verfügung gestellte Adressdatei von 636 Namen, Adressen und Telefonnummern von Soziologieprofessorinnen und -professoren in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Zur Grundgesamtheit gehören diejenigen C3 bzw. C4 Professoren, die zum Zeitpunkt der Adresserstellung (WS 1999/2000) als Mitglied eines Fachbereiches oder Fachgebietes Soziologie oder Sozialwissenschaften in den Vorlesungsverzeichnissen Wissenschaftlicher Hochschulen incl. sonstiger Hochschulen wie Deutsche Sporthochschule Köln, Fernuniversität Hagen zu identifizieren waren. Nicht berücksichtigt wurden die Fachhochschulen, Pädagogische Hochschulen, Kunst- und Musikhochschulen. Jede Personen- bzw. Adressangabe wurde in einem weiteren Schritt im Internet auf Aktualität überprüft und gegebenenfalls korrigiert bzw. um neue Personenangaben ergänzt. Hinzu kamen die Namen von Professoren aus größeren sozialwissenschaftlichen Institutionen wie das Wissenschaftszentrum zu Berlin (WZB) oder den sozialwissenschaftlich ausgerichteten Max-Planck-Instituten, sofern diese nicht bereits vorher im Lehrkörper einer Hochschule identifiziert worden waren.

Aufgrund dieser Vorgehensweise konnten 636 Personen identifiziert werden, die – im Sinne der oben genannten Bedingungen – die Grundgesamtheit aller Soziologieprofessorinnen und -professoren im deutschsprachigen Raum darstellen. Die Vollständigkeit der Adressen wurde anschließend stichprobenartig anhand des (umfangreichen) Wissenschaftlichen Beirats der "Zeitschrift für Soziologie" und der Internetangaben der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS) zu Sektionen und AGs überprüft. Fehlerhafte Adressen wurden korrigiert und fehlende ggf. nachgetragen.

Die Namen der 636 Professorinnen und Professoren wurden daraufhin kontrolliert, in wieweit sie entweder aktuell oder in der Vergangenheit Mitglied eines Gremiums der GESIS/IZ/ZA oder ZUMA sind bzw. waren oder – wie im Falle von ZA und ZUMA – als ehemalige Mitarbeiter zwischenzeitlich im Hochschulbereich als Professor tätig sind. Diese Auswahl erfolgte getrennt in den jeweiligen Instituten. Insgesamt konnten von den 636 Personen 113 Professoren identifiziert werden, die eine hohe Affinität zu GESIS bzw. den einzelnen Instituten aufweisen. In der Ergebnisdarstellung wird punktuell auf Unterschiede zwischen den "GESIS-Affinen" und den übrigen Befragten eingegangen.

Der Fragebogen² selbst umfasst mehrere Befragungsblöcke. Einleitend sollten alle Befragten zunächst angeben, welche Quellen und Medien sie im allgemeinen für ihre Lehrveranstaltungen und für die Durchführung ihrer Forschungsarbeiten nutzen. Im Anschluss daran wurde die Relevanz verschiedenster Informationsquellen (von Universitätsbibliotheken über Datenbanken bis hin zum Internet) abgefragt. Es folgten dann die Fragen zum (gestützten) Bekanntheitsgrad von GESIS sowie den drei Instituten IZ, ZA und ZUMA. Danach verzweigte sich der Fragebogen in den jeweiligen institutsspezifischen Teil. Der institutsspezifische Fragenblock wurde natürlich nur dann aufgerufen, wenn die Zielperson zuvor angegeben hatte, dass sie das jeweilige Institut kennt. Im IZ wurden neben der Bekanntheit von Dienstleistungen und Produkten vertiefende Fragen zu den Datenbanken SOLIS und FORIS, zur CD-ROM WISO III und zum Sozialwissenschaftlichen Fachinformationsdienst (soFid) gestellt. Beim ZA ging es neben der Bekanntheit von Dienstleistungen und Produkten u.a. schwerpunktmäßig um die Archivierung, Suche, Aktualität usw. 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 (damaligen³) Internetangebot. Zum Interviewschluss folgten dann noch für alle Zielpersonen einige soziodemografische Fragen zum Alter, der Besoldungsstufe, den soziologischen Teildisziplinen, denen sich die Befragten zugehörig fühlten sowie dem aktuell bearbeiteten Thema in Forschung und Lehre. In der letzten Frage wurde eruiert, ob die Befragten an der Zusendung von Informationsmaterial zur GESIS interessiert waren.⁴

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

³ Ab 1. Februar 2001 wurde das völlig neu gestaltete GESIS Internet Angebot ins Netz gestellt.

⁴ 7 von 10 Professoren bekundeten immerhin ihr Interesse und wurden über das IZ mit Informationsmaterial versorgt.

1.2 Realisierte Interviews, Interviewerdauer und Kontaktzahl⁵

Auf der Basis der 636 Personen konnten - in der Zeit vom 9. bzw. 14. November⁶ bis 14. Dezember 2000 – insgesamt 431 befragt werden; davon gehören 79 der Gruppe derjenigen Professoren/innen an, die eine hohe Affinität zu GESIS aufweisen. Die Ausschöpfungsquote liegt damit bei beachtlichen 77,2%. Stichprobenneutrale Ausfälle, wie bspw. Telefon Nr. nicht mehr existent oder Zielperson verstorben, waren bei 39 Rufnummern festzustellen. 20 Personen befanden sich entweder zum Zeitpunkt der Befragung im Ausland oder hatten ein Freisemester, bei 11 Personen wurde nach mehr als 30 Kontaktversuchen der Versuch aufgegeben, sie zu befragen und 8 Personen waren zum Wintersemester 2000/2001 emeritiert. Bemerkenswert ist, dass nur eine einzige Person das Interview nicht zu Ende führte.

Das kürzeste Interview dauerte 8 Minuten, das längste 89 Minuten. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug 23 Minuten und erfüllte damit die Anforderungen, die im Vorfeld aufgestellt waren, dass die Zielpersonen im Durchschnitt nicht länger als 30 Minuten interviewt werden sollten.

Aufgrund der Erfahrungen, die die Mitarbeiter des ZUMA CATI-Studios in der Vergangenheit mit einer ähnlichen Population gemacht hatten, war von Anfang an klar, dass weitaus mehr Kontaktversuche als bei einer Bevölkerungsumfrage notwendig sein würden, bevor es zu einem realisierten Interview käme. Im Schnitt waren deshalb 7,2 Kontaktversuche nötig.

Der Datensatz wurde von der ZUMA-Arbeitsgruppe CAI im Januar 2001 an die „Fragebogen-AG“ übergeben, die mit der Erstauswertung der Daten beauftragt worden war. Im folgenden Ergebnisteil werden zunächst Angaben zur Soziodemografie, zum generellen Informationsverhalten der Professorinnen und Professoren sowie dem (gestützten) Bekanntheitsgrad der GESIS

⁵ Eine detaillierte Darstellung der Vorbereitung und Durchführung der Befragung findet sich im Feldbericht von Schneid & Stiegler (2001): Feldbericht Projekt "Potential-Umfrage GESIS. ZUMA-Projektbericht 08/2001, der sich im Anhang befindet.

⁶ Wegen eines Totalausfalls des CATI-Systems mußte die Befragung, die am 9. November begonnen hatte, kurzfristig unterbrochen werden. Neubeginn des Feldes war - nach Behebung des Fehlers - dann der 14. November.

vorgestellt, im Anschluss daran folgen die Ergebnisse der einzelnen Institute IZ/ZA/ZUMA.

2 Soziodemografische Angaben

Von den 431 befragten Professoren sind 374 (86,8%) männlich und nur 57 (13,2%) weiblich. Der jüngste Teilnehmer an der Befragung ist 39 Jahre alt, der älteste 76 Jahre; der Mittelwert liegt bei 56,1 (Standardabweichung $Sd = 6,64$), der Modus bei 57,0. Wie man aus Tabelle 1 erkennen kann, sind mehr als die Hälfte der befragten Professoren/innen zwischen 55 und 64 Jahre alt, immerhin noch fast jede/r Zehnte älter als 65 Jahre:

Tabelle 1: Altersverteilung der befragten Professoren/innen (N=428)

Alter in Kategorien	abs.	%	% kum.
unter 45 Jahre	25	5,8	5,8
45 bis 54 Jahre	137	32,0	37,9
55 bis 64 Jahre	230	53,7	91,6
65 oder älter	36	8,4	100,0
<i>Gesamt</i>	<i>428</i>	<i>100,0</i>	

(Keine Angabe N = 3)

Dies wirkt sich natürlich - so trivial das klingen mag - aus auf **die Dauer der bisherigen Tätigkeit als Professorin/Professor** ($r = 0.776$, $p = 0.01$), die sich von einem Jahr bis hin zu 36 Jahren erstreckt; der Mittelwert liegt bei 17,2 Jahren ($Sd = 9,40$), der Modus bei 18,0.

Tabelle 2: Dauer der Professoren/innen -Tätigkeit in Jahren (N = 422)

Dauer in Jahren	abs.	%	% kum.
unter 5	35	8,3	8,3
5 bis 9	90	21,3	29,6
10 bis 14	51	12,1	41,7
15 bis 19	45	10,7	52,4
20 bis 24	60	14,2	66,6
25 bis 29	102	24,2	90,8
30 und länger	39	9,2	100,0
<i>Gesamt</i>	<i>422</i>	<i>100,0</i>	

(Keine Angabe N = 9)

Die überwiegende Mehrheit der befragten Professoren/innen (N = 338) gehört erwartungsgemäß den **Besoldungsgruppen** C4 oder äquivalent (N= 190) bzw. C3 oder äquivalent (N = 148) an; es folgen C2 oder äquivalent (N = 38) und C1 oder äquivalent (N = 5). 11 der befragten Professoren/innen wollten ihre Besoldungsgruppe nicht angeben; 39 konnten sich nicht in die vorgegebenen C-Kategorien einordnen, waren aber gleichwohl bereit, sich in der offenen Antwortkategorie „Andere“ einzustufen und dort auch mehr oder weniger präzise Angaben über ihre Einkommenslage zu machen (u.a. gehören dazu 9 Personen, die sich der Einkommensgruppe BAT 2a bis 1a zuordnen und drei mit H4).

Neben dieser eher formalen Beschreibung der an der Befragung teilnehmenden Professoren/innen sollte natürlich auch deren **wissenschaftlich inhaltliche Ausrichtung** ermittelt werden.

Dazu wurde vermittelt eine offene Frage mit Feldverschlüsselung zu erfassen versucht, welcher **soziologischen Teildisziplin** sich die Befragungspersonen selbst zuordnen. Dabei konnte die Mehrheit der befragten Professo-

ren/innen zu den, von den Interviewern vorgegebenen Disziplinen, zugeordnet werden. Da Mehrfachnennungen möglich waren, konnten von den gleichen Personen darüber hinaus auch weitere Disziplinen angegeben werden, die nicht einer der vorgegebenen Kategorien zuordenbar waren und deshalb textlich erfasst wurden. In diese Liste der textlichen Erfassung gehen darüber hinaus diejenigen 123 (28,5%) Personen mit ihren Nennungen ein, die ausschließlich Angaben machten, die nicht einer oder mehreren der vorgegebenen Kategorien zuordenbar waren; insgesamt enthält die Liste 291 Nennungen.⁷ Fünf Befragte wollten ihre wissenschaftlich inhaltliche Ausrichtung nicht preisgeben. Beim Betrachten der Tabelle 3 auf der folgenden Seite muss berücksichtigt werden, dass eine ganze Reihe der offen angegebenen Teildisziplinen mit dem entsprechenden Fachwissen einer der vorgegebenen Kategorien hätte zugeordnet werden können.⁸

⁷ Dass fast 30% der befragten Professoren/innen nicht eindeutig einer der vorgegebenen Kategorien zugeordnet werden konnten, dürfte allerdings weniger auf deren eigene Unschlüssigkeit oder gar Unfähigkeit zurückzuführen sein, dies zu tun, sondern vor allem aus der Methode der Feldverschlüsselung resultieren. Da die Interviewer/innen nun mal keine besonderen Kenntnisse über die diversen inhaltlichen Arbeitsfelder der Soziologie haben dürften, wurde im Zweifel wohl eher auf den Versuch einer Zuordnung verzichtet und statt dessen auf die Möglichkeit einer Texterfassung zurückgegriffen.

⁸ Auf einen entsprechenden Versuch wurde hier bei der Erstauswertung allerdings verzichtet, weil die Ergebnisse möglichst „befragungsnah“ dargestellt werden sollten.

**Tabelle 3: Selbstzuordnung zu einer soziologischen Teildisziplin
(Feldverschlüsselung; Mehrfachnennungen möglich;
Prozentuierung auf N = 426)**

Teildisziplin	abs.	%
Industriesoziologie, Betriebssoziologie, Arbeitssoziologie	52	12,2
Kultursoziologie, Kunstsoziologie, Literatursoziologie	45	10,6
Familiensoziologie, Sexualsoziologie	39	9,2
Bildungssoziologie, Pädagogische Soziologie	35	8,2
Wirtschaftssoziologie	33	7,8
Organisationssoziologie, Militärsoziologie	31	7,3
Jugendsoziologie	30	7,0
Wissenschaftssoziologie	25	5,9
Siedlungssoziologie, Stadtsoziologie	21	4,9
Medizinsoziologie	18	4,2
Kriminalsoziologie, Rechtssoziologie	17	4,0
Entwicklungsländersoziologie, Entwicklungssoziologie	15	3,5
Wissenssoziologie	15	3,5
Religionssoziologie	12	2,8
Kommunikationssoziologie, Sprachsoziologie, Soziolinguistik	9	2,1
Agrarsoziologie	5	1,2
Verkehrssoziologie	0	0,0
Andere Disziplin	123	28,9

Neben der Selbsteinstufung in eine der soziologischen Teildisziplinen wurde in der Befragung vermittels einer offenen Frage auch zu erfassen versucht,

„mit welchem Thema bzw. mit welchen Fragestellungen“ sich die befragten Professoren/innen derzeit beschäftigen. Dabei wurden insgesamt 406 Themen oder Fragestellungen genannt, die in ihrer Abstraktion erwartungsgemäß sehr unterschiedlich ausgefallen sind; die Antworten verliefen auf einem Spektrum der Abstraktion, das von sehr allgemein definierten Themenstellungen (z.B. „*Theorie der Interaktion und Theorie der Sozialisation*“; „*Arbeitsmarkt und Sozialpolitik*“; „*Migration*“) bis hin zu sehr spezifischen Fragestellungen (z.B. „*Verträglichkeit der Ausbildung von Pferden mit Prinzipien des Tierschutzes*“; „*Frontschwester und Friedensengel - Zur Kriegskrankenpflege im 1. und 2. Weltkrieg*“; „*Soziale Lage der Künstler in Sachsen*“) reichte.

Auf die Frage nach ihrer **allgemeinen Forschungsstrategie** (Art der Forschung) nannten 84,3% der befragten Professoren/innen bei Vorgabe der Antwortkategorien wie in Tabelle 4 „empirische Forschung“:

**Tabelle 4: Art der betriebenen Forschung
(Mehrfachnennungen möglich;
Prozentuierung auf N = 428)**

Art der Forschung	abs.	%.
Empirische Forschung	361	84,3
Grundlagenforschung	282	65,9
Theorieanwendung	278	65,0
Anwendungsorientierte Forschung	243	56,8
Deskriptive (beschreibende) Studien	216	50,5
Historische Forschung	173	40,4
Andere Forschung	77	18,0

Die 77 Angaben „Andere Forschung“ lassen sich zu einem großen Teil der Kategorie „empirische Forschung“ zuordnen.

3 Informationsverhalten

Zu Beginn der Befragung galt das Interesse dem allgemeinen Informationsverhalten der Professoren/innen bezüglich ihrer Vorbereitung von Lehrveranstaltungen und der Durchführung ihrer Forschungsarbeiten. Nur 12 der befragten 431 Professoren/innen gaben an, dass sie zum Zeitpunkt der Befragung **keine Lehrveranstaltungen** hielten. Die 419 Lehrenden nutzen vor allem Fachzeitschriften und Lehr- bzw. Fachbücher zur Vorbereitung und Durchführung ihrer Veranstaltungen, aber auch die anderen in der entsprechenden Frage als Antwortkategorien vorgegebenen Quellen und Medien kommen in hohem Maße zum Einsatz.

Tabelle 5: Nutzung von Quellen und Medien für Lehrveranstaltungen (Prozentuierung auf N = 419)

Quellen und Medien	Nutzen abs.	Nutzen %
Fachzeitschriften	408	97,4
Lehrbücher/Fachbücher	407	97,1
Gespräche mit Kolleg/innen und/oder Mitarbeiter/innen	332	79,2
Umfragedaten	288	68,7
Graue Literatur	271	64,7
Literatur- und Forschungsdatenbanken	256	61,1
Andere Quellen bzw. Medien	120	28,6

Bei den sonstigen Quellen überwiegen die Hinweise auf Presseerzeugnisse (35 Nennungen) und zurückliegende eigene Forschungsarbeiten (27 Nennungen), vor Film-, Fernseh- und Videomaterial (12 Nennungen) und einigen Restkategorien; 10 Befragte gaben an, auch das Internet für ihre Lehrveranstaltungen zu nutzen. Dass die geringe **Nutzung des Internet** nicht Folge eines Unbehagens an modernen Telekommunikationstechniken ist, sondern

schlicht eine Folge der Fragestellung, zeigt sich aber sofort, wenn ganz gezielt danach gefragt wird, ob man für seine Lehrveranstaltungen auch das Internet nutzt: 76,6% der befragten Professoren/innen beantworteten die konkrete Frage nach der Nutzung des Internet für Lehrveranstaltungen mit Ja, nur 23,2% mit Nein (eine Befragungsperson wollte dazu keine Angabe machen).

Noch stärker wird das Internet für **eigene Forschungsarbeiten** genutzt (die mit Ausnahme von 2 Personen von allen Befragten betrieben werden):

**Tabelle 6: Nutzung von Quellen und Medien für Forschungsarbeiten
(Prozentuierung auf N = 429)**

Quellen und Medien für Forschungsarbeiten	Nutzen abs.	Nutzen %.
Fachzeitschriften	415	96,7
Lehrbücher/Fachbücher	382	89,0
Gespräche mit Kolleg/innen und/oder Mitarbeiter/innen	371	86,5
Umfragedaten	331	77,2
Graue Literatur	325	75,8
Literatur- und Forschungsdatenbanken	322	75,1
Andere Quellen bzw. Medien	136	31,7

Jetzt sind es sogar 82,3% der Befragten, die die entsprechende Frage bejahen und nur noch 17,5% nutzen das Internet nicht für ihre Forschung (auch hier wieder eine Befragungsperson ohne Angabe). Ansonsten unterscheiden sich die Quellen und Medien, die man für eigene Forschungsarbeiten nutzt nur unwesentlich von denjenigen, mit denen man seine Lehre absolviert; nachvollziehbar ist, dass Lehrbücher und Fachbücher für die Forschung gegenüber der Lehre in geringem Umfange an Nutzen verlieren, während die restlichen Quellen und Medien für die Forschung etwas bedeutsamer werden (s. Tabelle 6).

