

# Wie Forschende mit Web 2.0 ihren Alltag bewältigen

## Ergebnisse der bundesweiten Science 2.0 Studie

Dr. Doreen Siegfried

Bibliothekartag 2014, Bremen, 5.Juni 2014

Session: Neue Ansätze der Nutzungsforschung



## Rahmen / Kooperationspartner

- Studie im Kontext des Leibniz-Forschungsverbundes Science 2.0 ([www.leibniz-science20.de](http://www.leibniz-science20.de))
- Projektpartner:
  - TIB – Technische Informationsbibliothek
  - ZB MED – Leibniz-Informationszentrum Lebenswissenschaften
  - ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
  - Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW)
  - Universität St. Gallen/Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement
  - Technische Universität Dresden/Medienzentrum
  - Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft
- Untersuchungszeitraum: Anfang September bis Mitte Oktober 2013



## Rahmen / Kooperationspartner

- Auswertung nach Nutzertypen erfolgte innerhalb von Goportis – Leibniz-Bibliotheksverbund Forschungsinformation ([www.goportis.de](http://www.goportis.de)).
- Goportis - Leibniz-Bibliotheksverbund Forschungsinformation ist der strategische Verbund der Zentralen Fachbibliotheken in Deutschland. Dazu zählen:
  - TIB - Technische Informationsbibliothek, Hannover
  - ZB MED – Leibniz-Informationszentrum Lebenswissenschaften, Köln/Bonn
  - ZBW – Leibniz Informationszentrum Wirtschaft, Kiel/Hamburg



## Erkenntnisinteresse

- Welche Rolle spielen die Werkzeuge des Social Web speziell für Wissenschaftler/innen in Deutschland?
- Welche Social-Media-Dienste werden genutzt?
  - Für welchen Zweck?
  - Wie intensiv?
- Warum werden Social-Media-Dienste genutzt?
- Warum nicht?
- Welche Endgeräte werden verwendet?
- Lassen sich ggf. Nutzungstypen identifizieren?



## Erkenntnisinteresse

### Spezifisches Erkenntnisinteresse von Goportis:

- Wie ändern sich Publikations- und Forschungsprozesse?
- Wie können die Goportis-Partner die eigenen Services optimal an diese Veränderungen anpassen?
- Wie sieht das Nutzungsverhalten in der jeweiligen Zielgruppe aus?



## Methodik & Stichprobe (1/2)

- Online-Befragung
- Datenbasis: 778 gültige Datensätze



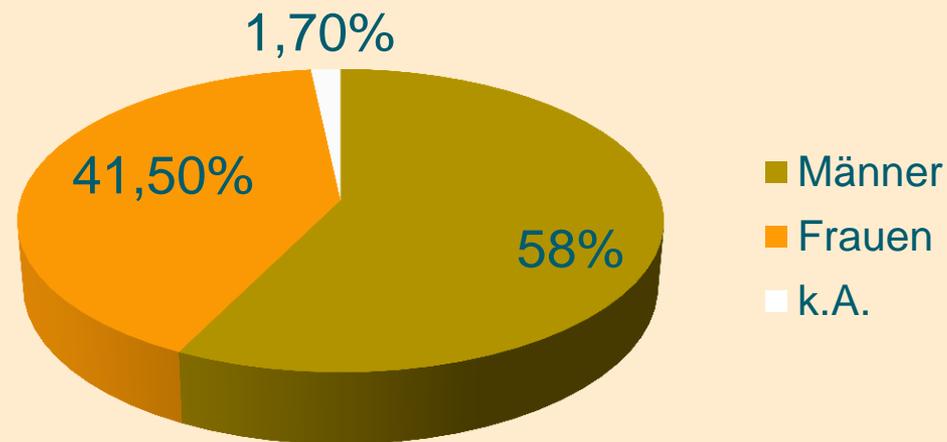
## Methodik (2/2)

- Kenntnis und Nutzung von verschiedenen Social-Media-Diensten, beruflich und privat
- Art der Nutzung: aktiv/passiv; Häufigkeit der Nutzung
- Kontext der Nutzung
  - Lehre
  - Forschung
  - Wissenschaftsadministration
  - Wissenschaftskommunikation
- Gründe für (Nicht-)Nutzung
- Einstellung gegenüber Social-Media
- Informationsquellen & Endgeräte

