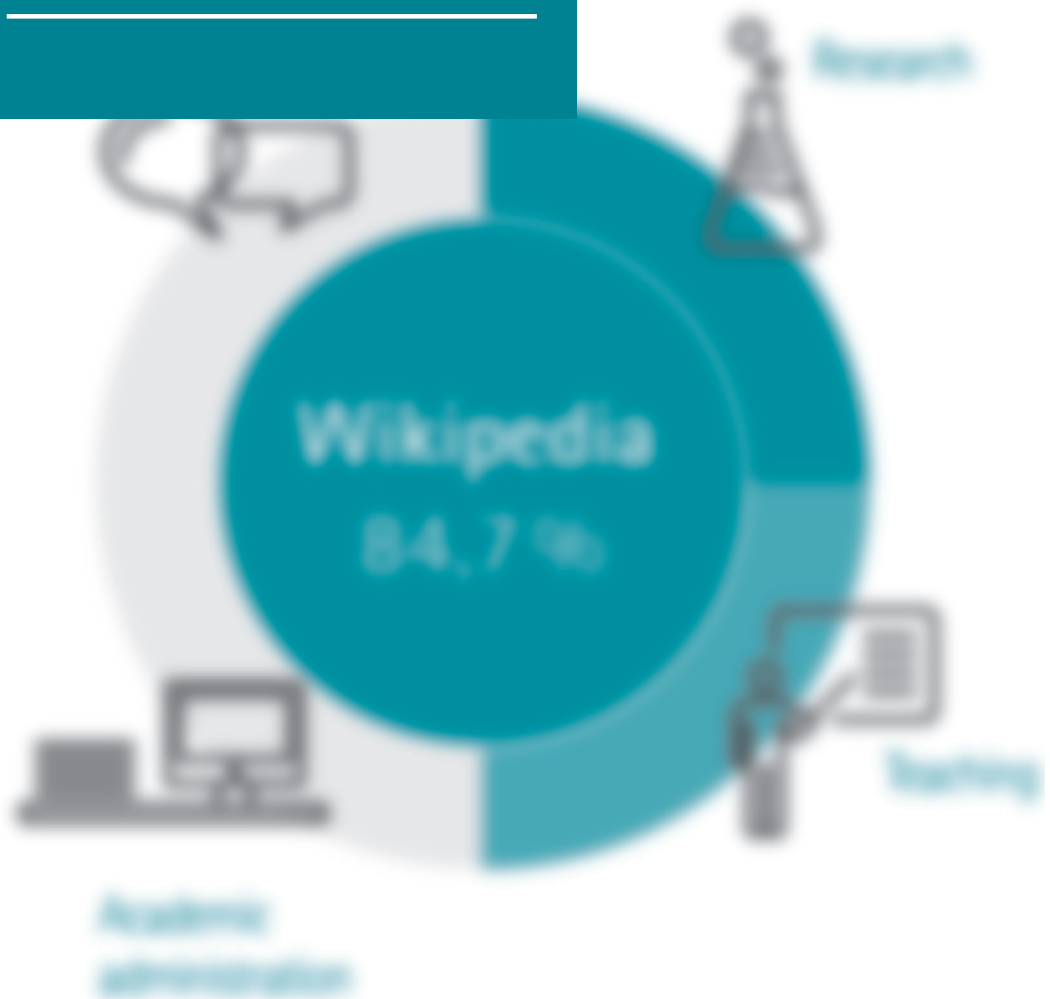
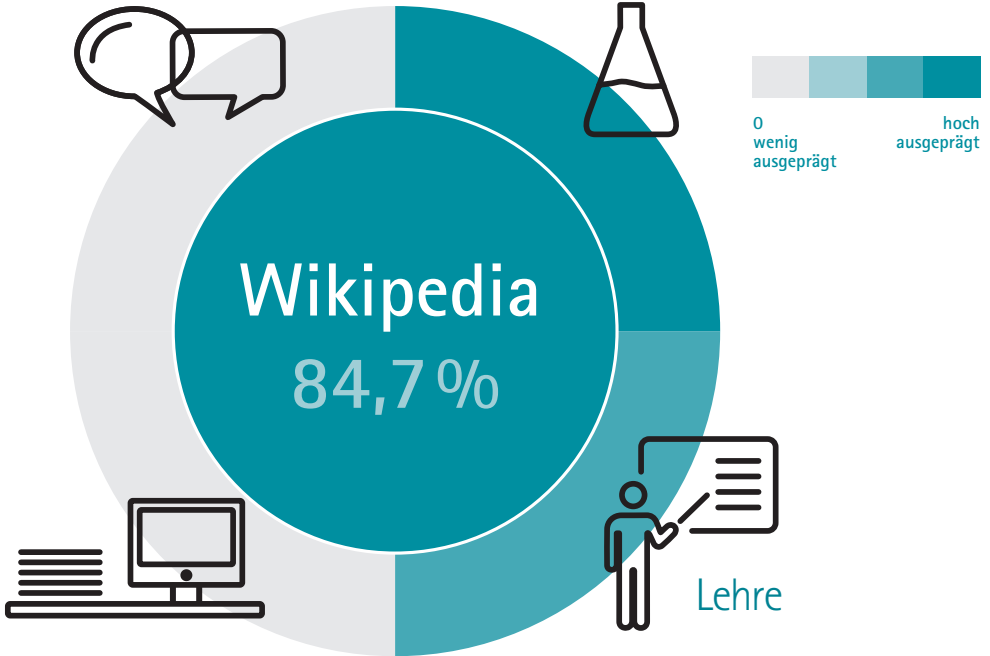