Bei den anderen Quellen für Forschungsarbeiten dominieren jetzt eigene Forschungen und Quellen (31 Nennungen) deutlich gegenüber Presseerzeugnissen (15 Nennungen), persönlichen Kontakten (11 Nennungen), Kontakten auf Konferenzen, Tagungen etc. (10 Nennungen) und einigen Restkategorien.

Neben der Frage, welche Medien und Quellen überhaupt für Lehre und Forschung genutzt werden, sollten die befragten Professoren/innen die **Wichtigkeit bestimmter Quellen** für ihre „wissenschaftliche Arbeit“ einstufen. Zu bewerten waren - auf einer endpunktbenannten Fünfer-Skala von 1 = „unwichtig“ bis 5 = „sehr wichtig“ - die Bereiche Internet, Datenbanken, Dokumentationseinrichtungen bzw. Datenarchive, Forschungseinrichtungen für die Sozialwissenschaften, Instituts- bzw. Fachbereichsbibliotheken sowie Universitätsbibliotheken. Alle Bereiche werden von den Befragten genutzt, der Anteil der Befragten, die zu dem einen oder dem anderen Bereich angeben, ihn nie zu nutzen, liegt zwischen 0,2% (Universitätsbibliotheken) und 3,9% Prozent (Instituts- bzw. Fachbereichsbibliotheken).

Unter dem Gesichtspunkt der Wichtigkeit für die eigene wissenschaftliche Arbeit dominieren die „traditionellen“ Bereiche Universitäts- und Instituts- bzw. Fachbereichsbibliotheken - und dies mit deutlichem Abstand vor dem Internet und den anderen Bereichen:

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

Rang	Bereich	arithmetisches Mittel	Standardabweichung	Gültige Fälle
1	Instituts- bzw. Fachbereichsbibliotheken	4,15	1,17	408
2	Universitätsbibliotheken	4,11	1,11	427
3	Internet	3,28	1,18	425
4	Forschungseinrichtungen für die Sozialwissenschaften	3,17	1,27	421
5	Dokumentationseinrichtungen bzw. Datenarchive	2,97	1,22	421
6	Datenbanken	2,91	1,22	425

Forschungseinrichtungen, Datenarchive und Datenbanken sind aus der Sicht der befragten Professoren/innen also ganz offensichtlich nicht so wichtig,

zumindest im Vergleich mit Bibliotheken, aber auch im Vergleich mit dem Internet. Das Internet führt die befragten Professoren/innen allerdings nur in begrenztem Maße auf die **Seiten der GESIS**: Nur 141 Befragte (32,7%) kennen das Internet-Angebot der GESIS, und nur 89 davon (also nur etwa ein Fünftel aller Befragten) haben bereits Informationen aus dem Internet-Angebot der GESIS abgerufen.

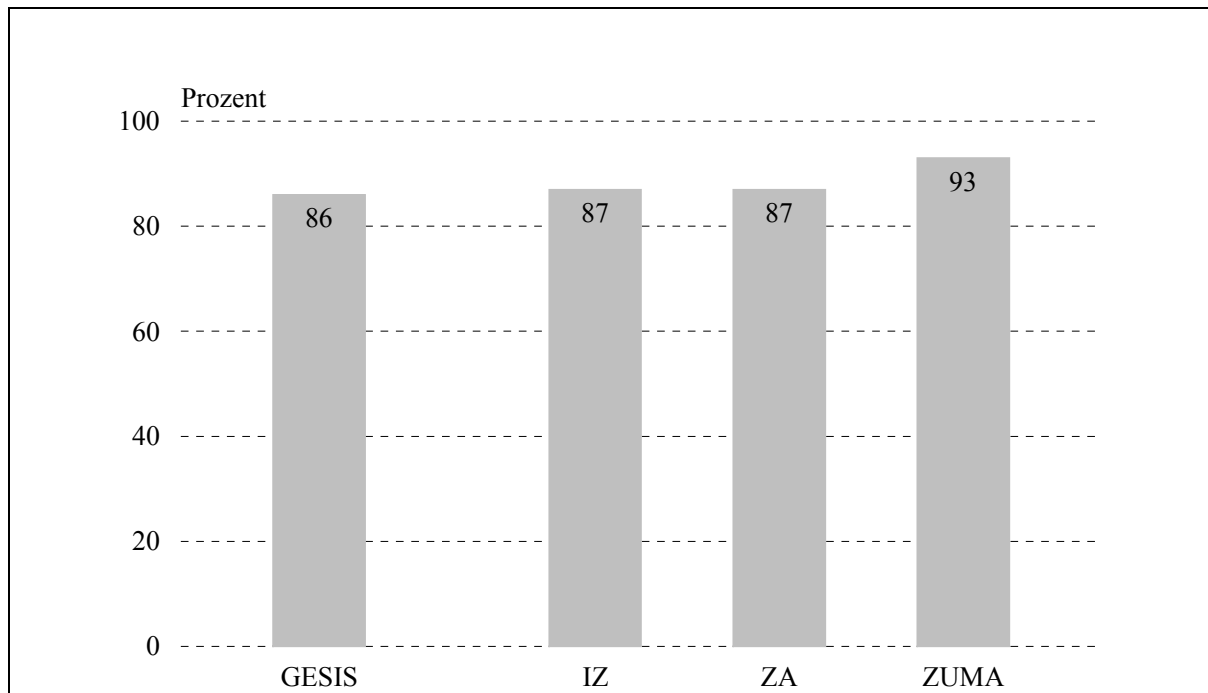
Neben der finanziellen Ausstattung spiegelt auch die **personale Ausstattung** den Status der befragten Professoren/innen wider: Nur 16% davon müssen bei der Informationssuche ohne Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auskommen. Dagegen können 361 (83,8%) bei der Informationsbeschaffung auf Mitarbeiter oder Mitarbeiterinnen zurückgreifen, wobei fast der Hälfte davon (44,1%) eine oder zwei Person/en zur Verfügung stehen, 38% 3 bis 5 und dem Rest bis zu 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

4 Der Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute

Die Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen (GESIS) ist eine Serviceeinrichtung für die Sozialwissenschaften. Das erste wichtige Kriterium, an dem sich eine solche Einrichtung messen lassen muss, ist, ob sie von der Profession überhaupt wahrgenommen wird. Im Rahmen der Befragung wurde daher der Bekanntheitsgrad der GESIS insgesamt sowie seiner drei Mitgliedsinstitute Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ), Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (ZA) sowie Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) ermittelt. Es zeigt sich, dass die GESIS 86 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und –professoren bekannt ist. Der Bekanntheitsgrad von IZ und ZA liegt bei jeweils 87 Prozent, während das ZUMA 93 Prozent der Befragten kennen.

Abbildung 1: Der gestützte Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute

*Ist Ihnen die GESIS – zumindest dem Namen nach – bekannt?
Kennen Sie, und wenn auch nur dem Namen nach,
... das Informationszentrum Sozialwissenschaften IZ in Bonn?
... das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung ZA in Köln?
... das Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen ZUMA in Mannheim?*

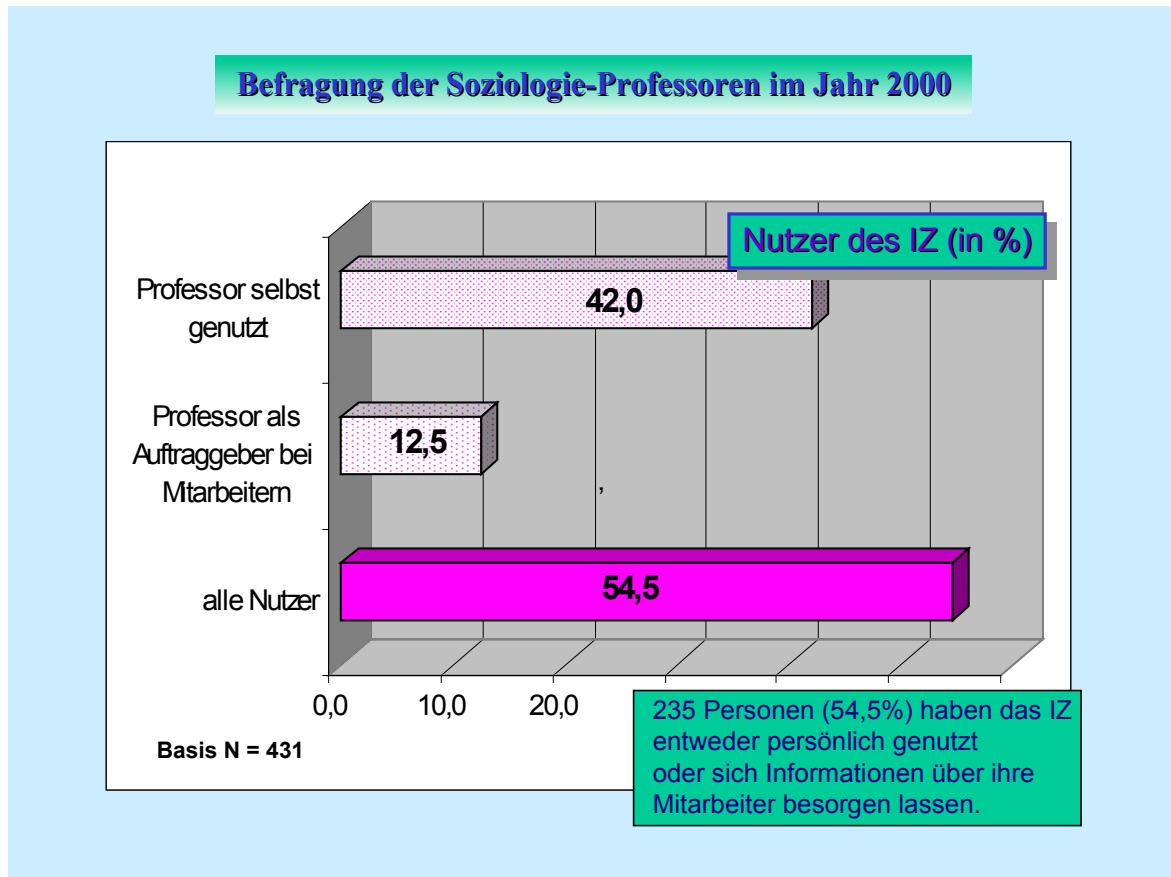


5 Das Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ) aus der Sicht der Profession

5.1 Nutzer des IZ

Die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des IZ wurde danach unterschieden, inwieweit die Professoren/innen diese selbst in Anspruch genommen haben oder ihre Mitarbeiter beauftragt haben, dies in ihrem Namen zu tun.

Abbildung 2: IZ - Nutzer



181 der 431 Befragten, das sind 42,0 % , haben selbst Produkte oder Dienstleistungen des IZ in Anspruch genommen, sind also persönliche Nutzer.

Von den 79 Befragten der Gruppe A (GESIS-Affine) nutzen 48 das IZ persönlich. Damit liegt der Anteil der persönlichen Nutzer bei dieser Gruppe bei 60,7%. Der Anteil der persönlichen Nutzer bei den Nicht-GESIS-Affinen beträgt dagegen 37,8% (133 von 352 Befragten).

Weitere 54 Befragte, die nicht persönliche Nutzer sind, haben ihren Mitarbeitern schon einmal den Auftrag gegeben, das IZ für sie zu nutzen. Diese 54 Befragten (das sind 12,5% aller Befragten) können ebenfalls als „Nutzer“ bezeichnet werden, da sie das Angebot des IZ in Anspruch nehmen, wenn auch über einen „Mittler“.

Die Gesamtzahl der persönlichen Nutzer und der Nutzer als Auftraggeber beträgt 235 Personen. Bezogen auf die Gesamtzahl der Befragten sind dies 54,5% (42,0% plus 12,5%).

Als Nutzer können nur diejenigen Befragten in Betracht kommen, die das IZ wenigstens dem Namen nach kennen. Das sind 374 Befragte. Bezogen auf diese Teilgruppe beträgt der Anteil der persönlichen Nutzer und der Nutzer als Auftraggeber zusammen 62,8%. Mit anderen Worten: Knapp zwei Drittel derjenigen Soziologieprofessoren, die das IZ kennen, nutzen es auch.

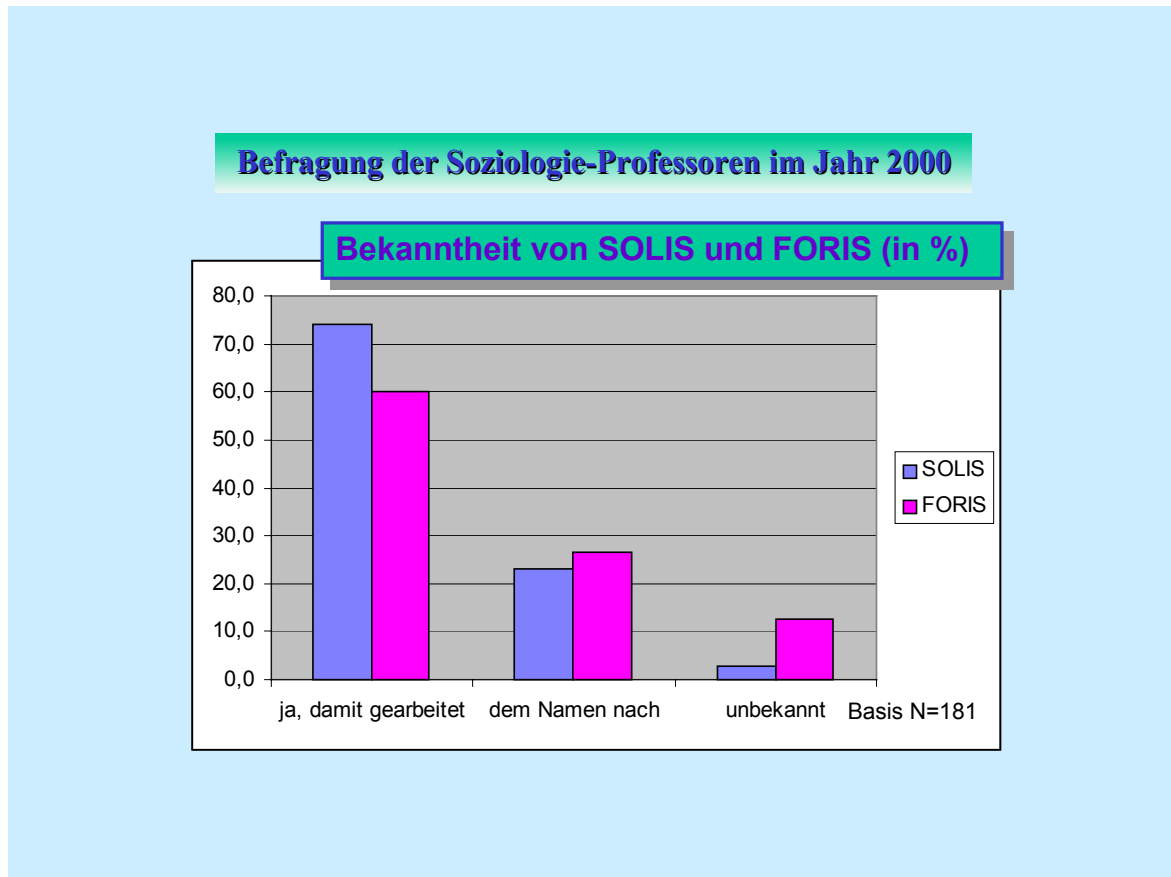
Die Professoren wurden auch daraufhin um Antwort gebeten, ob sie wissen, inwieweit Mitarbeiter oder Studenten das IZ schon einmal für deren eigene Arbeiten genutzt haben. Jeder zweite Befragte bejahte dies und 45% weisen ihre Studenten darauf hin, das IZ zu nutzen.

Zu klären bleibt die Frage, weshalb diejenigen Professoren, 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 189 auswertbare Nennungen vor.

Der mit Abstand am häufigsten genannte Grund, die Datenbanken 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 68 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 127 Nennungen mehr als zwei Drittel aller genannten Gründe für die Nicht-Nutzung ab. Fehlende Informationen über das Angebot des IZ werden vergleichsweise selten beklagt (20 Nennungen) und spielen für die Entscheidung, das IZ nicht zu nutzen, keine ausschlaggebende Rolle. Ebenso wenig ausschlaggebend sind Qualitäts- oder Zugangsprobleme (11 Nennungen) sowie Kostengründe (lediglich 3 Nennungen).

5.2 Bekanntheit und Bedeutung von SOLIS und FORIS

Hauptprodukte des IZ sind seine beiden Datenbanken SOLIS: Nachweise deutschsprachiger sozialwissenschaftlicher Fachliteratur sowie FORIS: Nachweise sozialwissenschaftlicher Forschungsprojekte im deutschsprachigen Raum.

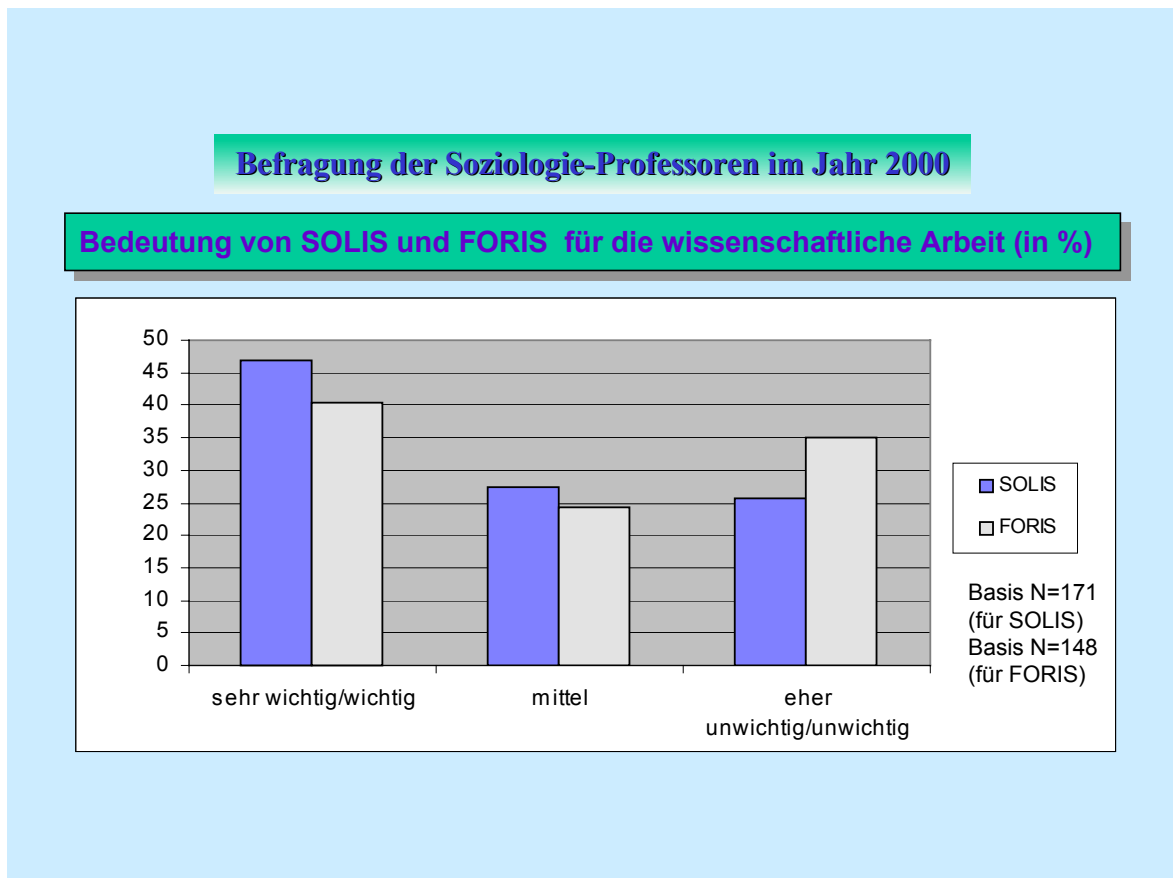
Abbildung 3: Bekanntheit SOLIS und FORIS

Von den 181 persönlichen Nutzern des IZ kennen ca. 97% die Datenbank SOLIS, drei Viertel haben schon damit gearbeitet.

