

Die vier Social-Media-Typen in der Wissenschaft

Ergebnisse einer bundesweiten Studie



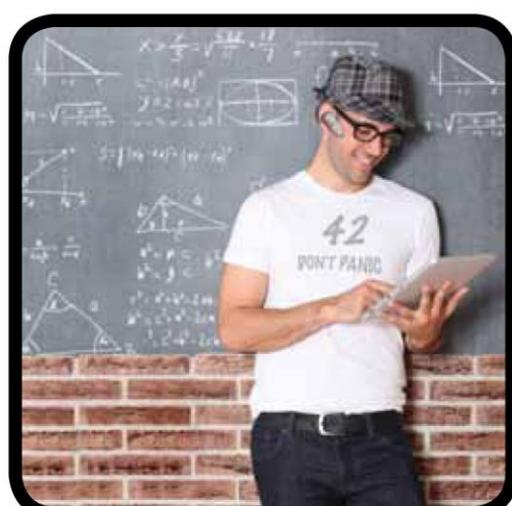
Ms Maker



Mr Tech



Mr Classic



Mr Nerd



Explorative Datenauswertung und Identifizierung von Science 2.0-Nutzungstypen

Im Auftrag von

Goportis – Leibniz-Bibliotheksverbund Forschungsinformation

Eine Untersuchung im Rahmen des
Leibniz-Forschungsverbundes
Science 2.0

Datenreport

Autor: Dr. Waldemar Dzeyk

21.11.2013

INHALTSVERZEICHNIS

1	<u>METHODIK</u>	7
1.1	UNTERSUCHUNGSDESIGN UND STICHPROBE	7
1.2	ERHEBUNGSMETHODIK UND INSTRUMENTE	8
2	<u>BESCHREIBUNG DES DATENSAMPLE (HOCHSCHULSAMPLE)</u>	9
2.1	GESCHLECHT	10
2.2	ALTER UND ALTERSGRUPPEN	11
2.3	BESCHÄFTIGUNGSORT/HOCHSCHULART	13
2.3.1	REGION	14
2.4	HÖCHSTER AKADEMISCHER ABSCHLUSS UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	15
2.4.1	HÖCHSTER AKADEMISCHER ABSCHLUSS	15
2.4.2	WISSENSCHAFTLICHER STATUS	16
2.5	DAUER DER TÄTIGKEIT IM HOCHSCHULBEREICH	18
2.6	FÄCHERGRUPPEN	18
2.6.1	IN WELCHEM FACHGEBIET SIND DIE BEFRAGTEN AKTUELL TÄTIG?	18
2.6.2	ZUORDNUNG FACHGEBIETE - SYSTEMATIK DES STATISTISCHEN BUNDESAMTES	20
2.6.3	BESCHREIBUNG/CHARAKTERISIERUNG NACH GRÖßTEN FÄCHERGRUPPEN	21
2.7	TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT	22
2.8	UMFANG DER WISSENSCHAFTLICHEN AKTIVITÄT IN DER „SCIENTIFIC COMMUNITY“	25
2.8.1	TEILNAHME AN WISSENSCHAFTLICHEN KONFERENZEN (IN 2012)	25
2.8.2	BERUFSORIENTIERTE MITGLIEDSCHAFTEN	27
2.8.3	OFFIZIELLES AMT IN BERUFSORGANISATIONEN	28
3	<u>NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN UND ONLINE-WERKZEUGEN</u>	29
3.1	NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN – ALLGEMEIN	29
3.2	ASPEKTE DER NUTZUNG	32
3.2.1	BERUFLICHE UND PRIVATE NUTZUNG (NUTZUNGSKONTEXT)	32
3.2.2	HÄUFIGKEIT DER BERUFLICHEN NUTZUNG UND NUTZUNGSTYPEN	38
3.2.3	INTENSITÄT DER BERUFLICH GENUTZTEN WEB 2.0-DIENSTE	42
3.2.4	PASSIVE UND AKTIVE BERUFLICHE NUTZUNG VON WEB2.0-DIENSTEN	43
3.2.5	ZWECK DER BERUFLICHEN NUTZUNG	45
3.2.6	GRÜNDE FÜR DIE NUTZUNG VON DIENSTEN IM RAHMEN DER FORSCHUNGSTÄTIGKEIT	47
3.2.7	VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE NUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN	51

3.2.8	VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE NICHTNUTZUNG VON WEB 2.0-WERKZEUGEN	53
3.2.9	WIE ERFAHREN WISSENSCHAFTLERINNEN UND WISSENSCHAFTLER VON NEUEN ONLINE-WERKZEUGEN?	54
3.2.10	WELCHE ENDGERÄTE WERDEN GENUTZT?	54
3.2.11	VIRTUELLE FORSCHUNGSUMGEBUNGEN	55
3.3	NUTZUNGSINTENSITÄT UND DEMOGRAFISCHE VARIABLEN	56
3.3.1	NUTZUNGSINTENSITÄT UND GESCHLECHT	56
3.3.2	NUTZUNGSINTENSITÄT UND ALTER	58
3.3.3	NUTZUNGSINTENSITÄT UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	59
3.3.4	NUTZUNGSINTENSITÄT UND FÄCHERGRUPPEN	65
4	<u>EINSTELLUNGEN ZUR NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN</u>	69
4.1	ERGEBNISSE DER EINSTELLUNGSMESSUNG – GESAMTSTICHPROBE	71
4.1.1	KONSTRUKT: SORGEN HINSICHTLICH PRIVATSPHÄRE/PRIVACY CONCERNS	71
4.1.2	KONSTRUKT: ÄNGSTLICHKEIT IM UMGANG MIT SOZIALEN MEDIEN/COMPUTER ANXIETY	71
4.1.3	KONSTRUKT: AUFGESCHLOSSENHEIT FÜR NEUE MEDIEN/CURIOSITY	72
4.1.4	KONSTRUKT: SELBSTBEWUSSTSEIN IM UMGANG MIT NEUEN MEDIEN/SELF-EFFICACY	72
4.1.5	RELIABILITÄTSSTATISTIK DER SKALEN	73
4.2	ERGEBNISSE EINSTELLUNGSSKALEN NACH DEMOGRAFISCHEN VARIABLEN	74
4.2.1	EINSTELLUNG UND GESCHLECHT	74
4.2.2	EINSTELLUNG UND ALTER	74
4.2.3	EINSTELLUNGEN UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	75
4.2.4	EINSTELLUNG UND FÄCHERGRUPPEN (SBA)	76
5	<u>NUTZUNGSTYPEN (TYPISCHE NUTZER VON WEB 2.0-WERKZEUGEN)</u>	78
5.1	EINTEILUNG IN DREI VERSCHIEDENE NUTZUNGSTYPEN	78
5.2	DIE CLUSTERANALYSE-LÖSUNG	81
5.2.1	TWO-STEP-CLUSTSTERANALYSE	81
5.2.2	ERGEBNIS DER CLUSTERANALYSE	81
5.2.3	CHARAKTERISIERUNG DER CLUSTER	83
6	<u>ZUSAMMENFASSUNG UND DISKUSSION</u>	94
6.1	ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN ERGEBNISSE	94
6.2	DISKUSSION	98

ANHANG	99
A. ERGÄNZENDE STATISTIKEN DER DESKRIPTIVEN AUSWERTUNG	99
B. FRAGEBOGEN ONLINE-UNTERSUCHUNG	105
TABELLENVERZEICHNIS	115
BILDVERZEICHNIS	118
LITERATURVERZEICHNIS	120

Einleitung

Der vorgelegte Datenreport beschreibt die Ergebnisse einer Online-Untersuchung im Rahmen des Leibniz-Forschungsverbundes Science 2.0. Der Forschungsverbund besteht aus insgesamt 24 Kooperationspartnern. Die vorliegende Untersuchung wurde 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, konzipiert und durchgeführt.

Ziel der Online-Untersuchung

Grundlage des Datenreports ist eine im September und Oktober 2013 durchgeführte Online-Befragung unter deutschen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern mit der Absicht der Erhebung einer repräsentativen Stichprobe sämtlicher deutscher Hochschulen/Fachhochschulen und Forschungseinrichtungen. Ziel der Online-Befragung war es, mehr darüber zu erfahren, wie Werkzeuge und Dienste des Web 2.0 von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern an deutschen Hochschulen und Forschungseinrichtungen in ihrem Arbeitsalltag 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, Fächerguppen) als auch die Frage, ob sich in den Daten bestimmte Nutzungstypen

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)

identifizieren lassen, die sich durch bestimmte Merkmalskombinationen und Nutzungsmuster beschreiben lassen.

Die Untersuchung stellt eine Fortführung und Erweiterung der im Mai 2012 im Bundesland Sachsen von der Technischen Universität Dresden - im Rahmen des eScience-Forschungsnetzwerks Sachsen - durchgeführten Studie zum Thema eScience dar (vgl. Pscheida & Köhler, 2013).

Die Erstellung des Berichts sowie die Auswertung erfolgten durch 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. Insgesamt haben sich 63 Hochschulen an der Online-Befragung beteiligt.

Nach der Datenbereinigung und Plausibilitätsprüfungen² blieben 778 gültige Datensätze übrig ($n_3 \rightarrow n_4$ = 3. Selektionsrate, s. Abb. 1).

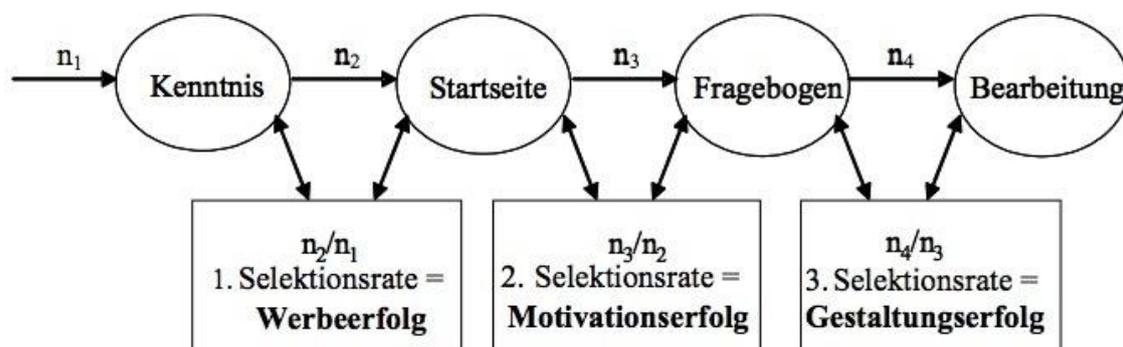


Abbildung 1: Selektionsrate auf dem Weg zum bearbeiteten Fragebogen.

Quelle: Theobald (2000, S. 72).

Ursprünglich haben 1.281 Personen nach Aufruf der Startseite der Untersuchung begonnen, den Fragebogen auszufüllen. Die Dropout-Rate (im letzten Schritt der Datenerhebung) liegt daher bei 39,3% und fällt somit geringer aus als in der Literatur vielfach berichtet. Zur methodischen Diskussion der Dropout-Rate bei Online-Befragung siehe z.B. El-Menouar & Blasius (2005) oder Theobald (2000). Ob die Stichprobe allerdings die angezielte Repräsentativität für die Grundgesamtheit der deutschen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler für sich in Anspruch nehmen kann, muss auf Grund von Selbstselektionseffekten noch weiter untersucht werden. Repräsentativität setzt voraus, dass alle potenziell zu befragenden Personen einer Stichprobe die gleiche Chance haben, in das Sample zu gelangen. Vielfach erreichte die Einladungsmail zur Untersuchungsteilnahme die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in der vorlesungsfreien Zeit bzw. in der Urlaubszeit und konnte daher nicht von allen potenziellen Ansprechpartnern wahrgenommen werden. Somit

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

verpuffte ein Teil des möglichen Anwerbeerfolgs durch den eher ungünstigen Zeitraum der Untersuchungsdurchführung. Die Frage, welche Folgen dies für die Beurteilung der Validität der Analyseergebnisse der vorliegenden Daten haben kann, wird in Kapitel 6 noch einmal aufgegriffen.

1.2 Erhebungsmethodik und Instrumente

Es wurde eine Online-Erhebung in Form eines Online-Fragebogens durchgeführt. Die Untersuchungsteilnehmerinnen und -teilnehmer erhielten eine E-Mail (inklusive Link) mit dem Aufruf zur Teilnahme an der Befragung. Der Online-Fragebogen enthielt Fragen zu folgenden Aspekten (vgl. auch 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
- Engagement in der wissenschaftliche Community (Anzahl der Teilnahmen an Konferenzen, Mitgliedschaften in Fach- und Berufsorganisationen, Anzahl der Ämter in Fach- und Berufsorganisationen)
- 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

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

- 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?
- 2. Teil des Online-Befragung: Fragen zur Wikipedia-Nutzung. Dieser Teil ist nicht Gegenstand der vorliegenden Auswertung. Er wird, wie auch die offenen Fragen des 1. Teils, an anderer Stelle ausgewertet.