Nutzung von Social-Media- Diensten in der Wissenschaft



Wissenschaftliche
Kommunikation

Forschung

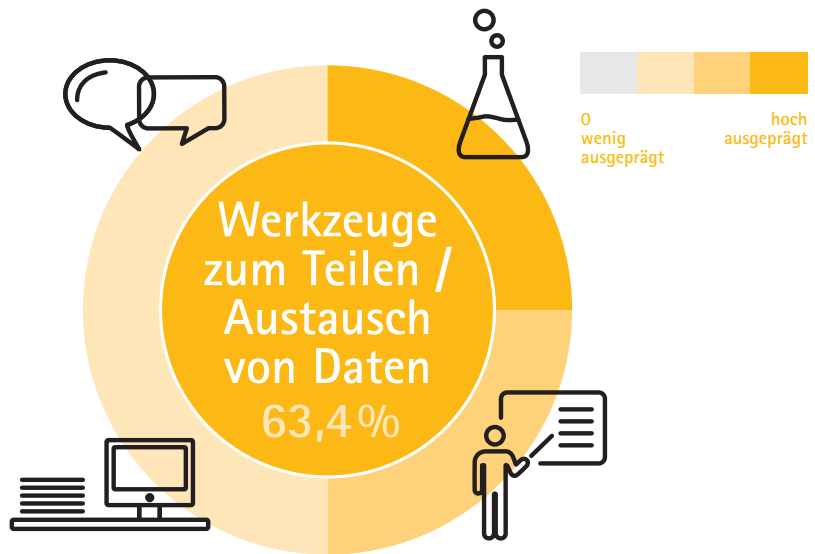


Wissenschaftliche
Administration

Das am meisten genutzte Werkzeug!

Anwendungen

- Beiträge lesen (83,7%)
- Recherchieren/nachschlagen (81,5%)
- Sichtung von Quellenangaben und Querverweisen (43,14%)
- Mehrheit der Befragten nutzt Wikipedia mehrfach wöchentlich (31%)



Anwendungen

- Zum Austausch größerer Datenmengen in Form von Text, Tabellen, Bild, Daten (77,5%)
- Dezentraler Zugriff auf Daten und Dokumente (73,7%)
- Kollaboratives Bearbeiten von Dokumenten (66,4%)

Dokumentarten

- Präsentationen und Vorträge (72,9%)
- Forschungsdaten (62,0%)
- Working und Discussion Paper (55,1%)
- Zeitschriftenartikel (41,9%)
- Lehrmaterialien (49,1%)

Anbieter

v. a. Dropbox (55%)

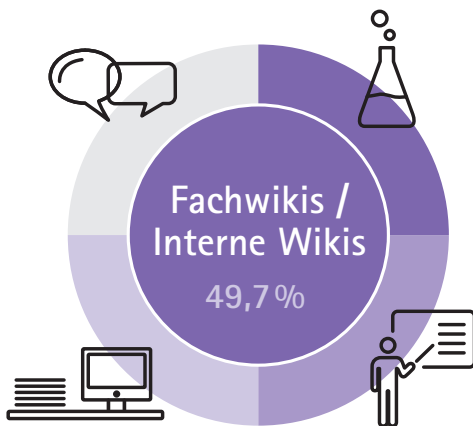
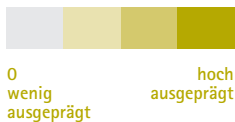


Anwendungen

- Pflegen bestehender Kontakte (67,9%)
- Knüpfen und Beobachten neuer Kontakte (60,8%)
- Präsenz zeigen (57,2%)
- Informieren über neue Publikationen / Themen (50,5%)