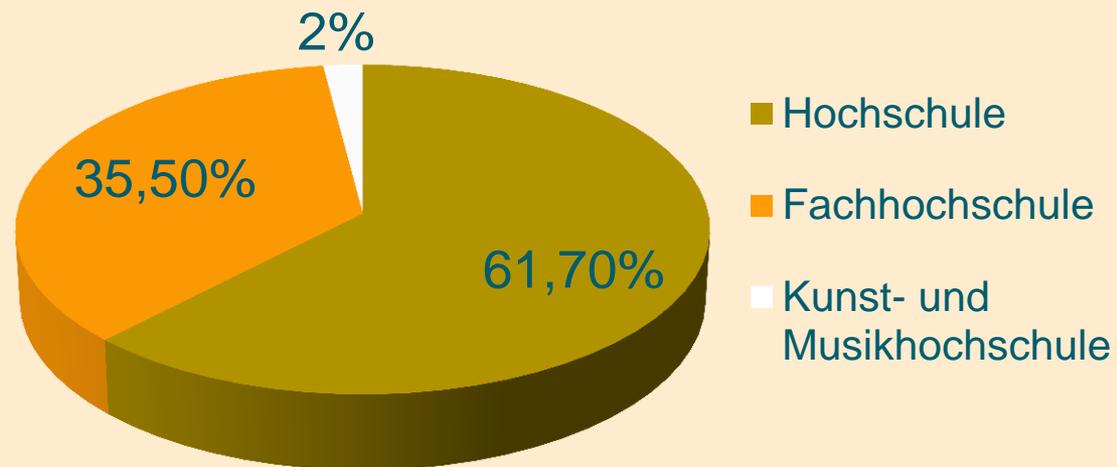


## Stichprobenbeschreibung

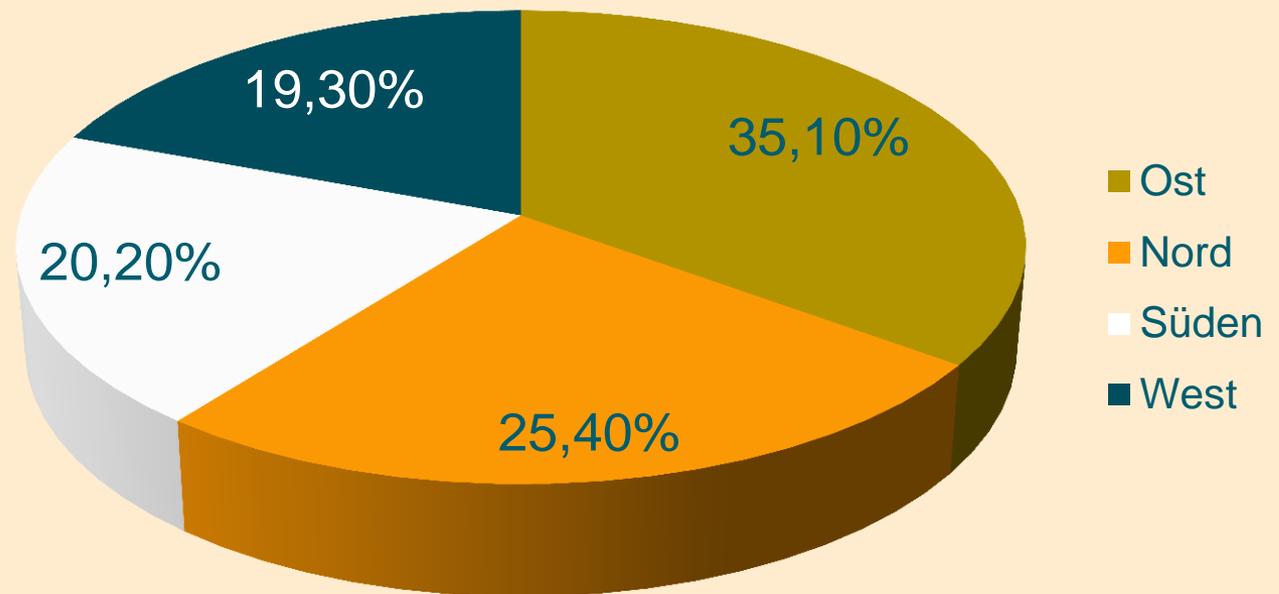
- Grundgesamtheit: 778 Fälle
- Durchschnittsalter: 40 Jahre
- Geschlechterverteilung:



