



Nutzung von Social-Media-Diensten in den Zielgruppen der Goportis-Fachbibliotheken

Im Auftrag von
Goportis – Leibniz-Bibliotheksverbund Forschungsinformation

Eine Untersuchung im Rahmen des
Leibniz-Forschungsverbundes
Science 2.0

**Datenreport
und Replikation
einer clusteranalytischen Untersuchung
zur Identifizierung von Science 2.0-Nutzungstypen**

Autor: Dr. Waldemar Dzeyk

11.12.2013

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	5
1 METHODIK	7
1.1 UNTERSUCHUNGSDESIGN UND STICHPROBE	7
1.2 ERHEBUNGSMETHODIK UND INSTRUMENTE	8
2 BESCHREIBUNG DES GESAMT-SAMPLES	9
2.1 GESCHLECHT	10
2.2 ALTER UND ALTERSGRUPPEN	10
2.3 BESCHÄFTIGUNGORT/HOCHSCHULART	12
2.4 HÖCHSTER AKADEMISCHER ABSCHLUSS UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	14
2.4.1 HÖCHSTER AKADEMISCHER ABSCHLUSS	14
2.4.2 WISSENSCHAFTLICHER STATUS	15
2.5 DAUER DER TÄTIGKEIT IM HOCHSCHULBEREICH	16
2.6 FÄCHERGRUPPEN	17
2.6.1 IN WELCHEM FACHGEBIET SIND DIE BEFRAGTEN AKTUELL TÄTIG?	17
2.6.2 ZUORDNUNG FACHGEBIETE - SYSTEMATIK DES STATISTISCHEN BUNDESAMTES	18
2.7 TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT	19
2.8 NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN UND ONLINE-WERKZEUGEN	22
2.8.1 NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN – ALLGEMEIN	22
2.8.2 KONTEXT UND INTENSITÄT DER NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN	25
2.8.3 WIE ERFAHREN DIE BEFRAGTEN VON NEUEN ONLINE-WERKZEUGEN?	44
2.8.4 WELCHE ENDGERÄTE WERDEN GENUTZT?	45
2.8.5 VIRTUELLE FORSCHUNGSUMGEBUNGEN	46
2.9 NUTZUNGSINTENSITÄT UND DEMOGRAFISCHE VARIABLEN	46
2.9.1 NUTZUNGSINTENSITÄT UND GESCHLECHT	47
2.9.2 NUTZUNGSINTENSITÄT UND ALTER	50
2.9.3 NUTZUNGSINTENSITÄT UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	51

3	AUSWERTUNG NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	54
3.1	DEMOGRAFISCHE DATEN UND GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	54
3.1.1	GESCHLECHT UND GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	54
3.1.2	ALTER IN JAHREN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	56
3.1.3	AKTUELLE FUNKTION AN EINER HOCHSCHULE/FORSCHUNGSEINRICHTUNG (WISSENSCHAFTLICHER STATUS) UND GOPORTIS-FÄCHERSCHWERPUNKTE	57
3.2	GENERELLE NUTZUNG VON DIENSTEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	59
3.2.1	ART DER NUTZUNG VON DIENSTEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	60
3.2.2	NUTZUNGSTYPEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	62
3.2.3	NUTZUNGSINTENSITÄT GESAMT - NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	64
3.2.4	NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN IN VERSCHIEDENEN WISSENSCHAFTSBEZOGENEN TÄTIGKEITSBEREICHEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN (BERUFLICH)	67
3.3	GRÜNDE FÜR DIE NUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	71
3.4	WIE ERFAHREN DIE BEFRAGTEN VON NEUEN ONLINE-WERKZEUGEN? – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	85
3.5	WELCHE ENDGERÄTE WERDEN GENUTZT? – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	86
3.6	VIRTUELLE FORSCHUNGSUMGEBUNGEN – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	87
4	EINSTELLUNGEN ZUR NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN	88
4.1	ERGEBNISSE DER EINSTELLUNGSMESSUNG – GESAMTSTICHPROBE UND GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	89
4.1.1	KONSTRUKT: SORGEN HINSICHTLICH PRIVATSPHÄRE/PRIVACY CONCERNS	90
4.1.2	KONSTRUKT: ÄNGSTLICHKEIT IM UMGANG MIT SOZIALEN MEDIEN/COMPUTER ANXIETY	90
4.1.3	KONSTRUKT: AUFGESCHLOSSENHEIT FÜR NEUE MEDIEN/CURIOSITY	91
4.1.4	KONSTRUKT: SELBSTBEWUSSTSEIN IM UMGANG MIT NEUEN MEDIEN/SELF-EFFICACY	91
4.1.5	MITTELWERTE DER VIER EINSTELLUNGSSKALEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	92
4.1.6	RELIABILITÄTSSTATISTIK DER SKALEN	94
4.2	ERGEBNISSE EINSTELLUNGSSKALEN NACH DEMOGRAFISCHEN VARIABLEN	94
4.2.1	EINSTELLUNG UND GESCHLECHT	94
4.2.2	EINSTELLUNG UND ALTER	96
4.2.3	EINSTELLUNGEN UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	97

5	NUTZUNGSTYPEN (TYPISCHE NUTZER/INNEN VON WEB 2.0-DIENSTEN)	101
5.1	EINTEILUNG IN DREI VERSCHIEDENE NUTZUNGSTYPEN	101
5.2	DIE CLUSTERANALYSE-LÖSUNG	107
5.2.1	TWO-STEP-CLUSTSTERANALYSE	108
5.2.2	ERGEBNIS DER CLUSTERANALYSE-REPLIKATION	108
5.2.3	CHARAKTERISIERUNG DER CLUSTER	110
5.2.4	BENENNUNG UND MERKMALSBECHREIBUNG DER VIER CLUSTER	116
6	ZUSAMMENFASSUNG UND DISKUSSION	120
6.1	ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN ERGEBNISSE	120
6.2	DISKUSSION	125
	ANHANG	127
A.	ERGÄNZENDE STATISTIKEN DER DESKRIPTIVEN AUSWERTUNG	127
B.	FRAGEBOGEN ONLINE-UNTERSUCHUNG	139
	TABELLENVERZEICHNIS	149
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	153
	LITERATURVERZEICHNIS	155

Einleitung

Der vorliegende Datenreport beschreibt die Ergebnisse einer Online-Untersuchung im Rahmen des Leibniz-Forschungsverbundes Science 2.0. Konzipiert und durchgeführt wurde die Untersuchung insbesondere von den Partnern Goportis¹ - einem Zusammenschluss der drei Deutschen Zentralen Fachbibliotheken - sowie dem eScience-Forschungsnetzwerk Sachsen, unter der methodischen Federführung der Technischen Universität Dresden. Insgesamt besteht der Forschungsverbund aus insgesamt 24 Kooperationspartnern.

Ziel der Online-Untersuchung

Grundlage des Datenreports ist eine im Oktober und November 2013 durchgeführte Online-Befragung unter Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, die zur Zielgruppe der drei Goportis-Einrichtungen gehören. Die Online-Befragung hatte zum Ziel, mehr darüber zu erfahren, wie Web 2.0-Dienste im Arbeitsalltag der Forschenden genutzt werden.

„Der Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 befasst sich mit neuen Arbeitsgewohnheiten und Technologieentwicklungen in heutigen und künftigen Forschungs- und Publikationsprozessen in der Wissenschaft.

Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen nutzen zunehmend Wikis, Blogs, soziale Netzwerke und andere kollaborative Webtechnologien, um Erkenntnisse, Datensets und Theorieentwürfe online zu teilen. Sind dies kurzlebige Seifenblasen oder nützliche Werkzeuge? Wie verändert das Internet mit seinen neuen Möglichkeiten, speziell dem Social Web und semantischen Technologien, überhaupt die Arbeitsgewohnheiten von Forschenden? Wie können die bestehenden und tradierten Forschungsprozesse durch Web 2.0-Anwendungen Unterstützung finden? Wie können soziale Medien heutige Forschungsprozesse innovieren?“ (www.goportis.de, 2013)

Da zum Thema erst sehr wenige Forschungsarbeiten existieren, interessierten sowohl rein explorative Fragestellungen, wie die generelle Nutzung von Diensten und Tools unter demografischen Gesichtspunkten (Geschlecht, Altersgruppen, Funktion/wissenschaftlicher Status, Fächergruppen) als auch die Frage, ob sich in den Daten bestimmte Nutzungstypen identifizieren und durch bestimmte Merkmalskombinationen und Nutzungsmuster beschreiben lassen.

Die Untersuchung stellt zum einen eine Fortführung und Erweiterung der im Mai 2012 im Rahmen des eScience-Forschungsnetzwerks Sachsen durchgeführten Studie zum

¹ Goportis ist der Verbund der drei Deutschen Zentralen Fachbibliotheken:

- TIB (Technische Informationsbibliothek, Hannover)
- ZB MED (Deutsche Zentralbibliothek für Medizin, Köln/Bonn)
- ZBW (Deutsche Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften – Leibniz Informationszentrum Wirtschaft, Kiel/Hamburg)

Thema eScience dar (vgl. Pscheida & Köhler, 2013); zum anderen handelt es sich hier um eine Untersuchung, die parallel zu einer bundesweiten Studie zur Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen durch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler an deutschen Hochschulen durchgeführt worden ist (vgl. Dzeyk, 2013).

Der Autor des vorliegenden Berichts ist Dr. Waldemar Dzeyk (Firma Xpersite).

An dieser Stelle sei noch mal allen Personen herzlich gedankt, die an der Online-Befragung teilgenommen haben. Sie haben dazu beigetragen, mehr darüber zu erfahren, wie heute Web 2.0-Dienste in der Wissenschaft genutzt werden.

1 Methodik

1.1 Untersuchungsdesign und Stichprobe

Das Untersuchungsdesign des Online-Surveys orientierte sich an der vorangehenden Forschungsarbeit von Pscheida & Köhler (2013). Hinzu kamen einige Modifikationen und Überarbeitungen des Fragebogens aus 2012 durch die Projekt-Partner.

Es wurde eine Online-Erhebung in Form eines Online-Fragebogens durchgeführt. Der Fokus der Stichprobenziehung war hierbei eine möglichst umfassende (repräsentative) Erhebung der Zielgruppen der drei Deutschen Zentralen Fachbibliotheken.

Die Untersuchungsteilnehmerinnen und -teilnehmer erhielten eine E-Mail (inklusive Link) mit dem Aufruf zur Teilnahme an der Befragung. Nach der Datenbereinigung und Plausibilitätsprüfung² blieben 2.006 gültige Datensätze übrig. Ursprünglich haben 2.200 Personen nach Aufruf der Startseite der Untersuchung damit begonnen, den Fragebogen auszufüllen. Die Datensätze von 194 Personen wurden aus dem Datenfile als „ungültige Fälle“ entfernt, weil die Befragten den Fragebogen z.B. nicht ernsthaft ausfüllten, nur teilweise ausfüllten oder den Fragebogen als Angehörige eines Fachs ausfüllten, welches nicht zu der Zielgruppe von Goportis gehört. Insgesamt hatte die Stichprobe eine Ausschöpfungsquote von annähernd 10% und kann damit als ausreichend hoch eingestuft werden. Die Drop-Out-Quoten für die einzelnen Fächergruppen können folgender Tabelle entnommen werden:

Tabelle 1: Goportis-Fächergruppen

	Fächergruppen	Anzahl Einladungen	Drop-Out	Anzahl gültiger Fälle nach Datenbereinigung
ZB MED	Humanwissenschaften, Gesundheitswissenschaften sowie Ernährungs-, Umwelt-, Forst-, und Agrarwissenschaften	2.012	→ -90,41% →	193 (9,59%)
ZBW	Wirtschaftswissenschaften	10.000	→ -92,34% →	766 (7,66%)
TIB	Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Architektur	9.394	→ -88,85% →	1.047 (11,15%)
Gesamt		21.406	→ -90,63% →	2.006 (9,37%)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

² Die Datenbereinigung wurde z.T. vom Medienzentrum der TU Dresden durchgeführt. Dazu gehörte die Entfernung von Doppelungen, Abbrüchen etc.

1.2 Erhebungsmethodik und Instrumente

Der Online-Fragebogen enthielt Fragen zu folgenden Aspekten (vgl. Dzeyk 2013; Pscheida & Köhler, 2013)³:

- Demografie: Alter (Geburtsjahr) und Geschlecht
- Spezifik der wissenschaftlichen Tätigkeit: aktuelle Funktion bzw. wissenschaftlicher Status, Fächergruppe, Hochschulart, aktueller Tätigkeitsschwerpunkt, bisherige Dauer der Tätigkeit im Hochschulbereich
- Kenntnis und Nutzung/Nicht-Nutzung von verschiedenen Online-Werkzeugen und Web 2.0-Anwendungen
- Art der Nutzung ausgewählter Dienste: eher passiv: lesen od. abonnieren, Videos/Fotos ansehen oder eher aktiv: Beiträge/Artikel schreiben, Beiträge anderer Personen kommentieren, Videos/Fotos hochladen
- Häufigkeit/Intensität der Nutzung von verschiedenen Online-Werkzeugen und Web 2.0-Anwendungen in den Abstufungen (a) mehrmals täglich, (b) täglich, (c) mehrmals wöchentlich, (d) wöchentlich, (e) monatlich und (f) seltener
- Kontext der Nutzung von verschiedenen Online-Werkzeugen: (a) privat vs. (b) beruflich; Tätigkeitsbereiche in den Ausprägungen (a) Lehre, (b) Forschung (c) Wissenschaftsadministration sowie (d) Wissenschaftskommunikation
- Gründe für die Nutzung bzw. Nichtnutzung von Web 2.0-Diensten für die berufliche Tätigkeit
- Einstellungen gegenüber dem Einsatz von Web 2.0 und „Neuen Medien“ im akademischen Alltag mit den Einstellungsskalen/Konstrukten :
 - „Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns“
 - „Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety“
 - „Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity“
 - „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy“
- Quelle für Informationen über neue Web 2.0-Dienste (wie erfahren Sie von neuen Online-Werkzeugen?)
- Welche Endgeräte werden für den Zugriff auf die Web 2.0-Dienste eingesetzt?

Der vollständige Fragebogen kann im Anhang dieses Berichts eingesehen werden (s. Anhang B).

³ Der vorliegende Ergebnisbericht baut auf den Vorarbeiten von Pscheida & Köhler (2013) auf. Zum überwiegendem Teil folgt die Auswertungssystematik der deskriptiven Statistiken dem Schema des Datenreports der Untersuchung von Pscheida & Köhler (2013). Die Auswertung der gewonnenen Datensätze erfolgte unter Verwendung der Statistiksoftware SPSS.

2 Beschreibung des Gesamt-Samples

In Kap. 2 erfolgt die Auswertung und Beschreibung der Ergebnisse für die Gesamtstichprobe. In Kap. 3 wird dann eine Auswertung unter Berücksichtigung der Einzelergebnisse für die drei Goportis-Fächergruppen vorgenommen.

Insgesamt besteht die „Goportis“-Stichprobe aus 2.006 gültigen Fällen. Diese bilden die Grundlage für die folgende Auswertung. Zunächst erfolgt ein Kurzüberblick zur Beschreibung des Datensamples an den sich ein detaillierter Ergebnisbericht anschließt.

Geschlecht und Alter. Der Fragebogen wurde von 617 Frauen und 1.368 Männern beantwortet (Geschlechterverhältnis: 30,8% Frauen vs. 68,2% Männer). Keine Angaben zum Geschlecht machten 21 Personen (1,0% der Befragten). Im Schnitt waren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer $M=38,1$ Jahre alt ($SD=11,4$)⁴. Der Median des Alters lag bei 33 Jahren (50% sind also jünger als 33 Jahre und 50% der Stichprobe sind älter als 33 Jahre). Die Wissenschaftlerinnen waren im Durchschnitt $M=34,6$ J. alt ($SD=9,2$) und die männlichen Kollegen 39,7 J. ($SD=11,9$).

Art der Einrichtung. 62,7% der Befragten kamen von Hochschulen und 15,1% von Fachhochschulen oder andern Hochschulen und 23,2% der Personen gehörten Forschungseinrichtungen wie Leibniz, Helmholtz, Max Planck etc. an.

Höchster akademischer Abschluss. Das „Diplom (UNI/FH)“ ist der am weitesten verbreitete akademische Abschluss. 37,8% der Befragten gaben dies an. Auf dem zweiten Rang folgt die „Promotion“ mit 35,0%; danach folgt der „Master“ mit 12,2%, die „Habilitation“ mit 11,1% sowie der „Bachelor“ mit 2,1%.

Aktuelle Funktion. Dem wissenschaftlichen Status nach, gehören zu den drei häufigsten „Berufsgruppen“, die an der Untersuchung teilgenommen haben: Professorinnen und Professoren (21,3%), „wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ (28,7%) sowie Personen, die „gleichzeitig Doktorandinnen bzw. Doktoranden sind und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter“ mit 28,8%.

Zeitraum der Beschäftigung. Im Mittel waren die Befragten seit $M=9,55$ Jahren an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt ($SD=9,9$).

⁴ SD = Standard Deviation (Standardabweichung). Die Standardabweichung ist ein Maß der Streuung ($SD = \text{quadrierte Varianz} = \text{durchschnittliche Abweichung vom arithmetischen Mittel}$). Die Standardabweichung gibt darüber Auskunft, um wie viel die Werte im Durchschnitt um den Mittelwert schwanken.

2.1 Geschlecht

Insgesamt haben mehr Männer als Frauen an der Online-Befragung teilgenommen.

Tabelle 2: Geschlecht der Befragten

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
k.A.	21	1,0	1,0	1,0
weiblich	617	30,8	30,8	31,8
männlich	1.368	68,2	68,2	100,0
Gesamt	2.006	100,0	100,0	

Sample nach Geschlecht

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/ Forschungseinrichtungen (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

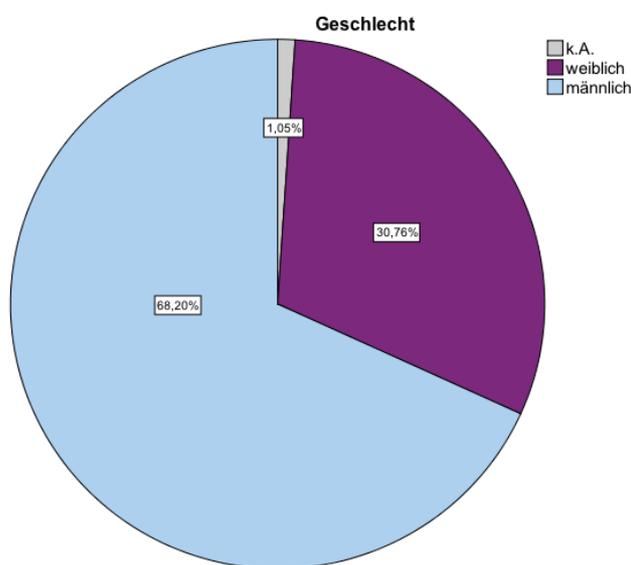


Abbildung 1: Sample nach Geschlecht

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/ Forschungseinrichtungen (n=2.006; w.=617, m.=1.368, k.A.=21)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.2 Alter und Altersgruppen

Im Durchschnitt waren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer 38,10 Jahre alt (SD=11,39). Es zeigte sich eine eher linksschiefe Verteilung des Alters: Die größte Teilnehmergruppe der Online-Befragung kam aus der Altersgruppe zwischen 25 und 35 Jahren (zusammen 51,6%).

Tabelle 3: Alter (in Jahren)

N	Gültig	1.983
	Fehlend	23
Mittelwert		38,10
Median		33,00
Modus		28,00
Standardabweichung		11,39
Varianz		129,83
Minimum		21,00
Maximum		86,00
Perzentile	29,00	29,00
	33,00	33,00
	46,00	46,00

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

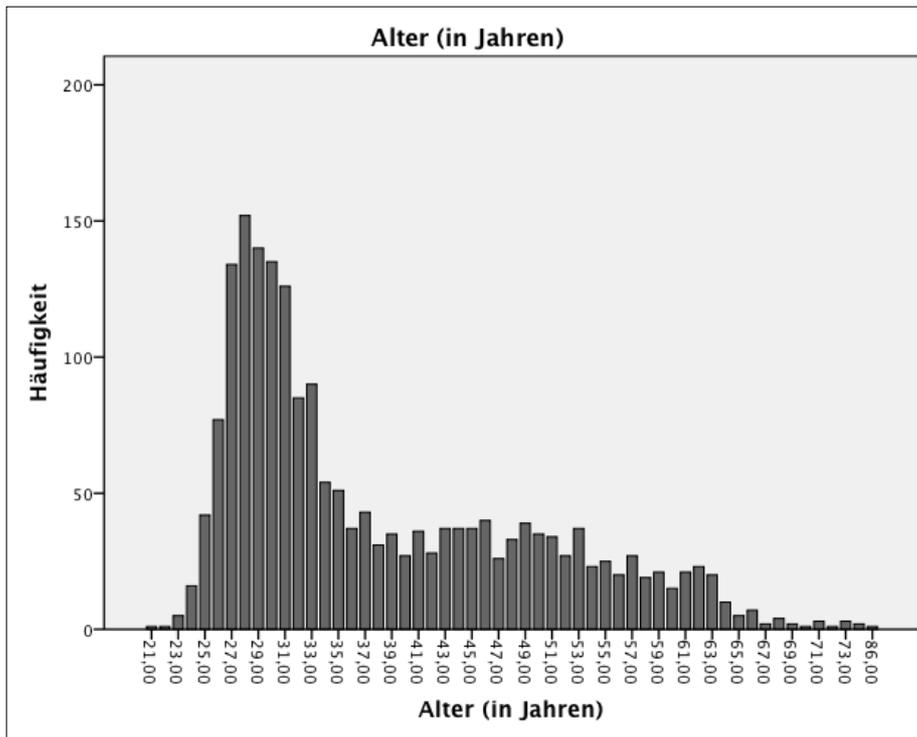


Abbildung 2: Altersverteilung

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 4: Altersgruppen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
k.A.	23	1,1	1,1	1,1
20-24 Jahre	23	1,1	1,1	2,3
25-29 Jahre	545	27,2	27,2	29,5
30-34 Jahre	490	24,4	24,4	53,9
35-39 Jahre	197	9,8	9,8	63,7
40-44 Jahre	165	8,2	8,2	71,9
45-49 Jahre	175	8,7	8,7	80,7
50-54 Jahre	156	7,8	7,8	88,4
55-59 Jahre	112	5,6	5,6	94,0
60+ Jahre	120	6,0	6,0	100,0
Gesamt	2.006	100,0	100,0	

Sample nach „Altersgruppen“

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goporis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

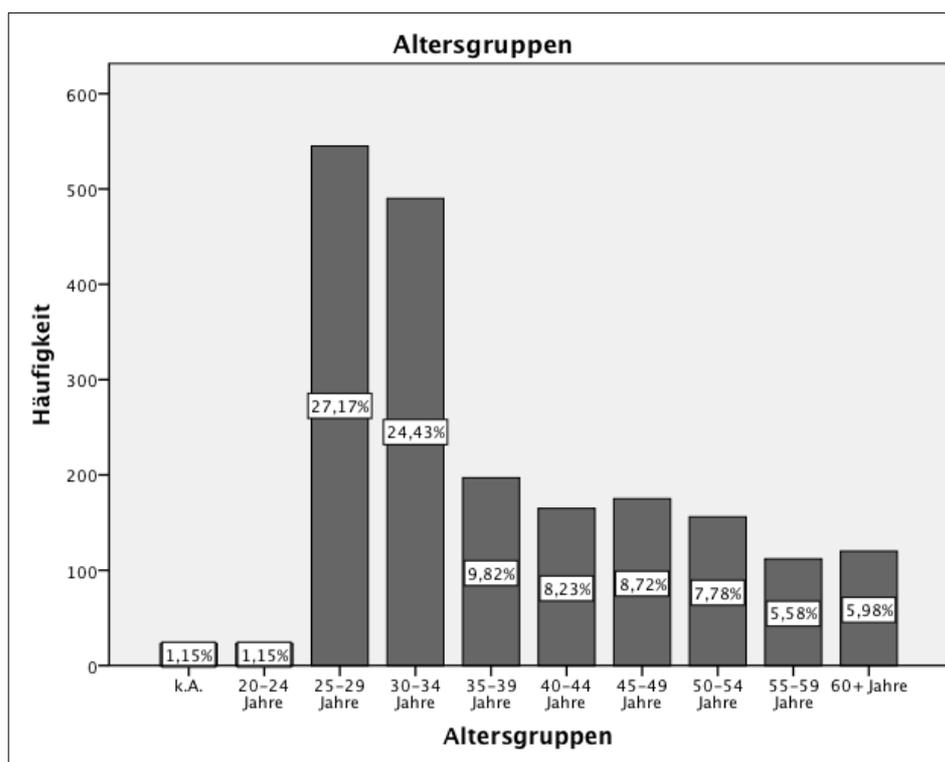


Abbildung 3: Verteilung der Altersgruppen

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goporis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.3 Beschäftigungsort/Hochschulart

Es wurde auch danach gefragt, an welcher Art von Einrichtung/Hochschule die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler tätig sind. Der Großteil der Befragten war aktuell an

einer Hochschule oder Fachhochschule beschäftigt. 23,2% der Befragte gaben an, an außeruniversitären Forschungsinstituten/Forschungseinrichtungen zu arbeiten (22,7% der Antworten bzw. 23,2% der Befragten).

Tabelle 5: Beschäftigungsort/Hochschulart

		n	Prozent von n=2.052*	Prozent von n=2.006
Wo sind Sie aktuell als Wissen- schaffler/in tätig?*	- Universität oder andere Hochschule mit Promotionsrecht	1258	61,3%	62,7%
	- Fachhochschule oder andere Hochschule ohne Promotionsrecht	302	14,7%	15,1%
	- Kunst- oder Musikhochschule	0	0,0%	0,0%
	- Außeruniversitäres Forschungsinstitut (z.B. Leibniz, Helmholtz, Fraunhofer, Max Planck)	465	22,7%	23,2%
	- Sonstige	27	1,3%	1,3%
Gesamt*		2.052		

*n kann hier höher ausfallen, da Mehrfachantworten möglich.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006, gültiges n=2.052 Antworten); Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

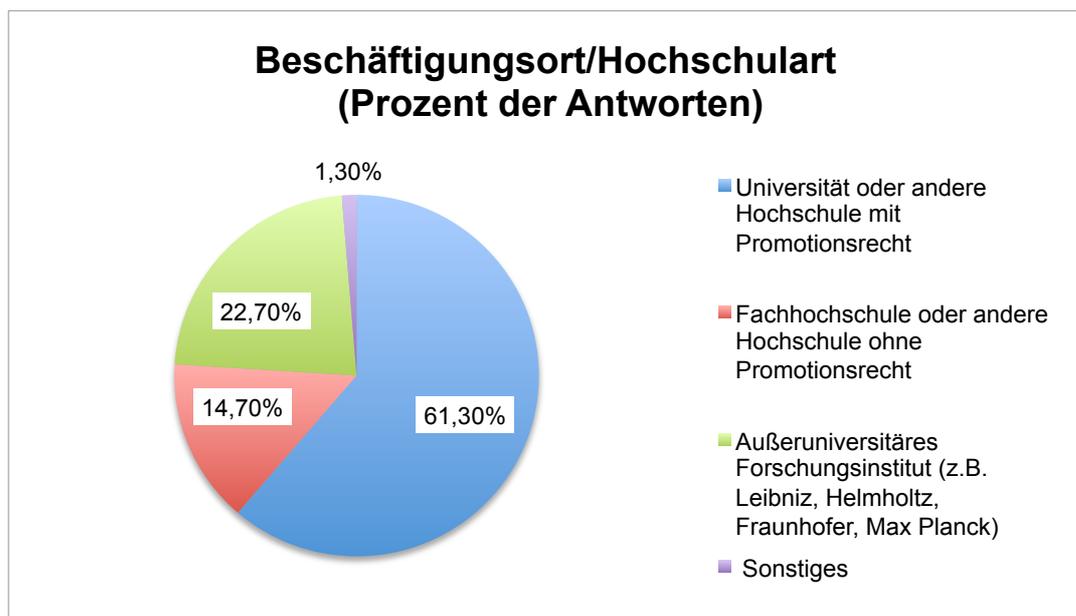


Abbildung 4: Beschäftigungsort/Hochschulart – Wo sind die Mitarbeiter/innen aktuell beschäftigt?

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006, aber n=2.052 Antworten, da Mehrfachnennungen möglich waren). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.4 Höchster akademischer Abschluss und wissenschaftlicher Status

2.4.1 Höchster akademischer Abschluss

Das „Diplom (UNI/FH)“ ist der am häufigsten genannte „höchste akademische Abschluss“. 758 Personen oder 37,8% der Befragten gaben dies an. Am zweithäufigsten (703 Personen) wurde die „Promotion“ als höchster akademischer Abschluss genannt (35%).

Tabelle 6: Höchster Akademischer Abschluss

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
k.A.	6	,3	,3	,3
Bachelor (Uni/FH)	43	2,1	2,1	2,4
Master (Uni/FH)	244	12,2	12,2	14,6
Diplom (Uni/FH)	758	37,8	37,8	52,4
Staatsexamen	13	,6	,6	53,0
Magister	11	,5	,5	53,6
Promotion	703	35,0	35,0	88,6
Habilitation	222	11,1	11,1	99,7
Sonstiges	6	,3	,3	100,0
Gesamt	2.006	100,0	100,0	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goporis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

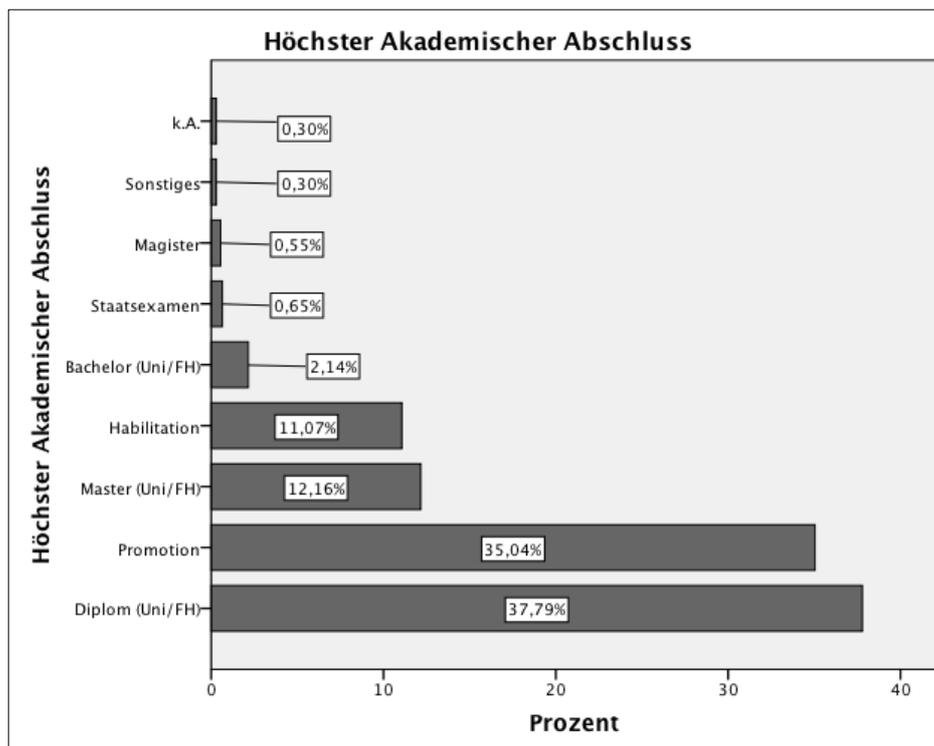


Abbildung 5: Höchster Akademischer Abschluss

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goporis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.4.2 Wissenschaftlicher Status

Unter allen Befragten war „Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ der am häufigsten genannte beruflich Status (28,8% bzw. 577 Personen). Rang zwei belegte die Gruppe der wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit 28,7% (bzw. 576 Personen). 427 Personen waren Professorinnen oder Professoren (21,3%). 124 Personen waren Doktorandinnen und Doktoranden (6,2%) - ohne den gleichzeitigen Status „Wissenschaftliche Mitarbeiterin/Wissenschaftlicher Mitarbeiter“. Daneben nahmen an der Untersuchung noch 112 „Postdoktoranden“ (5,6%), 69 Personen mit dem Status „Akademischer Rat“ (3,4%), 26 „wissenschaftliche Hilfskräfte“ (1,3%), 23 „Privatdozentinnen/Privatdozenten“ (1,1%) sowie 19 „Jun.-Professorinnen und -Professoren“ (0,9%) teil. Eine Person macht keine Angaben über den beruflichen Status und 52 Personen entschieden sich für die Antwortkategorie „Sonstiges“ (2,6%).

Insgesamt waren 691 der Befragten Doktorandinnen und Doktoranden (577 + 124 Personen); das sind 35% der Personen der Stichprobe.

Tabelle 7: Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (wiss. Status)

	n	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
k.A.	1	,0	,0	,0
Akademischer Rat	69	3,4	3,4	3,5
Doktorand/in	124	6,2	6,2	9,7
Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	577	28,8	28,8	38,4
Postdoktorand/in	112	5,6	5,6	44,0
Privatdozent/in	23	1,1	1,1	45,2
Jun.-Professor/in	19	,9	,9	46,1
Professor/in	427	21,3	21,3	67,4
Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	26	1,3	1,3	68,7
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	576	28,7	28,7	97,4
Sonstiges	52	2,6	2,6	100,0
Gesamt	2.006	100,0	100,0	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

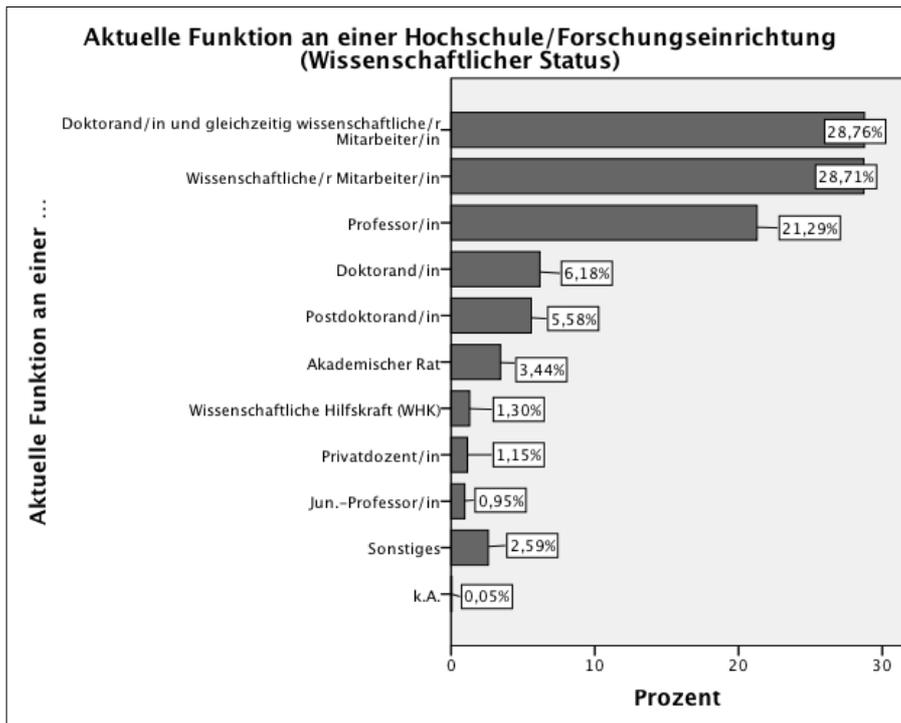


Abbildung 6: Aktuelle Funktion (Wissenschaftlicher Status)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.5 Dauer der Tätigkeit im Hochschulbereich

Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie viele Jahre sie seit Ihrem Studienabschluss (Diplom, Master, Magister etc.) insgesamt an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt sind.

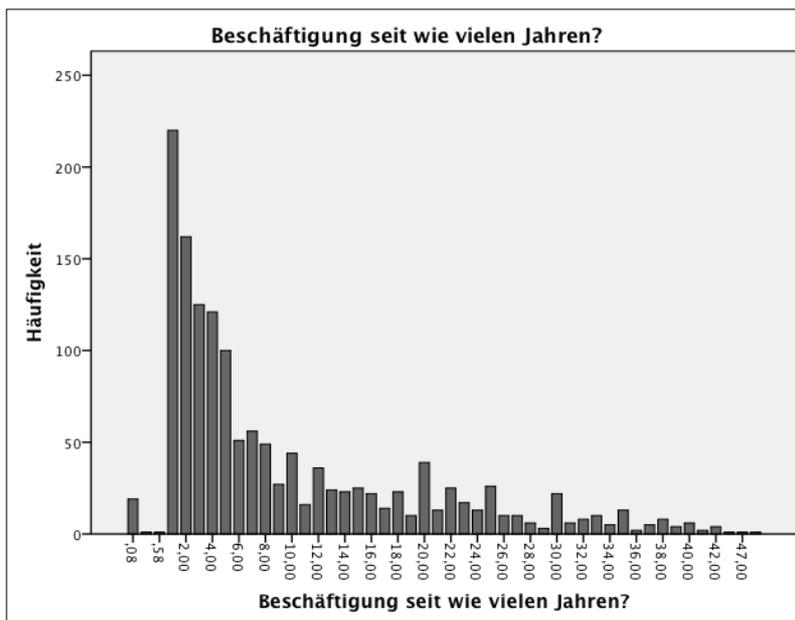


Abbildung 7: Beschäftigung an der Hochschule/Einrichtung in Jahren

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt =2.006, gültiges n=1.429); 0,083 = 1 Mon.). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Im Mittel waren die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler seit 9,55 Jahren an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt (SD=9,9). Die Verteilung der Variable ist hier eindeutig linksschief. Es gibt also viel mehr Befragte, die eine wesentlich kürzere Beschäftigungszeit aufweisen (vgl. Abb. 7).

2.6 Fächergruppen

2.6.1 In welchem Fachgebiet sind die Befragten aktuell tätig?

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurde danach gefragt, in welchem Fachgebiet sie aktuell tätig sind. Die Zuordnung erfolgte durch die subjektive Einschätzung der Befragten, anhand der durch den Fragebogen vorgegebenen Fachgebiete. Hatten sich die Befragten für ein Fachgebiet entschieden (vgl. Tab. 8), konnten sie das Fachgebiet anhand eines Pop-Up-Menüs weiter spezifizieren (vgl. Tab. 1, Anhang A).

Tabelle 8: In welchem Fachgebiet tätig? Eigene Einschätzung

	n	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
k.A.	1	,05	,0	,0
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	93	4,6	4,6	4,7
Humanmedizin/Gesundheitswissenschaften	75	3,7	3,7	8,4
Ingenieurwissenschaften	561	28,0	28,0	36,4
Mathematik und Naturwissenschaften	419	20,9	20,9	57,3
Rechtswissenschaften	10	,5	,5	57,8
Sozialwissenschaften	4	,2	,2	58,0
Kultur-, Geistes- und Erziehungswissenschaften	12	,6	,6	58,6
Wirtschaftswissenschaften	736	36,7	36,7	95,3
Anderes Fach	95	4,7	4,7	100,0
Gesamt	2.006	100,0	100,0	

Sample nach Fachgebiet (eigene Einschätzung). Die Antwortkategorie „Anderes Fach“ wird in Anhang A, Tabelle 2 weiter aufgeschlüsselt.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt =2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Am häufigsten ordneten sich die Befragten dem Fachgebiet „Wirtschaftswissenschaften“ zu (736 Personen bzw. 36,7%); am zweithäufigsten der Gruppe der „Ingenieurwissenschaften“ mit 28% (561 Personen). „Mathematik und Naturwissenschaft“ war mit 20,9% die dritthäufigste Fächergruppe, die genannt wurde (419 Personen). Weitere Fächergruppen, die häufig gewählt wurden, sind „Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften“

mit 93 Nennungen (4,6%) sowie die Kategorie „Humanmedizin/Gesundheitswissenschaften“ mit 75 Nennungen (3,7%) (weitere Zuordnungen siehe o. Tab. 8).

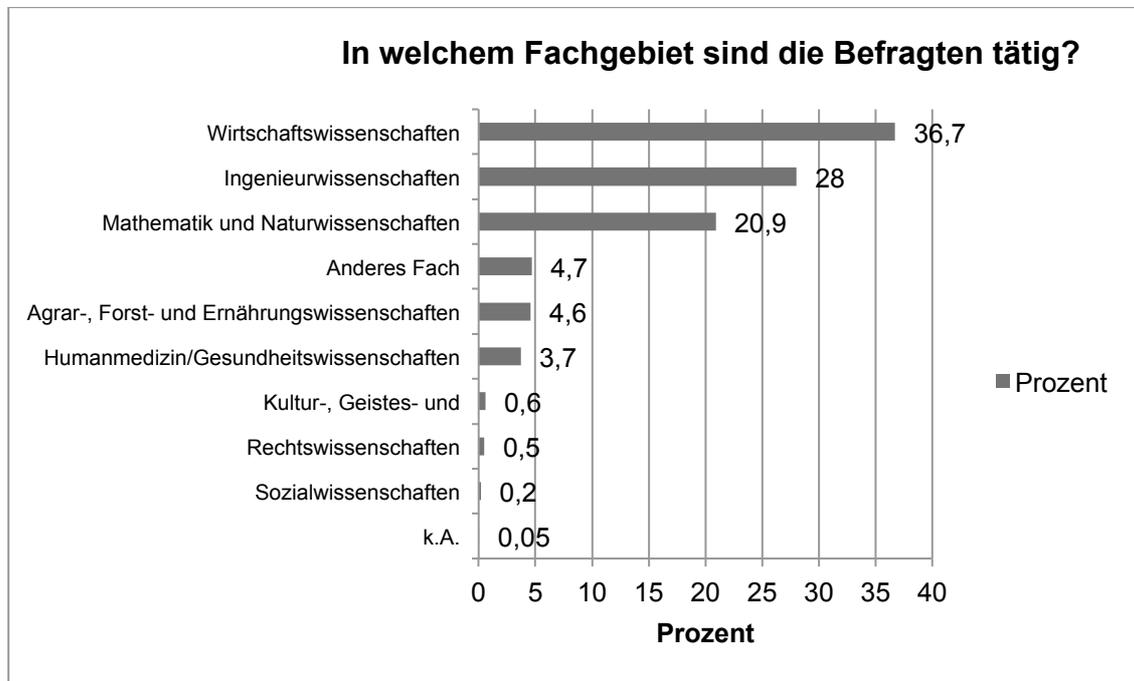


Abbildung 8: In welchem Fachgebiet sind Befragte tätig? Eigene Einschätzung

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

War es den Teilnehmerinnen und Teilnehmern nicht möglich sich in die vorgegebene Systematik einzuordnen, hatten sie die Gelegenheit unter der Rubrik „Anderes Fach“ (bzw. „Sonstiges“) eine selbstgewählte Zuordnung vorzunehmen. 95 Personen bzw. 4,74% kreuzten diese Kategorie an. Die häufigsten Nennungen waren hier „Informatik“ (18), „Wirtschaftsinformatik“ (14), „Psychologie“ (4) sowie Architektur (3). Für eine genaue Übersicht sei hier auf Tabelle 2 in Anhang A, verwiesen.

2.6.2 Zuordnung Fachgebiete - Systematik des Statistischen Bundesamtes

Neben der rein subjektiven Zuordnung zu den Fachgebieten durch die Befragten, wurde auf der Grundlage der Fach-Systematik des Statistischen Bundesamtes (SBA) eine veränderte Zuordnung vorgenommen, die die Fächer stärker zusammenfasst und einen Vergleich mit den Daten aus der Studie von Pscheida, Köhler et al. (2013) ermöglicht.

Tabelle 9: Fächerzuordnung nach der Systematik des SBA

	n	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	689	34,3	34,4	34,4
Ingenieurwissenschaften	590	29,4	29,5	63,9
Mathe und Naturwissenschaften	527	26,3	26,3	90,2
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	92	4,6	4,6	94,8
Humanmedizin	71	3,5	3,5	98,3
Sprach- und Kulturwissenschaften	23	1,1	1,1	99,5
Sonstiges	11	,5	,5	100,0
Gesamt	2.003	99,9	100,0	
Fehlend	3	,1		
Gesamt	2.006	100,0		

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.7 Tätigkeitsschwerpunkt

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler haben in der Regel unterschiedliche Schwerpunkte in ihrer beruflichen Arbeit. Neben *Forschung* und *Lehre* widmen sie ein bestimmtes Zeitbudget der *Administration* und der *Wissenschaftskommunikation*. Fast alle Befragten (94,4%) arbeiten (auch) in der Forschung, 80,3% in der Lehre (inklusive Organisation, von Lehre, Beratung von Studierenden) und 69,1% in der Wissenschaftsadministration. Für 52,7% der Befragten gehört die Wissenschaftskommunikation ebenfalls zu ihrem Tätigkeitsspektrum. 56,7% sind zudem noch in anderen Tätigkeitsbereichen aktiv (Mehrfachantworten waren möglich).

Tabelle 10: Tätigkeitsschwerpunkte* – In welchen Bereichen arbeiten die Befragten?

	n	Prozent
Forschung	1.881	94,4%
Lehre (inkl. Organisation v. Lehre, Beratung v. Studierenden)	1.600	80,3%
Wissenschaftsadministration (z.B. Drittmittelwerbung, Projektverwaltung)	1.378	69,1%
Wissenschaftskommunikation (z.B. Öffentlichkeitsarbeit, Vernetzung)	1.051	52,7%
Andere Tätigkeitsbereiche	1.130	56,7%

* Mehrfachantworten möglich (Prozent = gültige Prozent: n=1.993)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

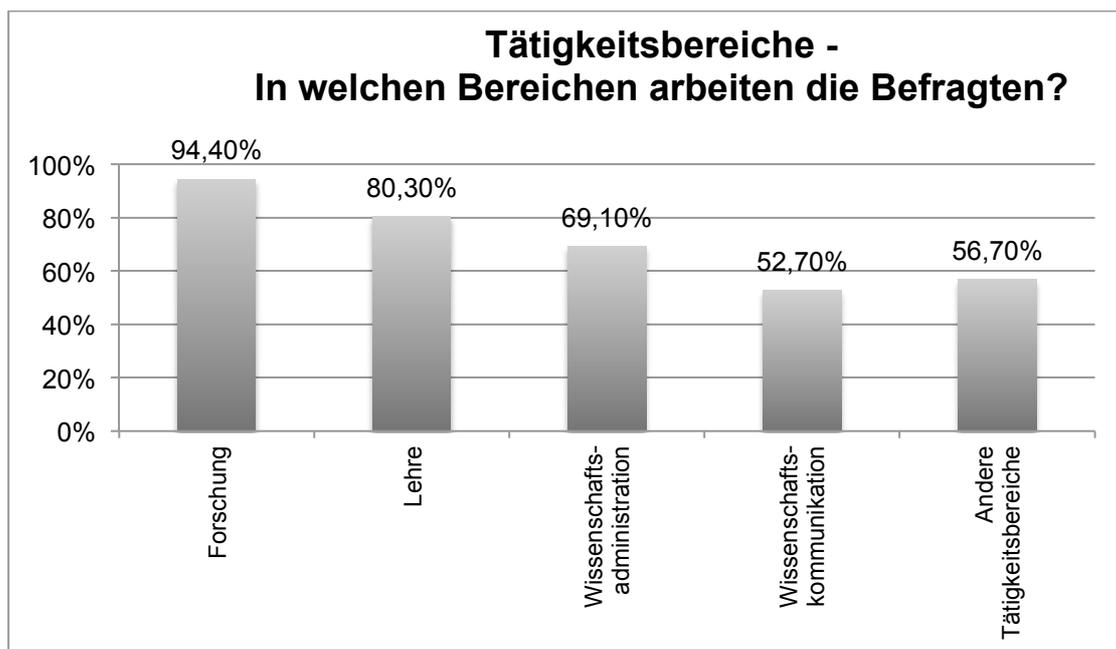


Abbildung 9: Tätigkeitsschwerpunkte Gesamtverteilung

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006), Mehrfachantworten waren möglich. Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Der prozentuale Anteil am Gesamtzeitbudget kann bei den oben genannten Tätigkeitsbereichen jedoch ganz unterschiedlich ausfallen. So gibt es Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die z.B. ausschließlich (zu 100%) in der Lehre tätig sind oder andere Personen, deren Arbeitszeit sich auf alle vier Grundbereiche nahezu gleichmäßig verteilt (z.B. à 25%). Um den Schwerpunkt der Tätigkeit besser einschätzen zu können, wurden die Befragten zusätzlich gebeten einzuschätzen, wie viel Prozent von ihrer Gesamt-arbeitszeit auf die einzelnen Tätigkeitsbereiche entfällt (vgl. Mittelwert %-Anteil in Tab. 11). Daraus lässt sich ein mittlerer Prozentwert für die Gesamtstichprobe berechnen, der die mittlere Verteilung der Arbeitszeit auf die verschiedenen Tätigkeitsbereiche wider-spiegelt.

Tabelle 11: Tätigkeitsschwerpunkt, Mittelwerte der Prozentangaben (Selbsteinschätzung)

		Forschung (Mittelwert%- Anteil)	Lehre (Mittelwert%- Anteil)	Wissenschafts- administration (Mittelwert %-Anteil)	Wissen-schafts- kom-munikation (Mittelwert %- Anteil)	Andere Tätigkeits- bereiche (Mittelwert %-Anteil)
N	Gültig	1.993	1.993	1.993	1.993	1.993
	Fehlend	13	13	13	13	13
Mittelwert (%)		42,95	27,57	14,09	5,69	9,70
Median		40,00	20,00	10,00	1,00	,00
Modus		50,00	,00	,00	,00	,00
Standardabweichung		28,46	25,40	17,17	8,91	18,16
Varianz		810,09	645,19	294,68	79,36	329,85
	25	20,00	5,00	,00	,00	,00
Perzentile	50	40,00	20,00	10,00	1,00	,00
	75	65,00	40,00	20,00	10,00	10,00

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006), gültiges n=1.993. Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Im Schnitt entfallen 42,95% der Arbeitszeit auf den Bereich „Forschung“. 27,57% der Arbeitszeit entfallen auf den Bereich „Lehre“, 14,09% auf die „Wissenschaftsadministration“ und 5,69% auf den Aufgabenkreis „Wissenschaftskommunikation“. 9,7% des Zeitbudgets werden im Durchschnitt für andere Tätigkeitsbereiche verwendet.

Aussagekräftiger ist an dieser Stelle die Verteilung der Arbeitszeit in Abhängigkeit von der jeweiligen Funktion bzw. dem wissenschaftlichen Status der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (vgl. Tab. 12).

Tabelle 12: Mittlere prozentuale Verteilung auf die Tätigkeitsbereiche (Selbsteinschätzung) nach Funktion / wissenschaftlichem Status

	Forschung (Mittelwert %-Anteil)	Lehre (Mittelwert %-Anteil)	Wissen- schafts- admin. (Mittelwert %-Anteil)	Wissen- schaftskom- munikation (Mittelwert %-Anteil)	Andere Tätigkeits- bereiche (Mittelwert %-Anteil)
Akademischer Rat (n=69)	29,86	39,29	16,35	6,59	7,91
Doktorand/in (n=122)	70,07	13,75	5,10	4,01	7,07
Doktorand/in und gleichzeitig wiss. Mitarbeiter/in (n=573)	51,86	25,52	10,90	4,05	7,68
Postdoktorand/in (n=111)	52,35	19,70	17,00	6,53	4,41
Privatdozent/in (n=23)	32,39	29,04	16,52	4,17	17,87
Jun.-Professor/in (n=19)	43,68	28,42	14,89	6,21	6,79
Professor/in (n=424)	23,32	51,00	13,88	5,49	6,31
Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK) (n=25)	62,40	13,00	5,60	3,00	16,00
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in (n=575)	43,04	16,04	18,31	7,54	15,08
Sonstige Funktion (n=52)	32,69	26,15	19,04	7,60	14,52
Gesamt (n=1.993)	42,95	27,57	14,09	5,69	9,70

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006, gültiges n=1.993). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Besonders „Doktorandinnen und Doktoranden“ widmen der „Forschung“ das größte Zeitkontingent im Rahmen ihrer Tätigkeit (70,07%). „Professorinnen und Professoren“ verbringen den größten Teil, der ihnen zur Verfügung stehenden Zeit, mit der „Lehre“ (51% des Zeitbudgets). „Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und wissenschaftliche Mitarbeiter“ sind die Personengruppe, die das vergleichsweise höchste Zeitbudget für die „Wissenschaftsadministration“ aufbringt (18,31%) und auch für die „Wissenschaftskommunikation“ mehr Zeit aufwendet als die anderen Berufsgruppen (7,54%) (vgl. Tab. 12).

Tabelle 13: Mittlere prozentuale Verteilung der Arbeitszeit auf die Tätigkeitsbereiche (Selbsteinschätzung) nach Zugehörigkeit zu Fächerbereich (SBA)

	Forschung (Mittelwert %-Anteil)	Lehre (Mittelwert %-Anteil)	Wissen- schafts- adminis- tration (Mittelwert %-Anteil)	Wissen- schafts- kom- munikation (Mittelwert %-Anteil)	Andere Tätigkeits- bereiche (Mittelwert %-Anteil)
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (n=682)	31,58	42,60	12,26	5,53	8,02
Ingenieurwissenschaften (n=589)	49,05	14,74	17,38	5,72	13,11
Mathe und Naturwissenschaften (n=524)	49,42	25,71	12,69	5,06	7,11
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften (n=92)	51,36	19,95	14,18	6,57	7,95
Humanmedizin (n=69)	39,45	17,80	14,38	9,74	18,64
Sprach- und Kulturwissenschaften (n=23)	54,35	20,87	11,48	5,48	7,83
Sonstige Fachbereiche (n=11)	38,55	14,09	24,09	11,45	11,82
Gesamt (n=1.990)	42,93	27,59	14,11	5,69	9,67

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006), gültiges n=1.990. Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8 Nutzung von Web 2.0-Diensten und Online-Werkzeugen

2.8.1 Nutzung von Web 2.0-Diensten – allgemein

Zunächst ist es von Interesse zu unterscheiden, ob bestimmte Web 2.0-Dienste und Online-Werkzeuge überhaupt von den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern genutzt werden oder nicht. Die Nutzungszahlen geben somit Auskunft über die Verbreitung der einzelnen Dienste in der Wissenschaftscommunity.

Häufig genutzte Dienste. Der am häufigsten genutzte Web 2.0-Dienst ist „Wikipedia“. Fast alle Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen diesen Dienst (97,4%). Auf dem zweiten Rang der allgemeinen Nutzung von Web 2.0-Diensten befinden sich die „Video/Foto Community-Portale“, wie YouTube oder Flickr: 76,10% der Befragten nutzen diese Dienste. „Online-Archive/Datenbanken“ werden von 73,8% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler genutzt.