FORIS ist ebenfalls der überwiegenden Mehrheit der persönlichen Nutzer bekannt. Der Wert liegt allerdings um ca. 10 Prozentpunkte niedriger als bei SOLIS.

171 persönliche Nutzer machen Angaben zur Wichtigkeit von SOLIS für ihre eigene wissenschaftliche Arbeit. Danach ist diese Literaturdatenbank für ca. 47% dieser Befragten sehr wichtig oder ziemlich wichtig. Jeder vierte persönliche Nutzer sieht sie für sich dagegen als eher unwichtig oder ganz unwichtig.

Die Bedeutsamkeit von FORIS für die eigene wissenschaftliche Arbeit wird von den 148 Befragten, die Angaben gemacht haben, etwas geringer eingeschätzt als diejenige von SOLIS.

Abbildung 4: Bedeutung für die Arbeit

Nur 5 der 42 persönlichen Nutzer, die SOLIS für sich persönlich als eher unwichtig oder ganz unwichtig einschätzen, halten diese Datenbank auch für die Sozialwissenschaft insgesamt für unwichtig. 19 dieser Personen sehen sie dagegen für die Sozialwissenschaft insgesamt als sehr wichtig oder wichtig an.

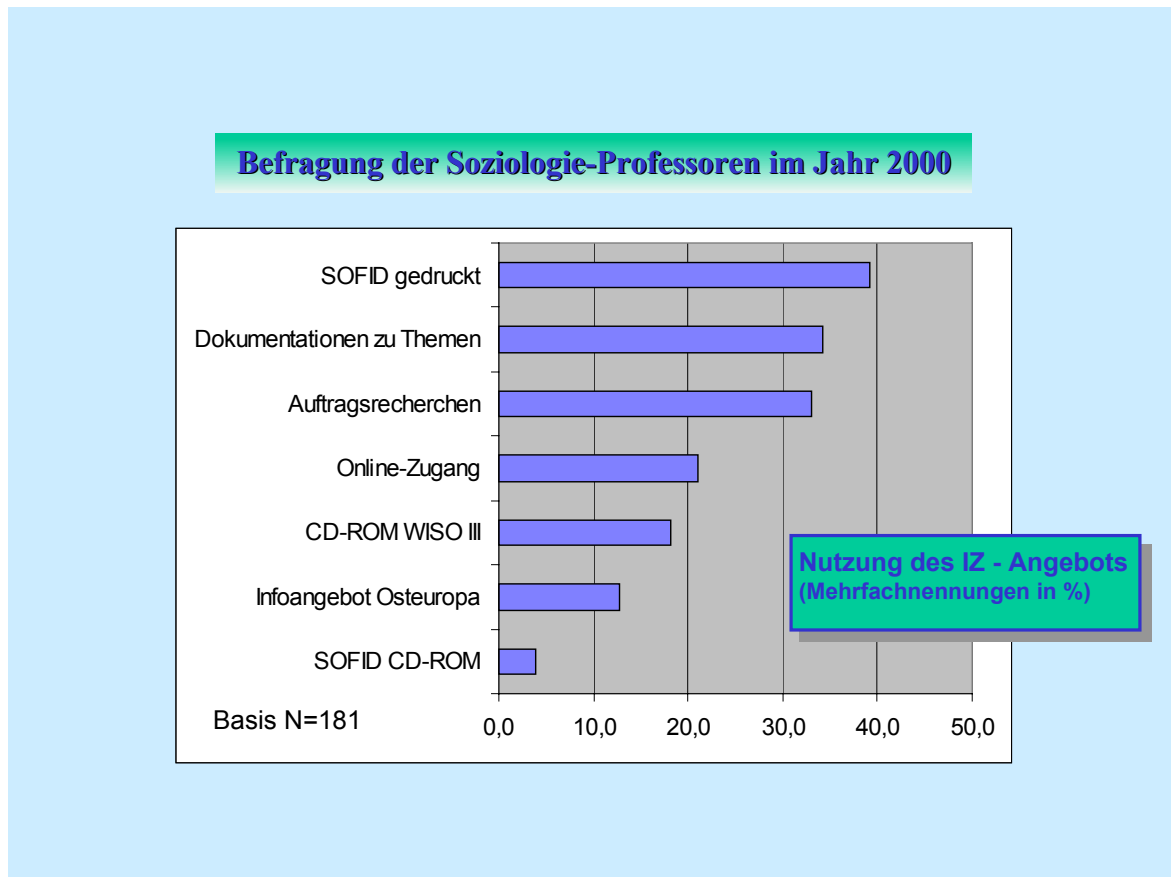
Die Werte für FORIS sind sehr ähnlich: Lediglich 9 der 48 persönlichen Nutzer, die FORIS für sich selbst als ziemlich unwichtig oder sehr unwichtig einschätzen, übertragen diese Einschätzung auf die gesamte Sozialwissenschaft. Die Hälfte dieser Personengruppe hält FORIS dagegen für die gesamte Sozialwissenschaft für sehr wichtig oder wichtig.

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 den Online-Datenbanken über Hosts (STN International in Karlsruhe, DIMDI in Köln und GBI in München)

oder auf der CD-ROM WISO III bzw. der soFid CD-ROM suchen. Zweitens besteht die Möglichkeit, die Dokumente aus FORIS und SOLIS in gedruckter Form zu beziehen und drittens, dem IZ einen Auftrag zu geben, nach vorgegebenen Kriterien spezielle Informationen in den Datenbanken zu recherchieren.

Abbildung 5: IZ - Nutzung



Die persönlichen Nutzer des IZ haben zu ca. 40% (71 Personen) schon mit dem gedruckten soFid gearbeitet. Darüber hinaus kennen ca. 23% (41 Personen) dieses Angebot dem Namen nach. Damit ist der gedruckte soFid das von dieser Befragtengruppe meistgenutzte Angebot des IZ. Der soFid wird sowohl von den befragten Professoren selbst als auch von ihren Mitarbeitern (teilweise in ihrem Auftrag) und den Studenten genutzt. 77 Befragte beurteilen dieses Angebot: ca. 62% vergeben „sehr gut“ oder „gut“. Das Preis-Leistungs-Verhältnis wird überwiegend für angemessen gehalten.

Die Themendokumentationen werden von ca. 34% der Befragten (62 Personen) persönlich genutzt. Damit stehen zwei Printprodukte an der Spitze der persönlichen Nutzung.

Jeder dritte persönliche Nutzer hat bereits beim IZ Recherchen in Auftrag gegeben, das sind 60 Befragte.

Der Online-Zugang (38 Personen) und die CD-ROM WISO III werden seltener persönlich genutzt. Lediglich 33 Nutzer (18,2%) haben bereits selbst mit der WISO III gearbeitet. 62% der Professoren (113 Personen) kennen die CD-ROM WISO III überhaupt nicht. 43 Personen geben an, dass ihre Mitarbeiter die WISO III in ihrem Auftrag benutzen, 42 berichten, dass Mitarbeiter und Studenten die WISO III für deren Arbeiten benutzen. 45 Befragte beurteilen die WISO III: Wiederum sind die Urteile überwiegend „sehr gut“ und „gut“ (73%).

Die neue CD-ROM soFid⁹ ist weitgehend unbekannt. Lediglich 7 Personen haben schon damit gearbeitet, 10 kennen sie dem Namen nach.

Insgesamt gesehen werden also von dieser Nutzergruppe eher die „traditionellen“ Angebote (vor allem Printprodukte) im Vergleich zu den elektronischen Angeboten angenommen.

Die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des IZ hängt auch davon ab, inwieweit sich die Hochschulprofessoren ausreichend informiert fühlen. Knapp zwei Drittel sind der Meinung, dass dies zutrifft, während immerhin jeder dritte dies verneint (Informationen sind unübersichtlich, zu allgemein, zu wenige Infos über das aktuelle Angebot).

5.4 Steigerung der Nutzungsintensität: Was könnte das IZ besser oder anders machen?

Um diese Frage zu beantworten, wurden die Soziologieprofessorinnen und -professoren um Verbesserungs- und Änderungsvorschläge gebeten. Von den persönlichen Nutzern trugen immerhin 45% (81 Personen) Verbesserungsvorschläge und 29% (52 Personen) Anregungen für neue Leistungen vor. Bei den Nennungen treten inhaltliche Überschneidungen auf. Deshalb werden beide Fragen gemeinsam ausgewertet. Insgesamt liegen 137 interpretierbare Nennungen vor.

Eine große Rolle spielen Forderungen zum Internetangebot bzw. zu Online-Recherchemöglichkeiten sowie zur Internationalisierung und Vernetzung mit

⁹ Zum Zeitpunkt der Befragung erst ein gutes Jahr auf dem Markt.

anderen Datenbanken mit insgesamt 44 Nennungen. Die Nutzer möchten elektronisch über das Internet nicht nur aktuelle Informationen über das IZ-Angebot erhalten, sondern fordern auch die Möglichkeit, online (kostenlos) recherchieren und, wenn möglich, auf Volltexte und Primärdaten direkt zugreifen zu können. Durch Vernetzungen sollte die Möglichkeit geschaffen werden, über SOLIS und FORIS hinaus in mehreren (internationalen) Datenbanken zu einem Thema zu recherchieren. Ein Teil dieser Anregungen (z.B. kostenlose Recherche auf der WISO III im Universitätsnetz) ist in etlichen Universitäten bereits realisiert. Offenbar besteht hier teilweise ein Informationsdefizit.

Das Angebot der IZ-Produktpalette über das Internet würde beträchtliche Chancen für eine breitere und intensivere Nutzung eröffnen. Die Daten zeigen, dass die Befragten schon heute durchaus Internetangebote nutzen. Wenn man bedenkt, dass 75% aller Befragten für ihre Lehrveranstaltungen das Internet nutzen, sogar 82% dieses für ihre Forschungstätigkeit bejahen, dann allerdings scheint das Angebot der GESIS bzw. des IZ zumindest zum Zeitpunkt der Befragung (November/Dezember 2000) nicht besonders attraktiv gewesen zu sein: 141 Befragte kennen die GESIS-Seiten, lediglich 89 Befragte haben bereits Informationen von GESIS abgerufen und 76 kommen über das Internet mit dem IZ in Kontakt.

Neben der Verbesserung des Internet-Angebotes schlagen die befragten Nutzer verschiedene Qualitätsverbesserungen bei den Datenbanken sowie eine informationsreiche und aktuelle Öffentlichkeitsarbeit vor. Dieser Befund korrespondiert mit den Antworten der Befragten hinsichtlich einer ausreichenden Informationsversorgung durch das IZ, bei der ein Drittel der Nutzer angab, sich nicht ausreichend informiert zu fühlen.

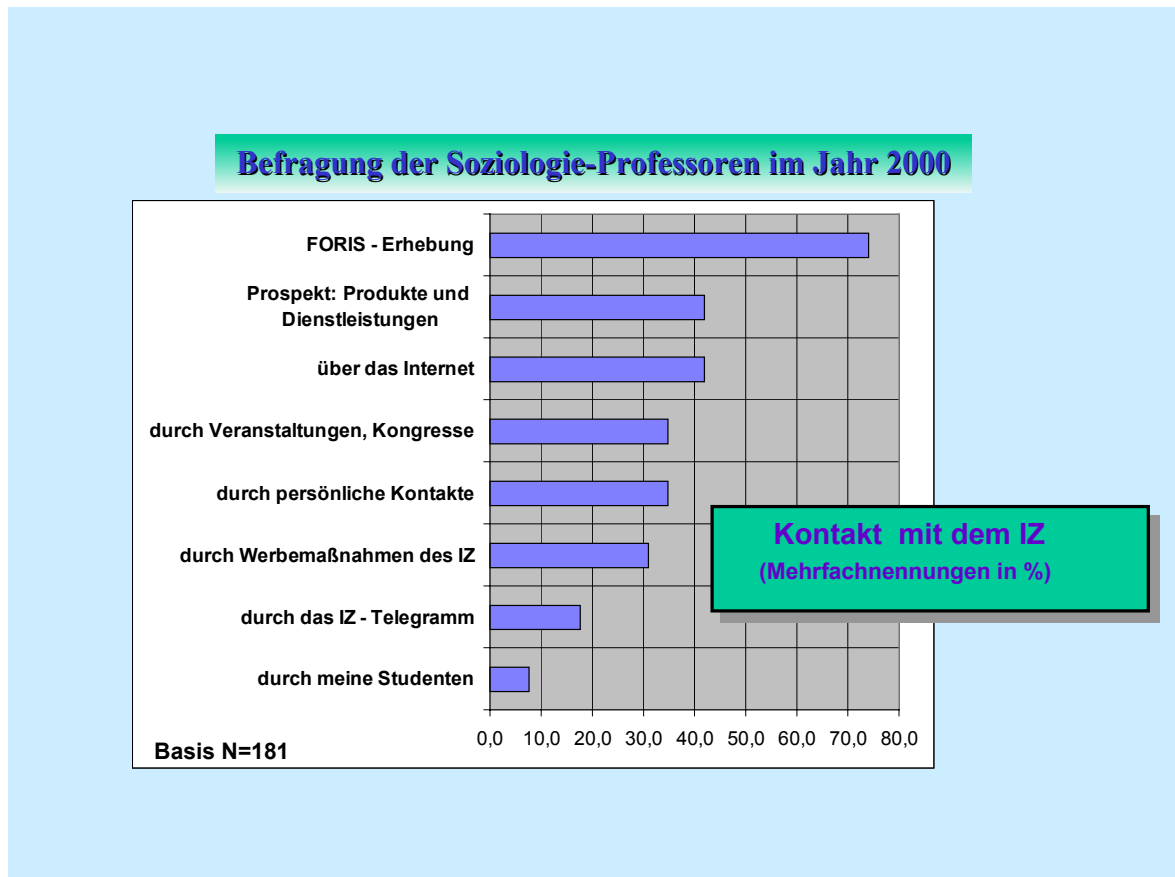
5.5 Kontakt der Nutzer mit dem IZ

Durch die jährlich durchgeführte Erhebung bei allen sozialwissenschaftlichen Forschungsinstituten im deutschsprachigen Bereich (FORIS-Erhebung) bringt sich das IZ in regelmäßigen Abständen bei einer größeren Zahl von Nutzern (134 Personen) in Erinnerung. Sie ist mit Abstand die am häufigsten genannte „Brücke“ zwischen dem IZ und seinen persönlichen Nutzern.

Der Prospekt „Produkte und Dienstleistungen“, in dem das gesamte Angebot des IZ aktuell beschrieben ist (inkl. Preisangaben), wird von ca. 42% der Nutzer (76 Personen) wahrgenommen.

An gleicher Stelle steht das GESIS-Internetangebot mit seinen Informationen über das IZ (42% der Nutzer).

Abbildung 6: Kontakt mit dem IZ



Die Präsenz des IZ bei Veranstaltungen und Kongressen wird wohl wahrgenommen (63 Personen), spielt aber für die Kontaktpflege eine geringere Rolle als die „indirekten Medien“ Forschungserhebung, Prospekt und Internet. Über persönliche Kontakte zum IZ verfügen ebenfalls 63 Befragte, das sind ca. 35% der Nutzer. 34 dieser 63 Befragten gehören zur Befragtengruppe A (GESIS-Affine). Ca. 71% der GESIS-Affinen haben damit persönliche Kontakte zum IZ. Von den anderen Nutzern haben lediglich 29 Personen, das sind ca. 22% der Nicht-GESIS-Affinen, persönliche Kontakte zum IZ.

Andere Werbemaßnahmen, vor allem das IZ-Telegramm, sind von geringerer Bedeutung für die Kontakte der Nutzer zum IZ. 32 Befragte (ca. 18% der Nutzer) nennen das IZ-Telegramm, davon gehören 19 Personen, d.h. ca. 60%, zu den GESIS-Affinen.

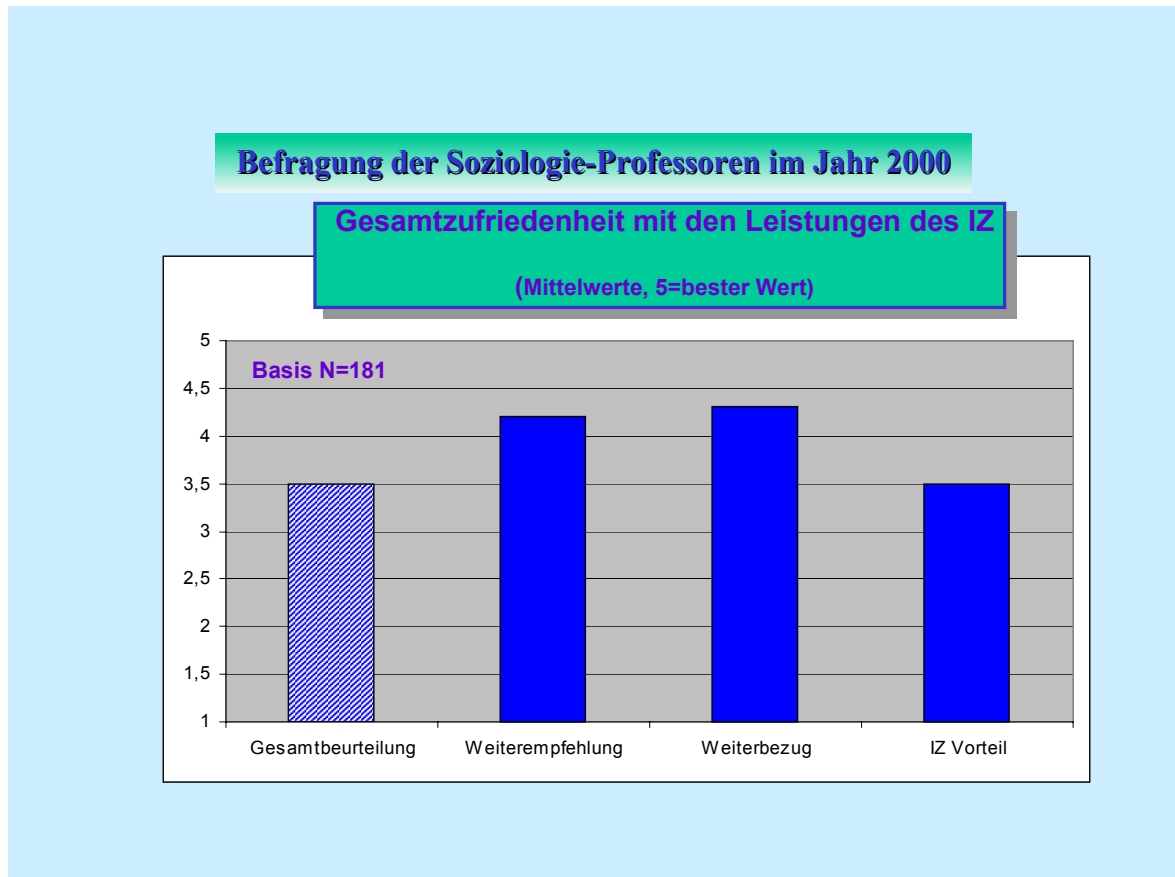
5.6 Gesamtbeurteilung des IZ

Hierbei handelt es sich um vier allgemeine Fragen zur Kundenzufriedenheit, die von INFRATEST-BURKE zur Messung des TRI:M-Index entwickelt worden sind. Die vierte Frage wurde sprachlich an die speziellen Wettbewerbsbedingungen des IZ angepasst.