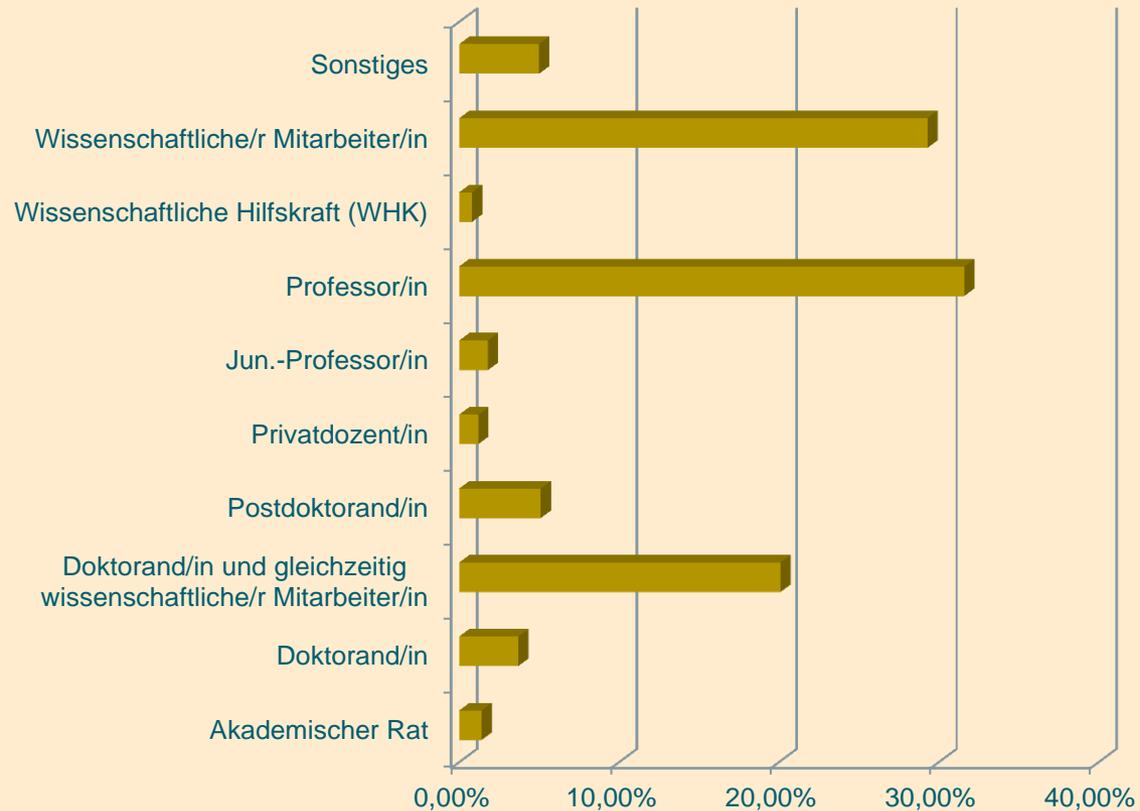
## Stichprobenbeschreibung / Institutionenzugehörigkeit