Selten genutzte Dienste. Zu den Diensten, die von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern eher selten genutzt werden, zählen Online-Texteditoren (21,9%) oder Microblogs (wie z.B. Twitter) mit 12,7%. Die geringste Nutzungshäufigkeit unter den Diensten weisen die sog. „Social Bookmarking Services“ auf: nur 4,6% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen diese Dienste.

Bekannteste Dienste. Zu den bekanntesten Diensten gehören neben „Wikipedia“ und „Soziale Netzwerken“ (wie Facebook oder Google+), „Videokonferenzsysteme“, wie z.B. Skype und „Video/Foto Community-Portale“, wie YouTube. Nur sehr wenige Personen gaben an, diese Dienste nicht zu kennen.

Eher unbekannteste Dienste. Zu den Diensten, die den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern am wenigsten bekannt sind („Kenne ich nicht“), gehören die „Social Bookmarking Services“: 49,6% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler kennen diesen Dienst nicht. 26,60% können mit „Lernmanagementsystemen“ nichts anfangen und 19,3% kennen Online-Texteditoren als Web 2.0-Dienste (wie z.B. Google Docs) überhaupt nicht.

Tabelle 14: Nutzung und Nicht-Nutzung von Web 2.0-Diensten/Werkzeugen

	k.A.		nutze ich		nutze ich nicht		kenne ich nicht	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Wikipedia	3	0,10%	1.953	97,40%	49	2,40%	1	0,00%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	5	0,20%	1.526	76,10%	461	23,00%	14	0,70%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	3	0,10%	1.481	73,80%	366	18,20%	156	7,80%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	4	0,20%	1.465	73,00%	529	26,40%	8	0,40%
Mailinglisten	4	0,20%	1.459	72,70%	481	24,00%	62	3,10%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	5	0,20%	1.434	71,50%	490	24,40%	77	3,80%
Internetforen	7	0,30%	1.419	70,70%	563	28,10%	17	0,80%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	6	0,30%	1.373	68,40%	608	30,30%	19	0,90%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	4	0,20%	1.262	62,90%	654	32,60%	86	4,30%
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	6	0,30%	1.078	53,70%	912	45,50%	10	0,50%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	7	0,30%	1.034	51,50%	910	45,40%	55	2,70%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	4	0,20%	987	49,20%	685	34,10%	330	16,50%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	5	0,20%	775	38,60%	693	34,50%	533	26,60%
Weblogs	9	0,40%	575	28,70%	1191	59,40%	231	11,50%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	8	0,40%	440	21,90%	1171	58,40%	387	19,30%
Microblogs (z.B. Twitter)	9	0,40%	254	12,70%	1688	84,10%	55	2,70%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	8	0,40%	92	4,60%	911	45,40%	995	49,60%

k.A.=keine Angabe

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

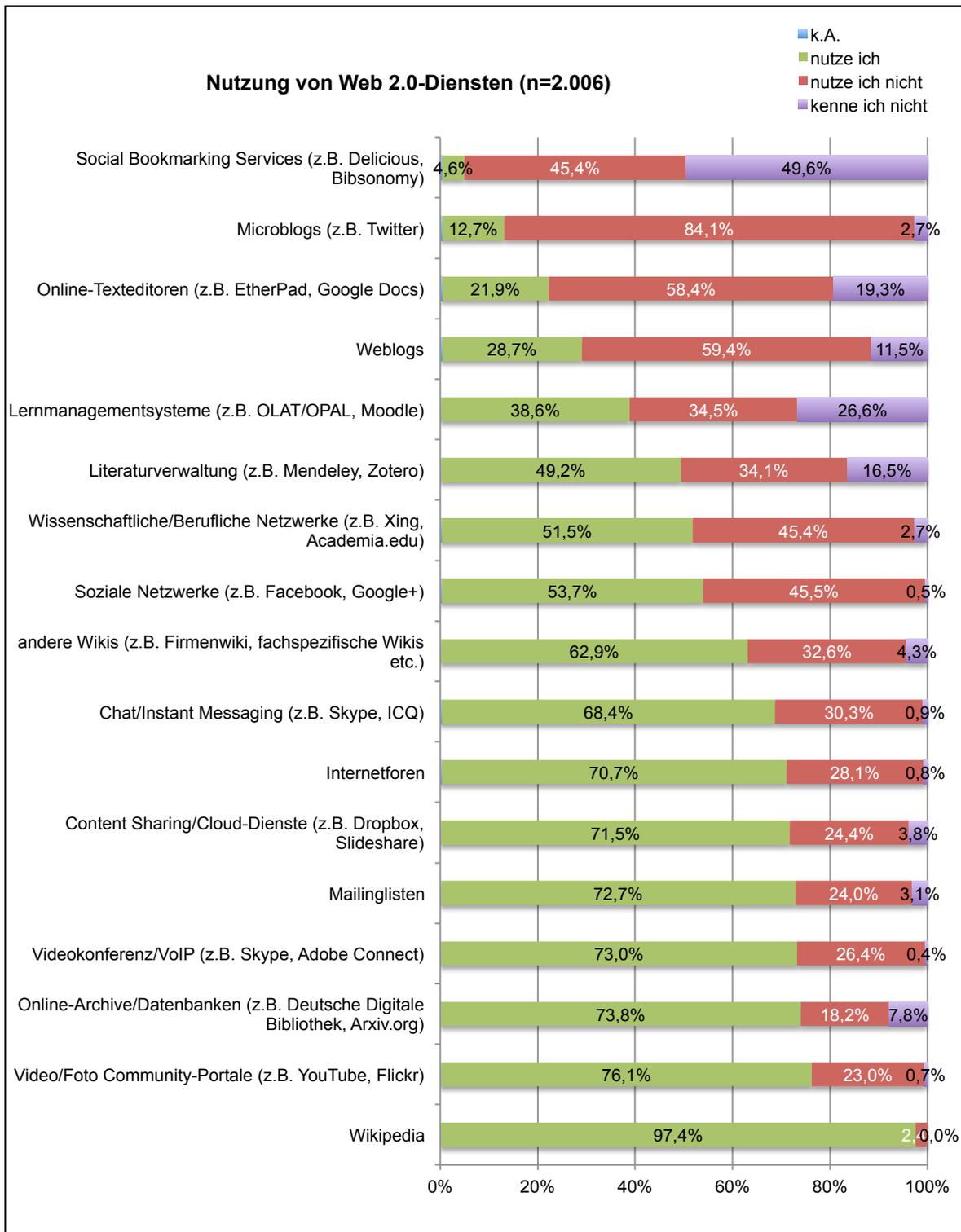


Abbildung 10: Nutzung von Web 2.0-Dienste (in Prozent)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); k.A.=keine Angabe. Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8.2 Kontext und Intensität der Nutzung von Web 2.0-Diensten

2.8.2.1 Berufliche und private Nutzung (Nutzungskontext)

Soziale Netzwerke. Soziale Netzwerke wie Facebook oder Google+ werden tendenziell eher privat genutzt. 41,6% der Befragten nutzen diese Dienste eher „nur privat“ oder „primär privat“. 9,4% nutzen „Soziale Netzwerke“ beruflich und privat und nur 2,7% nutzen Facebook & Co. hauptsächlich beruflich („nur beruflich“ oder „primär beruflich“). 45,5% nutzen diese Dienste gar nicht und 0,5% kennen sie nicht einmal.

Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke. Dienste wie Xing oder Academia.edu richten sich nicht primär an private Nutzer/innen, sondern wenden sich in erster Linie an Personen, die Netzwerke für den beruflichen Austausch nutzen möchten. So ist es nicht verwunderlich, dass nur 9,2% der Befragten diese Dienste „nur privat“ oder „primär privat“ verwenden. „Beruflich und privat“ werden die Dienste von 15,7% der Personen genutzt. 26,6% dagegen nutzen die wissenschaftlichen bzw. beruflichen Netzwerke eher „nur beruflich“ oder „primär beruflich“. 45,4% nutzen diese Dienste gar nicht und 2,7% kennen diese Dienste nicht.

Videokonferenz/VoIP-Dienste. Dienste wie Skype (Microsoft) oder Adobe Connect (Adobe) werden von 23,2% der Befragten „nur privat“ oder „primär privat“ genutzt. 21,3% nutzen diese Dienste eher beruflich veranlasst („nur beruflich“ u. „primär beruflich“). 28,6% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen Skype & Co. sowohl „beruflich und privat“. Dies spricht dafür, dass diese Dienste nicht per se mit einem bestimmten Nutzungskontext (Privatsphäre/Beruf) assoziiert werden. 26,4% der Befragten nutzen diese Dienste weder beruflich noch privat. Bis auf sehr wenige Befragte (8 bzw. 0,4%), kennen zumindest fast alle diese Dienste.

Microblogs. 81,4% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen Dienste wie Twitter gar nicht; weder privat, noch beruflich. Nur 2% der Befragten nutzen Microblogs eher aus beruflichen Gründen („nur beruflich“ und „primär beruflich“). 2,7% nutzen Twitter & Co. „beruflich und privat“. Eher rein privat werden diese Dienste von 7,9% der Befragten genutzt („nur privat“ und „primär privat“). Werden Microblogs genutzt, dann überwiegt tendenziell die private Nutzung. 2,7% der Befragten kennen diese Form der Web 2.0-Dienste nicht. Im Umkehrschluss heißt das: Fast alle kennen Twitter, aber nur ein kleiner Teil der Befragten nutzt den Dienst; und wenn doch, dann eher privat als beruflich.

Weblogs. Rund 5,1% der Befragten nutzen Weblogs eher beruflich („nur beruflich“ u. primär beruflich“). Beruflich und privat werden Weblogs von 11% genutzt. 12,5% nutzen

diese Dienste eher privat („primär privat“ u. „nur privat“). 59,4% der Befragten nutzen keine Weblogs und 11,5% kennen diese Dienste gar nicht.

Wikipedia. Alle Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler kennen Wikipedia. 76,5% der Befragten nutzen diesen Dienst sowohl beruflich als auch privat. 6,1% der Befragten gaben an, diesen Dienst „nur beruflich“ oder „primär beruflich“ zu nutzen. Eher rein privat wird Wikipedia von 14,8% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler genutzt. Lediglich 2,4% der Befragten nutzen die Online-Enzyklopädie gar nicht.

Andere Wikis. Andere Wikis, wie Firmenwikis oder fachspezifische Wikis weisen eine eher beruflich orientierte Nutzung auf. 30,3% der Befragten nutzen diese Wikis schwerpunktmäßig beruflich („nur beruflich“ u. „primär beruflich“) und 27,0% gaben an, diese Dienste „beruflich und privat“ zu nutzen. Überwiegend privat wird diese Form der Wikis nur von 5,6% genutzt. 32,6% der Befragten nutzen diese Dienste nicht und 4,3% kennen sie gar nicht.

Content Sharing/Cloud-Dienste. 17% der Befragten nutzen Content-Sharing- bzw. Cloud-Dienste, wie z.B. „Dropbox“ eher beruflich („nur beruflich“ oder „primär beruflich“). 34,2% nutzen sie „beruflich und privat“. „Primär privat“ und „nur privat“ nutzen ca. ein fünftel der Befragten diese Dienste (20,3%). 24,4% geben an, diese Dienste nicht zu nutzen und 3,8% kennen diese Dienste nicht einmal.

Online-Texteditoren. 58,4% der Befragten geben an diesen Dienst nicht zu nutzen und 19,3% kennen ihn noch nicht einmal. 7,5% der Befragten geben an, Online-Texteditoren eher beruflich einzusetzen („nur beruflich“ u. „primär beruflich“). Privat und beruflich nutzen 7,4% der Befragten diese Dienste. Eher privat werden diese Dienste nur von 6,9% genutzt („primär privat“ u. „nur privat“).

Internetforen. Internetforen werden am häufigsten „beruflich und privat“ genutzt (38,1%). Tendenziell eher beruflich nutzen 9% der Befragten diese Dienste („nur beruflich“ und „primär beruflich“). 23,6% nutzen diese Dienste eher aus privatem Anlass (nur privat und primär privat). 28,1% der Befragten geben an, die Kategorie gar nicht zu nutzen und 0,8% kennen sie nicht.

Mailinglisten. Mailinglisten werden tendenziell eher beruflich genutzt. 39,2% der Befragten nutzen Mailinglisten „nur beruflich“ oder „primär beruflich“. „Beruflich und privat“ nutzen diese Dienste 30,2%. Nur 3,3% nutzen diese Dienste mit einem privaten Schwerpunkt

(„primär privat“ und „nur privat“). 24,0% nutzen Mailinglisten nicht und 3,1% kennen den Dienst nicht.

Chat/Instant Messaging. Diese Dienste-Kategorie scheint tendenziell eher privat genutzt zu werden: „Primär privat“ und „nur privat“ nutzen 23,1% der Befragten diese Dienste. „Beruflich und privat“ nutzen 23,5% der Befragten diesen Dienst. Rein beruflich nutzen nur 6,8% der Befragten "Chat" oder „Instant Messaging“. 30,3% nutzen diese Dienste nicht und 0,9% kennen die Dienste-Kategorie nicht.

Online-Archive/Datenbanken. Die Nutzung von Online-Archiven/Datenbanken scheint in erster Linie beruflich motiviert zu sein. 61,8% nutzen diese Dienste „nur beruflich“ oder „primär beruflich“. „Beruflich und privat“ nutzen diese Dienste 11,5% und nur 0,6% der Befragten gibt einen privaten Hintergrund für die Nutzung dieser Dienste an („nur privat“ und „primär privat“). 18,2% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen diese Dienste gar nicht und 7,8% kennen sie nicht einmal.

Literaturverwaltung. Dienste für die „Literaturverwaltung“ werden eher beruflich als privat genutzt. 44,3% der Befragten geben an, diese Dienste aus beruflichem Anlass zu nutzen („nur beruflich“ und „primär beruflich“). 4,6% nutzen die Literaturverwaltung als Web 2.0-Dienst „beruflich und privat“ und nur 0,3% der Befragten nutzt diesen Dienst eher privat („nur privat“ und „primär privat“). 34,1% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen solche Dienste gar nicht und 16,5% der Befragten kennen sie nicht.

Social Bookmarking Services. Social Bookmarking-Dienste nutzen sehr viele Befragte gar nicht (45,4%) oder kennen diese Dienste gar nicht (49,6%). 2,1% nutzen diese Dienste eher aus beruflichem Interesse („nur beruflich“ und „primär beruflich“), 1,4% der Befragten nutzen Social Bookmarking Services „beruflich und privat“ und 1,0% der Befragten nutzen die Dienste eher im privaten Rahmen („nur privat“ und „primär privat“).

Video/Foto Community-Portale. Tendenzuell ist die Nutzung von Video/Foto Community-Portalen eher eine private Angelegenheit. 54,9% der Befragten geben an, die Dienste eher privat zu nutzen („nur privat“ und „primär privat“). 18,5% nutzen die Dienste „beruflich und privat“. Nur 3,6% geben an diese Dienste eher aus beruflichem Anlass zu nutzen („nur beruflich“ und „primär beruflich“). 23,0% nutzen diese Art von Diensten gar nicht und nur 0,7% der Befragten geben an, solche Dienste nicht zu kennen.

Lernmanagementsysteme. Lernmanagementsysteme werden klar eher aus beruflichen Gründen genutzt. 35,4% der Befragten geben an, diese Systeme eher beruflich ein-

zusetzen („nur beruflich“ und „primär beruflich“). 2,1% nutzen die Dienste „beruflich und privat“ und nur 1,2% der Befragten nutzen die Dienste eher privat („nur privat“ und „primär privat“). 34,5% gaben, die Dienste nicht zu nutzen und 26,6% kennen diese nicht einmal.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass im *beruflichen Kontext* folgende Web 2.0-Dienste im Goportis-Umfeld besonders häufig eingesetzt werden (gezählt wurden: „nur beruflich“ und „primär beruflich“, sortiert nach Häufigkeit):

- Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org) (61,8%)
- Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (44,3%)
- Mailinglisten (39,2%)
- Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle) (35,4%)
- Andere Wikis (als Wikipedia) (30,3,9%)
- Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (wie z.B. Xing) (26,6%)

Eine schwerpunktmäßige *private Nutzung* ist bei folgenden Diensten zu beobachten („nur privat“ und „primär privat“):

- Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr) (54,9%)
- Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (41,6%)
- Internetforen (23,6%)
- Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect) (23,2%)
- Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (23,1%)

Zu den Diensten, die am häufigsten „beruflich und privat“ genutzt werden, gehören:

- Wikipedia (76,5%)
- Internetforen (38,1%)
- Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare) (34,2%)
- Mailinglisten (30,2%)
- Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect) (28,6%)
- Andere Wikis (als Wikipedia) (27%)
- Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (23,5%)

Folgende Web 2.0-Dienste kennen besonderes viele Befragte gar nicht:

- Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy) (49,6%)
- Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle) (26,6%)
- Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs) (19,3%)
- Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (16,5%)

Zu den Diensten, mit den größten Anteilen an „Nicht-Nutzern“ zählen:

- Microblogs (z.B. Twitter) (84,1%)
- Weblogs (59,4%)
- Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs) (58,4%)
- Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy) (45,4%)
- Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (wie z.B. Xing) (45,4%)
- Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (45,5%)
- Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle) (34,5%)
- Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (34,1%)

Tabelle 15: Unterscheidung: berufliche und private Nutzung von Web 2.0-Diensten* (a)

		Anzahl	Prozent
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	k.A.	6	0,3%
	nur beruflich	18	0,9%
	primär beruflich	37	1,8%
	beruflich + privat	189	9,4%
	primär privat	254	12,7%
	nur privat	580	28,9%
	nutze ich nicht	912	45,5%
	kenne ich nicht	10	0,5%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	k.A.	7	0,3%
	nur beruflich	255	12,7%
	primär beruflich	279	13,9%
	beruflich + privat	314	15,7%
	primär privat	97	4,8%
	nur privat	89	4,4%
	nutze ich nicht	910	45,4%
	kenne ich nicht	55	2,7%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	k.A.	4	0,2%
	nur beruflich	209	10,4%
	primär beruflich	218	10,9%
	beruflich + privat	574	28,6%
	primär privat	196	9,8%
	nur privat	268	13,4%
	nutze ich nicht	529	26,4%
	kenne ich nicht	8	0,4%
Microblogs (z.B. Twitter)	k.A.	9	0,4%
	nur beruflich	17	0,8%
	primär beruflich	24	1,2%
	beruflich + privat	54	2,7%
	primär privat	49	2,4%
	nur privat	110	5,5%
	nutze ich nicht	1688	84,1%
	kenne ich nicht	55	2,7%
Weblogs	k.A.	9	0,4%
	nur beruflich	32	1,6%
	primär beruflich	71	3,5%
	beruflich + privat	220	11,0%
	primär privat	123	6,1%
	nur privat	129	6,4%
	nutze ich nicht	1191	59,4%
	kenne ich nicht	231	11,5%
Wikipedia	k.A.	3	0,1%
	nur beruflich	24	1,2%
	primär beruflich	98	4,9%
	beruflich + privat	1535	76,5%
	primär privat	218	10,9%
	nur privat	78	3,9%
	nutze ich nicht	49	2,4%
	kenne ich nicht	1	0,0%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	k.A.	4	0,2%
	nur beruflich	283	14,1%
	primär beruflich	324	16,2%
	beruflich + privat	542	27,0%
	primär privat	65	3,2%
	nur privat	48	2,4%
	nutze ich nicht	654	32,6%
	kenne ich nicht	86	4,3%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	k.A.	5	0,2%
	nur beruflich	144	7,2%
	primär beruflich	197	9,8%
	beruflich + privat	687	34,2%
	primär privat	148	7,4%
	nur privat	258	12,9%
	nutze ich nicht	490	24,4%
	kenne ich nicht	77	3,8%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	k.A.	8	0,4%
	nur beruflich	54	2,7%
	primär beruflich	97	4,8%
	beruflich + privat	149	7,4%
	primär privat	69	3,4%
	nur privat	71	3,5%
	nutze ich nicht	1171	58,4%
	kenne ich nicht	387	19,3%

*Eindeutig beruflich veranlasste Nutzung wird durch die grau unterlegten Zellen hervorgehoben.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goporis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 16: Unterscheidung: berufliche und private Nutzung von Web 2.0-Diensten* (b)

		Anzahl	Prozent
Internetforen	k.A.	7	0,3%
	nur beruflich	56	2,8%
	primär beruflich	125	6,2%
	beruflich + privat	765	38,1%
	primär privat	265	13,2%
	nur privat	208	10,4%
	nutze ich nicht	563	28,1%
	kenne ich nicht	17	0,8%
Mailinglisten	k.A.	4	0,2%
	nur beruflich	381	19,0%
	primär beruflich	406	20,2%
	beruflich + privat	605	30,2%
	primär privat	29	1,4%
	nur privat	38	1,9%
	nutze ich nicht	481	24,0%
	kenne ich nicht	62	3,1%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	k.A.	6	0,3%
	nur beruflich	45	2,2%
	primär beruflich	92	4,6%
	beruflich + privat	471	23,5%
	primär privat	258	12,9%
	nur privat	507	25,3%
	nutze ich nicht	608	30,3%
	kenne ich nicht	19	0,9%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	k.A.	3	0,1%
	nur beruflich	700	34,9%
	primär beruflich	539	26,9%
	beruflich + privat	230	11,5%
	primär privat	8	0,4%
	nur privat	4	0,2%
	nutze ich nicht	366	18,2%
	kenne ich nicht	156	7,8%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	k.A.	4	0,2%
	nur beruflich	622	31,0%
	primär beruflich	267	13,3%
	beruflich + privat	92	4,6%
	primär privat	4	0,2%
	nur privat	2	0,1%
	nutze ich nicht	685	34,1%
	kenne ich nicht	330	16,5%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	k.A.	8	0,4%
	nur beruflich	19	0,9%
	primär beruflich	24	1,2%
	beruflich + privat	29	1,4%
	primär privat	8	0,4%
	nur privat	12	0,6%
	nutze ich nicht	911	45,4%
	kenne ich nicht	995	49,6%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	k.A.	5	0,2%
	nur beruflich	15	0,7%
	primär beruflich	38	1,9%
	beruflich + privat	371	18,5%
	primär privat	452	22,5%
	nur privat	650	32,4%
	nutze ich nicht	461	23,0%
	kenne ich nicht	14	0,7%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	k.A.	5	0,2%
	nur beruflich	543	27,1%
	primär beruflich	166	8,3%
	beruflich + privat	42	2,1%
	primär privat	12	0,6%
	nur privat	12	0,6%
	nutze ich nicht	693	34,5%
	kenne ich nicht	533	26,6%

*Eindeutig beruflich veranlasste Nutzung wird durch die grau unterlegten Zellen hervorgehoben.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8.2.2 Häufigkeit der beruflichen Nutzung und Nutzungstypen

Häufigkeit der beruflichen Nutzung. Tabelle 18 gibt die Verteilung der Nutzungshäufigkeit für die verschiedenen *beruflich genutzten* Web 2.0-Dienste wieder.

Die Befragten hatten die Möglichkeit, aus folgenden Abstufungen bei der Einschätzung der Intensität der von ihnen beruflich genutzten Web 2.0-Dienste zu wählen:

Tabelle 17: Häufigkeit der beruflichen Nutzung (a)
(grau unterlegt = tägliche u. mehrmals tägliche Nutzung)

		n	Prozent
Web 2.0-Dienst	k.A.		
	mehrmals täglich (6)		
	täglich (5)		
	mehrfach wöchentlich (4)		
	wöchentlich (3)		
	monatlich (2)		
	seltener (1)		

Die Ergebnistabelle mit den ursprünglichen (noch nicht aggregierten) Abstufungen und Werten ist Anhang A zu entnehmen.

Eine genaue tabellarische Auflistung der jeweiligen Häufigkeiten in den entsprechenden Kategorien kann Tabelle 6 im Anhang A entnommen werden. Die Abstufungen bei der Angabe der Nutzungshäufigkeit erlauben die Zusammenfassung in drei Nutzergruppen mit unterschiedlicher „Nutzungsintensität“ in der beruflichen Nutzung von Web 2.0-Diensten:

1. Intensivnutzerinnen und Intensivnutzer („mehrmals täglich“ und „täglich“) – im Folgenden „Intensivnutzer/innen“ genannt.
2. Durchschnittsnutzerinnen und Durchschnittsnutzer („mehrfach wöchentlich“ und „wöchentlich“) – im Folgenden „Durchschnittsnutzer/innen“ bzw. „Durchschnittliche Nutzer/innen“ genannt.
3. Gelegentliche Nutzer/innen und Gelegentliche Nutzer („monatlich“ und „seltener als monatlich“) – im Folgenden „Gelegentliche Nutzer/innen“ genannt.

Im Folgenden werden daher die drei Nutzungstypen anhand der Nutzungsintensität der beruflich genutzten Web-2.0.-Dienste näher charakterisiert (vgl. Tab. 18):

Intensivnutzer/innen von Diensten. Den größten Anteil an beruflich motivierten „Intensivnutzer/innen“ von Web 2.0-Diensten gibt es in der Kategorie „Soziale Netzwerke“. (34,7%, n=173). Diese Befragten nutzen diese Dienste täglich oder sogar mehrfach täglich. Andere Bereiche mit hohen Anteilen an Intensivnutzer/innen sind etwa „Wikipedia“ mit knapp 30% sowie „Content Sharing/Cloud-Dienste“ mit einem Anteil von 28,3% Intensivnutzerinnen und Intensivnutzern.

Tabelle 18: Nutzungstypen/beruflich. Zusammenfassung der Häufigkeitsangaben: „mehrmals täglich“ und „täglich“ = Intensivnutzer/innen; „mehrfach wöchentlich“ und „wöchentlich“ = Durchschnittsnutzer/innen; „monatlich“ und „seltener als monatlich“ = Gelegentliche Nutzer/innen

		Anzahl	Prozent
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	k.A.	4	0,8%
	Gelegentliche Nutzer/innen	160	32,1%
	Durchschnittsnutzer/innen	161	32,3%
	Intensivnutzer/innen	173	34,7%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	k.A.	12	1,3%
	Gelegentliche Nutzer/innen	452	47,8%
	Durchschnittsnutzer/innen	408	43,2%
	Intensivnutzer/innen	73	7,7%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	k.A.	7	0,6%
	Gelegentliche Nutzer/innen	795	66,4%
	Durchschnittsnutzer/innen	348	29,1%
	Intensivnutzer/innen	47	3,9%
Microblogs (z.B. Twitter)	k.A.	2	1,4%
	Gelegentliche Nutzer/innen	58	40,3%
	Durchschnittsnutzer/innen	54	37,5%
	Intensivnutzer/innen	30	20,8%
Weblogs	k.A.	10	2,2%
	Gelegentliche Nutzer/innen	183	41,0%
	Durchschnittsnutzer/innen	196	43,9%
	Intensivnutzer/innen	57	12,8%
Wikipedia	k.A.	22	1,2%
	Gelegentliche Nutzer/innen	217	11,6%
	Durchschnittsnutzer/innen	1076	57,4%
	Intensivnutzer/innen	560	29,9%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	k.A.	15	1,2%
	Gelegentliche Nutzer/innen	508	41,8%
	Durchschnittsnutzer/innen	544	44,8%
	Intensivnutzer/innen	147	12,1%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	k.A.	6	0,5%
	Gelegentliche Nutzer/innen	413	35,1%
	Durchschnittsnutzer/innen	424	36,1%
	Intensivnutzer/innen	333	28,3%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	k.A.	4	1,1%
	Gelegentliche Nutzer/innen	214	58,0%
	Durchschnittsnutzer/innen	124	33,6%
	Intensivnutzer/innen	27	7,3%
Internetforen	k.A.	21	1,7%
	Gelegentliche Nutzer/innen	440	36,3%
	Durchschnittsnutzer/innen	605	50,0%
	Intensivnutzer/innen	145	12,0%
Mailinglisten	k.A.	23	1,6%
	Gelegentliche Nutzer/innen	447	31,5%
	Durchschnittsnutzer/innen	652	45,9%
	Intensivnutzer/innen	299	21,0%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	k.A.	5	0,6%
	Gelegentliche Nutzer/innen	392	45,3%
	Durchschnittsnutzer/innen	294	33,9%
	Intensivnutzer/innen	175	20,2%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	k.A.	9	0,6%
	Gelegentliche Nutzer/innen	573	38,8%
	Durchschnittsnutzer/innen	671	45,4%
	Intensivnutzer/innen	224	15,2%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	k.A.	15	1,5%
	Gelegentliche Nutzer/innen	289	29,3%
	Durchschnittsnutzer/innen	456	46,3%
	Intensivnutzer/innen	225	22,8%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	k.A.	0	0,0%
	Gelegentliche Nutzer/innen	38	47,5%
	Durchschnittsnutzer/innen	36	45,0%
	Intensivnutzer/innen	6	7,5%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	k.A.	12	1,4%
	Gelegentliche Nutzer/innen	382	43,6%
	Durchschnittsnutzer/innen	423	48,3%
	Intensivnutzer/innen	59	6,7%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	k.A.	12	1,6%
	Gelegentliche Nutzer/innen	229	30,0%
	Durchschnittsnutzer/innen	366	48,0%
	Intensivnutzer/innen	156	20,4%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Durchschnittliche Nutzer/innen. „Wikipedia“ hat mit 57,4% den größten Anteil an „durchschnittlichen Nutzer/innen“ unter allen Web 2.0-Werkzeugen. Die Mehrzahl der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler arbeitet mit Wikipedia „wöchentlich“ oder

„mehrfach wöchentlich“. Bei der Nutzung von „Mailinglisten“ ist der Anteil der „Durchschnittsnutzer/innen“ an diesem Dienst ebenfalls sehr hoch (50,0%).

Gelegentliche Nutzer/innen. Der größte Anteil an „Gelegentlichen Nutzern/innen“ findet sich bei dem Dienst „Videokonferenz/VoIP“ (66,4%). Wenn Online-Texteditoren genutzt werden, geschieht dies eher als „gelegentliche Nutzung“ (58% der Nutzer/innen dieser Dienste). Ein weiterer Dienst, der eher gelegentlich genutzt, sind „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke wie z.B. Xing“ (47,8%).

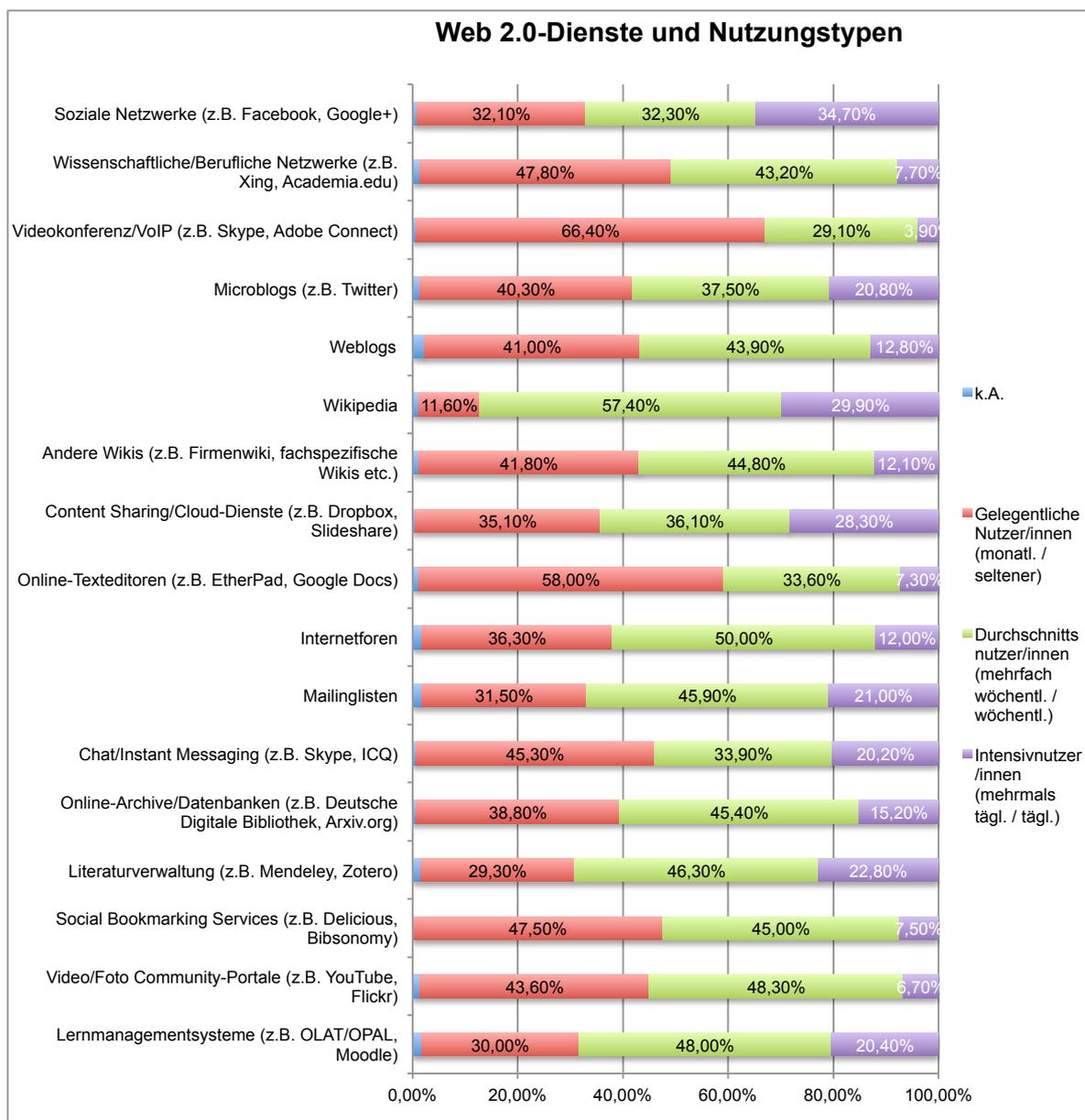


Abbildung 11: Nutzung von Web 2.0-Dienste (Prozent)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8.2.3 Intensität der beruflich genutzten Web 2.0-Dienste

Die erhobene Häufigkeit der beruflichen Nutzung der Web 2.0-Dienste kann auch als „Intensitäts-Skala“ interpretiert werden (von 1=seltener als monatlich bis 6=mehrmals täglich). Die Mittelwertbildung bietet den Vorteil, dass bei einer Intervallskala verschiedene statistische Operationen angewendet werden können, wie die Berechnung von Mittelwertunterschieden und deren statistischer Überprüfung auf Signifikanz.

Die Ergebnis der Mittelwertberechnungen zeigen, dass „Wikipedia“, „Soziale Netzwerke“ sowie „Content Sharing/Cloud-Dienste“ zu den am intensivsten genutzten Web-2.0-Anwendungen gehören. In Abhängigkeit von der individuellen Dienste-Nutzung durch die User, treten hier verschieden hohe Fallzahlen auf (vgl. Tab. 19).

Tabelle 19: Intensität der Dienste-Nutzung

	n	M	SD
Wikipedia	1.853	3,94	1,25
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	494	3,55	1,76
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	1.170	3,40	1,66
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	970	3,37	1,45
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	751	3,30	1,46
Mailinglisten	1.398	3,26	1,42
Microblogs (z.B. Twitter)	142	3,15	1,57
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	1.468	3,09	1,40
Internetforen	1.190	3,01	1,27
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	861	2,98	1,60
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	1.199	2,91	1,31
Weblogs	436	2,90	1,34
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	864	2,74	1,23
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	80	2,69	1,33
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	933	2,68	1,21
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	365	2,43	1,34
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	1.190	2,22	1,14

Skala: von 1="seltener als monatlich" bis 6="mehrmals täglich", geordnet nach der Höhe der Intensität
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

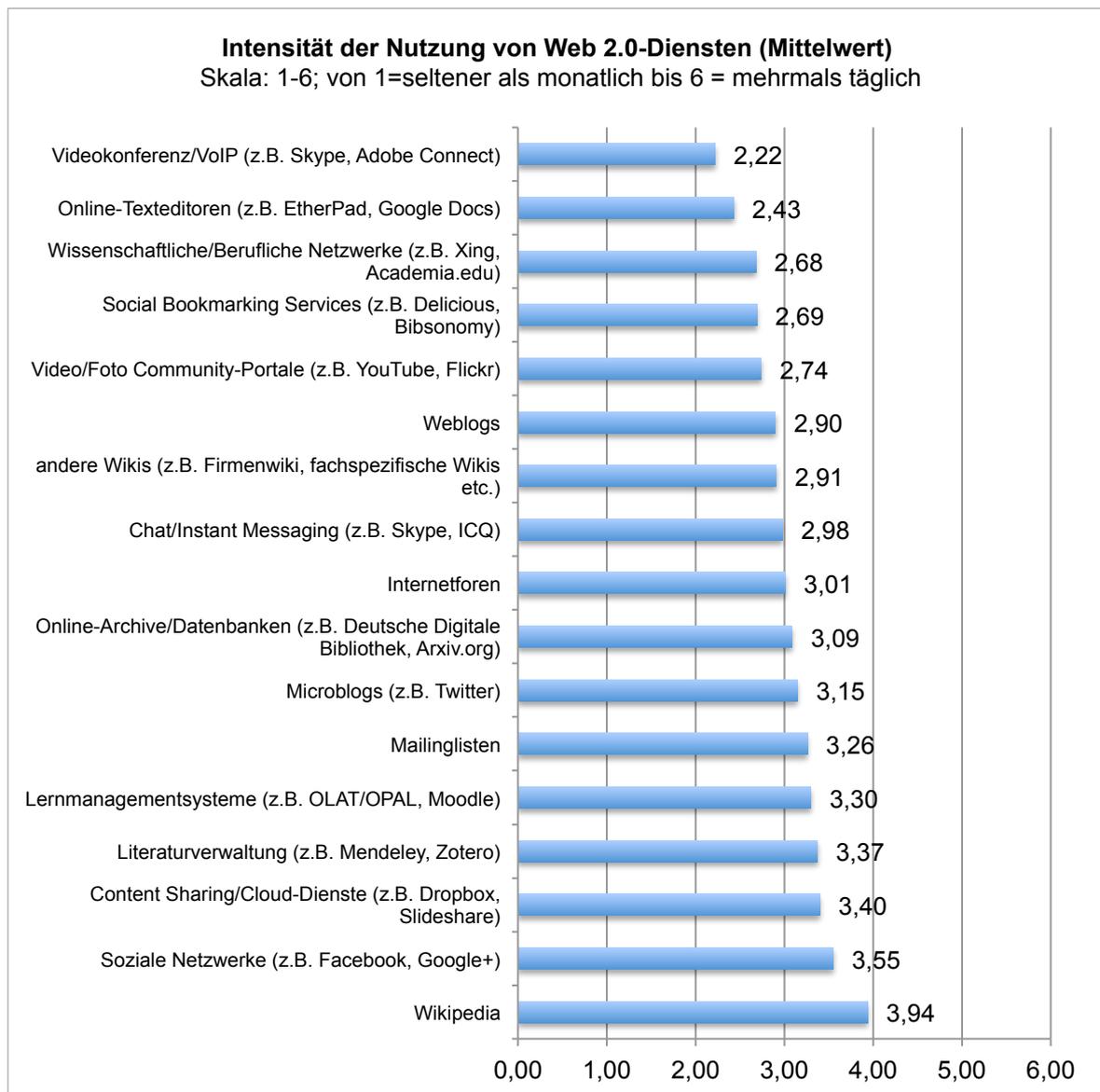


Abbildung 12: Nutzungsintensität der beruflich genutzten Web 2.0-Dienste⁵

(Skala: von 1=seltener als monatlich bis 6=mehrmals täglich; 1=seltener als monatlich, 2=monatlich, 3= wöchentlich, 4=mehrmals wöchentlich, 5=täglich, 6=mehrmals täglich)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Am wenigsten intensiv (monatlich bis wöchentlich) werden die folgenden Dienste eingesetzt: „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (z.B. Xing, Academia.edu), „Online-Texteditoren“ (z.B. EtherPad, Google Docs) sowie „Videokonferenz/VoIP-Dienste“ wie z.B. Skype, Adobe Connect.

⁵ Wikipedia (n=1.853), Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=494), Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare) (n=1.170), Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=970), Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle) (n=751), Mailinglisten (n=1.398), Microblogs (z.B. Twitter) (n=142), Online-Archive/ Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org) (n=1.468), Internetforen (n=1.190), Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=861), andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.) (n=1.199), Weblogs (n=436), Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr) (n=864), Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy) (n=80), Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu) (n=933), Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs) (n=365), Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect) (n=1.190)

2.8.2.4 Passive und aktive berufliche Nutzung von Web2.0-Diensten

Die Befragten wurden auch gebeten zu beantworten, wie sie die beruflich eingesetzten onlinebasierten Werkzeuge nutzen. Dabei lässt sich zwischen einer eher „**passiven Nutzung**“ (Artikel lesen/abonnieren bzw. Videos/Fotos ansehen) und einer eher „**aktiven Nutzung**“ der Dienste unterscheiden (aktive Nutzung = Beiträge schreiben und kommentieren, Wiki-Seiten bearbeiten/kommentieren, Beiträge anderer Nutzer/innen beantworten, Videos und Fotos hochladen). Basis der Auswertung sind hier diejenigen Personen, die angaben, die Dienste beruflich zu nutzen. Ergebnis: Unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die angaben die abgefragten Dienste beruflich zu nutzen, dominieren eher passive Formen der Nutzung: lesen/ abonnieren oder etwas ansehen (vgl. Tab. 20).

Tabelle 20: Wie werden die Dienste beruflich genutzt? Eher aktiv oder eher passiv?
(Mehrfachnennung möglich; grau unterlegte Zeilen = eher passive Nutzungsformen)

Dienste	Art der Nutzung (n=haben Frage gesehen)	Prozent von n gesamt (n=2.006)		
		n*	Gültige Prozent	Gültige Prozent
Microblogs (z.B. Twitter)	- lesen oder abonnieren (n=144)	129	6,4%	89,6%
	- Beiträge schreiben, die Beiträge anderer Personen kommentieren (n=144)	56	2,8%	38,9%
Weblogs	- lesen oder abonnieren (n=441)	415	20,7%	94,1%
	- eigene Beiträge verfassen (n=441)	80	4,0%	18,1%
	- Beiträge kommentieren (n=441)	55	2,7%	12,5%
Wikipedia	- Artikel lesen (n=122)	120	6,0%	98,4%
	- Einträge verfassen und bearbeiten (n=122)	11	0,5%	9,0%
Andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	- lesen (n=1.201)	1.111	55,4%	92,5%
	- Wiki-Seiten erstellen und bearbeiten (n=1.201)	347	17,3%	28,9%
Internetforen	- lesen (n=1.182)	1.164	58,0%	98,5%
	- Beiträge verfassen (n=1.182)	276	13,8%	23,4%
	- Beiträge anderer Nutzer beantworten (n=1.182)	225	11,2%	19,0%
Video/Foto	- Videos/Fotos ansehen (n=857)	819	40,8%	95,6%
Communities (z.B. YouTube, Flickr)	- Videos/Fotos hoch- bzw. runterladen (n=857)	167	8,3%	19,5%
	- Videos/Fotos kommentieren (n=857)	39	1,9%	4,6%

n*= Anteil der Befragten, die die Frage gesehen haben und „ja“ angekreuzt haben; Mehrfachnennung möglich
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Die nominell meisten aktiven „beruflichen“ Nutzerinnen und Nutzer gibt es bei dem Dienst „Andere Wikis“: 347 oder 17,3% aller Befragten gaben an, „Wiki-Seiten zu erstellen und zu bearbeiten“. Das sind 28,9% derjenigen Befragten (von 1.201), die angaben diesen Dienst beruflich zu nutzen. „Internetforen“ ist derjenige Dienst, den die meisten Befragten (n=1.164) zumindest *passiv beruflich nutzen* (58% aller Befragten bzw. 98,5% von n=1182 Personen, die angaben diesen Dienst beruflich zu nutzen). Foren-Beiträge verfassen aktiv dagegen nur 276 Personen (13,8% aller Befragten); dass sie auch Beiträge von anderen beantworten, gaben 225 Personen an (11,2% aller Befragten).

2.8.2.5 Zweck der beruflichen Nutzung

2.8.2.5.1 Dienste und Tätigkeitsbereiche

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurden auch danach gefragt, für welchen Zweck bzw. in welchem Kontext sie die Web 2.0-Dienste einsetzen. Zur Auswahl standen die Optionen: **Lehre, Forschung, Wissenschaftsadministration, Wissenschaftskommunikation.**

Den folgenden beiden Tabellen lässt sich entnehmen, wie viel Prozent der Befragten, welche Web 2.0-Dienste in den jeweiligen Tätigkeitsschwerpunkten einsetzen (n=2.006). Die grau unterlegten Zellen markieren die Dienste, die am häufigsten von den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in den verschiedenen Bereichen genutzt werden.

Tabelle 21: Kontext der Nutzung: Forschung u. Lehre. Für welchen Zweck/ in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Werkzeuge beruflich? n gesamt=2.006 (a)

	Web 2.0-Dienste	n	Prozent (von n=2.006)
Lehre	1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	107	5,3%
	2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	90	4,5%
	3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	205	10,2%
	4. Microblogs (z.B. Twitter)	30	1,5%
	5. Weblogs	126	6,3%
	6. Wikipedia	1.034	51,5%
	7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	386	19,2%
	8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	405	20,2%
	9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	98	4,9%
	10. Internetforen	368	18,3%
	11. Mailinglisten	499	24,9%
	12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	143	7,1%
	13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	438	21,8%
	14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	186	9,3%
	15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	19	0,9%
	16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	419	20,9%
	17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	647	32,3%
Forschung	1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	102	5,1%
	2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	229	11,4%
	3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	506	25,2%
	4. Microblogs (z.B. Twitter)	43	2,1%
	5. Weblogs	265	13,2%
	6. Wikipedia	1.293	64,5%
	7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	740	36,9%
	8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	748	37,3%
	9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	187	9,3%
	10. Internetforen	770	38,4%
	11. Mailinglisten	555	27,7%
	12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	345	17,2%
	13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	1.264	63,0%
	14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	861	42,9%
	15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	42	2,1%
	16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	341	17,0%
	17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	50	2,5%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

- Im Rahmen der *Lehre* werden am häufigsten Wikipedia (51,5%), Lernmanagementsysteme (32,3%) sowie Mailinglisten (24,9%) eingesetzt.
- Im Rahmen der *Forschung* werden besonders häufig Wikipedia (64,5%), Online-Archive/Datenbanken (63%) sowie Anwendungen zur Literaturverwaltung (42,9%) benutzt.

Tabelle 22: Kontext der Nutzung: Wissenschaftskommunikation und Wissenschafts-administration. „Für welchen Zweck/ in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Werkzeuge beruflich?“ n gesamt = 2.006 (b)

	Web 2.0-Dienste	n	Prozent (von n=2.006)
Wissenschafts-kommunikation	1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	274	13,7%
	2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	600	29,9%
	3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	608	30,3%
	4. Microblogs (z.B. Twitter)	73	3,6%
	5. Weblogs	132	6,6%
	6. Wikipedia	242	12,1%
	7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	261	13,0%
	8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	400	19,9%
	9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	102	5,1%
	10. Internetforen	269	13,4%
	11. Mailinglisten	715	35,6%
	12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	460	22,9%
	13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	144	7,2%
	14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	104	5,2%
	15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	14	0,7%
	16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	186	9,3%
	17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	78	3,9%
Wissenschafts-administration	1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	47	2,3%
	2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	131	6,5%
	3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	323	16,1%
	4. Microblogs (z.B. Twitter)	7	0,3%
	5. Weblogs	25	1,2%
	6. Wikipedia	145	7,2%
	7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	275	13,7%
	8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	315	15,7%
	9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	83	4,1%
	10. Internetforen	106	5,3%
	11. Mailinglisten	458	22,8%
	12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	193	9,6%
	13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	93	4,6%
	14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	131	6,5%
	15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	7	0,3%
	16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	35	1,7%
	17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	74	3,7%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

- Im Kontext der Wissenschaftskommunikation werden am häufigsten die folgenden Dienste eingesetzt: Mailinglisten (35,6%), Videokonferenz/VoIP (30,3%) sowie Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (29,9%).

- Im Rahmen der *Wissenschaftsadministration* werden besonders häufig Mailinglisten (22,8%), Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (15,7%) sowie Videokonferenz/VoIP-Dienste (16,1%) verwendet.

2.8.2.6 Gründe für die Nutzung von Diensten im Rahmen der Forschungstätigkeit

In der Online-Erhebung wurde auch danach gefragt, wofür die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Web 2.0-Werkzeuge bzw. -Dienste im Kontext ihrer Forschungstätigkeit nutzen. Die nachfolgenden Tabellen enthalten den prozentualen Anteil der Befragten, die im Fragebogen die folgenden möglichen Gründe für den Einsatz von verschiedenen Web 2.0-Diensten angegeben (bzw. angekreuzt) haben (Mehrfachantworten waren möglich):

- Abstimmung/Kommunikation
- Datenerhebung/Datenauswertung
- Austausch von Informationen
- Austausch von Daten
- Austausch von Materialien
- Recherche
- Andere Zwecke

Die grau unterlegten Zeilen heben die Dienste hervor, die am häufigsten für den angegebenen Zweck im Rahmen der Forschungstätigkeit genutzt werden.

Tabelle 23: Dienste für den Zweck „Abstimmung/Kommunikation“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Abstimmung/Kommunikation	n	Prozent
1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	58	2,9%
2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	81	4,0%
3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	428	21,3%
4. Microblogs (z.B. Twitter)	11	0,5%
5. Weblogs	12	0,6%
6. Wikipedia	19	0,9%
7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	111	5,5%
8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	190	9,5%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	83	4,1%
10. Internetforen	57	2,8%
11. Mailinglisten	293	14,6%
12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	270	13,5%
13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	19	0,9%
14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	40	2,0%
15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	3	0,1%
16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	12	0,6%
17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	26	1,3%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Abstimmung/Kommunikation. Wenn es im Kontext der Forschungstätigkeit um Prozesse der „Abstimmung/Kommunikation“ geht, werden am häufigsten Videokonferenz/VoIP-Dienste (wie z.B. Skype) und Mailinglisten, aber auch Chat/Instant Messaging-Dienste genutzt.

Datenerhebung/Datenauswertung. Geht es im Rahmen der Forschungstätigkeit um Prozesse der „Datenerhebung/Datenauswertung“, dann werden häufig Web 2.0-Tools, wie „Literaturverwaltungen“, „Online-Archive/Datenbanken“ oder aber auch „Wikipedia“ eingesetzt.

Tabelle 24: Dienste für die „Datenerhebung/Datenauswertung“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Datenerhebung/Datenauswertung	n	Prozent
1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	20	1,0%
2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	31	1,5%
3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	32	1,6%
4. Microblogs (z.B. Twitter)	14	0,7%
5. Weblogs	15	0,7%
6. Wikipedia	99	4,9%
7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	66	3,3%
8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	74	3,7%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	22	1,1%
10. Internetforen	50	2,5%
11. Mailinglisten	36	1,8%
12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	18	0,9%
13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	221	11,0%
14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	240	12,0%
15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	6	0,3%
16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	26	1,3%
17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	7	0,3%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Austausch von Informationen. Steht in der Forschung besonders der Austausch von Informationen im Vordergrund, werden besonders häufig „Videokonferenzen/VoIP“, „Mailinglisten“ sowie „Content Sharing-Dienste bzw. Cloud-Dienste“ eingesetzt (vgl. Tab. 25).

Tabelle 25: Dienste für den „Austausch von Informationen“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Austausch von Informationen	n	Prozent
1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	66	3,3%
2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	132	6,6%
3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	395	19,7%
4. Microblogs (z.B. Twitter)	25	1,2%
5. Weblogs	92	4,6%
6. Wikipedia	118	5,9%
7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	219	10,9%
8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	321	16,0%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	82	4,1%
10. Internetforen	212	10,6%
11. Mailinglisten	377	18,8%
12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	241	12,0%
13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	116	5,8%
14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	124	6,2%
15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	5	0,2%
16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	56	2,8%
17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	26	1,3%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Austausch von Daten. Steht der Datenaustausch im Vordergrund, werden vor allem „Content Sharing/Cloud-Dienste“ wie z.B. Dropbox, Slideshare eingesetzt (30,6%); daneben spielen aber auch „Mailinglisten“ (6,4%) und „Videokonferenz/VoIP-Systeme“ wie z.B. Skype, Adobe Connect eine gewisse Rolle (34,9%) (vgl. Tab. 26).

Tabelle 26: Dienste für den „Austausch von Daten“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Austausch von Daten	n	Prozent
1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	16	0,8%
2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	21	1,0%
3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	78	3,9%
4. Microblogs (z.B. Twitter)	4	0,2%
5. Weblogs	17	0,8%
6. Wikipedia	20	1,0%
7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	74	3,7%
8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	614	30,6%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	52	2,6%
10. Internetforen	23	1,1%
11. Mailinglisten	129	6,4%
12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	65	3,2%
13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	42	2,1%
14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	68	3,4%
15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	3	0,1%
16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	7	0,3%
17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	17	0,8%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Austausch von Materialien. Für den Austausch von Materialien ziehen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ebenfalls häufiger als andere Dienste „Content Sharing/Cloud-Dienste“ heran (vgl. Tab. 27), aber auch „Mailinglisten“ und „andere Wikis“.

Tabelle 27: Dienste für den „Austausch von Materialien“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Austausch von Materialien	n	Prozent
1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	14	0,7%
2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	22	1,1%
3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	70	3,5%
4. Microblogs (z.B. Twitter)	4	0,2%
5. Weblogs	11	0,5%
6. Wikipedia	12	0,6%
7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	82	4,1%
8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	449	22,4%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	47	2,3%
10. Internetforen	23	1,1%
11. Mailinglisten	116	5,8%
12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	48	2,4%
13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	42	2,1%
14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	88	4,4%
15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	3	0,1%
16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	13	0,6%
17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	17	0,8%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Recherche. Einer der wesentlichen Tätigkeiten im wissenschaftlichen Forschungsprozess ist die Recherche nach Informationen, Fakten und Materialien. Hier nutzen die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler intensiv „Online-Archive“ oder „Datenbanken“ (58%). Über 60% der Befragten gibt an, für die Recherchetätigkeit auf „Wikipedia“ zurückzugreifen. „Online-Archive/Datenbanken“ (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org) (56,1%), „Internetforen“ (31,7%) sowie Literaturverwaltungstools (24,7%) spielen ebenfalls eine wichtige Rolle für die Recherche (vgl. Tab. 28).

Tabelle 28: Dienste für die „Recherche“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Recherche	n	Prozent
1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	29	1,4%
2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	99	4,9%
3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	26	1,3%
4. Microblogs (z.B. Twitter)	23	1,1%
5. Weblogs	212	10,6%
6. Wikipedia	1.205	60,1%
7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	557	27,8%
8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	40	2,0%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	25	1,2%
10. Internetforen	636	31,7%
11. Mailinglisten	117	5,8%
12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	10	0,5%
13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	1.126	56,1%
14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	496	24,7%
15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	24	1,2%
16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	272	13,6%
17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	13	0,6%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Nutzung für andere Zwecke. Neben den vorgegebenen Antwortoptionen sind noch andere Gründe denkbar, warum Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Web 2.0-Werkzeuge nutzen. Mit der Ankreuzmöglichkeit „Andere“ hatten die Befragten Gelegenheit auszudrücken, dass sie ein Tool auch für andere Zwecke nutzen. Am häufigsten wurde hier mit 10,6% „Literaturverwaltung“ genannt (vgl. Tab. 29). Das ist gut nachvollziehbar, da ein wichtiger Grund für den Einsatz von Literaturverwaltungsdiensten, die Publikationstätigkeit von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ist.