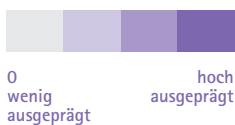
Anbieter, die genutzt werden

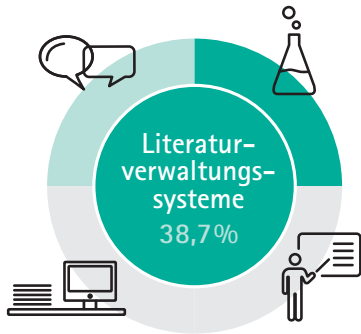
- ResearchGate (60,5%)
- XING (56,6%)
- LinkedIn (48%)



Anwendungen v.a. passiv

- Beiträge lesen (79,7%)
- Recherchieren/nachschlagen (76,2%)
- Eigene fachunabhängige Weiterbildung (34,9%)



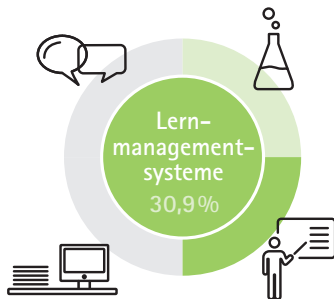
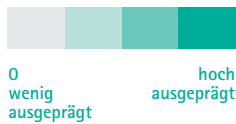


Anwendungen

- Literatur sortieren (83%)
- Erstellen von Literaturverzeichnissen (82,8%)

Anbieter

- v.a. Citavi (45,3%)
- Mendeley (24,8%)
- Endnote (21,6%)

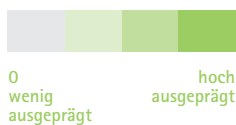


Anwendungen

- Dokumentenverwaltung, Dokumentenbereitstellung (86%)
- Kursverwaltung und Organisation (84,1%)
- Kommunikation (65,7%)

Anbieter

- v.a. Moodle (64,3%), ILIAS (21,4%), OLAT / OPAL (12,5%)



SECHS SOCIAL- MEDIA-DIENSTE IM DETAIL ABGEFRAGT

1.354 GÜLTIGE
DATENSÄTZE
GESAMT

Zusammensetzung nach Fächergruppen:

1. ZB-MED-Zielgruppen: Lebenswissenschaften, d.h. Agrar-, Forst-, Ernährungswissenschaften, Humanmedizin / Gesundheitswissenschaften, Tiermedizin / Veterinärmedizin, Umweltschutz, Biomedizin, Pharmazie – 118
2. TIB-Zielgruppen: Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften – 778
3. ZBW-Zielgruppen: Wirtschaftswissenschaften, BWL, VWL – 458

Geschlecht: 30% Frauen, 70% Männer

Alter: im Mittel 35 Jahre alt

Beschäftigungsort:

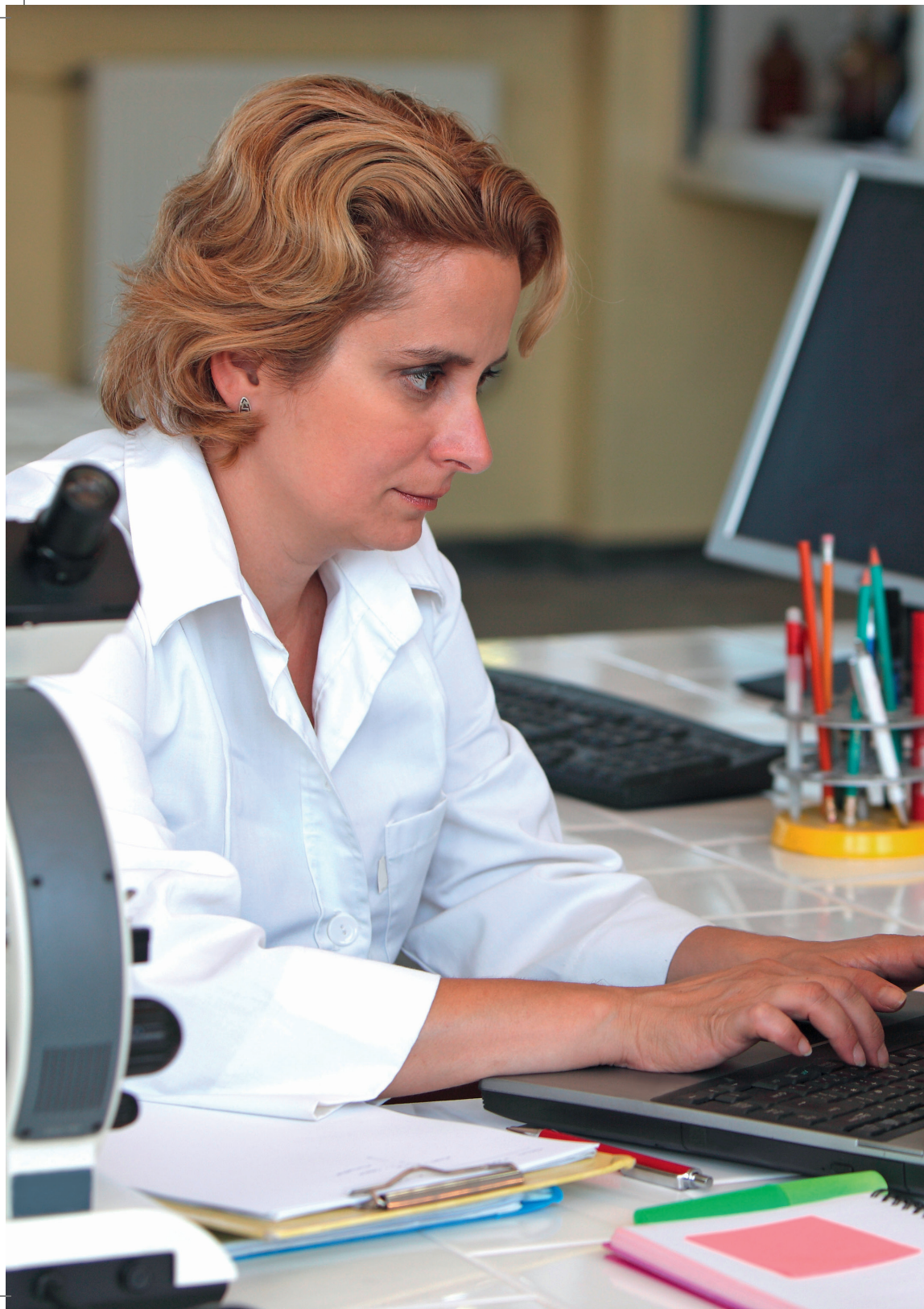
68 % Universität;
17 % außeruniversitäres Forschungsinstitut;
12 % Fachhochschule