2 Beschreibung des Datensample (Hochschulsample)

Insgesamt besteht die Stichprobe „Hochschulsample“ aus 778 gültigen Fällen, die die Grundlage der folgenden Auswertung bilden.

Geschlecht und Alter. Der Fragebogen wurde von 323 Frauen und 442 Männern beantwortet (Geschlechterverhältnis: 41,5% Frauen vs. 56,8% Männer). Keine Angaben zum Geschlecht machten 13 Personen (1,7% der Befragten). Im Schnitt waren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer $M=40,1$ Jahre alt ($SD=11,3$)⁴. Der Median des Alters lag bei 38 (50% sind also jünger als 38 Jahre und 50% der Stichprobe sind älter als 38 Jahre). Die Wissenschaftlerinnen waren im Durchschnitt $M=37,6$ J. alt ($SD=10,1$) und die männlichen Kollegen 41,9 J. ($SD=11,8$).

Art der Einrichtung. 61,7% der Befragten kamen von Hochschulen und 35,5% von Fachhochschulen. Von Kunst- oder Musikhochschulen stammten 2% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Nur drei Personen gehörten einem Forschungsinstitut (wie Leibniz, Helmholtz etc.) an.

Regionen. Bei einer groben Zuordnung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu einzelnen Regionen in Deutschland kann festgehalten werden, dass die Wissenschaftlerinnen und

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.

Wissenschaftler aus dem östlichen Landesteilen eher überrepräsentiert sind: 35,1% stammen aus der Region Ost. Aus der Region Nord gelangten 25,4% zur Untersuchung und auf den Süden entfielen 20,2% der Stichprobe. Zur Region West gehörten 19,3% der Befragten.

Höchster akademischer Abschluss. Die „Promotion“ ist der in der Stichprobe am weitesten verbreitete akademische Abschluss. 38,8% der Befragten gaben dies an. Auf dem zweiten Rang folgt das „Diplom“ mit 25,45%; danach folgt der „Master“ (14,4%), die „Habilitation“ (9,77%) sowie das „Staatsexamen“ mit 5,78%.

Aktuelle Funktion. Dem wissenschaftlichen Status nach, gehören zu den drei häufigsten „Berufsgruppen“, die an der Untersuchung teilgenommen haben: Professorinnen und Professoren (31,62%), wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (29,31%) sowie Personen, die gleichzeitig Doktorandinnen bzw. Doktoranden sind und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter mit 20,5%.

Zeitraum der Beschäftigung. Im Mittel waren die Befragten seit $M=9,82$ Jahren an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt ($SD=9,2$).

2.1 Geschlecht

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

Tabelle 1: Geschlecht der Befragten

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
k.A.	13	1,7	1,7	1,7
weiblich	323	41,5	41,5	43,2
männlich	442	56,8	56,8	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

Sample nach Geschlecht

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

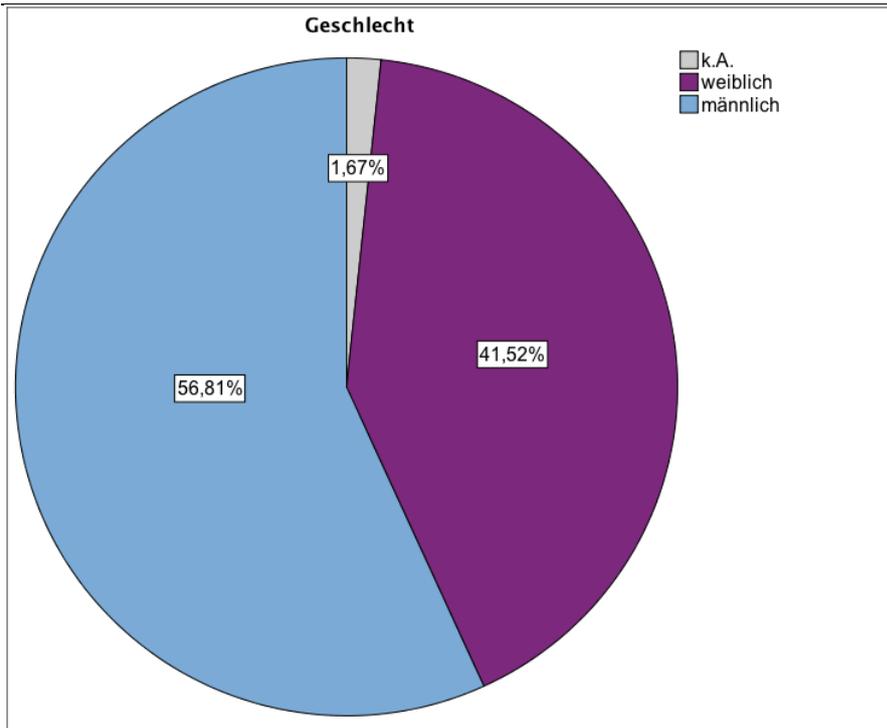


Abbildung 2: Sample nach Geschlecht

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778; w.=323, m.=442, k.A.=13)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.2 Alter und Altersgruppen

Im Durchschnitt waren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer 40,15 Jahre alt (SD=11,34). Es zeigte sich eine eher linksschiefe Verteilung des Alters: Es haben also eher jüngere Personen teilgenommen als ältere. Die größte Teilnehmergruppe der Online-Befragung kam aus der Altersgruppe zwischen 25 und 35 Jahren (ca. 41,3%).

Tabelle 2: Alter (in Jahren)

N	Gültig	763
	Fehlend	15
Mittelwert (M)		40,15
Median		38,00
Modus		27,00 ^a
Standardabweichung (SD)		11,34
Varianz		128,65
Minimum		21,00
Maximum		74,00
Perzentile	25	30,00
	50	38,00
	75	49,00

a. Mehrere Modi vorhanden. Der kleinste Wert wird angezeigt.

Sample nach „Alter“

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778, Gültiges n=763)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

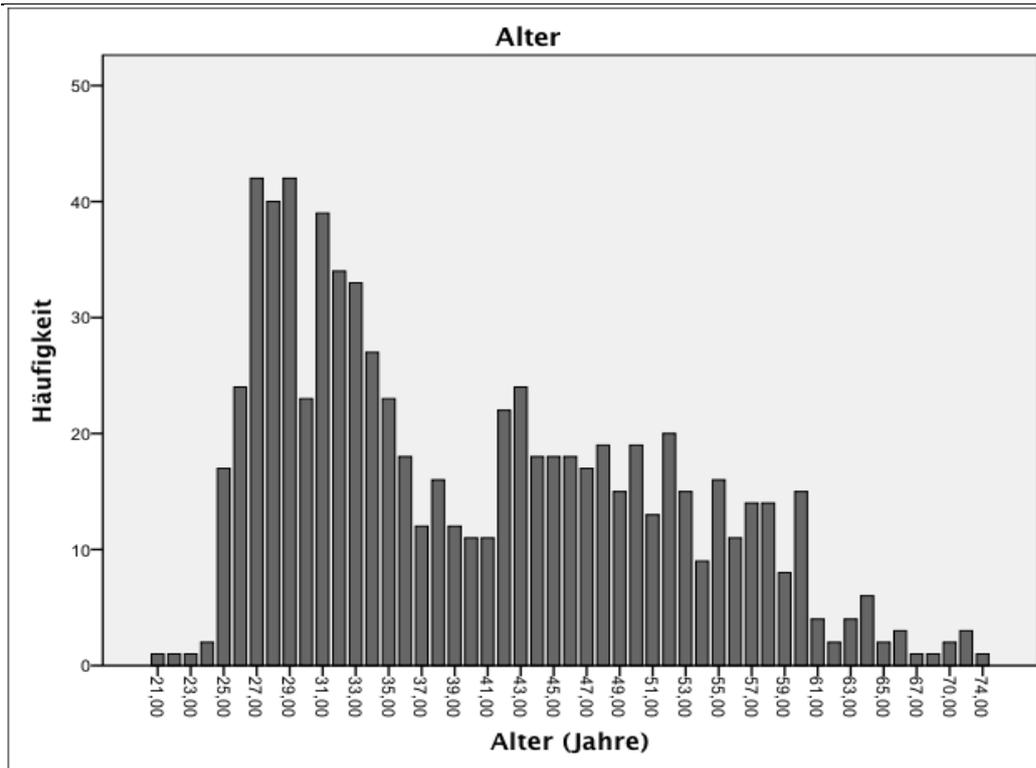


Abbildung 3: Altersverteilung

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778, gültiges n=763)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 3: Altersgruppen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
k.A.	15	1,9	1,9	1,9
20-24 Jahre	5	,6	,6	2,6
25-29 Jahre	165	21,2	21,2	23,8
30-34 Jahre	156	20,1	20,1	43,8
35-39 Jahre	81	10,4	10,4	54,2
40-44 Jahre	86	11,1	11,1	65,3
45-49 Jahre	87	11,2	11,2	76,5
50-54 Jahre	76	9,8	9,8	86,2
55-59 Jahre	63	8,1	8,1	94,3
60+ Jahre	44	5,7	5,7	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

Sample nach „Altersgruppen“

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=763)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

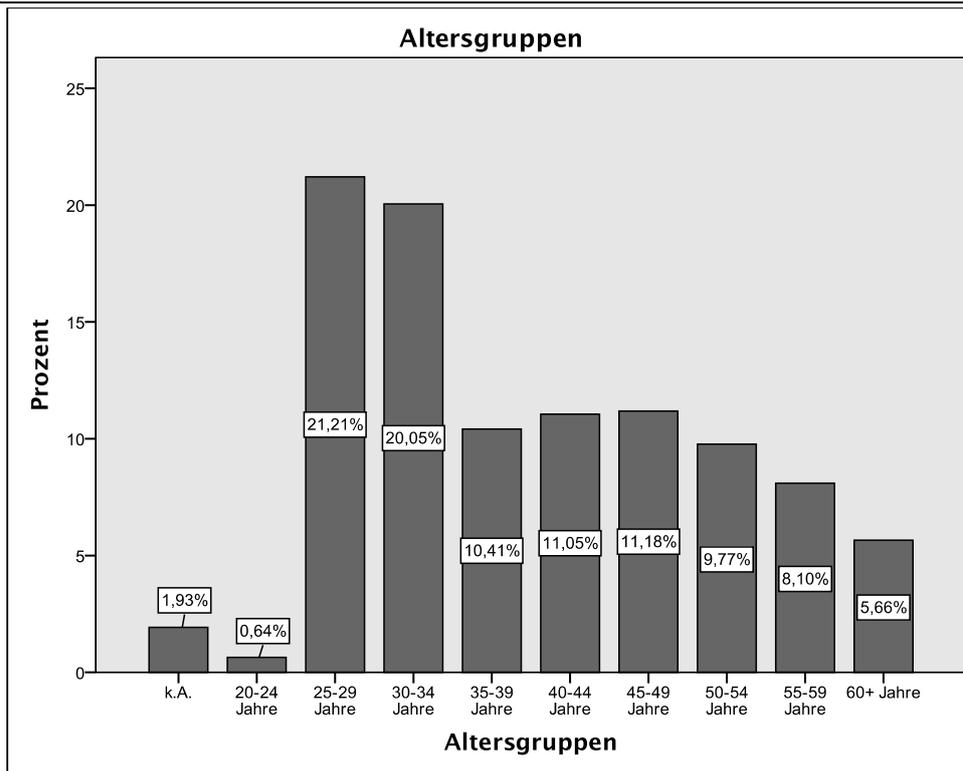


Abbildung 4: Verteilung der Altersgruppen

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778, gültiges n=763)
 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. Nur wenige Befragte arbeiteten an einer Kunst- oder Musikhochschule oder an außeruniversitären Forschungsinstituten.

Tabelle 4: Beschäftigungsort/Hochschulart

		n	Prozent n=792	Prozent n=778
Wo sind Sie aktuell als	- Universität oder andere Hochschule mit Promotionsrecht	489	61,7%	62,9%
	- Fachhochschule oder andere Hochschule ohne Promotionsrecht	281	35,5%	36,1%
Wissen-	- Kunst- oder Musikhochschule	16	2,0%	2,1%
schaftler/in tätig?*	- Außeruniversitäres Forschungsinstitut (z.B. Leibniz, Helmholtz, Fraunhofer, Max Planck)	3	0,4%	0,4%
	- Sonstige	3	0,4%	0,4%
Gesamt*		792	100,0%	

*Mehrfachantworten möglich, daher kann das n hier höher ausfallen als das n gesamt.