Tabelle 29: Dienste für „Andere Zwecke“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Andere Zwecke	n	Prozent
1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google)	14	0,7%
2. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	33	1,6%
3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	12	0,6%
4. Microblogs (z.B. Twitter)	8	0,4%
5. Weblogs	21	1,0%
6. Wikipedia	77	3,8%
7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	36	1,8%
8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	36	1,8%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	25	1,2%
10. Internetforen	25	1,2%
11. Mailinglisten	33	1,6%
12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	14	0,7%
13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	39	1,9%
14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	212	10,6%
15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	11	0,5%
16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	47	2,3%
17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	9	0,4%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8.2.7 Vorrangige Gründe für die Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen

Um die Gründe bzw. die Motivation für den Einsatz von Web 2.0-Werkzeugen noch differenzierter zu erfassen, wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Untersuchung folgende weitere Frage gestellt: „Aus welchen vorrangigen Gründen nutzen Sie die folgenden Werkzeuge für Ihre berufliche Tätigkeit?“

Bei fast allen abgefragten Web 2.0-Diensten waren die häufigsten Gründe zu deren Nutzung: „weil es praktisch ist“ und „weil es die Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt“. Lesebeispiel für Tabelle 30: 60,3% der Personen, die „Wikipedia“ beruflich nutzen (von insgesamt n=1.875), geben an, dass der Grund für die Nutzung darin liege, dass es „praktisch“ sei.

„Wissenschaftliche Netzwerke“ werden darüber hinaus auch häufig genutzt, „um die eigene Reputation zu steigern“ (18,7%). Interessanterweise ist ein häufig genannter Grund für die Nutzung von Microblogs „Interesse an Neuen Technologien“ (16,7%).

Tabelle 30: Vorrangige Gründe für die berufliche Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen. Die Prozentangaben beziehen sich auf das jeweilig gültige n (also auf die Zahl derjenigen Personen, die hier geantwortet haben = n in Klammern hinter Web 2.0-Dienst)

	weil es praktisch ist	weil es meine Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt	weil es meine Arbeitsergebnisse verbessert	weil es Vorschritt bzw. Wunsch von Kolleg/innen und Projektpartner/innen ist	auf Druck der eigenen Community	um meine eigene Reputation zu steigern	aus Interesse an neuen Technologien	aus anderen Gründen
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=498)	26,1%	28,1%	1,4%	4,0%	5,0%	3,8%	5,6%	13,9%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (n=945)	17,2%	23,9%	1,5%	3,3%	6,3%	18,7%	5,9%	15,2%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype) (n=1.197)	33,4%	45,3%	0,8%	8,8%	0,8%	0,0%	1,0%	2,4%
Microblogs (z.B. Twitter) (n=144)	21,5%	14,6%	3,5%	2,8%	3,5%	8,3%	16,7%	16,7%
Weblogs (n=446)	33,9%	20,0%	7,2%	1,8%	0,4%	2,9%	10,1%	15,0%
Wikipedia (n=1.875)	60,3%	22,7%	6,1%	0,1%	0,1%	0,1%	1,7%	4,3%
andere Wikis (n=1.214)	35,6%	31,2%	8,6%	9,2%	1,1%	0,0%	3,1%	4,6%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (n=1.176)	48,1%	36,9%	1,5%	4,9%	1,2%	0,0%	0,4%	1,2%
Online-Texteditoren (n=369)	41,5%	28,5%	3,5%	7,3%	1,1%	0,3%	3,5%	4,6%
Internetforen (n=1.211)	40,9%	28,5%	9,0%	0,4%	0,2%	0,2%	5,2%	8,8%
Mailinglisten (n=1.421)	39,3%	42,4%	2,7%	3,4%	1,0%	0,1%	0,3%	4,2%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=866)	37,0%	46,2%	0,9%	3,5%	0,6%	0,0%	0,8%	3,5%
Online-Archive/Datenbanken (n=1.477)	30,3%	30,4%	24,1%	0,9%	0,4%	0,4%	1,8%	4,9%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=985)	37,4%	35,6%	16,8%	2,0%	0,2%	0,2%	0,8%	1,6%
Social Bookmarking Services (n=80)	38,8%	18,8%	5,0%	3,8%	1,3%	2,5%	1,3%	11,3%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube etc) (n=876)	38,0%	17,8%	7,6%	0,6%	0,2%	0,9%	8,7%	15,2%
Lernmanagementsysteme (n=763)	22,3%	27,9%	4,5%	28,3%	2,8%	0,1%	2,6%	4,3%

Mehrfachankreuzungen möglich. Die Gründe mit den häufigsten Nennungen wurden grau hinterlegt.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8.2.8 Vorrangige Gründe für die Nichtnutzung von Web 2.0-Werkzeugen

Zu den durchweg wichtigsten Gründen, warum Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bestimmte Web 2.0-Dienste nicht einsetzen, gehören folgende:

- weil sie keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehen
- weil sie aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form haben

Tabelle 31: Vorrangige Gründe für die Nichtnutzung von Web 2.0-Werkzeugen für die berufliche Tätigkeit

	weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe	weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe	weil ich mich bislang noch nicht damit beschäftigt habe	weil mir die Zeit fehlt, mich in die Anwendung einzuarbeiten	weil ich mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden bin	weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in meiner Disziplin nicht üblich ist	weil ich es für private Kommunikation nutze und Privates und Berufliches voneinander trennen möchte	aus anderen Gründen
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=1.492)	33,5%	7,0%	1,2%	0,7%	24,5%	3,7%	18,6%	3,2%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (n=999)	34,4%	18,5%	17,6%	4,3%	6,5%	2,0%	3,4%	4,1%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype) (n=797)	20,2%	42,7%	5,3%	3,8%	2,1%	4,5%	5,6%	6,0%
Microblogs (z.B. Twitter) (n=1.798)	57,2%	10,0%	7,6%	1,4%	4,6%	5,9%	2,5%	2,4%
Weblogs (n=1.320)	45,0%	16,1%	14,5%	3,0%	1,4%	4,7%	1,4%	4,0%
Wikipedia (n=127)	35,4%	4,7%	1,6%	0,8%	0,0%	25,2%	2,4%	11,8%
andere Wikis (n=702)	26,4%	22,6%	22,1%	3,6%	0,7%	7,1%	0,3%	5,4%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (n=748)	15,9%	23,0%	8,6%	2,0%	22,1%	4,0%	4,9%	10,7%
Online-Texteditoren (n=1.242)	30,8%	22,0%	17,5%	2,7%	11,2%	2,4%	0,4%	4,0%
Internetforen (n=771)	41,2%	20,6%	7,3%	2,5%	2,6%	6,5%	3,1%	6,6%
Mailinglisten (n=519)	31,4%	27,4%	15,8%	3,1%	0,8%	3,7%	0,4%	6,2%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=1.115)	30,9%	25,5%	3,9%	1,0%	3,8%	5,6%	13,1%	6,9%
Online-Archive/Datenbanken (n=370)	14,1%	21,4%	38,4%	8,6%	1,1%	3,5%	0,0%	2,4%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=687)	19,7%	25,5%	25,3%	12,8%	1,6%	1,6%	0,0%	3,1%
Social Bookmarking Services (n=923)	33,8%	17,3%	25,0%	3,6%	2,3%	2,5%	0,7%	4,4%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube) (n=1.111)	41,3%	19,3%	2,9%	1,4%	4,8%	9,5%	9,2%	2,4%
Lernmanagementsysteme (n=705)	20,0%	30,8%	22,6%	6,8%	0,3%	4,3%	0,0%	6,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Zusätzlich lässt sich ein weiterer wichtiger Grund für die Nicht-Nutzung von „Sozialen Netzwerken“, wie Facebook und Co., beobachten: Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen diese Dienste häufig nicht (29,7%), weil sie mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden sind. Interessant ist auch, dass relativ viele Befragte angeben (18,4%), dass sie „Wikipedia“ nicht nutzen, weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in ihrer Disziplin nicht üblich ist. „Andere Wikis“ als „Wikipedia“ werden häufig nicht genutzt, weil die Befragten sich bislang noch nicht damit beschäftigt haben (22,5%). Dieser Grund wird auch vielfach bei „Literaturverwaltungswerkzeugen“ (24,9%), „Social Bookmark Services“ (23,2%) und „Lernmanagementsystemen“ (21,9%) angegeben.

2.8.3 Wie erfahren die Befragten von neuen Online-Werkzeugen?

Die am häufigsten genannten Quellen, aus denen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler von neuen Online-Werkzeugen erfahren, sind „Kolleginnen/Kollegen“ (89,9%) sowie „Freunde/Bekannte“ (75,2% der Nennungen). Mehrfachantworten waren möglich.

Tabelle 32: Informationsquellen zum Thema „Neue Online-Werkzeuge“

		n	Prozent
	Kolleginnen/Kollegen	1.773	89,9%
	Freunde/Bekannte	1.484	75,2%
Wie erfahren Sie von neuen Online-Werkzeugen?	Vorträge	452	22,9%
	andere Web 2.0-Tools	338	17,1%
	Fachzeitschriften (des eigenen Fachs)	381	19,3%
	IT-Zeitschriften	363	18,4%
	Sonstiges	141	7,1%

Mehrfachantworten möglich

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8.4 Welche Endgeräte werden genutzt?

Die meisten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler greifen mittels ihres Notebooks auf die Web 2.0-Werkzeuge zu (84,8%). An zweiter Stelle bei den Zugriffen steht hier insgesamt der PC mit 76,7% der Nennungen. Über die Hälfte der Befragten greift per Smartphone auf die Dienste zu (53,7%). Immerhin 30,2% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler greifen auch per Tablet auf die Web 2.0-Dienste zu.

Tabelle 33: Endgeräte mit denen auf Web 2.0-Dienste zugegriffen wird

		n	Prozent
Welche Endgeräte nutzen Sie, um auf die Werkzeuge zuzugreifen? (Mehrfachnennungen möglich)	Notebook	1.533	76,7%
	PC	1.695	84,8%
	Smartphone	1.073	53,7%
	Tablet	604	30,2%
	Sonstiges	3	0,2%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

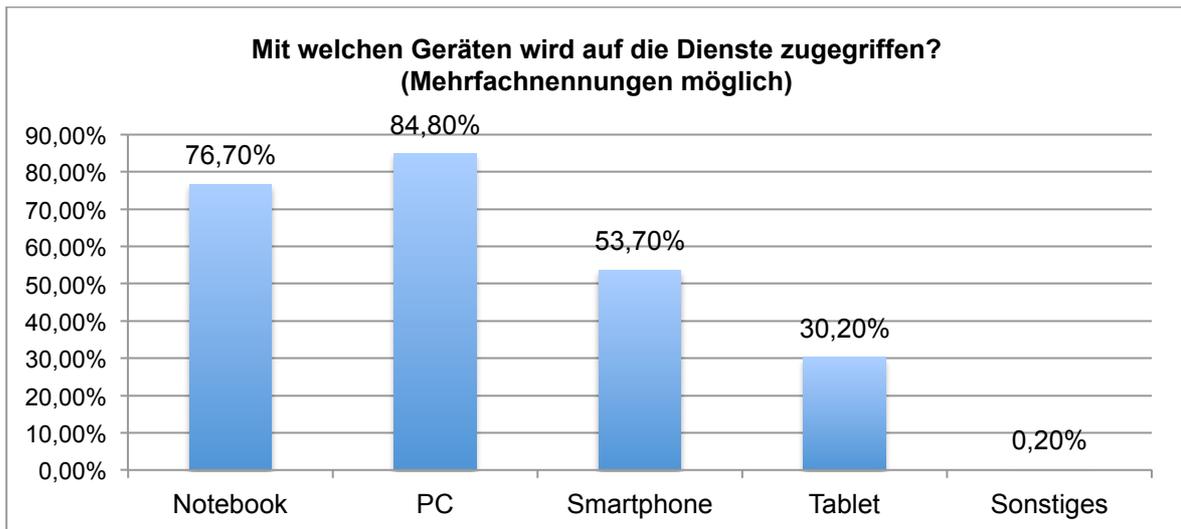


Abbildung 13: Mit welchen Geräten greifen die Nutzer/innen auf die Web 2.0-Dieste zu?
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8.5 Virtuelle Forschungsumgebungen

Die meisten Befragten konnten mit dem Begriff der „Virtuellen Forschungsumgebung“ nichts anfangen (88,6%) und relativ wenige Personen haben davon schon einmal gehört (9,4%). Nur ein 1,7% der Befragten benutzen eine „Virtuelle Forschungsumgebung“.

Tabelle 34: Benutzung und Kenntnis von virtuellen Forschungsumgebungen

	n	Prozent
In jüngster Zeit wird propagiert, Virtuelle Forschungs-umgebungen (VFU) einzusetzen. Benutzen Sie so etwas bzw. was verstehen Sie darunter?		
Ja, ich benutze eine Virtuelle Forschungsumgebung (VFU). Unter dem Begriff VFU verstehe ich Folgendes:	35	1,7%
Nein, ich benutze keine VFU, habe allerdings schon von diesem Begriff gehört. Unter VFU verstehe ich demnach Folgendes:	189	9,4%
Ich kann mit dem Begriff VFU nichts anfangen.	1.778	88,6%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.9 Nutzungsintensität und demografische Variablen

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung für die demografischen Variablen „Geschlecht“, „Alter“, „wissenschaftlicher Status“ und „Fächergruppen“ referiert. Dabei geht es sowohl um eine Beschreibung der deskriptiven Kennwerte, Aufdeckung möglicher Zusammenhänge, als auch um eine Überprüfung der Unterschiede zwischen einzelnen Stufen der demografischen Variablen. Dabei wird jeweils die Nutzungsintensität

von Web 2.0-Werkzeugen bei den einzelnen demografischen Variablen beschrieben sowie Mittelwertunterschiede zwischen den Stufe der Variablen.

2.9.1 Nutzungsintensität und Geschlecht

Um eine Aussage darüber treffen zu können, ob sich weibliche und männliche Befragte im Ausmaß ihrer Nutzungsintensität generell unterscheiden, wurde die Nutzungshäufigkeit der 17 verschiedenen Dienste (von 1=„seltener als monatlich“ bis 6=„mehrmals täglich“) zu einem mittleren Nutzungswert zusammengefasst. Dieser Wert gibt die mittlere Nutzungsintensität von Web 2.0-Diensten wieder. Ein statistischer Vergleich der Nutzungsintensität zwischen den Geschlechtern (t-Test)⁶ erbrachte ein signifikantes Ergebnis, $p < .01$. Die männlichen Teilnehmer nutzen die Web 2.0-Werkzeuge im Durchschnitt etwas intensiver ($M=3,15$), als die weiblichen Teilnehmerinnen ($M=2,93$).

Tabelle 35: Nutzungsintensität nach Geschlecht (Mittelwerte)
(Skala von 1=seltener als monatlich bis 6=mehrfach täglich)

Geschlecht	n	M	SD
weiblich	617	2,93	,75
männlich	1.364	3,15	,76

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Vergleicht man die Nutzungsintensität einzelner Dienste zwischen den Geschlechtern, so zeigt sich: Wissenschaftler nutzen 2/3 aller hier abgefragten Dienste intensiver als Wissenschaftlerinnen. Sämtliche statistisch signifikanten Unterschiede sind in Tabelle 36 mit einem * ausgewiesen, $p < .05$.

⁶ Mit Hilfe eine t-Tests werden Mittelwertunterschiede zwischen zwei Gruppen bezüglich einer untersuchten stetigen Variable auf statistische Signifikanz untersucht.

Tabelle 36: Nutzungsintensität nach Geschlecht und einzelnen Diensten

(Skala von 1=seltener als monatlich bis 6=mehrfach wöchentlich); signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern werden durch ein Sternchen* hinter dem jeweiligen Dienst markiert

	Geschlecht	n	M	SD
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	weiblich	170	3,70	1,83
	männlich	318	3,47	1,72
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)*	weiblich	303	2,52	1,21
	männlich	621	2,76	1,20
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)*	weiblich	355	2,01	1,19
	männlich	821	2,31	1,12
Microblogs (z.B. Twitter)	weiblich	38	2,87	1,44
	männlich	103	3,23	1,60
Weblogs*	weiblich	117	2,56	1,40
	männlich	313	3,04	1,29
Wikipedia*	weiblich	561	3,68	1,24
	männlich	1.275	4,07	1,23
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)*	weiblich	355	2,69	1,24
	männlich	836	3,02	1,32
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)*	weiblich	366	3,16	1,66
	männlich	794	3,51	1,65
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)*	weiblich	116	2,14	1,27
	männlich	245	2,58	1,35
Internetforen*	weiblich	386	2,69	1,20
	männlich	794	3,17	1,27
Mailinglisten	weiblich	455	3,19	1,47
	männlich	927	3,29	1,40
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)*	weiblich	260	2,82	1,67
	männlich	590	3,06	1,57
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	weiblich	472	3,02	1,37
	männlich	980	3,12	1,41
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	weiblich	310	3,24	1,43
	männlich	653	3,43	1,46
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)*	weiblich	21	2,05	1,07
	männlich	58	2,95	1,33
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)*	weiblich	272	2,43	1,18
	männlich	586	2,89	1,24
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)*	weiblich	263	3,15	1,44
	männlich	477	3,39	1,47

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); grau unterlegt: signifikante Mittelwertunterschiede, $p < .05$
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Folgende Dienste nutzen männliche Nutzer (der Goportis-Zielgruppen) signifikant intensiver, $p < .05$:

- Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)
- Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)
- Weblogs
- Wikipedia
- andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)
- Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)
- Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)
- Internetforen
- Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)
- Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)
- Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)
- Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)

Bei folgenden Diensten ließ sich kein statistisch signifikant Unterschied bei der Nutzungsintensität zwischen den Geschlechtern feststellen, $p > .05$:

- Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)
- Microblogs (z.B. Twitter)
- Mailinglisten
- Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)
- Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)

Insgesamt kann festgehalten werden, dass Wissenschaftler die meisten Web-2.0-Dienste intensiver nutzen als Wissenschaftlerinnen. Über die Gründe kann an dieser Stelle nur spekuliert werden. Am wahrscheinlichsten ist, dass auch im Bereich der technisch basierten Web 2.0-Dienste eine größere Technikaffinität der Männer zum Tragen kommt. Wie das Ganze aber kausal miteinander zusammenhängt, muss an dieser Stelle offen bleiben. Es wäre aber sicherlich interessant den Gründen nachzugehen, warum Männer Web 2.0-Dienste tendenziell intensiver nutzen. „Soziale Netzwerke“ sind der einzige Dienst bei dem Frauen eine höhere Nutzungsintensität aufweisen als Männer ($M=3,70$ vs. $M=3,47$). Dieser Unterschied wird aber nicht signifikant, $p > .05$.

2.9.2 Nutzungsintensität und Alter

Die Nutzungsintensität und das Alter sind stetige Variablen, daher bietet es sich an, zu überprüfen, ob hier ein (korrelativer) Zusammenhang zwischen den Variablen besteht.

Durch eine z-Standardisierung der Variablen lässt sich der (Pearson-)Korrelationskoeffizient r berechnen. Es zeigte sich eine kleine aber signifikant negative Korrelation $r=-.1$, $p<.01$. Es konnte also eine eindeutige Beziehung zwischen Alter und durchschnittlicher Intensität der Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen festgestellt werden. Tendenziell gilt also: Je älter die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sind, desto weniger intensiv nutzen sie Web 2.0-Dienste. Der Zusammenhang ist zwar nicht besonderes ausgeprägt, aber dennoch statistisch nachweisbar.

Tabelle 37: Korrelation zwischen Alter und Nutzungsintensität
Korrelationen

	Alter	Mittelwert der Nutzungsintensität aller Web 2.0-Dienste
	Korrelation nach Pearson	-,10**
Alter	Signifikanz (2-seitig)	,00
	N	1.980

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Eine differenzierte Überprüfung des Zusammenhangs von Alter und Nutzungsintensität auf der Ebene der einzelnen Dienste erbrachte für folgende Web 2.0-Werkzeuge einen signifikanten negativen Zusammenhang (*= $p<.05$ u. **= $p<.01$); vgl. dazu die ausführliche Korrelationsmatrix im Anhang (A):

- Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+): $r=-,10^*$
- Weblogs: $r=-,112^*$
- Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare): $r=-,10^{**}$
- Internetforen: $r=-,08^{**}$
- Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ): $r=-,10^{**}$
- Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek etc.): $r=-,08^{**}$
- Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero): $r=-,16^{**}$

Für den Dienst „Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)“ wurde ein signifikanter positiver Zusammenhang gefunden: $r=+.17^{**}$. Das bedeutet: Je älter die Befragten sind, desto intensiver nutzen sie tendenziell „Lernmanagementsysteme“.

2.9.3 Nutzungsintensität und wissenschaftlicher Status

Vergleicht man die mittlere Nutzungsintensität unter der Perspektive der verschiedenen Funktionen von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern an Universitäten/Forschungseinrichtungen, so zeigt sich, dass „Wissenschaftliche Hilfskräfte“ (M=3,30) und „Privatdozenten/innen“ (M=3,23) die Dienste besonders intensiv nutzen. Statistisch signifikant sind die Mittelwertunterschiede im Vergleich zu den anderen Statusgruppen jedoch nicht, $p > .05$. Am wenigsten intensiv scheinen „Professorinnen und Professoren“ (M=3,02) sowie „Postdoktoranden/innen“ die Dienste zu nutzen (M=2,98).

Ein statistisch signifikanter Unterschied konnte allerdings nur zwischen der Gruppe der „Professorinnen und Professoren“ und der Gruppe der „Doktorandinnen und Doktoranden, die gleichzeitig wissenschaftliche Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter sind“ festgestellt werden, $p < .05$. „Professorinnen und Professoren“ nutzen Web 2.0-Dienste etwas weniger intensiv. Ein weiterer Unterschied in der Intensität der Nutzung zeigte sich zwischen den „normalen“ „Wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen“ (M=3,02) und der „Gruppe der Doktorandinnen und Doktoranden, die gleichzeitig wissenschaftliche Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter sind“ (M=3,18). Hier ist es offenbar so, dass letztere Gruppe die Web 2.0-Dienste tatsächlich etwas intensiver nutzt, $p < .05$.

Tabelle 38: Mittelwert Nutzungsintensität Web 2.0-Dienste gesamt und wissenschaftliche Funktion/Status

	n	M	SD	Standard- fehler	95%-Konfidenzintervall für den Mittelwert		Mini- mum	Maxi- mum
					Unter- grenze	Ober- grenze		
Akademischer Rat	69	3,05	,69	,08	2,89	3,22	1,63	4,63
Doktorand/in	124	3,08	,69	,06	2,96	3,21	1,00	5,00
Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	577	3,18	,72	,03	3,12	3,24	1,44	6,00
Postdoktorand/in	112	2,98	,80	,08	2,83	3,13	1,00	6,00
Privatdozent/in	23	3,23	,62	,13	2,96	3,50	1,88	4,25
Jun.-Professor/in	19	3,05	,51	,12	2,81	3,30	2,00	4,11
Professor/in	425	3,02	,78	,04	2,94	3,09	1,00	5,00
Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	26	3,30	,95	,19	2,91	3,68	1,63	5,57
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	574	3,02	,80	,03	2,95	3,08	1,00	6,00
Sonstiges	52	3,09	,76	,11	2,88	3,30	1,00	4,60
Gesamt	2.002	3,08	,76	,02	3,04	3,11	1,00	6,00

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

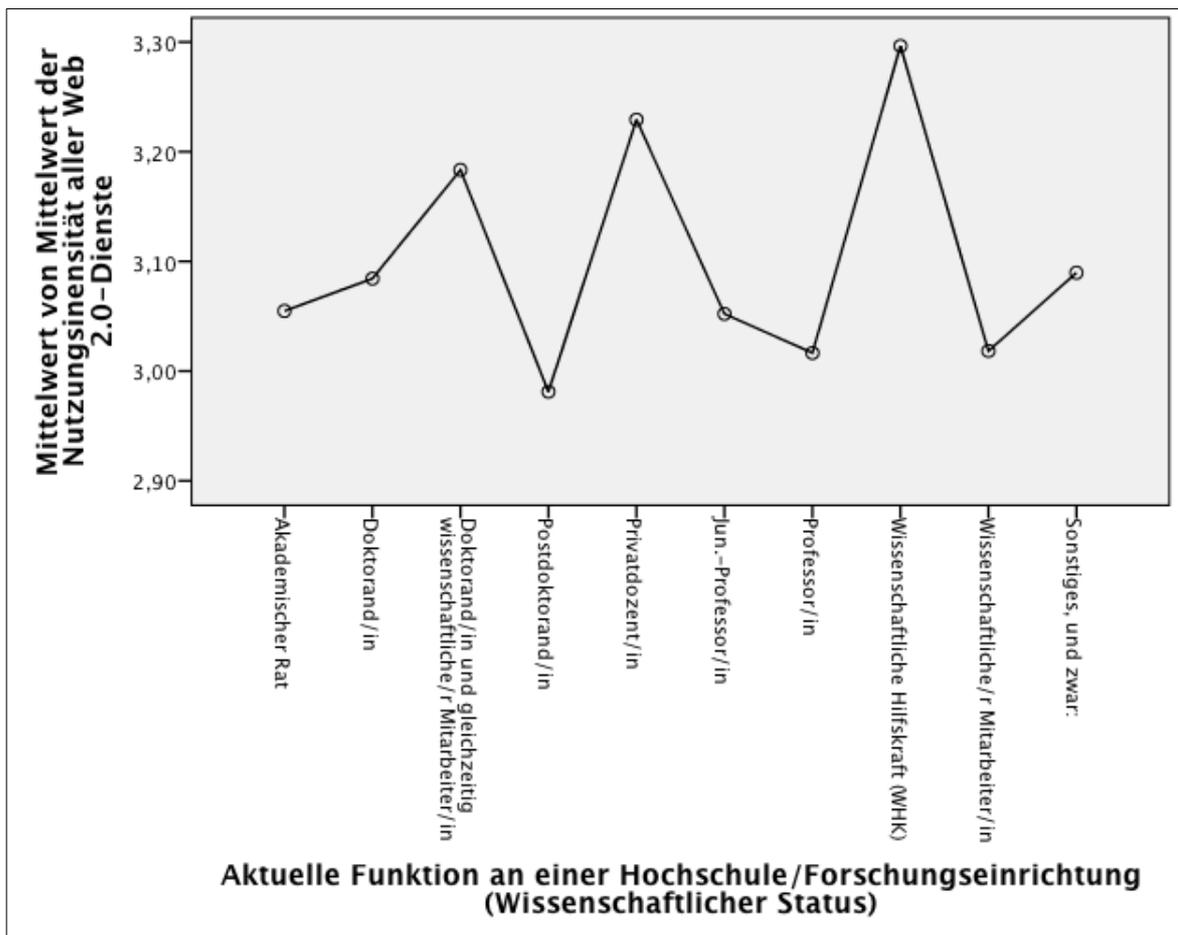


Abbildung 14: Nutzungsintensität von Web 2.0-Dienste und wiss. Funktion/Status

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goporis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Insgesamt zeigten sich nur sehr wenige statistisch signifikante Unterschiede zwischen den wissenschaftlichen Statusgruppen bezüglich der Nutzungsintensität von Web 2.0-Diensten. Tendenziell liefert eine solche explorative Untersuchung aber wichtige Hinweise für Fragestellungen in weiteren Studien. Es scheint so zu sein, dass bestimmte Dienste, je nach beruflicher Lebenslage, intensiver oder weniger intensiv genutzt werden.

3 Auswertung nach Goportis-Fächergruppen

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung anhand der einzelnen Goportis-Fächergruppen dargestellt. Dabei werden im Text in erster Linie nur diejenigen Ergebnisse hervorgehoben, bei denen sich deutliche Unterschiede in den Werten der drei Fächergruppen zeigten.

3.1 Demografische Daten und Goportis-Fächergruppen

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Online-Befragung beschrieben - getrennt nach den fachlichen Schwerpunkten, die die drei Goportis-Fachbibliotheken vertreten. Daher sei hier nochmals aufgeführt, für welche Fächergruppen die einzelnen Einrichtungen stehen:

Tabelle 40: Goportis-Fächergruppen

	Fächer/Fächergruppen	Häufigkeit	Prozent
ZB MED	Humanwissenschaften, Gesundheitswissenschaften sowie Ernährungs-, Umwelt-, Forst-, und Agrarwissenschaften	193	9,6
ZBW	Wirtschaftswissenschaften	766	38,2
TIB	Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Architektur	1.047	52,2
Gesamt		2.006	100,0

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Wenn im Folgenden von bestimmten Fächergruppen oder Fächerschwerpunkten die Rede ist, beziehen sich die dazugehörigen Angaben immer auf die obige Zuordnung der Fächer/Fächergruppen zu den einzelnen Goportis-Einrichtungen.

3.1.1 Geschlecht und Goportis-Fächergruppen

Die statistische Auswertung der Geschlechter-Variable zeigte, dass die Personengruppe der Fächergruppe ZB MED die ausgeglichene Verteilung bezüglich der Variable Geschlecht aufweist. Es gibt hier unter den Befragten fast genau so viele Frauen (48,7%) wie Männer (49,7%). Bei der Fächergruppe, die die ZBW vertritt, ist das Verhältnis ca. 1/3 Frauen (35,2%) zu knapp 2/3 Männer (63,3%). Unterdurchschnittlich wenig Frauen sind

bei den Fächergruppen zu konstatieren, die die TIB vertritt: Hier sind es 24,2% Frauen und 75,2% Männer.

Tabelle 41: Verteilung der Variable Geschlecht und Goportis-Fächergruppen

		Goportis-Fächerschwerpunkte			Gesamt
		ZB MED	ZBW	TIB	
k.A.	Anzahl	3	11	7	21
	% innerhalb von Geschlecht	14,3%	52,4%	33,3%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	1,6%	1,4%	0,7%	1,0%
	% der Gesamtzahl	0,1%	0,5%	0,3%	1,0%
weiblich	Anzahl	94	270	253	617
	% innerhalb von Geschlecht	15,2%	43,8%	41,0%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	48,7%	35,2%	24,2%	30,8%
	% der Gesamtzahl	4,7%	13,5%	12,6%	30,8%
männlich	Anzahl	96	485	787	1368
	% innerhalb von Geschlecht	7,0%	35,5%	57,5%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	49,7%	63,3%	75,2%	68,2%
	% der Gesamtzahl	4,8%	24,2%	39,2%	68,2%
Gesamt	Anzahl	193	766	1047	2.006
	% innerhalb von Geschlecht	9,6%	38,2%	52,2%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% der Gesamtzahl	9,6%	38,2%	52,2%	100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

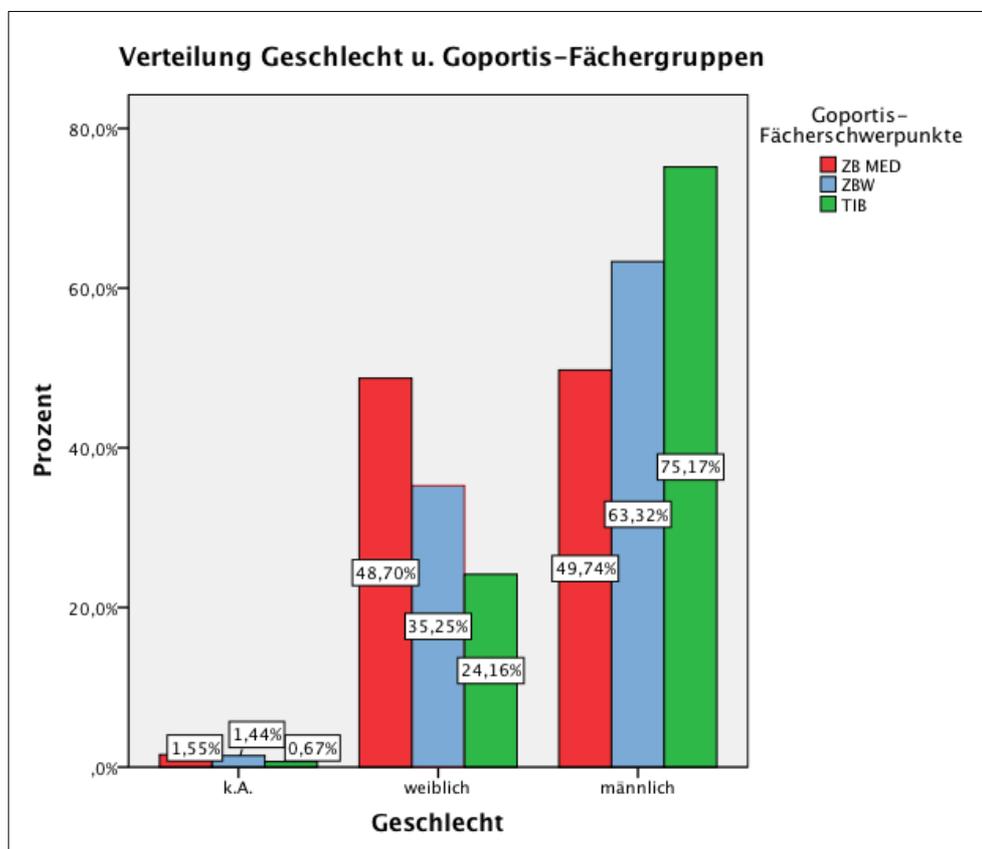


Abbildung 15: Verteilung der Variable Geschlecht in einzelnen Goportis-Fächergruppen

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.1.2 Alter in Jahren nach Goportis-Fächergruppen

Tabelle 42: Verteilung Alter (in Jahren)

	gültiges n	M	SD
ZB MED	189	39,93	11,83
ZBW	756	39,07	11,48
TIB	1.038	37,06	11,15
Gesamt	1.983	38,10	11,39

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (gesamt n=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

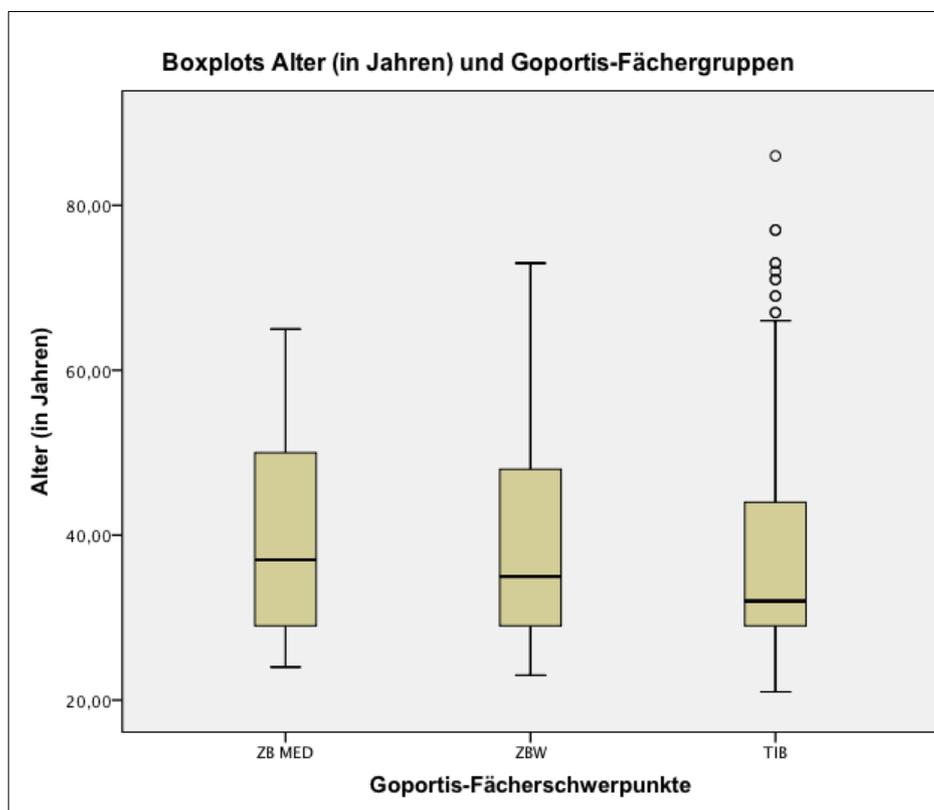


Abbildung 16: : Verteilung der Variable Alter in einzelnen Goportis-Fächergruppen

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Boxplots der Variable Alter – gesplittet nach Goportis-Fächergruppen. Eine ANOVA zeigte dass die Zielgruppe der TIB im Mittel ($M=37,06$) signifikant jünger ist, als die Personengruppe, die für die Zielgruppe der ZB MED steht ($M=39,39$) oder der ZBW ($M=39,07$), $p < 0.5$. Der Altersunterschied zwischen ZB MED und ZBW ist nicht signifikant, $p > 0.5$.

3.1.3 Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status) und Goportis-Fächerschwerpunkte

Der Anteil der „Professorinnen und Professoren“ der Fächergruppe ZBW ist unter den drei Einrichtungen mit 37,6% am höchsten. Der Anteil der Gruppe „Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ ist dagegen bei der ZBW im Vergleich mit den beiden anderen Einrichtungen am geringsten (18,7%). Gleichzeitig besteht die Zielgruppe der ZBW mit 30,7% aus „Doktoranden/innen, die gleichzeitig wiss. Mitarbeiter/innen“ sind. Diese Teilgruppe ist bei der Zielgruppe der ZB MED weniger häufig vertreten (20,2%) (vgl. Tab 43. oder Abb. 17 auf der folgenden Seite).

Tabelle 43: Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status) und Goportis-Fächerschwerpunkte

		Goportis-Fächerschwerpunkte			Gesamt
		ZB MED	ZBW	TIB	
k.A.	Anzahl	0	1	0	1
	Prozent	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
Akademischer Rat	Anzahl	8	22	39	69
	Prozent	4,1%	2,9%	3,7%	3,4%
Doktorand/in	Anzahl	22	18	84	124
	Prozent	11,4%	2,3%	8,0%	6,2%
Doktorand/in und gleichzeitig wiss. Mitarbeiter/in	Anzahl	39	235	303	577
	Prozent	20,2%	30,7%	28,9%	28,8%
Postdoktorand/in	Anzahl	11	40	61	112
	Prozent	5,7%	5,2%	5,8%	5,6%
Privatdozent/in	Anzahl	10	0	13	23
	Prozent	5,2%	0,0%	1,2%	1,1%
Jun.-Professor/in	Anzahl	0	6	13	19
	Prozent	0,0%	0,8%	1,2%	0,9%
Professor/in	Anzahl	32	288	107	427
	Prozent	16,6%	37,6%	10,2%	21,3%
Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	Anzahl	4	1	21	26
	Prozent	2,1%	0,1%	2,0%	1,3%
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	Anzahl	63	143	370	576
	Prozent	32,6%	18,7%	35,3%	28,7%
Sonstiges, und zwar:	Anzahl	4	12	36	52
	Prozent	2,1%	1,6%	3,4%	2,6%
Gesamt	Anzahl	193	766	1047	2.006
	Prozent	9,6%	38,2%	52,2%	100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

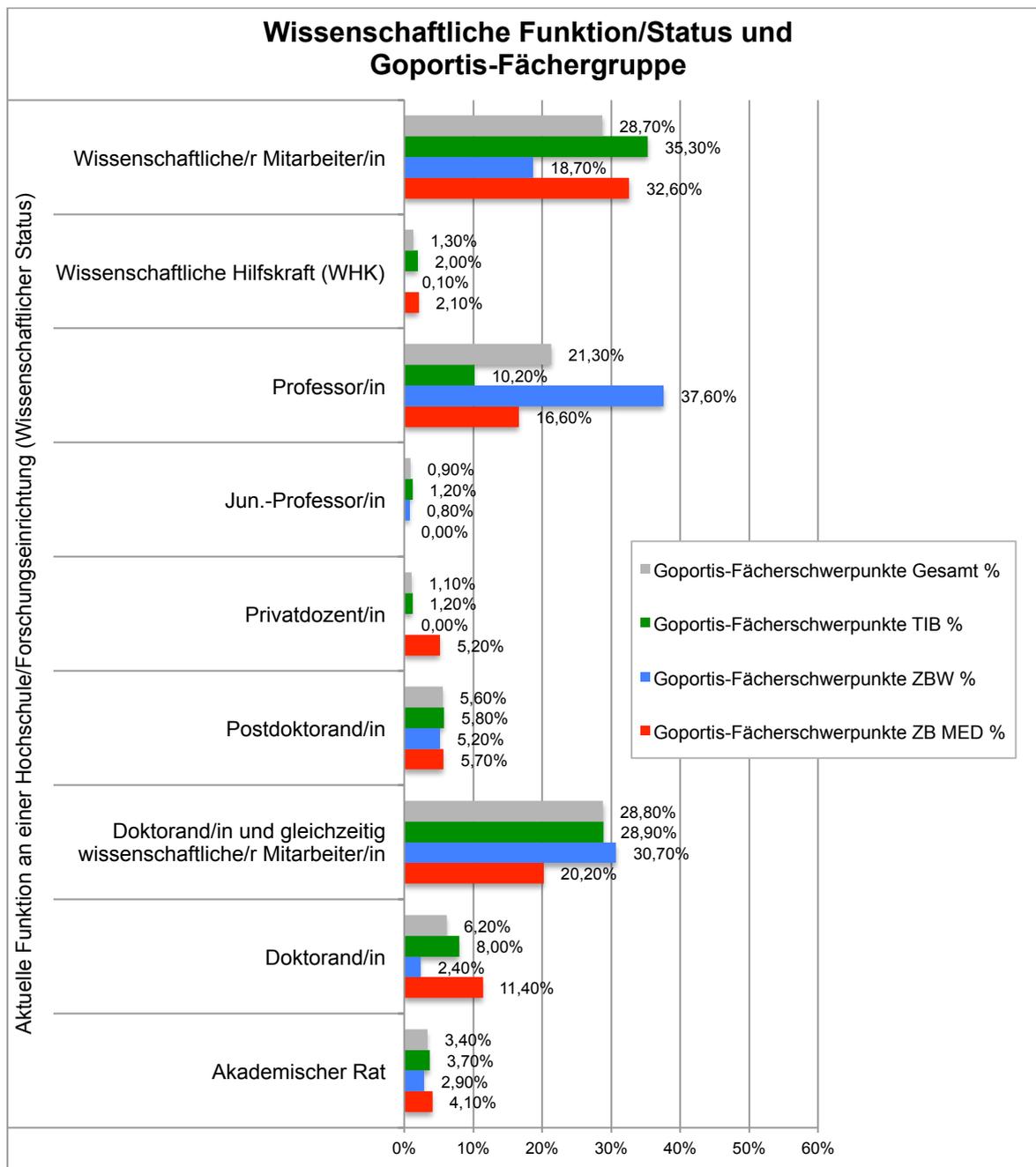


Abbildung 17: Wissenschaftliche Funktion/Status und Goportis-Fächergruppe

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.2 Generelle Nutzung von Diensten nach Goportis-Fächergruppen

Tabelle 44: Nutzung und Nicht-Nutzung von Web 2.0-Diensten u. Goportis-Fächergruppen

		k.A.		„nutze ich“		„nutze ich nicht“		„kenne ich nicht“	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	ZB MED	2	1,00%	96	49,70%	92	47,70%	3	1,60%
	ZBW	1	0,10%	461	60,20%	302	39,40%	2	0,30%
	TIB	3	0,30%	521	49,80%	518	49,50%	5	0,50%
Wissenschaftliche/ Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	ZB MED	2	1,00%	81	42,00%	102	52,80%	8	4,10%
	ZBW	2	0,30%	508	66,30%	248	32,40%	8	1,00%
	TIB	3	0,30%	445	42,50%	560	53,50%	39	3,70%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	ZB MED	0	0,00%	131	67,90%	62	32,10%	0	0,00%
	ZBW	2	0,30%	572	74,70%	188	24,50%	4	0,50%
	TIB	2	0,20%	762	72,80%	279	26,60%	4	0,40%
Microblogs (z.B. Twitter)	ZB MED	2	1,00%	22	11,40%	160	82,90%	9	4,70%
	ZBW	3	0,40%	124	16,20%	619	80,80%	20	2,60%
	TIB	4	0,40%	108	10,30%	909	86,80%	26	2,50%
Weblogs	ZB MED	2	1,00%	29	15,00%	136	70,50%	26	13,50%
	ZBW	3	0,40%	244	31,90%	461	60,20%	58	7,60%
	TIB	4	0,40%	302	28,80%	594	56,70%	147	14,00%
Wikipedia	ZB MED	0	0,00%	190	98,40%	3	1,60%	0	0,00%
	ZBW	1	0,10%	734	95,80%	31	4,00%	0	0,00%
	TIB	2	0,20%	1029	98,30%	15	1,40%	1	0,10%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	ZB MED	1	0,50%	90	46,60%	89	46,10%	13	6,70%
	ZBW	0	0,00%	404	52,70%	332	43,30%	30	3,90%
	TIB	3	0,30%	768	73,40%	233	22,30%	43	4,10%
Content Sharing/Cloud- Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	ZB MED	1	0,50%	129	66,80%	53	27,50%	10	5,20%
	ZBW	2	0,30%	602	78,60%	138	18,00%	24	3,10%
	TIB	2	0,20%	703	67,10%	299	28,60%	43	4,10%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	ZB MED	2	1,00%	36	18,70%	108	56,00%	47	24,40%
	ZBW	2	0,30%	184	24,00%	439	57,30%	141	18,40%
	TIB	4	0,40%	220	21,00%	624	59,60%	199	19,00%
Internetforen	ZB MED	1	0,50%	121	62,70%	71	36,80%	0	0,00%
	ZBW	2	0,30%	524	68,40%	236	30,80%	4	0,50%
	TIB	4	0,40%	774	73,90%	256	24,50%	13	1,20%
Mailinglisten	ZB MED	1	0,50%	136	70,50%	47	24,40%	9	4,70%
	ZBW	1	0,10%	566	73,90%	184	24,00%	15	2,00%
	TIB	2	0,20%	757	72,30%	250	23,90%	38	3,60%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	ZB MED	2	1,00%	122	63,20%	67	34,70%	2	1,00%
	ZBW	1	0,10%	543	70,90%	219	28,60%	3	0,40%
	TIB	3	0,30%	708	67,60%	322	30,80%	14	1,30%
Online- Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digitale Bibliothek)	ZB MED	0	0,00%	150	77,70%	36	18,70%	7	3,60%
	ZBW	1	0,10%	585	76,40%	125	16,30%	55	7,20%
	TIB	2	0,20%	746	71,30%	205	19,60%	94	9,00%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	ZB MED	1	0,50%	106	54,90%	59	30,60%	27	14,00%
	ZBW	1	0,10%	377	49,20%	293	38,30%	95	12,40%
	TIB	2	0,20%	504	48,10%	333	31,80%	208	19,90%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	ZB MED	2	1,00%	3	1,60%	71	36,80%	117	60,60%
	ZBW	2	0,30%	50	6,50%	390	50,90%	324	42,30%
	TIB	4	0,40%	39	3,70%	450	43,00%	554	52,90%
Video/Foto Community- Portale (z.B. YouTube, Flickr)	ZB MED	2	1,00%	145	75,10%	43	22,30%	3	1,60%
	ZBW	1	0,10%	590	77,00%	170	22,20%	5	0,70%
	TIB	2	0,20%	791	75,50%	248	23,70%	6	0,60%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	ZB MED	1	0,50%	78	40,40%	55	28,50%	59	30,60%
	ZBW	1	0,10%	441	57,60%	225	29,40%	99	12,90%
	TIB	3	0,30%	256	24,50%	413	39,40%	375	35,80%

k.A.=keine Angabe

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Auffällig ist, dass Personen der Zielgruppe der ZBW, „Lernmanagementsysteme“ sowie „Content Sharing-Dienste“ häufiger nutzen als die Zielgruppen der anderen Goportis-Einrichtungen. „Internetforen“ oder „Andere Wikis“ werden dagegen häufiger von der Zielgruppe der TIB genutzt als von den Zielgruppen von ZB MED oder ZBW. Die einzigen beiden Dienste, die die Zielgruppe der ZB MED häufiger als die der anderen Einrichtungen nutzen, sind „Literaturverwaltungen“ und Online-Archive/Datenbanken“. Für weitere Ergebnisse, siehe Tabelle 44.

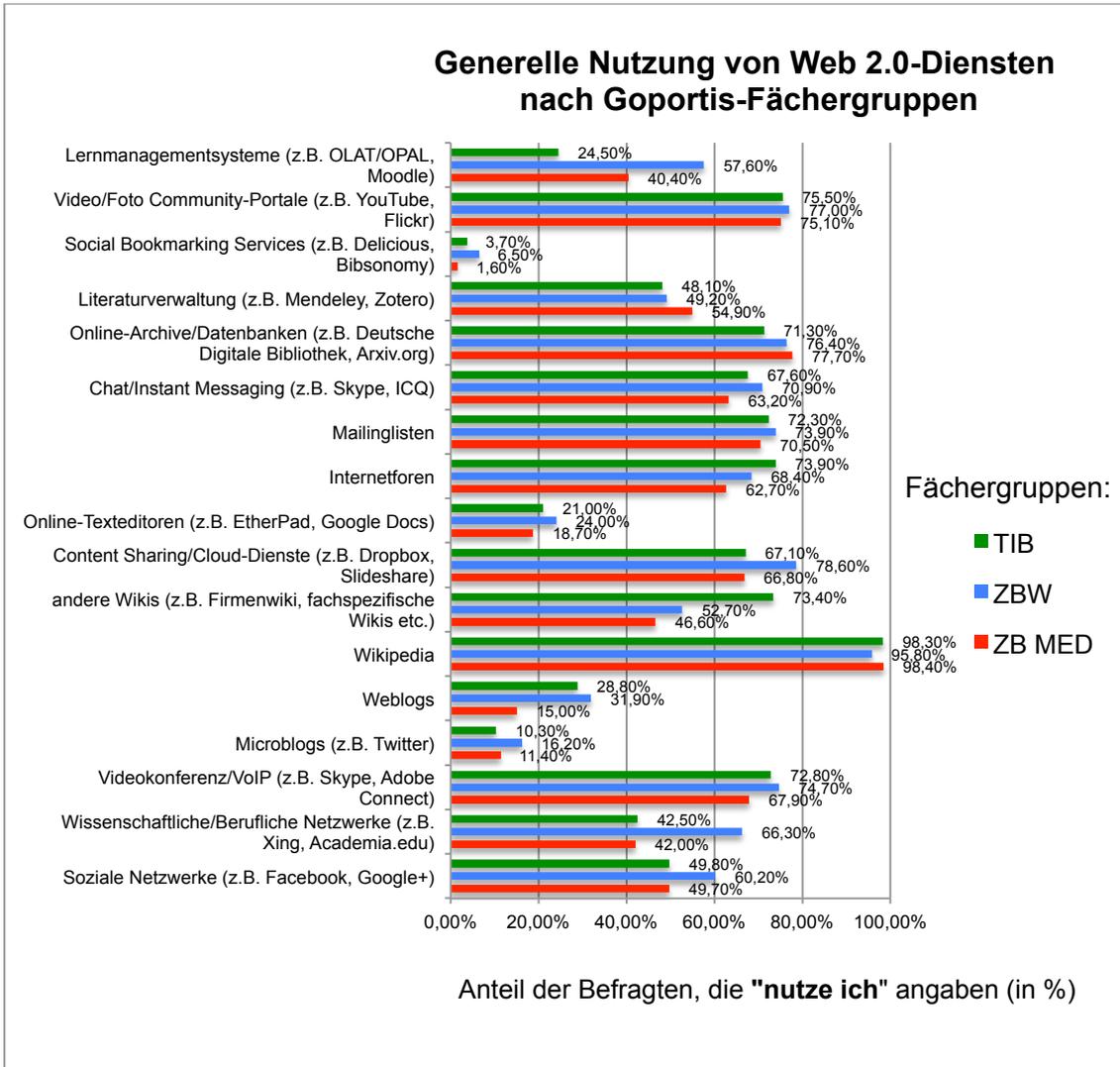


Abbildung 18: Generelle Nutzung nach Goportis-Fächergruppen

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n gesamt=2.006; n der Fächergruppen: n ZB MED=193, n ZBW=766, n TIB=1.047); Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.2.1 Art der Nutzung von Diensten nach Goportis-Fächergruppen

Die folgende Tabelle gibt die Art der Nutzung wieder. Hier beschreiben die Kategorien, ob der Dienst eher privat oder eher beruflich genutzt wird.