Status:

- 28% Doktorandinnen / Doktoranden + wissenschaftliche Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter
- 24% wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- 22% Professorinnen und Professoren
- 9% PostDocs

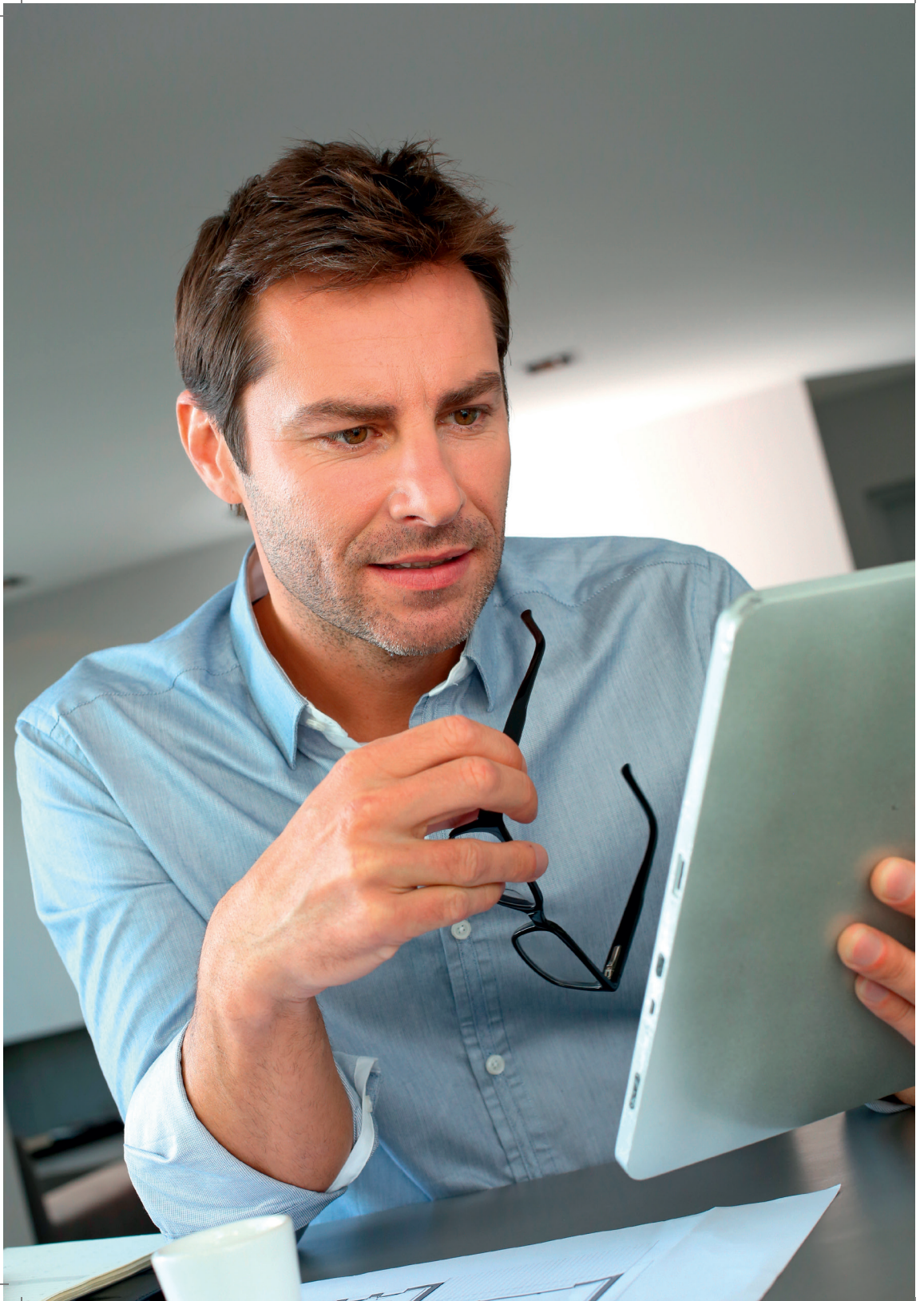
Eine Studie von Goportis – Leibniz-Bibliotheksverbund Forschungsinformation
Partner von Goportis sind die drei Deutschen Zentralen Fachbibliotheken