Sample nach „Beschäftigungsort/Hochschulart“

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778 gültiges n=792; Mehrfachantw.)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

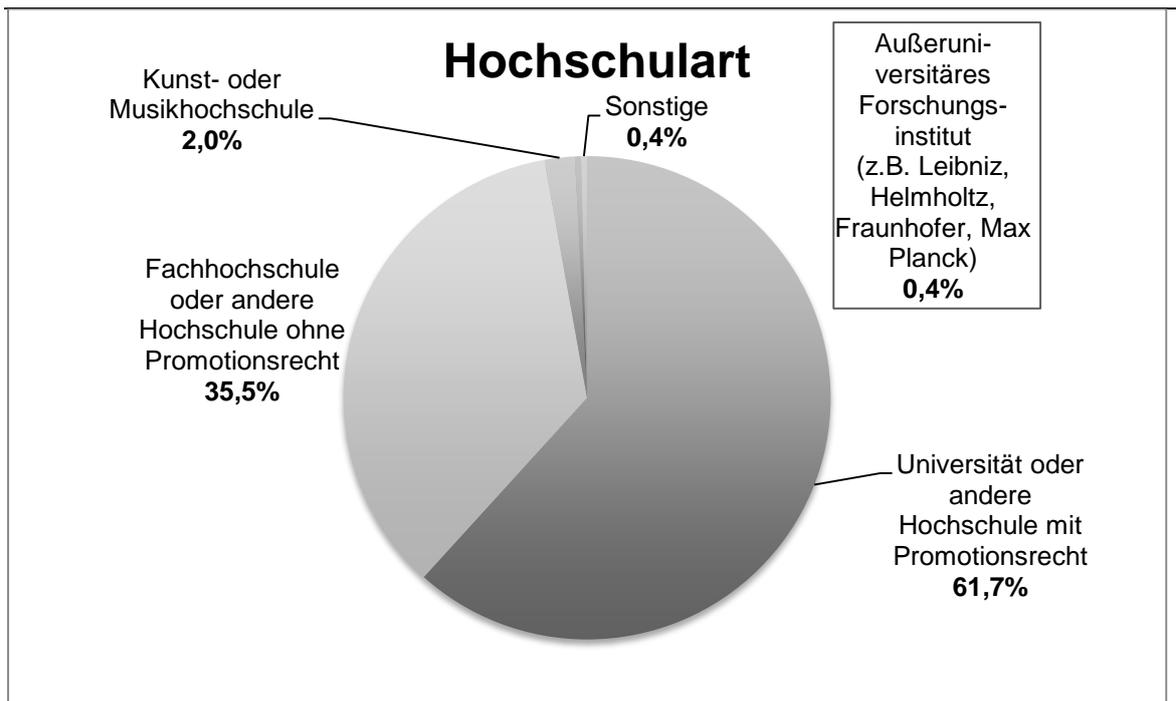


Abbildung 5: Beschäftigungsort/Hochschulart – Wo sind die Mitarbeiter/innen aktuell beschäftigt?

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778), aber n=792 Antworten, da Mehrfachnennungen möglich waren

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.3.1 Region

Während die Befragten aus dem Osten Deutschlands überrepräsentiert waren (35,1%), waren der Süden (20,2%) und der Westen (19,3%) von der Teilnehmerzahl her etwas unterrepräsentiert.

Tabelle 5: Regionen (ungefähre Zuordnung)

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Ost	273	35,1	35,1	35,1
Süd	157	20,2	20,2	55,3
Gültig West	150	19,3	19,3	74,6
Nord	198	25,4	25,4	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

Sample nach „Region“ (Herkunft der Befragten)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

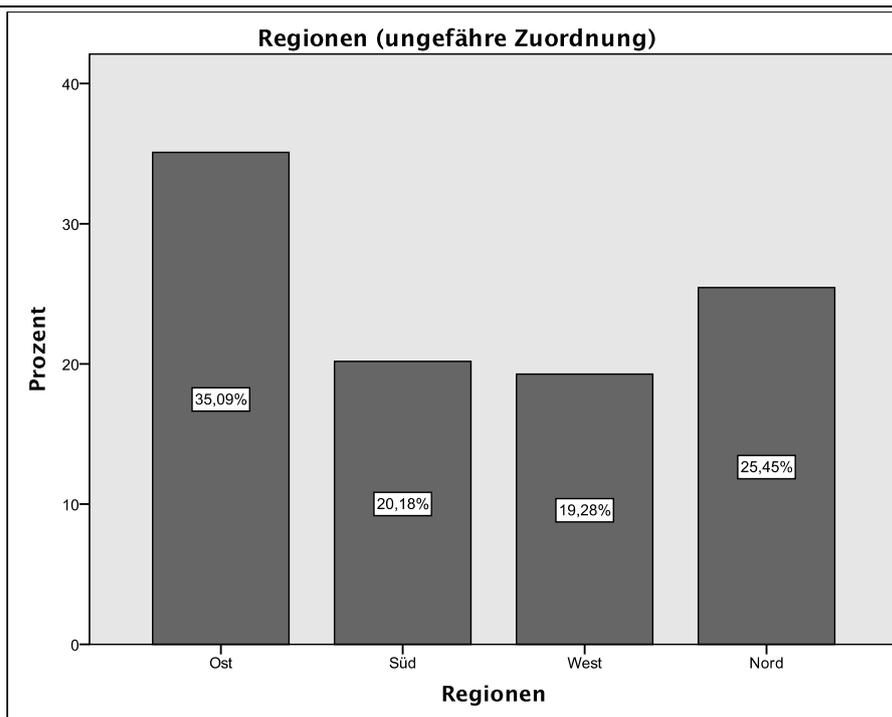


Abbildung 6: Regionen – Aus welchen Regionen stammen die Befragten?

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

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.4 Höchster akademischer Abschluss und wissenschaftlicher Status

Die Promotion ist der am häufigsten genannte „höchste akademische Abschluss“. 298 Personen oder 38,3% der Befragten gaben dies an.

2.4.1 Höchster akademischer Abschluss

Tabelle 6: Höchster Akademischer Abschluss

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
k.A.	1	,1	,1	,1
Bachelor (Uni/FH)	14	1,8	1,8	1,9
Master (Uni/FH)	112	14,4	14,4	16,3
Diplom (Uni/FH)	198	25,4	25,4	41,8
Staatsexamen	45	5,8	5,8	47,6
Magister	26	3,3	3,3	50,9
Promotion	298	38,3	38,3	89,2
Habilitation	76	9,8	9,8	99,0
Sonstiges	8	1,0	1,0	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

Sample nach „Höchster Akademischer Abschluss“

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

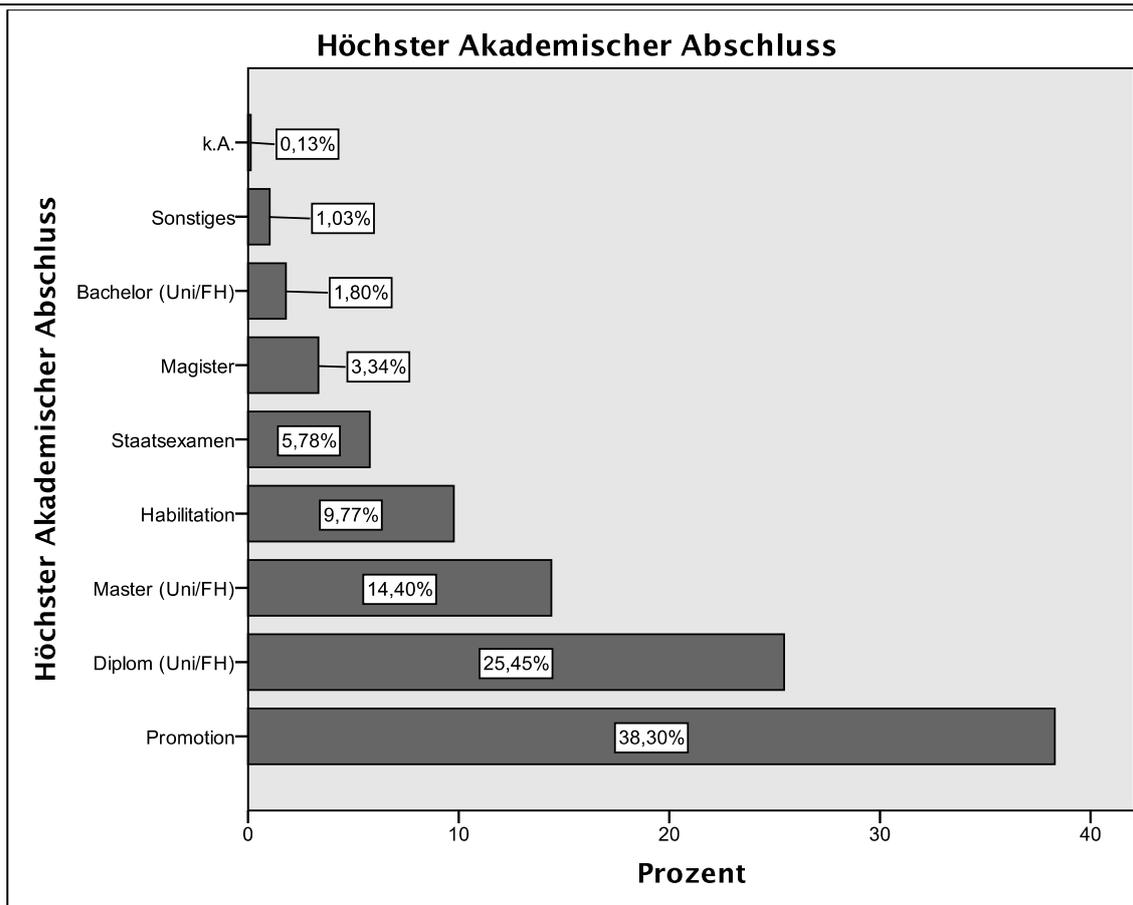


Abbildung 7: Höchster Akademischer Abschluss

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.4.2 Wissenschaftlicher Status

Unter allen Befragten war die Position „Professorin“ bzw. „Professor“ die am häufigsten genannte Funktion, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an einer Hochschule/Forschungseinrichtung ausüben (31,6%). Rang zwei der aktuell ausgeübten Funktionen belegte die Gruppe der wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit 29,3% bzw. 49,4%, wenn zu dieser Gruppe die Doktorandinnen und Doktoranden hinzugerechnet werden, die gleichzeitig auch wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind (156 Personen bzw. 20,1%). 29 Personen waren „nur“ Doktorandinnen und Doktoranden - ohne den Status „Wissenschaftliche Mitarbeiterin/Wissenschaftlicher Mitarbeiter“ (3,7%).

Insgesamt waren also 185 der Befragten Doktorandinnen und Doktoranden (156 + 29 Personen); das sind 23,8% der Stichprobe. Weitere Gruppen waren Postdoktorandinnen und Postdoktoranden (5,1%), Jun.-Professorin und Jun.-Professor (1,8%), Privat-Dozentin /Privatdozent (1,2%), Akademische Rätin/Akademischer Rat (1,4%), Wissenschaftliche Hilfskraft (0,8%) sowie 5% „Sonstige“.