Tabelle 45: Berufliche und private Web 2.0-Nutzung nach Goportis-Fächergruppen* (a)

		Goportis-Fächergruppen					
		ZB MED		ZBW		TIB	
		n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	k.A.	2	1,00%	1	0,10%	3	0,30%
	nur beruflich	1	0,50%	14	1,80%	3	0,30%
	primär beruflich	4	2,10%	20	2,60%	13	1,20%
	beruflich + privat	16	8,30%	115	15,00%	58	5,50%
	primär privat	24	12,40%	113	14,80%	117	11,20%
	nur privat	51	26,40%	199	26,00%	330	31,50%
	nutze ich nicht	92	47,70%	302	39,40%	518	49,50%
kenne ich nicht	3	1,60%	2	0,30%	5	0,50%	
Wissenschaftliche/ Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	k.A.	2	1,00%	2	0,30%	3	0,30%
	nur beruflich	26	13,50%	113	14,80%	116	11,10%
	primär beruflich	18	9,30%	136	17,80%	125	11,90%
	beruflich + privat	20	10,40%	183	23,90%	111	10,60%
	primär privat	9	4,70%	39	5,10%	49	4,70%
	nur privat	8	4,10%	37	4,80%	44	4,20%
	nutze ich nicht	102	52,80%	248	32,40%	560	53,50%
kenne ich nicht	8	4,10%	8	1,00%	39	3,70%	
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	k.A.	0	0,00%	2	0,30%	2	0,20%
	nur beruflich	16	8,30%	65	8,50%	128	12,20%
	primär beruflich	28	14,50%	92	12,00%	98	9,40%
	beruflich + privat	49	25,40%	260	33,90%	265	25,30%
	primär privat	11	5,70%	73	9,50%	112	10,70%
	nur privat	27	14,00%	82	10,70%	159	15,20%
	nutze ich nicht	62	32,10%	188	24,50%	279	26,60%
kenne ich nicht	0	0,00%	4	0,50%	4	0,40%	
Microblogs (z.B. Twitter)	k.A.	2	1,00%	3	0,40%	4	0,40%
	nur beruflich	0	0,00%	12	1,60%	5	0,50%
	primär beruflich	2	1,00%	14	1,80%	8	0,80%
	beruflich + privat	3	1,60%	32	4,20%	19	1,80%
	primär privat	0	0,00%	19	2,50%	30	2,90%
	nur privat	17	8,80%	47	6,10%	46	4,40%
	nutze ich nicht	160	82,90%	619	80,80%	909	86,80%
kenne ich nicht	9	4,70%	20	2,60%	26	2,50%	
Weblogs	k.A.	2	1,00%	3	0,40%	4	0,40%
	nur beruflich	2	1,00%	21	2,70%	9	0,90%
	primär beruflich	3	1,60%	38	5,00%	30	2,90%
	beruflich + privat	4	2,10%	102	13,30%	114	10,90%
	primär privat	12	6,20%	41	5,40%	70	6,70%
	nur privat	8	4,10%	42	5,50%	79	7,50%
	nutze ich nicht	136	70,50%	461	60,20%	594	56,70%
kenne ich nicht	26	13,50%	58	7,60%	147	14,00%	
Wikipedia	k.A.	0	0,00%	1	0,10%	2	0,20%
	nur beruflich	4	2,10%	12	1,60%	8	0,80%
	primär beruflich	6	3,10%	35	4,60%	57	5,40%
	beruflich + privat	153	79,30%	531	69,30%	851	81,30%
	primär privat	19	9,80%	106	13,80%	93	8,90%
	nur privat	8	4,10%	50	6,50%	20	1,90%
	nutze ich nicht	3	1,60%	31	4,00%	15	1,40%
kenne ich nicht	0	0,00%	0	0,00%	1	0,10%	
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	k.A.	1	0,50%	0	0,00%	3	0,30%
	nur beruflich	20	10,40%	79	10,30%	184	17,60%
	primär beruflich	19	9,80%	92	12,00%	213	20,30%
	beruflich + privat	47	24,40%	180	23,50%	315	30,10%
	primär privat	1	0,50%	26	3,40%	38	3,60%
	nur privat	3	1,60%	27	3,50%	18	1,70%
	nutze ich nicht	89	46,10%	332	43,30%	233	22,30%
kenne ich nicht	13	6,70%	30	3,90%	43	4,10%	
Content Sharing/Cloud- Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	k.A.	1	0,50%	2	0,30%	2	0,20%
	nur beruflich	23	11,90%	60	7,80%	61	5,80%
	primär beruflich	16	8,30%	112	14,60%	69	6,60%
	beruflich + privat	53	27,50%	332	43,30%	302	28,80%
	primär privat	12	6,20%	41	5,40%	95	9,10%
	nur privat	25	13,00%	57	7,40%	176	16,80%
	nutze ich nicht	53	27,50%	138	18,00%	299	28,60%
kenne ich nicht	10	5,20%	24	3,10%	43	4,10%	
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	k.A.	2	1,00%	2	0,30%	4	0,40%
	nur beruflich	5	2,60%	29	3,80%	20	1,90%
	primär beruflich	12	6,20%	46	6,00%	39	3,70%
	beruflich + privat	10	5,20%	63	8,20%	76	7,30%
	primär privat	5	2,60%	29	3,80%	35	3,30%
	nur privat	4	2,10%	17	2,20%	50	4,80%
	nutze ich nicht	108	56,00%	439	57,30%	624	59,60%
kenne ich nicht	47	24,40%	141	18,40%	199	19,00%	

*grau unterlegte Zellen=eindeutig beruflich veranlasste Nutzung; k.A.=keine Angabe

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006);

n Befragte in Fächergruppen: ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 46: Berufliche und private Web 2.0-Nutzung nach Goportis-Fächergruppen* (b)

		Goportis-Fächergruppen					
		ZB MED		ZBW		TIB	
		n	%	n	%	n	%
Internetforen	k.A.	1	0,50%	2	0,30%	4	0,40%
	nur beruflich	6	3,10%	30	3,90%	20	1,90%
	primär beruflich	12	6,20%	47	6,10%	66	6,30%
	beruflich + privat	61	31,60%	243	31,70%	461	44,00%
	primär privat	20	10,40%	113	14,80%	132	12,60%
	nur privat	22	11,40%	91	11,90%	95	9,10%
	nutze ich nicht	71	36,80%	236	30,80%	256	24,50%
	kenne ich nicht	0	0,00%	4	0,50%	13	1,20%
Mailinglisten	k.A.	1	0,50%	1	0,10%	2	0,20%
	nur beruflich	40	20,70%	162	21,10%	179	17,10%
	primär beruflich	38	19,70%	159	20,80%	209	20,00%
	beruflich + privat	55	28,50%	221	28,90%	329	31,40%
	primär privat	3	1,60%	9	1,20%	17	1,60%
	nur privat	0	0,00%	15	2,00%	23	2,20%
	nutze ich nicht	47	24,40%	184	24,00%	250	23,90%
	kenne ich nicht	9	4,70%	15	2,00%	38	3,60%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	k.A.	2	1,00%	1	0,10%	3	0,30%
	nur beruflich	1	0,50%	23	3,00%	21	2,00%
	primär beruflich	13	6,70%	41	5,40%	38	3,60%
	beruflich + privat	37	19,20%	240	31,30%	194	18,50%
	primär privat	25	13,00%	94	12,30%	139	13,30%
	nur privat	46	23,80%	145	18,90%	316	30,20%
	nutze ich nicht	67	34,70%	219	28,60%	322	30,80%
	kenne ich nicht	2	1,00%	3	0,40%	14	1,30%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	k.A.	0	0,00%	1	0,10%	2	0,20%
	nur beruflich	64	33,20%	258	33,70%	378	36,10%
	primär beruflich	63	32,60%	220	28,70%	256	24,50%
	beruflich + privat	22	11,40%	101	13,20%	107	10,20%
	primär privat	0	0,00%	5	0,70%	3	0,30%
	nur privat	1	0,50%	1	0,10%	2	0,20%
	nutze ich nicht	36	18,70%	125	16,30%	205	19,60%
	kenne ich nicht	7	3,60%	55	7,20%	94	9,00%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	k.A.	1	0,50%	1	0,10%	2	0,20%
	nur beruflich	72	37,30%	208	27,20%	342	32,70%
	primär beruflich	28	14,50%	115	15,00%	124	11,80%
	beruflich + privat	6	3,10%	48	6,30%	38	3,60%
	primär privat	0	0,00%	4	0,50%	0	0,00%
	nur privat	0	0,00%	2	0,30%	0	0,00%
	nutze ich nicht	59	30,60%	293	38,30%	333	31,80%
	kenne ich nicht	27	14,00%	95	12,40%	208	19,90%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	k.A.	2	1,00%	2	0,30%	4	0,40%
	nur beruflich	1	0,50%	8	1,00%	10	1,00%
	primär beruflich	1	0,50%	13	1,70%	10	1,00%
	beruflich + privat	1	0,50%	17	2,20%	11	1,10%
	primär privat	0	0,00%	5	0,70%	3	0,30%
	nur privat	0	0,00%	7	0,90%	5	0,50%
	nutze ich nicht	71	36,80%	390	50,90%	450	43,00%
	kenne ich nicht	117	60,60%	324	42,30%	554	52,90%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	k.A.	2	1,00%	1	0,10%	2	0,20%
	nur beruflich	1	0,50%	10	1,30%	4	0,40%
	primär beruflich	3	1,60%	23	3,00%	12	1,10%
	beruflich + privat	41	21,20%	173	22,60%	157	15,00%
	primär privat	33	17,10%	155	20,20%	264	25,20%
	nur privat	67	34,70%	229	29,90%	354	33,80%
	nutze ich nicht	43	22,30%	170	22,20%	248	23,70%
	kenne ich nicht	3	1,60%	5	0,70%	6	0,60%
Lernmanagement-systeme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	k.A.	1	0,50%	1	0,10%	3	0,30%
	nur beruflich	51	26,40%	327	42,70%	165	15,80%
	primär beruflich	20	10,40%	91	11,90%	55	5,30%
	beruflich + privat	3	1,60%	21	2,70%	18	1,70%
	primär privat	0	0,00%	2	0,30%	10	1,00%
	nur privat	4	2,10%	0	0,00%	8	0,80%
	nutze ich nicht	55	28,50%	225	29,40%	413	39,40%
	kenne ich nicht	59	30,60%	99	12,90%	375	35,80%

*grau unterlegte Zellen=eindeutig beruflich veranlasste Nutzung; k.A.=keine Angabe

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006);

n Befragte in Fächergruppen: ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.2.2 Nutzungstypen nach Goportis-Fächergruppen

Die folgende Tabelle gibt die Nutzungstypen bezüglich der Intensität der Nutzung wieder – getrennt nach Goportis-Fächergruppen:

Tabelle 47: Nutzungstypen: Intensität der beruflichen Web 2.0-Nutzung nach Goportis-Fächergruppen* Zusammenfassung der Häufigkeitsangaben: „mehrmals täglich“ und „täglich“ = Intensivnutzer/innen; „mehrfach wöchentlich“ und „wöchentlich“ = Durchschnittsnutzer/innen; „monatlich“ und „seltener als monatlich“ = Gelegentliche Nutzer/innen; k.A.=keine Angabe

		Goportis-Fächergruppen					
		ZB MED		ZBW		TIB	
		n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	k.A.	1	2,2%	2	0,8%	1	0,5%
	Gelegentliche Nutzer/innen	15	33,3%	71	27,1%	74	38,7%
	Durchschnittsnutzer/innen	13	28,9%	90	34,4%	58	30,4%
	Intensivnutzer/innen	16	35,6%	99	37,8%	58	30,4%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing)	k.A.	1	1,4%	7	1,5%	4	1,0%
	Gelegentliche Nutzer/innen	35	47,9%	191	40,6%	226	56,4%
	Durchschnittsnutzer/innen	33	45,2%	221	46,9%	154	38,4%
	Intensivnutzer/innen	4	5,5%	52	11,0%	17	4,2%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	k.A.	0	0,0%	3	0,6%	4	0,7%
	Gelegentliche Nutzer/innen	78	75,0%	311	63,5%	406	67,3%
	Durchschnittsnutzer/innen	22	21,2%	153	31,2%	173	28,7%
	Intensivnutzer/innen	4	3,8%	23	4,7%	20	3,3%
Microblogs (z.B. Twitter)	k.A.	1	20,0%	0	0,0%	1	1,6%
	Gelegentliche Nutzer/innen	1	20,0%	33	42,9%	24	38,7%
	Durchschnittsnutzer/innen	1	20,0%	29	37,7%	24	38,7%
	Intensivnutzer/innen	2	40,0%	15	19,5%	13	21,0%
Weblogs	k.A.	0	0,0%	7	3,5%	3	1,3%
	Gelegentliche Nutzer/innen	14	66,7%	79	39,1%	90	40,4%
	Durchschnittsnutzer/innen	6	28,6%	87	43,1%	103	46,2%
	Intensivnutzer/innen	1	4,8%	29	14,4%	27	12,1%
Wikipedia	k.A.	3	1,6%	9	1,3%	10	1,0%
	Gelegentliche Nutzer/innen	24	13,2%	113	16,5%	80	7,9%
	Durchschnittsnutzer/innen	113	62,1%	416	60,8%	547	54,2%
	Intensivnutzer/innen	42	23,1%	146	21,3%	372	36,9%
Andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	k.A.	5	5,7%	4	1,1%	6	0,8%
	Gelegentliche Nutzer/innen	36	41,4%	198	52,5%	274	36,5%
	Durchschnittsnutzer/innen	42	48,3%	144	38,2%	358	47,7%
	Intensivnutzer/innen	4	4,6%	31	8,2%	112	14,9%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	k.A.	0	0,0%	3	0,6%	3	0,6%
	Gelegentliche Nutzer/innen	40	38,5%	157	28,8%	216	41,0%
	Durchschnittsnutzer/innen	40	38,5%	191	35,0%	193	36,6%
	Intensivnutzer/innen	24	23,1%	194	35,6%	115	21,8%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	k.A.	1	3,1%	2	1,2%	1	0,6%
	Gelegentliche Nutzer/innen	19	59,4%	100	59,9%	95	55,9%
	Durchschnittsnutzer/innen	8	25,0%	51	30,5%	65	38,2%
	Intensivnutzer/innen	4	12,5%	14	8,4%	9	5,3%
Internetforen	k.A.	3	3,0%	12	2,8%	6	0,9%
	Gelegentliche Nutzer/innen	46	46,5%	181	41,8%	213	31,4%
	Durchschnittsnutzer/innen	44	44,4%	190	43,9%	371	54,6%
	Intensivnutzer/innen	6	6,1%	50	11,5%	89	13,1%
Mailinglisten	k.A.	9	6,6%	4	0,7%	10	1,4%
	Gelegentliche Nutzer/innen	37	27,2%	188	34,1%	222	30,2%
	Durchschnittsnutzer/innen	64	47,1%	258	46,8%	330	45,0%
	Intensivnutzer/innen	26	19,1%	101	18,3%	172	23,4%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	k.A.	0	0,0%	3	0,8%	2	0,5%
	Gelegentliche Nutzer/innen	43	56,6%	165	41,5%	184	46,9%
	Durchschnittsnutzer/innen	26	34,2%	148	37,2%	120	30,6%
	Intensivnutzer/innen	7	9,2%	82	20,6%	86	21,9%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	k.A.	1	0,7%	6	1,0%	2	0,3%
	Gelegentliche Nutzer/innen	55	36,9%	217	37,2%	301	40,5%
	Durchschnittsnutzer/innen	74	49,7%	276	47,3%	321	43,1%
	Intensivnutzer/innen	19	12,8%	85	14,6%	120	16,1%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	k.A.	4	3,8%	6	1,6%	5	1,0%
	Gelegentliche Nutzer/innen	30	28,3%	110	29,3%	149	29,6%
	Durchschnittsnutzer/innen	52	49,1%	173	46,1%	231	45,8%
	Intensivnutzer/innen	20	18,9%	86	22,9%	119	23,6%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	k.A.	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Gelegentliche Nutzer/innen	2	66,7%	21	48,8%	15	44,1%
	Durchschnittsnutzer/innen	1	33,3%	19	44,2%	16	47,1%
	Intensivnutzer/innen	0	0,0%	3	7,0%	3	8,8%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	k.A.	3	3,8%	6	1,7%	3	0,7%
	Gelegentliche Nutzer/innen	33	42,3%	142	39,3%	207	47,4%
	Durchschnittsnutzer/innen	38	48,7%	185	51,2%	200	45,8%
	Intensivnutzer/innen	4	5,1%	28	7,8%	27	6,2%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	k.A.	3	4,1%	8	1,8%	1	0,4%
	Gelegentliche Nutzer/innen	22	29,7%	95	21,5%	112	45,2%
	Durchschnittsnutzer/innen	41	55,4%	219	49,7%	106	42,7%
	Intensivnutzer/innen	8	10,8%	119	27,0%	29	11,7%

*grau unterlegte Zellen=Intensivnutzer/innen

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

n Befragte in Fächergruppen: ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.2.3 Nutzungsintensität gesamt - nach Goportis-Fächergruppen

Auf einer Skala von 1 (weniger als monatlich) bis 6 (täglich mehrfach) lässt sich bei den drei Klientel-Gruppen aller drei Einrichtungen ein mittleres Maß an Intensität bei der Nutzung von Web 2.0-Diensten beobachten (vgl. Tab 45). Eine durchgeführte ONEWAY-Varianzanalyse erbrachte keine Hinweise darauf, dass die drei Fächergruppen sich in ihrer Gesamt-Nutzungsintensität voneinander unterscheiden, alle $p > .05$ (Gesamt-Mittelwert der Nutzungsintensität über alle Web 2.0-Dienste).

Tabelle 48: Mittelwert Nutzungsintensität nach Goportis-Fächergruppen

	n	M	SD
ZB MED	192	2,98	,76
ZBW	765	3,09	,79
TIB	1.045	3,09	,75
Gesamt	2.002	3,08	,76

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n=2.002)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Analysiert man die Werte der Nutzungsintensität auf der Ebene der einzelnen Dienste, können teilweise signifikante Unterschiede zwischen den drei Goportis-Fächergruppen beobachtet werden.

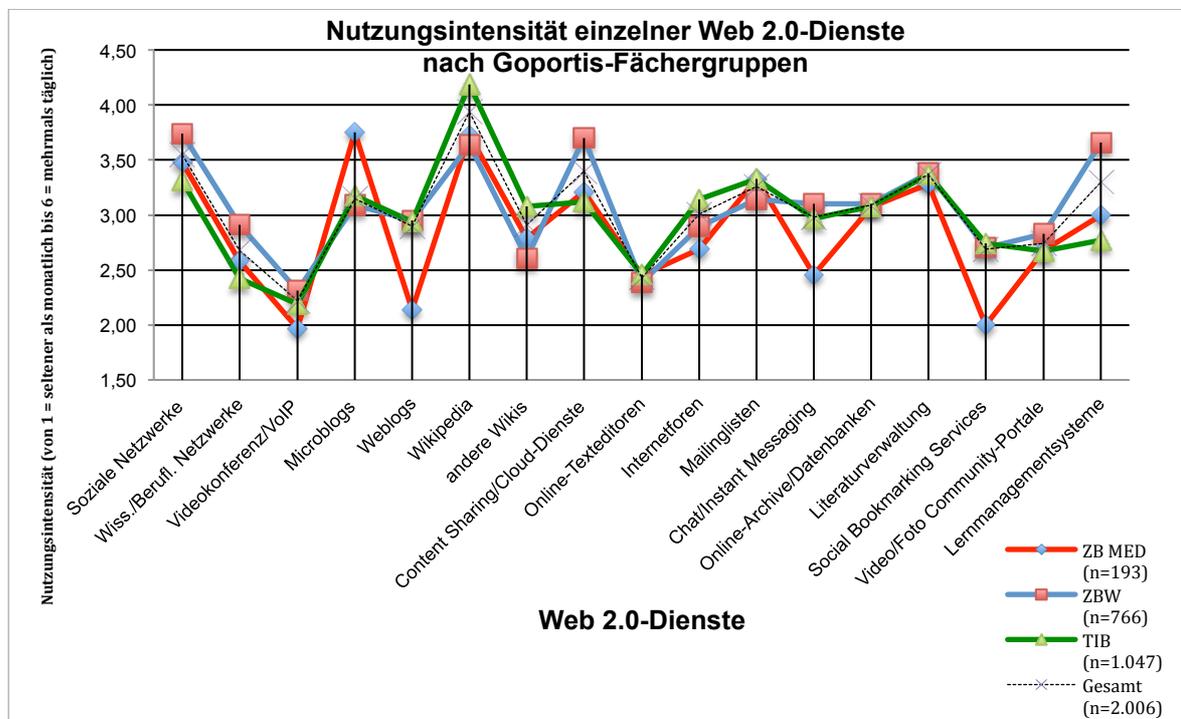


Abbildung 19: Nutzungsintensität einzelner Web 2.0-Dienste nach Goportis-Fächergruppen

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n gesamt=2.006; n der Fächergruppen: n ZB MED=193, n ZBW=766, n TIB=1.047); Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 49: Vergleich der Mittelwerte der Nutzungsintensität verschiedener Web 2.0-Dienste nach Goportis-Fächergruppen

	Goportis-Fächergruppen											
	ZB MED (n=193)			ZBW (n=766)			TIB (n=1.047)			Gesamt (n=2.006)		
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD
Soziale Netzwerke	44	3.48	1.70	260	3.74	1.73	190	3.31	1.79	494	3,55	1,76
Wiss./Berufl. Netzwerke	72	2.58	1.16	464	2.91	1.24	397	2.42	1.13	933	2,68	1,21
Videokonferenz/VoIP	104	1.97	1.04	487	2.31	1.18	599	2.19	1.12	1190	2,22	1,14
Microblogs	4	3.75	1.50	77	3.09	1.50	61	3.18	1.67	142	3,15	1,57
Weblogs	21	2.14	1.20	195	2.95	1.37	220	2.94	1.31	436	2,90	1,34
Wikipedia	179	3.73	1.18	675	3.64	1.24	999	4.19	1.22	1853	3,94	1,25
andere Wikis	82	2.79	1.19	373	2.61	1.28	744	3.08	1.30	1199	2,91	1,31
Content Sharing/Cloud-Dienste	104	3.21	1.58	542	3.70	1.68	524	3.12	1.59	1170	3,40	1,66
Online-Texteditoren)	31	2.45	1.55	165	2.39	1.40	169	2.46	1.24	365	2,43	1,34
Internetforen	96	2.69	1.20	421	2.89	1.29	673	3.14	1.25	1190	3,01	1,27
Mailinglisten	127	3.33	1.36	547	3.14	1.40	724	3.33	1.45	1398	3,26	1,42
Chat/Instant Messaging	76	2.46	1.37	395	3.10	1.58	390	2.97	1.65	861	2,98	1,60
Online-Archive/Datenbanken	148	3.07	1.36	578	3.10	1.38	742	3.08	1.41	1468	3,09	1,40
Literaturverwaltung	102	3.28	1.46	369	3.38	1.48	499	3.37	1.43	970	3,37	1,45
Social Bookmarking Services	3	2.00	1.73	43	2.70	1.34	34	2.74	1.31	80	2,69	1,33
Video/Foto Community-Portale	75	2.68	1.29	355	2.83	1.28	434	2.67	1.19	864	2,74	1,23
Lernmanagementsysteme	71	3.00	1.24	433	3.66	1.43	247	2.77	1.39	751	3,30	1,46

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin, Gesundheitswissenschaften, Ernährungs- Umwelt-, Forst- und Agrarwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); grau unterlegt: die vier Dienste mit den jeweils höchsten Nutzungsintensitätswerten.
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Bezüglich Intensität der Nutzung von Web 2.0-Diensten konnten folgende signifikante Mittelwertunterschiede zwischen den Goportis-Fächergruppen gefunden werden⁷:

Lesebeispiel: Wirtschaftswissenschaftlerinnen und Wirtschaftswissenschaftler nutzen den Web 2.0-Dienst „Soziale Netzwerke“ signifikant intensiver als Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Fachgruppe TIB (Mathematikerinnen und Mathematiker, Naturwissenschaftlerinnen und Naturwissenschaftler, Ingenieurinnen und Ingenieure, Architektinnen und Architekten).

- „Soziale Netzwerke“: Der Unterschied zwischen ZBW (M=3,74) und TIB (M=3,31) ist signifikant, $p > .05$.
- „Wiss./Berufl. Netzwerke“: Der Unterschied zwischen ZBW (M=2,91) und TIB (M=2,41) ist signifikant, $p < .05$.
- „Videokonferenz/VoIP“: Der Unterschied zwischen ZB MED (M=1,97) und ZBW (M=2,31) ist signifikant, $p < .05$.

⁷ ANOVA (Varianzanalyse) mit Mehrfachvergleichen und Bonferroni-Korrektur

- „Microblogs“: Hier ließ sich kein signifikanter Unterschied zwischen den Fächergruppen feststellen, alle $p > .05$
- „Weblogs“: Personen der Fächergruppe ZB MED ($M=2,14$) nutzen Weblogs signifikant weniger intensiv als Personen, die der Fächergruppe ZBW ($M=2,95$) oder der Fächergruppe TIB ($M=2,94$) angehören $p < .05$. Die Werte von ZBW und TIB unterscheiden sich nicht signifikant, $p > .05$.
- „Wikipedia“: Signifikante Unterschiede finden sich zwischen ZB MED ($M=3,73$) und TIB ($M=4,19$) sowie zwischen ZBW ($M=3,64$) und TIB, beide Vergleiche: $p < 0.5$. Der Unterschied zwischen ZB MED und ZBW ist nicht signifikant, $p > .05$. Personen, die der Klientel der TIB zuzurechnen sind, benutzen den Dienst „Wikipedia“ also intensiver als Personen, die der ZB MED oder der ZBW zugerechnet werden.
- „Andere Wikis“: ZBW ($M=2,61$) und TIB ($M=3,08$) unterscheiden sich hier signifikant, $p < .05$.
- „Content Sharing/Cloud-Dienste“: Die ZB MED ($M=3,21$) unterscheidet sich hier signifikant von der ZBW ($M=3,70$). Die ZBW-Klientel nutzt diesen Dienst auch signifikant intensiver als das Klientel der TIB ($M=3,12$), beide Vergleiche: $p < .05$. ZB MED und TIB-Werte unterscheiden sich nicht signifikant, $p > .05$.
- „Online-Texteditoren“: Bei der Nutzung dieser Dienste-Gruppe konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen den Goportis-Fächergruppen festgestellt werden, alle Vergleiche: $p > .05$.
- „Internetforen“: Bei der Nutzung dieser Dienste-Gruppe konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen den Goportis-Fächergruppen festgestellt werden, alle Vergleiche: $p > .05$.
- „Mailinglisten“: „Internetforen“: Bei der Nutzung dieser Dienste-Gruppe konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen den Goportis-Fächergruppen festgestellt werden, alle Vergleiche: $p > .05$.
- „Chat/Instant Messaging“: Die Klientel der ZB MED ($M=2,46$) benutzt diesen Dienst signifikant weniger intensiv als die Klientel von ZBW ($M=3,10$) oder TIB ($M=2,98$), $p < .05$. TIB und ZBW unterscheiden sich nicht, $p > .05$.
- „Online-Archive/Datenbanken“: Bei der Nutzung dieser Dienste-Gruppe konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen den Goportis-Fächergruppen festgestellt werden, alle Vergleiche: $p > .05$.
- „Literaturverwaltung“: Bei der Nutzung dieser Dienste-Gruppe konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen den Goportis-Fächergruppen festgestellt werden, alle Vergleiche: $p > .05$.

- „Social Bookmarking Services“: Bei der Nutzung dieser Dienste-Gruppe konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen den Goportis-Fächergruppen festgestellt werden, alle Vergleiche: $p > .05$.
- „Video/Foto Community-Portale“: Bei der Nutzung dieser Dienste-Gruppe konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen den Goportis-Fächergruppen festgestellt werden, alle Vergleiche: $p > .05$.
- „Lernmanagementsysteme“: Diese Dienste werden signifikant intensiver von der ZBW-Klientel genutzt ($M=3,66$) als von den beiden anderen Goportis-Fächergruppen (ZB MED $M=3,0$ und TIB $M=2,77$), $p < .05$. Die Werte von ZB MED und ZBW unterscheiden sich nicht, $p > .05$.

3.2.4 Nutzung von Web 2.0-Diensten in verschiedenen wissenschaftsbezogenen Tätigkeitsbereichen nach Goportis-Fächergruppen (beruflich)

Hier wurde danach gefragt, ob die jeweiligen Dienste in den einzelnen Tätigkeitsbereichen der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler genutzt werden. Abgefragte Tätigkeitsbereiche: „Lehre“, „Forschung“, „Wissenschaftskommunikation“, „Wissenschaftsadministration“.

Nutzung der Dienste im Kontext der „Lehre“. Hier fällt als wichtigstes Ergebnis auf, dass „Wikipedia“ der Dienst ist, der von den zugehörigen Klientel-Gruppen aller drei Fächergruppen am häufigsten im Rahmen der „Lehre“ eingesetzt wird, wobei „Wikipedia“ von Personen, die der ZBW zugehörig sind, vergleichsweise häufiger genutzt wird (58,2%) als von den Personen der anderen Fächergruppen (ZB MED=51,3% u. TIB=46,7%).

Die ZB MED-Klientel setzt in der „Lehre“ besonders häufig (in Tab. 50 grau hinterlegt) „Wikipedia“ (51,3%), „Lernmanagementsysteme“ (32,1%), „Mailinglisten“ (22,3%) sowie „Online-Archive/Datenbanken“ ein.

Die ZBW-Klientel setzt in der „Lehre“ besonders häufig „Wikipedia“ (58,2%), „Lernmanagementsysteme“ (51,7%), „Content Sharing/Cloud-Dienste“ (30,8%), „Mailinglisten“ (22,3%), „Online-Archive/Datenbanken“ (31,7%) sowie „Video/Foto Community-Portale“ ein (29,5%).

Die TIB-Klientel setzt in der „Lehre“ besonders häufig „Wikipedia“ (46,7%), „Mailinglisten“ (19,8%), „andere Wikis“ (18,8%) sowie „Lernmanagementsysteme“ (18,1%) ein.

Tabelle 50: Nutzung von Web 2.0-Diensten in der „Lehre“ nach Goportis-Fächergruppen
Frage: „Für welchen Zweck/in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Wergzeuge beruflich?“- Mehrfachnennungen möglich

Dienste in der „Lehre“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	6	3,1%	77	10,1%	24	2,3%	107	5,3%
Wiss./Berufl. Netzwerke	0	0,0%	73	9,5%	17	1,6%	90	4,5%
Videokonferenz/VoIP	5	2,6%	148	19,3%	52	5,0%	205	10,2%
Microblogs	1	0,5%	24	3,1%	5	0,5%	30	1,5%
Weblogs	1	0,5%	78	10,2%	47	4,5%	126	6,3%
Wikipedia	99	51,3%	446	58,2%	489	46,7%	1034	51,5%
andere Wikis	25	13,0%	164	21,4%	197	18,8%	386	19,2%
Content Sharing/Cloud-Dienste	19	9,8%	236	30,8%	150	14,3%	405	20,2%
Online-Texteditoren)	4	2,1%	54	7,0%	40	3,8%	98	4,9%
Internetforen	24	12,4%	186	24,3%	158	15,1%	368	18,3%
Mailinglisten	43	22,3%	249	32,5%	207	19,8%	499	24,9%
Chat/Instant Messaging	4	2,1%	87	11,4%	52	5,0%	143	7,1%
Online-Archive/Datenbanken	43	22,3%	243	31,7%	152	14,5%	438	21,8%
Literaturverwaltung	16	8,3%	80	10,4%	90	8,6%	186	9,3%
Social Bookmarking Services	2	1,0%	12	1,6%	5	0,5%	19	0,9%
Video/Foto Community-Portale	32	16,6%	226	29,5%	161	15,4%	419	20,9%
Lernmanagementsysteme	62	32,1%	396	51,7%	189	18,1%	647	32,3%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)
Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Nutzung der Dienste im Kontext der „Forschung“. Hier ist ein wichtigstes Ergebnis, dass „Online-Archive/Datenbanken“ fächergruppenübergreifend als wichtiges Instrument innerhalb der „Forschung“ eingesetzt werden (ZB MED: 64,8%, ZBW: 64,0%, TIB: 62%). „Wikipedia“ scheint zudem für die TIB-Klientel eine größere Rolle im Rahmen der „Forschung“ zu spielen (74,4%) als für die anderen beiden Zielgruppen (ZB MED: 68,5%, ZBW: 50,5%).

Die ZB MED-Klientel setzt in der „Forschung“ besonders häufig (in Tab. 51 grau hinterlegt) „Wikipedia“ (65,8%), „Online-Archive/Datenbanken“ (64,8%) sowie Anwendungen zur „Literaturverwaltung“ ein (48,7%).

Die ZBW-Klientel setzt in der „Forschung“ besonders häufig „Online-Archive/Datenbanken“ (64,0%), „Wikipedia“ (50,5%) sowie „andere Wikis“ (47,7%) ein.

Die TIB-Klientel setzt in der „Forschung“ besonders häufig „Wikipedia“ (74,4%), „Online-Archive/Datenbanken“ (62,0%) sowie „Mailinglisten“ (19,8%), „andere Wikis“ (18,8%) sowie „Lernmanagementsysteme“ (18,1%) ein.

Tabelle 51: Nutzung von Web 2.0-Diensten in der „Forschung“ nach Goportis-Fächergruppen - Frage: „Für welchen Zweck/in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Werkzeuge beruflich?“ - Mehrfachnennungen möglich

Dienste in der „Forschung“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	9	4,7%	60	7,8%	33	3,2%	102	5,1%
Wiss./Berufl. Netzwerke	14	7,3%	119	15,5%	96	9,2%	229	11,4%
Videokonferenz/VoIP	31	16,1%	230	30,0%	245	23,4%	506	25,2%
Microblogs	1	0,5%	24	3,1%	18	1,7%	43	2,1%
Weblogs	9	4,7%	118	15,4%	138	13,2%	265	13,2%
Wikipedia	127	65,8%	387	50,5%	779	74,4%	1.293	64,5%
andere Wikis	50	25,9%	191	24,9%	499	47,7%	740	36,9%
Content Sharing/Cloud-Dienste	62	32,1%	359	46,9%	327	31,2%	748	37,3%
Online-Texteditoren)	19	9,8%	90	11,7%	78	7,4%	187	9,3%
Internetforen	60	31,1%	234	30,5%	476	45,5%	770	38,4%
Mailinglisten	48	24,9%	202	26,4%	305	29,1%	555	27,7%
Chat/Instant Messaging	26	13,5%	174	22,7%	145	13,8%	345	17,2%
Online-Archive/Datenbanken	125	64,8%	490	64,0%	649	62,0%	1.264	63,0%
Literaturverwaltung	94	48,7%	329	43,0%	438	41,8%	861	42,9%
Social Bookmarking Services	1	0,5%	20	2,6%	21	2,0%	42	2,1%
Video/Foto Community-Portale	34	17,6%	95	12,4%	212	20,2%	341	17,0%
Lernmanagementsysteme	5	2,6%	28	3,7%	17	1,6%	50	2,5%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Nutzung der Dienste im Kontext der „Wissenschaftskommunikation“. Hier fällt besonders auf, dass Personen der Fächergruppen ZB MED (42,0%) und TIB (37,5%) für die „Wissenschaftskommunikation“ gerne „Mailinglisten“ einsetzen, wohingegen Personen der Fächergruppe ZBW besonders häufig „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (39,6%) nutzen.

Die ZB MED-Klientel setzt in der „Wissenschaftskommunikation“ besonders häufig (in Tab. 52 grau hinterlegt) „Mailinglisten“ (42,0%), „Videokonferenz/VoIP-Systeme“ (32,6%) sowie „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (26,9%) ein.

Die ZBW-Klientel setzt im Bereich der „Wissenschaftskommunikation“ besonders häufig „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (39,6%), „Mailinglisten“ (31,5%) sowie „Videokonferenz/VoIP-Systeme“ (27,3%) ein.

Die Klientel der TIB setzt in der „Wissenschaftskommunikation“ besonders häufig Mailinglisten“ (37,5%) sowie „Videokonferenz/VoIP-Systeme“ (32,1%) sowie „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (23,4%) ein.

Tabelle 52: Nutzung von Web 2.0-Diensten in der „Wissenschaftskommunikation“ nach Goportis-Fächergruppen - Frage: „Für welchen Zweck/in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Werkzeuge beruflich?“ – Mehrfachnennungen möglich

Dienste in der „Wissenschaftskommunikation“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	21	10,9%	138	18,0%	115	11,0%	274	13,7%
Wiss./Berufl. Netzwerke	52	26,9%	303	39,6%	245	23,4%	600	29,9%
Videokonferenz/VoIP	63	32,6%	209	27,3%	336	32,1%	608	30,3%
Microblogs	4	2,1%	32	4,2%	37	3,5%	73	3,6%
Weblogs	8	4,1%	51	6,7%	73	7,0%	132	6,6%
Wikipedia	23	11,9%	66	8,6%	153	14,6%	242	12,1%
andere Wikis	20	10,4%	72	9,4%	169	16,1%	261	13,0%
Content Sharing/Cloud-Dienste (Online-Texteditoren)	47	24,4%	166	21,7%	187	17,9%	400	19,9%
Internetforen	14	7,3%	34	4,4%	54	5,2%	102	5,1%
Mailinglisten	35	18,1%	110	14,4%	124	11,8%	269	13,4%
Chat/Instant Messaging	81	42,0%	241	31,5%	393	37,5%	715	35,6%
Online-Archive/Datenbanken	49	25,4%	201	26,2%	210	20,1%	460	22,9%
Literaturverwaltung	14	7,3%	34	4,4%	96	9,2%	144	7,2%
Social Bookmarking Services	15	7,8%	20	2,6%	69	6,6%	104	5,2%
Video/Foto Community-Portale	1	0,5%	5	0,7%	8	0,8%	14	0,7%
Lernmanagementsysteme	19	9,8%	60	7,8%	107	10,2%	186	9,3%
	9	4,7%	36	4,7%	33	3,2%	78	3,9%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)
 Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Nutzung der Dienste im Kontext der Wissenschaftsadministration. Hier fällt als wichtigstes Ergebnis auf, dass „Mailinglisten“ fächergruppenübergreifend besonders häufig als Instrument der „Wissenschaftsadministration“ eingesetzt werden (ZB MED: 25,4%, ZBW: 20,8%, TIB: 23,9%).

Die ZB MED-Klientel setzt in der „Wissenschaftsadministration“ besonders häufig „Mailinglisten“ (25,4%), „Videokonferenz/VoIP-Systeme“ (11,9%) sowie „Content Sharing/Cloud-Dienste“ ein (9,3%) (in Tab. 53 grau hinterlegt).

Die ZBW-Klientel setzt in der „Wissenschaftsadministration“ besonders häufig „Mailinglisten“ (20,8%), „Content Sharing/Cloud-Dienste“ (20,6%) sowie „Videokonferenz/VoIP-Systeme“ (14,6%) ein.

Die TIB-Klientel setzt in der „Wissenschaftsadministration“ besonders häufig Mailinglisten“ (23,9%), „Videokonferenz/VoIP-Systeme“ (18,0%) sowie „andere Wikis“ (17,5%) ein.

Tabelle 53: Nutzung von Web 2.0-Diensten in der „Wissenschaftsadministration“ nach Goportis-Fächergruppen - Frage: „Für welchen Zweck/in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Werkzeuge beruflich?“ – Mehrfachnennungen möglich

Dienste in der „Wissenschaftsadministration“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	4	2,1%	22	2,9%	21	2,0%	47	2,3%
Wiss./Berufl. Netzwerke	5	2,6%	75	9,8%	51	4,9%	131	6,5%
Videokonferenz/VoIP	23	11,9%	112	14,6%	188	18,0%	323	16,1%
Microblogs	0	0,0%	3	0,4%	4	0,4%	7	0,3%
Weblogs	2	1,0%	10	1,3%	13	1,2%	25	1,2%
Wikipedia	13	6,7%	53	6,9%	79	7,5%	145	7,2%
andere Wikis	13	6,7%	79	10,3%	183	17,5%	275	13,7%
Content Sharing/Cloud-Dienste	18	9,3%	158	20,6%	139	13,3%	315	15,7%
Online-Texteditoren)	3	1,6%	34	4,4%	46	4,4%	83	4,1%
Internetforen	6	3,1%	41	5,4%	59	5,6%	106	5,3%
Mailinglisten	49	25,4%	159	20,8%	250	23,9%	458	22,8%
Chat/Instant Messaging	10	5,2%	83	10,8%	100	9,6%	193	9,6%
Online-Archive/Datenbanken	8	4,1%	27	3,5%	58	5,5%	93	4,6%
Literaturverwaltung	11	5,7%	45	5,9%	75	7,2%	131	6,5%
Social Bookmarking Services	0	0,0%	4	0,5%	3	0,3%	7	0,3%
Video/Foto Community-Portale	2	1,0%	15	2,0%	18	1,7%	35	1,7%
Lernmanagementsysteme	4	2,1%	50	6,5%	20	1,9%	74	3,7%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)
 Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.3 Gründe für die Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen

Die nachfolgenden Tabellen geben den prozentualen Anteil der Befragten an, die im Fragebogen die folgenden möglichen Gründe für den Einsatz von verschiedenen Web 2.0-Diensten angekreuzt haben – gesplittet nach Goportis-Fächergruppen (Mehrfachantworten waren möglich):

- Abstimmung/Kommunikation
- Datenerhebung/Datenauswertung
- Austausch von Informationen
- Austausch von Daten
- Austausch von Materialien
- Recherche
- Andere Zwecke

Die grau unterlegten Zeilen heben die Dienste hervor, die jeweils am häufigsten für den angegebenen Zweck im Rahmen der Forschungstätigkeit genutzt werden.

Tabelle 54: Nutzung von Diensten für den Zweck „Abstimmung/Kommunikation“ im Kontext der Forschungstätigkeit – nach Goportis-Fächergruppen

„Abstimmung/ Kommunikation“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	4	2,1%	34	4,4%	20	1,9%	58	2,9%
Wiss./Berufl. Netzwerke	3	1,6%	56	7,3%	22	2,1%	81	4,0%
Videokonferenz/VoIP	23	11,9%	196	25,6%	209	20,0%	428	21,3%
Microblogs	0	0,0%	6	0,8%	5	0,5%	11	0,5%
Weblogs	0	0,0%	8	1,0%	4	0,4%	12	0,6%
Wikipedia	2	1,0%	6	0,8%	11	1,1%	19	0,9%
andere Wikis	8	4,1%	17	2,2%	86	8,2%	111	5,5%
Content Sharing/Cloud-Dienste	23	11,9%	99	12,9%	68	6,5%	190	9,5%
Online-Texteditoren)	3	1,6%	39	5,1%	41	3,9%	83	4,1%
Internetforen	6	3,1%	18	2,3%	33	3,2%	57	2,8%
Mailinglisten	32	16,6%	85	11,1%	176	16,8%	293	14,6%
Chat/Instant Messaging	19	9,8%	133	17,4%	118	11,3%	270	13,5%
Online-Archive/Datenbanken	0	0,0%	9	1,2%	10	1,0%	19	0,9%
Literaturverwaltung	4	2,1%	18	2,3%	18	1,7%	40	2,0%
Social Bookmarking Services	0	0,0%	2	0,3%	1	0,1%	3	0,1%
Video/Foto Community-Portale	1	0,5%	6	0,8%	5	0,5%	12	0,6%
Lernmanagementsysteme	3	1,6%	17	2,2%	6	0,6%	26	1,3%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Abstimmung/Kommunikation. Wenn es im Kontext der Forschungstätigkeit um Prozesse der „Abstimmung/Kommunikation“ geht, werden am häufigsten „Videokonferenz/VoIP-Dienste“ (wie z.B. Skype) und „Mailinglisten“, aber auch „Chat/Instant Messaging-Dienste“ sowie „Content Sharing/Cloud-Dienste“ genutzt. Die Aufteilung nach Goportis-Fächergruppen zeigt hierbei, dass Wirtschaftswissenschaftlerinnen und Wirtschaftswissenschaftler „Videokonferenz/VoIP-Dienste“ wie z.B. Skype häufiger für die „Abstimmung/Kommunikation“ benutzten (25,6%) als Personen, die der Fächergruppe „TIB“ angehören (20%) oder der Fächergruppe der ZB MED (11,9%).

Tabelle 55: Nutzung von Diensten für den Zweck „Datenerhebung/Datenauswertung“ im Kontext der Forschungstätigkeit – nach Goportis-Fächergruppen

„Datenerhebung/ Datenauswertung“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	2	1,0%	15	2,0%	3	0,3%	20	1,0%
Wiss./Berufl. Netzwerke	1	0,5%	24	3,1%	6	0,6%	31	1,5%
Videokonferenz/VoIP	6	3,1%	14	1,8%	12	1,1%	32	1,6%
Microblogs	1	0,5%	12	1,6%	1	0,1%	14	0,7%
Weblogs	0	0,0%	11	1,4%	4	0,4%	15	0,7%
Wikipedia	5	2,6%	31	4,0%	63	6,0%	99	4,9%
andere Wikis	10	5,2%	21	2,7%	35	3,3%	66	3,3%
Content Sharing/Cloud-Dienste	11	5,7%	34	4,4%	29	2,8%	74	3,7%
Online-Texteditoren)	3	1,6%	9	1,2%	10	1,0%	22	1,1%
Internetforen	9	4,7%	15	2,0%	26	2,5%	50	2,5%
Mailinglisten	6	3,1%	13	1,7%	17	1,6%	36	1,8%
Chat/Instant Messaging	1	0,5%	9	1,2%	8	0,8%	18	0,9%
Online-Archive/Datenbanken	23	11,9%	100	13,1%	98	9,4%	221	11,0%
Literaturverwaltung	26	13,5%	89	11,6%	125	11,9%	240	12,0%
Social Bookmarking Services	1	0,5%	3	0,4%	2	0,2%	6	0,3%
Video/Foto Community-Portale	3	1,6%	12	1,6%	11	1,1%	26	1,3%
Lernmanagementsysteme	1	0,5%	5	0,7%	1	0,1%	7	0,3%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)
 Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Datenerhebung/Datenauswertung. Geht es im Rahmen der Forschungstätigkeit um Prozesse der „Datenerhebung/Datenauswertung“, dann werden häufig Web 2.0-Tools, wie „Literaturverwaltungen“, „Online-Archive/Datenbanken“ oder aber auch „Wikipedia“ eingesetzt. In geringem Umfang setzen die Klientel-Gruppen der ZB MED (5,7%) und der ZBW (4,4%) hier auch „Content Sharing/Cloud-Dienste“ ein.

Tabelle 56: Nutzung von Diensten für den Zweck „Austausch von Informationen“ im Kontext der Forschungstätigkeit – nach Goportis-Fächergruppen

„Austausch von Informationen“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	2	1,0%	38	5,0%	26	2,5%	66	3,3%
Wiss./Berufl. Netzwerke	11	5,7%	79	10,3%	42	4,0%	132	6,6%
Videokonferenz/VoIP	23	11,9%	175	22,8%	197	18,8%	395	19,7%
Microblogs	0	0,0%	11	1,4%	14	1,3%	25	1,2%
Weblogs	3	1,6%	37	4,8%	52	5,0%	92	4,6%
Wikipedia	13	6,7%	34	4,4%	71	6,8%	118	5,9%
andere Wikis	8	4,1%	36	4,7%	175	16,7%	219	10,9%
Content Sharing/Cloud-Dienste	29	15,0%	168	21,9%	124	11,8%	321	16,0%
Online-Texteditoren)	10	5,2%	34	4,4%	38	3,6%	82	4,1%
Internetforen	21	10,9%	66	8,6%	125	11,9%	212	10,6%
Mailinglisten	37	19,2%	129	16,8%	211	20,2%	377	18,8%
Chat/Instant Messaging	17	8,8%	126	16,4%	98	9,4%	241	12,0%
Online-Archive/Datenbanken	10	5,2%	35	4,6%	71	6,8%	116	5,8%
Literaturverwaltung	12	6,2%	35	4,6%	77	7,4%	124	6,2%
Social Bookmarking Services	0	0,0%	0	0,0%	5	0,5%	5	0,2%
Video/Foto Community-Portale	5	2,6%	16	2,1%	35	3,3%	56	2,8%
Lernmanagementsysteme	4	2,1%	15	2,0%	7	0,7%	26	1,3%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Austausch von Informationen. Steht im Forschungsprozess besonders der „Austausch von Informationen“ im Vordergrund (vgl. Tab. 56), werden besonders häufig „Videokonferenzen/VoIP“, „Mailinglisten“ sowie „Content Sharing-Dienste“ eingesetzt. Das ZB MED-Klientel setzt dabei den Dienst „Videokonferenzen/VoIP“ mit 11,9% weniger häufig ein als die Personen der anderen Goportis-Fächergruppen (ZBW: 22,8%, TIB: 18,8%).

Wirtschaftswissenschaftlerinnen und Wirtschaftswissenschaftler scheinen für den Austausch von Informationen häufiger als die anderen beiden Gruppen (ZB MED: 15,0%, TIB: 11,8%) auf „Content Sharing/Cloud-Dienste“ zurückzugreifen (ZBW: 21,9%). Das Klientel der TIB greift (mit 16,7%) für den „Austausch von Informationen“ dafür häufiger als die anderen beiden Fächergruppen (ZB MED: 4,1%, ZBW: 4,7%) auf „andere Wikis“ zurück.

Tabelle 57: Nutzung von Diensten für den Zweck „Austausch von Daten“ im Kontext der Forschungstätigkeit – nach Goportis-Fächergruppen

„Austausch von Daten“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	2	1,0%	9	1,2%	5	0,5%	16	0,8%
Wiss./Berufl. Netzwerke	1	0,5%	13	1,7%	7	0,7%	21	1,0%
Videokonferenz/VoIP	7	3,6%	32	4,2%	39	3,7%	78	3,9%
Microblogs	0	0,0%	2	0,3%	2	0,2%	4	0,2%
Weblogs	0	0,0%	10	1,3%	7	0,7%	17	0,8%
Wikipedia	0	0,0%	6	0,8%	14	1,3%	20	1,0%
andere Wikis	3	1,6%	10	1,3%	61	5,8%	74	3,7%
Content Sharing/Cloud-Dienste	44	22,8%	290	37,9%	280	26,7%	614	30,6%
Online-Texteditoren)	4	2,1%	24	3,1%	24	2,3%	52	2,6%
Internetforen	3	1,6%	7	0,9%	13	1,2%	23	1,1%
Mailinglisten	10	5,2%	37	4,8%	82	7,8%	129	6,4%
Chat/Instant Messaging	3	1,6%	27	3,5%	35	3,3%	65	3,2%
Online-Archive/Datenbanken	6	3,1%	12	1,6%	24	2,3%	42	2,1%
Literaturverwaltung	9	4,7%	26	3,4%	33	3,2%	68	3,4%
Social Bookmarking Services	1	0,5%	0	0,0%	2	0,2%	3	0,1%
Video/Foto Community-Portale	0	0,0%	4	0,5%	3	0,3%	7	0,3%
Lernmanagementsysteme	2	1,0%	10	1,3%	5	0,5%	17	0,8%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)
 Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Austausch von Daten. Steht der „Datenaustausch“ im Vordergrund, werden fächergruppenübergreifend vor allem „Content Sharing/Cloud-Dienste“ wie z.B. Dropbox, Slide-share eingesetzt (ZB MED: 22,8%, ZBW: 37,9%, TIB: 26,7%); daneben spielen aber auch „Mailinglisten“ eine gewisse Rolle (ZB MED: 5,2%, ZBW: 4,8%, TIB: 7,8%) (vgl. Tab. 57).

Tabelle 58: Nutzung von Diensten für den Zweck „Austausch von Materialien“ im Kontext der Forschungstätigkeit – nach Goportis-Fächergruppen

„Austausch von Materialien“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	2	1,0%	9	1,2%	3	0,3%	14	0,7%
Wiss./Berufl. Netzwerke	1	0,5%	14	1,8%	7	0,7%	22	1,1%
Videokonferenz/VoIP	4	2,1%	39	5,1%	27	2,6%	70	3,5%
Microblogs	0	0,0%	3	0,4%	1	0,1%	4	0,2%
Weblogs	0	0,0%	4	0,5%	7	0,7%	11	0,5%
Wikipedia	0	0,0%	3	0,4%	9	0,9%	12	0,6%
andere Wikis	4	2,1%	12	1,6%	66	6,3%	82	4,1%
Content Sharing/Cloud-Dienste	35	18,1%	225	29,4%	189	18,1%	449	22,4%
Online-Texteditoren)	5	2,6%	24	3,1%	18	1,7%	47	2,3%
Internetforen	2	1,0%	8	1,0%	13	1,2%	23	1,1%
Mailinglisten	9	4,7%	40	5,2%	67	6,4%	116	5,8%
Chat/Instant Messaging	3	1,6%	25	3,3%	20	1,9%	48	2,4%
Online-Archive/Datenbanken	3	1,6%	18	2,3%	21	2,0%	42	2,1%
Literaturverwaltung	6	3,1%	41	5,4%	41	3,9%	88	4,4%
Social Bookmarking Services	0	0,0%	1	0,1%	2	0,2%	3	0,1%
Video/Foto Community-Portale	1	0,5%	5	0,7%	7	0,7%	13	0,6%
Lernmanagementsysteme	1	0,5%	11	1,4%	5	0,5%	17	0,8%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)
 Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur.
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Austausch von Materialien. Für den „Austausch von Materialien“ ziehen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ebenfalls häufiger als andere Dienste „Content Sharing/Cloud-Dienste“ heran (ZB MED: 18,1%, ZBW: 29,4%, TIB: 18,1%) (vgl. Tab. 58). Dabei scheint es so zu sein, dass die ZBW-Klientel diesen Dienst etwas häufiger für den „Austausch von Materialien“ benutzt als die anderen beiden Klientel-Gruppen. Aber auch „Mailinglisten“ werden in nennenswertem Umfang für den „Austausch von Materialien“ eingesetzt (ZB MED: 4,7%, ZBW: 5,2%, TIB: 6,4%).

Tabelle 59: Nutzung von Diensten für den Zweck „Recherche“ im Kontext der Forschungstätigkeit – nach Goportis-Fächergruppen

„Recherche“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	2	1,0%	18	2,3%	9	0,9%	29	1,4%
Wiss./Berufl. Netzwerke	6	3,1%	46	6,0%	47	4,5%	99	4,9%
Videokonferenz/VoIP	2	1,0%	11	1,4%	13	1,2%	26	1,3%
Microblogs	0	0,0%	15	2,0%	8	0,8%	23	1,1%
Weblogs	7	3,6%	88	11,5%	117	11,2%	212	10,6%
Wikipedia	117	60,6%	354	46,2%	734	70,1%	1.205	60,1%
andere Wikis	41	21,2%	157	20,5%	359	34,3%	557	27,8%
Content Sharing/Cloud-Dienste	4	2,1%	20	2,6%	16	1,5%	40	2,0%
Online-Texteditoren)	3	1,6%	15	2,0%	7	0,7%	25	1,2%
Internetforen	50	25,9%	179	23,4%	407	38,9%	636	31,7%
Mailinglisten	9	4,7%	45	5,9%	63	6,0%	117	5,8%
Chat/Instant Messaging	0	0,0%	7	0,9%	3	0,3%	10	0,5%
Online-Archive/Datenbanken	107	55,4%	428	55,9%	591	56,4%	1.126	56,1%
Literaturverwaltung	53	27,5%	162	21,1%	281	26,8%	496	24,7%
Social Bookmarking Services	1	0,5%	12	1,6%	11	1,1%	24	1,2%
Video/Foto Community-Portale	25	13,0%	70	9,1%	177	16,9%	272	13,6%
Lernmanagementsysteme	1	0,5%	4	0,5%	8	0,8%	13	0,6%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)
 Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Recherche. Einer der wesentlichen Tätigkeiten im wissenschaftlichen Forschungsprozess ist die „Recherche“. Hier nutzen die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler fächergruppenübergreifend intensiv „Wikipedia“ (ZB MED: 60,6%, ZBW: 46,2%, TIB: 70,1%), „Online-Archive/Datenbanken“ (ZB MED: 55,4%, ZBW: 55,9%, TIB: 56,4%) sowie „Internetforen“ (ZB MED: 25,9%, ZBW: 23,4%, TIB: 38,9%) (vgl. Tab. 59).

Bei der Betrachtung der einzelnen Goportis-Fächergruppen fällt zudem weiter auf, dass „Wikipedia“ besonders häufig von der Klientel der TIB zur „Recherche“ genutzt wird (s.o.). Ebenso werden „Internetforen“ von Personen, die der TIB-Fächergruppe angehören häufiger zur „Recherche“ benutzt als von den Personen der beiden anderen Fächergruppen (ZB MED: 25,9%, ZBW: 23,4%, TIB: 38,9%).

Nutzung für andere Zwecke. Neben den vorgegebenen Antwortoptionen sind noch andere Gründe denkbar, warum Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Web 2.0-Werkzeuge nutzen. Mit der Ankreuzmöglichkeit „Andere“ hatten die Befragten Gelegenheit auszudrücken, dass sie ein Tool auch für andere Zwecke nutzen. Am häufigsten wurde hier

insgesamt mit 10,6% „Literaturverwaltung“ genannt (vgl. Tab. 60). Dieses Ergebnis gilt in ähnlicher Höhe auch für die einzelnen Goportis-Fächergruppen (ZB MED: 11,4%, ZBW: 12,94%, TIB: 8,7%).