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



Ms Maker

- Ms Maker ist eine „durchschnittliche Nutzerin“ von Social-Media-Tools. Sie nutzt die Tools durchschnittlich einmal wöchentlich.
- Ms Maker ist entweder um die 30 Jahre oder um die 50 Jahre alt. Im Mittel ist sie 36 Jahre alt.
- Der Typus ist durchweg weiblich.
- Clustergröße: 19,8%
- Ms Maker befindet sich in einer Karrierephase, in der das Publizieren wichtig ist und nutzt Literaturverwaltungssysteme überproportional häufig, jedoch weniger, um anderen Literaturempfehlungen auszusprechen, sondern primär, um die eigene Literatur zu sortieren.
- Dieser Typus ist unter Medizin- und Lebenswissenschaftlerinnen überdurchschnittlich häufiger vertreten als unter Ökonominen oder Naturwissenschaftlerinnen.



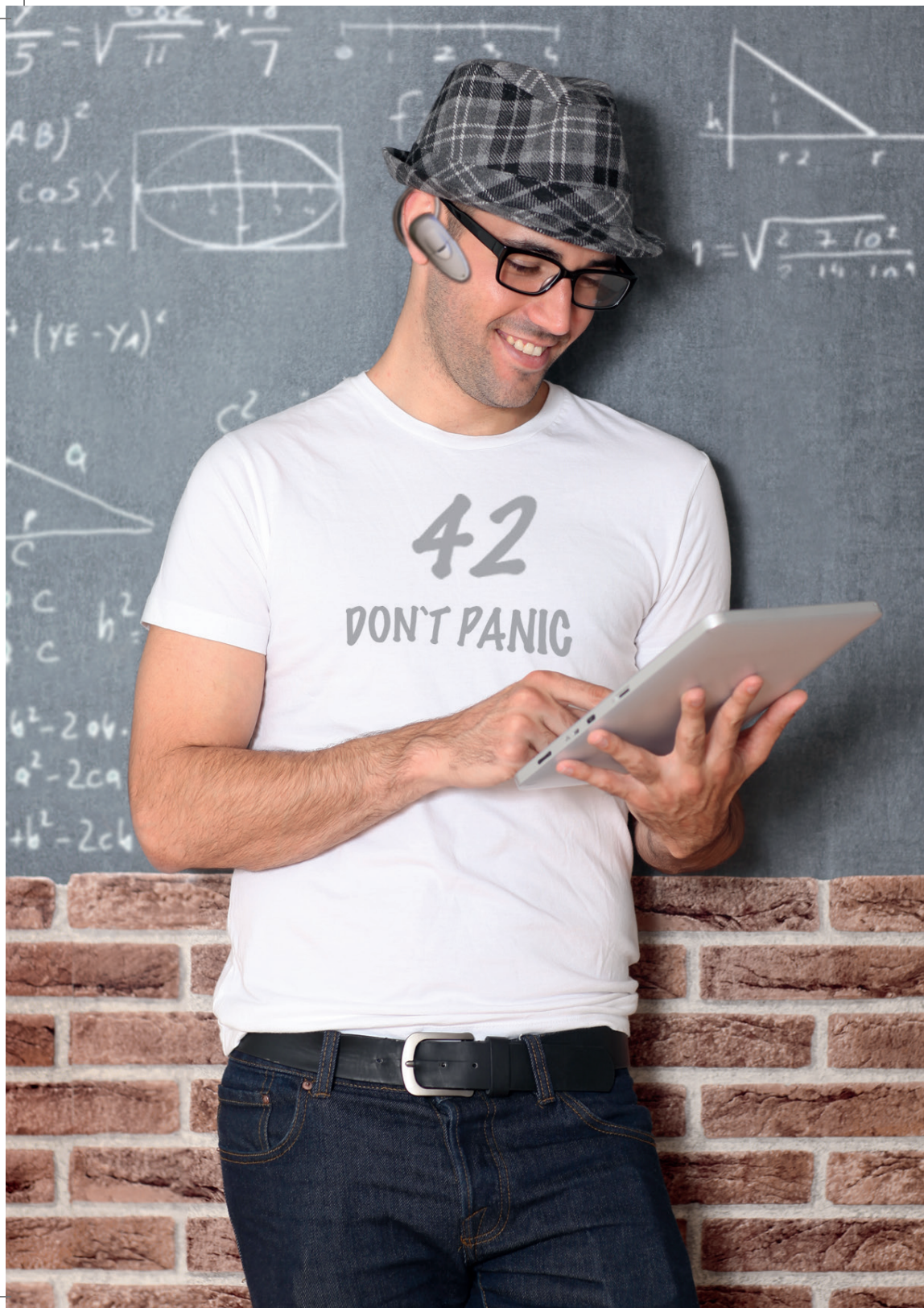
Mr Tech

- Mr Tech ist im Schnitt 41 Jahre alt und „Durchschnittlicher Nutzer“ von Social-Media-Tools.
- Er nutzt Social Media mehrfach wöchentlich.
- Der Typus ist zu 100% männlich.
- Ein Viertel der Techies sind Professoren.
- Überproportional ist er in der Gruppe der Professoren, Juniorprofessoren und Akademischen Räte zu finden.
- Mit 45,2% ist Mr Tech mit Abstand die größte Gruppe unter den vier „Social-Media-Typen“.
- Tendenziell setzt Mr Tech Social Media häufiger in der Wissenschafts-administration ein als die anderen Typen.
- Mr Tech ist unter Naturwissenschaftlern, Mathematikern und Ingenieuren überdurchschnittlich häufig vertreten.