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

	n	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Akademischer Rat	11	1,4	1,4	1,4
Doktorand/in	29	3,7	3,7	5,1
Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	156	20,1	20,1	25,2
Postdoktorand/in	40	5,1	5,1	30,3
Privatdozent/in	9	1,2	1,2	31,5
Jun.-Professor/in	14	1,8	1,8	33,3
Professor/in	246	31,6	31,6	64,9
Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	6	,8	,8	65,7
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	228	29,3	29,3	95,0
Sonstiges	39	5,0	5,0	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

Sample nach „Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung“

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

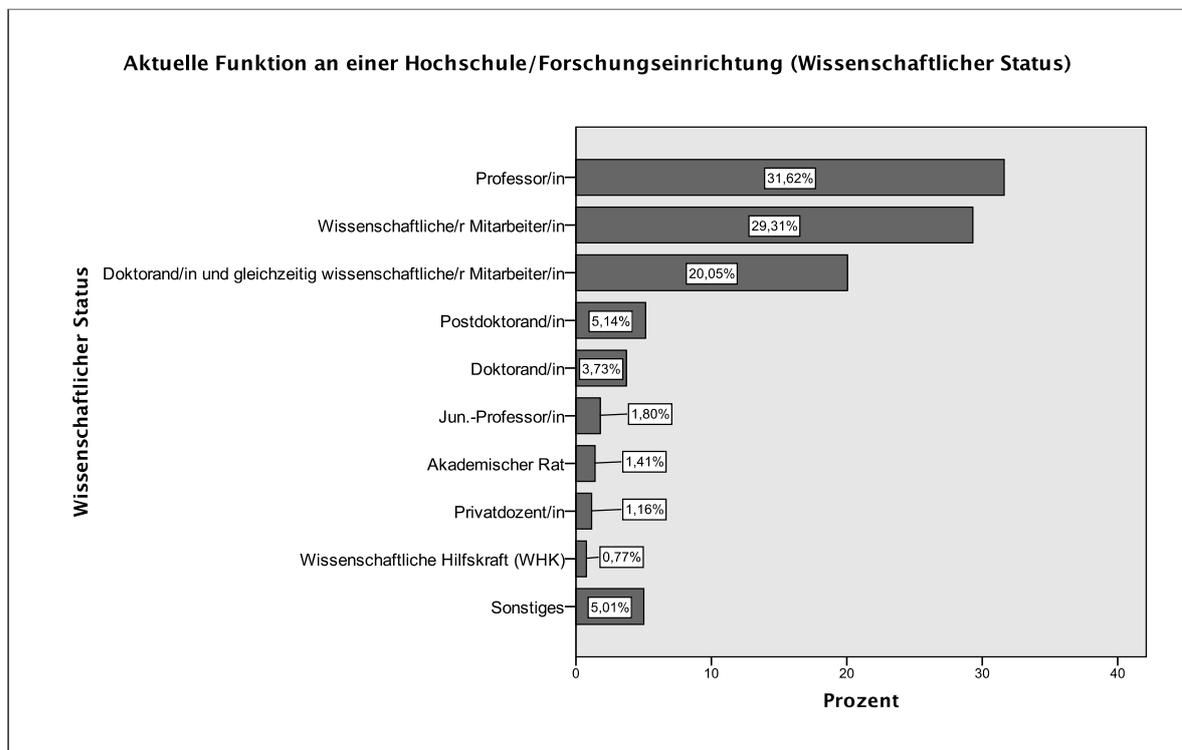


Abbildung 8: Aktuelle Funktion (Wissenschaftlicher Status)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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.

Im Mittel waren die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler seit 9,82 Jahren an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt (SD=9,2). Die Verteilung der Variable ist hier eindeutig linksschief. Es gibt also viel mehr Befragte, die eine wesentlich kürzere Beschäftigungszeit aufweisen (vgl. Abb. 9).

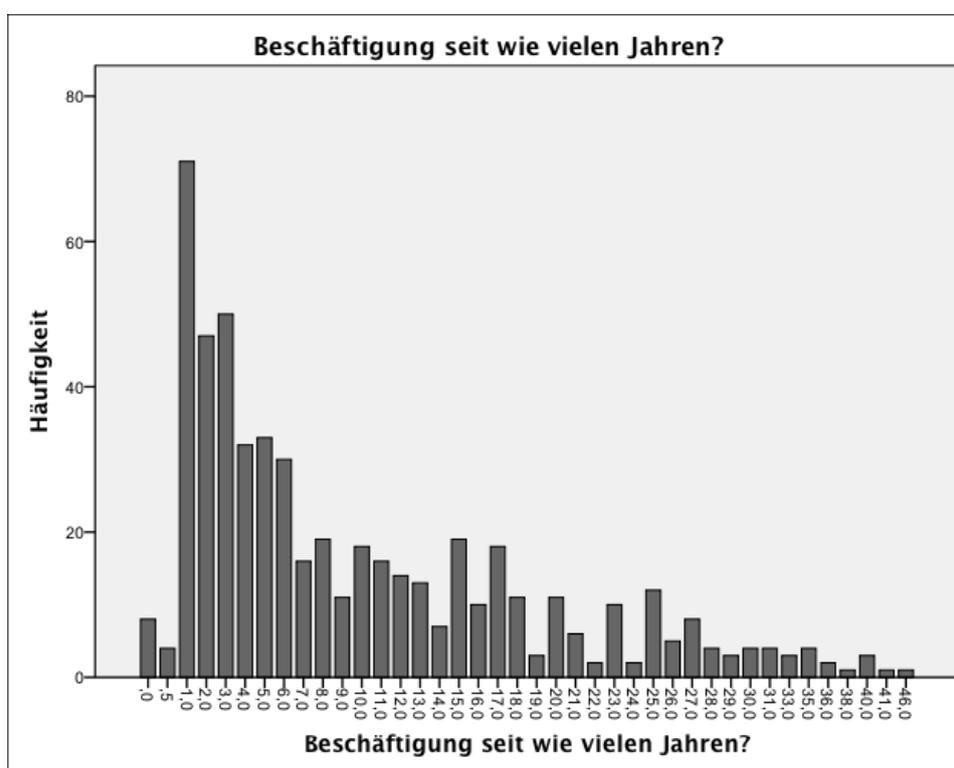


Abbildung 9: Beschäftigung an der Hochschule/Einrichtung in Jahren

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

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
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	18	2,3	2,3	2,3
Humanmedizin/Gesundheitswissenschaften	27	3,5	3,5	5,8
Ingenieurwissenschaften	129	16,6	16,6	22,4
Sprachwissenschaften	15	1,9	1,9	24,3
Kunst, Kunstwissenschaft	19	2,4	2,4	26,7
Mathematik und Naturwissenschaften	197	25,3	25,3	52,1
Rechtswissenschaften	25	3,2	3,2	55,3
Sozialwissenschaften	43	5,5	5,5	60,8
Sportwissenschaften	4	0,5	0,5	61,3
Kultur-, Geistes- und Erziehungswissenschaften	105	13,5	13,5	74,8
Wirtschaftswissenschaften	83	10,7	10,7	85,5
Verwaltungswissenschaften	1	0,1	0,1	85,6
Anderes Fach	112	14,4	14,4	100
Gesamt	778	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 (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Am häufigsten ordneten sich die Befragten dem Fachgebiet „Mathematik und Naturwissenschaft“ zu (25,3%); am zweithäufigsten der Gruppe der „Ingenieurwissenschaften“ mit 16,6%. 105 Befragte bzw. 13,5% rechneten sich selber der Gruppe der „Kultur-, Geistes- und Erziehungswissenschaften“ zu. Eine weitere große Gruppe bilden die „Wirtschaftswissenschaften“ mit 10,7% der Befragten.

War es den Teilnehmerinnen und Teilnehmern nicht möglich sich in die vorgegebene Systematik einzuordnen, hatten sie die Gelegenheit unter der Rubrik „Anderes Fach“ eine selbstgewählte Zuordnung vorzunehmen (112 Personen bzw. 14,4%). Die häufigsten Fächer-Kategorien die hier angegeben wurden, waren „Informatik“, „Psychologie“, „Wirtschaftsinformatik“ und „Geowissenschaften“. Für eine genaue Übersicht sei hier auf Tabelle 2 in Anhang A, verwiesen.

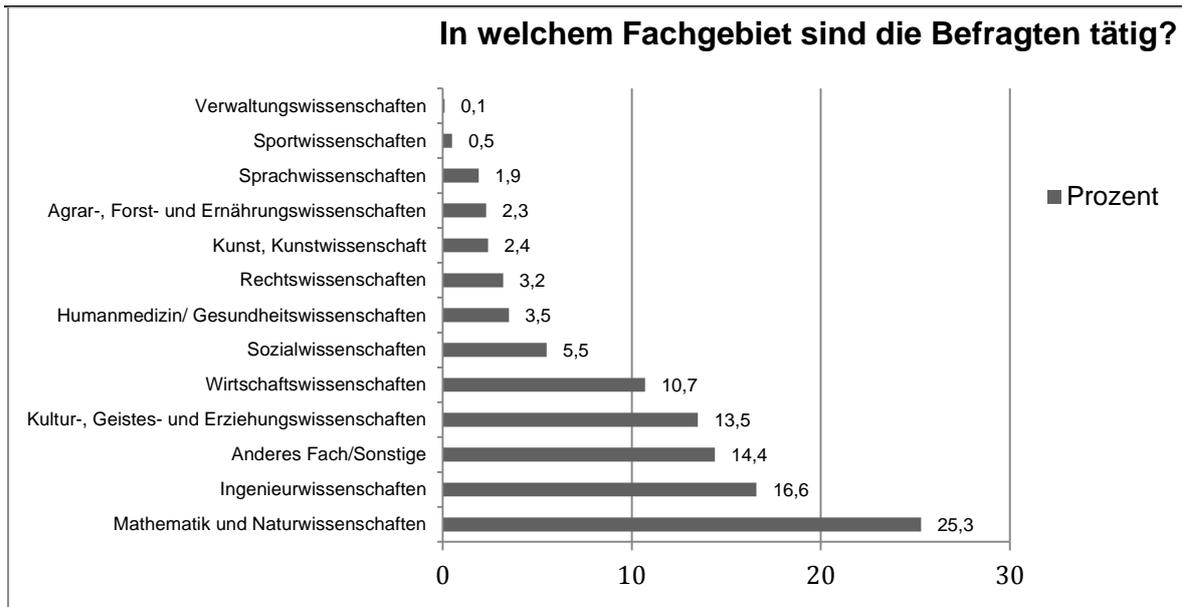


Abbildung 10: In welchem Fachgebiet tätig? Eigene Einschätzung

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

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
Mathe und Naturwissenschaften	254	32,6	32,6	32,6
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	144	18,5	18,5	51,2
Sprach- und Kulturwissenschaften	141	18,1	18,1	69,3
Ingenieurwissenschaften	132	17,0	17,0	86,2
Humanmedizin	30	3,9	3,9	90,1
Kunst und Kunstwissenschaften	29	3,7	3,7	93,8
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	19	2,4	2,4	96,2
Sportwissenschaften	3	,4	,4	96,6
Sonstiges	26	3,3	3,3	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

Sample nach Fächerzuordnung des SBA

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.6.3 Beschreibung/Charakterisierung nach größten Fächergruppen

Tabelle 10: Sample nach Systematik des SBA (größte Fächer) sowie nach demografischen Variablen „Geschlecht“, „Altersgruppen“ und „Funktion“ (Wiss. Status)

		Ingenieurwissenschaften		Rechts-, Wirtschafts- u. Sozialwissenschaften		Mathematik- und Naturwissenschaften		Sprach- und Kulturwissenschaften	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Geschlecht	weiblich	27	20,5%	69	47,9%	81	31,9%	90	63,8%
	männlich	103	78,0%	71	49,3%	170	66,9%	48	34,0%
	k.A.	2	1,5%	4	2,8%	3	1,2%	3	2,1%
Altersgruppen	20-24 Jahre	2	1,5%	2	1,4%	1	0,4%	0	0,0%
	25-29 Jahre	25	18,9%	35	24,3%	59	23,2%	31	22,0%
	30-34 Jahre	16	12,1%	28	19,4%	60	23,6%	29	20,6%
	35-39 Jahre	11	8,3%	11	7,6%	28	11,0%	21	14,9%
	40-44 Jahre	12	9,1%	11	7,6%	32	12,6%	16	11,3%
	45-49 Jahre	19	14,4%	21	14,6%	22	8,7%	13	9,2%
	50-54 Jahre	23	17,4%	11	7,6%	16	6,3%	11	7,8%
	55-59 Jahre	14	10,6%	12	8,3%	23	9,1%	9	6,4%
	60+ Jahre	7	5,3%	9	6,3%	9	3,5%	8	5,7%
	k.A.	3	2,3%	4	2,8%	4	1,6%	3	2,1%
Aktuelle Funktion (Wissenschaftlicher Status)	Akadem. Rat	1	0,8%	1	0,7%	3	1,2%	5	3,5%
	Doktorand/in	3	2,3%	2	1,4%	15	5,9%	5	3,5%
	Doktorand/in u. gleichz. wiss. Mitarbeiter/in	21	15,9%	28	19,4%	63	24,8%	33	23,4%
	Postdoktorand/in	0	0,0%	4	2,8%	21	8,3%	10	7,1%
	Privatdozent/in	1	0,8%	0	0,0%	6	2,4%	0	0,0%
	Jun.-Professor/in	1	0,8%	5	3,5%	3	1,2%	3	2,1%
	Professor/in	57	43,2%	60	41,7%	66	26,0%	31	22,0%
	Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	0	0,0%	4	2,8%	0	0,0%	1	0,7%
	Wiss. Mitarbeiter/in	43	32,6%	36	25,0%	70	27,6%	44	31,2%
	Sonstiges	5	3,8%	4	2,8%	7	2,8%	9	6,4%
k.A.	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	

Sample nach Fächerzuordnung des SBA (größte Fächergruppen)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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 (92,2%) arbeiten (auch) in der Forschung, 87,40% in der Lehre und 67% in der Wissenschaftsadministration. Bei 57% der Befragten gehört die Wissenschaftskommunikation ebenfalls zu ihrem Tätigkeitsspektrum. 44,60% sind zudem noch in anderen Tätigkeitsbereichen aktiv (Mehrfachantworten waren möglich).