Tabelle 60: Nutzung von Web 2.0-Diensten für „Andere Zwecke“ im Kontext der Forschungstätigkeit – nach Goportis-Fächergruppen

„Andere Zwecke“	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke	2	1,0%	9	1,2%	3	0,3%	14	0,7%
Wiss./Berufl. Netzwerke	1	0,5%	15	2,0%	17	1,6%	33	1,6%
Videokonferenz/VoIP	1	0,5%	4	0,5%	7	0,7%	12	0,6%
Microblogs	0	0,0%	3	0,4%	5	0,5%	8	0,4%
Weblogs	1	0,5%	7	0,9%	13	1,2%	21	1,0%
Wikipedia	6	3,1%	20	2,6%	51	4,9%	77	3,8%
andere Wikis	1	0,5%	7	0,9%	28	2,7%	36	1,8%
Content Sharing/Cloud-Dienste	0	0,0%	23	3,0%	13	1,2%	36	1,8%
Online-Texteditoren)	2	1,0%	18	2,3%	5	0,5%	25	1,2%
Internetforen	1	0,5%	10	1,3%	14	1,3%	25	1,2%
Mailinglisten	1	0,5%	12	1,6%	20	1,9%	33	1,6%
Chat/Instant Messaging	0	0,0%	9	1,2%	5	0,5%	14	0,7%
Online-Archive/Datenbanken	4	2,1%	17	2,2%	18	1,7%	39	1,9%
Literaturverwaltung	22	11,4%	99	12,9%	91	8,7%	212	10,6%
Social Bookmarking Services	0	0,0%	6	0,8%	5	0,5%	11	0,5%
Video/Foto Community-Portale	4	2,1%	18	2,3%	25	2,4%	47	2,3%
Lernmanagementsysteme	0	0,0%	5	0,7%	4	0,4%	9	0,4%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006)
 Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.3.1.1 Vorrangige Gründe für die berufliche Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen

Im Folgenden werden die Gründe bzw. die Motivation für den Einsatz von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen getrennt dargestellt. Zur Erinnerung: In der Untersuchung wurde die folgende Frage gestellt: „Aus welchen vorrangigen Gründen nutzen Sie die folgenden Werkzeuge für Ihre berufliche Tätigkeit?“

ZB MED. Bei fast allen abgefragten Web 2.0-Diensten waren die häufigsten Gründe zu deren Nutzung: „weil es praktisch ist“ und „weil es die Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt“. Darüber hinaus gab die Personengruppe der „ZB MED“ noch an, dass „Wissenschaftliche Netzwerke“ (23,3%) und „Microblogs“ wie Twitter (20%) häufig auch genutzt werden, „um die eigene Reputation zu steigern“. Interessanterweise

werden „Lernmanagementsysteme“ von 29,7% der ZB MED-Zielgruppe auch deswegen beruflich genutzt, weil „es Vorschrift bzw. Wunsch von Kolleg/innen und Projektpartner/innen ist“. Hier besteht also keine „intrinsische Motivation“ für die Nutzung des Dienstes; diese geschieht eher auf „Druck von Außen“.

Tabelle 61: Vorrangige Gründe für die berufliche Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen; hier: ZB MED. Die Prozentangaben beziehen sich auf das jeweilig gültige n (also auf die Zahl derjenigen Personen, die hier geantwortet haben = n in Klammern hinter Web 2.0-Dienst)

ZB MED	weil es praktisch ist	weil es meine Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt	weil es meine Arbeitsergebnisse verbessert	weil es Vorschrift bzw. Wunsch von Kolleg/innen und Projektpartner/innen ist	auf Druck der eigenen Community	um meine eigene Reputation zu steigern	aus Interesse an neuen Technologien	aus anderen Gründen
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=45)	31,1%	22,2%	2,2%	2,2%	0,0%	0,0%	6,7%	28,9%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (n=73)	16,4%	13,7%	1,4%	8,2%	5,5%	23,3%	9,6%	15,1%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype) (n=104)	29,8%	40,4%	1,0%	12,5%	1,9%	0,0%	1,9%	1,9%
Microblogs (z.B. Twitter) (n=5)	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	20,0%
Weblogs (n=21)	23,8%	9,5%	9,5%	4,8%	0,0%	0,0%	4,8%	42,9%
Wikipedia (n=182)	58,8%	23,1%	8,8%	0,0%	0,0%	0,5%	2,2%	3,8%
andere Wikis (n=87)	39,1%	31,0%	6,9%	5,7%	0,0%	0,0%	3,4%	8,0%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (n=104)	43,3%	37,5%	1,0%	5,8%	2,9%	0,0%	1,9%	2,9%
Online-Texteditoren (n=32)	43,8%	28,1%	6,3%	3,1%	0,0%	0,0%	6,3%	9,4%
Internetforen (n=99)	36,4%	27,3%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	16,2%
Mailinglisten (n=136)	41,9%	43,4%	3,7%	2,9%	0,7%	0,0%	0,0%	0,7%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=76)	43,4%	35,5%	2,6%	3,9%	0,0%	0,0%	1,3%	6,6%
Online-Archive/Datenbanken (n=149)	31,5%	32,2%	24,2%	0,0%	0,7%	0,7%	1,3%	4,0%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=106)	37,7%	40,6%	12,3%	1,9%	0,0%	0,9%	0,9%	0,0%
Social Bookmarking Services (n=3)	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube etc) (n=78)	38,5%	17,9%	6,4%	0,0%	0,0%	0,0%	11,5%	16,7%
Lernmanagementsysteme (n=74)	23,0%	21,6%	4,1%	29,7%	5,4%	0,0%	4,1%	6,8%

Mehrfachankreuzungen möglich. Die Gründe mit den häufigsten Nennungen wurden grau hinterlegt. k.A. wurden als Antwortmöglichkeit in obiger Tabelle aus Platzgründen nicht aufgenommen. Sie lassen sich durch die vorhandenen Prozentangaben errechnen.
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n ZB MED=193)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

ZBW. Auch bei der Zielgruppe der ZBW sind die wichtigsten beiden Gründe für die eingesetzten Web 2.0-Dienste: „weil es praktisch ist“ und „weil es die Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt“. Nennenswerte andere Gründe für den Einsatz der Dienste lassen sich für den Einsatz der Werkzeuge „andere Wikis“ (13,3%), „Online-Archive/Datenbanken“ (26,5%) sowie „Literaturverwaltung“ (21,6%) finden. Hier versprechen sich die Befragten eine *Verbesserung ihrer Arbeitsergebnisse* durch den Einsatz der genannten Dienste. „Lernmanagementsysteme“ werden von 27% der ZBW-Zielgruppe auch deswegen beruflich genutzt, weil „es Vorschrift bzw. Wunsch von Kolleg/innen und Projektpartner/innen ist“.

Tabelle 62: Vorrangige Gründe für die berufliche Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen; hier: ZBW. Die Prozentangaben beziehen sich auf das jeweilig gültige n (also auf die Zahl derjenigen Personen, die hier geantwortet haben = n in Klammern hinter Web 2.0-Dienst)

ZBW	weil es praktisch ist	weil es meine Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt	weil es meine Arbeitsergebnisse verbessert	weil es Vorschrift bzw. Wunsch von Kolleg/innen und Projektpartner/innen ist	auf Druck der eigenen Community	um meine eigene Reputation zu steigern	aus Interesse an neuen Technologien	aus anderen Gründen
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=262)	24,8%	32,1%	1,1%	4,6%	4,2%	4,6%	6,1%	11,1%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (n=471)	19,5%	29,9%	1,7%	3,0%	5,7%	16,3%	4,0%	12,1%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype) (n=490)	35,7%	44,9%	1,0%	6,5%	0,6%	0,0%	0,8%	2,4%
Microblogs (z.B. Twitter) (n=77)	16,9%	14,3%	5,2%	2,6%	3,9%	7,8%	15,6%	16,9%
Weblogs (n=202)	29,2%	20,3%	8,4%	3,0%	1,0%	3,0%	9,4%	16,3%
Wikipedia (n=684)	60,7%	20,2%	5,6%	0,3%	0,1%	0,0%	1,2%	5,7%
andere Wikis (n=377)	34,5%	25,2%	13,3%	8,8%	2,1%	0,0%	2,4%	4,8%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (n=545)	47,2%	40,4%	2,0%	3,3%	0,9%	0,0%	0,0%	0,7%
Online-Texteditoren (n=167)	39,5%	31,7%	3,0%	6,0%	0,6%	0,6%	4,8%	3,0%
Internetforen (n=433)	41,1%	24,0%	8,5%	0,9%	0,7%	0,5%	5,3%	10,6%
Mailinglisten (n=551)	40,7%	40,8%	2,5%	2,5%	1,1%	0,2%	0,4%	4,9%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=398)	37,4%	46,2%	1,5%	3,3%	0,3%	0,0%	1,3%	3,0%
Online-Archive/Datenbanken (n=584)	31,7%	27,4%	26,5%	0,9%	0,2%	0,2%	0,5%	4,1%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=375)	36,0%	30,7%	21,6%	2,4%	0,3%	0,0%	0,8%	2,1%
Social Bookmarking Services (n=43)	27,9%	27,9%	2,3%	0,0%	2,3%	0,0%	2,3%	11,6%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube etc.) (n=361)	34,3%	18,3%	12,2%	0,6%	0,3%	1,1%	6,6%	16,3%
Lernmanagementsysteme (n=441)	21,8%	31,3%	3,4%	27,0%	2,5%	0,2%	2,3%	4,3%

Mehrfachankreuzungen möglich. Die Gründe mit den häufigsten Nennungen wurden grau hinterlegt. k.A. wurden als Antwortmöglichkeit in obiger Tabelle aus Platzgründen nicht aufgenommen. Sie lassen sich durch die vorhandenen Prozentangaben errechnen.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n ZBW=766)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

TIB. Bei den Zielgruppen der TIB sind die wichtigsten beiden Gründe für den Einsatz der Web 2.0-Dienste ebenfalls: „weil es praktisch ist“ und „weil es die Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt“. Eine *Verbesserung ihrer Arbeitsergebnisse* durch den Einsatz von Web 2.0-Dienste versprechen sich die Befragten von den Werkzeugen: „Internetforen“ (9,9%), „Online-Archive/Datenbanken“ (22,2%) sowie „Literaturverwaltung“ (14,1%). „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ werden zum Teil auch deshalb genutzt, um die „eigene Reputation zu steigern“ (20,7%). „Lernmanagementsysteme“ werden von 30,2% der ZBW-Zielgruppe beruflich genutzt, weil „es Vorschrift bzw. Wunsch von Kollegen/innen und Projektpartner/innen ist“. 19,4% der „ZBW-Nutzer/innen“ von „Microblogs“ gaben an, Dienste wie „Twitter“ auch aus „Interesse an neuen Technologien“ zu nutzen.

Tabelle 63: Vorrangige Gründe für die berufliche Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen; hier: TIB. Die Prozentangaben beziehen sich auf das jeweilig gültige n (also auf die Zahl derjenigen Personen, die hier geantwortet haben = n in Klammern hinter Web 2.0-Dienst)

TIB	weil es praktisch ist	weil es meine Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt	weil es meine Arbeitsergebnisse verbessert	weil es Vorschritt bzw. Wunsch von Kolleg/innen und Projektpartner/innen ist	auf Druck der eigenen Community	um meine eigene Reputation zu steigern	aus Interesse an neuen Technologien	aus anderen Gründen
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=191)	26,7%	24,1%	1,6%	3,7%	7,3%	3,7%	4,7%	14,1%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (n=401)	14,7%	18,7%	1,2%	2,7%	7,2%	20,7%	7,5%	19,0%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype) (n=603)	32,2%	46,4%	0,5%	10,0%	0,7%	0,0%	1,0%	2,5%
Microblogs (z.B. Twitter) (n=62)	27,4%	14,5%	0,0%	3,2%	3,2%	8,1%	19,4%	16,1%
Weblogs (n=223)	39,0%	20,6%	5,8%	0,4%	0,0%	3,1%	11,2%	11,2%
Wikipedia (n=1.009)	60,4%	24,4%	5,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	3,5%
andere Wikis (n=750)	35,7%	34,3%	6,5%	9,9%	0,7%	0,0%	3,5%	4,1%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (n=527)	50,1%	33,2%	1,1%	6,5%	1,1%	0,0%	0,6%	1,3%
Online-Texteditoren (n=170)	42,9%	25,3%	3,5%	9,4%	1,8%	0,0%	1,8%	5,3%
Internetforen (n=679)	41,4%	31,5%	9,0%	0,1%	0,0%	0,1%	5,2%	6,5%
Mailinglisten (n=734)	37,7%	43,5%	2,7%	4,2%	1,0%	0,1%	0,3%	4,2%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=392)	35,2%	48,2%	0,0%	3,6%	1,0%	0,0%	0,3%	3,3%
Online-Archive/Datenbanken (n=744)	28,9%	32,4%	22,2%	1,2%	0,5%	0,5%	2,8%	5,6%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=504)	38,3%	38,3%	14,1%	1,8%	0,2%	0,2%	0,8%	1,6%
Social Bookmarking Services (n=34)	50,0%	8,8%	5,9%	8,8%	0,0%	5,9%	0,0%	11,8%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube etc.) (n=437)	41,0%	17,4%	4,1%	0,7%	0,2%	0,9%	9,8%	14,0%
Lernmanagementsysteme (n=248)	23,0%	23,8%	6,5%	30,2%	2,4%	0,0%	2,8%	3,6%

Mehrfachankreuzungen möglich. Die Gründe mit den häufigsten Nennungen wurden grau hinterlegt. k.A. wurden als Antwortmöglichkeit in obiger Tabelle aus Platzgründen nicht aufgenommen. Sie lassen sich durch die vorhandenen Prozentangaben errechnen.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n TIB=1.047)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.3.1.2 Vorrangige Gründe für die berufliche Nichtnutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen

Im Folgenden werden die Gründe bzw. die Motivation für die Nichtnutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen getrennt dargestellt. Zur Erinnerung: In der Untersuchung wurde die folgende weitere Frage gestellt: „Aus welchen vorrangigen Gründen nutzen Sie die folgenden Werkzeuge vorrangig nicht für Ihre berufliche Tätigkeit?“

ZB MED. Bei fast allen abgefragten Web 2.0-Diensten waren die am häufigsten genannten Gründe für die Nichtnutzung der Werkzeuge:

- „weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe“ und
- „weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe“

Für folgende Web-2.0-Dienste gab ein nennenswerter Anteil der „ZB MED-Zielgruppe“ als Grund für die „Nichtnutzung“ an, dass sie sich „bislang noch nicht damit beschäftigt habe“:

„Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (15,5%), „Weblogs“ (14,6%), „andere Wikis“ (21,7%), „Online-Texteditoren“ (26,8%), „Mailinglisten“ (17%), „Online-Archive/Datenbanken“ (32,4%), „Literaturverwaltung“ (20,3%), „Social Bookmarking Services“ (31,0%) sowie „Lernmanagementsysteme“ (23,7%).

Tabelle 64: Vorrangige Gründe für die berufliche Nichtnutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen; hier: ZB MED. Die Prozentangaben beziehen sich auf das jeweilig gültige n (also auf die Zahl derjenigen Personen, die hier geantwortet haben = n in Klammern hinter Web 2.0-Dienst)

ZB MED	weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe	weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe	weil mir die Zeit bislang noch nicht damit beschäftigt habe	weil mir die Zeit fehlt, mich in die Anwendung einzuarbeiten	weil ich mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden bin	weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in meiner Disziplin nicht üblich ist	weil ich es für private Kommunikation nutze und Privates und Berufliches voneinander trennen möchte	aus anderen Gründen
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=143)	30,8%	10,5%	0,7%	0,0%	22,4%	4,9%	14,7%	3,5%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (n=110)	29,1%	24,5%	15,5%	1,8%	3,6%	3,6%	4,5%	0,9%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype) (n=89)	15,7%	37,1%	6,7%	5,6%	1,1%	4,5%	3,4%	9,0%
Microblogs (z.B. Twitter) (n=177)	44,1%	13,6%	7,9%	1,7%	3,4%	7,9%	3,4%	3,4%
Weblogs (n=144)	40,3%	16,7%	14,6%	1,4%	2,1%	6,3%	0,7%	4,9%
Wikipedia (n=11)	18,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	27,3%	0,0%	0,0%
andere Wikis (n=92)	23,9%	22,8%	21,7%	0,0%	1,1%	12,0%	0,0%	1,1%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (n=78)	16,7%	20,5%	9,0%	5,1%	12,8%	1,3%	2,6%	15,4%
Online-Texteditoren (n=112)	20,5%	19,6%	26,8%	3,6%	5,4%	0,9%	0,9%	5,4%
Internetforen (n=93)	41,9%	19,4%	5,4%	1,1%	3,2%	6,5%	1,1%	6,5%
Mailinglisten (n=47)	14,9%	23,4%	17,0%	6,4%	0,0%	0,0%	0,0%	14,9%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=113)	28,3%	24,8%	6,2%	0,9%	0,9%	5,3%	14,2%	4,4%
Online-Archive/Datenbanken (n=37)	13,5%	24,3%	32,4%	5,4%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=59)	15,3%	23,7%	20,3%	15,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%
Social Bookmarking Services (n=71)	15,5%	19,7%	31,0%	2,8%	0,0%	1,4%	0,0%	5,6%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube etc.) (n=110)	32,7%	23,6%	1,8%	3,6%	1,8%	7,3%	10,0%	3,6%
Lernmanagementsysteme (n=59)	16,9%	25,4%	23,7%	5,1%	0,0%	1,7%	0,0%	8,5%

Mehrfachankreuzungen möglich. Die Gründe mit den häufigsten Nennungen wurden grau hinterlegt. k.A. wurden als Antwortmöglichkeit in obiger Tabelle aus Platzgründen nicht aufgenommen. Sie lassen sich durch die vorhandenen Prozentangaben errechnen.
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n ZB MED=193)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Immerhin gaben 15,3% an, „Anwendungen zur Literaturverwaltung“ deshalb nicht zu nutzen, weil „die Zeit fehlt“ sich in diese Tools einzuarbeiten. „Soziale Netzwerke“ werden von 22,4 % der ZB MED-Zielgruppe nicht genutzt, weil die Befragten „mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden“ sind. Aus dem gleichen Grund lehnen 12,8% der ZB MED-Zielgruppe den Gebrauch von „Content Sharing/Cloud-Diensten“ wie Dropbox ab.

27,3% der ZB-MED-Zielgruppe gibt an, „Wikipedia“ nicht zu nutzen, weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in der eigenen Disziplin nicht üblich ist.

ZBW. Bei fast allen abgefragten Web 2.0-Diensten waren die am häufigsten genannten Gründe für die Nichtnutzung der Werkzeuge ebenfalls:

- „weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe“ und
- „weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe“

Darüber hinaus gab ein nennenswerter Anteil der ZBW-Zielgruppe als Grund für die „Nichtnutzung“ an: „weil ich mich bislang noch nicht damit beschäftigt habe“ („Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (11,2%), „Weblogs“ (15,5%), „andere Wikis“ (20,3%), „Online-Texteditoren“ (19,1%), „Mailinglisten“ (17,6%), „Online-Archive/Datenbanken“ (36,5%), „Literaturverwaltung“ (26,4%), „Social Bookmarking Services“ (25,9%) sowie „Lernmanagementsysteme“ (21,3%)).

Tabelle 65: Vorrangige Gründe für die berufliche Nichtnutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen; hier: ZBW. Die Prozentangaben beziehen sich auf das jeweilig gültige n (also auf die Zahl derjenigen Personen, die hier geantwortet haben = n in Klammern hinter Web 2.0-Dienst)

ZBW	weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe	weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe	weil ich mich bislang noch nicht damit beschäftigt habe	weil mir die Zeit fehlt, mich in die Anwendung einzuarbeiten	weil ich mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden bin	weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in meiner Disziplin nicht üblich ist	weil ich es für private Kommunikation nutze und Privates und Berufliches voneinander trennen möchte	aus anderen Gründen
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=501)	33,7%	6,2%	1,6%	1,0%	22,2%	2,6%	20,8%	3,2%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (n=285)	38,2%	15,4%	11,2%	5,3%	6,3%	1,8%	3,9%	7,4%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype) (n=270)	22,6%	41,5%	4,4%	4,4%	0,7%	5,9%	5,9%	5,9%
Microblogs (z.B. Twitter) (n=666)	58,4%	9,0%	9,2%	2,1%	3,8%	4,4%	2,1%	2,3%
Weblogs (n=503)	47,1%	14,1%	15,5%	4,0%	0,8%	3,8%	1,4%	3,0%
Wikipedia (n=81)	35,8%	3,7%	1,2%	1,2%	0,0%	25,9%	2,5%	12,3%
andere Wikis (n=359)	29,8%	19,8%	20,3%	3,9%	0,8%	6,4%	0,6%	5,3%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (n=195)	21,0%	24,6%	11,3%	3,1%	13,8%	3,1%	2,1%	11,3%
Online-Texteditoren (n=456)	29,4%	24,8%	19,1%	4,6%	6,8%	1,1%	0,0%	3,5%
Internetforen (n=327)	44,0%	19,0%	9,5%	2,8%	2,1%	5,5%	3,1%	4,6%
Mailinglisten (n=199)	34,7%	25,6%	17,6%	3,0%	1,5%	1,0%	1,0%	4,5%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=364)	33,0%	28,3%	3,8%	1,9%	0,8%	3,0%	11,5%	5,5%
Online-Archive/Datenbanken (n=126)	16,7%	19,8%	36,5%	11,1%	0,8%	3,2%	0,0%	0,8%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=295)	19,0%	21,4%	26,4%	15,3%	1,4%	1,0%	0,0%	3,1%
Social Bookmarking Services (n=397)	33,8%	16,6%	25,9%	4,5%	0,8%	1,5%	0,5%	4,3%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube etc.) (n=399)	42,9%	18,5%	3,5%	1,3%	4,5%	9,8%	8,3%	1,5%
Lernmanagementsysteme (n=225)	21,8%	29,3%	21,3%	8,4%	0,0%	4,0%	0,0%	7,1%

Mehrfachankreuzungen möglich. Die Gründe mit den häufigsten Nennungen wurden grau hinterlegt. k.A. wurden als Antwortmöglichkeit in obiger Tabelle aus Platzgründen nicht aufgenommen. Sie lassen sich durch die vorhandenen Prozentangaben errechnen.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n ZBW=766)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Immerhin gaben 15,3% an, Anwendung zur Literaturverwaltung deshalb nicht zu nutzen weil „die Zeit fehlt“, sich in diese Tools einzuarbeiten. „Soziale Netzwerke“ werden von 22,2% der ZB MED-Zielgruppe nicht genutzt, weil die Befragten „mit den Nutzungs-

bedingungen nicht einverstanden“ sind. Aus dem gleichen Grund lehnen 13,8% der ZBW-Zielgruppe den Gebrauch von „Content Sharing/Cloud-Diensten“ wie Dropbox ab. Weitere 20,8% nutzen „Soziale Netzwerke“ deshalb nicht beruflich, weil sie diese Dienste für private Kommunikation nutzen und Privates und Berufliches voneinander trennen möchten. 25,9% der ZBW-Zielgruppe gibt an, „Wikipedia“ nicht zu nutzen, weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in der eigenen Disziplin nicht üblich ist.

TIB. Auch bei den Zielgruppen der TIB waren bei fast allen abgefragten Web 2.0-Diensten die am häufigsten genannten Gründe für die Nichtnutzung der Werkzeuge:

- „weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe“ und
- „weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe“

Tabelle 66: Vorrangige Gründe für die berufliche Nichtnutzung von Web 2.0-Werkzeugen nach Goportis-Fächergruppen; hier: TIB. Die Prozentangaben beziehen sich auf das jeweilig gültige n (also auf die Zahl derjenigen Personen, die hier geantwortet haben = n in Klammern hinter Web 2.0-Dienst)

TIB	weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe	weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe	weil ich mich bislang noch nicht damit beschäftigt habe	weil mir die Zeit fehlt, mich in die Anwendung einzuarbeiten	weil ich mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden bin	weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in meiner Disziplin nicht üblich ist	weil ich es für private Kommunikation nutze und Privates und Berufliches voneinander trennen möchte	aus anderen Gründen
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=848)	33,8%	6,8%	1,1%	0,6%	26,2%	4,1%	17,9%	3,2%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (n=604)	33,6%	18,9%	21,0%	4,3%	7,1%	1,8%	3,0%	3,1%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype) (n=438)	19,6%	44,5%	5,5%	3,0%	3,2%	3,7%	5,9%	5,5%
Microblogs (z.B. Twitter) (n=955)	58,8%	10,1%	6,4%	0,9%	5,3%	6,6%	2,6%	2,3%
Weblogs (n=673)	44,4%	17,4%	13,8%	2,7%	1,8%	5,1%	1,6%	4,6%
Wikipedia (n=35)	40,0%	8,6%	2,9%	0,0%	0,0%	22,9%	2,9%	14,3%
andere Wikis (n=251)	22,3%	26,7%	24,7%	4,4%	0,4%	6,4%	0,0%	7,2%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (n=475)	13,7%	22,7%	7,4%	1,1%	26,9%	4,8%	6,5%	9,7%
Online-Texteditoren (n=674)	33,4%	20,5%	14,8%	1,3%	15,1%	3,6%	0,6%	4,2%
Internetforen (n=351)	38,5%	22,5%	5,7%	2,6%	2,8%	7,4%	3,7%	8,5%
Mailinglisten (n=273)	31,9%	29,3%	14,3%	2,6%	0,4%	6,2%	0,0%	5,9%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=638)	30,1%	24,0%	3,6%	0,5%	6,0%	7,1%	13,8%	8,2%
Online-Archive/Datenbanken (n=207)	12,6%	21,7%	40,6%	7,7%	1,4%	4,3%	0,0%	2,9%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=333)	21,0%	29,4%	25,2%	10,2%	2,1%	2,4%	0,0%	3,3%
Social Bookmarking Services (n=455)	36,7%	17,6%	23,3%	2,9%	4,0%	3,5%	0,9%	4,4%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube etc.) (n=602)	41,9%	18,9%	2,7%	1,0%	5,5%	9,6%	9,6%	2,8%
Lernmanagementsysteme (n=421)	19,5%	32,3%	23,0%	6,2%	0,5%	4,8%	0,0%	5,0%

Mehrfachankreuzungen möglich. Die Gründe mit den häufigsten Nennungen wurden grau hinterlegt. k.A. wurden als Antwortmöglichkeit in obiger Tabelle aus Platzgründen nicht aufgenommen. Sie lassen sich durch die vorhandenen Prozentangaben errechnen.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n TIB=1.047)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Des Weiteren gab ein nennenswerter Anteil der TIB-Zielgruppe als Grund für die „Nichtnutzung“ an: „weil ich mich bislang noch nicht damit beschäftigt habe“ („Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (21,0%), Weblogs (13,8%), „andere Wikis“ (24,7%),

„Online-Texteditoren“ (14,8%), „Mailinglisten“ (14,3%), „Online-Archive/Datenbanken“ (40,6%), „Literaturverwaltung“ (25,2%), „Social Bookmarking Services“ (23,3%) sowie „Lernmanagementsysteme“ (23,0%).

„Soziale Netzwerke“ werden von 26,2 % der TIB-Zielgruppen nicht genutzt, weil die Befragten „mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden“ sind. Aus dem gleichen Grund lehnen 26,9% der TIB-Zielgruppen den Gebrauch von „Content Sharing/Cloud-Diensten“ wie Dropbox ab. 15,1% nutzen aus dem gleichen Grund keine „Online-Texteditoren“. Weitere 17,9% nutzen „Soziale Netzwerke“ deshalb nicht beruflich, weil sie diese Dienste für private Kommunikation nutzen und Privates und Berufliches voneinander trennen möchten.

22,9% der TIB-Zielgruppen gibt an, „Wikipedia“ nicht zu nutzen, weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in der eigenen Disziplin nicht üblich ist.

3.4 Wie erfahren die Befragten von neuen Online-Werkzeugen? – nach Goportis-Fächergruppen

Die Mehrzahl der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aller Goportis-Fächergruppen gibt an, dass sie besonders häufig durch „Kolleginnen und Kollegen“ sowie durch „Freunde und Bekannte“ von der Existenz neuer Online-Werkzeuge erfährt. Interessant ist, dass die eher naturwissenschaftlich orientierten „TIB-Kunden“ sich vergleichsweise häufig über IT-Zeitschriften über neue Online-Werkzeuge informieren (21,9%).

Tabelle 67: Wie erfahren die Befragten von neuen Online-Werkzeugen? – nach Goportis-Fächergruppen

	Goportis-Fächerschwerpunkte							
	ZB MED		ZBW		TIB		Gesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Kolleginnen/Kollegen	178	94,7%	654	87,2%	941	90,9%	1.773	89,9%
Freunde/Bekannte	143	76,1%	576	76,8%	765	73,9%	1.484	75,2%
Vorträge	48	25,5%	171	22,8%	233	22,5%	452	22,9%
andere Web 2.0-Tools	15	8,0%	150	20,0%	173	16,7%	338	17,1%
Fachzeitschriften (des eigenen Fachs)	31	16,5%	146	19,5%	204	19,7%	381	19,3%
IT-Zeitschriften	17	9,0%	119	15,9%	227	21,9%	363	18,4%
Sonstiges	12	6,4%	51	6,8%	78	7,5%	141	7,1%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006).
 Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

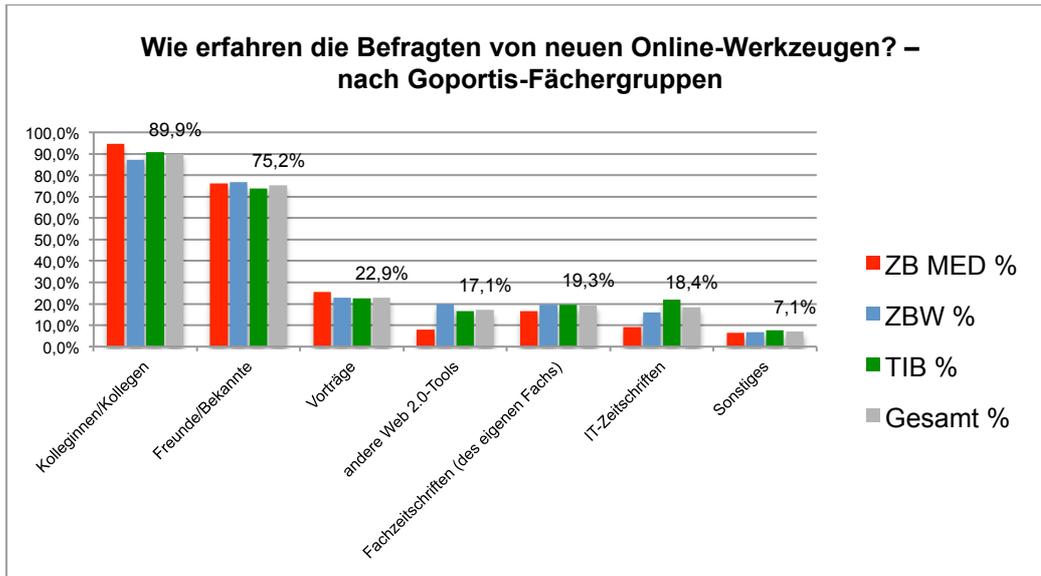


Abbildung 20: Wie erfahren die Befragten von neuen Online-Diensten?

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (Gesamt n=2.006).
 Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin u. Agrar- u. Umweltwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.5 Welche Endgeräte werden genutzt? – nach Goportis-Fächergruppen

Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler von allen drei Goportis-Fächergruppen greifen mittels ihres Notebooks und PCs besonders häufig auf die Web 2.0-Dienste zu. Hier unterscheiden sich die drei Fächergruppen kaum voneinander, wobei Personen, die der Gruppe ZBW angehören, den PC vergleichsweise weniger oft dafür einsetzen (69,1%) als die Angehörigen der anderen Fächergruppen (ZB MED: 86%, TIB: 80,6%).

Tabelle 68: Endgeräte mit denen auf Web 2.0-Dienste zugegriffen wird – nach Goportis-Fächergruppen

	Goportis-Fächerschwerpunkte							
	ZB MED		ZBW		TIB		Gesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
PC	166	86,0%	526	69,1%	841	80,6%	1533	76,7%
Notebook	168	87,0%	666	87,5%	861	82,5%	1695	84,8%
Smartphone	101	52,3%	452	59,4%	520	49,8%	1073	53,7%
Tablet	47	24,4%	289	38,0%	268	25,7%	604	30,2%
Sonstiges	0	0,0%	2	0,3%	1	0,1%	3	0,2%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Über die Hälfte der Befragten greift per Smartphone auf die Dienste zu (53,7%); wobei die meisten Smartphonebenutzer/innen in diesem Zusammenhang bei der ZBW-Klientel zu

finden sind (fast 60%). Der Trend zur mobilen Nutzung schlägt sich bei den Personen der ZBW-Fächergruppe auch bei der Nutzung von Tablets besonders deutlich nieder: 38% der ZBW-Kunden nutzen ein Tablet für den Zugriff auf Web 2.0-Dienste, wohingegen nur 24,4% der ZB MED-Kunden ein Tablet dafür nutzen und 25,7% der TIB-Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler.

3.6 Virtuelle Forschungsumgebungen – nach Goportis-Fächergruppen

Die meisten Befragten konnten mit dem Begriff der „Virtuellen Forschungsumgebung“ nichts anfangen (88,8%) und relativ wenige Personen haben davon schon einmal gehört (35%).

Keiner der Personen der ZB MED-Zielgruppen nutzt eine solche VF-Umgebung, wohingegen immerhin 3% der ZBW-Zielgruppe und 1,1% der TIB-Zielgruppen dieses Instrument nutzen.

Tabelle 69: Benutzung und Kenntnis von virtuellen Forschungsumgebungen

In jüngster Zeit wird propagiert, Virtuelle Forschungsumgebungen (VFU) einzusetzen. Benutzen Sie so etwas bzw. was verstehen Sie darunter?	ZB MED		ZBW		TIB		Gesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Ja, ich benutze eine Virtuelle Forschungsumgebung (VFU).	0	0,0%	23	3,0%	12	1,1%	35	1,7%
Nein, ich benutze keine VFU, habe allerdings schon von diesem Begriff gehört. Unter VFU verstehe ich demnach Folgendes:	20	10,4%	88	11,5%	81	7,7%	189	9,4%
Ich kann mit dem Begriff Ich kann mit dem Begriff VFU nichts anfangen.	172	89,9%	653	85,5%	953	91,1%	1.778	88,8%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4 Einstellungen zur Nutzung von Web 2.0-Diensten

Die Einstellungsskalen, die den Befragten in der Online-Erhebung präsentiert wurden, gehen zurück auf ein Inventar zur Messung der Computerbildung von Richter, Naumann und Groeben (2001). Die Inhalte der Rating-Skalen-Items wurden für die Untersuchung aber so modifiziert, dass sie auf Online-Dienste im Rahmen der Web 2.0-Nutzung angewendet werden können. Für eine theoretische Anbindung, siehe Pscheida & Köhler (2013), Venkatesh und Bala (2008) sowie Xu, Dinev, Smith und Hart (2011).

Für eine explorative Untersuchung der Motive der Nutzung bzw. Nicht-Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen unter Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, können diese Skalen sehr hilfreich sein und sind von hohem Wert für die Entwicklung weiterer Hypothesen. Die Items der Skalen werden hier u.a. für die Durchführung einer Clusteranalyse herangezogen. Mit Hilfe dieser Auswertungsmethode sollen bestimmte Nutzungstypen von Web 2.0-Werkzeugen ermittelt werden. Das heißt, es sollen verschiedene Wissenschaftlergruppen, die sich in ihren Merkmalen innerhalb ihres Clusters möglichst ähnlich sind und gegenüber anderen Clustergruppen in ihren Merkmalen möglichst unähnlich, identifiziert werden.

Die Basis für die Einstellungsskalen bildet das ursprüngliche Inventar zur Messung von Computerbildung (INCOBI) von Richter, Naumann und Groeben (2001) sowie dessen revidierte Fassung (INCOBI-R) aus dem Jahr 2010 (Richter, Naumann und Horz, 2010). Die im Online-Fragebogen verwendeten Items lassen sich den folgenden Konstrukten zuordnen (jeweils 5-stufige Rating-Skalen):

1. Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns

- „Ich mache mir Sorgen, dass Daten, die ich im Internet bereitstelle, missbraucht werden könnten.“
- „Wenn ich im Internet einkaufe, mache ich mir Sorgen, dass meine Kreditkarteninformationen entwendet werden könnten.“
- „Ich stelle ungern Informationen ins Internet, weil ich nicht weiß, was Andere mit ihnen machen könnten.“
- „Ich veröffentliche ungern Daten im Internet, weil diese auf Arten verwendet werden könnten, die ich nicht vorhersehen kann.“
- „Ich kenne die Nutzungsbedingungen der Web 2.0-Tools, die ich nutze.“

Skala: (1) stimme völlig zu – (2) stimme eher zu – (3) weder noch – (4) stimme eher nicht zu – (5) stimme nicht zu. Für die Auswertung wurde die Skala umgepolt: 1= stimme nicht zu bis 5=stimme völlig zu, sodass auf der Skala kleine Mittelwerte kleine Ausprägungen des gemessenen Merkmals bedeuten.

2. Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety

- „Es macht mich nervös, mit Sozialen Medien zu arbeiten.“
- „Der Gedanke, dass es beim fehlerhaften Gebrauch von Sozialen Medien zu Datenverlust kommen könnte, ängstigt mich.“
- „Wenn ich Soziale Medien nutze, habe ich Angst, Fehler zu machen, die ich nicht mehr korrigieren kann.“
- „Soziale Medien wirken auf mich etwas einschüchternd.“

Skala: (1) stimme völlig zu – (2) stimme eher zu – (3) weder noch – (4) stimme eher nicht zu – (5) stimme nicht zu. Für die Auswertung wurde die Skala umgepolt: 1= stimme nicht zu bis 5=stimme völlig zu, sodass auf der Skala kleine Mittelwerte kleine Ausprägungen des gemessenen Merkmals bedeuten.

3. Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity

- „Ich informiere mich so häufig wie möglich über technische Neuheiten, wie z.B. Smartphones, Computer, Software, Internet-Applikationen.“
- „Ich überlege häufig, wie ich technische Neuheiten für mich nutzen kann.“
- „Wenn mich eine technische Neuheit interessiert, dann informiere ich mich gründlich darüber.“
- „Freunde oder Bekannte beschreiben mich als technikinteressiert.“

Skala: (1) stimme völlig zu – (2) stimme eher zu – (3) weder noch – (4) stimme eher nicht zu – (5) stimme nicht zu. Für die Auswertung wurde die Skala umgepolt: 1= stimme nicht zu bis 5=stimme völlig zu, sodass auf der Skala kleine Mittelwerte kleine Ausprägungen des gemessenen Merkmals bedeuten.

4. Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy

Ich könnte eine Aufgabe mit Hilfe von Social Media erfüllen (z.B. eine Anfrage beantworten) ...

- ... auch wenn niemand da wäre, der mir sagt, wie ich dabei vorzugehen habe
- ... wenn ich jemanden um Hilfe bitten könnte, falls ich feststecke
- ... wenn ich genügend Zeit für die Nutzung hätte
- ... wenn ich nur die eingebaute Helfefunktion der Plattformen zur Unterstützung verwenden kann

Skala: (1) trifft völlig zu – (2) trifft eher zu – (3) weder noch – (4) trifft eher nicht zu – (5) trifft nicht zu. Für die Auswertung wurde die Skala umgepolt: 1= trifft nicht zu bis 5=trifft völlig zu, sodass kleine Mittelwerte kleine Ausprägungen auf der Skala bedeuten.

4.1 Ergebnisse der Einstellungsmessung – Gesamtstichprobe und Goportis-Fächergruppen

Die folgenden Tabellen geben die Ergebnisse der gemessenen Item-Mittelwerte für die einzelnen Konstrukte wieder.

4.1.1 Konstrukt: Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns

**Tabelle 70: Mittelwerte und Standardabweichung der Items des Konstrukts
„Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns“
(Skala: von 1= stimme nicht zu bis 5=stimme völlig zu)**

	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
„Ich mache mir Sorgen, dass Daten, die ich im Internet bereitstelle, missbraucht werden könnten.“	3.88	(1.12)	3.70	(1.18)	3.90	(1.13)	3.82	(1.15)
„Wenn ich im Internet einkaufe, mache ich mir Sorgen, dass meine Kreditkarteninformationen entwendet werden könnten.“	3.45	(1.15)	3.14	(1.20)	3.29	(1.17)	3.25	(1.18)
„Ich stelle ungern Informationen ins Internet, weil ich nicht weiß, was Andere mit ihnen machen könnten.“	3.86	(1.08)	3.46	(1.22)	3.68	(1.19)	3.61	(1.20)
„Ich veröffentliche ungern Daten im Internet, weil diese auf Arten verwendet werden könnten, die ich nicht vorhersehen kann.“	3.82	(1.10)	3.48	(1.23)	3.61	(1.22)	3.58	(1.22)
„Ich kenne die Nutzungsbedingungen der Web 2.0-Tools, die ich nutze.“	2.46	(1.18)	2.87	(1.19)	2.84	(1.22)	2.81	(1.21)

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin, Gesundheitswissenschaften, Ernährungs- Umwelt-, Forst- und Agrarwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047; Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.1.2 Konstrukt: Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety

**Tabelle 71: Mittelwerte und Standardabweichung der Items des Konstrukts
„Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety“
(Skala: von 1= stimme nicht zu bis 5=stimme völlig zu)**

	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
„Es macht mich nervös, mit Sozialen Medien zu arbeiten.“	2.46	(1.23)	2.17	(1.14)	2.35	(1.21)	2.29	(1.19)
„Der Gedanke, dass es beim fehlerhaften Gebrauch von Sozialen Medien zu Datenverlust kommen könnte, ängstigt mich.“	2.58	(1.18)	2.33	(1.18)	2.34	(1.21)	2.36	(1.20)
„Wenn ich Soziale Medien nutze, habe ich Angst, Fehler zu machen, die ich nicht mehr korrigieren kann.“	2.65	(1.26)	2.46	(1.21)	2.48	(1.22)	2.49	(1.22)
„Soziale Medien wirken auf mich etwas einschüchternd.“	2.09	(1.08)	1.92	(1.05)	1.98	(1.09)	1.97	(1.08)

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin, Gesundheitswissenschaften, Ernährungs- Umwelt-, Forst- und Agrarwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047; Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.1.3 Konstrukt: Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity

Tabelle 72: Mittelwerte und Standardabweichung der Items zum Konstrukt „Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity“
(Skala: von 1= stimme nicht zu bis 5=stimme völlig zu)

	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
„Ich informiere mich so häufig wie möglich über technische Neuheiten wie z.B. Smartphones, Computer, Software, Internet-Applikationen.“	2.63	(1.23)	2.90	(1.28)	3.13	(1.26)	3.00	(1.28)
„Ich überlege häufig, wie ich technische Neuheiten für mich nutzen kann.“	2.88	(1.24)	3.07	(1.28)	3.26	(1.22)	3.15	(1.25)
„Wenn mich eine technische Neuheit interessiert, dann informiere ich mich gründlich darüber.“	3.68	(1.13)	3.76	(1.08)	4.14	(.89)	3.95	(1.01)
„Freunde oder Bekannte beschreiben mich als technikinteressiert.“	2.87	(1.26)	2.92	(1.28)	3.65	(1.17)	3.30	(1.27)

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin, Gesundheitswissenschaften, Ernährungs- Umwelt-, Forst- und Agrarwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047; Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.1.4 Konstrukt: Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy

Tabelle 73: Mittelwerte und Standardabweichung der Items zum Konstrukt „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy“
(Skala: von 1= trifft nicht zu bis 5=trifft völlig zu)

	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
„... auch wenn niemand da wäre, der mir sagt, wie ich dabei vorzugehen habe“	3.54	(1.19)	3.91	(1.09)	4.02	(1.07)	3.94	(1.10)
„... wenn ich jemanden um Hilfe bitten könnte, falls ich feststecke“	3.51	(1.25)	3.63	(1.25)	3.61	(1.30)	3.61	(1.28)
„... wenn ich genügend Zeit für die Nutzung hätte“	3.67	(1.18)	3.89	(1.11)	3.82	(1.19)	3.83	(1.16)
„... wenn ich nur die eingebaute Hilfefunktion der Plattformen zur Unterstützung verwenden kann“	3.16	(1.20)	3.47	(1.17)	3.53	(1.23)	3.47	(1.21)

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin, Gesundheitswissenschaften, Ernährungs- Umwelt-, Forst- und Agrarwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047; Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.1.5 Mittelwerte der vier Einstellungsskalen nach Goportis-Fächergruppen

Tabelle 74: Mittelwerte der vier Einstellungsskalen

(Skala: von 1= stimme nicht zu / trifft nicht zu bis 5=stimme voll zu / trifft völlig zu)

	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED (n=193)		ZBW (n=766)		TIB (n=1.047)		Gesamt (n=2.006)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
- Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	3.49	(,74)	3.33	(,83)	3.47	(,78)	3.42	(,80)
- Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	2.46	(,95)	2.22	(,94)	2.29	(,97)	2.28	(,96)
- Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	3.04	(1,01)	3.17	(1,06)	3.56	(,94)	3.35	(1,01)
- Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	3.51	(,99)	3.75	(,89)	3.78	(,95)	3.74	(,93)

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin, Gesundheitswissenschaften, Ernährungs- Umwelt-, Forst- und Agrarwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047; Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

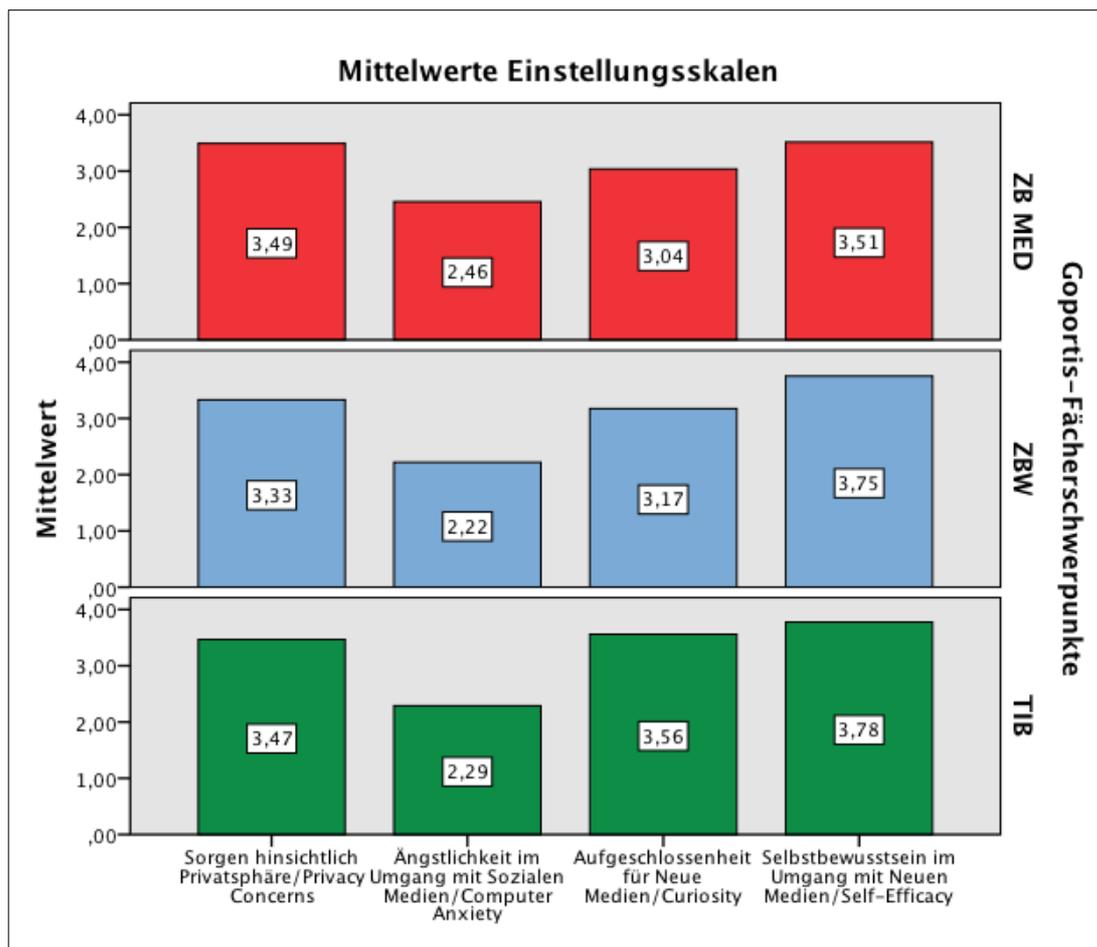


Abbildung 21: Mittelwerte Einstellungsskalen nach Goportis-Fachgruppen

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin, Gesundheitswissenschaften, Ernährungs- Umwelt-, Forst- und Agrarwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n=2.006); ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047; (Skala: von 1= stimme nicht zu / trifft nicht zu bis 5=stimme voll zu / trifft völlig zu
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Signifikante Unterschiede:

Tabelle 75: Signifikante Unterschiede in den Mittelwerten der vier Einstellungsskalen zwischen den Skalenwerten der drei Goportis-Fächergruppen

Mehrfachvergleiche (mit Bonferroni-Korrektur)								
Abhängige Variable	(I)	(J)	Mittlere Differenz (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall		
	Goportis-Fächer-schwer-punkte	Goportis-Fächer-schwer-punkte				Untergrenze	Obergrenze	
Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	ZB MED	ZBW	,169*	,064	,026	,015	,323	
		TIB	,031	,062	1,000	-,119	,180	
	ZBW	ZB MED	-,169*	,064	,026	-,323	-,015	
		TIB	-,138*	,038	,001	-,229	-,047	
	TIB	ZB MED	-,031	,062	1,000	-,180	,119	
		ZBW	,138*	,038	,001	,047	,229	
	Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	ZB MED	ZBW	,222*	,078	,013	,036	,409
			TIB	,154	,076	,128	-,028	,336
ZBW		ZB MED	-,222*	,078	,013	-,409	-,036	
		TIB	-,069	,046	,403	-,178	,041	
TIB		ZB MED	-,154	,076	,128	-,336	,028	
		ZBW	,069	,046	,403	-,041	,178	
Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity		ZB MED	ZBW	-,149	,081	,197	-,342	,045
			TIB	-,534*	,079	,000	-,722	-,346
	ZBW	ZB MED	,149	,081	,197	-,045	,342	
		TIB	-,385*	,047	,000	-,499	-,272	
	TIB	ZB MED	,534*	,079	,000	,346	,722	
		ZBW	,385*	,047	,000	,272	,499	
	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	ZB MED	ZBW	-,243*	,077	,005	-,427	-,060
			TIB	-,261*	,075	,001	-,439	-,082
ZBW		ZB MED	,243*	,077	,005	,060	,427	
		TIB	-,017	,045	1,000	-,125	,090	
TIB		ZB MED	,261*	,075	,001	,082	,439	
		ZBW	,017	,045	1,000	-,090	,125	

*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant grau unterlegte Zellen)

Lesebeispiel: Die Zielgruppe der TIB besitzt signifikant höhere Mittelwerte auf der Skala „Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity“. Das bedeutet: Die Zielgruppe der TIB ist „Neuen Medien“ gegenüber aufgeschlossener (M=3,56), als die Zielgruppe der ZB MED (M=3,04) oder die Zielgruppe der ZBW (3,17), $p < .05$.

4.1.6 Reliabilitätsstatistik der Skalen

Bis auf das Konstrukt „Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns“, weisen alle Skalen zufriedenstellende Reliabilitätskennwerte auf (Cronbachs Alpha), d.h. die Items korrelieren miteinander ausreichend hoch. So kann davon ausgegangen werden, dass hier innerhalb der Skalen-Items das gleiche Konstrukt gemessen wird.

Tabelle 76: Reliabilitätsstatistik der Skalen

	Reliabilitätsstatistik		
	Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha für standardisierte Items	Anzahl Items
„Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns“ (Variable sorgen_privacy)	,688	,690	5
„Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety“ (Variable angst_soamed) ⁸	,828	,829	4
„Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity“ (Variable aufge_curiosity)	,858	,857	4
„Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy“ (Variable selbstwirk)	,784	,782	4

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.2 Ergebnisse Einstellungsskalen nach demografischen Variablen

4.2.1 Einstellung und Geschlecht

Es zeigten sich signifikante Unterschiede in den Ausprägungen der Einstellungsskalen zwischen den Geschlechtern: Wissenschaftlerinnen machen sich mehr „Sorgen hinsichtlich ihrer Privatsphäre“ (Frauen: M=3,54 vs. Männer: M=3,37) und sind auch insgesamt „ängstlicher im Umgang mit Sozialen Medien“ (Frauen: M=2,38 vs. Männer: M=2,24). Wissenschaftler sind „Neuen Medien gegenüber aufgeschlossener“ und „neugieriger“ als ihre Kolleginnen (Frauen: M=3,57 vs. Männer: M=2,86). Das „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ bzw. die „Selbstwirksamkeitsüberzeugungen“ ist/sind bei Frauen jedoch etwas höher ausgeprägt als bei den Männern (Frauen: M=3,82 vs. Männer: M=3,71), sämtliche $p < .05$.

⁸ In den nachfolgenden Teilen der Auswertung wird statt „angst_soamed“ teilweise die Variablenbezeichnung „angst_neumed“ benutzt. Beide „Abkürzungen“ stehen aber für die gleiche Skala: „Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety“.

Die Mittelwerte für die Gesamtstichprobe und die einzelnen Einrichtungen können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Tabelle 77: Mittelwerte der vier Einstellungsskalen nach Geschlecht und Goportis-Fächergruppe

(Skala: von 1= stimme nicht zu / trifft nicht zu bis 5=stimme voll zu / trifft völlig zu).