Mr und Ms Classic

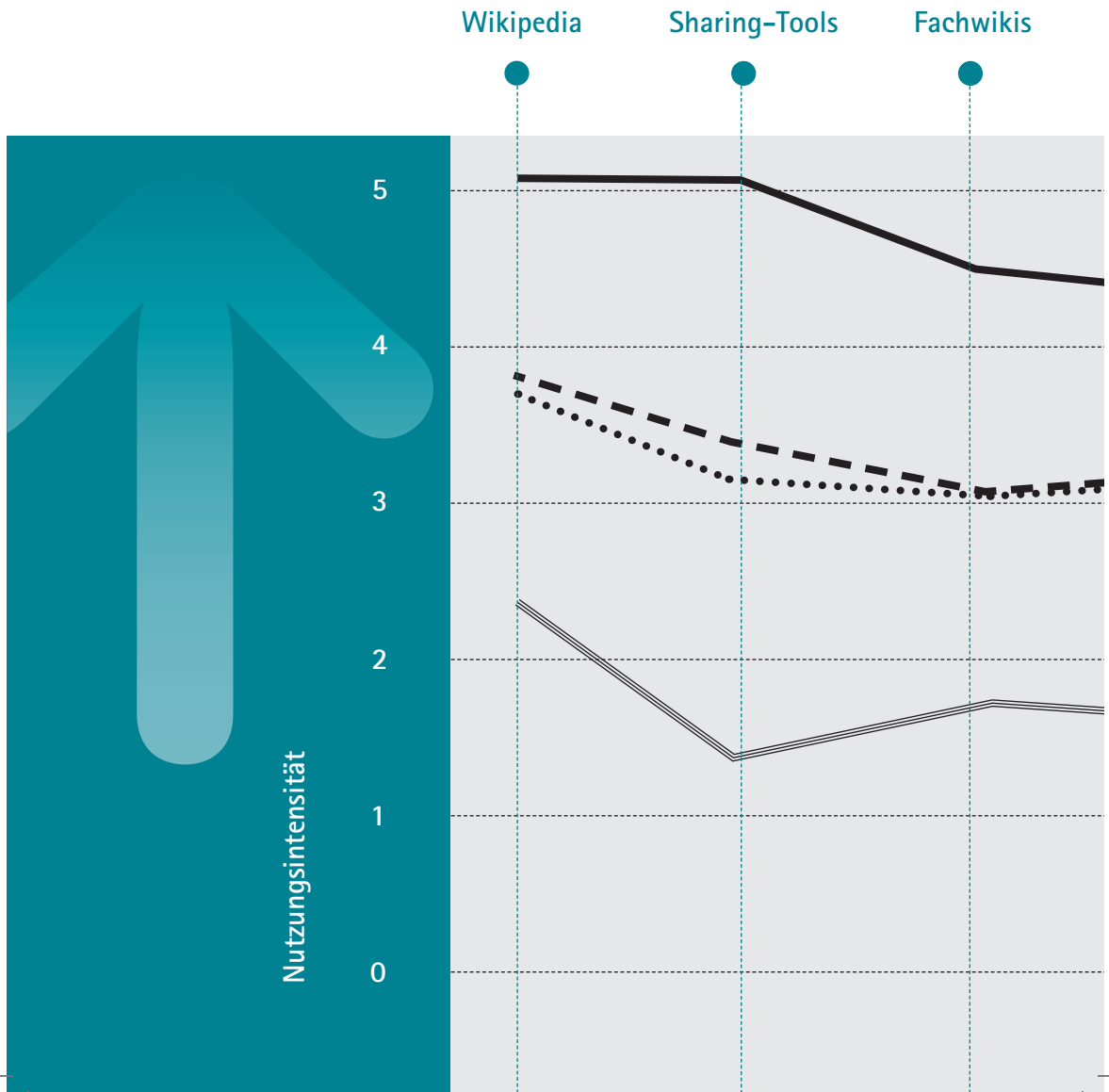
- Mit 8,0% ist Mr + Ms Classic die kleinste Gruppe unter den „Social-Media-Typen“.
- Ms + Mr Classic sind zum einen ältere Wissenschaftler/innen zwischen 50 und 69 Jahren. Es gibt aber auch viele „Classics“ unter den 30-Jährigen. Die Verteilung ist hiermit zweigipflig.
- Sie gehören zu 100% zur Gruppe der „Gelegentlichen Nutzer/innen“ von Social-Media-Tools.
- 57,5% dieser Gruppe sind männlich. 41,5% dieses Typs sind weiblich.
- Die höchsten Anteile dieses Typs fanden sich innerhalb der Gruppe „Professor/in“ mit 33%.
- Sämtliche Social-Media-Tools werden von Ms+ Mr Classic weniger intensiv genutzt als von den andern Clustertypen.
- Ausreißer sind Wikipedia, Sharing-Tools und Literaturverwaltungssysteme. Diese werden durchschnittlich oft genutzt, nicht nur gelegentlich.
- Auch wenn die Häufigkeit der Nutzung beruflicher Netzwerke schwach ausgeprägt ist, so sind doch immerhin 20% der „Classics“ in LinkedIn, XING oder ResearchGate zu finden: Präsenz zeigen und Kontaktpflege sind starke Nutzungsmotive.