Tabelle 11: Tätigkeitsschwerpunkte*

	n	Prozent
Forschung	717	92,2%
Lehre (inkl. Organisation v. Lehre, Beratung v. Studierenden)	680	87,4%
Wissenschaftsadministration (z.B. Drittmittelinwerbung, Projektverwaltung)	521	67,0%
Wissenschaftskommunikation (z.B. Öffentlichkeitsarbeit, Vernetzung)	449	57,7%
Andere Tätigkeitsbereiche	347	44,6%

* Mehrfachantworten möglich

Tätigkeitsschwerpunkte – In welchen Bereichen arbeiten die Befragten?

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

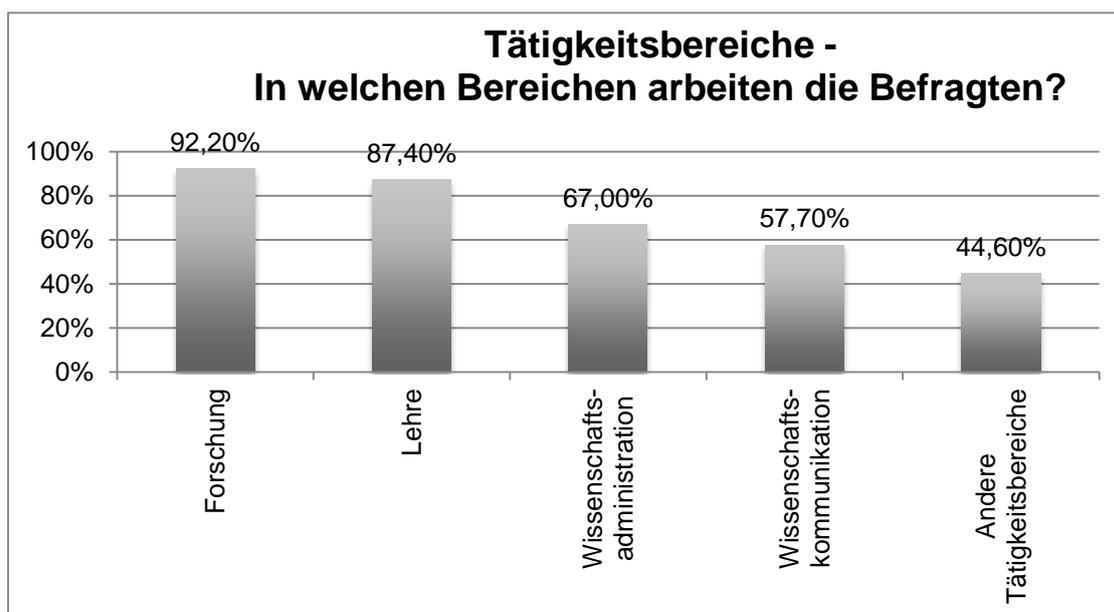


Abbildung 11: Tätigkeitsschwerpunkte Gesamtverteilung

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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 100% in der Lehre tätig sind oder andere deren Arbeitszeit sich auf alle vier Grundbereiche nahezu gleichmäßig verteilt (à 25%). Um hier den Schwerpunkt der Tätigkeit besser einschätzen zu können, wurden die Befragten zusätzlich gebeten einzuschätzen, wie viel Prozent von ihrer Gesamtarbeitszeit auf die einzelnen Tätigkeitsbereichen entfällt (Mittelwert% in Tab. 12).

Daraus lässt sich ein mittlerer Prozentwert für die Gesamtstichprobe berechnen, der die mittlere Verteilung der Arbeitszeit auf die verschiedenen Tätigkeitsbereiche widerspiegelt.

Tabelle 12: Tätigkeitsschwerpunkt, Mittelwerte der Prozentangaben (Selbsteinschätzung)

		Forschung (Mittelwert%-Anteil)	Lehre (Mittelwert%-Anteil)	Wissenschafts-administration (Mittelwert %-Anteil)	Wissenschaftskommunikation (Mittelwert %-Anteil)	Andere Tätigkeits-bereiche (Mittelwert %-Anteil)
N	Gültig	778	778	778	778	778
	Fehlend	0	0	0	0	0
Mittelwert (%)		34,62	38,68	12,14	6,24	7,65
Median		30,00	35,00	5,00	5,00	,00
Modus		10,00	,00	,00	,00	,00
Standardabweichung		27,45	29,15	15,07	9,39	14,87
Varianz		753,50	849,53	227,02	88,25	221,05
25		10,00	15,00	,00	,00	,00
Perzentile	50	30,00	35,00	5,00	5,00	,00
	75	50,00	60,00	20,00	10,00	10,00

Sample nach Tätigkeitsschwerpunkt (Mittelwert der prozentualen Einschätzung durch die Befragten)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Im Schnitt entfallen 34,6% der Arbeitszeit auf den Bereich *Forschung*, 38,7% der Arbeitszeit auf den Bereich *Lehre*, 12,1% auf die *Wissenschaftsadministration* und 6,2% auf die *Wissenschaftskommunikation*. 7,65% 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. 13).

Tabelle 13: Mittlere prozentuale Verteilung auf die Tätigkeitsbereiche (Selbsteinschätzung) nach Funktion / wissenschaftlichem Status

	Forschung (Mittelwert %-Anteil)	Lehre (Mittelwert %-Anteil)	Wissen- schafts-ad- min. (Mittelwert %-Anteil)	Wissen- schaftskom- munikation (Mittelwert %-Anteil)	Andere Tä- tigkeits-be- reiche (Mit- telwert %-Anteil)
Akademischer Rat (n=11)	21,82	44,55	14,55	4,55	11,36
Doktorand/in (n=29)	73,97	7,76	3,72	4,21	10,34
Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbei- ter/in (n=156)	53,40	25,04	10,87	4,30	5,87
Postdoktorand/in (n=40)	50,75	25,28	15,63	4,10	3,38
Privatdozent/in (n=9)	24,00	60,56	8,89	2,67	3,89
Jun.-Professor/in (n=14)	32,14	36,64	19,79	9,29	2,14
Professor/in (n=246)	20,12	56,50	11,28	5,78	5,29
Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK) (n=6)	11,67	20,00	16,67	11,67	40,00
Wissenschaftliche/r Mitarbei- ter/in (n=228)	34,79	30,37	14,35	8,56	11,44
Sonstiges (n=39)	14,62	63,08	9,10	6,46	6,74
Gesamt (n=778)	34,62	38,68	12,14	6,24	7,65

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Besonders die Doktorandinnen und Doktoranden widmen der *Forschung* das größte Zeitkontingent im Rahmen ihrer Tätigkeit. Professorinnen und Professoren verbringen den größten Teil ihrer zur Verfügung stehenden Zeit mit der *Lehre*. Junior-Professorinnen und Junior-Professoren sind die Gruppe, die vergleichsweise die meiste Zeit für *Wissenschaftsadministration* verwendet. Wissenschaftliche Hilfskräfte weisen im Bereich Wissenschaftskommunikation unter allen Gruppen den höchsten Zeitbudgetwert auf. Wegen der geringen Zahl der Befragten in dieser Gruppe (n=6), ist die Validität der Zahlen hier aber zweifelhaft.

Tabelle 14: Mittlere prozentuale Verteilung der Arbeitszeit auf die Tätigkeitsbereiche (Selbsteinschätzung) nach Zugehörigkeit zu Fächerbereich (SBA)

	Forschung (Mittelwert %-Anteil)	Lehre (Mittelwert %-Anteil)	Wissenschafts- admin. (Mittelwert %-Anteil)	Wissenschafts- kommunikation (Mittelwert %-Anteil)	Andere Tätigkeits- bereiche (Mit- telwert %-Anteil)
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften (n=19)	46,32	34,74	10,00	5,21	3,74
Humanmedizin (n=30)	38,83	33,60	13,27	4,47	8,67
Ingenieurwissenschaften (n=132)	33,33	44,25	9,98	5,63	6,77
Sprach- und Kulturwissenschaften (n=141)	33,25	36,23	13,87	7,72	8,48
Kunst und Kunstwissenschaften (n=29)	16,03	61,38	8,28	4,31	10,00
Mathe und Naturwissenschaften (n=254)	39,94	35,20	12,18	5,41	6,82
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (n=144)	29,70	41,01	12,76	6,59	8,20
Sportwissenschaften (n=3)	46,67	30,00	10,00	6,67	6,67
Sonstige (n=26)	29,81	29,23	14,81	12,50	11,92

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8 Umfang der wissenschaftlichen Aktivität in der „Scientific Community“

Um mehr über den Umfang der wissenschaftlichen Aktivität in der „Scientific Community“ zu erfahren, wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auch danach gefragt, wie oft sie in 2012 an wissenschaftlichen Konferenzen teilgenommen haben, in wie vielen Fach- bzw. Berufsorganisation sie Mitglied sind und ob sie ein offizielles Amt in einer Berufsorganisation ausüben.

2.8.1 Teilnahme an wissenschaftlichen Konferenzen (in 2012)

Fast die Hälfte der Befragten (49,97%) hat 2012 an einer bis zwei Konferenzen teilgenommen. 21,47% taten dies 3-4 mal und immerhin nahmen 5,14% an bis zu 5-6 Konferenzen teil. 22,75% gaben an, 2012 an keiner einzigen Konferenz teilgenommen zu haben.

Tabelle 15: Anzahl Teilnahmen an Konferenzen (in 2012)

	n	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
k.A.	2	,3	,3	,3
nie	177	22,8	22,8	23,0
1-2 mal	381	49,0	49,0	72,0
3-4 mal	167	21,5	21,5	93,4
5-6 mal	40	5,1	5,1	98,6
7-8 mal	3	,4	,4	99,0
häufiger	8	1,0	1,0	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

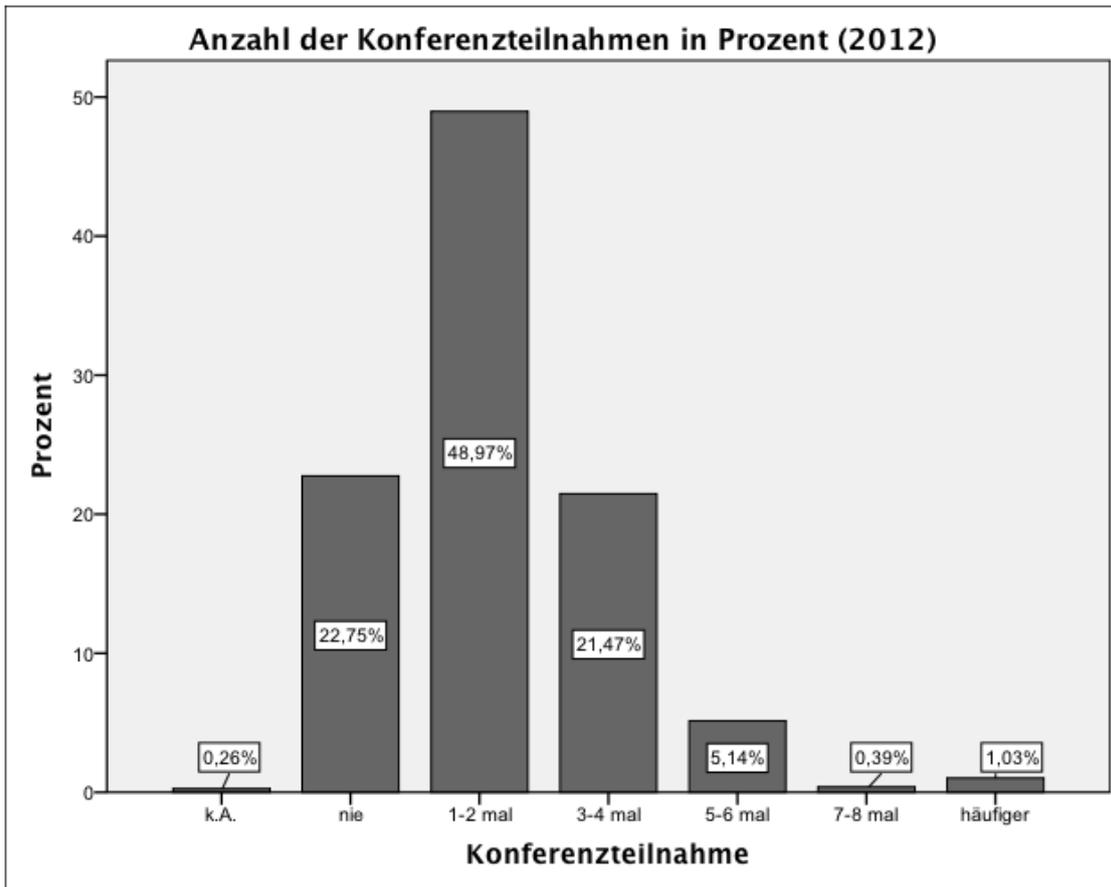


Abbildung 12: Anzahl der Konferenzteilnahmen in 2012 (Anteile in Prozent)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

2.8.2 Berufsorientierte Mitgliedschaften

Die Mehrzahl der Befragten (56,4%) ist Mitglied in 1-3 Fach-/Berufsorganisationen bzw. Fachgesellschaften. 9,5% geben 4-6 Mitgliedschaften an und ein Drittel der Befragten (33,2%) gehörte keiner Berufsorganisation an.