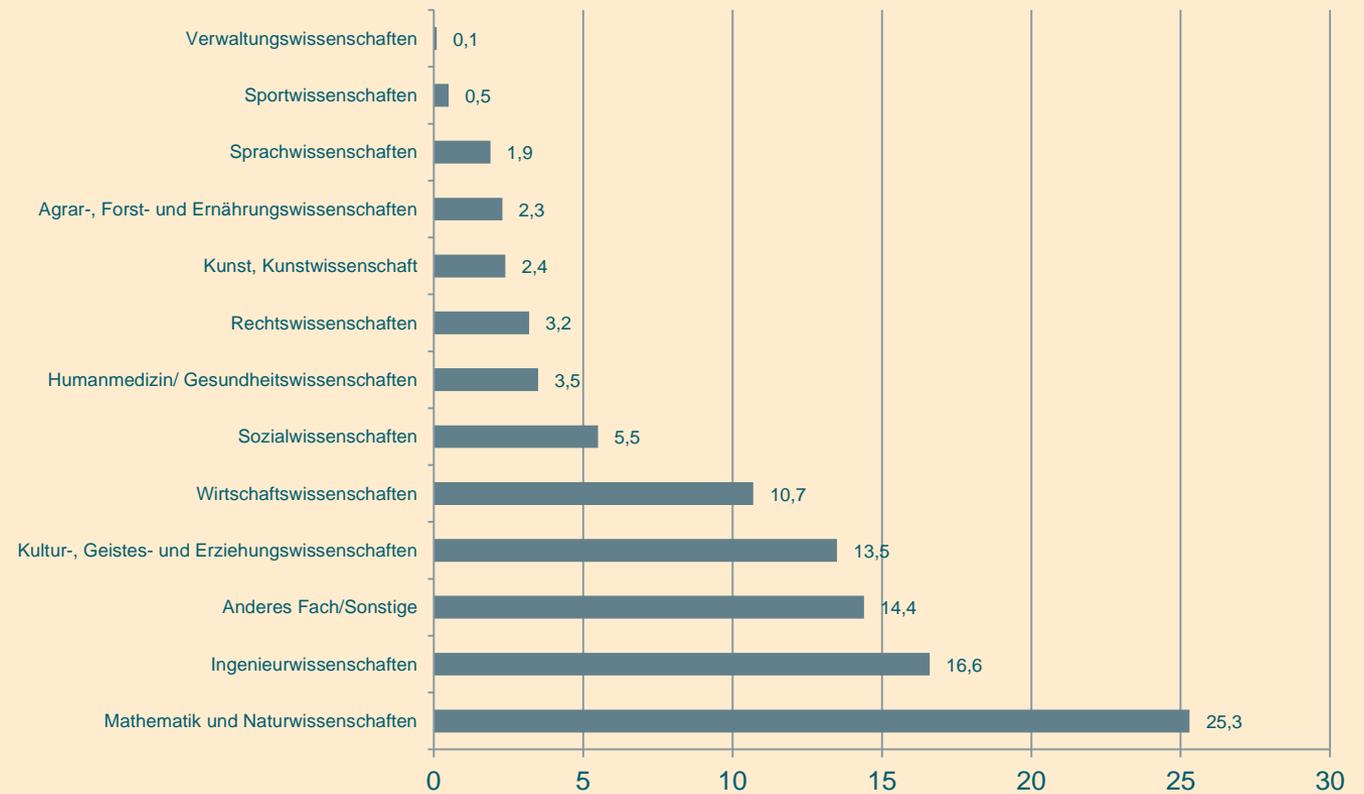
## Stichprobenbeschreibung / Regionenzugehörigkeit