- Die Nutzung von Social-Media-Tools ist überwiegend passiv ausgerichtet, beschränkt sich auf Lesen und Recherchieren, weniger auf aktives Gestalten von Inhalten. Oft fehlt das „Soziale“ in der Anwendung der Social-Media-Tools.
- Mr + Ms Classic nutzen Sharing-Tools bevorzugt zum Austausch größerer Datenmengen. Hochgeladen werden vor allem Working Paper, Forschungsdaten, Präsentationen und Vorträge.



Mr Nerd

- Mr Nerd ist im Durchschnitt 38 Jahre alt und meist männlich (74,1 % Männer und 24,9 % Frauen).
- Mr Nerd ist zu 100 % ein Intensivnutzer, dass heißt, er nutzt Social Media täglich und stammt überproportional oft aus der Gruppe der Doktorand/inn/en, die gleichzeitig wissenschaftliche Mitarbeiter/innen sind.
- Clustergröße: 27,0 %
- Mr Nerd ist der Treiber der Social-Media-World: 60 % der Befragten, die Wikipedia-Autoren sind, und 40 % der Befragten, die Beiträge in Fachwikis verfassen, gehören diesem Typus an. Diejenigen, die in Wikis gemeinschaftlich Inhalte erstellen, gehören zu 43 % in die Gruppe der „Nerds“.
- Mr Nerd ist in beruflichen Netzwerken aktiv – jeweils ein Drittel der Befragten mit LinkedIn-, XING- oder ResearchGate-Profil gehört diesem Typus an.