Tabelle 16: Anzahl der Mitgliedschaften in Fach-/Berufsorganisationen

	n	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
k.A.	1	,1	,1	,1
0	258	33,2	33,2	33,3
1-3	439	56,4	56,4	89,7
4-6	74	9,5	9,5	99,2
7-9	6	,8	,8	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

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

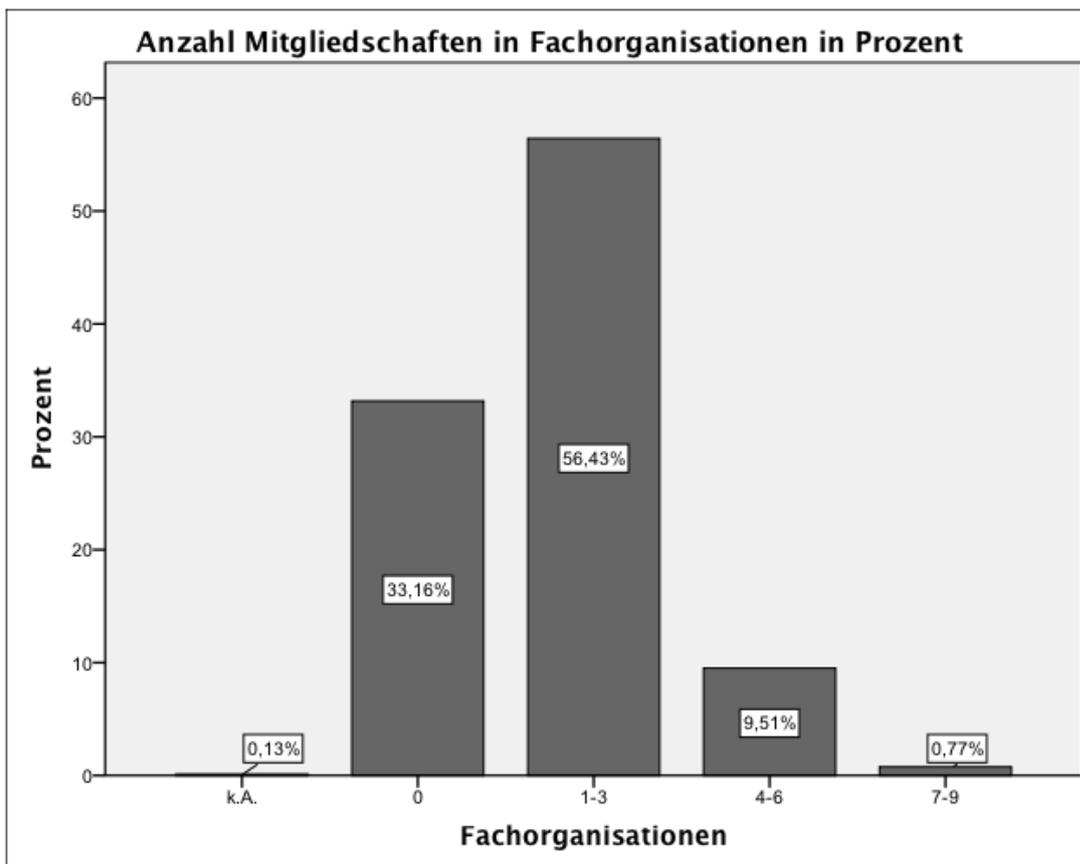


Abbildung 13: Anzahl der Mitgliedschaften in Fachorganisationen (in Prozent)

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

2.8.3 Offizielles Amt in Berufsorganisationen

Ein offizielles Amt in Fach-/Berufsorganisationen/Fachgesellschaften haben über 15,4% der Befragten inne.

Tabelle 17: Anzahl offizieller Ämter in Fachorganisationen

	n	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Pro- zente
k.A.	2	,3	,3	,3
0	656	84,3	84,3	84,6
1-3	119	15,3	15,3	99,9
4-6	1	,1	,1	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

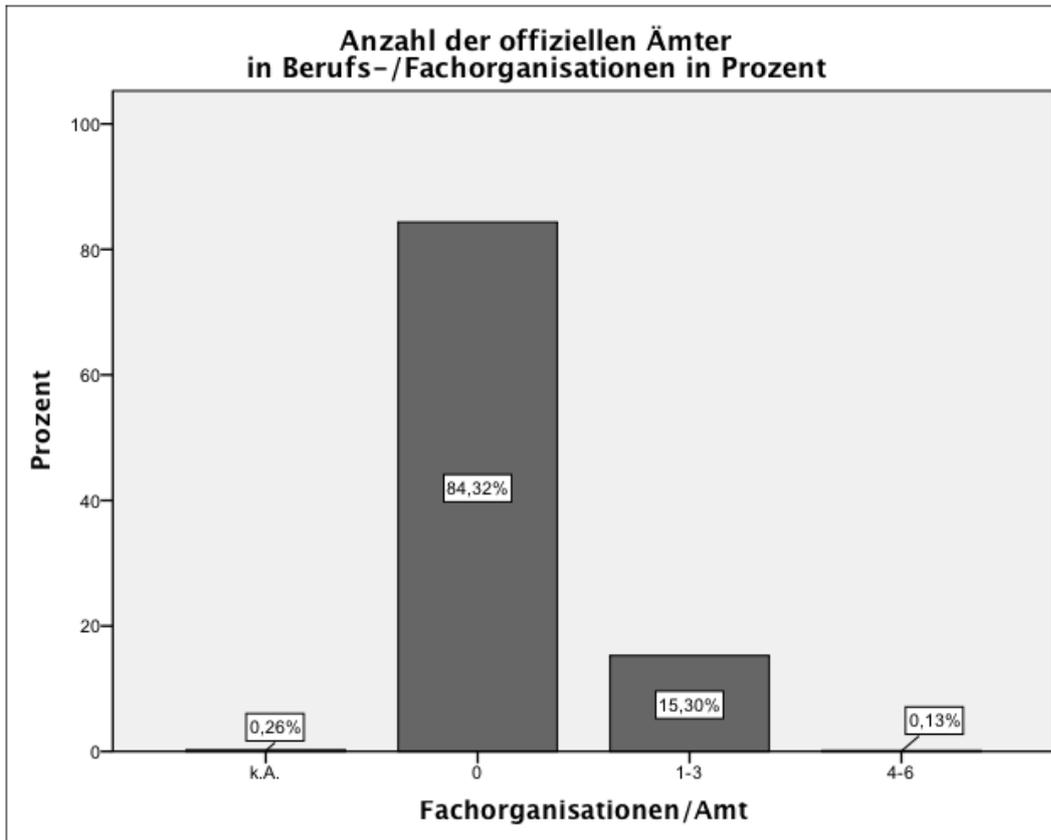


Abbildung 14: Anzahl der offiziellen Ämter in Berufs- und Fachorganisationen (Prozent)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3 Nutzung von Web 2.0-Diensten und Online-Werkzeugen

3.1 Nutzung von Web 2.0-Diensten – allgemein

Zunächst ist es von Interesse zu unterscheiden, ob Web 2.0-Dienste und Online-Werkzeuge überhaupt von den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern genutzt werden oder nicht. Die Nutzung sagt etwas über die Verbreitung der einzelnen Dienste in der Wissenschaftscommunity aus.

Häufig genutzte Dienste. Der am häufigsten genutzte Web 2.0-Dienst ist Wikipedia. Fast alle Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen diesen Dienst (98,5%). Auf dem zweiten Rang der allgemeinen Nutzung von Web 2.0-Diensten befinden sich die Video/Foto Community-Portale, wie YouTube oder Flickr. 78,70% Befragten nutzen diese Dienste. Online-Archive/Datenbanken werden von 77,4% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler genutzt.

Selten genutzte Dienste. Zu den Diensten, die von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern eher selten genutzt werden, zählen Online-Texteditoren (25,3%) oder Microblogs (wie z.B. Twitter) mit 15,7%. 81,4% nutzen Microblog-Dienste nicht, obwohl sie doch recht bekannt unter den Befragten sind: Nur 2,7% geben an, Dienste wie Twitter etc. nicht zu kennen. Die geringste Nutzungshäufigkeit unter den Diensten weisen die sog. „Social Bookmarking Services“ auf: nur 6% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen diese Dienste. Fast die Hälfte der Befragten (47,30%) kannte diese Dienste-Kategorie gar nicht.

Bekannteste Dienste. Zu den bekanntesten Diensten gehören Wikipedia, Soziale Netzwerke (wie Facebook oder Google+), Videokonferenzsystem, wie z.B. Skype oder 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“: 47,3% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler kennen diesen Dienst nicht. 20,60% können mit „Lernmanagementsystemen“ nichts anfangen und 18,4% kennen Online-Texteditoren als Web 2.0-Dienste (wie z.B. Google Docs) überhaupt nicht.

Tabelle 18: 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	1	0,10%	766	98,50%	11	1,40%	0	0,00%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	2	0,30%	612	78,70%	158	20,30%	6	0,80%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	1	0,10%	602	77,40%	140	18,00%	35	4,50%
Mailinglisten	1	0,10%	584	75,10%	170	21,90%	23	3,00%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	2	0,30%	553	71,10%	191	24,60%	32	4,10%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	1	0,10%	542	69,70%	229	29,40%	6	0,80%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	2	0,30%	525	67,50%	240	30,80%	11	1,40%
Internetforen	2	0,30%	508	65,30%	261	33,50%	7	0,90%
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	2	0,30%	432	55,50%	338	43,40%	6	0,80%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	2	0,30%	431	55,40%	301	38,70%	44	5,70%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	2	0,30%	401	51,50%	353	45,40%	22	2,80%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	2	0,30%	389	50,00%	227	29,20%	160	20,60%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	1	0,10%	383	49,20%	277	35,60%	117	15,00%
Weblogs	2	0,30%	227	29,20%	472	60,70%	77	9,90%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	2	0,30%	197	25,30%	436	56,00%	143	18,40%
Microblogs (z.B. Twitter)	2	0,30%	122	15,70%	633	81,40%	21	2,70%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	2	0,30%	47	6,00%	361	46,40%	368	47,30%