Die allgemeine Beurteilung, d. h. wie beurteilen die Nutzer insgesamt die Produkte und Dienstleistungen des IZ (Frage 1)¹⁰ liegt zwischen „sehr gut“ und „gut“. 156 der 169 persönlichen Nutzer, die ein Votum abgaben, wählten eine der drei oberen Kategorien, davon 85 (ca. 50%) die Kategorien „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“. Als „annehmbar“ wurden die Produkte von lediglich 13 Befragten eingestuft, keine einzige Person wählte die Kategorie „schlecht“.

Die Bereitschaft, die Produkte und Dienstleistungen des IZ an Kollegen/innen weiterzuempfehlen (Frage 2), ist weit verbreitet: Von den insgesamt 176 Befragten, die diese Frage beantworteten, würden 138 Personen (78,5% der Nutzer) das IZ „bestimmt“ oder „wahrscheinlich“ weiterempfehlen. Der Mittelwert liegt bei 4,2. Lediglich 8 Befragte würden das IZ (wahrscheinlich) nicht weiterempfehlen.

¹⁰ Diese Frage ist die einzige linksschiefe Frage in der Untersuchung mit den Antwortkategorien: 5 = ausgezeichnet, 4 = sehr gut, 3 = gut, 2 = annehmbar und 1 = schlecht

Abbildung 7: Zufriedenheit mit dem IZ¹¹

147 der 180 bisherigen persönlichen Nutzer, die zu Frage 3 ein Votum abgaben, werden auch in Zukunft wieder Produkte und Dienstleistungen des IZ in Anspruch nehmen, davon „bestimmt“ 107 Befragte. Das sind insgesamt ca. 82% der Befragten. Enttäuscht von den Leistungen des IZ zeigen sich lediglich 11 Personen. Der Mittelwert liegt bei 4,3.

Die Frage 4 nach dem relativen Vorteil der IZ-Produkte im Vergleich zu anderen Informationsquellen (z.B. Bibliotheken) wird zurückhaltender als die anderen beantwortet: 86 von 163 Befragten, die sich dazu äußerten, sehen einen sehr großen oder großen Vorteil. Das sind knapp 53% der persönlichen Nutzer. Allerdings ist die Gruppe derjenigen, die nur einen „mittleren Vorteil“ erkennen können mit 57 Personen (35%) recht groß. Keinen oder nur einen geringen Vorteil sehen 20 Befragte (12,3%). Der Mittelwert liegt bei

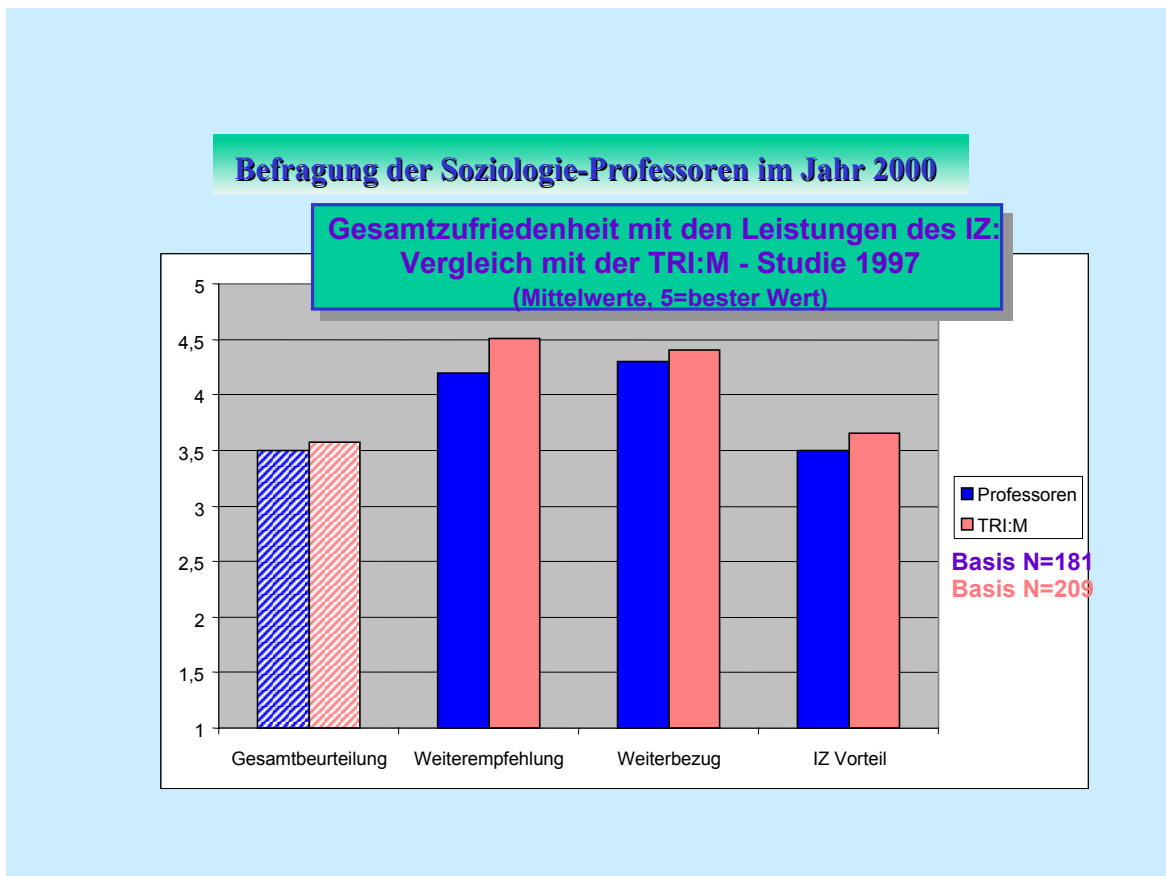
¹¹ Für die graphische Darstellung der Ergebnisse wurden die fünfstufigen Skalen gedreht, so dass die beste Beurteilung jeweils den Wert 5 erhielt.

3,5 und ist damit deutlich niedriger als bei den beiden (nach der Skalenbeschriftung) vergleichbaren Fragen zwei und drei.

5.7 Gesamtbeurteilung: Vergleich mit der TRI:M-Studie 1997

Die Fragen stimmen wörtlich mit den TRI:M-Studie von 1997 überein. Es handelte sich um eine Befragung von Mehrfachnutzern aus mehreren (meist sozialwissenschaftlichen) Disziplinen, bei denen Professoren nur mit 21% vertreten waren.¹²

Abbildung 8: Zufriedenheit im Vergleich mit der TRI:M-Studie



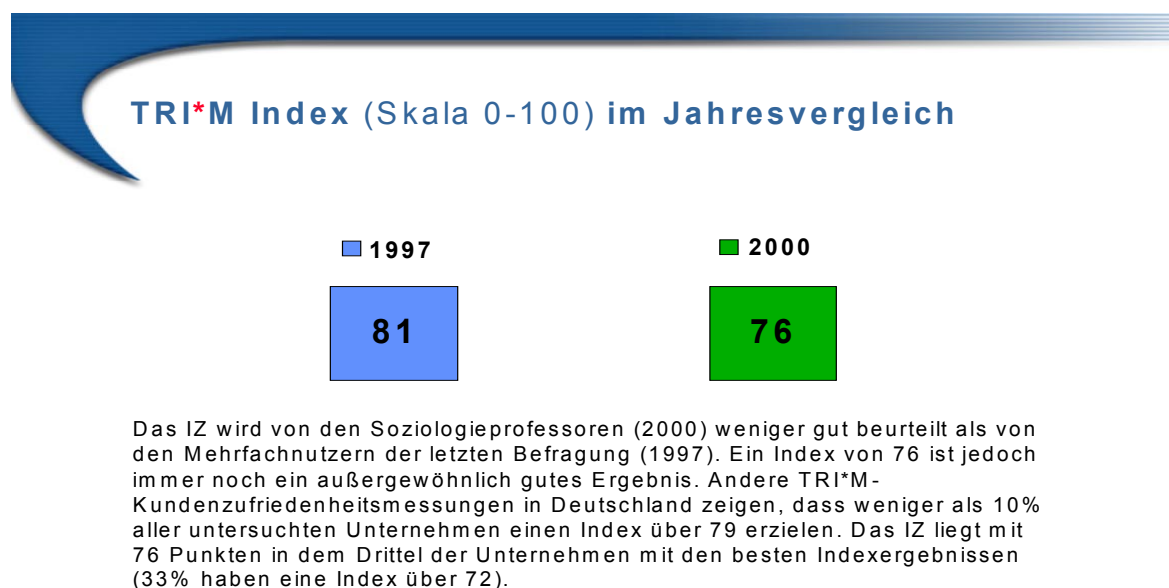
¹² Matthias Stahl, Gisbert Binder, Detlev Cosler unter Beratung von Dr. Joachim Scharioth: TRI:M-Studie zur Kundenzufriedenheit (Mehrfachkunden) 1997, IZ-Arbeitsbericht Nr.13, April 1998.

Die Mittelwerte aller vier TRI:M-Index-Fragen unterscheiden sich bei den beiden Studien nur geringfügig. Es besteht durchgängig die Tendenz, dass bei der TRI:M-Studie leicht höhere Werte erzielt wurden. Es wird der Befund der TRI:M-Studie bestätigt, dass die TRI:M-Index-Werte bei Professoren etwas unter denjenigen der anderen Nutzergruppen liegen.

Mehrfachnutzer, die bereit sind, an einer schriftlichen Befragung teilzunehmen, neigen nicht dazu, eine signifikant bessere Gesamtbeurteilung abzugeben als Nutzer, die telefonisch befragt werden (mit weit höherer Ausschöpfungsquote). Die TRI:M-Index-Ergebnisse der TRI:M-Studie werden durch die Professorenbefragung gestützt.

Es gibt bei den vier allgemeinen Fragen zur Kundenzufriedenheit keine bedeutsamen Unterschiede zwischen den GESIS-Affinen und den anderen Nutzern. GESIS-Affine sind also dem IZ gegenüber weder besonders kritisch noch besonders positiv eingestellt.

Betrachtet man den TRI:M-Index, der mit einer einzigen Kennzahl die Beurteilung der Gesamtleistungen der Organisation durch die Kunden zusammenfasst, so ergeben sich folgende Skalenwerte¹³ :



¹³ Weitere Graphiken von NFO siehe Anlage 3. Eine ausführliche Beschreibung des Kundenbindungssystem TRI:M ist im IZ-Arbeitsbericht Nr. 13 „TRI:M-Studie zur Kundenzufriedenheit (Mehrfachkunden) 1997“ enthalten.

5.8 Alternativen zum IZ

Die Intensität der Nutzung der Produkte und Dienstleistung des IZ hängt neben dem Bekanntheitsgrad auch davon ab, inwieweit die Hochschullehrer Einrichtungen oder Institutionen benennen, die vergleichbare Produkte wie die des IZ anbieten. Die Nutzer wurden sowohl in einer geschlossenen wie offenen Frage um Antwort gebeten. 41 % (71 Personen) sagten, es gibt alternative Einrichtungen. Insgesamt konnten 110 Alternativen protokolliert werden, wobei sich jedoch nur wenige Schwerpunkte ergaben.

Mit je neun Nennungen wurden das Zentrum für Psychologische Information und Dokumentation (ZPID) in Trier und das Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB) der Bundesanstalt für Arbeit (BfA) am häufigsten genannt. Dann folgen bereits die beiden anderen GESIS-Institute und zwar ZUMA mit sieben Nennungen und das ZA mit sechs Nennungen. Die weiteren Alternativmöglichkeiten beziehen sich entweder auf die Nennung einzelner Datenbanken - sowohl national wie international – als auch auf einzelne Datenbankanbieter wie bspw. das Deutsche Institut für Medizinische Dokumentation und Information (DIMDI) in Köln (drei Nennungen) oder auch sozialwissenschaftliche Forschungseinrichtungen wie das Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) mit zwei Nennungen.

5.9 Zusammenfassung

Die überwiegende Mehrheit der Befragten kennt das IZ. Das trifft auch für diejenigen Professoren zu, die keine besonderen Affinitäten zum IZ oder den anderen GESIS-Instituten aufweisen. 235 der 431 Befragten haben das IZ bereits für ihre wissenschaftlichen Arbeiten persönlich genutzt oder haben ihren Mitarbeitern den Auftrag gegeben, die Angebote des IZ für sie zu nutzen. Damit liegt der Anteil der Nutzer bei 54,5% aller Befragten. Betrachtet man ausschließlich die Befragten, die das IZ kennen, liegt der Anteil der Nutzer bei 62,8%.

Von den 181 persönlichen Nutzern des IZ kennen praktisch alle die Datenbank SOLIS. Drei Viertel haben bereits damit gearbeitet. Die Datenbank FORIS ist ebenfalls der überwiegenden Mehrheit der persönlichen Nutzer bekannt. Die Literaturnachweisdatenbank SOLIS wird von knapp der Hälfte der Nutzer für ihre wissenschaftliche Arbeit als sehr wichtig oder wichtig eingeschätzt. Die Forschungsprojektdatenbank FORIS wird von ca. 40% der Nutzer als sehr wichtig oder wichtig angesehen. Nur 5 der 42 Nutzer, die SOLIS für sich persönlich als eher unwichtig oder ganz unwichtig einschät-

zen, halten diese Datenbank auch für die Sozialwissenschaft insgesamt für unwichtig. Die entsprechenden Werte für FORIS sind sehr ähnlich.

Bei den einzelnen Produkten und Dienstleistungen ist die Nutzung des gedruckten Sozialwissenschaftlichen Fachinformationsdienstes soFid am weitesten verbreitet: Die persönlichen Nutzer des IZ haben zu ca. 40% schon mit dem soFid gearbeitet. Die Themendokumentationen werden von 34% der Nutzer in Anspruch genommen.

Jeder dritte Nutzer hat bereits beim IZ eine oder mehrere Recherchen in Auftrag gegeben. Die Möglichkeiten, in den Datenbanken SOLIS und FORIS direkt online bzw. über die CD-ROM WISO III persönlich zu recherchieren, wurden von den Nutzern bislang seltener in Anspruch genommen: 33 Nutzer haben bereits selbst mit der WISO III gearbeitet. 43 Befragte geben an, dass ihre Mitarbeiter die CD-ROM WISO III in ihrem Auftrag benutzen. Diejenigen, die die CD-ROM WISO III persönlich kennen, beurteilen sie überwiegend mit „sehr gut“ oder „gut“.

Die Nutzer kommen nicht nur über die Produkte und Dienstleistungen mit dem IZ in Kontakt, sondern in bedeutsamer Weise auch über die jährlich durchgeführte Forschungserhebung bei allen sozialwissenschaftlichen Forschungsinstituten im deutschsprachigen Bereich. Die Forschungserhebung ist die mit Abstand am häufigsten genannte „Brücke“ zwischen dem IZ und seinen persönlichen Nutzern. Das Internetangebot der GESIS und die Beschreibung des IZ-Angebots im Prospekt „Produkte und Dienstleistungen“ werden von jeweils 42% der Nutzer wahrgenommen.

Diejenigen, die das IZ persönlich nutzen, beurteilen die Gesamtleistung des IZ überwiegend positiv: 156 der 169 persönlichen Nutzer, die ein Votum abgaben, wählten die Kategorien „ausgezeichnet“, „sehr gut“ oder „gut. Als „annehmbar“ wurden die Leistungen von lediglich 13 Befragten eingestuft. Keine einzige Person wählte die Kategorie „schlecht“. Die Bereitschaft, die Produkte und Dienstleistungen des IZ an Kollegen/innen weiterzuempfehlen, ist weit verbreitet: 138 Befragte (78,5% der Nutzer) würden dies „bestimmt“ oder „wahrscheinlich“ tun. Ein großer Teil der Nutzer (ca. 82%) wird auch in Zukunft wieder Produkte und Dienstleistungen des IZ in Anspruch nehmen. Etwas mehr als die Hälfte der Nutzer sehen einen „sehr großen“ oder „großen“ Vorteil in der Möglichkeit, das IZ nutzen zu können. Diese Befunde entsprechen weitgehend den Hauptergebnissen der 1997 gemeinsam mit INFRATEST BURKE durchgeführten Befragung zur Zufriedenheit der Mehrfachkunden (TRI:M-Studie).

Die Analyse des Nutzer- und Nutzungspotentials bei den deutschsprachigen Soziologieprofessoren gibt Hinweise auf die relative Bedeutsamkeit von Datenbanken im allgemeinen und von SOLIS und FORIS im besondern unter Berücksichtigung des gesamten Informationsbeschaffungsverhaltens der Befragten. Der Ausbau des Internet-Angebots der GESIS mit der Möglichkeit, vom eigenen PC aus kostenlos in SOLIS und FORIS recherchieren zu können, dürfte zu einer Steigerung der Nutzungsintensität führen. Voraussetzung ist allerdings, dass die potentiellen Nutzer umfassend und aktuell über die Angebote des IZ informiert werden.

5.10 Schlussfolgerungen und weiteres Vorgehen

5.10.1 Untersuchung zur Nutzung der CD-ROM WISO III

Die Befragung der Soziologieprofessoren hat ergeben, dass nur ein kleiner Teil der Befragten die CD-ROM WISO III mit den beiden Datenbanken SOLIS und FORIS selbst nutzt. Dieser Befund ist bemerkenswert, da die CD-ROM WISO III an allen wissenschaftlichen Hochschulen zur Verfügung steht und über die jeweiligen Intranetze der Hochschulen kostenlos von jedem PC aus recherchiert werden kann. Aus den Veränderungsvorschlägen, die die Befragten vortrugen, kann man entnehmen, dass diese Möglichkeiten der Recherche teilweise noch nicht bekannt sind und deswegen auch nicht wahrgenommen werden. In einem Anschlussprojekt soll untersucht werden, ob die zurückhaltende Nutzung der CD-ROM WISO III professorenspezifisch ist oder ob sie auch für andere potentielle Nutzergruppen gilt. Darüber hinaus soll im einzelnen untersucht werden, welche Zugangsmöglichkeiten und Zugangshindernisse an den Hochschulen und anderen Einrichtungen im einzelnen bestehen.

Die Ergebnisse sollen auch Aufschluss über Möglichkeiten zur Steigerung der Nutzungsintensität geben.