		Goportis-Fächergruppen											
		ZB MED (n=193)			ZBW (n=766)			TIB (n=1.047)			Gesamt (n=2.006)		
		n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD
- Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/ Privacy Concerns	weiblich	94	3.57	,72	270	3.47	,85	253	3.61	,72	617	3.54	,78
	männlich	96	3.44	,75	485	3.25	,81	787	3.43	,80	1368	3.37	,80
- Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/ Computer Anxiety	weiblich	94	2.54	,91	270	2.34	,95	253	2.37	,95	617	2.38	,94
	männlich	96	2.37	,98	485	2.16	,92	787	2.27	,98	1368	2.24	,96
- Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	weiblich	94	2.69	,93	270	2.73	,98	253	3.07	,90	617	2.86	,95
	männlich	96	3.34	,99	485	3.40	1,03	787	3.70	,90	1368	3.57	,96
- Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	weiblich	94	3.55	,97	270	3.78	,80	253	3.97	,81	617	3.82	,84
	männlich	96	3.46	1,02	485	3.74	,94	787	3.71	,98	1368	3.71	,97

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin, Gesundheitswissenschaften, Ernährungs- Umwelt-, Forst- und Agrarwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006);
 Personen, die keine Angaben zu ihrem Geschlecht machten, wurden in obiger Tabelle nicht aufgeführt; Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

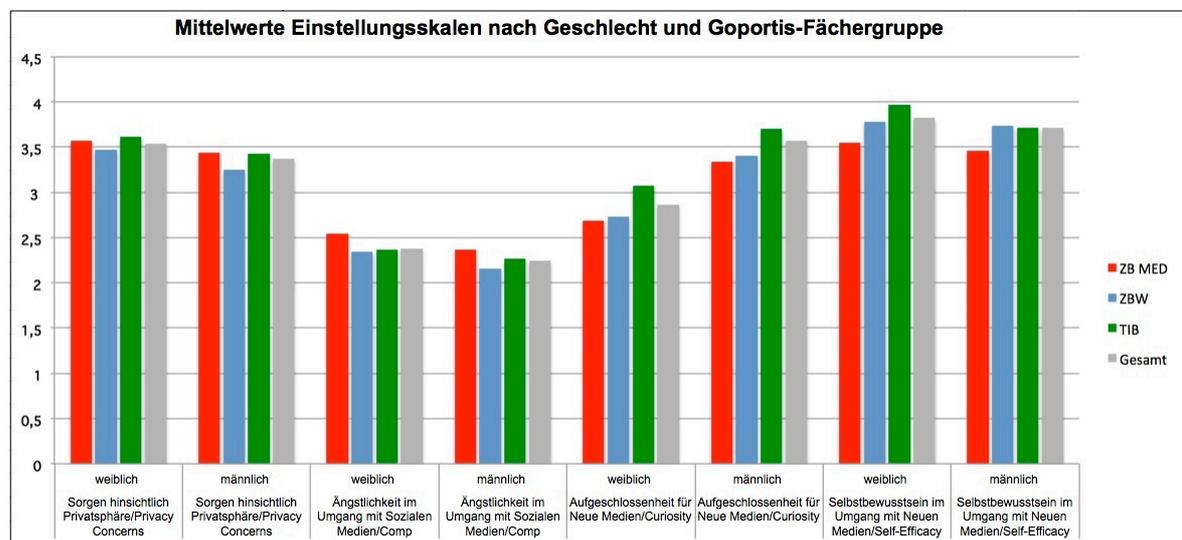


Abbildung 22: Einstellungsskalen nach Geschlecht und Goportis-Fächergruppe

Goportis-Fächergruppen: ZB MED: Humanmedizin, Gesundheitswissenschaften, Ernährungs- Umwelt-, Forst- und Agrarwissenschaften, ZBW: Wirtschaftswissenschaften, TIB: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik u. Architektur
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); ZB MED n=193, ZBW n=766, TIB n=1047; (Skala: von 1= stimme nicht zu / trifft nicht zu bis 5=stimme voll zu / trifft völlig zu
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.2.2 Einstellung und Alter

Es gibt einen signifikant negativen Zusammenhang des Konstrukts „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ und der Altersvariable (Alter in Jahren). Der Effekt ist zwar mit $r = -.273$ klein bis mittel⁹, aber dennoch substantiell, $p < .01$. Tendenziell gilt also: Je älter die Befragten, desto geringer die Selbstwirksamkeitsüberzeugung bzw. das „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“.

Ein signifikanter Zusammenhang findet sich auch zwischen der Variable „Alter“ und der Skala „Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien“; $r = .110$, $p < .01$. Ein kleiner Effekt, der in der Tendenz besagt: Je älter die Befragten, desto ängstlicher sind sie im Umgang mit „Sozialen Medien“.

Tabelle 78: Korrelation zwischen der Variable Alter und den Einstellungskonstrukten

		Korrelationen				
		Z-Wert: Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/ Privacy Concerns	Z-Wert: Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/ Computer Anxiety	Z-Wert: Aufgeschlos- senheit für Neue Medien/ Curio- sity	Z-Wert: Selbstbewusst- sein im Umgang mit Neuen Medien/ Self- Efficacy	Z-Wert(alter) Alter (in Jahren)
Z-Wert: Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	Korrelation nach Pearson	1	,325**	,073**	-,020	,012
	Signifikanz (2-seitig)		,000	,001	,383	,595
	Quadratsummen und Kreuzprodukte	1991,000	640,057	145,544	-38,361	23,664
	Kovarianz	1,000	,325	,073	-,020	,012
	N	1992	1971	1983	1946	1971
Z-Wert: Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	Korrelation nach Pearson	,325**	1	-,146**	-,104**	,110**
	Signifikanz (2-seitig)	,000		,000	,000	,000
	Quadratsummen und Kreuzprodukte	640,057	1970,000	-286,414	-198,715	213,289
	Kovarianz	,325	1,000	-,146	-,103	,109
	N	1971	1971	1962	1929	1954
Z-Wert: Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	Korrelation nach Pearson	,073**	-,146**	1	,176**	-,011
	Signifikanz (2-seitig)	,001	,000		,000	,630
	Quadratsummen und Kreuzprodukte	145,544	-286,414	1987,000	340,889	-21,433
	Kovarianz	,073	-,146	1,000	,175	-,011
	N	1983	1962	1988	1948	1965
Z-Wert: Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	Korrelation nach Pearson	-,020	-,104**	,176**	1	-,273**
	Signifikanz (2-seitig)	,383	,000	,000		,000
	Quadratsummen und Kreuzprodukte	-38,361	-198,715	340,889	1947,000	-522,431
	Kovarianz	-,020	-,103	,175	1,000	-,271
	N	1946	1929	1948	1948	1928
Z-Wert(alter) Alter (in Jahren)	Korrelation nach Pearson	,012	,110**	-,011	-,273**	1
	Signifikanz (2-seitig)	,595	,000	,630	,000	
	Quadratsummen und Kreuzprodukte	23,664	213,289	-21,433	-522,431	1982,000
	Kovarianz	,012	,109	-,011	-,271	1,000
	N	1971	1954	1965	1928	1983

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006);
abweichende n in Tabelle = Anzahl gültiger Fälle.

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

⁹ Nach Cohen (1988) gilt ein r ab .1 als kleiner Effekt, ab .3 als mittlerer Effekt und ab .5 als großer Effekt. Dabei steigt das Maß der aufgeklärten Varianz (r^2). Ein $r = .5$ bedeutet, dass durch Variable B 25% der Varianz von Variable A aufgeklärt werden. 75% der Varianz hängen mit anderen Einflussgrößen zusammen.

Die beiden signifikanten Effekte bzw. Zusammenhänge lassen sich auch für die Teilstichproben der einzelnen Goportis-Fächergruppen replizieren. Die Höhe des korrelativen Zusammenhangs fällt allerdings leicht unterschiedlich aus:

Tabelle 79: Korrelation zwischen der Variable Alter und den Einstellungskonstrukten

		Z-Wert: Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/ Privacy Concerns	Z-Wert: Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/ Computer Anxiety	Z-Wert: Aufgeschlossenheit für Neue Medien/ Curiosity	Z-Wert: Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/ Self-Efficacy
ZB MED	Korrelation n. Pearson	,046	,200**	,058	-,224**
Z-Wert: Alter	N	188	185	184	180
ZBW	Korrelation n. Pearson	-,024	,076*	,051	-,243**
Z-Wert: Alter	N	750	747	750	737
TIB	Korrelation n. Pearson	,045	,119**	-,035	-,299**
Z-Wert: Alter	N	1033	1022	1031	1011

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); abweichende n in Tabelle = Anzahl gültiger Fälle.
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.2.3 Einstellungen und wissenschaftlicher Status

Signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen mit unterschiedlich wissenschaftlichem Status konnte nur bei der Skala „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ beobachtet werden.

„Doktoranden/innen“ (M=3,94) und die Gruppe der „Doktoranden/innen die gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in sind“ (M=3,93), verfügen über ein höheres „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ als die Gruppe der „Privatdozenten“ (M=3,22), $p < .05$.

„Doktorandinnen und Doktoranden“ (M=3,94) sowie die Gruppe „Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ (M=3,93), haben ein größeres „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ als „Professorinnen und Professoren“ (M=3,51); die Unterschiede sind signifikant, $p < .05$.

Tabelle 80: Skalenmittelwerte der Einstellungen nach wissenschaftlichem Status und Goportis-Fächergruppen

		Goportis-Fächerschwerpunkte									Gesamt		
		ZB MED			ZBW			TIB			n	M	SD
		n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD			
Akademischer Rat	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	8	3.58	.47	22	3.42	.79	39	3.58	.81	69	3.53	.77
	Angstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	8	2.69	.85	22	2.16	.96	39	2.35	1.06	69	2.33	1.00
	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	8	2.92	1.11	22	2.98	.97	39	3.83	.83	69	3.45	1.00
Doktorand/in	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	8	3.80	.41	22	3.76	1.03	39	3.68	1.00	69	3.72	.96
	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	22	3.51	.92	18	3.13	.77	84	3.50	.80	124	3.45	.82
	Angstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	22	2.58	.94	18	2.39	.95	84	2.39	1.08	124	2.42	1.03
Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	22	2.84	.94	18	2.96	1.19	84	3.42	.89	124	3.25	.97
	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	22	3.50	1.08	18	3.94	1.09	84	4.04	.77	124	3.94	.90
	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	39	3.51	.73	235	3.37	.80	303	3.47	.77	577	3.43	.78
Postdoktorand/in	Angstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	39	2.24	.91	235	2.15	.94	303	2.22	.89	577	2.19	.91
	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	39	3.15	.97	235	3.15	1.12	303	3.65	.91	577	3.41	1.03
	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	39	4.01	.77	235	3.89	.90	303	3.95	.88	577	3.93	.88
Privatdozent/in	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	11	3.47	.68	40	3.27	.81	61	3.21	.82	112	3.26	.80
	Angstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	11	2.39	1.10	40	2.11	.88	61	2.22	.92	112	2.20	.92
	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	11	2.57	1.01	40	3.13	1.01	61	3.25	1.04	112	3.14	1.04
Jun.-Professor/in	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	11	3.29	1.20	40	3.74	.94	61	3.84	.89	112	3.75	.95
	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	10	3.52	.65	0	.	.	13	3.58	.72	23	3.56	.68
	Angstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	10	2.50	.91	0	.	.	13	2.10	.76	23	2.26	.83
Professor/in	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	10	3.38	1.22	0	.	.	13	3.44	1.06	23	3.41	1.11
	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	10	3.38	.80	0	.	.	13	3.08	1.09	23	3.22	.95
	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	0	.	.	6	3.30	1.05	13	3.14	.91	19	3.19	.93
Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	Angstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	0	.	.	6	2.42	.65	13	2.71	1.02	19	2.62	.91
	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	0	.	.	6	3.25	1.17	13	3.62	.92	19	3.50	.99
	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	0	.	.	6	3.50	.59	13	3.58	1.00	19	3.56	.88
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	32	3.36	.71	288	3.29	.87	107	3.48	.81	427	3.34	.84
	Angstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	32	2.60	1.11	288	2.31	.94	107	2.35	1.09	427	2.34	.99
	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	32	2.76	1.00	288	3.24	.98	107	3.38	.97	427	3.24	.99
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	32	3.10	.99	288	3.59	.84	107	3.43	1.05	427	3.51	.92
	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	4	3.25	.72	1	4.00	.	21	3.40	.71	26	3.40	.69
	Angstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	4	2.06	.83	1	3.50	.	21	2.18	.88	26	2.21	.88
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	4	2.50	.89	1	1.00	.	21	3.48	.96	26	3.22	1.09
	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	4	3.56	1.78	1	3.00	.	21	4.18	.82	26	4.04	1.02
	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns	63	3.61	.75	143	3.37	.83	370	3.51	.77	576	3.49	.78
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	Angstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety	63	2.44	.91	143	2.20	.93	370	2.31	.98	576	2.30	.96
	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity	63	3.15	1.00	143	3.12	1.09	370	3.57	.93	576	3.41	1.00
	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	63	3.42	.96	143	3.86	.87	370	3.69	.96	576	3.71	.95

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006); abweichende n in Tabelle = Anzahl gültiger Fälle. Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Im Prinzip konnten die Unterschiede in den Teilstichproben der Goportis-Fächergruppen repliziert werden. „Doktoranden/innen“, die Gruppe „Doktoranden/innen und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ sowie „Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ gehören zu den Funktionsgruppen mit den höchsten Werten auf der Skala „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“.

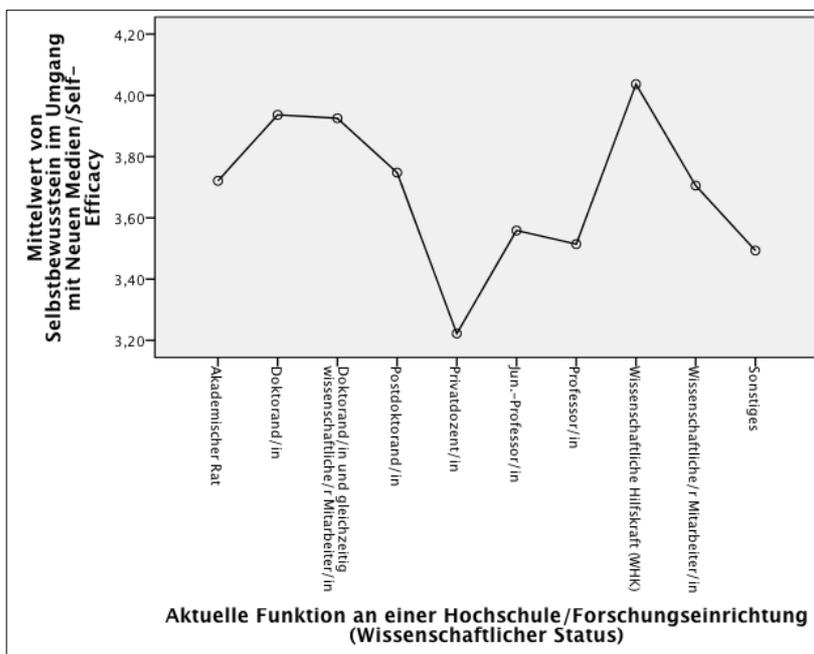


Abbildung 23: Gesamtstichprobe - Einstellungsmessung: Skala „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ (Selbstwirksamkeit) und wissenschaftlicher Status

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006) Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

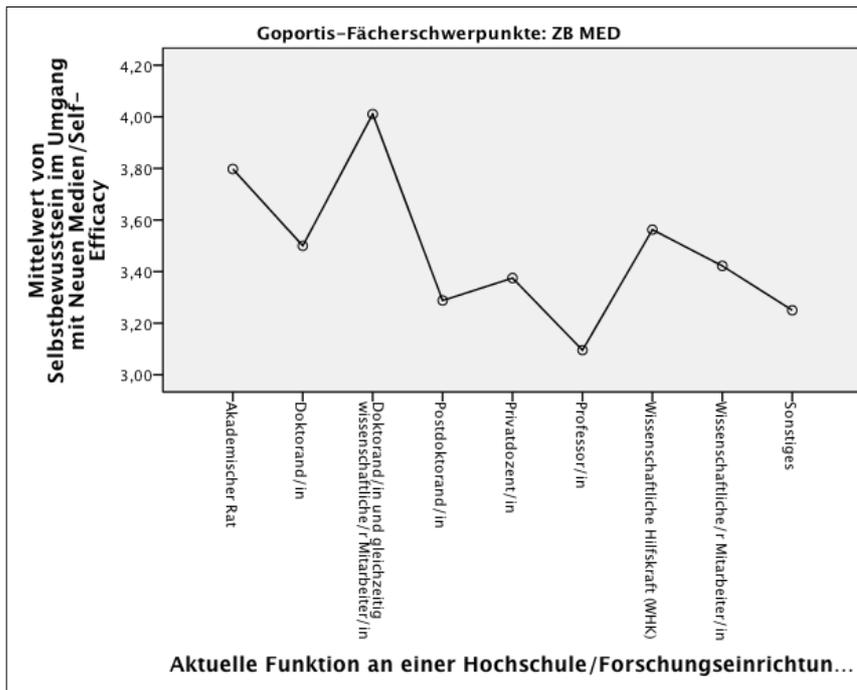


Abbildung 24: ZB MED - Einstellungsmessung: Skala „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ (Selbstwirksamkeit) und wissenschaftlicher Status

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

ZB MED: Einziger signifikanter Unterschied: „Doktoranden/innen und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ (M=4,01) haben mehr „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien als Professorinnen u. Professoren (M=3,1).

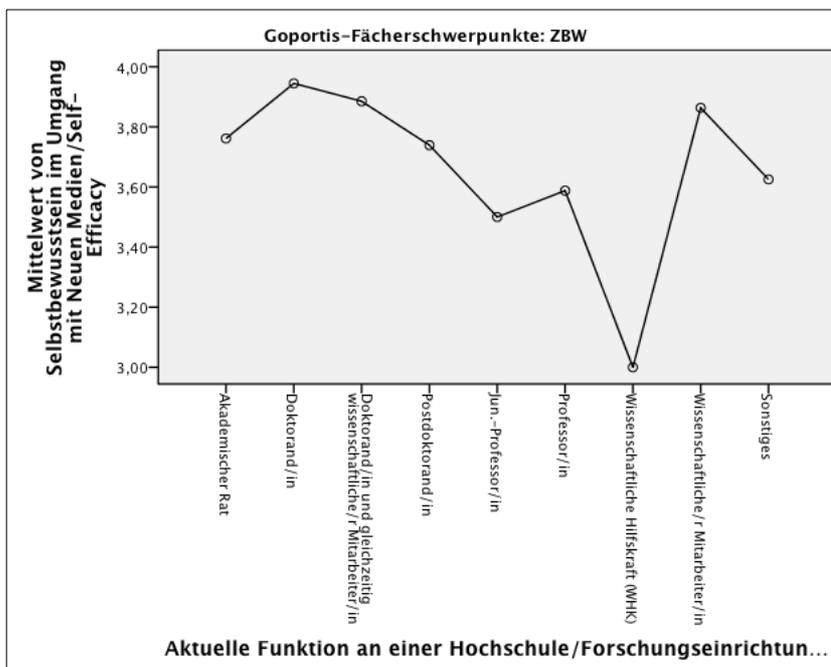


Abbildung 25: ZBW - Einstellungsmessung: Skala „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ (Selbstwirksamkeit) und wissenschaftlicher Status

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

ZBW: Der einzige signifikante Unterschied zeigte sich zwischen der Gruppe der Personen, die „Doktoranden/innen und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ waren ($M=3,89$) und der Gruppe der „Professorinnen und Professoren“ ($M=3,59$), $p<.05$.

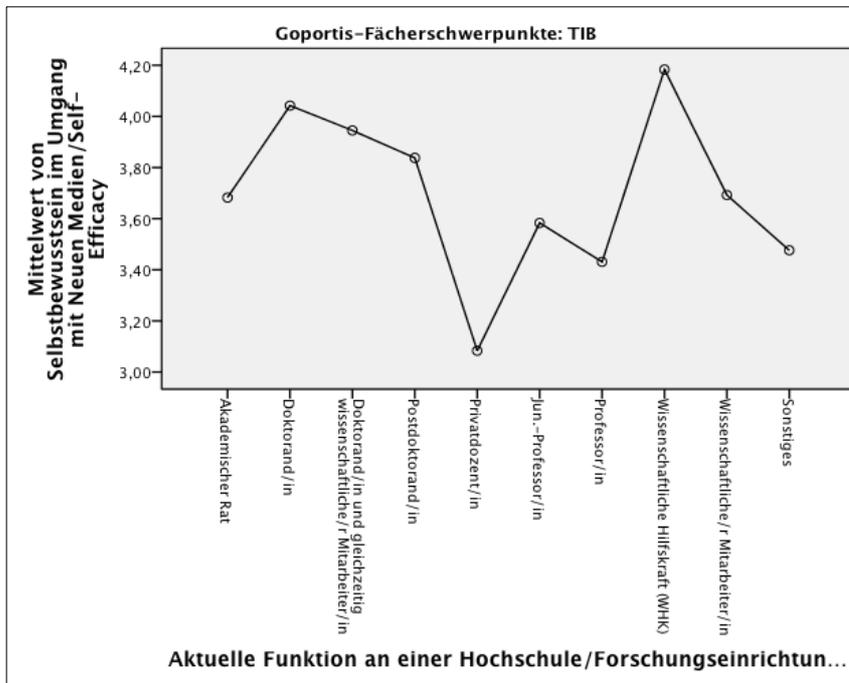


Abbildung 26: TIB - Einstellungsmessung: Skala „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ (Selbstwirksamkeit) und wissenschaftlicher Status

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

TIB: Ein signifikanter Unterschied zeigte sich zwischen „Doktoranden/innen“ ($M=4,04$) und „Professorinnen und Professoren“ ($M=3,43$), $p<.05$; ebenso zeigte sich ein signifikanter Unterschied zwischen „Doktoranden/innen und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ ($M=3,95$) und „Professorinnen und Professoren“ ($M=3,43$).

5 Nutzungstypen (Typische Nutzer/innen von Web 2.0-Diensten)

Das folgende Kapitel beschreibt das Vorgehen zur Identifizierung von typischen Nutzern von Web 2.0-Werkzeugen bzw. die Charakterisierung von Nutzungstypen innerhalb der Stichprobe der befragten Personen. Zum einen wurde hier ein simples Verfahren angewendet, welches bestimmte Nutzungstypen anhand der Nutzungsintensität von Web 2.0-Diensten und einiger ausgewählter demografischer Variablen beschreibt (Kap 5.1). Zum anderen wurde hier eine clusteranalytische Lösung mit den wichtigsten Basisvariablen durchgeführt (Kap. 5.2).

5.1 Einteilung in drei verschiedene Nutzungstypen

Ein simple Möglichkeit Nutzungstypen zu bilden besteht darin, die Befragten in drei verschiedene Gruppen zu unterteilen, die sich danach unterscheiden, wie intensiv Web 2.0-Dienste genutzt werden (vgl. Tab. 81).

Tabelle 81: Nutzungstypen nach Nutzungsintensität (durchschnittliche Nutzungsintensität über alle Web 2.0-Dienste)

	Nutzungstypen	Intensität der Web-2.0-Nutzung
1.	„Intensivnutzer“	Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die mehrmals täglich/mind. täglich Web 2.0-Dienste nutzen
2.	„Durchschnittsnutzer“	Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die mehrmals wöchentlich/mind. wöchentlich Web 2.0-Dienste nutzen
3.	„Gelegenheitsnutzer“ (bzw. „Gelegentliche Nutzer“)	Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die monatlich/seltener als monatlich Web 2.0-Dienste nutzen

Folgt man der obigen Einteilung, dann stellt man fest, dass die Stichprobe aus einer großen Gruppe von „Durchschnittlichen Nutzern“ (80,7%) besteht, aus einer kleinen bis mittelgroßen Gruppe von „Intensivnutzern“ (13,4%) sowie aus einer kleinen Gruppe von „Gelegentlichen Nutzern“ (5,9%).

Tabelle 82: Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung und Goportis-Fächergruppen

	Goportis-Fächergruppen							
	ZB MED		ZBW		TIB		Gesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Gelegentlicher Nutzer (monatlich / seltener als monatlich)	12	6,3%	51	6,7%	55	5,3%	118	5,9%
Durchschnittlicher Nutzer (mehrmals wöchentlich / mind. wöchentlich)	161	83,9%	609	79,6%	845	80,9%	1.615	80,7%
Intensivnutzer (mehrmals täglich / mind. täglich)	19	9,9%	105	13,7%	145	13,9%	269	13,4%
Gesamt	192	100,0%	765	100,0%	1.045	100,0%	2.002	100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n=2.006; Gültiges n=2002). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

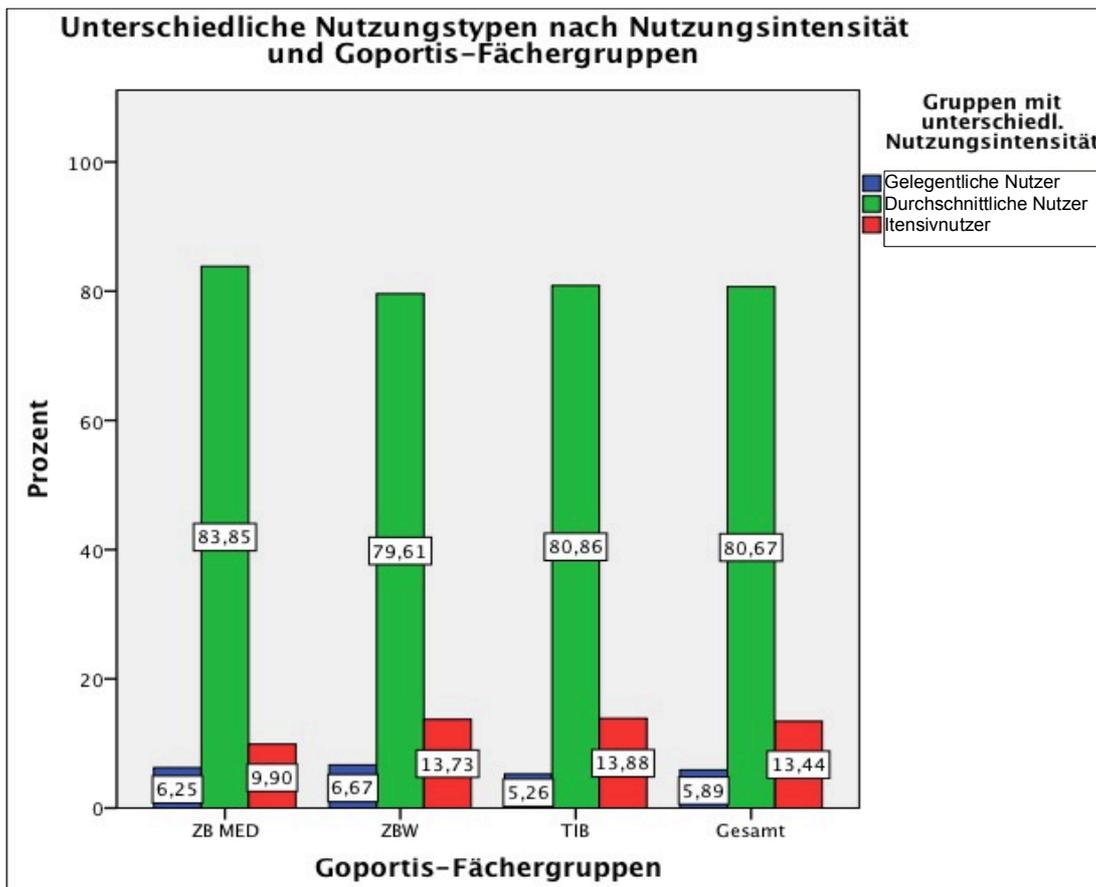


Abbildung 27: Nutzungstypen von Web2.0-Werkzeugen

(„Gelegentlicher Nutzer“ (n=118)=monatlich u. seltener, „Durchschnittlicher Nutzer“ (n=1.615)= wöchentlich bis mehrfach wöchentlich, „Intensivnutzer“ (n=269)=täglich bis mehrfach täglich)
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Die nachfolgende Tabelle liefert eine Betrachtung der Ergebnisse für die verschiedenen Nutzungstypen unter Berücksichtigung der wichtigsten demografischen Variablen (Geschlecht, Altersgruppen und wiss. Funktion).

Tabelle 83: Gesamtstichprobe - Nutzungstypen und demografische Variablen

		Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung							
		Ausprägungen der Variablen Geschlecht, Altersgruppen und Funktion							
		Gelegentliche Nutzer/innen		Durchschnittl. Nutzer/innen		Intensivnutzer/innen		Gesamt	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Geschl.	weiblich	50	43,5%	512	32,0%	55	20,6%	617	31,1%
	männlich	65	56,5%	1.087	68,0%	212	79,4%	1364	68,9%
Altersgruppen	20-24 Jahre	0	0,0%	16	1,0%	7	2,6%	23	1,2%
	25-29 Jahre	30	26,1%	447	28,0%	68	25,6%	545	27,5%
	30-34 Jahre	26	22,6%	384	24,0%	79	29,7%	489	24,7%
	35-39 Jahre	12	10,4%	161	10,1%	24	9,0%	197	9,9%
	40-44 Jahre	6	5,2%	142	8,9%	17	6,4%	165	8,3%
	45-49 Jahre	10	8,7%	140	8,8%	25	9,4%	175	8,8%
	50-54 Jahre	8	7,0%	126	7,9%	21	7,9%	155	7,8%
	55-59 Jahre	10	8,7%	90	5,6%	11	4,1%	111	5,6%
	60+ Jahre	13	11,3%	93	5,8%	14	5,3%	120	6,1%
Aktuelle Funktion (Wissenschaftlicher Status)	Akademischer Rat	1	0,9%	59	3,7%	9	3,5%	69	3,5%
	Doktorand/in	4	3,5%	108	6,9%	12	4,6%	124	6,4%
	Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r								
	Mitarbeiter/in	26	22,6%	460	29,2%	91	35,1%	577	29,6%
	Postdoktorand/in	8	7,0%	90	5,7%	14	5,4%	112	5,7%
	Privatdozent/in	1	0,9%	17	1,1%	5	1,9%	23	1,2%
	Jun.-Professor/in	0	0,0%	18	1,1%	1	0,4%	19	1,0%
	Professor/in	30	26,1%	345	21,9%	50	19,3%	425	21,8%
	Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	3	2,6%	17	1,1%	6	2,3%	26	1,3%
	Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen	42	36,5%	461	29,3%	71	27,4%	574	29,5%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 84: ZB MED - Nutzungstypen und demografische Variablen

		Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung Ausprägungen der Variablen Geschlecht, Altersgruppen und Funktion							
		Gelegentliche Nutzer/innen		Durchschnittl. Nutzer/innen		Intensivnutzer/innen		Gesamt	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Geschl.	weiblich	7	63,6%	79	49,7%	8	42,1%	94	49,7%
	männlich	4	36,4%	80	50,3%	11	57,9%	95	50,3%
Altersgruppen	20-24 Jahre	0	0,0%	1	0,6%	0	0,0%	1	0,5%
	25-29 Jahre	1	9,1%	43	27,2%	3	15,8%	47	25,0%
	30-34 Jahre	3	27,3%	33	20,9%	3	15,8%	39	20,7%
	35-39 Jahre	3	27,3%	12	7,6%	1	5,3%	16	8,5%
	40-44 Jahre	1	9,1%	15	9,5%	1	5,3%	17	9,0%
	45-49 Jahre	1	9,1%	14	8,9%	5	26,3%	20	10,6%
	50-54 Jahre	0	0,0%	14	8,9%	4	21,1%	18	9,6%
	55-59 Jahre	1	9,1%	13	8,2%	0	0,0%	14	7,4%
60+ Jahre	1	9,1%	13	8,2%	2	10,5%	16	8,5%	
Aktuelle Funktion (Wissenschaftlicher Status)	Akademischer Rat	0	0,0%	6	3,8%	2	10,5%	8	4,3%
	Doktorand/in	1	8,3%	20	12,7%	1	5,3%	22	11,7%
	Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r								
	Mitarbeiter/in	2	16,7%	34	21,7%	3	15,8%	39	20,7%
	Postdoktorand/in	0	0,0%	11	7,0%	0	0,0%	11	5,9%
	Privatdozent/in	0	0,0%	10	6,4%	0	0,0%	10	5,3%
	Jun.-Professor/in	-	-	-	-	-	-	-	-
	Professor/in	5	41,7%	22	14,0%	5	26,3%	32	17,0%
	Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	0	0,0%	4	2,5%	0	0,0%	4	2,1%
	Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen	4	33,3%	50	31,8%	8	42,1%	62	33,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 85: ZBW - Nutzungstypen und demografische Variablen

		Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung							
		Ausprägungen der Variablen Geschlecht, Altersgruppen und Funktion							
		Gelegentliche Nutzer/innen		Durchschnittl. Nutzer/innen		Intensivnutzer/innen		Gesamt	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Geschl.	weiblich	23	46,9%	223	37,0%	24	23,3%	270	35,8%
	männlich	26	53,1%	379	63,0%	79	76,7%	484	64,2%
Altersgruppen	20-24 Jahre	0	0,0%	4	0,7%	0	0,0%	4	0,5%
	25-29 Jahre	15	30,0%	147	24,4%	32	31,1%	194	25,7%
	30-34 Jahre	12	24,0%	135	22,4%	27	26,2%	174	23,0%
	35-39 Jahre	3	6,0%	59	9,8%	11	10,7%	73	9,7%
	40-44 Jahre	1	2,0%	59	9,8%	7	6,8%	67	8,9%
	45-49 Jahre	5	10,0%	72	12,0%	8	7,8%	85	11,3%
	50-54 Jahre	5	10,0%	53	8,8%	8	7,8%	66	8,7%
	55-59 Jahre	2	4,0%	33	5,5%	4	3,9%	39	5,2%
	60+ Jahre	7	14,0%	40	6,6%	6	5,8%	53	7,0%
Aktuelle Funktion (Wissenschaftlicher Status)	Akademischer Rat	0	0,0%	19	3,2%	3	3,0%	22	2,9%
	Doktorand/in	1	2,0%	14	2,3%	3	3,0%	18	2,4%
	Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r								
	Mitarbeiter/in	15	30,6%	176	29,2%	44	43,6%	235	31,3%
	Postdoktorand/in	5	10,2%	31	5,1%	4	4,0%	40	5,3%
	Privatdozent/in	-	-	-	-	-	-	-	-
	Jun.-Professor/in	0	0,0%	6	1,0%	0	0,0%	6	0,8%
	Professor/in	16	32,7%	241	40,0%	30	29,7%	287	38,2%
	Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	0	0,0%	1	0,2%	0	0,0%	1	0,1%
	Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen	12	24,5%	114	18,9%	17	16,8%	143	19,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 86: TIB - Nutzungstypen und demografische Variablen

		Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung							
		Ausprägungen der Variablen Geschlecht, Altersgruppen und Funktion							
		Gelegentliche Nutzer/innen		Durchschnittl. Nutzer/innen		Intensivnutzer/innen		Gesamt	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Geschl.	weiblich	20	36,4%	210	25,1%	23	15,9%	253	24,4%
	männlich	35	63,6%	628	74,9%	122	84,1%	785	75,6%
Altersgruppen	20-24 Jahre	0	0,0%	11	1,3%	7	4,9%	18	1,7%
	25-29 Jahre	14	25,9%	257	30,6%	33	22,9%	304	29,3%
	30-34 Jahre	11	20,4%	216	25,7%	49	34,0%	276	26,6%
	35-39 Jahre	6	11,1%	90	10,7%	12	8,3%	108	10,4%
	40-44 Jahre	4	7,4%	68	8,1%	9	6,3%	81	7,8%
	45-49 Jahre	4	7,4%	54	6,4%	12	8,3%	70	6,8%
	50-54 Jahre	3	5,6%	59	7,0%	9	6,3%	71	6,8%
	55-59 Jahre	7	13,0%	44	5,2%	7	4,9%	58	5,6%
	60+ Jahre	5	9,3%	40	4,8%	6	4,2%	51	4,9%
Aktuelle Funktion (Wissenschaftlicher Status)	Akademischer Rat	1	1,9%	34	4,2%	4	2,9%	39	3,9%
	Doktorand/in	2	3,7%	74	9,1%	8	5,8%	84	8,3%
	Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r								
	Mitarbeiter/in	9	16,7%	250	30,6%	44	31,7%	303	30,0%
	Postdoktorand/in	3	5,6%	48	5,9%	10	7,2%	61	6,0%
	Privatdozent/in	1	1,9%	7	0,9%	5	3,6%	13	1,3%
	Jun.-Professor/in	0	0,0%	12	1,5%	1	0,7%	13	1,3%
	Professor/in	9	16,7%	82	10,0%	15	10,8%	106	10,5%
	Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	3	5,6%	12	1,5%	6	4,3%	21	2,1%
	Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen	26	48,1%	297	36,4%	46	33,1%	369	36,6%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 87: Gesamtüberblick Nutzungstypen und demografische Variablen nach Goportis-Fächerguppen

		Goportis-Fächerschwerpunkte												
		ZB MED				ZBW				TIB				
		Gruppen mit unterschiedlicher Nutzungsintensität (unabh. welche Dienste genutzt werden)				Gruppen mit unterschiedlicher Nutzungsintensität (unabh. welche Dienste genutzt werden)				Gruppen mit unterschiedlicher Nutzungsintensität (unabh. welche Dienste genutzt werden)				
		Gelegentliche Nutzer	Durchschnittliche Nutzer	Intensivnutzer	Gesamt	Gelegentliche Nutzer	Durchschnittliche Nutzer	Intensivnutzer	Gesamt	Gelegentliche Nutzer	Durchschnittliche Nutzer	Intensivnutzer	Gesamt	
Geschlecht neu	weiblich	n	7	79	8	94	23	223	24	270	20	210	23	253
		%	63,6%	49,7%	42,1%	49,7%	46,9%	37,0%	23,3%	35,8%	36,4%	25,1%	15,9%	24,4%
Altersgruppen	männlich	n	4	80	11	95	26	379	79	484	35	628	122	785
		%	36,4%	50,3%	57,9%	50,3%	53,1%	63,0%	76,7%	64,2%	63,6%	74,9%	84,1%	75,6%
20-24 Jahre	n	0	1	0	1	0	4	0	4	0	11	7	18	
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,5%	0,0%	0,7%	0,0%	0,5%	0,0%	1,3%	4,9%	1,7%	
25-29 Jahre	n	1	43	3	47	15	147	32	194	14	257	33	304	
	%	9,1%	27,2%	15,8%	25,0%	30,0%	24,4%	31,1%	25,7%	25,9%	30,6%	22,9%	29,3%	
30-34 Jahre	n	3	33	3	39	12	135	27	174	11	216	49	276	
	%	27,3%	20,9%	15,8%	20,7%	24,0%	22,4%	26,2%	23,0%	20,4%	25,7%	34,0%	26,6%	
35-39 Jahre	n	3	12	1	16	3	59	11	73	6	90	12	108	
	%	27,3%	7,6%	5,3%	8,5%	6,0%	9,8%	10,7%	9,7%	11,1%	10,7%	8,3%	10,4%	
40-44 Jahre	n	1	15	1	17	1	59	7	67	4	68	9	81	
	%	9,1%	9,5%	5,3%	9,0%	2,0%	9,8%	6,8%	8,9%	7,4%	8,1%	6,3%	7,8%	
45-49 Jahre	n	1	14	5	20	5	72	8	85	4	54	12	70	
	%	9,1%	8,9%	26,3%	10,6%	10,0%	12,0%	7,8%	11,3%	7,4%	6,4%	8,3%	6,8%	
50-54 Jahre	n	0	14	4	18	5	53	8	66	3	59	9	71	
	%	0,0%	8,9%	21,1%	9,6%	10,0%	8,8%	7,8%	8,7%	5,6%	7,0%	6,3%	6,8%	
55-59 Jahre	n	1	13	0	14	2	33	4	39	7	44	7	58	
	%	9,1%	8,2%	0,0%	7,4%	4,0%	5,5%	3,9%	5,2%	13,0%	5,2%	4,9%	5,6%	
60+ Jahre	n	1	13	2	16	7	40	6	53	5	40	6	51	
	%	9,1%	8,2%	10,5%	8,5%	14,0%	6,6%	5,8%	7,0%	9,3%	4,8%	4,2%	4,9%	
Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	Akademischer Rat	n	0	6	2	8	0	19	3	22	1	34	4	39
		%	0,0%	3,8%	10,5%	4,3%	0,0%	3,2%	3,0%	2,9%	1,9%	4,2%	2,9%	3,9%
Doktorand/in	n	1	20	1	22	1	14	3	18	2	74	8	84	
	%	8,3%	12,7%	5,3%	11,7%	2,0%	2,3%	3,0%	2,4%	3,7%	9,1%	5,8%	8,3%	
Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	n	2	34	3	39	15	176	44	235	9	250	44	303	
	%	16,7%	21,7%	15,8%	20,7%	30,6%	29,2%	43,6%	31,3%	16,7%	30,6%	31,7%	30,0%	
Postdoktorand/in	n	0	11	0	11	5	31	4	40	3	48	10	61	
	%	0,0%	7,0%	0,0%	5,9%	10,2%	5,1%	4,0%	5,3%	5,6%	5,9%	7,2%	6,0%	
Privatdozent/in	n	0	10	0	10	0	0	0	0	1	7	5	13	
	%	0,0%	6,4%	0,0%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	0,9%	3,6%	1,3%	
Jun.-Professor/in	n	0	0	0	0	0	6	0	6	0	12	1	13	
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,8%	0,0%	1,5%	0,7%	1,3%	
Professor/in	n	5	22	5	32	16	241	30	287	9	82	15	106	
	%	41,7%	14,0%	26,3%	17,0%	32,7%	40,0%	29,7%	38,2%	16,7%	10,0%	10,8%	10,5%	
Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	n	0	4	0	4	0	1	0	1	3	12	6	21	
	%	0,0%	2,5%	0,0%	2,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%	5,6%	1,5%	4,3%	2,1%	
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	n	4	50	8	62	12	114	17	143	26	297	46	369	
	%	33,3%	31,8%	42,1%	33,0%	24,5%	18,9%	16,8%	19,0%	48,1%	36,0%	33,1%	36,6%	
Gesamt	n	12	157	19	188	49	602	101	752	54	816	139	1009	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

5.2 Die Clusteranalyse-Lösung

Die Clusteranalyse ist ein aggregierendes Verfahren zur Identifikation von Gruppen, Segmenten oder Fällen mit ähnlichen Merkmalen. Im Folgenden geht es um den Versuch einer Replikation einer clusteranalytischen Lösung, wie sie bereits in Dzeyk (2013) vorgestellt wurde. In der Vorläuferstudie („Hochschulsample“) wurden n=778 Personen befragt - mit dem Ziel der Erhebung einer repräsentativen Stichprobe unter deutschen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern. Einer der wesentlichen Zwecke der Untersuchung war die Identifikation von Nutzungstypen von Web 2.0-Anwenderinnen und Anwendern. Auch die vorliegende Analyse wurde von der Frage geleitet, welche Merkmale unterschiedliche Web 2.0-Nutzungstypen optimal beschreiben können.

Wie bei Dzeyk (2013) beschrieben, wurde für die Klassifikation der Nutzertypen ein Two-Step-Cluster-Verfahren verwendet, welches dafür ausgelegt ist, sowohl nominale als auch stetige Variablen für die Analyse zu verarbeiten. Eine genaue Beschreibung des Ablaufs des Two-Step-Clusteranalyse-Verfahrens liefern beispielsweise Janssen und Laatz (2005).

5.2.1 Two-Step-Cluststeranalyse

In die Analyse wurden *als kategoriale Variablen* das „Geschlecht“ sowie die Klassifikation in „Nutzungstypen“ aufgenommen („Gelegenheitsnutzer“, „Durchschnittlicher Nutzer“ und „Intensivnutzer“ von Web 2.0 Werkzeugen).

Als *kontinuierliche (stetige) Variablen* wurden aufgenommen: die vier Einstellungsskalen („Sorgen um Privatheit“, „Angst vor Sozialen Medien“, „Aufgeschlossenheit/Neugier gegenüber Neuen Medien“ und „Selbstbewusstsein gegenüber Neuen Medien“), die Variable „Beschäftigung in Jahren“ sowie die Variable „Nutzungsintensität von Web 2.0-Diensten“. Das Verfahren der Two-Step-Clusteranalyse gewährleistet, dass diese Variablen vor ihrer Berechnung einer z-Standardisierung unterworfen werden, was sicherstellt, dass keine ungewollten Verzerrungen in das Modell eingehen.

5.2.2 Ergebnis der Clusteranalyse-Replikation

Aus einem ursprünglichen 8-Cluster-Modell wurde - wie im „Hochschulsample“ - eine 4-Clusterlösung berechnet. Die Güte der Modellanpassung liegt auch im vorliegenden Fall im mittleren Bereich (vgl. Abb. 28). Die Clusterlösung lieferte folgende Gruppengrößen: Cluster 1: 13,5%, Cluster 2: 5,9%, Cluster 3: 27,1% und Cluster 4: 53,5% (vgl. Abb. 29). Eine griffige Benennung der Cluster liefert das Verfahren allerdings nicht. Diese wurden erst posthoc entwickelt, daher beschreibt Kap. 5.2.3 die Merkmale der gewählten Clusterlösung und charakterisiert die Nutzertypen aufgrund der Merkmalskombinationen, die sich in den einzelnen Clustern auffinden lassen.

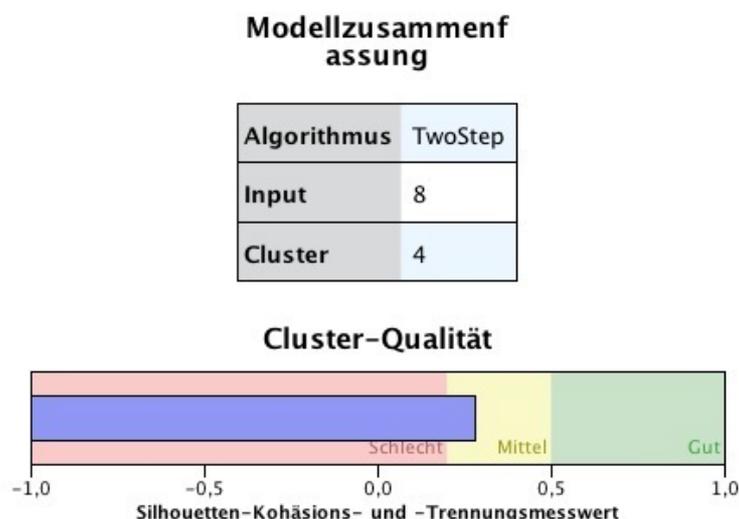


Abbildung 28: Cluster-Qualität des gewählten Cluster-Modells - Goportissample

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

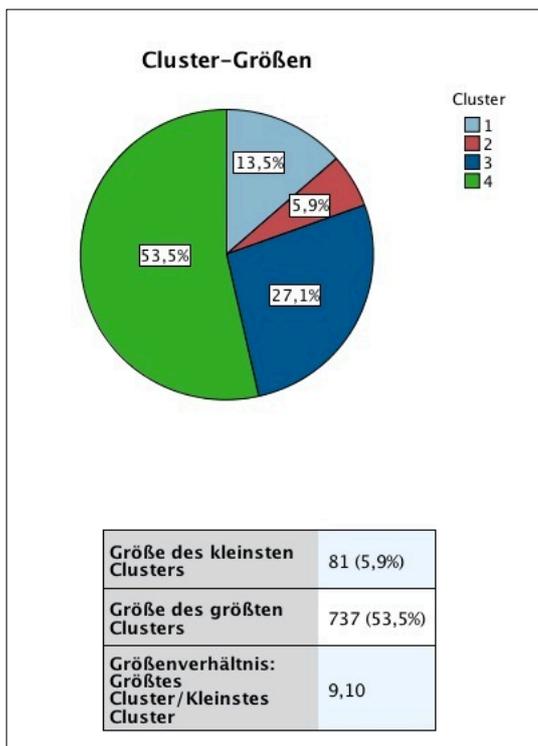


Abbildung 29: Cluster-Größen der Vier-Cluster-Lösung – Goportis-Sample

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

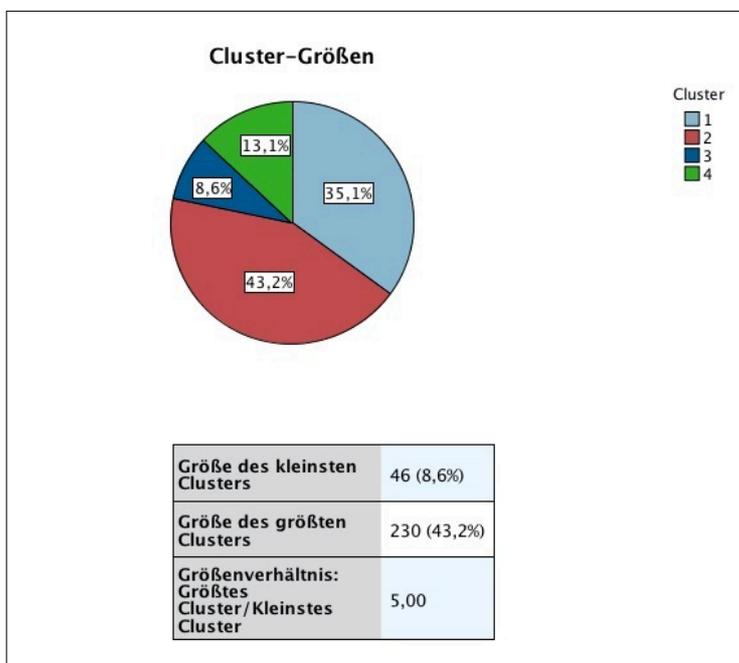


Abbildung 30: Cluster-Größen der Vier-Cluster-Lösung – Hochschulsample

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (gesamt n=778; Clusteranalyse n=533)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

5.2.3 Charakterisierung der Cluster

Die Benennung von Clustern geschieht immer posthoc und orientiert sich in der Regel an einer möglichst passenden Beschreibung der einzelnen Cluster. In diesem Zusammenhang werden in 5.2.3.1 zunächst die deskriptiven Kennwerte der (in die Clusterlösung) aufgenommenen Variablen und deren Verteilung auf die vier Cluster berichtet. Für einen Vergleich mit den Cluster-Analyseergebnissen des „sog. „Hochschulsamples“, werden im Folgenden jeweils die Werte für beiden Analysen aufgeführt.

5.2.3.1 Beschreibung der deskriptiven Kennwerte für die vier Cluster

In der Stichprobe „Hochschulsample“ waren Cluster 1 und 2 viel größer als Cluster 3 und 4 (Tab. 89). Im Goportis-Sample sind die ersten beiden Cluster kleiner als die Cluster 3 und 4 (Tab. 88).

Tabelle 88: Prozentuale Anteile der Fälle an den jeweiligen Clustern – Goportis-Sample

Clusterverteilung				
		N	% der Kombination	% der Gesamtsumme
Cluster	1	186	13,5%	9,3%
	2	81	5,9%	4,0%
	3	373	27,1%	18,6%
	4	737	53,5%	36,7%
	Kombiniert	1377	100,0%	68,6%
Ausgeschlossene Fälle		629		31,4%
Gesamtwert		2006		100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (gesamt n=2.006; Clusteranalyse n=1377). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 89: Prozentuale Anteile der Fälle an den jeweiligen Clustern - Hochschulsample

Clusterverteilung				
		N	% der Kombination	% der Gesamtsumme
Cluster	1	187	35,1%	24,0%
	2	230	43,2%	29,6%
	3	46	8,6%	5,9%
	4	70	13,1%	9,0%
	Kombiniert	533	100,0%	68,5%
Ausgeschlossene Fälle		245		31,5%
Gesamtwert		778		100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (gesamt n=778; Clusteranalyse n=533)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Kennwerte der nominalen bzw. kategorialen Variablen

Variable „**Geschlecht**“ und Zuordnung zu den vier Clustern – „**Goportis-Sample**“ (vgl. auch Tab. 90):

- *Cluster 1* ist dadurch gekennzeichnet, dass hier zu 21% weibliche Befragte zugeordnet wurden und 78,5% männliche Befragte sowie 0,5% Personen, die keine Angaben machen wollten (k.A.) (n=186).
- *Cluster 2* enthält fast 55,6% männliche Befragte sowie 42% weibliche Befragte (2,5% k.A.) (n=81)
- *Cluster 3* enthält zu 97,6% (n=364) weibliche Teilnehmer und 0% männliche Befragte (n=0), (2,4% k.A.: n=9) (n=373)
- *Cluster 4* besteht aus 100% männlichen Befragten (n=737) und zu 0% aus weiblichen Befragten (n=0) (n=737)

Tabelle 90: Zuordnung der Variable Geschlecht zu den vier Clustern – „Goportis-Sample“

		Geschlecht * Nummer des TwoStep Clusters Kreuztabelle					
		Nummer des TwoStep Clusters					
Geschlecht	k.A.	Anzahl	1	2	3	4	Gesamt
			1	2	9	0	12
		% innerhalb von Geschlecht	8,3%	16,7%	75,0%	0,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	0,5%	2,5%	2,4%	0,0%	0,9%
		% der Gesamtzahl	0,1%	0,1%	0,7%	0,0%	0,9%
	weiblich	Anzahl	39	34	364	0	437
		% innerhalb von Geschlecht	8,9%	7,8%	83,3%	0,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	21,0%	42,0%	97,6%	0,0%	31,7%
		% der Gesamtzahl	2,8%	2,5%	26,4%	0,0%	31,7%
	männlich	Anzahl	146	45	0	737	928
		% innerhalb von Geschlecht	15,7%	4,8%	0,0%	79,4%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	78,5%	55,6%	0,0%	100,0%	67,4%
		% der Gesamtzahl	10,6%	3,3%	0,0%	53,5%	67,4%
Gesamt		Anzahl	186	81	373	737	1377
		% innerhalb von Geschlecht	13,5%	5,9%	27,1%	53,5%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% der Gesamtzahl	13,5%	5,9%	27,1%	53,5%	100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (gesamt n=2.006; Clusteranalyse n=1.377). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Variable „Geschlecht“ und Zuordnung zu den vier Clustern – „Hochschulsample“ (vgl. auch Tab. 91):

- *Cluster 1* ist dadurch gekennzeichnet, dass hier zu 100% weibliche Befragte zugeordnet wurden (n=187).
- *Cluster 2* enthält fast 100% männliche Befragte (abgesehen von 4 Personen, die keine Angaben zu ihrem Geschlecht machen wollten; genauer Wert: n=226 männliche Befragte bzw. 98,3%).
- *Cluster 3* enthält zu 63,0% (n=29) männliche Teilnehmer und 30,4% weibliche Befragte (n=14).
- *Cluster 4* besteht aus 64,3% männlichen Befragten (n=45) und zu 31,4% aus weiblichen Befragten (n=22).

Tabelle 91: Zuordnung der Variable Geschlecht zu den vier Clustern – „Hochschulsample“

		Geschlecht * Nummer des TwoStep Clusters Kreuztabelle					
		Nummer des TwoStep Clusters					
Geschlecht	k.A.	Anzahl	1	2	3	4	Gesamt
		0	4	3	3		10
		% innerhalb von Geschlecht	0,0%	40,0%	30,0%	30,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	0,0%	1,7%	6,5%	4,3%	1,9%
	weiblich	Anzahl	187	0	14	22	223
		% innerhalb von Geschlecht	83,9%	0,0%	6,3%	9,9%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	100,0%	0,0%	30,4%	31,4%	41,8%
	männlich	Anzahl	0	226	29	45	300
		% innerhalb von Geschlecht	0,0%	75,3%	9,7%	15,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	0,0%	98,3%	63,0%	64,3%	56,3%
Gesamt		Anzahl	187	230	46	70	533
		% innerhalb von Geschlecht	35,1%	43,2%	8,6%	13,1%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (gesamt n=778; Clusteranalyse n=533)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Die erneut durchgeführte Clusteranalyse auf der Basis einer 4-Cluster-Lösung erbrachte eine andere Verteilung der Variable Geschlecht als im „Hochschulsample“.