## Stichprobenbeschreibung / höchster akademischer Abschluss



## Stichprobenbeschreibung / Fachgebiet



## Die vier Social-Media-Typen in der Wissenschaft

Ergebnisse einer bundesweiten Studie



Ms Maker



Mr Tech



Mr Classic



Mr Nerd

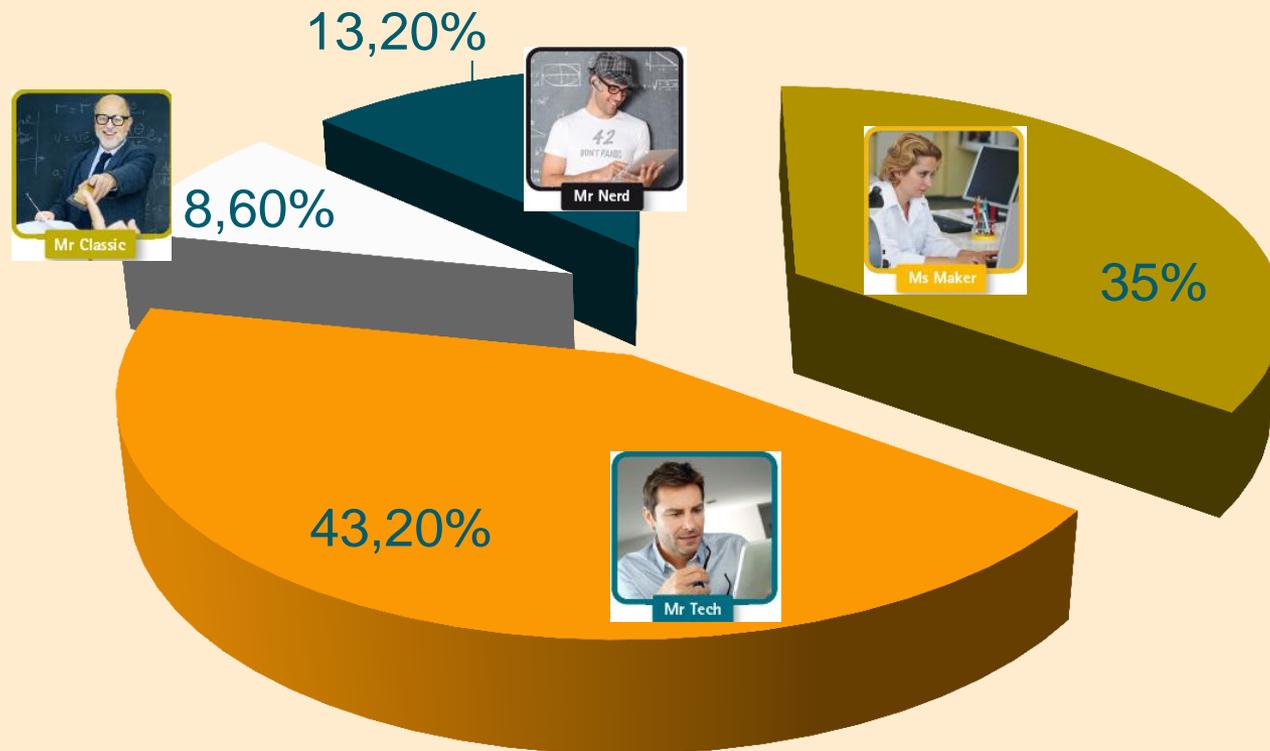


## Unterscheidungskriterien / Clusterbildung

- Die 4 Social-Media-Typen in der Wissenschaft unterscheiden sich hinsichtlich der folgenden Kriterien:
  - Status
  - Dauer der wissenschaftlichen Karriere
  - Geschlecht
  - Nutzungsintensität
  - Einstellung zu Datensicherheit, Privatheit
  - Aufgeschlossenheit gegenüber Social-Media



## Verteilung der Nutzertypen auf Stichprobe gesamt





**Mr Tech**

A small inset image in the top left corner shows a man in a light blue shirt looking at a laptop screen.

## Typ 2: Mr Tech

- Typus „Mr Tech“ ist mit 43,2 Prozent größtes Cluster
- männlich (98,3%), seit circa 11 Jahren an einer wissenschaftlichen Institution beschäftigt
- im Schnitt 42 Jahre alt
- entweder wissenschaftlicher Mitarbeiter (52 Prozent) oder Professor (37,8 Prozent).
- technikaffin und sozialen Medien gegenüber **aufgeschlossen**
- Experimentieren mit neuen Tools eher im Vordergrund als bei Ms Maker



A small inset image in the top left corner shows a man with short brown hair, wearing a light blue button-down shirt, looking at a laptop screen. He has his hands clasped near the laptop.

## Typ 2: Mr Tech

- **durchschnittliche** Nutzung, das heißt einmal wöchentlich (100%)
- am häufigsten genutzt :
  - Wikipedia (mehrmals wöchentlich),
  - Soziale Netzwerke
  - Content Sharing Dienste
  - Lernmanagementsysteme



Nutzung von  
Social-Media-Instrumenten  
für

Kommunikation



Informationsaustausch



Verwaltung





**Ms Maker**

## Typ 1: Ms Maker

- Clustergröße: 35 Prozent
- weiblich (100%), circa 8 Jahren an der Hochschule beschäftigt
- im Schnitt 37 Jahre alt, d.h. signifikant jünger als „Mr Tech“, „Mr Classic“
- Mehrheit = wissenschaftliche Mitarbeiterin (58,8 Prozent).
- Minderheit = Professorin (20,9 Prozent)
- **durchschnittliche SoM-Nutzung**, das heißt einmal wöchentlich (100%)
- signifikant kritischer und besorgter hinsichtlich Sicherheit und **Privatsphäre**
- sehr **selbstbewusst** im Umgang mit „Neuen Medien“

Three vertical bars of increasing height, colored orange, yellow, and blue from left to right.