Untersuchungsgegenstände und Methoden: Verbreitung der CD-ROM (Vertriebsstatistik), Ermittlung der Zugangsmöglichkeiten für die Nutzer, differenziert nach wiss. Hochschulen, Fachhochschulen und außeruniversitären (Forschungs-)Einrichtungen. Untersuchung der technischen Ausstattung, Besonderheiten der Installationen, PC-Arbeitsplätze in den UBs bzw. den Instituten, auftretende technische Zugriffsprobleme, Vernetzung, Zugang über privaten PC, Zugang zur virtuellen Bibliothek, Angebot anderer CDs (Nutzungsumfeld). Expertengespräche in ca. 10% der Einrichtungen, die Abon-

nennten sind, Feldarbeit (auch „teilnehmende Beobachtung“ und Feldexperimente)

Im weiteren Verlauf der Studie geht es um die Ermittlung der Zugriffshäufigkeiten und der Zugriffsdauer (evtl. auch der Zahl der Treffer) mit nicht-reaktiven Verfahren über Rückgriff auf vorhandene Daten der Einrichtungen und die statistische Aufbereitung der Daten. Die Auswahl und die Zahl der Einrichtungen ist abhängig von den örtlichen Gegebenheiten. Es handelt sich um Fallstudien.

Des weiteren ist eine Befragung verschiedener Nutzergruppen (Studenten, wissenschaftliche Mitarbeiter, Doktoranden etc.) geplant sowie die Ermittlung von Nutzungshäufigkeit und Nutzungsanlass, Zufriedenheit mit den erzielten Ergebnissen, typische Benutzungsprobleme (z.B. zu geringe Zahl von Arbeitsplätzen, häufige Abstürze).

Als Methode der Datensammlung ist eine teil-standardisierte Befragung mit bewusster Auswahl der Befragten vorgesehen. Die Zahl der befragten Personen ist abhängig von den Ergebnissen der vorangegangenen Projektphasen und den Möglichkeiten der Datensammlung.

5.10.2 Untersuchung des GESIS-Internetangebotes

Die Ergebnisse der Befragung haben auch gezeigt, dass die Professoren bereits heute durchaus für ihre Lehrveranstaltungen und Forschungstätigkeiten das Internet nutzen (siehe Kapitel 5.4), jedoch das GESIS-Internetangebot nicht besonders attraktiv erscheint und dementsprechend seltener genutzt wird. In einer Folgeuntersuchung soll deshalb das GESIS Internet-Angebot gezielter untersucht werden.

Untersuchungen des Internetangebotes eines Anbieters können in reaktive oder nicht-reaktive Erhebungsverfahren unterschieden werden. Bei den reaktiven Erhebungsverfahren ist sich der Benutzer über die Aufzeichnung seines Verhaltens oder seiner sprachlichen Angaben bewusst und er reagiert möglicherweise auf die Erhebung. E-Mail Fragebogen und Web-basierte Fragebogen sind die bekanntesten und am häufigsten verwendeten Erhebungsverfahren im Bereich reaktiver Verfahren. Dagegen sind sich die Nutzer von Web-Sites bei den nicht-reaktiven Formen der Datenerhebung nicht bewusst, dass sie Gegenstand einer Datenerhebung sind. Bekannte nicht-reaktive Erhebungsverfahren sind die Datenerhebung über Logdateien und über Cookies.

5.10.3 Informationswissenschaftliche Projekte des IZ

Ein wesentliches Arbeitsgebiet des IZ ist die informationswissenschaftliche und –technologische Forschung und Entwicklung im Dienste der Sozialwissenschaften. Die hiermit betraute FuE-Abteilung¹⁴ konnte im Laufe der letzten Jahre systematisch personell aufgestockt werden, nicht zuletzt bedingt durch die verstärkte (erfolgreiche) Einwerbung von Drittmitteln (vornehmlich DFG, BMBF, EU). Die Schwerpunkte der Arbeit liegen hierbei auf der Entwicklung von Systemen und Komponenten auf dem Gebiet digitaler bzw. virtueller Bibliotheken, der Entwicklung von Modulen zur Behandlung der sog. semantischen Heterogenität von Datenquellen und der softwareergonomischen Gestaltung von Benutzungsoberflächen.

Die Ergebnisse der Soziologieprofessorenbefragung stützen das technologische Konzept des IZ und bestärken die eingeschlagene Entwicklungsrichtung. Aus der Befragung wird deutlich, dass die Mehrzahl der deutschsprachigen Soziologieprofessoren und –professorinnen für die Durchführung ihrer Forschungs- und Lehrtätigkeit nach wie vor klassische Printmedien wie Lehr- bzw. Fachbücher vor allen anderen Informationsmedien nutzen (s. Kap. 3, Tabelle 5 und 6). Die ungebrochene Vorliebe für gedruckte Informationen zeigt sich auch bei der Frage nach der Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des IZ. Von der gesamten Angebotspalette erweisen sich der gedruckte soFid sowie die Themendokumentationen als diejenigen Produkte mit der höchsten Nutzungsrate (s. Kap. 5.3, Abbildung 5). Darüber hinaus gewinnt jedoch das Internet zunehmend an Bedeutung; immerhin nutzen schon rund 79% alle Befragten das WWW zur Vorbereitung ihrer Lehrveranstaltungen bzw. für Forschungszwecke (s. Kap.3).

Auf die Frage nach der Wichtigkeit bestimmter Quellen zur Beschaffung der benötigten Information dominiert eindeutig die klassische Bibliothek (Universitäts- und Instituts- bzw. Fachbereichsbibliothek), gefolgt vom Internet als zunehmend wichtiger werdende Informationsquelle (s. Kap. 3, Tabelle 7). Dies liegt sicherlich größtenteils darin begründet, dass der Vorteil der Bibliotheken vor allen anderen Quellen wie Dokumentationseinrichtungen, Datenarchiven und Datenbanken darin liegt, dass sie nicht nur Nachweise auf relevante Literatur, sondern eben auch den Volltext (in gedruckter Form) zur

¹⁴ sowie bis Juni 2002 die Abteilung „Drittmittelforschung und Qualitätssicherung“ (kurz: DuQ)

Verfügung stellen. Dies kommt der beobachteten Präferenz von Printmedien in der Profession entgegen (s.o.).

Sozialwissenschaftliche Literaturinformation dem Benutzer möglichst komfortabel über das Internet zur Verfügung zu stellen, ist Ziel zahlreicher IT-Projekte des IZ. Im folgenden seien drei Projekte herausgegriffen, die die Eckpunkte „datenbestandsübergreifende Online-Recherche“, „Behandlung semantischer Heterogenität“ und „Volltextversorgung“ systematisch behandeln:

Virtuelle Fachbibliothek Sozialwissenschaften (ViBSoz): Dieses von der DFG geförderte Projekt zielt auf die integrierte Bereitstellung sozialwissenschaftlicher Literaturinformationen aus verteilten, verschieden strukturierten und inhaltlich unterschiedlich erschlossenen Datenbeständen. Die angeschlossenen Bestände¹⁵ sind durch verschiedene Sacherschließungssysteme erschlossen und werden originär durch unterschiedliche Informationssysteme (mit wiederum unterschiedlichen Benutzungsoberflächen, Anfragesprachen und Dokumentformaten) zugänglich gemacht. Bei der Informationssuche war es für den Nutzer also bisher nötig, sich in mehrere Sacherschließungs- und Informationssysteme einzuarbeiten, um dieselbe Anfrage mehrfach unterschiedlich zu formulieren, einzugeben und die verschiedenen Ergebnismengen von Hand zu integrieren. Diesen Informationsgewinnungsprozess zu vereinfachen und zu beschleunigen, war und ist Ziel von ViBSoz. Dazu wurden neben einer einheitlichen Benutzungsoberfläche und Ergebnisdarstellung Transferkomponenten zwischen den verschiedenen Sacherschließungssystemen entwickelt. Dem Benutzer wird so die Recherche mit dem ihm vertrauten Erschließungssystem in allen angeschlossenen Datenbeständen ermöglicht, indem seine Anfrage (automatisch) in die anderen verwendeten Sacherschließungssysteme übersetzt wird. Somit kann er mit nur einer Anfrage sinnvoll in den verschiedenen Bibliotheken und Fachdatenbanken recherchieren (s. http://www.vibsoz.de/ViBSoz_Start.html).

Content Analysis, Retrieval and Metadata: Effective Networking (CARMEN) AP11: Dieses vom BMBF geförderte und inzwischen abgeschlossene Projekt widmete sich intensiv mit den Fragen der Heterogenitäts-

¹⁵ Zur Zeit integriert sind die Bestände der Fachdatenbank SOLIS (IZ), des OPACs der USB Köln, der Darmstädter Virtuellen Verbundkatalogs, der Digitalen Bibliothek der Friedrich Ebert Stiftung, der Bibliothek des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung sowie des Prototypen des Clearinghouse Sozialwissenschaften.

behandlung bei textueller Information verschiedener Datentypen und Inhaltsererschließungsverfahren. Als Ergänzung zu ViBSoz, bei dem es um die Integration von Bibliotheksbeständen ging, behandelte CARMEN die Integration der Fachdatenbank SOLIS mit fachwissenschaftlichen WWW-Quellen aus den Bereichen Mathematik, Physik und Sozialwissenschaften. Eine Anwendung der in CARMEN entwickelten Transferkomponenten zwischen Sacherschließungstermen und Freitextterminen stellt das EU-Projekt European Schools Treasury Browser (ETB) dar, an dem das IZ ebenfalls beteiligt war (s. http://www.eun.org/eun.org2/eun/en/index_eschoolnet.html).

Informationsverbund Bildung – Sozialwissenschaften – Psychologie (Volltextserver): Das BMBF-Projekt „Informationsverbund Bildung – Sozialwissenschaften – Psychologie“ soll die Versorgung von Wissenschaftlern und Privatpersonen mit Volltexten der drei Fachgebiete über das Internet gewährleisten, wobei zunächst Zeitschriftenartikel verfügbar gemacht werden sollen. Ziel ist der Aufbau einer Internetplattform, die eine Suche in den Fachdatenbanken und von dort aus unmittelbar den kostenpflichtigen Bezug der Volltexte ermöglicht. Schlüsselbegriffe sind hier Pay-per-View, also Einzelabrechnung pro Volltextdokument, und One-Stop-Shopping, d.h. dass die Volltexte online aus beliebigen Quellen (z.B. vom Informationsverbund, von Verlagen oder Agenturen usw.) zentral über die WWW-Seiten des Verbunds bezogen werden können.

Bestärkt durch die Ergebnisse der Soziologieprofessorenbefragung wird das IZ auch in Zukunft die eingeschlagene Richtung zur Entwicklung von Informationssystemen für die sozialwissenschaftliche Profession im Sinne der Nutzer weiterverfolgen.

6 Anhänge

6.1 Anhang 1: Gründe für die Nichtnutzung des IZ

Offene Frage: *„Können Sie uns bitte sagen, warum Sie Produkte und Dienstleistungen des IZ nicht in Anspruch genommen haben?“*

Antworten (thematisch gruppiert, identische Nennungen werden nur einmal aufgeführt)

- **Kein Bedarf**

„habe es nicht gebraucht“

„habe soviel Wissen, brauche das nicht“

„im Rahmen meiner Arbeit war es nicht notwendig, solche Daten zu beschaffen“

„kein Bedarf, da keine eigene Forschung“

„keine Notwendigkeit gesehen“

Nennungen insgesamt: 21

- **Die Datenbanken des IZ geben für das spezielle Arbeitsgebiet inhaltlich nichts her**

„für meine Forschung nicht einschlägig, bin eher qualitativ orientiert“

„für mich uninteressant von den Fragen her“

„fachlich zu weit entfernt von diesem Bereich“

„das Angebot ist nicht interessant und nicht nützlich“

„arbeite mehr im Bereich qualitativer Studien“

„brauche die Daten des IZ nicht, anderes Forschungsgebiet“

„hängt vom Schwerpunkt ab, bin nicht empirisch tätig“

„hatte mal was gesucht, nicht gefunden“

„ich arbeite wesentlich philosophisch, exploriere neuartige Randthemen“

„für die juristische Forschung nicht relevant“

„ich mache sehr viel Auslandsforschung und da trifft das nicht zu“

„bin kein Umfrageforscher, verwende eher Aggregatdaten“

„bin kein klassischer Empiriker“

„liegt an der starken Theorie- und Grundlagenforschung“

„mache selten Untersuchungen mit Sekundärdaten“

„bin momentan historisch orientiert“

„mein Forschungsgebiet ist nicht quantitativ empiriebezogen“

„meine Forschung passt nicht beim IZ“

- „wenig dokumentiert ist Kunsttherapie, Körpertherapie“
 „weil ich methodisch anders orientiert bin an Anthropologie und Verhaltensforschung“
 „weil ich wenig empirisch arbeite“
 „greife seltener auf Sekundärdaten zu“

Nennungen insgesamt: 68

- **Andere Informationsquellen werden genutzt, diese sind ausreichend**

- „die Daten, die ich brauche, kann ich in den mir zugänglichen Quellen direkt bekommen“
 „es gibt genug andere Informationsmöglichkeiten“
 „arbeitsökonomisch einfacher, direkt mit Kollegen, die daran arbeiten, zu sprechen“
 „es ist bequemer, selber zu recherchieren“
 „benutze eher Fachliteratur“
 „habe eigenen Datenbestand“
 „ich informiere mich woanders, komme direkt zu den Infos“
 „Bibliothek in Anspruch genommen“
 „Infoquellen kommen von Kollegen, Tagungen, Artikeln, traditionelle Kommunikationskanäle“
 „kein Unterschied zu eigenen Recherchen“
 „Material vom ZA und ZUMA war ausreichend“
 „erhielt benötigte Informationen über persönliche Kontakte mit ZUMA und ZA“
 „Medizin-Daten aus dem Internet“
 „nutze andere Datenbanken“
 „relevante Infos bekommt man über andere Quellen, kein Bedarf, eigene Recherchen über PC“
 „habe selbst große Datensätze“

Nennungen insgesamt: 38

- **Die Datenbanken des IZ sind qualitativ unzureichend und kompliziert**

- „Beschränkung auf deutschsprachige Literatur ist albern“
 „benutzerunfreundlich, schlecht aufbereitet, keine Benutzungslitfäden“
 „die Qualität der Produkte und Dienstleistungen ist nicht ausreichend, Internet ist besser als das IZ“
 „zu viele Infos“
 „das Suchen ist zu umständlich“
 „Zusammenfassungen der Texte sind unbrauchbar, zu allgemein“
 „bin unzufrieden mit der Dokumentation der Verzeichnisse“

„weil sie (die Informationen) nicht selektiv sind“
„Zugang zu SOLIS zu schwer“
„zu kompliziert für mich“

Nennungen insgesamt: 11

- **Kostengründe**

„ich habe es versucht über das Internet zu nutzen und dann hat es etwas gekostet“
„Suchgebühren kann man sich an der Universitätsbibliothek ersparen“
„kein Geld“

Nennungen insgesamt: 3

- **Fehlende Informationen über das Angebot des IZ**

„es wird gesehen, aber es bleibt nicht haften, was die anbieten“
„weiss nicht, was es da gibt“
„müsste klarer definiert sein, was das IZ bietet“
„ich weiss nicht genug davon“
„fehlende Information über das Angebot“
„wenig Infos, was die machen“
„weiß nicht, ob Längsschnittdaten...Mangel an Information was da zu finden ist“

Nennungen insgesamt: 20

- **Recherchen werden nicht selbst durchgeführt**

„über meine Mitarbeiter“
„gebe Mitarbeiterin den Auftrag zu recherchieren“
„ich lasse es machen“

Nennungen insgesamt: 13

- **Andere, unspezifische Gründe**

„hat sich einfach nicht ergeben“
„persönliche Abneigung gegen Datenbanken“
„ich bin noch nicht auf die Idee des Nutzens gekommen“
„ich habe zuviel um die Ohren gehabt“
„noch nicht in Berührung gekommen“

Nennungen insgesamt: 15

Summe: 189 Nennungen

6.2 Anhang 2: Vorschläge für zusätzliche Leistungen und sonstige Verbesserungen

Frage: „Gibt es Ihrer Meinung nach Leistungen, die vom IZ noch zusätzlich angeboten werden sollten?“

1 = ja

2 = nein

3 = weiss nicht“

„Können Sie uns bitte kurz angeben, welche Leistungen zusätzlich angeboten werden sollten? (int.: Bitte kurz notieren)“

Frage: „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“

„Können Sie uns bitte kurz erläutern? (int.: Gründe bitte kurz notieren)“

52 der 181 persönlichen Nutzer (28,7%) fordern zusätzliche Leistungen des IZ an. Dazu liegen 54 auswertbare Nennungen vor.

81 der 181 persönlichen Nutzer machen Verbesserungsvorschläge (44,8%). Dazu liegen 83 auswertbare Nennungen vor.

Die Nennungen zu beiden Fragen überschneiden sich inhaltlich. Deshalb werden die beiden Fragen gemeinsam ausgewertet (insgesamt 137 Nennungen).