Die Gründe dafür können ganz unterschiedlich sein: Am wahrscheinlichsten ist es, dass die Differenzen auf Unterschiede in der jeweiligen Stichprobe zurück gehen. Während im „Hochschulsample“ auch Personen vertreten waren, die ganz anderen Fächern angehören, wurden diese im Goportis-Sample explizit ausgeschlossen (z.B. Sprachwissenschaftler/innen). Da in den beiden untersuchten Stichproben grundlegende Stichproben-

merkmale (wie die Fächerzuordnung) offenbar anders verteilt sind, ist ein abweichendes Ergebnis der clusteranalytischen Lösungen, nicht weiter verwunderlich.

Variable „Nutzungstypen“ und Zuordnung zu den vier Clustern – „Goportis-Sample“ (vgl. auch Tab. 92):

- Cluster 1 besteht zu **100% aus „Intensiv-Nutzern“** (Cluster 1 n=186) = 13,5%.
- Cluster 2 besteht zu **100% aus Personen, die „Gelegentlichen Nutzer“** sind. Damit entfallen 5,9% von 1.377 auf Personen auf dieses Cluster (Cluster 2 n= 81).
- Cluster 3 enthält **33% der „Durchschnittliche Nutzer“** (n=373); das sind 100% aller Personen, die Cluster 3 angehören (Cluster 3 n=373 bzw. 27,1%).
- Cluster 4 enthält **66,4% der „Durchschnittliche Nutzer“** (n=737); das sind 100% aller Personen, die Cluster 4 angehören (Cluster 4 n=737 bzw. 53,5%).

Tabelle 92: Zuordnung der drei Nutzungstypen zu den vier Clustern – „Goportis-Sample“

			Numerus des TwoStep Clusters				Gesamt
			1	2	3	4	
Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	Gelegentlicher Nutzer	Anzahl	0	81	0	0	81
		% innerhalb von Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	5,9%
		% der Gesamtzahl	0,0%	5,9%	0,0%	0,0%	5,9%
	Durchschnittlicher Nutzer	Anzahl	0	0	373	737	1110
		% innerhalb von Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	0,0%	0,0%	33,6%	66,4%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	80,6%
		% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	27,1%	53,5%	80,6%
	Intensivnutzer	Anzahl	186	0	0	0	186
		% innerhalb von Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	13,5%
		% der Gesamtzahl	13,5%	0,0%	0,0%	0,0%	13,5%
Gesamt	Anzahl	186	81	373	737	1377	
	% innerhalb von Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	13,5%	5,9%	27,1%	53,5%	100,0%	
	% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% der Gesamtzahl	13,5%	5,9%	27,1%	53,5%	100,0%	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (gesamt n=2.006; Clusteranalyse n=1.377). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Variable „Nutzungstypen“ und Zuordnung zu den vier Clustern – „Hochschulsample“ (vgl. auch Tab. 93):

- *Cluster 1* ist dadurch gekennzeichnet, dass sich hier keine „Gelegentlichen Nutzer“ und keine „Intensiv-Nutzer“ finden lassen. Das Cluster besteht zu 100% aus Personen, die „**Durchschnittliche Nutzer**“ sind (n=187). Damit entfallen 43% der „Durchschnittlichen Nutzer“ (n=429) auf dieses Cluster.
- *Cluster 2* ist dadurch gekennzeichnet, dass sich hier keine „Gelegentlichen Nutzer“ und keine „Intensiv-Nutzer“ finden lassen. Das Cluster besteht ebenfalls zu 100% aus Personen, die „**Durchschnittliche Nutzer**“ sind (n=230). Damit entfallen 53,6% der „Durchschnittlichen Nutzer“ (n=429) auf dieses Cluster.
- *Cluster 3* enthält sämtliche „**Gelegentliche Nutzer**“ (n=33 bzw. 100%); das sind 71,7% aller Personen, die Cluster 3 angehören. Zudem besteht Cluster 3 noch zu 26,1% aus „Durchschnittlichen Nutzern“ (n=12) und zu 2,2% aus „Intensiv-Nutzern“ (n=1).
- *Cluster 4* besteht zu **100% aus „Intensiv-Nutzern“** (n=70).

Tabelle 93: Zuordnung der drei Nutzungstypen zu den vier Clustern – „Hochschulsample“

			Nummer des TwoStep Clusters				Gesamt
			1	2	3	4	
Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	Gelegentlicher Nutzer	Anzahl	0	0	33	0	33
		% innerhalb von Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	0,0%	0,0%	71,7%	0,0%	6,2%
	Durchschnittlicher Nutzer	Anzahl	187	230	12	0	429
		% innerhalb von Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	43,6%	53,6%	2,8%	0,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	100,0%	100,0%	26,1%	0,0%	80,5%
	Intensiv-Nutzer	Anzahl	0	0	1	70	71
		% innerhalb von Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	0,0%	0,0%	1,4%	98,6%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	0,0%	0,0%	2,2%	100,0%	13,3%
Gesamt	Anzahl	187	230	46	70	533	
	% innerhalb von Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	35,1%	43,2%	8,6%	13,1%	100,0%	
	% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (gesamt n=778; Clusteranalyse n=533)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Kennwerte der stetigen Variablen

Tabelle 94 gibt die Mittelwerte und Standardabweichungen der stetigen bzw. kontinuierlichen Variablen des Clustermodells für die Vier-Cluster-Lösung im „Goportis-Sample“ wieder.

Tabelle 94: Mittelwerte der stetigen Variablen im Cluster-Modell* - „Goportis-Sample“

		Zentroide											
		Beschäftigung seit wie vielen Jahren?		Mittelwert der Nutzungsintensität aller Web 2.0-Dienste		Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/ Privacy Concerns		Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety		Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity		Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy	
Cluster		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
1		9,00	10,06	4,33	,42	3,45	,8	2,25	1,02	3,63	1,08	3,68	1,12
2		11,21	11,57	1,59	,25	3,43	,8	2,28	,96	2,85	1,11	3,49	1,01
3		6,23	6,99	2,87	,49	3,53	,8	2,38	,93	2,88	,91	3,85	,83
4		10,87	10,44	3,01	,50	3,35	,8	2,22	,93	3,57	,93	3,77	,89
Kombiniert		9,38	9,85	3,07	,76	3,42	,8	2,27	,95	3,35	1,01	3,76	,92

Variablen: Einstellungsskalen, Nutzungsintensität, Beschäftigung in Jahren
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (gesamt n=2.006; Clusteranalyse n=1.377). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 95 gibt die Mittelwerte und Standardabweichungen der stetigen bzw. kontinuierlichen Variablen des Clustermodells für die Vier-Cluster-Lösung im „Hochschulsample“ wieder.

Tabelle 95: Mittelwerte der stetigen Variablen im Cluster-Modell* - „Hochschulsample“

		Zentroide											
		Sorgen_privacy		angst_soamed		aufge_curiosity		selbstwirk		Mittelwert Nutzung		Beschäftigung seit wie vielen Jahren?	
Cluster		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
1		3,49	,79	2,28	,96	2,86	,95	3,75	,92	2,89	,53	7,91	7,87
2		3,32	,79	2,20	1,00	3,53	1,01	3,55	1,09	2,97	,54	10,79	9,60
3		3,33	1,10	1,96	1,41	2,41	1,38	2,71	1,78	1,89	,64	12,20	10,65
4		3,13	,80	1,95	,94	3,72	1,19	3,65	1,30	4,32	,42	10,30	9,61
Kombiniert		3,35	,83	2,17	1,03	3,22	1,13	3,56	1,17	3,02	,79	9,84	9,23

Variablen: Einstellungsskalen, Nutzungsintensität, Beschäftigung in Jahren
Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (gesamt n=778; Clusteranalyse n=533)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

- Erklärung der Abkürzungen/Variablen in Tab. 95:
- Variable „sorgen_privacy“ = „Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns“ (1-5)
- Variable „angst_soamed“ = „Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety“ (1-5)
- Variable „aufge_curiosity“ = „Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity“ (1-5)
- Variable „selbstwirk“ = Selbstwirksamkeit bzw. „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy“ (1-5)
- Variable „Mittelwert Nutzung“ = „Durchschnittswert der Nutzungsintensität aller genutzten Web 2.0-Dienste“ (1-6)
- Variable „Beschäftigung seit wie vielen Jahren?“ = „Anzahl der Jahre, die die Befragten seit ihrem Studienabschluss insgesamt an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt sind (Jahre)

Eine nähere Beschreibung der obigen Ergebnisse erfolgt im Zusammenhang mit der Benennung und übergeordneten Merkmalsbeschreibung der vier Cluster in Kap. 5.2.4.

5.2.4 Benennung und Merkmalsbeschreibung der vier Cluster

Neben den Variablen, die in die Clusterlösung eingingen, werden bei der folgenden Beschreibung der Clustermerkmale auch das Alter und der wissenschaftliche Status der Personen berücksichtigt. Dies komplettiert das Gesamtbild der Beschreibungen der wichtigsten Cluster-Merkmale und ermöglicht einen Vergleich mit den Ergebnissen der Clusteranalyse auf der Grundlage des „Hochschulsamples“.

Tabelle 96: Charakterisierung der Cluster – Goportis-Stichprobe

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4
Goportis-Sample (n=1.377)	„Mr Nerd“ 13,5%	„Ms + Ms Classic“ 5,9%	„Ms Maker“ 27,1%	„Mr Tech“ 53,3%
Hochschulsample (n=533)	„Ms Maker“ 35,1%	„Mr Tech“ 43,2%	„Mr Classic“ 8,6%	„Mr Nerd“ 13,1%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (gesamt n=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Im Prinzip ließ sich die Struktur der ursprünglichen Clusterung replizieren. Allerdings haben sich die Clusterzuordnungen geändert (Tab. 96). Für die Validität der gefundenen Lösung spricht, dass sich die Anteile der Clustergruppen annähernd replizieren ließen: So liegt der Anteil der „Intensivnutzer“ im „Goportissample“ z.B. bei 13,5% und im „Hochschulsample“ bei 13,1%. Während die Untergruppe „Mr Classic“ im „Hochschulsample“ einen Anteil von 8,6% hatte, lag dieser im „Goportis-Sample“ bei 5,9%. Hier musste eine Umbenennung des Clusters erfolgen, da die Geschlechterverhältnisse ungefähr ausgeglichen waren: 55,6% männlich u. 44,4% weiblich = „Ms und Mr Classic“. Im „Hochschulsample“ hatte die Gruppe „Ms Maker“ (Cluster 1) einen Anteil von insgesamt 35,1%. In der erneut durchgeführten Clusteranalyse hatte diese Gruppe („Goportis-Sample“ – Cluster 3) einen Anteil von 27,1%. Die vierte Gruppe schließlich („Mr Tech“) hatte im „Goportis-Sample“ (Cluster 4) einen Anteil von 53,3%; im „Hochschulsample“ (Cluster 2) lag dieser Anteil bei 43,2%.

Tabelle 97: Clusterlösung mit Zuordnung von Merkmalen zu den einzelnen Clustern – Goportis-Sample

Cluster				
	Bedeutsamkeit der Eingabe (Prädiktor)			
	■ 1,0 ■ 0,8 ■ 0,6 ■ 0,4 ■ 0,2 □ 0,0			
Cluster	1	2	3	4
Beschriftung	Mr Nerd	Mr + Ms Classic	MS Maker	Mr Tech
Beschreibung	Intensivnutzer (100%)	Gelegentliche Nutzer (100%)	Durchschnittliche Nutzer I (100%)	Durchschnittliche Nutzer II (100%)
Größe	13,5% (186)	5,9% (81)	27,1% (373)	53,5% (737)
Input	Gruppen mit unterschiedlicher Nutzungsinensität (unabh. welche Dienste genutzt werden) Intensivnutzer (100,0%)	Gruppen mit unterschiedlicher Nutzungsinensität (unabh. welche Dienste genutzt werden) Gelegentlicher Nutzer (100,0%)	Gruppen mit unterschiedlicher Nutzungsinensität (unabh. welche Dienste genutzt werden) Durchschnittlicher Nutzer (100,0%)	Gruppen mit unterschiedlicher Nutzungsinensität (unabh. welche Dienste genutzt werden) Durchschnittlicher Nutzer (100,0%)
	Mittelwert der Nutzungsinensität aller Web 2.0-Dienste 4,33	Mittelwert der Nutzungsinensität aller Web 2.0-Dienste 1,59	Mittelwert der Nutzungsinensität aller Web 2.0-Dienste 2,87	Mittelwert der Nutzungsinensität aller Web 2.0-Dienste 3,01
	Geschlecht männlich (78,5%)	Geschlecht männlich (55,6%)	Geschlecht weiblich (97,6%)	Geschlecht männlich (100,0%)
	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity 3,63	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity 2,85	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity 2,88	Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity 3,57
	Beschäftigung seit wie vielen Jahren? 9,00	Beschäftigung seit wie vielen Jahren? 11,21	Beschäftigung seit wie vielen Jahren? 6,23	Beschäftigung seit wie vielen Jahren? 10,87
	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns 3,45	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns 3,43	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns 3,53	Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns 3,35
	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy 3,68	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy 3,49	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy 3,85	Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy 3,77
	Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety 2,25	Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety 2,28	Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety 2,38	Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety 2,22

Variablen: Geschlecht, Nutzungstypen, Einstellungsskalen, Nutzungsintensität, Beschäftigung in Jahren
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (gesamt n=2.006; Clusteranalyse n=1.377). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 98: Clustergruppen und weitere demografische Variablen - Goportis-Sample

		Nummer des TwoStep Clusters							
		"Mr Nerd"		"Ms + Ms Classic"		"Ms Maker"		"Mr Tech"	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Geschlecht	weiblich	39	21,0%	34	42,0%	364	97,6%	0	0,0%
	männlich	146	78,5%	45	55,6%	0	0,0%	737	100,0%
	k.A.	1	0,5%	2	2,5%	9	2,4%	0	0,0%
Altersgruppen	20-24 Jahre	4	2,2%	0	0,0%	6	1,6%	7	0,9%
	25-29 Jahre	48	25,8%	17	21,0%	141	37,8%	172	23,3%
	30-34 Jahre	53	28,5%	20	24,7%	101	27,1%	168	22,8%
	35-39 Jahre	19	10,2%	9	11,1%	41	11,0%	80	10,9%
	40-44 Jahre	9	4,8%	4	4,9%	22	5,9%	72	9,8%
	45-49 Jahre	17	9,1%	9	11,1%	28	7,5%	63	8,5%
	50-54 Jahre	15	8,1%	5	6,2%	12	3,2%	69	9,4%
	55-59 Jahre	8	4,3%	7	8,6%	13	3,5%	44	6,0%
	60+ Jahre	11	5,9%	7	8,6%	4	1,1%	60	8,1%
	k.A.	2	1,1%	3	3,7%	5	1,3%	2	0,3%
Aktuelle Funktion an einer Hochschule/ Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	Akademischer Rat	7	3,8%	0	0,0%	7	1,9%	29	3,9%
	Doktorand/in	7	3,8%	2	2,5%	28	7,5%	43	5,8%
	Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	64	34,4%	16	19,8%	133	35,7%	196	26,6%
	Postdoktorand/in	8	4,3%	6	7,4%	31	8,3%	35	4,7%
	Privatdozent/in	3	1,6%	0	0,0%	1	0,3%	9	1,2%
	Jun.-Professor/in	0	0,0%	0	0,0%	4	1,1%	7	0,9%
	Professor/in	32	17,2%	20	24,7%	43	11,5%	186	25,2%
	Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	3	1,6%	1	1,2%	7	1,9%	5	0,7%
	Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	54	29,0%	33	40,7%	110	29,5%	208	28,2%
	Sonstiges	8	4,3%	3	3,7%	9	2,4%	19	2,6%
	Gesamt	186	100,0%	81	100,0%	373	100,0%	737	100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (gesamt n=2.006; Clusteranalyse n=1.377). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Fazit Clusteranalyse. Beschränkt man sich auf die wichtigsten Gemeinsamkeiten innerhalb der Cluster bzw. die markantesten Unterschiede zwischen den Clustern, kann man zu folgenden Aussage gelangen:

„Mr Nerd“. „Mr. Nerd“ ist als wissenschaftlicher Mitarbeiter/Mitarbeiterin oder auch als Professor/Professorin ein Intensiv-Nutzer von Web 2.0-Diensten und „Neuen Medien“ gegenüber sehr aufgeschlossen.

„Ms und Mr Classic“. „Ms und Mr Classic“ sind eher ältere, gelegentliche Nutzer/innen von Web 2.0-Diensten, die als Professorinnen/Professoren od. wissenschaftliche Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen den „Neuen Medien“ gegenüber eher wenig aufgeschlossen sind und auch im Umgang mit diesen Medien wenig selbstbewusst.

„Ms Maker“. „Ms Maker“ ist die im Umgang mit „Neuen Medien“ selbstbewusste wissenschaftliche Mitarbeiterin oder Professorin, die als Durchschnittsnutzerin von Web 2.0-Diensten einen ausgeprägten Sinn für das Thema Privatsphäre im Internet hat.

„Mr Tech“. „Mr Tech“ ist ein Durchschnittsnutzer von Web 2.0-Diensten und als Wissenschaftlicher Mitarbeiter oder Professor „Neuen Medien“ gegenüber sehr aufgeschlossen, verfügt aber auch über einen ausgeprägten Sinn für das Thema Privatsphäre im Internet.

Im Wesentlichen stimmen diese Beschreibungen mit den Beschreibungen der Nutzungstypen beim „Hochschulsample“ (vgl. Dzeyk, 2013) überein.

Abschließend wird an dieser Stelle die Tabelle wiedergegeben, die darüber Auskunft gibt, wie intensiv die vier unterschiedlichen Nutzertypen die einzelnen Dienste verwenden:

Tabelle 99: Mittelwerte der Nutzungsintensität bei verschiedenen Web 2.0-Diensten nach Cluster bzw. Nutzertypen (Skala Nutzungsintensität: 1=seltener als monatlich, 2=monatlich, 3=wöchentlich, 4=mehrmals wöchentlich, 5=täglich, 6=mehrmals täglich)

	Cluster 1. „Mr Nerd“	Cluster 2. „Ms + Mr Classic“	Cluster 3. „Ms Maker“	Cluster 4. „Mr Tech“	gesamt
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	5.07	1.29	3.75	3.20	3.53
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	3.66	1.40	2.52	2.65	2.68
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	3.37	1.20	1.87	2.19	2.17
Microblogs (z.B. Twitter)	4.39	1.00	2.71	3.02	3.20
Weblogs	4.08	1.64	2.32	2.83	2.90
Wikipedia	5.05	2.53	3.66	4.01	3.97
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	3.91	1.50	2.60	2.89	2.88
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	4.59	1.63	3.20	3.30	3.39
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	3.55	1.17	1.99	2.28	2.36
Internetforen	4.33	1.49	2.70	3.03	3.01
Mailinglisten	4.27	1.79	3.18	3.27	3.28
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	4.67	1.43	2.65	2.85	2.97
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	4.15	1.60	3.02	2.93	3.05
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	4.41	2.05	3.16	3.24	3.34
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	3.36	1.00	1.75	2.38	2.41
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	4.11	1.20	2.32	2.76	2.74
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	4.13	1.75	3.18	3.26	3.29

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

6 Zusammenfassung und Diskussion

Im Folgenden wird eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Studie gegeben. Die vorliegende Studie sollte einen Beitrag dazu leisten, mehr darüber zu erfahren, wie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Goportis-Zielgruppen unter den heutigen medialen Bedingungen ihre Tätigkeit, unter dem Einfluss moderner elektronischer Arbeitsmittel, gestalten. Welche Dienste und Werkzeuge werden hier besonders häufig genutzt, welche eher selten? Aus welchen Gründen setzen die Befragten Web 2.0-Dienste ein und aus welchen Gründen tun sie es nicht?¹⁰

Im Rahmen dieses Datenreports wurden die Ergebnisse eines Online-Fragebogens deskriptiv ausgewertet, strukturiert dargestellt und z.T. inferenzstatistisch statistisch untersucht. In den Bericht flossen die Daten von 2.006 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern ein, die derzeit an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen sowie wissenschaftlichen Einrichtungen beschäftigt sind.

Ein weiteres wichtiges Anliegen der vorliegenden Untersuchung war die Replikation einer clusteranalytischen Untersuchung zur Identifizierung von typischen Web 2.0-Nutzergruppen in der Wissenschaft. Methodisch wurde dazu eine Two-Step-Clusteranalyse durchgeführt, um zu überprüfen, ob sich die Social-Media-Nutzungstypen aus dem bundesweiten „Hochschulsample“ (Dzeyk, 2013) in der vorliegenden Goportis-Stichprobe replizieren ließen.

6.1 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Demografische Daten – Insgesamt wurden die Daten von 2.006 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus dem Umfeld der Goportis-Zielgruppe ausgewertet. Dies ist eine Rücklaufquote von insgesamt 9,37% aller zur Untersuchung eingeladenen Personen. Unter den Befragten gab es insgesamt 30,8% Frauen und 68,2% Männer. Während das Geschlechterverhältnis bei der ZB-MED-Zielgruppe nahezu ausgeglichen war, lag das Verhältnis der Geschlechter unter den befragten Personen der ZBW-Zielgruppe bei ca. 1/3 Frauen zu 2/3 Männer. Bei der naturwissenschaftlich/mathematisch orientierten Personengruppe der TIB, gab es dagegen einen deutlich kleineren weiblichen Anteil von 24,2% (75,2% Männer). Im Mittel waren die Befragten 38,10 Jahre alt. Im Durchschnitt

¹⁰ Für die Einzelheiten der Analyse wird auf die entsprechenden Kapitel in dem hier vorliegenden Ergebnisband verwiesen.

sind die Personen der ZB MED-Zielgruppe mit 39,93 Jahren fast drei Jahre älter als die Personen der TIB-Zielgruppe (37,06 J.). Die ZBW-Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sind im Durchschnitt 39,07 Jahre alt.

Rund 62% der Befragten sind an einer Universität oder Hochschule beschäftigt und ca. 15% an einer Fachhochschule. Ungefähr 23% der Befragten kommen aus außeruniversitären Einrichtungen und Forschungsinstituten (z.B. Leibniz, Helmholtz, Fraunhofer, Max Planck). Die häufigsten, höchsten akademischen Abschlüsse der Befragten sind das „Diplom“ (37,8%), die „Promotion“ (35%) und der „Master“ (12,2%). Zudem haben 222 Personen mit einer Habilitation teilgenommen (11,1%). Geht es nach der ausgeübten beruflichen Funktion, so haben am häufigsten folgende Berufsgruppen teilgenommen: „Doktorandinnen und Doktoranden, die gleichzeitig wiss. Mitarbeiter/innen sind“ (28,8%), „wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und wissenschaftliche Mitarbeiter“ (28,7%) sowie „Professorinnen und Professoren“ (21,3%).

Im Schnitt waren die Befragten zum Zeitpunkt der Untersuchung seit 9,55 Jahren an einer wissenschaftlichen Einrichtung beschäftigt; darunter sind aber auch viele Personen mit einer kürzeren Beschäftigungszeit. Zu den größten Fächergruppen im vorliegenden Sample gehören: die „Wirtschaftswissenschaften“ (36,7%), die Ingenieurwissenschaften (28,0%), die „Mathematik und Naturwissenschaften“ (20,9%), „Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften“ (4,6%) sowie die „Humanmedizin/Gesundheitswissenschaften“ mit 3,7%.

Fast alle Befragten arbeiten (zumindest zum Teil) auch in der Forschung (94,4%), der Großteil der Befragten arbeitet auch in der Lehre (80,3%). Die Wissenschaftsadministration gehört dagegen nur bei 69,10% zum Tätigkeitsfeld und die Wissenschaftskommunikation erklären 52,7% der Befragten zu einem Teilgebiet ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit. Wenn die Befragten angeben sollen, wie sich ihr Zeitbudget auf diese Tätigkeitsbereiche prozentual verteilt, so stellt man fest, dass im Durchschnitt ca. 43% des Zeitbudgets (von 100%) für die Forschung aufgewendet wird, 27,6% für die Lehre, 14% für die Wissenschaftsadministration und 5,7% für die Wissenschaftskommunikation.

Nutzung von Web 2.0-Diensten allgemein. Der Dienst, der von den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern am häufigsten genutzt wird, heißt „Wikipedia“ (97,4%). Ebenfalls von vielen Befragten genutzt werden „Video- oder Foto Community-Portale“ wie YouTube oder Flickr (76,1%). 73,8% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen zudem „Online-Archive oder Datenbanken“ wie z.B. die „Deutsche Digitale Bibliothek“ oder

„Arxiv.org“. Eher wenige Befragte nutzen „Microblogs“ wie z.B. Twitter (12,7%) oder „Social Bookmarking-Dienste“ wie z.B. „Delicious“ oder „Bibsonomy“ (4,6%). Personen der TIB-Zielgruppe nutzen häufiger als die Zielgruppen der anderen Einrichtungen „andere Wikis“ wie z.B. „Firmenwikis“ (73,4%) (ZB MED: 46,6%; ZBW: 52,7%).

„Content Sharing/Cloud-Dienste“, „Lernmanagementsysteme“ sowie „Soziale Netzwerke“, „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ und „Internetforen“ werden von der Zielgruppe der ZBW häufiger eingesetzt als von den Zielgruppen der ZB MED oder TIB. „Online-Archive/Datenbanken“ sowie „Literaturverwaltungsdienste“ sind die einzigen Web 2.0-Dienste, die von der Zielgruppe der ZB MED tendenziell häufiger genutzt werden, als von den Zielgruppen der anderen Einrichtungen.

Nutzung beruflich/privat. Unterscheidet man zwischen eher beruflicher und eher privater Nutzung, so lässt sich beobachten, dass „Online-Archive/Datenbanken“ (61,8%), Literaturverwaltungsdienste wie z.B. „Mendeley“ oder „Zotero“ (44,3%), „Mailinglisten“ (39,2%) sowie „Lernmanagementsysteme“ (35,4%), besonders häufig im eindeutig beruflichen Kontext eingesetzt werden („nur beruflich“ und primär beruflich“). Besonders die Zielgruppe der ZBW scheint „Lernmanagementsysteme“ sehr häufig beruflich veranlasst einzusetzen (54,6%: „nur beruflich“ und „primär beruflich“ Nutzung).

„Wikipedia“ (76,5%) oder „Internetforen“ (38,1%) werden dagegen eher „beruflich und privat“ eingesetzt, wobei die Zielgruppe der TIB (81,3%) und die Zielgruppe der ZB MED (79,3%) hier eine etwas häufigere Nutzung von „Wikipedia“ aufweist als die ZBW-Zielgruppe (69,3%). Bei den „Internetforen“ zeigt die TIB-Zielgruppe z.B. eine erhöhte „beruflich/private Nutzung“ (44%) gegenüber den anderen Goportis-Zielgruppen (je ca. 31,5%).

Eine schwerpunktmäßige private Nutzung ist z.B. bei Diensten wie „Video/Foto Community-Portalen“ (z.B. YouTube) (54,9%) und „Sozialen Netzwerken“ wie z.B. Facebook oder Google+ zu beobachten (41,6%) („nur privat“ und „primär privat“).

Besonders häufig konnten die Befragten mit „Social Bookmarking Services“ (z.B. Delicious, Bibsonomy) (49,6%) und „Lernmanagementsystemen“ (26,6%) nichts anfangen. Am wenigsten werden „Microblogs“ (84,1% Nichtnutzer) und „Weblogs“ (59,4% Nichtnutzer) als Web 2.0-Dienste genutzt.

Nutzungshäufigkeit. Schaut man sich die Nutzungshäufigkeit beruflich genutzter Web 2.0-Dienste an, so kann man feststellen, dass unter den Nutzerinnen und Nutzern von

„Sozialen Netzwerken“ die größte Gruppe der „Intensivnutzer/innen“ zu finden ist (34,7%); „Intensivnutzer/innen“ = tägliche bis mehrmals tägliche Nutzung). Interessant ist weiterhin, dass Wikipedia fast 30% berufliche „Intensivnutzer/innen“ aufweist (57,4% „Durchschnittsnutzer/innen“ und 11,6% „Gelegentliche Nutzer/innen“). Andere Dienste mit hohen Anteilen an „Intensivnutzer/innen“ sind z.B. „Content Sharing/Cloud-Dienste“ (28,3%).

Aktive/passive Nutzung. Vergleicht man die Angaben zur aktiven oder eher passiven Formen der Nutzung von Web 2.0-Diensten, so kann man feststellen, dass die Mehrheit der Befragten einen eher *passiven Nutzungsstil* pflegt: z.B. „Beiträge/Artikel lesen“ oder „abonnieren“, aber eher weniger dazu bereit ist, „selber Beiträge zu verfassen“ oder die „Beiträge von anderen Nutzern zu kommentieren“.

Nutzungsschwerpunkte. Ein weiterer Aspekt war die Frage danach, in welchem Tätigkeitsbereich bestimmte Web 2.0-Dienste eingesetzt werden. Hier zeigte sich, dass *im Rahmen der Lehre* am häufigsten „Wikipedia“ eingesetzt wird (51,5%), wobei „Wikipedia“ von Personen, die der ZBW zugehörig sind, vergleichsweise häufiger genutzt wird (58,2%), als von den Personen der anderen Fächergruppen (ZB MED=51,3% u. TIB=46,7%).

Im Rahmen der Forschung werden besonders häufig „Online-Archive/Datenbanken“ (63,0%), Wikipedia (64,5%) sowie „Anwendungen zur Literaturverwaltung“ (42,9%) genutzt. Interessant ist hier, dass 74,4% der Zielgruppe der TIB „Wikipedia“ im Rahmen der Forschung einsetzt, der Anteil der ZBW-Zielgruppe, der dieses tut liegt hingegen nur bei 50,5% (ZB MED: 65,8%). Die TIB-Zielgruppe nutzt für die Forschung auch häufiger als die andere Goportis-Zielgruppen „andere Wikis“ oder „Internetforen“.

Im Kontext der Wissenschaftskommunikation werden am häufigsten „Mailinglisten“ (35,6%), „Videokonferenz/VoIP-Systeme“ (30,3%) sowie „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (29,9%) eingesetzt. Hier nutzt insbesondere die Zielgruppe der ZBW „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (39,6%) häufiger, als die anderen Goportis-Zielgruppen (ZB MED: 26,9%, TIB: 23,4%).

Wenn es um die *Wissenschaftsadministration* geht, werden besonders häufig „Mailinglisten“ (22,8%), „Content Sharing/Cloud-Dienste“ (15,7%) sowie „Videokonferenz/VoIP-Dienste“ (16,1%) verwendet, wobei die TIB-Zielgruppe letztgenannten Dienst häufiger als die anderen Zielgruppen einsetzt (18,0%; ZB MED: 11,9%, ZBW: 14,6%).

Konkrete Nutzungszwecke im Rahmen der Forschungstätigkeit. Wenn es um „Abstimmungen“ oder „Kommunikation“ mit anderen Personen geht, werden am häufigsten „Videokonferenz/VoIP-Systeme“ oder „Mailinglisten“ eingesetzt. Wenn es eher um das Thema „Datenerhebung/Datenauswertung“ geht, werden bevorzugt Tools wie „Literaturverwaltungen“, „Online-Archive/Datenbanken“ oder aber auch „Wikipedia“ eingesetzt.

Geht es um den „Austausch von Informationen“, werden besonders häufig „Mailinglisten“, „Content Sharing-Dienste“ bzw. „Cloud-Dienste“ sowie Dienste zur Durchführung von „Videokonferenzen/VoIP“ eingesetzt. Steht der „Datenaustausch“ im Vordergrund, werden vor allem „Content Sharing/Cloud-Dienste“ wie z.B. Dropbox, Slideshare eingesetzt. Für den „Austausch von Materialien“ werden ebenfalls besonders häufig „Content Sharing/Cloud-Dienste“ eingesetzt.

Für die „Recherche“ nutzen die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler intensiv „Wikipedia“ (60,1%) und „Online-Archive“ oder „Datenbanken“ (56,1%). Insbesondere Personen der Zielgruppe der TIB recherchieren gerne mit Hilfe von „Wikipedia“ im Rahmen ihrer Forschungstätigkeit (70,1%; ZB MED: 60,6%, ZBW: 46,2%).

Grundsätzliche Gründe für eine Nutzung der Dienste. Am häufigsten nutzen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Web 2.0-Dienste, „weil es praktisch ist“ und „weil es die Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert“ und/oder beschleunigt.

Grundsätzliche Gründe für eine Nicht-Nutzung der Dienste. Zu den durchweg wichtigsten Gründen, warum Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bestimmte Web 2.0-Dienste nicht einsetzen, gehören folgende: „weil sie keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehen“ und „weil sie aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form haben“. Ein wichtiger Grund für die Nicht-Nutzung von Sozialen Netzwerken, wie Facebook und Co. liegt darin, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden sind.

Von neuen Online-Werkzeugen erfahren die meisten Befragten von Kolleginnen und Kollegen sowie durch Freunde oder Bekannte. Andere Quellen wie Fachzeitschriften spielen eine nicht so große Rolle.

Wenn die Befragten auf die Web 2.0-Dienste zugreifen, tut die Mehrzahl der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler dies mit ihrem Notebook oder PC. Über 50% nutzen dazu aber auch schon ein „Smartphone“ und rund 30% ein „Tablet-PC“. Bei der mobilen Nutzung von Web 2.0-Diensten setzt die Zielgruppe der ZBW besonders gern ein

„Smartphone“ oder ein „Tablet“ ein. Dies tut sie häufiger als die Zielgruppen der anderen Goportis-Fächergruppen. Der Begriff der „Virtuelle Forschungsumgebung“ ist fast allen Forschenden unbekannt. 88,8% der Befragten können mit dem Begriff nichts anfangen.

Identifizierung von typischen Web 2.0-Nutzergruppen. Mit Hilfe der Two-Step-Clusteranalyse konnte die Vier-Cluster-Lösung aus der bundesweiten Hochschulstichprobe mit einigen kleinen Einschränkungen erfolgreich repliziert werden (vgl. Dzeyk, 2013). Es konnten folgende unterschiedliche Nutzertypen identifiziert werden:

„Mr Nerd“. „Mr. Nerd“ ist als wissenschaftlicher Mitarbeiter/Mitarbeiterin oder auch als Professor/Professorin ein Intensiv-Nutzer von Web 2.0-Diensten und „Neuen Medien“ gegenüber sehr aufgeschlossen.

„Ms und Mr Classic“. „Ms und Mr Classic“ sind eher ältere, gelegentliche Nutzer/innen von Web 2.0-Diensten, die als Professor/Professorin oder wissenschaftlicher Mitarbeiter/Mitarbeiterin den Neuen Medien gegenüber eher wenig aufgeschlossen sind und auch im Umgang mit diesen Medien wenig selbstbewusst sind.

„Ms Maker“. „Ms Maker“ ist die im Umgang mit „Neuen Medien“ selbstbewusste wissenschaftliche Mitarbeiterin oder Professorin, die als Durchschnittsnutzerin von Web 2.0-Diensten einen eher ausgeprägten Sinn für das Thema Privatsphäre im Internet hat.

„Mr Tech“. „Mr Tech“ ist ein Durchschnittsnutzer von Web 2.0-Diensten und als Wissenschaftlicher Mitarbeiter oder Professor „Neuen Medien“ gegenüber sehr aufgeschlossen, hat aber auch einen ausgeprägten Sinn für das Thema Privatsphäre im Internet.

6.2 Diskussion

Durch die vorliegende und Auswertung und die statistischen Überprüfungen der Daten der Goportis-Zielgruppen, konnten die Ergebnisse der bundeweiten Erhebung der Social-Media-Nutzung unter deutschen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern (vgl. Dzeyk, 2013) weitgehend bestätigt werden. Durch die erneute Überprüfung der Fragebogendaten an einer anderen Stichprobe (Goportis-Stichprobe), ließ sich die Validität der (Haupt-) Ergebnisse der ersten Studie weiter stützen. Zu den sehr klaren Ergebnissen gehört beispielsweise die statistische Verteilung der allgemeinen Nutzung bzw. Nicht-Nutzung von Web 2.0-Diensten sowie die Häufigkeit bzw. Intensität der Nutzung der verschiedenen Web 2.0-Werkzeuge (vgl. Kap. 3.1 u. Kap. 3.2).

Was die Clusterlösung betrifft, so konnte ein erneuter Klassifikationsversuch die vier gefundenen Nutzertypen weitgehend bestätigen. Dies spricht für einen substantiellen Befund, der aber noch der Absicherung durch weitere Studien bedarf. Um zu fundierten Erkenntnissen über die Rolle von Web 2.0-Diensten im Alltag von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zu gelangen, bedarf es vielleicht auch des Einsatzes von mehr qualitativen Forschungsansätzen. Durch halbstandardisierte Interviews, Fokusgruppen, Tagebuchverfahren, Verfahren der Struktur-lege-Technik oder durch den Einsatz von Inhaltsanalysen kann es gelingen, mehr über die Motive, aber auch die Hinderungsgründe und Unsicherheiten im Umgang mit den neuen Techniken zu erfahren. Die daraus ableitbaren Erkenntnisse und Theorieansätze böten eine Grundlage für Handlungsempfehlungen bezüglich der Ausbildung und Weiterbildung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern.

Die Ergebnisse der Online-Befragung haben eine Reihe von wichtigen Einblicken in die Nutzung von Web 2.0-Diensten in der Wissenschaft geliefert. So zählt es auch in der vorliegenden „Goportis-Studie“ zu den interessantesten Ergebnissen, welche Stellung Wikipedia inzwischen im Prozess wissenschaftlicher Forschung erlangt hat; gerade auch wegen der Diskussionen um die Qualität und die Verlässlichkeit dieser Informationsquelle.

Die vorliegende Studie offenbarte aber auch, dass es eine Reihe von interessanten Unterschieden im Gebrauch von Social-Media-Diensten bei den einzelnen Goportis-Zielgruppen gibt. Hier lassen sich schon jetzt ganz konkrete Handlungsempfehlungen für die einzelnen Goportis-Einrichtungen ableiten. Beispielsweise kann das Marketing der Bibliotheken dort ansetzen, wo die Studienergebnisse ein Bedarf an Web 2.0 Unterstützungsdiensten in den verschiedenen Fachbereichen aufzeigen. Oft scheint es aber auch so zu sein, dass die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bei bestimmten Diensten nicht über ausreichende Informationen verfügen. Daraus entstehen mitunter Unsicherheiten in der Anwendung oder gar Ängste im Umgang mit diesen „Neuen Medien“. Hier könnte die moderne Fachbibliothek eine Lotsenfunktion übernehmen, um Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bei ihrer Arbeit kompetent zu unterstützen.

Anhang

A. Ergänzende Statistiken der deskriptiven Auswertung

Tabelle 1, Anhang A: Eingrenzung der Fächergruppe durch die Befragten (n=2.006)

	n	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Agrarbiologie	8	,4	,4	,4
Agrarökonomie	21	1,0	1,0	1,4
Agrarwissenschaft/Landwirtschaft	26	1,3	1,3	2,7
Gartenbau	3	,1	,1	2,9
Gesundheitswissenschaften/-management	35	1,7	1,7	4,6
Nichtärztliche Heilberufe/Therapien	1	,0	,0	4,7
Pflegewissenschaft/ -management	3	,1	,1	4,8
Lebensmitteltechnologie	11	,5	,5	5,4
Pflanzenproduktion	4	,2	,2	5,6
Tierproduktion	19	,9	,9	6,5
Medizin (Allgemein-Medizin)	32	1,6	1,6	8,1
Angewandte Systemwissenschaften	2	,1	,1	8,2
Architektur	17	,8	,8	9,1
Bauingenieurwesen/Ingenieurbau	52	2,6	2,6	11,7
Chemie-Ingenieurwesen/Chemietechnik	13	,6	,6	12,3
Elektrische Energietechnik	7	,3	,3	12,7
Elektrotechnik/Elektronik	50	2,5	2,5	15,2
Energietechnik (ohne Elektrotechnik)	30	1,5	1,5	16,7
Fahrzeugtechnik	18	,9	,9	17,5
Fertigungs-/Produktionstechnik	13	,6	,6	18,2
Holz-/Fasertechnik	1	,0	,0	18,2
Hütten- und Gießereiwesen	1	,0	,0	18,3
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Ingenieurwissenschaften)	13	,6	,6	18,9
Kartographie	2	,1	,1	19,0
Kerntechnik/Kernverfahrenstechnik	2	,1	,1	19,1
Kunststofftechnik	4	,2	,2	19,3
Luft- und Raumfahrttechnik	155	7,7	7,7	27,1
Maschinenbau/-wesen	91	4,5	4,5	31,6
Mechatronik	12	,6	,6	32,2
Metalltechnik	2	,1	,1	32,3
Mikroelektronik	1	,0	,0	32,4
Mikrosystemtechnik	2	,1	,1	32,5
Nachrichten-/Informationstechnik	21	1,0	1,0	33,5
Optoelektronik	1	,0	,0	33,5
Physikalische Technik	1	,0	,0	33,6
Raumplanung	2	,1	,1	33,7
Umweltschutz	13	,6	,6	34,3
Verfahrenstechnik	12	,6	,6	34,9
Verkehrswesen	19	,9	,9	35,9
Vermessungswesen (Geodäsie)	9	,4	,4	36,3
Wasserwirtschaft	2	,1	,1	36,4
Werkstoffwissenschaften	17	,8	,8	37,3
Wirtschaftswesen mit ingenieurwiss. Schwerpunkt	5	,2	,2	37,5
Astronomie, Astrophysik	7	,3	,3	37,9
Biochemie	8	,4	,4	38,3
Bioinformatik	3	,1	,1	38,4
Biologie	36	1,8	1,8	40,2
Biomedizin	6	,3	,3	40,5
Biotechnologie	6	,3	,3	40,8

Chemie	77	3,8	3,8	44,7
Computer- und Kommunikationstechniken	2	,1	,1	44,8
Geographie/Erdkunde	12	,6	,6	45,4
Geologie/Paläontologie	1	,0	,0	45,4
Geoökologie/Biogeographie	5	,2	,2	45,7
Geophysik	5	,2	,2	45,9
Geowissenschaften	10	,5	,5	46,4
Geschichte der Mathematik und Naturwissenschaften	1	,0	,0	46,5
Informatik	59	2,9	2,9	49,4
Ingenieurinformatik/Technische	5	,2	,2	49,7
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Naturwissenschaften)	8	,4	,4	50,0
Lebensmittelchemie	2	,1	,1	50,1
Mathematik	56	2,8	2,8	52,9
Mathematische Statistik/Wahrscheinlichkeitsberechnung	12	,6	,6	53,5
Medieninformatik	1	,0	,0	53,6
Medizinische Informatik	1	,0	,0	53,6
Meteorologie	14	,7	,7	54,3
Mineralogie	2	,1	,1	54,4
Ozeanographie	1	,0	,0	54,5
Physik	110	5,5	5,5	60,0
Technomathematik	2	,1	,1	60,1
Wirtschaftsinformatik	75	3,7	3,7	63,8
Wirtschaftsmathematik	1	,0	,0	63,9
Arbeitslehre/Wirtschaftslehre	2	,1	,1	64,0
Betriebswirtschaftslehre	318	15,9	15,9	79,8
Europäische Wirtschaft	2	,1	,1	79,9
Internationale Betriebswirtschaft/Management	25	1,2	1,2	81,2
Medienwirtschaft/Medienmanagement	5	,2	,2	81,4
Tourismuswirtschaft	11	,5	,5	82,0
Verkehrswirtschaft	5	,2	,2	82,2
Volkswirtschaftslehre	171	8,5	8,5	90,7
Wirtschaftsingenieurwesen mit wirtschaftswiss. Schwerpunkt	7	,3	,3	91,1
Wirtschaftspädagogik	9	,4	,4	91,5
Wirtschaftswissenschaften	106	5,3	5,3	96,8
Soziologie	2	,1	,1	96,9
Geschichte	1	,0	,0	97,0
Schulpädagogik	1	,0	,0	97,0
Wirtschafts-/Sozialgeschichte	1	,0	,0	97,1
Psychologie	20	1,0	1,0	98,1
Rechtswissenschaft	1	,0	,0	98,1
Wirtschaftsrecht	8	,4	,4	98,5
Verkehrswesen	1	,0	,0	98,6
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften)	17	,8	,8	99,4
Sonstiges	12	,6	,6	100,0
Gesamt	2.006	100,0	100,0	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 2, Anhang A: Eingrenzung der Fächergruppe durch die Befragten u. Zuordnung zu Goportis-Fächergruppe

		Goportis-Fächerschwerpunkte			Gesamt
		ZB MED	ZBW	TIB	
Agrarbiologie	Anzahl	8	0	0	8
	% der Gesamtzahl	0,4%	0,0%	0,0%	0,4%
Agrarökonomie	Anzahl	21	0	0	21
	% der Gesamtzahl	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Agrarwissenschaft/Landwirtschaft	Anzahl	26	0	0	26
	% der Gesamtzahl	1,3%	0,0%	0,0%	1,3%
Gartenbau	Anzahl	3	0	0	3
	% der Gesamtzahl	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
Gesundheitswissenschaften/-management	Anzahl	34	1	0	35
	% der Gesamtzahl	1,7%	0,0%	0,0%	1,7%
Nichtärztliche Heilberufe/Therapien	Anzahl	1	0	0	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pfliegewissenschaft/ -management	Anzahl	3	0	0	3
	% der Gesamtzahl	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
Lebensmitteltechnologie	Anzahl	10	0	1	11
	% der Gesamtzahl	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
Pflanzenproduktion	Anzahl	4	0	0	4
	% der Gesamtzahl	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%
Tierproduktion	Anzahl	18	0	1	19
	% der Gesamtzahl	0,9%	0,0%	0,0%	0,9%
Medizin (Allgemein-Medizin)	Anzahl	32	0	0	32
	% der Gesamtzahl	1,6%	0,0%	0,0%	1,6%
Angewandte Systemwissenschaften	Anzahl	0	0	2	2
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Architektur	Anzahl	0	0	17	17
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,8%	0,8%
Bauingenieurwesen/Ingenieurbau	Anzahl	0	0	52	52
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	2,6%	2,6%
Chemie-Ingenieurwesen/Chemietechnik	Anzahl	0	0	13	13
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%
Elektrische Energietechnik	Anzahl	0	0	7	7
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%
Elektrotechnik/Elektronik	Anzahl	0	0	50	50
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	2,5%	2,5%
Energietechnik (ohne Elektrotechnik)	Anzahl	0	0	30	30
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	1,5%	1,5%
Fahrzeugtechnik	Anzahl	0	0	18	18
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,9%	0,9%
Fertigungs-/Produktionstechnik	Anzahl	0	0	13	13
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%
Holz-/Fasertechnik	Anzahl	0	0	1	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Hütten- und Gießereiwesen	Anzahl	0	0	1	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Ingenieurwissenschaften)	Anzahl	0	0	13	13
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%
Kartographie	Anzahl	0	0	2	2
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Kerntechnik/Kernverfahrenstechnik	Anzahl	0	0	2	2
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Kunststofftechnik	Anzahl	0	0	4	4
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
Luft- und Raumfahrttechnik	Anzahl	0	0	155	155
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	7,7%	7,7%
Maschinenbau/-wesen	Anzahl	0	0	91	91
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	4,5%	4,5%
Mechatronik	Anzahl	0	0	12	12
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%
Metalltechnik	Anzahl	0	0	2	2
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Mikroelektronik	Anzahl	0	0	1	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Mikrosystemtechnik	Anzahl	0	0	2	2
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
	Anzahl	0	0	21	21
Nachrichten-/Informationstechnik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%
	Anzahl	0	0	1	1
Optoelektronik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Anzahl	0	0	1	1
Physikalische Technik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Anzahl	0	0	2	2
Raumplanung	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
	Anzahl	4	0	9	13
Umweltschutz	% der Gesamtzahl	0,2%	0,0%	0,4%	0,6%
	Anzahl	0	0	12	12
Verfahrenstechnik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%
	Anzahl	0	0	19	19
Verkehrswesen	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,9%	0,9%
	Anzahl	0	0	9	9
Vermessungswesen (Geodäsie)	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%
	Anzahl	0	0	2	2
Wasserwirtschaft	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
	Anzahl	0	0	17	17
Werkstoffwissenschaften	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,8%	0,8%
	Anzahl	0	1	4	5
Wirtschaftswissenschaften mit ingenieurwiss. Schwerpunkt	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
	Anzahl	0	0	7	7
Astronomie, Astrophysik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%
	Anzahl	0	0	8	8
Biochemie	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%
	Anzahl	0	0	3	3
Bioinformatik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
	Anzahl	1	0	35	36
Biologie	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	1,7%	1,8%
	Anzahl	1	0	5	6
Biomedizin	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,2%	0,3%
	Anzahl	0	0	6	6
Biotechnologie	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%
	Anzahl	0	0	77	77
Chemie	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	3,8%	3,8%
	Anzahl	0	0	2	2
Computer- und Kommunikationstechniken	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
	Anzahl	0	0	12	12
Geographie/Erdkunde	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%
	Anzahl	0	0	1	1
Geologie/Paläontologie	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Anzahl	0	0	5	5
Geoökologie/Biogeographie	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
	Anzahl	0	0	5	5
Geophysik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
	Anzahl	0	0	10	10
Geowissenschaften	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%
	Anzahl	0	0	1	1
Geschichte der Mathematik und Naturwissenschaften	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Anzahl	0	0	59	59
Informatik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	2,9%	2,9%
	Anzahl	0	0	5	5
Ingenieurinformatik/Technische	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
	Anzahl	0	0	8	8
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Naturwissenschaften)	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%
	Anzahl	0	0	2	2
Lebensmittelchemie	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
	Anzahl	0	0	56	56
Mathematik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	2,8%	2,8%
	Anzahl	0	1	11	12
Mathematische Statistik/Wahrscheinlichkeitsberechnung	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,5%	0,6%
	Anzahl	0	0	1	1
Medieninformatik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Anzahl	0	0	1	1
Medizinische Informatik	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Anzahl	0	0	14	14
Meteorologie	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,7%	0,7%
	Anzahl	0	0	2	2
Mineralogie	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Anzahl	0	0	2	2

	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Ozeanographie	Anzahl	0	0	1	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Physik	Anzahl	0	0	110	110
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	5,5%	5,5%
Technomathematik	Anzahl	0	0	2	2
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Wirtschaftsinformatik	Anzahl	0	68	7	75
	% der Gesamtzahl	0,0%	3,4%	0,3%	3,7%
Wirtschaftsmathematik	Anzahl	0	1	0	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Arbeitslehre/Wirtschaftslehre	Anzahl	0	2	0	2
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
Betriebswirtschaftslehre	Anzahl	0	318	0	318
	% der Gesamtzahl	0,0%	15,9%	0,0%	15,9%
Europäische Wirtschaft	Anzahl	0	2	0	2
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
Internationale Betriebswirtschaft/Management	Anzahl	0	25	0	25
	% der Gesamtzahl	0,0%	1,2%	0,0%	1,2%
Medienwirtschaft/Medienmanagement	Anzahl	0	5	0	5
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%
Tourismuswirtschaft	Anzahl	0	11	0	11
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%
Verkehrswirtschaft	Anzahl	0	5	0	5
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%
Volkswirtschaftslehre	Anzahl	0	171	0	171
	% der Gesamtzahl	0,0%	8,5%	0,0%	8,5%
Wirtschaftsingenieurwesen mit wirtschaftswiss. Schwerpunkt	Anzahl	0	7	0	7
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%
Wirtschaftspädagogik	Anzahl	0	9	0	9
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,4%	0,0%	0,4%
Wirtschaftswissenschaften	Anzahl	0	106	0	106
	% der Gesamtzahl	0,0%	5,3%	0,0%	5,3%
Soziologie	Anzahl	0	2	0	2
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
Geschichte	Anzahl	1	0	0	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Schulpädagogik	Anzahl	0	1	0	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Wirtschafts-/Sozialgeschichte	Anzahl	0	1	0	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Psychologie	Anzahl	20	0	0	20
	% der Gesamtzahl	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Rechtswissenschaft	Anzahl	0	1	0	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Wirtschaftsrecht	Anzahl	0	8	0	8
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,4%	0,0%	0,4%
Verkehrswesen	Anzahl	0	0	1	1
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften)	Anzahl	0	17	0	17
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,8%	0,0%	0,8%
Sonstiges	Anzahl	6	3	3	12
	% der Gesamtzahl	0,3%	0,1%	0,1%	0,6%
Gesamt	Anzahl	193	766	1047	2.006
	% der Gesamtzahl	9,6%	38,2%	52,2%	100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 3, Anhang A: Zuordnung zu Fächergruppen

Fach * Goportis-Fächerschwerpunkte Kreuztabelle

		Goportis-Fächerschwerpunkte			Gesamt
		ZB MED	ZBW	TIB	
	Anzahl	0	0	1	1
k.A.	% innerhalb von Fach	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
	Anzahl	93	0	0	93
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	% innerhalb von Fach	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	48,2%	0,0%	0,0%	4,6%
	Anzahl	75	0	0	75
Humanmedizin/ Gesundheitswissenschaften	% innerhalb von Fach	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	38,9%	0,0%	0,0%	3,7%
	Anzahl	0	0	561	561
Ingenieurwissenschaften	% innerhalb von Fach	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	0,0%	0,0%	53,6%	28,0%
	Anzahl	0	0	419	419
Mathematik und Naturwissenschaften	% innerhalb von Fach	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	0,0%	0,0%	40,0%	20,9%
Fach	Anzahl	0	10	0	10
	% innerhalb von Fach	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Rechtswissenschaften	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	0,0%	1,3%	0,0%	0,5%
	Anzahl	1	3	0	4
Sozialwissenschaften	% innerhalb von Fach	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	0,5%	0,4%	0,0%	0,2%
	Anzahl	12	0	0	12
Kultur-, Geistes- und Erziehungswissenschaften	% innerhalb von Fach	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	6,2%	0,0%	0,0%	0,6%
	Anzahl	0	736	0	736
Wirtschaftswissenschaften	% innerhalb von Fach	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	0,0%	96,1%	0,0%	36,7%
	Anzahl	12	17	66	95
Anderes Fach, und zwar	% innerhalb von Fach	12,6%	17,9%	69,5%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	6,2%	2,2%	6,3%	4,7%
	Anzahl	193	766	1.047	2.006
Gesamt	% innerhalb von Fach	9,6%	38,2%	52,2%	100,0%
	% innerhalb von Goportis-Fächerschwerpunkte	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