\* *Cluster mit dem kleinsten Professorenanteil*

## Typ 1: Ms Maker

- sehr pragmatischer Umgang mit sozialen Medien
  - Nutzung v.a., um den Arbeitsalltag zu erleichtern und zu organisieren
  - weniger Experimentieren mit neuen Anwendungen
- Bevorzugte Instrumente:
  - Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL , Moodle)
  - Literaturverwaltungssysteme (z.B. Mendeley, Zotero)
  - Content Sharing Tools
  - Wikipedia und allg. Soziale Netzwerke



Nutzung von  
Social-Media-Instrumenten  
für

Kommunikation



Informationsaustausch



Verwaltung





# Mr Classic

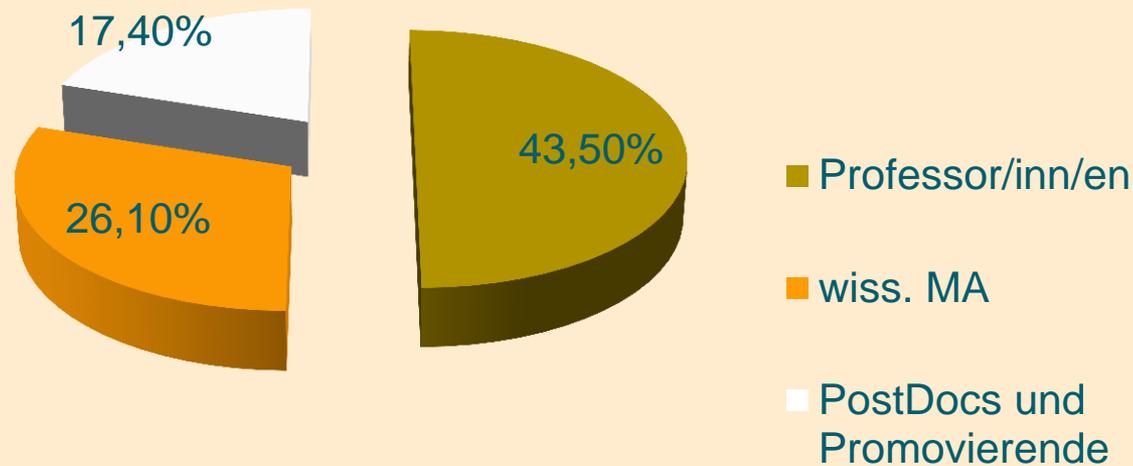
A small inset image in the top-left corner shows a man in a suit and glasses standing at a blackboard, pointing at it. Several hands from the audience are visible in the foreground, also pointing towards the blackboard.

### Typ 3: Mr Classic

- mit 8,6 Prozent kleinstes Cluster
- idR männlich (63 Prozent), 30 Prozent sind Frauen in diesem Cluster
- und im Durchschnitt 12 Jahre an der Hochschule beschäftigt
- im Schnitt 44 Jahre, d.h. **älter** als andere Typen
- idR **gelegentliche** Nutzung (71 Prozent), 26 Prozent sind durchschnittliche Nutzer/innen
- Zusammensetzung der Gruppe „Mr. Classic“:



### Typ 3: Mr Classic: Zusammensetzung des Typus



\* *Cluster mit dem höchsten Professorenanteil*

A small inset image in the top left corner shows a man in a suit and glasses standing at a blackboard, pointing at it. Several hands from the audience are visible in the foreground, also pointing towards the blackboard.

### Typ 3: Mr Classic

- vergleichsweise **wenig aufgeschlossen** gegenüber „Neuen Medien“
- **wenig selbstbewusst** im Umgang mit SoM – im Vergleich
- kein Bedarf an neuen Instrumenten
- weniger Spaß daran, neue Herausforderungen bezüglich Social Media anzunehmen – im Vergleich zu den anderen
- Nutzung SoM einmal monatlich oder seltener – am wenigsten intensiv von allen Typen
- Nutzung aus pragmatischen Gründen oder weil es gefordert ist



### Typ 3: Mr Classic

- bevorzugte Instrumente:
  - Lernmanagementsysteme
  - Wikipedia
  - Facebook und Co.,
  - Content-Sharing- und Cloud-Dienste