Antworten zu beiden Fragen (thematisch gruppiert, identische Nennungen werden nur einmal aufgeführt)

- **Internetangebot**

„eine regelmäßige Durchforstung von Internetangeboten“

„stärkere Internetanwendungen“

„alles über Internet“

„anstelle des IZ eine Oberfläche bzw. Schnittstelle einrichten, die über eine Internet-Adresse (URL) erreichbar wäre und von dort aus per Klick alles weitere“

„die Forschungserhebung bitte online erheben“

„direkter Zugang im Internet zu aktuellen Infos, z.B. das IZ-Telegramm“

„e-mail Informationssystem über Neuigkeiten in regelmäßigen Abständen einrichten“

- „periodischer online-update was die Dienstleistungen angeht, der aufmerksam macht auf weitere Möglichkeiten“
- „regelmäßige e-mail Information über neue Veröffentlichungen“
- „kompaktere und elektronische Infos, kein Papier“
- „mailbox einrichten, die die Nutzer auf Neuigkeiten aufmerksam macht“
- „mehr Navigationshilfe online“
- „Themengebiete online anbieten“

Nennungen insgesamt: 14

- **Online-Zugriff auf die Datenbanken**

- „einfachere Onlinerecherche“
- „noch mehr online-Verfügbarkeit der Bestände“
- „WISO III über Computer zugänglicher machen durch Campus-Lizenzen“
- „Der Zugriff über CD-ROM und übers Internet sollte preisgünstiger und campusweit (sein). Lizenzen auf Länderebene sollten sein.“
- „die Bedienbarkeit auf dem Internetwege sollte vervollkommnet werden“
- „direkte Recherche über Internet und das kostenlos“

Nennungen insgesamt: 11

- **Online-Zugriff auf Volltexte, Primärdaten und Archivmaterial**

- „auf Primärdaten zurückgreifen können“
- „Durchgriff über die Infodatenbanken auf Volltexte“
- „Zugang zu historischen Archiven“
- „Texte anbieten: Klassiker“

Nennungen insgesamt: 5

- **Internationalisierung, Vernetzung mit anderen Datenbanken**

- „bibliographische Zugänge nach Westeuropa“
- „die Internationalisierung betreiben“
- „Kooperationen mit internationalen Instituten sollten getroffen werden, um Zugänglichkeit dieser Institute zu erreichen“
- „Koordination der Datenbanken: wer wo was hat“
- „Navigation durch internationale Datenbanken“
- „social science index auf günstige Weise zugänglich machen“
- „stärkere Verknüpfung mit internationalen Datenbanken“
- „Zugang zu SOEP“

Nennungen insgesamt: 14

- **Qualitätsverbesserung der Datenbanken: Breiteres fachliches Angebot, ausländische Literatur, Aktualität, Auswahl**

„betrifft den Bereich der qualitativen Sozialforschung“

„ausländische Literatur (englisch) berücksichtigen“

„breitere Erfassung von Zeitschriften“

„der Bereich der Aktionsforschung sollte erweitert werden“

„Fachzeitschriften sollten erschlossen werden, nicht nur deutschsprachige. Auswahl der Reader ist nicht nachvollziehbar. Wünschenswert vollständige Erhebung“

„geringe Aktualität“

„Infoflut zu groß, sollte selektiver sein“

„Information über noch laufende Projekte“

„nicht standardisierte Sozialforschung sollte präserter sein“

„themenspezifischer arbeiten, zukunftsorientierte Themen“

„Vollständigkeit eines bestimmten Themenbereichs“

„Soziologische Forschung im europäischen Vergleich“

„Aktualität der Daten hinkt hinterher, Daten teilweise völlig unvollständig“

„bessere Auswahl der Inhalte“

„bessere Selektion im Hinblick auf gute Forschung und gute Literatur“

„derzeitiger Infostand ist i.d.R. ½ Jahr im Rückstand“

„Lösung von der Umfrageforschung, Angebot erweitern“

Nennungen insgesamt: 30

- **Produktvorstellung ,Datenbank-Bestandsinformationen,**

„mehr Transparenz, mehr Werbung“

„viele Infos, die ich für die Lehre brauche, muss ich suchen. Ich weiß nie, wo ich suchen muss, ob (es) bei ZA, IZ oder ZUMA zu finden ist. Auf Meta-Ebene sollte ein Finder sein, Systematik fehlt“

„attraktiveres outfit“

„bessere Aufbereitung und Präsentation“

„bessere Werbung über Produkte, Infos was die Produkte bringen“

„eine globale Information in regelmäßigen Abständen an die Wissenschaftler“

„größere Öffentlichkeitsarbeit bei den Studenten“

„ich würde darauf aufmerksam machen, dass ich die Termine als Nutzer der updates mitgeteilt bekomme“

„Infoflut durch kurze und schnell lesbare Infos eindämmen“

„Informationen ohne Anfrage sollte es geben, breitere Werbung“

„Informationsflut kanalisieren, spezifische Angebote. Beauftragten für so etwas einrichten wie bei der DFG.“

„Infos vereinfachen, verständlicher zugänglich machen“

„Produktbeschreibungen verdeutlichen“

„mehr über die Gesamtpalette informieren“

Nennungen insgesamt: 25

- **Spezial-Bibliographien zu neuen Themen**

„Dokumentationsdienst Literaturrecherche 3. Welt“

„Spezial-Bibliographien, z.B. Sport und Resozialisation“

„weitere Ausdifferenzierung der Angebote zu speziellen Themen“

„Schwerpunktdokumentationen ausbauen“

„integrierte Darstellung von Publikationen und Daten“

„mehr investieren in die Tiefengliederung der Inhalte“

„regelmäßige Veröffentlichungen zu bestimmten Themen“

Nennungen insgesamt: 7

- **Angebote für einzelne Zielgruppen**

„Erreichbarkeit für Studenten“

„gezieltere Ansprache von Studenten“

„individuelle Profile für Nutzer anbieten, damit nicht so viele Infos, die nicht interessieren“

„spezifischer, gezielter auf Zielgruppen eingehen, damit Infoflut eingeschränkt wird“

Nennungen insgesamt: 6

- **Angebot des IZ für die Lehre**

„Ausbildungsveranstaltungen in Lehre und Forschung: Neue Möglichkeiten der Mediennutzung“

„Praxishilfen für die Lehre: Visualisierung etc.“

„praktische Anleitungen für die Lehre fehlen“

Nennungen insgesamt: 3

- **Tarife**

„billiger sollten die Daten sein, Rabatt“

„ein kostenfreier Weg der Recherchen“

„Preise sind im Vergleich zu schrumpfenden Etats zu hoch“

„kostenlos anbieten“

„online-Zugang sollte billiger werden“

„stärkere online-Nutzung. Kosten sind der Hintergrund“

Nennungen insgesamt: 11

- **Sonstiges**

„IZ sollte für einen recherchieren“

„stärkerer Praxisbezug“

„alles besser ausbauen, Fragebögen nerven“

„Bildmedien und innovative Angebote“

„das IZ sollte seine Dienstleistungen proaktiver anbieten“

„man sollte mit den Forschern unmittelbar Kontakt aufnehmen und ihnen die Dokumentationsbestände bzw. Infos zugänglich machen“

„Schlagwortekatalog ist nicht optimal“

„anschließende Lieferung der Artikel in gedruckter Form“

„Literaturbeschaffung ist schlecht für den Nutzer“

„eine Expertendatenbank sollte gemacht werden: wen kann ich für bestimmte Fragen ansprechen? Wer ist auf dem Gebiet Experte?“

Nennungen insgesamt: 11

Summe: 137 Nennungen

6.3 Anhang 3: TRI:M Ergebnisse von NFO



NFO Infratest Wirtschaftsforschung

Studie zur Kundenzufriedenheit des IZ

Vergleich der TRI*M-Befragung 1997 und der Beurteilung durch Soziologieprofessoren 2000

© Global NFO TRI*M Center



TRI*M Index

ASPEKTE	FRAGEN	ERGEBNIS
Rational	Gesamtbewertung (Gesamtzufriedenheit)	Leistungsbewertung
Emotional	Weiterempfehlung	Kundenzufriedenheit
Intentional	Wiederkaufabsicht	Bindungsstärke
Objektive Barrieren	Vorteil im Konkurrenzvergleich	Kundenbindungsintensität

© Global NFO TRI*M Center



Stichproben 1997 und 2000

1997

2000

209 schriftlich befragte Mehrfachnutzer aus der BRD, Schweiz und Österreich, die 1993 bis 1996 kontinuierlich Produkte und Dienstleistungen des IZ in Anspruch genommen haben

181 telefonisch befragte Soziologieprofessoren aus der BRD, Schweiz und Österreich, die 1999 in einem universitären Fachbereiche der Soziologie, bzw. Sozialwissenschaften oder in einer großen Sozialwissenschaftlichen Institution tätig waren und die Nutzer des IZ sind.

© Global NFO TRI*M Center

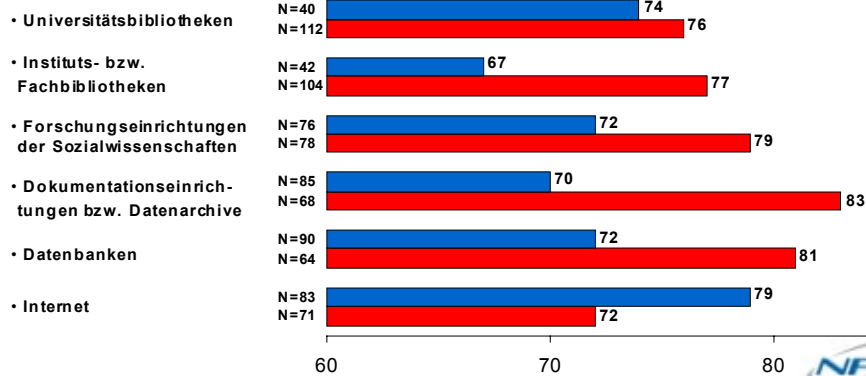


TRI*M Index verglichen nach Informationsbedarf

Quellen für die wissenschaftliche Arbeit:

Die Quelle ist **sehr wichtig/wichtig** für meine Arbeit

Die Quelle ist **weniger wichtig/unwichtig** für meine Arbeit



© Global NFO TRI*M Center



TRI*M Kundenbindungsintensität

Analyse der Ergebnisse zum Index der Kundenbindungsintensität

Stark gebundene Kunden: Index 100 und mehr

Gebundene Kunden: Index 70 bis unter 100

Kunden, die vergleichen: Index 40 bis unter 70

Gefährdete Kunden: Index 10 bis unter 40

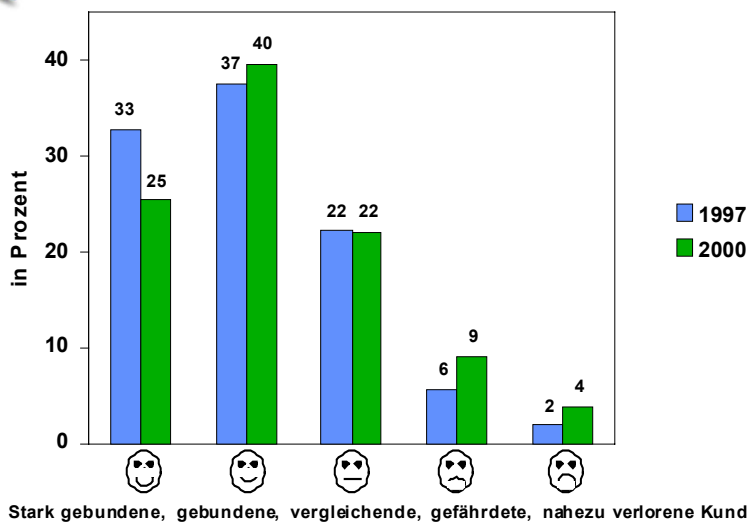
Nahezu verlorene Kunden: Index unter 10



- In der Realität rangiert der Wert des Index der Kundenbindungsintensität für alle Kunden in der Regel zwischen 0 und 100. Für einzelne Zielgruppen bzw. Standorte sind jedoch Über- oder Unterschreitungen dieser Grenzen möglich wenn beispielsweise alle Kunden sehr schlecht bzw. alle Kunden äußerst positiv geurteilt haben.

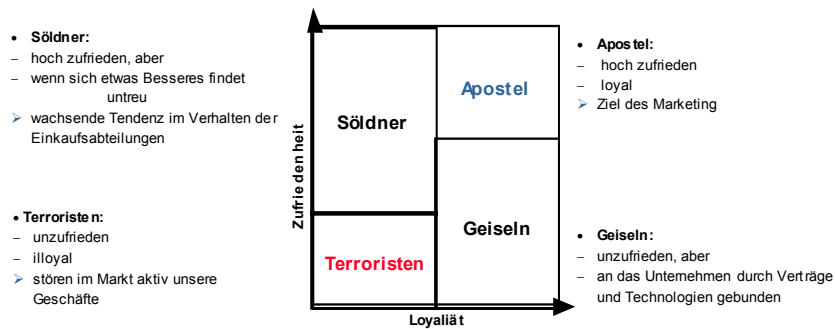


TRI*M Kundenbindungsintensität im Vergleich



TRI*M Kundentypologie

- ▶ Die TRI*M Typologie basiert - wie der TRI*M Index - auf den Antworten zu den 4 Indexfragen
- ▶ Auf Basis der Zufriedenheit (Indexfragen Nr. 1 und 2) und der Loyalität (Indexfragen Nr. 3 und 4) werden die Kunden in vier Gruppen unterteilt (vgl. Sasser/Jones 1995):

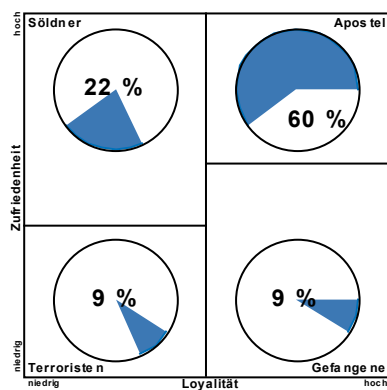


© Global NFO TRI*M Center



TRI*M Kundentypologie 1997 Mehrfachnutzer

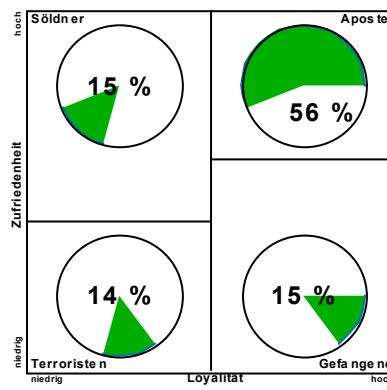
Index: 81 1997



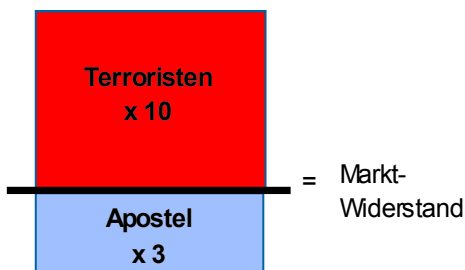
© Global NFO TRI*M Center

TRI*M Kundentypologie 2000 Soziologieprofessoren

Index: 76 2000



Marktwiderstand durch negative Mundpropaganda

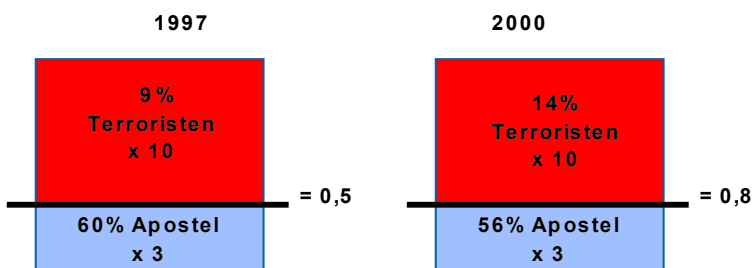


Bei positiver Mundpropaganda ergibt sich eine "stabile Marktsituation":

$$\frac{15\% \text{ Terrorists} \times 10}{50\% \text{ Apostel} \times 3} \rightarrow \frac{150}{150} = 1$$



Marktwiderstand durch negative Mundpropaganda



Die Ergebnisse beider Befragungen zeigen, dass negative Mundpropaganda sowohl bei den Mehrfachnutzern (1997) als auch bei den Soziologieprofessoren (2000) sehr gering ist. Mit 0,5 (1997) und 0,8 (2000) erweist sich der Marktwiderstand als gering. Bereits ein Wert von 1 ist ein Indikator, dass mit wenig Widerstand durch negative Mundpropaganda zu rechnen ist. Werte kleiner als 1 sind ein hervorragendes Ergebnis.



6.4 Anhang 4: Feldbericht

Der folgende Feldbericht ist der ZUMA Interne Projektbericht:

Michael Schneid und Angelika Stiegler: ZUMA Interner Projektbericht Nr. 2001/08 Feldbericht Projekt "Potential-Umfrage GESIS" April 2001.

6.4.1 Einleitung

Im Rahmen der Qualitätssicherung sollten Soziologieprofessoren und – professorinnen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zur GESIS sowie schwerpunktmäßig zu den Instituten IZ, ZA und ZUMA befragt werden. Auf der Basis eines schriftlichen Fragebogenentwurfs wurde zunächst ein „Computer-Fragebogen“ entwickelt, der im Mai 2000 im Rahmen eines qualitativen Telefon-Pretests auf seine Praktikabilität, Verständlichkeit und Einsetzbarkeit überprüft wurde. Aufgrund der Pretest-Ergebnisse wurde das Erhebungsinstrument modifiziert und kam dann in der überarbeiteten Form bei der Hauptstudie zum Einsatz, die im November/Dezember 2000 im Telefonlabor vom ZUMA durchgeführt wurde. Der vorliegende Bericht dokumentiert die Durchführung der Feldarbeit.

6.4.2 Stichprobe

Für die Telefonumfrage stellte das IZ eine Excel-Datei mit insgesamt 636 Namen und Telefonnummern von Soziologieprofessoren bzw. – professorinnen in Deutschland, Österreich sowie der Schweiz zur Verfügung, wovon 113 potentielle Zielpersonen als „GESIS-Affine“ gekennzeichnet waren. Es handelte sich hierbei um Professoren bzw. Professorinnen, die in engerem Kontakt zur GESIS bzw. den Instituten stehen oder standen.

6.4.3 Feldzeit

Mit der Hauptstudie sollte am 6. November 2000 begonnen werden. Ein Totalausfall des CATI-Systems führte allerdings zur Installation eines „Notsystems“, mit dem am 9. November 25 Interviews realisiert werden konnten. Da dieses „Notsystem“ sich nicht als stabil genug erwies, um die Befragung fortzuführen, musste ein vollständig neues CATI-System eingerichtet werden, was dazu führte, dass mit der Studie erst am 14. November begonnen werden konnte. Beendet wurde die Telefonumfrage am 14. Dezember 2000. In der

Feldphase erfolgte die Kontaktaufnahme mit den Zielpersonen in der Zeit von 10 bis 19 Uhr.

Bei der Studie wurden insgesamt 9 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.

6.4.4 Fragebogen

Für die Potential-Umfrage wurde in einem ersten Schritt von einer Arbeitsgruppe, in der Mitarbeiter der drei Institute IZ, ZA und ZUMA vertreten waren, eine schriftliche Version des Fragebogens entwickelt, der als Grundlage für die Umsetzung in den telefonischen „Computer-Fragebogen“ diente. Im Mai 2000 wurde dieser Fragebogen im Rahmen eines qualitativen Telefon-Pretests auf seine Praktikabilität, Verständlichkeit und Einsetzbarkeit überprüft¹⁶. Aufgrund der Ergebnisse des Pretests wurde der Fragebogen modifiziert und in der überarbeiteten Form bei der Hauptstudie eingesetzt¹⁷.

Der Fragebogen selbst 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 etc. gestellt. Beim ZA ging es neben der Bekanntheit von

¹⁶ Schneid, Michael; Angelika Stiegler (2000), Pretestbericht Projekt „Potential-Umfrage GESIS“, ZUMA Interner Projektbericht Nr. 03/2000.

¹⁷ Der Fragebogen befindet sich im Anhang dieses Berichts.

Dienstleistungen und Produkten u.a. schwerpunktmäßig um die Archivierung, Suche, Aktualität usw. von Datensätzen. Und beim ZUMA ging es zunächst um die Inanspruchnahme von allgemeinen Beratungsleistungen bzw. Projektberatungen, gefolgt von der Bekanntheit und Nutzung diverser Dienstleistungen und Produkten¹⁸.

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 wurden sie auch nur zum IZ befragt.

Bei jedem institutsspezifischen Fragenblock gab es darüber hinaus noch eine „Einschränkung“: die Befragungsperson sollte schon selbst in ihrer Funktion als Hochschullehrer Produkte oder Dienstleistungen des Instituts in Anspruch genommen haben. War dies nicht der Fall, folgten einige Fragen über die Nutzung des Instituts durch Mitarbeiter bzw. Studenten. Anschließend sollten die Zielpersonen nur noch 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 zur GESIS, die nur jenen Befragungspersonen vorgelesen wurden, die mindestens eines der 3 Institute kannten. Zum Interviewabschluss folgten dann noch einige soziodemographische Fragen zum Alter, Geschlecht, den soziologischen Teildisziplinen, in denen die Befragten tätig sind, etc.. Am Ende des Interviews sollten die Zielpersonen angeben, ob sie an der Zusendung von Informationsmaterial zur GESIS interessiert sind. Knapp über 70 % der Zielpersonen bekundeten daran ihr Interesse. Die Anschriften dieser Befragungspersonen wurden im Feldverlauf sukzessive per Email an das IZ gesandt. Von dort wurde das Informationsmaterial an die Interessenten geschickt.

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

¹⁸ Der genaue Wortlaut der Fragen und die Fragenabfolge ist dem Anhang zu entnehmen.