**Tabelle 4, Anhang A: Aufschlüsselung der Antwortmöglichkeit „Anderes Fach“ (n=95)
Anderes Fach, und zwar**

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Proz.	Kum. Prozente
Energieforschung	1	,0	,0	,0
fehlend	1907	95,1	95,1	95,1
Architektur	3	,1	,1	95,3
Bauwesen, speziell vorbeugender Brandschutz	1	,0	,0	95,3
Biochemie	1	,0	,0	95,4
Biochemie und Molekulare Biologie	1	,0	,0	95,4
Biologie	1	,0	,0	95,5
Biomechanik	1	,0	,0	95,5
E-Health	1	,0	,0	95,6
Eletrotechnik und Informationstechnik	1	,0	,0	95,6
Energiewissenschaft/Systemanalyse	1	,0	,0	95,7
Fachdidaktik der Pflege- und Gesundheitswissenschaften	1	,0	,0	95,7
Geoinformatik	1	,0	,0	95,8
informatik	1	,0	,0	95,8
Informatik	18	,9	,9	96,7
Informatik und Mathematik	1	,0	,0	96,8
Informatik, Geoinformatik	1	,0	,0	96,8
Informationstechnik	2	,1	,1	96,9
Klima- und Umweltwissenschaften	1	,0	,0	97,0
Klinische Kinderpsychologie	1	,0	,0	97,0
Landschaftsarchitektur	1	,0	,0	97,1
Landschaftsplanung	1	,0	,0	97,1
Logistik und SCM	1	,0	,0	97,2
Logistik, Supply Chain Management	1	,0	,0	97,2
Luft- und Raumfahrt	2	,1	,1	97,3
Luft- und Raumfahrttechnik	1	,0	,0	97,4
Luftfahrttechnik, Flugversuch	1	,0	,0	97,4
Management	1	,0	,0	97,5
Maschinenbau	1	,0	,0	97,5
Medienmanagement	1	,0	,0	97,6
Molekulare Medizin	1	,0	,0	97,6
Molekulargenetik in der Tierzucht	1	,0	,0	97,7
Naterialphysik	1	,0	,0	97,7
Neurowissenschaften	1	,0	,0	97,8
Planetologie	1	,0	,0	97,8
Psychologie	4	,2	,2	98,0
Raumfahrt	2	,1	,1	98,1
Raumfahrt/Satellitenentwicklung	1	,0	,0	98,2
Raumfahrtmanagement	1	,0	,0	98,2
Raumflugbetrieb	1	,0	,0	98,3
Raumordnung und Regionalentwicklung	1	,0	,0	98,3
Robotik	1	,0	,0	98,4
Satellitentechnologie	1	,0	,0	98,4
SW Design, Betreuung, Entwicklung	1	,0	,0	98,5
Tourismusmanagement	1	,0	,0	98,5
Umweltplanung	1	,0	,0	98,6
Umweltwissenschaften	2	,1	,1	98,7
Verkehrsforschung	1	,0	,0	98,7
Verkehrswissenschaft	1	,0	,0	98,8
Verkehrswissenschaften	3	,1	,1	98,9
Wirtschaftsinformatik	1	,0	,0	99,0
Wirtschaftingenieurwesen	1	,0	,0	99,0
Wirtschaftsinformatik	14	,7	,7	99,7
Wirtschaftsinformatik, speziell Security Management	1	,0	,0	99,8
Wirtschaftsingenieurwesen	1	,0	,0	99,8
Wirtschaftsrecht	1	,0	,0	99,9
Wissenschaftliches Rechnen	1	,0	,0	99,9
Wirtschaftsinformatik	1	,0	,0	100,0
Zoologie	1	,0	,0	100,0
Gesamt	2.006	100,0	100,0	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=2.006, n=95 „Anderes Fach“)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 5, Anhang A: Korrelation zwischen Alter und Nutzungsintensität einzelner Web 2.0-Dienste * = Signifikanz auf dem Niveau $p < .05$ und ** $p < .01$ (Pearson-Korrelation)

		Alter (in Jahren)
Alter (in Jahren)	Korrelation nach Pearson	1,00
	Signifikanz (2-seitig)	.000
	N	1.983
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	Korrelation nach Pearson	-,10*
	Signifikanz (2-seitig)	,03
	N	490
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	Korrelation nach Pearson	-,02
	Signifikanz (2-seitig)	,64
	N	923
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	Korrelation nach Pearson	,01
	Signifikanz (2-seitig)	,85
	N	1.176
Microblogs (z.B. Twitter)	Korrelation nach Pearson	,05
	Signifikanz (2-seitig)	,54
	N	141
Weblogs	Korrelation nach Pearson	-,11*
	Signifikanz (2-seitig)	,02
	N	432
Wikipedia	Korrelation nach Pearson	-,02
	Signifikanz (2-seitig)	,29
	N	1.836
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	Korrelation nach Pearson	-,03
	Signifikanz (2-seitig)	,34
	N	1.189
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	Korrelation nach Pearson	-,10**
	Signifikanz (2-seitig)	,00
	N	1157
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	Korrelation nach Pearson	,00
	Signifikanz (2-seitig)	,98
	N	363
Internetforen	Korrelation nach Pearson	-,08**
	Signifikanz (2-seitig)	,00
	N	1.177
Mailinglisten	Korrelation nach Pearson	-,01
	Signifikanz (2-seitig)	,64
	N	1.382
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	Korrelation nach Pearson	-,10**
	Signifikanz (2-seitig)	,00
	N	852,00
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	Korrelation nach Pearson	-,08**
	Signifikanz (2-seitig)	,00
	N	1.452
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	Korrelation nach Pearson	-,16**
	Signifikanz (2-seitig)	,00
	N	960,00
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	Korrelation nach Pearson	,05
	Signifikanz (2-seitig)	,66
	N	79,00
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	Korrelation nach Pearson	-,04
	Signifikanz (2-seitig)	,20
	N	856,00
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	Korrelation nach Pearson	,17**
	Signifikanz (2-seitig)	,00
	N	739,00
Mittelwert der Nutzungsintensität aller Web 2.0-Dienste	Korrelation nach Pearson	-,10**
	Signifikanz (2-seitig)	,00
	N	1.980

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe)

(n gesamt =2.006; sonst unterschiedliches n – je nach Anzahl gültiger Werte, s. obige Tabelle)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 6, Anhang A: Häufigkeit bzw. Intensität der beruflichen Nutzung – Original-Abstufung, Gesamtstichprobe (a)
(grau unterlegt = tägliche/mehrmals tägliche Nutzung)

		n	Prozent
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	k.A.	4	0,8%
	mehrmals täglich	91	18,3%
	täglich	82	16,5%
	mehrfach wöchentlich	88	17,7%
	wöchentlich	73	14,7%
	monatlich	66	13,3%
	seltener	94	18,9%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	k.A.	12	1,3%
	mehrmals täglich	17	1,8%
	täglich	56	5,9%
	mehrfach wöchentlich	149	15,8%
	wöchentlich	259	27,4%
	monatlich	290	30,7%
	seltener	162	17,1%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	k.A.	7	0,6%
	mehrmals täglich	15	1,3%
	täglich	32	2,7%
	mehrfach wöchentlich	122	10,2%
	wöchentlich	226	18,9%
	monatlich	428	35,8%
	seltener	367	30,7%
Microblogs (z.B. Twitter)	k.A.	2	1,4%
	mehrmals täglich	13	9,0%
	täglich	17	11,8%
	mehrfach wöchentlich	31	21,5%
	wöchentlich	23	16,0%
	monatlich	33	22,9%
	seltener	25	17,4%
Weblogs	k.A.	10	2,2%
	mehrmals täglich	17	3,8%
	täglich	40	9,0%
	mehrfach wöchentlich	79	17,7%
	wöchentlich	117	26,2%
	monatlich	114	25,6%
	seltener	69	15,5%
Wikipedia	k.A.	22	1,2%
	mehrmals täglich	250	13,3%
	täglich	310	16,5%
	mehrfach wöchentlich	653	34,8%
	wöchentlich	423	22,6%
	monatlich	159	8,5%
	seltener	58	3,1%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	k.A.	15	1,2%
	mehrmals täglich	41	3,4%
	täglich	106	8,7%
	mehrfach wöchentlich	240	19,8%
	wöchentlich	304	25,0%
	monatlich	337	27,8%
	seltener	171	14,1%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	k.A.	6	0,5%
	mehrmals täglich	185	15,7%
	täglich	148	12,6%
	mehrfach wöchentlich	203	17,3%
	wöchentlich	221	18,8%
	monatlich	239	20,3%
	seltener	174	14,8%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	k.A.	4	1,1%
	mehrmals täglich	11	3,0%
	täglich	16	4,3%
	mehrfach wöchentlich	54	14,6%
	wöchentlich	70	19,0%
	monatlich	101	27,4%
	seltener	113	30,6%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 7, Anhang A: Häufigkeit bzw. Intensität der beruflichen Nutzung – Original-Abstufung, Gesamtstichprobe (b)
(grau unterlegt = tägliche/mehrmals tägliche Nutzung)

		n	Prozent
Internetforen	k.A.	21	1,7%
	mehrmals täglich	46	3,8%
	tätlich	99	8,2%
	mehrfach wöchentlich	257	21,2%
	wöchentlich	348	28,7%
	monatlich	304	25,1%
	seltener	136	11,2%
Mailinglisten	k.A.	23	1,6%
	mehrmals täglich	89	6,3%
	tätlich	210	14,8%
	mehrfach wöchentlich	297	20,9%
	wöchentlich	355	25,0%
	monatlich	270	19,0%
	seltener	177	12,5%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	k.A.	5	0,6%
	mehrmals täglich	86	9,9%
	tätlich	89	10,3%
	mehrfach wöchentlich	129	14,9%
	wöchentlich	165	19,1%
	monatlich	206	23,8%
	seltener	186	21,5%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	k.A.	9	0,6%
	mehrmals täglich	88	6,0%
	tätlich	136	9,2%
	mehrfach wöchentlich	363	24,6%
	wöchentlich	308	20,9%
	monatlich	375	25,4%
	seltener	198	13,4%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	k.A.	15	1,5%
	mehrmals täglich	80	8,1%
	tätlich	145	14,7%
	mehrfach wöchentlich	235	23,9%
	wöchentlich	221	22,4%
	monatlich	171	17,4%
	seltener	118	12,0%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	k.A.	0	0,0%
	mehrmals täglich	2	2,5%
	tätlich	4	5,0%
	mehrfach wöchentlich	18	22,5%
	wöchentlich	18	22,5%
	monatlich	19	23,8%
	seltener	19	23,8%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	k.A.	12	1,4%
	mehrmals täglich	19	2,2%
	tätlich	40	4,6%
	mehrfach wöchentlich	179	20,4%
	wöchentlich	244	27,9%
	monatlich	221	25,2%
	seltener	161	18,4%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	k.A.	12	1,6%
	mehrmals täglich	59	7,7%
	tätlich	97	12,7%
	mehrfach wöchentlich	195	25,6%
	wöchentlich	171	22,4%
	monatlich	121	15,9%
	seltener	108	14,2%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006). Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 8: Häufigkeit bzw. Intensität der beruflichen Nutzung – Original-Abstufung, Goportis-Fächergruppen (a) (grau unterlegt = tägliche/mehrmals tägliche Nutzung)

		ZB MED		ZBW		TIB	
		n	%	n	%	n	%
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	k.A.	1	2,2%	2	0,8%	1	0,5%
	mehrmals täglich	5	11,1%	57	21,8%	29	15,2%
	täglich	11	24,4%	42	16,0%	29	15,2%
	mehrfach wöchentlich	7	15,6%	48	18,3%	33	17,3%
	wöchentlich	6	13,3%	42	16,0%	25	13,1%
	monatlich	7	15,6%	31	11,8%	28	14,7%
	seltener	8	17,8%	40	15,3%	46	24,1%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	k.A.	1	1,4%	7	1,5%	4	1,0%
	mehrmals täglich	0	0,0%	13	2,8%	4	1,0%
	täglich	4	5,5%	39	8,3%	13	3,2%
	mehrfach wöchentlich	12	16,4%	88	18,7%	49	12,2%
	wöchentlich	21	28,8%	133	28,2%	105	26,2%
	monatlich	20	27,4%	135	28,7%	135	33,7%
	seltener	15	20,5%	56	11,9%	91	22,7%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	k.A.	0	0,0%	3	0,6%	4	0,7%
	mehrmals täglich	0	0,0%	6	1,2%	9	1,5%
	täglich	4	3,8%	17	3,5%	11	1,8%
	mehrfach wöchentlich	4	3,8%	62	12,7%	56	9,3%
	wöchentlich	18	17,3%	91	18,6%	117	19,4%
	monatlich	37	35,6%	171	34,9%	220	36,5%
	seltener	41	39,4%	140	28,6%	186	30,8%
Microblogs (z.B. Twitter)	k.A.	1	20,0%	0	0,0%	1	1,6%
	mehrmals täglich	0	0,0%	5	6,5%	8	12,9%
	täglich	2	40,0%	10	13,0%	5	8,1%
	mehrfach wöchentlich	0	0,0%	17	22,1%	14	22,6%
	wöchentlich	1	20,0%	12	15,6%	10	16,1%
	monatlich	1	20,0%	21	27,3%	11	17,7%
	seltener	0	0,0%	12	15,6%	13	21,0%
Weblogs	k.A.	0	0,0%	7	3,5%	3	1,3%
	mehrmals täglich	0	0,0%	9	4,5%	8	3,6%
	täglich	1	4,8%	20	9,9%	19	8,5%
	mehrfach wöchentlich	2	9,5%	32	15,8%	45	20,2%
	wöchentlich	4	19,0%	55	27,2%	58	26,0%
	monatlich	6	28,6%	49	24,3%	59	26,5%
	seltener	8	38,1%	30	14,9%	31	13,9%
Wikipedia	k.A.	3	1,6%	9	1,3%	10	1,0%
	mehrmals täglich	14	7,7%	58	8,5%	178	17,6%
	täglich	28	15,4%	88	12,9%	194	19,2%
	mehrfach wöchentlich	62	34,1%	228	33,3%	363	36,0%
	wöchentlich	51	28,0%	188	27,5%	184	18,2%
	monatlich	18	9,9%	81	11,8%	60	5,9%
	seltener	6	3,3%	32	4,7%	20	2,0%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	k.A.	5	5,7%	4	1,1%	6	0,8%
	mehrmals täglich	0	0,0%	8	2,1%	33	4,4%
	täglich	4	4,6%	23	6,1%	79	10,5%
	mehrfach wöchentlich	25	28,7%	62	16,4%	153	20,4%
	wöchentlich	17	19,5%	82	21,8%	205	27,3%
	monatlich	22	25,3%	117	31,0%	198	26,4%
	seltener	14	16,1%	81	21,5%	76	10,1%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	k.A.	0	0,0%	3	0,6%	3	0,6%
	mehrmals täglich	12	11,5%	115	21,1%	58	11,0%
	täglich	12	11,5%	79	14,5%	57	10,8%
	mehrfach wöchentlich	18	17,3%	100	18,3%	85	16,1%
	wöchentlich	22	21,2%	91	16,7%	108	20,5%
	monatlich	24	23,1%	93	17,1%	122	23,1%
	seltener	16	15,4%	64	11,7%	94	17,8%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	k.A.	1	3,1%	2	1,2%	1	0,6%
	mehrmals täglich	3	9,4%	5	3,0%	3	1,8%
	täglich	1	3,1%	9	5,4%	6	3,5%
	mehrfach wöchentlich	1	3,1%	25	15,0%	28	16,5%
	wöchentlich	7	21,9%	26	15,6%	37	21,8%
	monatlich	9	28,1%	42	25,1%	50	29,4%
	seltener	10	31,3%	58	34,7%	45	26,5%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 9: Häufigkeit bzw. Intensität der beruflichen Nutzung – Original-Abstufung, Goportis-Fächergruppen (b)
(grau unterlegt = tägliche/mehrmals tägliche Nutzung)

		ZB MED		ZBW		TIB	
		n	%	n	%	n	%
Internetforen	k.A.	3	3,0%	12	2,8%	6	0,9%
	mehrmals täglich	2	2,0%	17	3,9%	27	4,0%
	täglich	4	4,0%	33	7,6%	62	9,1%
	mehrfach wöchentlich	18	18,2%	72	16,6%	167	24,6%
	wöchentlich	26	26,3%	118	27,3%	204	30,0%
	monatlich	30	30,3%	126	29,1%	148	21,8%
	seltener	16	16,2%	55	12,7%	65	9,6%
Mailinglisten	k.A.	9	6,6%	4	0,7%	10	1,4%
	mehrmals täglich	8	5,9%	30	5,4%	51	6,9%
	täglich	18	13,2%	71	12,9%	121	16,5%
	mehrfach wöchentlich	31	22,8%	109	19,8%	157	21,4%
	wöchentlich	33	24,3%	149	27,0%	173	23,6%
	monatlich	25	18,4%	113	20,5%	132	18,0%
	seltener	12	8,8%	75	13,6%	90	12,3%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	k.A.	0	0,0%	3	0,8%	2	0,5%
	mehrmals täglich	2	2,6%	43	10,8%	41	10,5%
	täglich	5	6,6%	39	9,8%	45	11,5%
	mehrfach wöchentlich	10	13,2%	69	17,3%	50	12,8%
	wöchentlich	16	21,1%	79	19,8%	70	17,9%
	monatlich	19	25,0%	93	23,4%	94	24,0%
	seltener	24	31,6%	72	18,1%	90	23,0%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	k.A.	1	0,7%	6	1,0%	2	0,3%
	mehrmals täglich	8	5,4%	35	6,0%	45	6,0%
	täglich	11	7,4%	50	8,6%	75	10,1%
	mehrfach wöchentlich	40	26,8%	147	25,2%	176	23,7%
	wöchentlich	34	22,8%	129	22,1%	145	19,5%
	monatlich	34	22,8%	141	24,1%	200	26,9%
	seltener	21	14,1%	76	13,0%	101	13,6%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	k.A.	4	3,8%	6	1,6%	5	1,0%
	mehrmals täglich	9	8,5%	36	9,6%	35	6,9%
	täglich	11	10,4%	50	13,3%	84	16,7%
	mehrfach wöchentlich	25	23,6%	90	24,0%	120	23,8%
	wöchentlich	27	25,5%	83	22,1%	111	22,0%
	monatlich	15	14,2%	64	17,1%	92	18,3%
	seltener	15	14,2%	46	12,3%	57	11,3%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	k.A.	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	mehrmals täglich	0	0,0%	2	4,7%	0	0,0%
	täglich	0	0,0%	1	2,3%	3	8,8%
	mehrfach wöchentlich	1	33,3%	9	20,9%	8	23,5%
	wöchentlich	0	0,0%	10	23,3%	8	23,5%
	monatlich	0	0,0%	12	27,9%	7	20,6%
	seltener	2	66,7%	9	20,9%	8	23,5%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	k.A.	3	3,8%	6	1,7%	3	0,7%
	mehrmals täglich	2	2,6%	11	3,0%	6	1,4%
	täglich	2	2,6%	17	4,7%	21	4,8%
	mehrfach wöchentlich	17	21,8%	82	22,7%	80	18,3%
	wöchentlich	21	26,9%	103	28,5%	120	27,5%
	monatlich	15	19,2%	76	21,1%	130	29,7%
	seltener	18	23,1%	66	18,3%	77	17,6%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	k.A.	3	4,1%	8	1,8%	1	0,4%
	mehrmals täglich	0	0,0%	49	11,1%	10	4,0%
	täglich	8	10,8%	70	15,9%	19	7,7%
	mehrfach wöchentlich	18	24,3%	134	30,4%	43	17,3%
	wöchentlich	23	31,1%	85	19,3%	63	25,4%
	monatlich	10	13,5%	55	12,5%	56	22,6%
	seltener	12	16,2%	40	9,1%	56	22,6%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen/Forschungseinrichtungen (Goportis-Stichprobe) (n gesamt=2.006)
Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

B. Fragebogen Online-Untersuchung

Fragebogen – Seite 1





Impressum

Befragung zur wissenschaftsbezogenen Nutzung von Online-Werkzeugen und Social Media

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

Ziel der folgenden Befragung ist es zu untersuchen, in welchem Umfang und wie Wissenschaftler/Innen an bundesdeutschen Hochschulen und wissenschaftlichen Forschungseinrichtungen onlinebasierte Werkzeuge und Social Media-Anwendungen nutzen und welche Einstellung sie bezüglich des Einsatzes dieser Technologien vertreten.

Die Datenerhebung dient ausschließlich wissenschaftlichen Zwecken. Ihre Teilnahme ist zu jedem Zeitpunkt freiwillig. Alle Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym behandelt.

Die Bearbeitungszeit beträgt ungefähr **15 Minuten**.

Warum mitmachen?
Mit Ihren Antworten helfen Sie uns zu verstehen, wie das Internet mit seinen zahlreichen Werkzeugen Forschungs- und Kommunikationsprozesse in der Wissenschaft verändert. Alle Ihre Angaben sind daher sehr wertvoll für uns.

Die Befragung wird im Kontext des Leibniz-Forschungsverbunds "Science 2.0" durchgeführt. Weitere Informationen zum Forschungsverbund erhalten Sie unter: <http://www.leibniz-science20.de/>. Dort werden nach Abschluss der Befragung auch Hinweise zur Auswertung und Publikation der Studie veröffentlicht.

Mit freundlichen Grüßen
Das Projektteam Science 2.0 des Leibniz-Forschungsverbunds

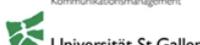
Kontakt:
Technische Universität Dresden
Medienzentrum/Abteilung Medienstrategien

URL: <http://www.escience-sachsen.de>

[Vorschau beenden](#)








Fragebogen – Seite 2





Impressum

Was ist Ihr höchster akademischer Abschluss?

Bachelor (Uni/FH)
 Master (Uni/FH)
 Diplom (Uni/FH)
 Staatsexamen
 Magister
 Promotion
 Habilitation
 Sonstiges, und zwar:

In welcher Funktion sind Sie aktuell an einer Hochschule/Forschungseinrichtung tätig?

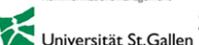
Akademischer Rat
 Doktorand/in
 Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in
 Postdoktorand/in
 Privatdozent/in
 Jun.-Professor/in
 Professor/in
 Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)
 Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in
 Nicht-wissenschaftliches Personal
 Sonstiges, und zwar:

[Zurück](#) [Weiter](#)

 [Comment](#)








Fragebogen – Seite 3

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum



In welchem Fachgebiet sind Sie aktuell tätig?

- Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften
- Kultur-, Geistes- und Erziehungswissenschaften
- Humanmedizin/ Gesundheitswissenschaften
- Ingenieurwissenschaften
- Kunst, Kunstwissenschaft
- Mathematik und Naturwissenschaften
- Rechtswissenschaften
- Sozialwissenschaften
- Sportwissenschaften
- Sprachwissenschaften
- Verwaltungswissenschaften
- Veterinärmedizin
- Wirtschaftswissenschaften
- Anderes Fach, und zwar










Fragebogen – Seite 4

Hinweis: Die über die Drop-Down Liste auswählbaren Fächer variieren je nach ausgewähltem Fachgebiet.

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum



Bitte grenzen Sie Ihr Fachgebiet innerhalb der Fächergruppe näher ein!

Sollten Sie Ihren Fachbereich in der oben angezeigten Auswahl nicht gefunden haben, geben Sie ihn bitte hier ein:










Fragebogen – Seite 5

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum
eScience Network

Wo sind Sie aktuell als Wissenschaftler/in tätig?
Wichtig: Bitte geben Sie hier lediglich den Hochschul- bzw. Einrichtungstyp an und nennen Sie keinen konkreten Namen. Mehrfachantworten sind möglich.

- Universität oder andere Hochschule mit Promotionsrecht
- Fachhochschule oder andere Hochschule ohne Promotionsrecht
- Kunst- oder Musikhochschule
- Außeruniversitäres Forschungsinstitut (z.B. Leibniz, Helmholtz, Fraunhofer, Max Planck)
- Sonstige, und zwar:

[Vorschau beenden](#)













Fragebogen – Seite 6

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum
eScience Network

Bitte geben Sie an, wieviel Prozent Ihrer gesamten wissenschaftlichen Tätigkeit die jeweiligen Tätigkeitsbereiche in etwa ausmachen!

- Forschung %
- Lehre (inklusive Organisation v. Lehre, Beratung v. Studierenden) %
- Wissenschaftsadministration (z.B. Drittmittelwerbung, Projektverwaltung) %
- Wissenschaftskommunikation (z.B. Öffentlichkeitsarbeit, Vernetzung) %
- Andere Tätigkeitsbereiche %

[Zurück](#) [Weiter](#)

[Comment](#)













Fragebogen – Seite 7





Wie oft haben Sie im Jahr 2012 an wissenschaftlichen Konferenzen teilgenommen?

- nie
- 1-2 mal
- 3-4 mal
- 5-6 mal
- 7-8 mal
- häufiger

In wie vielen Fach-/Berufsorganisationen/Fachgesellschaften sind Sie persönlich Mitglied?

- 0
- 1-3
- 4-6
- 7-9
- 10-12
- mehr

In wie vielen Fach-/Berufsorganisationen/Fachgesellschaften haben Sie ein offizielles Amt inne (z.B. als Vorstandsmitglied)?

- 0
- 1-3
- 4-6
- 7-9
- 10-12
- mehr

Zurück
Weiter











Obige Fragen zum Engagement in der wissenschaftlichen Community (Seite 7), wurden in der vorliegenden Online-Befragung (Goportis-Sample) nicht gestellt, da sie nicht Gegenstand der Untersuchung waren. In der Untersuchung des „Hochschulsamples“ (Dzeyk, 2013) wurden die Fragen dagegen präsentiert.

Fragebogen – Seite 8





Inwiefern nutzen Sie die folgenden Werkzeuge?

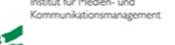
	nur beruflich	primär beruflich	beruflich und privat	primär privat	nur privat	nutze ich nicht	kenne ich nicht
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internetforen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weblogs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikipedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Mailinglisten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Microblogs (z.B. Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück
Weiter











Fragebogen – Seite 9





Impressum

Wie nutzen Sie die von Ihnen beruflich eingesetzten onlinebasierten Werkzeuge?

Weblogs

- lesen oder abonnieren
- eigene Beiträge verfassen
- Beiträge kommentieren

Andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)

- lesen
- Wiki-Seiten erstellen und bearbeiten

Internetforen

- lesen
- Beiträge verfassen
- Beiträge anderer Nutzer beantworten

Zurück Weiter











Fragebogen – Seite 10





Impressum

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Werkzeuge für Ihre berufliche Tätigkeit?

	mehrmals täglich	täglich	mehrfach wöchentlich	wöchentlich	monatlich	seltener
Weblogs	<input type="radio"/>					
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	<input type="radio"/>					
Wikipedia	<input type="radio"/>					
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	<input type="radio"/>					
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	<input type="radio"/>					
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	<input type="radio"/>					
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	<input type="radio"/>					
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	<input type="radio"/>					
Internetforen	<input type="radio"/>					

Zurück Weiter











Fragebogen – Seite 11





Für welchen Zweck/ in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Werkzeuge beruflich?
(Mehrfachantworten sind möglich.)

	Lehre	Forschung	Wissenschafts- kommunikation	Wissenschafts- administration
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetforen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wikipedia	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weblogs	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zurück Weiter










Fragebogen – Seite 12

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der in der Forschung eingesetzten Werkzeuge.





Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?
(Mehrfachantworten sind möglich.)

	Abstimmung/ Kommuni- kation	Datenerhebung/ -auswertung	Austausch von:				Recherche		Andere
			Informationen	Daten	Materialien				
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weblogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wikipedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetforen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zurück Weiter










Fragebogen – Seite 13

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge. Hinweis: Über die Drop-Down-Liste sind verschiedene Antwortmöglichkeiten wählbar.





Aus welchen vorrangigen Gründen nutzen Sie die folgenden Werkzeuge für Ihre berufliche Tätigkeit?

	Ich nutze das folgende Werkzeug beruflich,
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	weil es praktisch ist
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	weil es meine Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	weil es meine Arbeitsergebnisse verbessert
Internetforen	weil es Vorschrift bzw. Wunsch von Kolleg/innen und Projektpartner/innen ist
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	auf Druck der eigenen Community
Wikipedia	um meine eigene Reputation zu steigern
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	weil es meine Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert und/oder beschleunigt
Weblogs	um meine eigene Reputation zu steigern
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	aus anderen Gründen

Sollten Sie die genannten onlinebasierten Werkzeuge aus anderen Gründen für Ihre berufliche Tätigkeit nutzen, können Sie diese hier angeben:

Zurück Weiter














Fragebogen – Seite 14

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich nicht genutzten Werkzeuge. Hinweis: Über die Drop-Down-Liste sind verschiedene Antwortmöglichkeiten wählbar.





Aus welchen Gründen nutzen Sie die folgenden Werkzeuge vorrangig nicht für Ihre berufliche Tätigkeit?

	Ich nutze das folgende Werkzeug nicht beruflich,
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	weil mir die Zeit fehlt, mich in die Anwendung einzuarbeiten
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	weil ich mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden bin
Microblogs (z.B. Twitter)	weil ich es für private Kommunikation nutze und Privates und Berufliches voneinander trennen möchte

Sollten Sie die genannten onlinebasierten Werkzeuge aus anderen Gründen nicht für Ihre berufliche Tätigkeit nutzen, können Sie diese hier angeben:

Zurück Weiter














Fragebogen – Seite 15

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum



Wie erfahren Sie von neuen Online-Werkzeugen?
Es sind Mehrfachantworten möglich.

- Kolleginnen/Kollegen
- Freunde/Bekannte
- Vorträge
- andere Web 2.0-Tools
- Fachzeitschriften (des eigenen Fachs)
- IT-Zeitschriften
- Sonstiges, und zwar:

Welche Endgeräte nutzen Sie, um auf die Werkzeuge zuzugreifen?
Es sind Mehrfachantworten möglich.

- PC
- Notebook
- Tablet
- Smartphone
- Sonstiges, und zwar:








Fragebogen – Seite 16

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum



In jüngster Zeit wird propagiert, Virtuelle Forschungsumgebungen (VFU) einzusetzen. Benutzen Sie so etwas bzw. was verstehen Sie darunter?

- Ja, ich benutze eine Virtuelle Forschungsumgebung (VFU). Unter dem Begriff VFU verstehe ich Folgendes:
- Nein, ich benutze keine VFU, habe allerdings schon von diesem Begriff gehört. Unter VFU verstehe ich demnach Folgendes:
- Ich kann mit dem Begriff VFU nichts anfangen.








Fragebogen – Seite 17

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum



Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

	stimme völlig zu	stimme eher zu	unentschieden	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
Ich mache mir Sorgen, dass Daten, die ich im Internet bereitstelle, missbraucht werden könnten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich im Internet einkaufe, mache ich mir Sorgen, dass meine Kreditkarteninformationen entwendet werden könnten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich stelle ungern Informationen ins Internet, weil ich nicht weiß, was Andere mit ihnen machen könnten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich veröffentliche ungern Daten im Internet, weil diese auf Arten verwendet werden könnten, die ich nicht vorhersehen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kenne die Nutzungsbedingungen der Web 2.0-Tools, die ich nutze.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es macht mich nervös, mit Sozialen Medien zu arbeiten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Gedanke, dass es beim fehlerhaften Gebrauch von Sozialen Medien zu Datenverlust kommen könnte, ängstigt mich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich Soziale Medien nutze, habe ich Angst, Fehler zu machen, die ich nicht mehr korrigieren kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soziale Medien wirken auf mich etwas einschüchternd.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>










Fragebogen – Seite 18

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum



Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

	stimme völlig zu	stimme eher zu	unentschieden	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
Ich informiere mich so häufig wie möglich über technische Neuheiten wie z.B. Smartphones, Computer, Software, Internet-Applikationen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich überlege häufig, wie ich technische Neuheiten für mich nutzen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn mich eine technische Neuheit interessiert, dann informiere ich mich gründlich darüber.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Freunde oder Bekannte beschreiben mich als technikinteressiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ich könnte eine Aufgabe mit Hilfe von Social Media erfüllen (z.B. eine Anfrage beantworten)...

	trifft völlig zu	trifft eher zu	unentschieden	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu
... auch wenn niemand da wäre, der mir sagt, wie ich dabei vorzugehen habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wenn ich jemandem um Hilfe bitten könnte, falls ich feststecke.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wenn ich genügend Zeit für die Nutzung hätte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wenn ich nur die eingebaute Hilfefunktion der Plattformen zur Unterstützung verwenden kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>










Fragebogen – Seite 19

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum



Bitte nennen Sie uns Ihr Geburtsjahr:

19

Sie sind:

weiblich männlich

Zurück
Weiter

 **Comment**












Fragebogen – Seite 20 – Ende des Fragebogens

Hinweis: Die Beantwortung der Wikipedia-Fragen ist optional. Bei Auswahl von „nein“ erfolgt eine Weiterleitung auf die Endseite.

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum



Vielen Dank für Ihre Teilnahme an der Befragung zur Nutzung von onlinebasierten Werkzeugen und Social Media. Darüber hinaus würden wir gern mehr erfahren über Ihre Nutzung der Wikipedia.

Bitte geben Sie an, ob Sie noch ein paar Fragen zu Wikipedia beantworten möchten. Sollten Sie nicht damit einverstanden sein, werden Sie auf die Endseite des Fragebogens weitergeleitet.

Ja, ich möchte Fragen zu Wikipedia beantworten (Dauer ca. 2 min.)

Nein, ich möchte jetzt keine Fragen zu Wikipedia beantworten

Zurück
Weiter

 **Comment**












Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	7
TABELLE 2: GESCHLECHT DER BEFRAGTEN	10
TABELLE 3: ALTER (IN JAHREN)	11
TABELLE 4: ALTERSGRUPPEN	12
TABELLE 5: BESCHÄFTIGUNGSORT/HOCHSCHULART	13
TABELLE 6: HÖCHSTER AKADEMISCHER ABSCHLUSS	14
TABELLE 7: AKTUELLE FUNKTION AN EINER HOCHSCHULE/FORSCHUNGSEINRICHTUNG (WISS. STATUS)	15
TABELLE 8: IN WELCHEM FACHGEBIET TÄTIG? EIGENE EINSCHÄTZUNG	17
TABELLE 9: FÄCHERZUORDNUNG NACH DER SYSTEMATIK DES SBA	19
TABELLE 10: TÄTIGKEITSSCHWERPUNKTE* – IN WELCHEN BEREICHEN ARBEITEN DIE BEFRAGTEN?	19
TABELLE 11: TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT, MITTELWERTE DER PROZENTANGABEN	20
TABELLE 12: MITTLERE PROZENTUALE VERTEILUNG AUF DIE TÄTIGKEITSBEREICHE NACH FUNKTION / WISSENSCHAFTLICHEM STATUS	21
TABELLE 13: MITTLERE PROZENTUALE VERTEILUNG DER ARBEITSZEIT AUF DIE TÄTIGKEITSBEREICHE (SELBSTEINSCHÄTZUNG) NACH ZUGEHÖRIGKEIT ZU FÄCHERBEREICH (SBA)	22
TABELLE 14: NUTZUNG UND NICHT-NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN/WERKZEUGEN	23
TABELLE 15: UNTERSCHIEDUNG: BERUFLICHE UND PRIVATE NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN* (A)	29
TABELLE 16: UNTERSCHIEDUNG: BERUFLICHE UND PRIVATE NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN* (B)	30
TABELLE 17: HÄUFIGKEIT DER BERUFLICHEN NUTZUNG (A)	31
TABELLE 18: NUTZUNGSTYPEN/BERUFLICH. ZUSAMMENFASSUNG DER HÄUFIGKEITSANGABEN	32
TABELLE 19: INTENSITÄT DER DIENSTE-NUTZUNG	34
TABELLE 20: WIE WERDEN DIE DIENSTE BERUFLICH GENUTZT? EHER AKTIV ODER EHER PASSIV?	36
TABELLE 21: KONTEXT DER NUTZUNG: FORSCHUNG U. LEHRE	37
TABELLE 22: KONTEXT DER NUTZUNG: WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION UND WISSENSCHAFTSADMINISTRATION	FEHLER!
TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.	
TABELLE 23: DIENSTE FÜR DEN ZWECK „ABSTIMMUNG/KOMMUNIKATION“	39
TABELLE 24: DIENSTE FÜR DIE „DATENERHEBUNG/DATENAUSWERTUNG“	40
TABELLE 25: DIENSTE FÜR DEN „AUSTAUSCH VON INFORMATIONEN“	40
TABELLE 26: DIENSTE FÜR DEN „AUSTAUSCH VON DATEN“	41
TABELLE 27: DIENSTE FÜR DEN „AUSTAUSCH VON MATERIALIEN“	41
TABELLE 28: DIENSTE FÜR DIE „RECHERCHE“	42

TABELLE 29: DIENSTE FÜR „ANDERE ZWECKE“	42
TABELLE 30: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE BERUFLICHE NUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN.	43
TABELLE 31: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE NICHTNUTZUNG VON WEB 2.0-WEKZEUGEN FÜR DIE BERUFLICHE TÄTIGKEIT	44
TABELLE 32: INFORMATIONSQUELLEN ZUM THEMA „NEUE ONLINE-WERKZEUGE“	45
TABELLE 33: ENDGERÄTE MIT DENEN AUF WEB 2.0-DIENSTE ZUGEGRIFFEN WIRD	45
TABELLE 34: BENUTZUNG UND KENNTNIS VON VIRTUELLEN FORSCHUNGSUMGEBUNGEN	46
TABELLE 35: NUTZUNGSINTENSITÄT NACH GESCHLECHT	47
TABELLE 36: NUTZUNGSINTENSITÄT NACH GESCHLECHT UND EINZELNEN DIENSTEN	48
TABELLE 37: KORRELATION ZWISCHEN ALTER UND NUTZUNGSINTENSITÄT	50
TABELLE 38: MITTELWERT NUTZUNGSINTENSITÄT WEB 2.0-DIENSTE GESAMT UND WISSENSCHAFTLICHE FUNKTION/STATUS	51
TABELLE 39: MITTELWERTE DER NUTZUNGSINTENSITÄT VERSCHIEDENER WEB 2.0-DIENSTE NACH UNTERSCHIEDLICHEM WISSENSCHAFTLICHEN STATUS	53
TABELLE 40: GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	54
TABELLE 41: VERTEILUNG DER VARIABLE GESCHLECHT UND GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	55
TABELLE 42: VERTEILUNG ALTER (IN JAHREN)	56
TABELLE 43: AKTUELLE FUNKTION AN EINER HOCHSCHULE/FORSCHUNGSEINRICHTUNG (WISSENSCHAFTLICHER STATUS) UND GOPORTIS-FÄCHERSCHWERPUNKTE	57
TABELLE 44: NUTZUNG UND NICHT-NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN U. GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	59
TABELLE 45: BERUFLICHE UND PRIVATE WEB 2.0-NUTZUNG NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN* (A)	61
TABELLE 46: BERUFLICHE UND PRIVATE WEB 2.0-NUTZUNG NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN* (B)	62
TABELLE 47: NUTZUNGSTYPEN: INTENSITÄT DER BERUFLICHEN WEB 2.0-NUTZUNG NACH GOPORTIS- FÄCHERGRUPPEN*	63
TABELLE 48: MITTELWERT NUTZUNGSINTENSITÄT NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	64
TABELLE 49: VERGLEICH DER MITTELWERTE DER NUTZUNGSINTENSITÄT VERSCHIEDENER WEB 2.0-DIENSTE NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	65
TABELLE 50: NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN IN DER „LEHRE“ NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	68
TABELLE 51: NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN IN DER „FORSCHUNG“ NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	69
TABELLE 52: NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN IN DER „WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION“ NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	70
TABELLE 53: NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN IN DER „WISSENSCHAFTSADMINISTRATION“ NACH GOPORTIS- FÄCHERGRUPPEN	71
TABELLE 54: NUTZUNG VON DIENSTEN FÜR DEN ZWECK „ABSTIMMUNG/KOMMUNIKATION“ IM KONTEXT DER FORSCHUNGSTÄTIGKEIT – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	72

TABELLE 55: NUTZUNG VON DIENSTEN FÜR DEN ZWECK „DATENERHEBUNG/DATENAUSWERTUNG“ IM KONTEXT DER FORSCHUNGSTÄTIGKEIT – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	73
TABELLE 56: NUTZUNG VON DIENSTEN FÜR DEN ZWECK „AUSTAUSCH VON INFORMATIONEN“ IM KONTEXT DER FORSCHUNGSTÄTIGKEIT – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	74
TABELLE 57: NUTZUNG VON DIENSTEN FÜR DEN ZWECK „AUSTAUSCH VON DATEN“ IM KONTEXT DER FORSCHUNGSTÄTIGKEIT – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	75
TABELLE 58: NUTZUNG VON DIENSTEN FÜR DEN ZWECK „AUSTAUSCH VON MATERIALIEN“ IM KONTEXT DER FORSCHUNGSTÄTIGKEIT – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	76
TABELLE 59: NUTZUNG VON DIENSTEN FÜR DEN ZWECK „RECHERCHE“ IM KONTEXT DER FORSCHUNGSTÄTIGKEIT – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	77
TABELLE 60: NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN FÜR „ANDERE ZWECKE“ IM KONTEXT DER FORSCHUNGSTÄTIGKEIT – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	78
TABELLE 61: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE BERUFLICHE NUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN; HIER: ZB MED	79
TABELLE 62: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE BERUFLICHE NUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN; HIER: ZBW	80
TABELLE 63: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE BERUFLICHE NUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN; HIER: TIB	81
TABELLE 64: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE BERUFLICHE NICHTNUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN; HIER: ZB MED	82
TABELLE 65: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE BERUFLICHE NICHTNUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN; HIER: ZBW	83
TABELLE 66: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE BERUFLICHE NICHTNUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN; HIER: TIB	84
TABELLE 67: WIE ERFAHREN DIE BEFRAGTEN VON NEUEN ONLINE-WERKZEUGEN? – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	85
TABELLE 68: ENDGERÄTE MIT DENEN AUF WEB 2.0-DIENSTE ZUGEGRIFFEN WIRD – NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	86
TABELLE 69: BENUTZUNG UND KENNTNIS VON VIRTUELLEN FORSCHUNGSUMGEBUNGEN	87
TABELLE 70: MITTELWERTE UND STANDARDABWEICHUNG DER ITEMS DES KONSTRUKTS „SORGEN HINSICHTLICH PRIVATSPHÄRE/PRIVACY CONCERNS“	90
TABELLE 71: MITTELWERTE UND STANDARDABWEICHUNG DER ITEMS DES KONSTRUKTS „ÄNGSTLICHKEIT IM UMGANG MIT SOZIALEN MEDIEN/COMPUTER ANXIETY“	90
TABELLE 72: MITTELWERTE UND STANDARDABWEICHUNG DER ITEMS ZUM KONSTRUKT „AUFGESCHLOSSENHEIT FÜR NEUE MEDIEN/CURIOSITY“	91

TABELLE 73: MITTELWERTE UND STANDARDABWEICHUNG DER ITEMS ZUM KONSTRUKT „SELBSTBEWUSSTSEIN IM UMGANG MIT NEUEN MEDIEN/SELF-EFFICACY“	91
TABELLE 74: MITTELWERTE DER VIER EINSTELLUNGSSKALEN	92
TABELLE 75: SIGNIFIKANTE UNTERSCHIEDE IN DEN MITTELWERTEN DER VIER EINSTELLUNGSSKALEN ZWISCHEN DEN SKALENWERTEEN DER DREI GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	93
TABELLE 76: RELIABILITÄTSSTATISTIK DER SKALEN	94
TABELLE 77: MITTELWERTE DER VIER EINSTELLUNGSSKALEN NACH GESCHLECHT UND GOPORTIS- FÄCHERGRUPPE	95
TABELLE 78: KORRELATION ZWISCHEN DER VARIABLE ALTER UND DEN EINSTELLUNGSKONSTRUKTEN	96
TABELLE 79: KORRELATION ZWISCHEN DER VARIABLE ALTER UND DEN EINSTELLUNGSKONSTRUKTEN	97
TABELLE 80: SKALENMITTELWERTE DER EINSTELLUNGEN NACH WISSENSCHAFTLICHEM STATUS UND GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	98
TABELLE 81: NUTZUNGSTYPEN NACH NUTZUNGSINTENSITÄT (DURCHSCHNITTLICHE NUTZUNGSINTENSITÄT ÜBER ALLE WEB 2.0-DIENSTE)	101
TABELLE 82: GRUPPEN MIT UNTERSCHIEDLICH INTENSIVER NUTZUNG UND GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	102
TABELLE 83: GESAMTSTICHPROBE - NUTZUNGSTYPEN UND DEMOGRAFISCHE VARIABLEN	103
TABELLE 84: ZB MED - NUTZUNGSTYPEN UND DEMOGRAFISCHE VARIABLEN	104
TABELLE 85: ZBW - NUTZUNGSTYPEN UND DEMOGRAFISCHE VARIABLEN	105
TABELLE 86: TIB - NUTZUNGSTYPEN UND DEMOGRAFISCHE VARIABLEN	106
TABELLE 87: GESAMTÜBERBLICK NUTZUNGSTYPEN UND DEMOGRAFISCHE VARIABLEN NACH GOPORTIS- FÄCHERGRUPPEN	107
TABELLE 88: PROZENTUALE ANTEILE DER FÄLLE AN DEN JEWEILIGEN CLUSTERN – GOPORTIS-SAMPLE	110
TABELLE 89: PROZENTUALE ANTEILE DER FÄLLE AN DEN JEWEILIGEN CLUSTERN - HOCHSCHULSAMPLE	110
TABELLE 90: ZUORDNUNG DER VARIABLE GESCHLECHT ZU DEN VIER CLUSTERN – „GOPORTIS-SAMPLE“	111
TABELLE 91: ZUORDNUNG DER VARIABLE GESCHLECHT ZU DEN VIER CLUSTERN – „HOCHSCHULSAMPLE“	112
TABELLE 92: ZUORDNUNG DER DREI NUTZUNGSTYPEN ZU DEN VIER CLUSTERN – „GOPORTIS-SAMPLE“	113
TABELLE 93: ZUORDNUNG DER DREI NUTZUNGSTYPEN ZU DEN VIER CLUSTERN – „HOCHSCHULSAMPLE“	114
TABELLE 94: MITTELWERTE DER STETIGEN VARIABLEN IM CLUSTER-MODELL* - „GOPORTIS-SAMPLE“	115
TABELLE 95: MITTELWERTE DER STETIGEN VARIABLEN IM CLUSTER-MODELL* - „HOCHSCHULSAMPLE“	115
TABELLE 96: CHARAKTERISIERUNG DER CLUSTER – GOPORTIS-STICHPROBE	116
TABELLE 97: CLUSTERLÖSUNG MIT ZUORDNUNG VON MERKMALEN ZU DEN EINZELNEN CLUSTERN	117
TABELLE 98: CLUSTERGRUPPEN UND WEITERE DEMOGRAFISCHE VARIABLEN - GOPORTIS-SAMPLE	118
TABELLE 99: MITTELWERTE DER NUTZUNGSINTENSITÄT BEI VERSCHIEDENEN WEB 2.0-DIENSTEN NACH CLUSTER BZW. NUTZERTYPEN	119

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: SAMPLE NACH GESCHLECHT	10
ABBILDUNG 2: ALTERSVERTEILUNG	11
ABBILDUNG 3: VERTEILUNG DER ALTERSGRUPPEN	12
ABBILDUNG 4: BESCHÄFTIGUNGSORT/HOCHSCHULART – WO SIND DIE MITARBEITER/INNEN AKTUELL BESCHÄFTIGT?	13
ABBILDUNG 5: HÖCHSTER AKADEMISCHER ABSCHLUSS	14
ABBILDUNG 6: AKTUELLE FUNKTION (WISSENSCHAFTLICHER STATUS)	16
ABBILDUNG 7: BESCHÄFTIGUNG AN DER HOCHSCHULE/EINRICHTUNG IN JAHREN	16
ABBILDUNG 8: IN WELCHEM FACHGEBIET SIND BEFRAGTE TÄTIG? EIGENE EINSCHÄTZUNG.....	18
ABBILDUNG 9: TÄTIGKEITSSCHWERPUNKTE GESAMTVERTEILUNG	20
ABBILDUNG 10: NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTE (IN PROZENT)	24
ABBILDUNG 11: NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTE (PROZENT)	33
ABBILDUNG 12: NUTZUNGSINTENSITÄT DER BERUFLICH GENUTZTEN WEB 2.0-DIENSTE.....	35
ABBILDUNG 13: MIT WELCHEN GERÄTEN GREIFEN DIE NUTZER AUF DIE WEB 2.0-DIESTE ZU?.....	46
ABBILDUNG 14: NUTZUNGSINTENSITÄT VON WEB 2.0-DIENSTE UND WISS. FUNKTION/STATUS.....	52
ABBILDUNG 15: VERTEILUNG DER VARIABLE GESCHLECHT IN EINZELNEN GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	55
ABBILDUNG 16: : VERTEILUNG DER VARIABLE ALTER IN EINZELNEN GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN BASIS: MITARBEITENDE AN DEUTSCHEN HOCHSCHULEN/FACHHOCHSCHULEN (N GESAMT=2.006) QUELLE: LEIBNIZ-FORSCHUNGSVERBUND SCIENCE 2.0 (2013)	56
ABBILDUNG 17: WISSENSCHAFTLICHE FUNKTION/STATUS UND GOPORTIS-FÄCHERGRUPPE BASIS: MITARBEITENDE AN DEUTSCHEN HOCHSCHULEN/FACHHOCHSCHULEN (N GESAMT=2.006) QUELLE: LEIBNIZ-FORSCHUNGSVERBUND SCIENCE 2.0 (2013)	58
ABBILDUNG 18: GENERELLE NUTZUNG NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN BASIS: MITARBEITENDE AN DEUTSCHEN HOCHSCHULEN/FACHHOCHSCHULEN (N GESAMT=2.006; N DER FÄCHERGRUPPEN: N ZB MED=193, N ZBW=766, N TIB=1.047); QUELLE: LEIBNIZ-FORSCHUNGSVERBUND SCIENCE 2.0 (2013).....	60
ABBILDUNG 19: NUTZUNGSINTENSITÄT EINZELNER WEB 2.0-DIENSTE NACH GOPORTIS-FÄCHERGRUPPEN	64
ABBILDUNG 20: WIE ERFAHREN DIE BEFRAGTEN VON NEUEN ONLINE-DIENSTEN?.....	86
ABBILDUNG 21: MITTELWERTE EINSTELLUNGSSKALEN NACH GOPORTIS-FACHGRUPPEN GOPORTIS- FÄCHERGRUPPEN	92
ABBILDUNG 22: EINSTELLUNGSSKALEN NACH GESCHLECHT UND GOPORTIS-FÄCHERGRUPPE GOPORTIS- FÄCHERGRUPPEN	95
ABBILDUNG 23: GESAMTSTICHPROBE - EINSTELLUNGSMESSUNG: SKALA „SELBSTBEWUSSTSEIN IM UMGANG MIT NEUEN MEDIEN“ (SELBSTWIRKSAMKEIT) UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	98

ABBILDUNG 24: ZB MED - EINSTELLUNGSMESSUNG: SKALA „SELBSTBEWUSSTSEIN IM UMGANG MIT NEUEN MEDIEN“ (SELBSTWIRKSAMKEIT) UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	99
ABBILDUNG 25: ZBW - EINSTELLUNGSMESSUNG: SKALA „SELBSTBEWUSSTSEIN IM UMGANG MIT NEUEN MEDIEN“ (SELBSTWIRKSAMKEIT) UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	99
ABBILDUNG 26: TIB - EINSTELLUNGSMESSUNG: SKALA „SELBSTBEWUSSTSEIN IM UMGANG MIT NEUEN MEDIEN“ (SELBSTWIRKSAMKEIT) UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	100
ABBILDUNG 27: NUTZUNGSTYPEN VON WEB2.0-WERKZEUGEN („GELEGENTLICHER NUTZER“ (N=118)=MONATLICH U. SELTENER, „DURCHSCHNITTLICHER NUTZER“ (N=1.615)= WÖCHENTLICH BIS MEHRFACH WÖCHENTLICH, „INTENSIVNUTZER“ (N=269)=TÄGLICH BIS MEHRFACH TÄGLICH)	102
ABBILDUNG 28: CLUSTER-QUALITÄT DES GEWÄHLTEN CLUSTER-MODELLS - GOPORTISSAMPLE	108
ABBILDUNG 29: CLUSTER-GRÖßEN DER VIER-CLUSTER-LÖSUNG – GOPORTIS-SAMPLE	109
ABBILDUNG 30: CLUSTER-GRÖßEN DER VIER-CLUSTER-LÖSUNG – HOCHSCHULSAMPLE	109

Literaturverzeichnis

Dzcyk, W. (2013). *Die vier Social-Media-Typen in der Wissenschaft*. Ergebnisse einer bundesweiten Studie. Explorative Datenauswertung und Identifizierung von Science 2.0-Nutzungstypen. Goportis Leibniz-Bibliotheksverbund Forschungsinformation - Eine Untersuchung im Rahmen des Leibniz-Forschungsverbundes Science 2.0. Datenreport. Online verfügbar unter:

http://www.goportis.de/fileadmin/downloads/aktuelles/Bericht_escience_2_0_Hochschulsmple_Download.pdf

El-Menouar, Y. & Blasius, J. (2005). Abbrüche bei Online-Befragungen: Ergebnisse einer Befragung von Medizinern. In: *ZA-Information*, 56, Köln, S. 70-92.

Janssen, J. & Laatz, W. (2005). *Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows*, 5. erw. Aufl., Berlin: Springer.

Pscheida, D., Köhler, T., Federow, S. & Hohenstatt, S. (2013). *Wissenschaftsbezogene Nutzung von Web 2.0 und Online-Werkzeugen in Sachsen 2012*. Studie des „eScience Netzwerk Sachsen“. Dresden: eScience - Forschungsnetzwerk Sachsen.

Richter, T., Naumann, J. & Groeben, N. (2001). Das Inventar zur Computerbildung (INCOBI): Ein Instrument zur Erfassung von Computer Literacy und computerbezogenen Einstellungen bei Studierenden der Geistes- und Sozialwissenschaften. In: *Psychologie in Erziehung und Unterricht*, 48, S. 1-13.

Richter, T., Naumann, J. & Horz, H. (2010). Eine revidierte Fassung des Inventars zur Computerbildung (INCOBI-R). In: *Zeitschrift für Pädagogische Psychologie*, 24, S. 23-37. Online verfügbar unter:

<http://www.psycontent.com/content/r4h683n12p331263/?p=869ce29e33ae4611a9617bd6811edf18&pi=1>

Statistisches Bundesamt (2012). Bildung und Kultur. Personal an Hochschulen 2011. *Fachserie 11, Reihe 4.4*. Online verfügbar unter:

<https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BildungForschungKultur/Hochschulen/PersonalHochschulen2110440117004.pdf>

Theobald, A. (2000). *Das World Wide Web als Befragungsinstrument*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.

Venkatesh , V. & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.

Xu, H., Dinev, T., Smith, J. & Hart, P. (2011). Information Privacy Concerns: Linking Individual Perceptions with Institutional Privacy Assurances. *Journal of the Association for Information Systems (JAIS)*, 12(12), pp. 798-824.