Nutzung von  
Social-Media-Instrumenten  
für

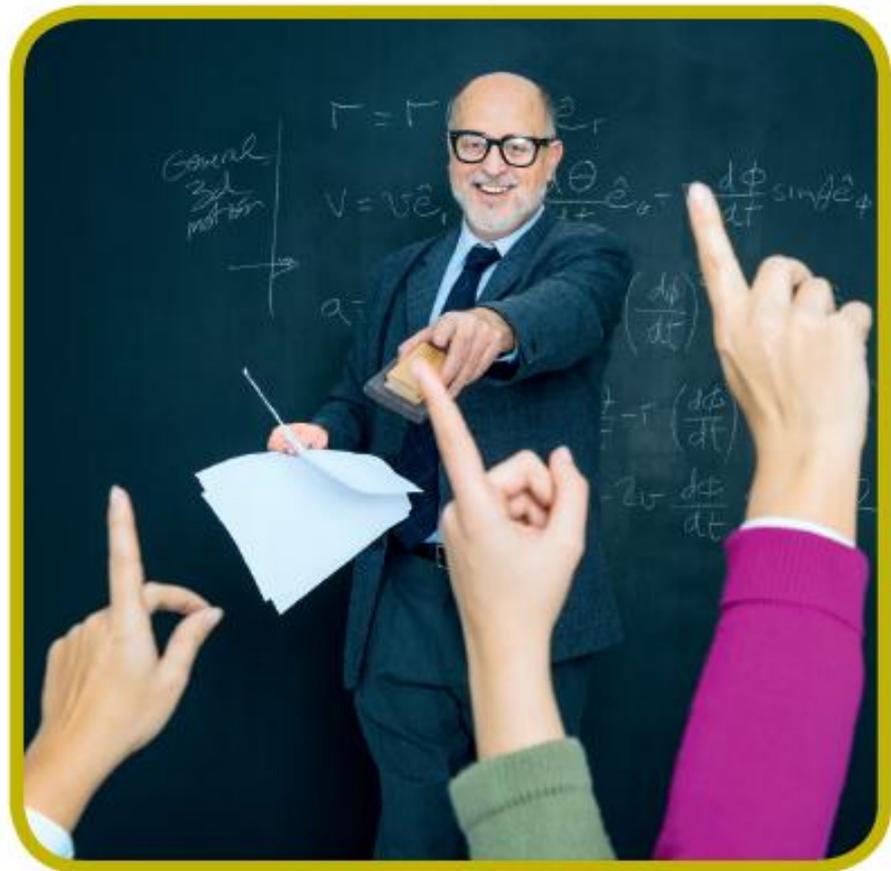
Kommunikation



Informationsaustausch



Verwaltung



# Mr Nerd



#### Typ 4: Mr Nerd

- idR männlich (64,3 Prozent), seit circa 10 Jahren im Wissenschaftsbetrieb beschäftigt
- im Schnitt 40 Jahre alt
- Zusammensetzung:
  - 55,6 Prozent: (Post) Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter
  - 27,1 Prozent: Professor
- **aktivster Typ** in der Wissenschaftskommunikation
- **sehr aufgeschlossen** gegenüber „Neuen Medien“
- **relativ wenig Sorge** um Sicherheit und Privatsphäre
- Spaß daran, sich neuen Instrumenten und Features des Web 2.0 anzunehmen



## Typ 4: Mr Nerd

- Nutzung mehrmals wöchentlich
- Cluster zu 100% Intensivnutzer
- Mr Nerd nutzt mehr Social-Media-Instrumente als alle anderen und diese auch intensiver
- Clustergröße „Mr Nerd“: 13,1 Prozent