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 konnten bei dieser Studie schon 5 Werktage nach Feldende der Datensatz an die Arbeitsgruppe übermittelt werden.

6.4.5 Realisierte Interviews und Ausschöpfungsübersicht

Auf Basis der vorgegebenen 636 Adressen konnten im Rahmen der Studie insgesamt 431 Interviews realisiert werden. Wie aus der Ausschöpfungsübersicht in Tabelle 8: Ausschöpfungsübersicht ersichtlich ist, war in 16 Fällen die Telefon-Nummer nicht existent. In 4 Fällen handelte es sich um einen Privathaushalt bzw. die avisierte Zielperson war verstorben. Und in 15 Fällen war die Zielperson mit „unbekanntem Ziel“ verzogen.

Von den 636 Telefonnummern können somit 39 Rufnummern als stichprobenneutrale Ausfälle angesehen werden, so dass das bereinigte Brutto I insgesamt noch 597 Telefonnummern umfasst. 8 Zielpersonen waren emeritiert und 20 Befragungspersonen befanden sich zum Zeitpunkt der Umfrage im Ausland bzw. hatten ein Freisemester, wodurch sie nicht für die Befragung zur Verfügung standen. In 11 Fällen wurden mehr als 30 Kontaktversuche unternommen, ohne dass es zu einem Interview mit der Zielperson kam. Unter Berücksichtigung der vorgenannten Fälle kommen wir zu einem bereinigten Brutto II mit 558 Rufnummern, die als Ausgangsbrutto für die Ausschöpfungsberechnung herangezogen werden. Knapp 6 % hatten keine Zeit, an der Befragung teilzunehmen und etwa jede 10. Zielperson hatte kein Interesse sich befragen zu lassen. 2 % gaben an, sie seien zu alt oder zu krank, um sich daran zu beteiligen und knapp 5 % waren in der Feldzeit nicht erreichbar. Alles in allem gesehen, konnte im vorliegenden Fall somit eine Ausschöpfungsquote von knapp über 77 % erzielt werden.

Tabelle 8: Ausschöpfungsübersicht

Telefon-Nr. insgesamt	636	100,0 %
Stichprobenneutrale Ausfälle		
Telefon-Nr. nicht existent	16	2,5 %
Privathaushalt	4	0,6 %
ZP verstorben	4	0,6 %
ZP verzogen ¹⁹ , nicht mehr an Uni	15	2,4 %
Summe	39	6,1 %
Bereinigtes Brutto I:		
ZP emeritiert ²⁰	8	1,3 %
ZP im Ausland / Freisemester	20	3,4 %
Mehr als 30 Kontaktversuche	11	1,8 %
Summe	39	6,5 %
Bereinigtes Brutto II:		
ZP hat keine Zeit	32	5,7 %
ZP hat kein Interesse	53	9,5 %
ZP zu alt, krank	11	2,0 %
ZP in Feldzeit nicht da	26	4,7 %
Sonstige Gründe	4	0,7 %
Abbruch	1	0,2 %
Summe	127	22,8 %
Realisierte Interviews:	431	77,2 %

¹⁹ Es handelt sich hierbei nur um „unbekannt verzogene“ Zielpersonen, die nicht mehr an ihrer Arbeitsstelle telefonisch angetroffen werden konnten und deren neue oder private Telefonnummer nicht in Erfahrung gebracht werden konnte. In den anderen Fällen wurde versucht, die Zielpersonen unter der neuen oder privaten Rufnummer zu kontaktieren.

²⁰ Es handelt sich hierbei um emeritierte Zielpersonen, deren Telefonnummer nicht in Erfahrung gebracht werden konnte.

Tabelle 9: Ausschöpfungsübersicht differenziert nach „GESIS-Affinen“ und „Nicht-GESIS-Affinen“

	Alle Befragten	„Nicht-GESIS-Affine“	„GESIS-Affine“
	n = 636	n = 523	n = 113
Stichprobenneutrale Ausfälle			
Telefon-Nr. nicht existent	2,5 %	2,7 %	1,8 %
Privathaushalt	0,6 %	0,8 %	0,0 %
ZP verstorben	0,6 %	0,6 %	0,9 %
ZP verzogen, nicht mehr an Uni	2,4 %	2,5 %	1,8 %
Summe	6,1 %	6,5 %	4,4 %
Bereinigtes Brutto I:			
ZP emeritiert	1,3 %	1,6 %	0,0 %
ZP im Ausland / Freisemester	3,4 %	4,1 %	0,0 %
Mehr als 30 Kontaktversuche	1,8 %	2,2 %	0,0 %
Summe	6,5 %	8,0 %	0,0 %
Bereinigtes Brutto II:			
ZP hat keine Zeit	5,7 %	6,0 %	4,6 %
ZP hat kein Interesse	9,5 %	9,1 %	11,1 %
ZP zu alt, krank	2,0 %	2,2 %	0,9 %
ZP in Feldzeit nicht da	4,7 %	4,0 %	7,4 %
Sonstige Gründe	0,7 %	0,4 %	1,9 %
Abbruch	0,2 %	0,0 %	0,9 %
Summe	22,8 %	21,8 %	26,9 %
Realisierte Interviews:			
	n = 431	n = 352	n = 79

In der Tabelle 9: Ausschöpfungsübersicht differenziert nach „GESIS-Affinen“ und „Nicht-GESIS-Affinen“ sind die Ausschöpfungsübersichten differenziert nach den „Nicht-GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“²¹ dargestellt, wobei erkennbar ist, dass die Ausschöpfungsquote mit etwas

²¹ Wie schon erwähnt, handelt es sich bei „GESIS-Affinen“ um Professoren bzw. Professorinnen, die in engerem Kontakt zur GESIS bzw. den Instituten stehen oder standen.

über 78 % bei den „Nicht- GESIS-Affinen“ etwas höher ist als bei den „GESIS-Affinen“ (knapp über 73 %). Die geringere Quote bei den „GESIS-Affinen“ ergibt sich vor allem dadurch, dass in dieser Zielgruppe vergleichsweise mehr Personen in der Feldzeit nicht erreichbar waren und tendenziell etwas weniger daran interessiert waren, sich befragen zu lassen.

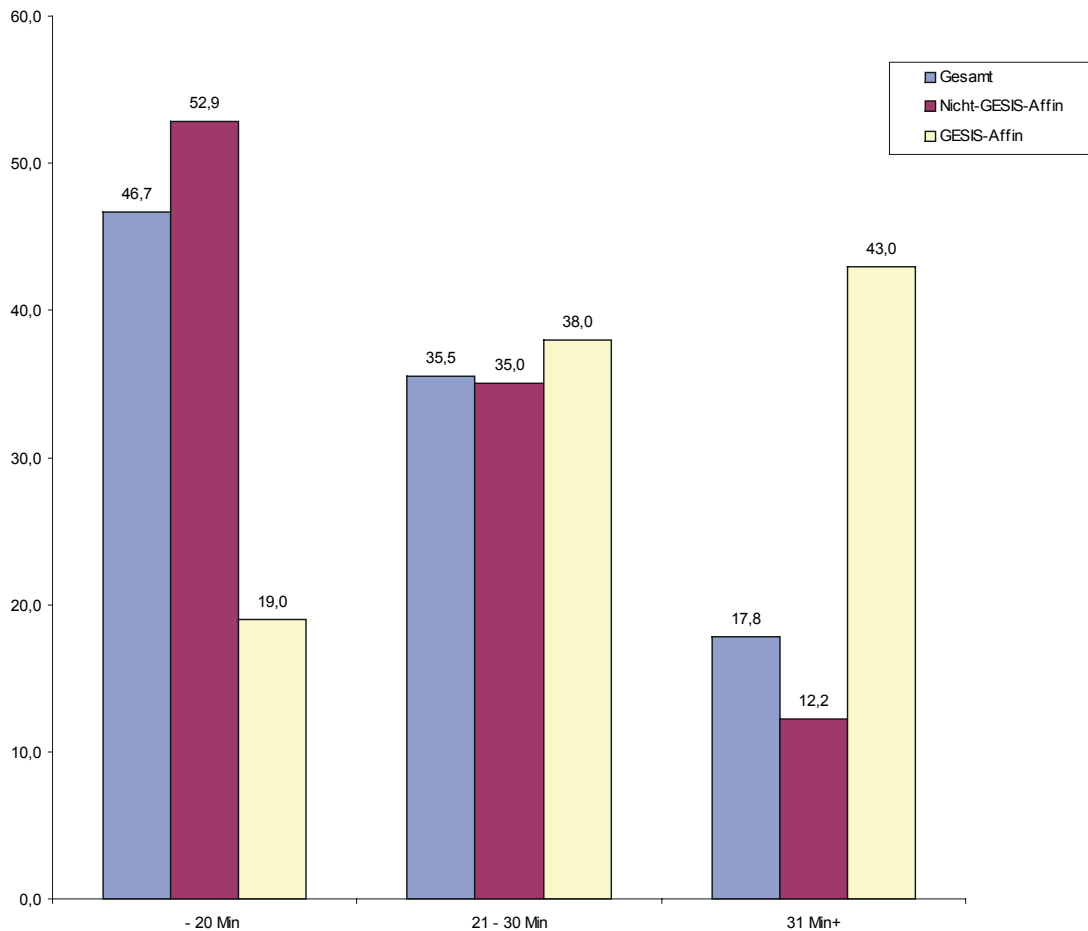
6.4.6 Interviewdauer und Kontaktanzahl

Das kürzeste Interview dauerte 8 und das längste Interview 89 Minuten. Im Durchschnitt betrug die Interviewdauer 23 Minuten. Betrachtet man die Interviewdauer differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“, dann zeigt es sich, dass im Schnitt die Interviews mit den GESIS-Affinen etwas länger dauerten ($\bar{x} = 29$ Min.; Min = 9 / Max = 63 Min) als mit den „Nicht- GESIS-Affinen“ ($\bar{x} = 21$ Min.; Min = 8 / Max = 89 Minuten)²².

In der nachfolgenden Abbildung sind die Interviewzeiten kategorisiert dargestellt. Daraus ist ersichtlich, dass etwa jeder 2. Befragte bei den „Nicht-GESIS-Affinen“ bis 20 Minuten Befragungszeit für ein Interview benötigte. Innerhalb der Gruppe der „GESIS-Affinen“ war dies nur in jedem 5. Interview der Fall. Fast jeder 2. „GESIS-Affine“ benötigte mehr als 30 Minuten, um den Fragebogen zu beantworten.

²² Auch ohne Einbeziehung des langen Interviews von 89 Minuten lag die Durchschnittsinterviewdauer bei den „Nicht- GESIS-Affinen“ bei etwa 21 Minuten.

Abbildung 9: Interviewdauer kategorisiert.
(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)

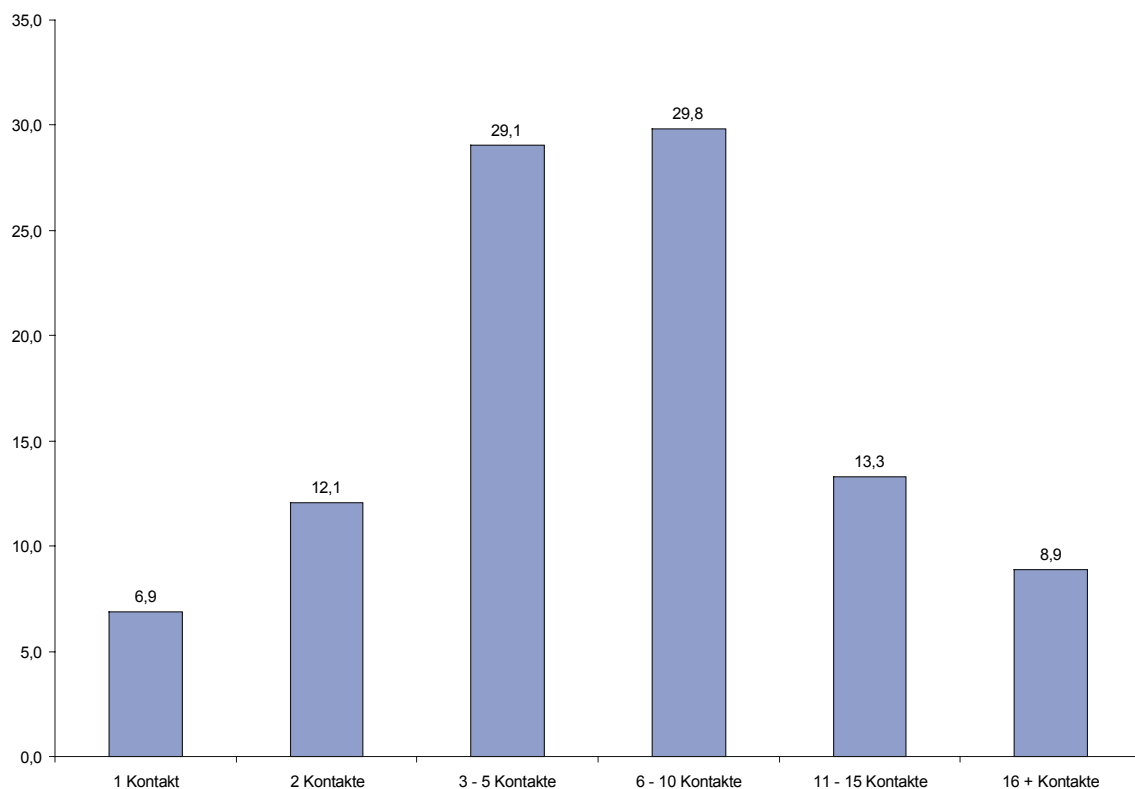


Im Gegensatz zu „herkömmlichen“ telefonischen Bevölkerungsumfragen ist es erfahrungsgemäß bei Studien mit einer Zielpopulation wie im vorliegenden Fall im Verlauf der Feldphase teilweise äußerst schwierig, die Befragungsperson zu erreichen und zu interviewen. Dringende Termine oder anderweitige kurzfristige Verpflichtungen seitens der Zielpersonen führen dazu, dass die InterviewerInnen oftmals über einen längeren Zeitraum den Befragungspersonen „hinterher telefonieren“ müssen. Auch in Fällen, in denen mit dem Sekretariat feste Termine vereinbart wurden, ist nicht immer sichergestellt, dass die Zielperson dann auch anwesend ist. Alles in allem gesehen, sind weitaus mehr Kontaktversuche als bei einer Bevölkerungsumfrage notwendig, bevor es zu einem realisierten Interview kommt.

So waren bei dieser Studie im Schnitt 7,2 Kontaktversuche nötig, bevor es zu einem Interview kam. Wie in der Abbildung 10, in der die Kontaktanzahl ka-

tegorisiert dargestellt ist, erkennbar ist, konnte nur in jedem 15. Fall beim Erstkontakt schon ein Interview durchgeführt werden. In jedem 10. Fall waren dazu 2 Kontakte erforderlich. In den meisten Fällen mussten die InterviewerInnen 3 bis 10 Kontaktversuche vornehmen, bis es zur Befragung kam. Und in jedem 5. Fall bedurfte es 11 und mehr Kontakte bis zur Realisierung des Interviews.

Abbildung 10: Anzahl Kontakte bis zum Interview (kategorisiert)



6.4.7 Besonderheiten

Im Rahmen der Studie sollten Soziologieprofessoren und – professorinnen in Deutschland, Österreich sowie der Schweiz befragt werden. Zu diesem Zweck wurde im Mai 2000 vom IZ eine Excel-Datei mit den Namen potentieller Zielpersonen und deren Telefonnummern zur Verfügung gestellt, die allerdings kleinere „Stolpersteine“ enthielt, was sich aber zum Teil erst im Verlauf der Feldphase herausstellte.

So zeigte es sich schon kurz nach Feldbeginn, dass die im Datensatz angegebene Telefonnummern in nicht unerheblichem Umfang nicht auf dem neuesten Stand waren, was möglicherweise dadurch bedingt war, dass zwischen

dem Zeitpunkt der Adressenlieferung und dem Beginn der Feldphase mittlerweile 6 Monate vergangen waren. Auf jeden Fall konnten vergleichsweise viele Befragungspersonen nicht direkt unter der vorgegebenen Rufnummer kontaktiert werden. Entweder waren sie innerhalb der Universität in andere Räumlichkeiten umgezogen und somit unter einer anderen Rufnummer erreichbar. Oder sie hatten die Universität gewechselt bzw. waren in den Ruhestand versetzt worden. Da es in relativ vielen Fällen nicht möglich war, die Zielperson unter der angegebenen Telefonnummer zu kontaktieren und oftmals auch Universitätsmitarbeiter keine Auskunft über den gegenwärtigen Aufenthaltsort der Zielperson geben konnten, mussten die InterviewerInnen über die Telefonzentralen der Universitäten bzw. Arbeitsstätten herausfinden, wo sich die Zielperson aufhält.

Bei der Schulung wurde den InterviewerInnen vermittelt, dass Soziologieprofessorinnen und -professoren befragt werden. Im Feldverlauf zeigte es sich allerdings, dass dies nicht in jedem Fall zutraf. Knapp 10 % der Befragten waren keine Soziologieprofessoren, sondern z.B. „Sprachwissenschaftler“, „Historiker“, Wirtschaftswissenschaftler“, „Jurist“ etc.. Diese Angaben wurden von den InterviewerInnen nach Beendigung des Interviews festgehalten. Eine Datei mit den Berufsangaben der „Nicht-Soziologen“ sowie der dazugehörigen Fallnummer wurde zusammen mit dem Datensatz an die Arbeitsgruppe geschickt.

Nicht alle Befragungspersonen waren zum Zeitpunkt der Umfrage noch berufstätig. Nach Beendigung der Feldzeit zeigte es sich, dass von den 431 Zielpersonen 17 Befragte emeritiert waren. Dieser Personenkreis wurde dennoch zur Thematik befragt. Zum einen stellte es sich zumeist erst am Interviewende heraus, dass sie emeritiert waren. Und zum anderen erschien es sinnvoll, auch deren Meinungen und Ansichten zu erfassen, da nicht bekannt war, ob sie sich erst seit kurzem oder schon seit längerer Zeit im Ruhestand befinden²³.

Die vorgenannten Punkte betrafen schwerpunktmäßig die kleinen „Stolpersteine“ in der Datei mit den Namen und Telefonnummern der potentiellen Zielpersonen, die bei der Studie zum Einsatz kam. Nachfolgend soll noch auf

²³ In der Ausschöpfungsübersicht (Seite 54) sind 8 Personen als emeritiert ausgewiesen. Diese Personen konnten nicht kontaktiert werden, da nicht bekannt war, wo sie sich aufhalten.

die Besonderheiten eingegangen werden, die bei der Befragung auftraten und nicht unerwähnt bleiben sollen:

Alle Zielpersonen wurden kalt kontaktiert, d.h. sie erhielten kein Anschreiben, in dem sie über Ziel und Zweck der Studie informiert wurden. Allerdings bestanden nicht wenige Befragten auf die Zusendung einer schriftliche Information. In diesen Fällen wurde ihnen ein einseitiges Fax zugesandt, dass sich in der Anlage dieses Berichtes befindet ^{24 25}.