k.A.=keine Angabe

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

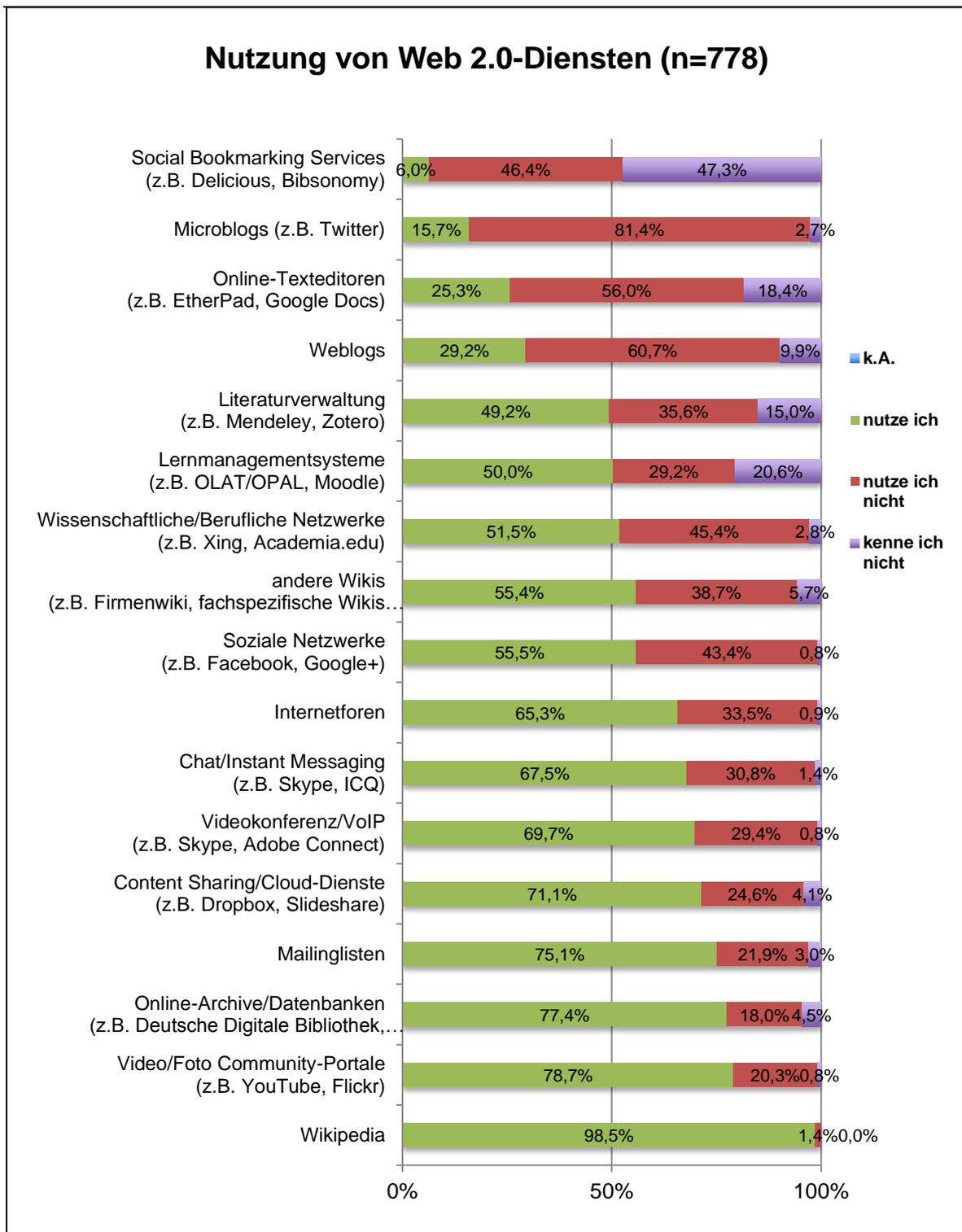


Abbildung 15: Nutzung von Web 2.0-Dienste (in Prozent)
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.2 Aspekte der Nutzung

3.2.1 Berufliche und private Nutzung (Nutzungskontext)

Soziale Netzwerke. Soziale Netzwerke wie Facebook werden tendenziell eher privat genutzt. 34,5% der Befragten nutzen diese Dienste eher „nur privat“ oder „primär privat“. 16,5% nutzen Soziale Netzwerke sowohl „beruflich und privat“ und nur 4,5% nutzen Facebook & Co. „nur beruflich“ oder „primär beruflich“. 43,4% nutzen diese Dienste gar nicht und 0,8% kennen sie nicht einmal.

Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke. Dienste wie Xing oder Academia.edu richten sich nicht primär an private Nutzer, sondern wenden sich in erster Linie an Personen, die Netzwerke für den beruflichen Austausch nutzen möchten. So ist es nicht verwunderlich, dass nur 7% der Befragten diese Dienste „nur privat“ oder „primär privat“ verwenden. „Beruflich und privat“ werden die Dienste von 14,1% genutzt. 30,4% dagegen nutzen die wissenschaftlichen bzw. beruflichen Netzwerke „nur beruflich“ oder „primär beruflich“. 45,4% nutzen diese Dienste gar nicht und 2,8% kennen diese Dienste nicht.

Videokonferenz/VoIP-Dienste. Dienste wie Skype (Microsoft) oder Adobe Connect (Adobe) werden von 24,4% der Befragten „nur privat“ oder „primär privat“ genutzt. Immerhin nutzen 18% diese Dienste auch beruflich veranlasst („nur beruflich“ u. „primär beruflich“). 27,2% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen Skype & Co. sowohl „beruflich und privat“. Das spricht dafür, dass diese Dienste per se nicht mit einem bestimmten Nutzungskontext assoziiert werden.

Microblogs. Microblogs, wie z.B. Twitter werden nur von 3,7% der Befragten beruflich genutzt („nur beruflich“ und „primär beruflich“). 3,9% nutzen Twitter & Co. „beruflich und privat“. Eher rein privat werden diese Dienste von 8,1% der Befragten genutzt („nur privat“ und „primär privat“). Tendenziell überwiegt bei Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern also die private Nutzung. 81,4% nutzen diese Dienste gar nicht, weder privat, noch beruflich. 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 nutzt es, privat oder gar für berufliche Zwecke.

Weblogs. Rund 7,8% der Befragten nutzen Weblogs dezidiert beruflich („nur beruflich“ u. „primär beruflich“). Beruflich und privat werden Weblogs von 10,4% genutzt. 11% nutzen dieser Dienste eher privat („primär privat“ u. „nur privat“). 60,7% der Befragten nutzen keine Weblogs und 9,9% kennen diese Dienste gar nicht.

Wikipedia. Jeder Befragte kennt diesen Web 2.0-Dienst und nutzt ihn sowohl beruflich als auch privat. Eher rein beruflich nutzen 7% der Befragten diesen Dienst, „beruflich und privat“ nutzen Wikipedia 76,1% der Befragten. Eher rein privat wird Wikipedia von 4,9% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler genutzt. Lediglich 1,4% der Befragten nutzen Wikipedia gar nicht.

Andere Wikis. Andere Wikis, wie Firmenwikis oder fachspezifische Wikis weisen eine gezielt höhere berufliche Nutzung auf. 29,9% der Befragten nutzen diese Wikis schwerpunktmäßig beruflich („nur beruflich“ u. „primär beruflich“). Zudem geben zusätzlich noch 21,2% an, diese Dienste „beruflich und privat“ zu nutzen. Überwiegend privat wird diese Form der Wikis nur von 4,4% genutzt. 38,7% der Befragten nutzen diese Dienste nicht und 5,7% kennen sie gar nicht.

Content Sharing/Cloud-Dienste. Content-Sharing- bzw. Cloud-Dienste, wie z.B. „Dropbox“ werden tendenziell eher beruflich genutzt. 21,6% nutzen diese Dienste „nur beruflich“ oder „primär beruflich“. 36,9% nutzen sie „beruflich und privat“ und 12,6% „primär privat“ und „nur privat“. Rund ein Viertel der Befragten (24,6%) gibt an, diese Dienste nicht zu nutzen. 4,1% kennen diese Dienste nicht.

Online-Texteditoren. 13,5% der Befragten gibt an, Online-Texteditoren eher beruflich einzusetzen („nur beruflich“ u. „primär beruflich“). Privat und beruflich nutzen 7,5% der Befragten diese Dienste. Eher privat werden diese Dienste nur von 4,4% genutzt („primär privat“ u. „nur privat“). 56% geben an, diese Dienste nicht zu nutzen und 18,4% kennen sie überhaupt nicht.

Internetforen. Internetforen werden am häufigsten „beruflich und privat“ genutzt (32,8%). Tendenziell eher beruflich nutzen 11,4% der Befragten diese Dienste („nur beruflich“ und „primär beruflich“). 21,1% nutzen diese Dienste eher aus privatem Anlass (nur privat und primär privat). 33,5% der Befragten geben an, die Kategorie gar nicht zu nutzen und 0,9% kennen sie nicht.

Mailinglisten. Mailinglisten werden tendenziell eher beruflich genutzt. 40,4% der Befragten nutzen Mailinglisten „nur beruflich“ oder „primär beruflich“. „Beruflich und privat“ nutzen diese Dienste 31,9%. Nur 2,8% nutzen diese Dienste mit einem privaten Schwerpunkt („primär privat“ und „nur privat“). 21,9% nutzen den Dienst nicht und 3% kennen ihn 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 27,5% der Befragten diesen Dienst. Rein beruflich nutzen nur 7% der Befragten „Chat“ oder „Instant Messaging“. 30,8% nutzen diese Dienste nicht und 1,4% kennen die Dienste-Kategorie nicht.

Online-Archive/Datenbanken. Die Nutzung von Online-Archiven/Datenbanken scheint in erster Linie beruflich motiviert zu sein. 62,3% nutzen diese Dienste „nur beruflich“ oder „primär beruflich“. „Beruflich und privat“ nutzen diese Dienste 14,4% und nur 0,7% der Befragten gibt einen privaten Hintergrund für die Nutzung der Dienste an („nur privat“ und „primär privat“). 18% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen diese Dienste gar nicht und 4,5% kennen sie nicht einmal.

Literaturverwaltung. Dienste für die „Literaturverwaltung“ werden eher beruflich als privat genutzt. 43,6% der Nutzerinnen und Nutzer 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 1% der Befragten nutzt diesen Dienst eher privat („primär privat“). 35,6% der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen solche Dienste nicht und 15% der Befragten kennen sie auch nicht.

Social Bookmarking Services. Social Bookmarking-Dienste nutzen sehr viele Befragte gar nicht (46,7%) oder kennen diese Dienste gar nicht (47,3%). 2,4% nutzen diese Dienste eher aus beruflichem Interesse („nur beruflich“ und „primär beruflich“) und 1,3% der Befragten nutze sie eher im privaten Rahmen („nur privat“ und „primär privat“).

Video/Foto Community-Portale. Tendenziell ist die Nutzung von Video/Foto Community-Portalen eher eine private Angelegenheit. 45% der Befragten geben an, die Dienste eher privat zu nutzen („nur privat“ und „primär privat“). 28,3% nutzen die Dienste „beruflich und privat“. Nur 5,4% geben an diese Dienste eher aus beruflichem Anlass zu nutzen („nur beruflich“ und „primär beruflich“). 20,3% nutzen diese Art von Diensten gar nicht und nur 0,8% der Befragten geben an, solche Dienste nicht zu kennen.

Lernmanagementsysteme. Lernmanagementsysteme werden klar eher aus beruflichen Gründen genutzt. 48,1% der Befragten geben an, diese Systeme eher beruflich einzusetzen („nur beruflich“ und „primär beruflich“). 1,5% nutzen die Dienste „beruflich und privat“ und nur 0,4% der Befragten nutzen die Dienste eher privat („nur privat“ und „primär privat“). 29,2% gaben, die Dienste nicht zu nutzen und 20,6% kennen diese nicht einmal.