Nutzung von  
Social-Media-Instrumenten  
für

Kommunikation

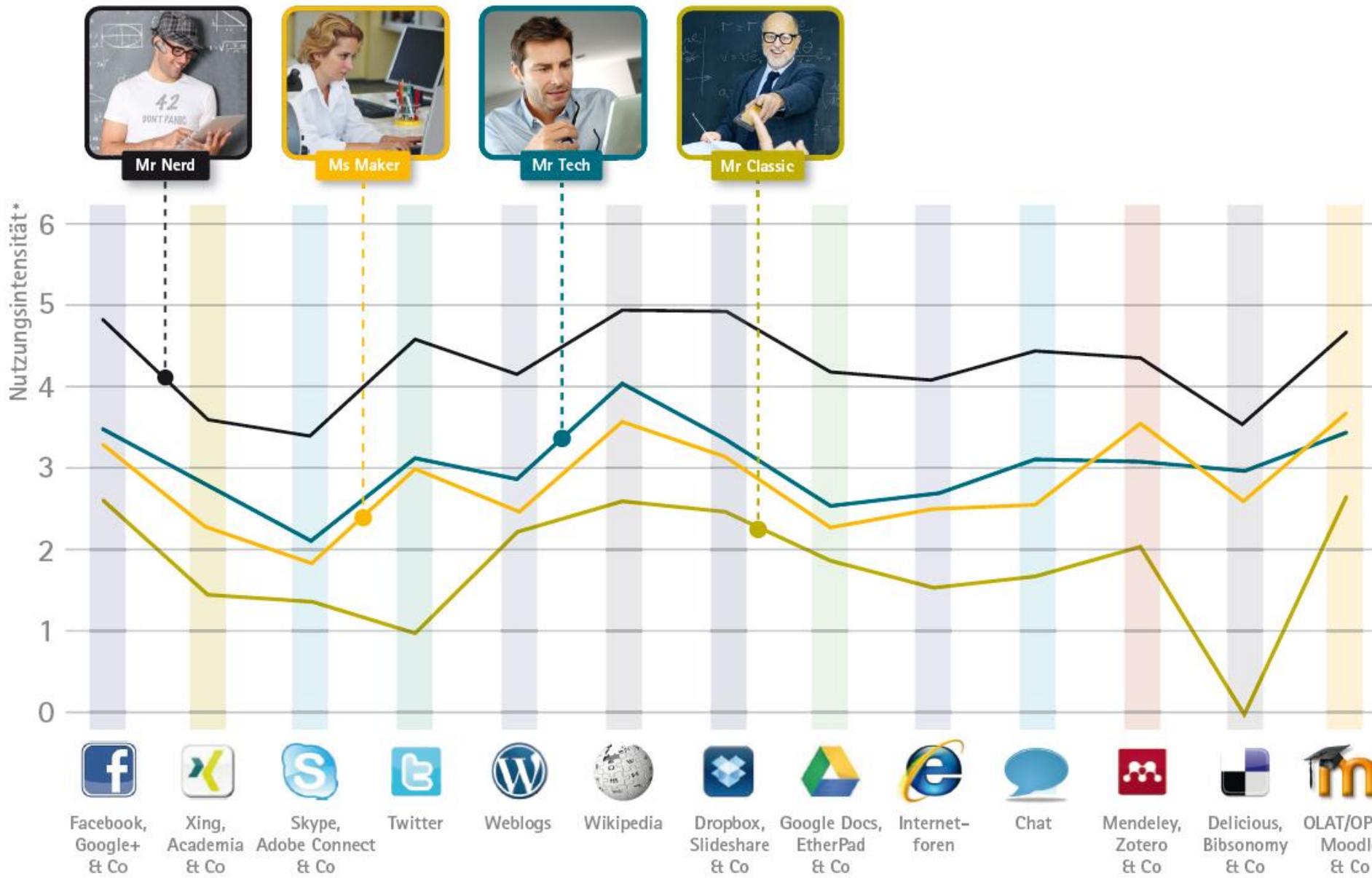


Informationsaustausch



Verwaltung





\* 1 = seltener als monatlich, 2 = monatlich, 3 = wöchentlich, 4 = mehrmals wöchentlich, 5 = täglich, 6 = mehrmals täglich

## Kernergebnisse

- Häufige Nutzung von Wikipedia in Forschung und Lehre
- spezialisierte Anwendungen wie Academia, Dropbox oder Moodle hoch im Kurs
- Twitter spielt kaum eine Rolle
- v.a. zielgerichtete Auswahl von Anwendungen, die für ihre Arbeit besonders effizient sind
- Zugriff:
  - Notebooks (90%)
  - PCs (76%)
  - über 50% Smartphones



## Ergebnisbericht

- Details zur Untersuchung können hier nachgelesen werden:  
<http://tinyurl.com/kjlt63x>

### Die vier Social-Media-Typen in der Wissenschaft

Ergebnisse einer bundesweiten Studie



Ms Maker



Mr Tech



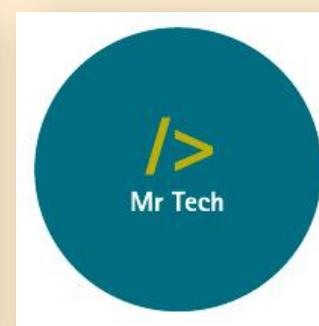
Mr Classic



Mr Nerd

Wollen Sie wissen, welcher Typ Sie sind?

Kommen Sie zum Goportis-Stand  
C93 und testen Sie sich selbst!



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!  
Ich freue mich auf eine rege Diskussion!**

**Dr. Doreen Siegfried**  
**ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft**  
**E-Mail: [d.siegfried@zbw.eu](mailto:d.siegfried@zbw.eu)**  
**Telefon: 0431 / 8814-455**

Kontakt: [www.goportis.de](http://www.goportis.de) · [info@goportis.de](mailto:info@goportis.de)