Fachfremde Zielpersonen, die keine Soziologieprofessoren waren, hatten zum Teil Probleme die Fragen zu beantworten, da diese weniger mit ihrem eigentlichen Fachgebiet zusammenhängen („... ZP ist Rechtswissenschaftler. Hat teilweise den Eindruck gemacht, als verstünde er die Fragen nicht. Dementsprechend auch öfter die Antwort ‚weiss nicht‘“).

Es gab nicht wenige Fälle, in denen die Zielpersonen Probleme hatten, die einzelnen Institute auseinander zuhalten. Dies betraf insbesondere die beiden Institute IZ und ZA, bei denen es zu Verwechslungen kam („... konnte IZ und ZA nicht auseinanderhalten. Hat die Institute verwechselt ...“).

Und letztlich gab es auch Kritik am Fragebogen: er wurde teilweise als zu lang empfunden („... Interview hat viel zu lange gedauert! Die letzten 10 Minuten wurde er ungeduldig ...“; „... wenig Zeit! wollte zwischendurch aufhören ...“) und die im Fragebogen eingesetzten Skalierungen (1 als Negativ- und 6 als Positivwert) erwiesen sich für manche Zielperson als gewöhnungsbedürftig.

Ein weiterer Aspekt sollte auch nicht unerwähnt bleiben: in einem Fall rief die Zielperson bei einem der 3 Institute an, um sich ausführlicher über Sinn und Zweck der Studie zu informieren. Dort erhielt sie aber die Auskunft, dass keine Umfrage durchgeführt wird, was dazu führte, dass die Zielperson dann von dem Interview Abstand nahm. D.h. bei zukünftigen Umfragen sollten die

²⁴ Die Sekretärin einer Zielperson gab an, dass diese erst zu einem Interview bereit ist, wenn das Fax vorliegt. Nach Versand des Faxes und der erneuten Kontaktaufnahme teilte sie dem Interviewer mit, dass die Zielperson ein Freisemester hat und erst im nächsten Jahr wieder zu erreichen sei.

²⁵ Bei einer früher durchgeführten Umfrage bei Professoren mussten ebenfalls vor Durchführung eines Interviews Faxe an die Zielpersonen verschickt werden, bevor ein Interview realisiert werden konnte.

Institute bzw. die Mitarbeiter darüber informiert werden, damit Auskünfte dieser Art vermieden werden. Ebenso sollten die Mitarbeiter im Telefonlabor darüber in Kenntnis gesetzt werden, wenn zeitgleich zur telefonischen auch eine schriftliche Befragung läuft, damit es weder bei den Zielpersonen noch bei den Interviewer/Innen zu Irritationen kommen kann²⁶.

Nach jedem Interview sollten die InterviewerInnen festhalten: a) die Antwortbereitschaft der Zielperson, b) wie schwierig das Interview 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.

Generell kann gesagt werden, dass die Antwortbereitschaft der Zielpersonen tendenziell als sehr gut eingeschätzt wurde, wobei die „GESIS-Affinen“ durch die InterviewerInnen diesbezüglich besser beurteilt wurden als die „Nicht- GESIS-Affinen“ (Abbildung 11).

Das Interview selbst wurde sowohl von InterviewerInnen, aber auch durch die Zielpersonen als nicht besonders schwierig angesehen. Auch hier gibt es Unterschiede zwischen den „Nicht- GESIS-Affinen“ und den „GESIS-Affinen“: für die letztere Gruppe war das Interview leichter, sowohl für den Interviewer wie auch den Befragten (Abbildung 12 und Abbildung 13).

²⁶ So gaben mehrere Zielpersonen an, dass sie gerade einen schriftlichen Fragebogen erhalten haben und warum sie nun wieder befragt werden. Möglicherweise handelte es sich dabei um die Erhebung für die Datenbank FORIS.

Abbildung 11: Antwortbereitschaft der Zielpersonen
(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)

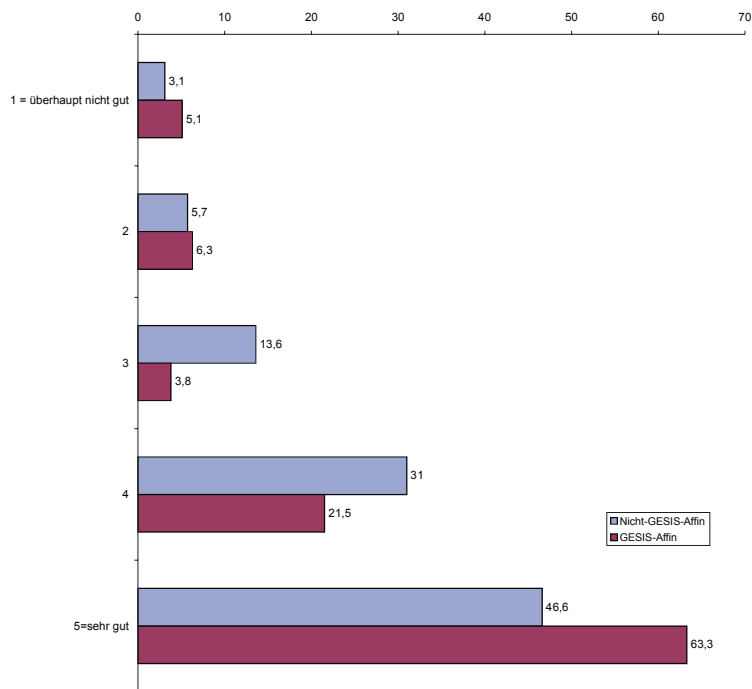
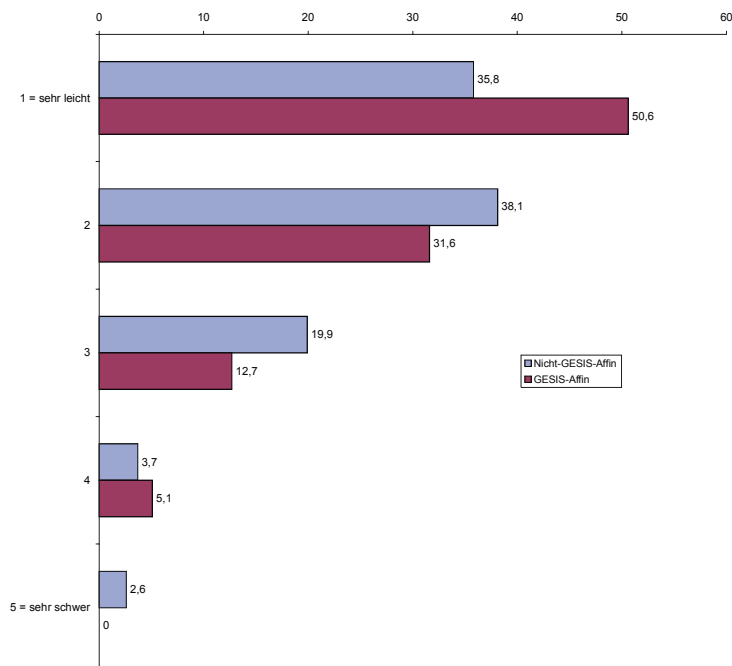
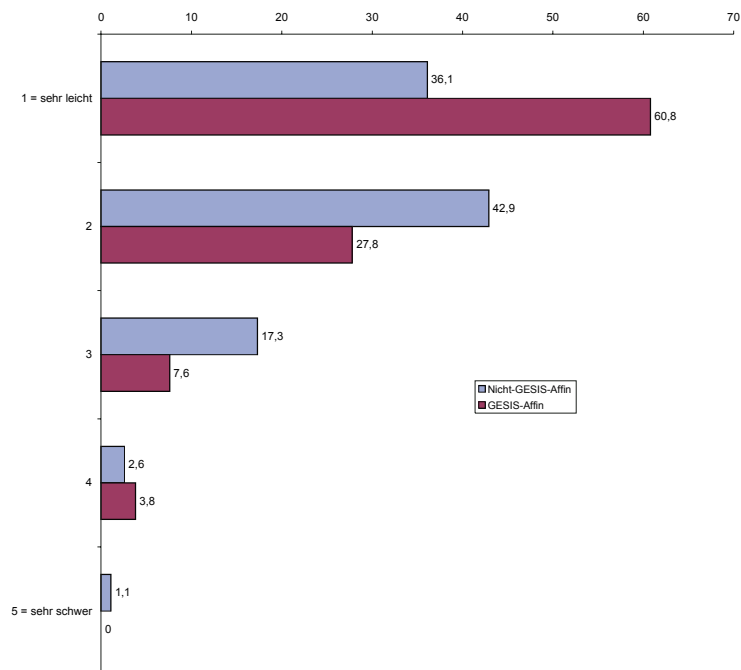


Abbildung 12: Schwierigkeitsgrad Interviewer
(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)

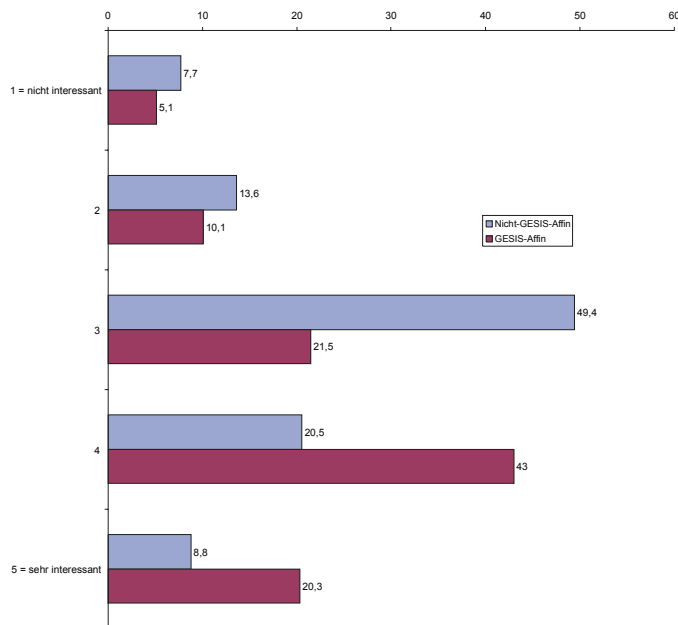


**Abbildung 13: Schwierigkeitsgrad Zielperson
(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)**



Und wie interessant das Untersuchungsthema nach Einschätzung der InterviewerInnen für die Befragten war, ist aus der Abbildung 43 erkennbar. Hier zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den „Nicht-GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“. Für jeden 2. „Nicht-GESIS-Affinen“ lag das Befragungsthema im „Mittelfeld“, wohingegen bei den „GESIS-Affinen“ die Untersuchung doch ein sehr starkes Interesse hervorrief.

**Abbildung 14: Interesse seitens der Zielpersonen
(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)**



6.4.8 Zusammenfassung

Die Befragung verlief im wesentlichen ohne größere Probleme. Zu Beginn der Feldphase gab es zwar etwas „Stress“, da zum einen ein neues CATI-System installiert werden musste, was zwangsläufig zu einer Verschiebung des Feldbeginns führte. Und zum anderen mussten zu Beginn der Studie relativ viele Rufnummern durch die InterviewerInnen über die Telefonzentralen der Universitäten recherchiert werden, da die potentiellen Zielpersonen oftmals nicht über die vorgegebenen Telefonnummern direkt erreichbar waren. Nachdem diese anfänglichen Schwierigkeiten überwunden waren, konnte die Befragung ohne Probleme abgewickelt werden. Auf der Basis von 636 vorgegebenen Adressen lagen nach Abschluss der Feldarbeiten 431 realisierte Interviews vor. Bei der Studie konnte eine Ausschöpfungsquote von knapp über 77 % erzielt werden. Die durchschnittliche Interviewzeit betrug 23 Minuten.

Prof. Dr. Peter Ph. Mohler

Herrn
Prof. Dr. Hans Muster
Universität Muster
12345 Musterstadt

Fax.: 0123 / 123456

15. November 2000

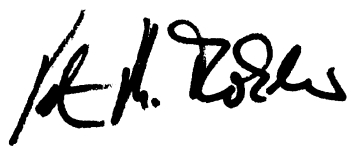
Umfrage für die GESIS

Sehr geehrter Herr Prof. 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 Sozialwissenschaftler 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

6.5 Anhang 5: Fragebogen

Guten Tag, mein Name ist (Name nennen) von der Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen GESIS. Wir führen eine Umfrage bei allen Soziologieprofessoren und -professorinnen in Deutschland, Österreich und der Schweiz durch. In diesem Zusammenhang möchten wir Sie zu Ihrer wissenschaftlichen Arbeitsweise befragen und von Ihnen erfahren, wie und wo Sie sich Informationen beschaffen, die Sie für Ihre Lehre und Forschung benötigen.

1 = WEITER

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
-

F01a

Benutzen Sie für Ihre Lehrveranstaltungen auch das Internet?

[INT.: Auch für Vorbereitungen zu Lehrveranstaltungen]

- JA, benutze Internet
 - NEIN, benutze Internet nicht
 - Keine Angabe
-

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
-

F02a

Und benutzen Sie für Ihre Forschungstätigkeiten auch das Internet?

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

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
-

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

[INT.: Bei Rückfragen: egal, ob selbst genutzt oder durch andere]

F05

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit ...
... 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

[INT.: Bei Rückfragen: egal, ob selbst genutzt oder durch andere]

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

[INT.: Bei Rückfragen: egal, ob selbst genutzt oder durch andere]

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

[INT.: Bei Rückfragen: egal, ob selbst genutzt oder durch andere]

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

[INT.: Bei Rückfragen: egal, ob selbst genutzt oder durch andere]

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

[INT.: Bei Rückfragen: egal, ob selbst genutzt oder durch andere]

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 Namen nach bekannt

2= Ja, bekannt und schon genutzt

3= NEIN, kenne ich nicht

F10a

Der GESIS gehören drei Institute an.

Kennen Sie, und wenn auch nur dem Namen nach, ...

... das Informationszentrum Sozialwissenschaften IZ in Bonn?

1= JA

2= Nein

3= Weiss nicht

Kennen Sie, und wenn auch nur dem Namen nach, ...

... das Zentralarchiv für empirische Sozialforschung ZA in Köln?

1= JA

2= Nein

3= Weiss nicht

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

F10b1

Kennen Sie, und wenn auch nur dem Namen nach, ...

... das Informationszentrum Sozialwissenschaften IZ in Bonn?

1 = JA

2 = Nein

3 = Weiss nicht

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
-

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
-

A01

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

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

A02

Haben Sie Ihren Mitarbeitern oder Mitarbeiterinnen schon einmal den
Auftrag gegeben, das IZ für Sie zu nutzen?

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

A03

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

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

A04

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

- 1 = Ja
 - 2 = Nein
-

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

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

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

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

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

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
-

A071

Ich habe im folgenden einige Fragen zu Informationsdiensten und Veröffentlichungen des IZ.
Beginnen wir mit der CD-ROM WISO III.
Kennen Sie die CD-ROM WISO III?

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

A0721

Wer führt bei Ihnen Recherchen auf der CD-ROM WISO III durch?
Sie selbst?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

Ihre Mitarbeiter in Ihrem Auftrag?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

|

Ihre Mitarbeiter oder Studenten für deren eigene Arbeit?

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

A073

Wie beurteilen Sie die 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
-

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
-

A0821

Wer nutzt bei Ihnen soFiD (SOzialwissenschaftlichen FachInformationsDienst)?

Sie selbst?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

Ihre Mitarbeiter in Ihrem Auftrag?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

|

Ihre Mitarbeiter oder Studenten für deren eigene Arbeit?

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

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

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]

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

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

A091

Kennen Sie die neue 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
-

A0921

Wer nutzt bei Ihnen die neue CD-ROM Version von soFiD?
Sie selbst?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

Ihre Mitarbeiter in Ihrem Auftrag?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

Ihre Mitarbeiter oder Studenten für deren eigene Arbeit?

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

A093

Wie beurteilen Sie die neue 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
-

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.

- Online-Zugang über STN, DIMDI oder GBI zu den Datenbanken
- SOLIS und/oder FORIS?

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

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
-

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, Soziologielehre in Deutschland, u.ä.)

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

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
-

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
-

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
-

A13

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

[INT.: Angaben vorlesen]

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

A14

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

Ist das ein ...

[INT.: Angaben vorlesen]

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

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
-

A152

Können Sie uns bitte kurz erläutern?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

A161

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

1 = JA

2 = NEIN

3 = Weiss nicht

A162

Können Sie uns bitte kurz angeben, welche Leistungen zusätzlich angeboten werden sollten?

[INT.: Bitte kurz notieren]

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
-

A181

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

1 = JA

2 = Nein

3 = Weiss nicht

A182

Und um welche Einrichtungen handelt es sich dabei?

[INT.: Bitte kurz notieren]

A19

Fühlen Sie sich über das Dienstleistungsangebot des IZ ausreichend informiert?

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

A19b

Und warum fühlen Sie sich nicht ausreichend informiert?

[INT.: Bitte kurz notieren]

A20

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

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

F20

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

F20b

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

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

25 - 90

s01b

INT.: Geschlecht

1 = Männlich

2 = Weiblich

s02

Seit wievielen Jahren sind Sie als Soziologieprofessor bzw. -professorin tätig?

xx Jahre

[0 = Keine Angabe

1 - 60

s03

Welcher soziologischen Teildisziplin (z.B. Stadtsoziologie) ordnen Sie sich zu?

- Agrarsoziologie
- Bildungssoziologie, Pädagogische Soziologie
- Entwicklungsländersoziologie, Entwicklungssoziologie
- Familiensoziologie, Sexualsoziologie
- Industriesoziologie, Betriebssoziologie, Arbeitssoziologie
- Jugendsoziologie
- Kommunikationssoziologie, Sprachsoziologie, Soziolinguistik
- Kriminalsoziologie, Rechtssoziologie
- Kulturssoziologie, Kunstsoziologie, Literatursoziologie
- Medizinsoziologie
- Organisationssoziologie, Militärsoziologie
- Religionssoziologie
- Siedlungssoziologie, Stadtsoziologie
- Verkehrssoziologie
- Wirtschaftssoziologie
- Wissenssoziologie
- Wissenschaftssoziologie
- Andere Disziplin (OFFEN)

==> NÄCHSTE FRAGE

s04a

Können Sie gegenwärtig Mitarbeiter bzw. Mitarbeiterinnen für Ihre Informationsbeschaffung einsetzen?

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

[INT.: Bei Rückfragen: es zählen dazu auch Studenten, die im Auftrag der Zielperson aktiv werden]

s04b

Und wieviele Mitarbeiter bzw. Mitarbeiterinnen können Sie gegenwärtig für Ihre Informationsbeschaffung einsetzen?

Anzahl Mitarbeiter : xx

1 - 99

98 = Weiss nicht

99 = Keine Angabe

s05

Dürfen wir Sie bitte noch nach Ihrer Besoldungsgruppe fragen?

[INT.: Angaben vorlesen]

1 = C4 oder äquivalent

2 = C3 oder äquivalent

3 = C2 oder äquivalent

4 = C1 oder äquivalent

5 = Andere Besoldungsgruppe (OFFEN)

6 = KEINE ANGABE

[INT.: Schweiz bzw. Österreich auf Kategorie 5, falls keine exakte Zuordnung zu deutscher Besoldungsgruppe möglich]

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]

F85

Zum Abschluss unseres Gesprächs möchte ich Sie gerne fragen, ob Sie an der Zusendung von kostenlosem Informationsmaterial über GESIS interessiert sind.

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht