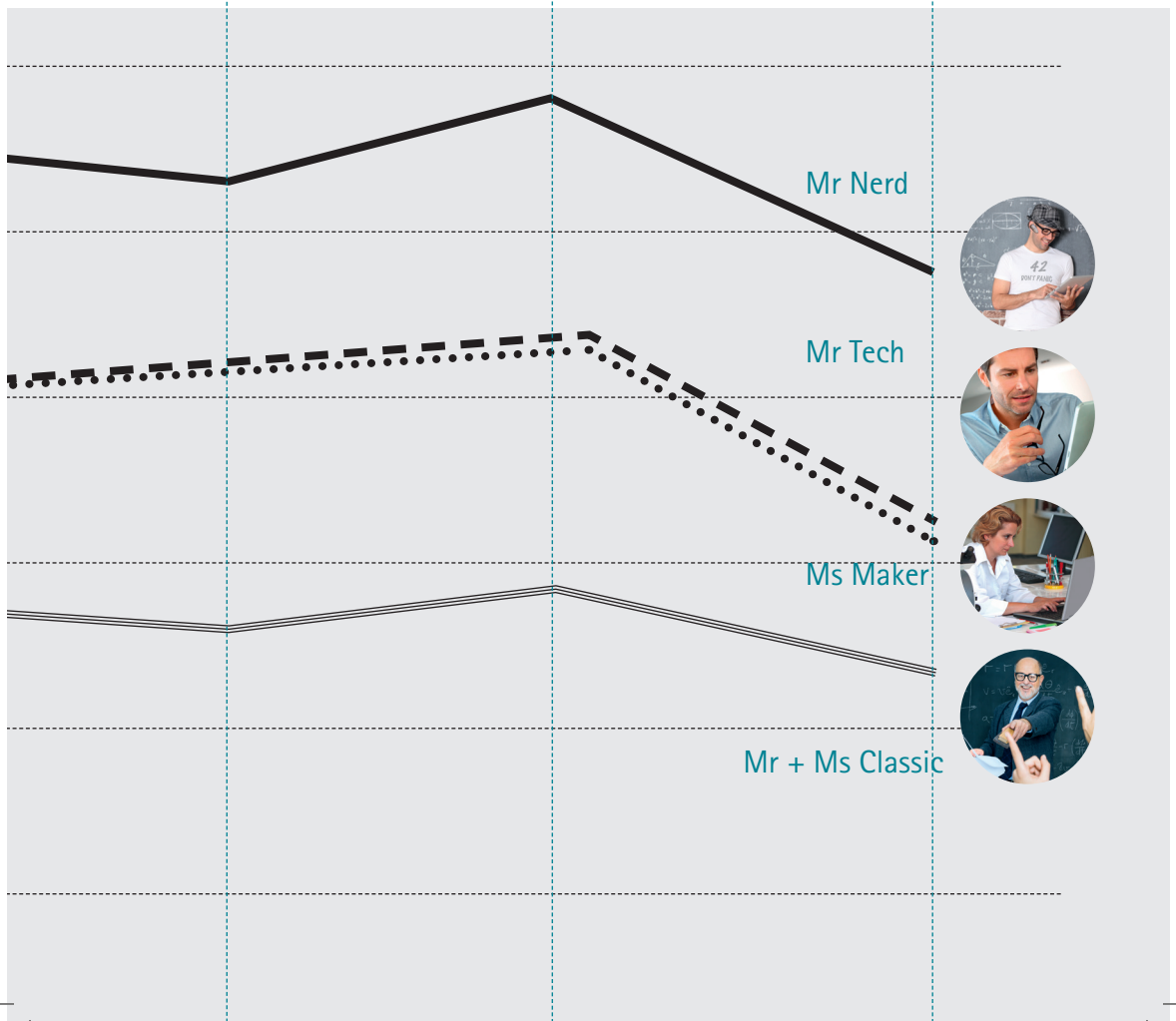
Nutzungs- intensität



Lernmanagementsysteme

Literaturverwaltungssysteme

Berufliche und wiss. Netzwerke



ÜBER
GOPORTIS
– LEIBNIZ-
BIBLIOTHEKS-
VERBUND
FORSCHUNGS-
INFORMATION

GOPORTIS ist der strategische Verbund der Zentralen Fachbibliotheken in Deutschland: ZB MED – Leibniz-Informationszentrum Lebenswissenschaften, ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft und TIB – Technische Informationsbibliothek. Goportis entwickelt neuartige Lösungen für aktuelle und zukünftige Herausforderungen in der Informationsversorgung für Wissenschaft und Praxis.



Leibniz-Bibliotheksverbund

Forschungsinformation

Impressum

Goportis Leibniz-Bibliotheksverbund Forschungsinformation
c/o ZB MED – Leibniz-Informationszentrum Lebenswissenschaften
Gleueler Str. 60
50931 Köln
Tel.: 0221.478-97803
Fax: 0221.478-7102
E-Mail: lindstaedt@zbmed.de

Kontakt

Birte Lindstädt
Telefon: 0221.478-97803
E-Mail: lindstaedt@zbmed.de

TIB | TECHNISCHE
INFORMATIONSBIBLIOTHEK



ZBW Leibniz-Informationszentrum
Wirtschaft
Leibniz Information Centre
for Economics

Mitglied der
Leibniz
Leibniz-Gemeinschaft

www.goportis.de