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

- Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org) (62,3%)
- Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle) (48,1%)
- Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (43,6%)
- Mailinglisten (40,4%)
- Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (wie z.B. Xing) (30,4%)
- Andere Wikis (als Wikipedia) (29,9%)
- Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare) (21,6%)

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

- Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr) (45%)
- Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (34,5%)
- Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (33,1%)
- Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect) (24,4%)
- Internetforen (21,1%)

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

- Wikipedia (76,1%)
- Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare) (36,9%)
- Internetforen (32,8%)
- Mailinglisten (31,9%)
- Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr) (28,3%)
- Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (27,5%)
- Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect) (27,2%)
- Andere Wikis (als Wikipedia) (21,2%)

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

- Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy) (47,3%)
- Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle) (20,6%)
- Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs) (18,4%)
- Weblogs (9,9%)

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

- Microblogs (z.B. Twitter) (81,4%)
- Weblogs (60,7%)
- Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs) (56,0%)
- Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy) (46,4%)
- Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (wie z.B. Xing) (45,4%)
- Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (43,4%)
- Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (35,6%)
- Internetforen (33,5%)
- Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (30,8%)
- Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle) (29,2%)

Tabelle 19: Unterscheidung nach beruflicher und privater Nutzung von Web 2.0-Diensten (a).
Eindeutig beruflich veranlasste Nutzung wird durch die grau unterlegten Zellen hervorgehoben

		Anzahl	Prozent
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	17	2,2%
	primär beruflich	18	2,3%
	beruflich + privat	128	16,5%
	primär privat	89	11,4%
	nur privat	180	23,1%
	nutze ich nicht	338	43,4%
	kenne ich nicht	6	0,8%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	122	15,7%
	primär beruflich	114	14,7%
	beruflich + privat	110	14,1%
	primär privat	22	2,8%
	nur privat	33	4,2%
	nutze ich nicht	353	45,4%
	kenne ich nicht	22	2,8%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	k.A.	1	0,1%
	nur beruflich	71	9,1%
	primär beruflich	69	8,9%
	beruflich + privat	212	27,2%
	primär privat	81	10,4%
	nur privat	109	14,0%
	nutze ich nicht	229	29,4%
	kenne ich nicht	6	0,8%
Microblogs (z.B. Twitter)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	12	1,5%
	primär beruflich	17	2,2%
	beruflich + privat	30	3,9%
	primär privat	24	3,1%
	nur privat	39	5,0%
	nutze ich nicht	633	81,4%
	kenne ich nicht	21	2,7%
Weblogs	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	25	3,2%
	primär beruflich	36	4,6%
	beruflich + privat	81	10,4%
	primär privat	37	4,8%
	nur privat	48	6,2%
	nutze ich nicht	472	60,7%
	kenne ich nicht	77	9,9%
Wikipedia	k.A.	1	0,1%
	nur beruflich	15	1,9%
	primär beruflich	40	5,1%
	beruflich + privat	592	76,1%
	primär privat	92	11,8%
	nur privat	27	3,5%
	nutze ich nicht	11	1,4%
	kenne ich nicht	0	0,0%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	90	11,6%
	primär beruflich	142	18,3%
	beruflich + privat	165	21,2%
	primär privat	24	3,1%
	nur privat	10	1,3%
	nutze ich nicht	301	38,7%
	kenne ich nicht	44	5,7%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	67	8,6%
	primär beruflich	101	13,0%
	beruflich + privat	287	36,9%
	primär privat	49	6,3%
	nur privat	49	6,3%
	nutze ich nicht	191	24,6%
	kenne ich nicht	32	4,1%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	31	4,0%
	primär beruflich	74	9,5%
	beruflich + privat	58	7,5%
	primär privat	17	2,2%
	nur privat	17	2,2%
	nutze ich nicht	436	56,0%
	kenne ich nicht	143	18,4%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 20: Unterscheidung nach beruflicher und privater Nutzung von Web 2.0-Diensten (b)

		Anzahl	Prozent
Internetforen	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	35	4,5%
	primär beruflich	54	6,9%
	beruflich + privat	255	32,8%
	primär privat	92	11,8%
	nur privat	72	9,3%
	nutze ich nicht	261	33,5%
	kenne ich nicht	7	0,9%
Mailinglisten	k.A.	1	0,1%
	nur beruflich	158	20,3%
	primär beruflich	156	20,1%
	beruflich + privat	248	31,9%
	primär privat	10	1,3%
	nur privat	12	1,5%
	nutze ich nicht	170	21,9%
	kenne ich nicht	23	3,0%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	13	1,7%
	primär beruflich	41	5,3%
	beruflich + privat	214	27,5%
	primär privat	101	13,0%
	nur privat	156	20,1%
	nutze ich nicht	240	30,8%
	kenne ich nicht	11	1,4%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	k.A.	1	0,1%
	nur beruflich	247	31,7%
	primär beruflich	238	30,6%
	beruflich + privat	112	14,4%
	primär privat	3	0,4%
	nur privat	2	0,3%
	nutze ich nicht	140	18,0%
	kenne ich nicht	35	4,5%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	k.A.	1	0,1%
	nur beruflich	241	31,0%
	primär beruflich	98	12,6%
	beruflich + privat	36	4,6%
	primär privat	8	1,0%
	nur privat	0	0,0%
	nutze ich nicht	277	35,6%
	kenne ich nicht	117	15,0%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	5	0,6%
	primär beruflich	14	1,8%
	beruflich + privat	18	2,3%
	primär privat	4	0,5%
	nur privat	6	0,8%
	nutze ich nicht	361	46,4%
	kenne ich nicht	368	47,3%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	14	1,8%
	primär beruflich	28	3,6%
	beruflich + privat	220	28,3%
	primär privat	154	19,8%
	nur privat	196	25,2%
	nutze ich nicht	158	20,3%
	kenne ich nicht	6	0,8%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	k.A.	2	0,3%
	nur beruflich	293	37,7%
	primär beruflich	81	10,4%
	beruflich + privat	12	1,5%
	primär privat	2	0,3%
	nur privat	1	0,1%
	nutze ich nicht	227	29,2%
	kenne ich nicht	160	20,6%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.2.2 Häufigkeit der beruflichen Nutzung und Nutzungstypen

Häufigkeit der beruflichen Nutzung. Tabelle 21 gibt die Verteilung von verschiedenen Nutzungshäufigkeiten für die einzelnen beruflich genutzten Web 2.0-Dienste wieder.

Tabelle 21: Häufigkeit der beruflichen Nutzung (a)
(grau unterlegt = tägliche/mehrmals tägliche Nutzung)

		n	Prozent
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	k.A.	8	3,2%
	mehrmals täglich	44	17,5%
	täglich	46	18,3%
	mehrfach wöchentlich	51	20,2%
	wöchentlich	37	14,7%
	monatlich	31	12,3%
	seltener	35	13,9%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	k.A.	4	1,1%
	mehrmals täglich	5	1,4%
	täglich	31	8,4%
	mehrfach wöchentlich	62	16,8%
	wöchentlich	91	24,7%
	monatlich	97	26,4%
	seltener	78	21,2%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	k.A.	3	0,7%
	mehrmals täglich	5	1,2%
	täglich	5	1,2%
	mehrfach wöchentlich	46	10,6%
	wöchentlich	70	16,2%
	monatlich	151	34,9%
	seltener	153	35,3%
Microblogs (z.B. Twitter)	k.A.	1	1,2%
	mehrmals täglich	12	14,5%
	täglich	9	10,8%
	mehrfach wöchentlich	21	25,3%
	wöchentlich	18	21,7%
	monatlich	12	14,5%
	seltener	10	12,0%
Weblogs	k.A.	5	2,8%
	mehrmals täglich	3	1,7%
	täglich	23	12,8%
	mehrfach wöchentlich	35	19,6%
	wöchentlich	52	29,1%
	monatlich	36	20,1%
	seltener	25	14,0%
Wikipedia	k.A.	7	0,9%
	mehrmals täglich	91	12,3%
	täglich	130	17,6%
	mehrfach wöchentlich	263	35,6%
	wöchentlich	139	18,8%
	monatlich	79	10,7%
	seltener	30	4,1%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	k.A.	5	1,2%
	mehrmals täglich	15	3,6%
	täglich	25	5,9%
	mehrfach wöchentlich	90	21,4%
	wöchentlich	96	22,8%
	monatlich	109	25,9%
	seltener	81	19,2%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	k.A.	6	1,2%
	mehrmals täglich	83	16,5%
	täglich	75	14,9%
	mehrfach wöchentlich	76	15,1%
	wöchentlich	93	18,5%
	monatlich	99	19,6%
	seltener	72	14,3%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	k.A.	6	3,3%
	mehrmals täglich	9	5,0%
	täglich	12	6,7%
	mehrfach wöchentlich	32	17,8%
	wöchentlich	29	16,1%
	monatlich	46	25,6%
	seltener	46	25,6%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 22: Häufigkeit der beruflichen Nutzung (b)
(grau unterlegt = tägliche/mehrmals tägliche Nutzung)

		n	Prozent
Mailinglisten	k.A.	11	1,9%
	mehrmals täglich	43	7,5%
	täglich	82	14,3%
	mehrfach wöchentlich	120	21,0%
	wöchentlich	120	21,0%
	monatlich	115	20,1%
	seltener	81	14,2%
Internetforen	k.A.	6	1,4%
	mehrmals täglich	19	4,4%
	täglich	26	6,0%
	mehrfach wöchentlich	77	17,7%
	wöchentlich	124	28,4%
	monatlich	116	26,6%
	seltener	68	15,6%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	k.A.	5	1,4%
	mehrmals täglich	40	10,8%
	täglich	35	9,5%
	mehrfach wöchentlich	62	16,8%
	wöchentlich	58	15,7%
	monatlich	80	21,7%
	seltener	89	24,1%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Archiv.org)	k.A.	6	1,0%
	mehrmals täglich	34	5,7%
	täglich	51	8,5%
	mehrfach wöchentlich	123	20,5%
	wöchentlich	144	24,0%
	monatlich	157	26,2%
	seltener	85	14,2%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	k.A.	3	0,8%
	mehrmals täglich	34	8,9%
	täglich	49	12,8%
	mehrfach wöchentlich	118	30,8%
	wöchentlich	69	18,0%
	monatlich	67	17,5%
	seltener	43	11,2%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	k.A.	1	2,4%
	mehrmals täglich	0	0,0%
	täglich	4	9,8%
	mehrfach wöchentlich	12	29,3%
	wöchentlich	9	22,0%
	monatlich	10	24,4%
	seltener	5	12,2%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	k.A.	7	1,7%
	mehrmals täglich	9	2,2%
	täglich	22	5,3%
	mehrfach wöchentlich	95	22,8%
	wöchentlich	95	22,8%
	monatlich	120	28,8%
	seltener	68	16,3%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	k.A.	6	1,5%
	mehrmals täglich	62	16,0%
	täglich	51	13,1%
	mehrfach wöchentlich	103	26,5%
	wöchentlich	80	20,6%
	monatlich	44	11,3%
	seltener	42	10,8%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Die Abfragekategorien der Nutzungshäufigkeit für die einzelnen Dienste lassen sich dazu verwenden verschiedene Nutzungstypen hinsichtlich der Nutzungshäufigkeit zu bilden.

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.

Nutzungstypen in der beruflichen Nutzung. Im Folgenden werden die drei Nutzungstypen anhand der von Ihnen beruflich genutzten Web-2.0.-Dienste näher charakterisiert.

Tabelle 23: 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.	8	3,20%
	Gelegentliche Nutzer/innen	66	26,20%
	Durchschnittsnutzer/innen	88	34,90%
	Intensivnutzer/innen	90	35,70%
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	k.A.	4	1,10%
	Gelegentliche Nutzer/innen	175	47,60%
	Durchschnittsnutzer/innen	153	41,60%
	Intensivnutzer/innen	36	9,80%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	k.A.	3	0,70%
	Gelegentliche Nutzer/innen	304	70,20%
	Durchschnittsnutzer/innen	116	26,80%
	Intensivnutzer/innen	10	2,30%
Microblogs (z.B. Twitter)	k.A.	1	1,20%
	Gelegentliche Nutzer/innen	22	26,50%
	Durchschnittsnutzer/innen	39	47,00%
	Intensivnutzer/innen	21	25,30%
Weblogs	k.A.	5	2,80%
	Gelegentliche Nutzer/innen	61	34,10%
	Durchschnittsnutzer/innen	87	48,60%
	Intensivnutzer/innen	26	14,50%
Wikipedia	k.A.	7	0,90%
	Gelegentliche Nutzer/innen	109	14,70%
	Durchschnittsnutzer/innen	402	54,40%
	Intensivnutzer/innen	221	29,90%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	k.A.	5	1,20%
	Gelegentliche Nutzer/innen	190	45,10%
	Durchschnittsnutzer/innen	186	44,20%
	Intensivnutzer/innen	40	9,50%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	k.A.	6	1,20%
	Gelegentliche Nutzer/innen	171	33,90%
	Durchschnittsnutzer/innen	169	33,50%
	Intensivnutzer/innen	158	31,30%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	k.A.	6	3,30%
	Gelegentliche Nutzer/innen	92	51,10%
	Durchschnittsnutzer/innen	61	33,90%
	Intensivnutzer/innen	21	11,70%
Mailinglisten	k.A.	6	1,40%
	Gelegentliche Nutzer/innen	184	42,20%
	Durchschnittsnutzer/innen	201	46,10%
	Intensivnutzer/innen	45	10,30%
Internetforen	k.A.	11	1,90%
	Gelegentliche Nutzer/innen	196	34,30%
	Durchschnittsnutzer/innen	240	42,00%
	Intensivnutzer/innen	125	21,90%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	k.A.	5	1,40%
	Gelegentliche Nutzer/innen	169	45,80%
	Durchschnittsnutzer/innen	120	32,50%
	Intensivnutzer/innen	75	20,30%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	k.A.	6	1,00%
	Gelegentliche Nutzer/innen	242	40,30%
	Durchschnittsnutzer/innen	267	44,50%
	Intensivnutzer/innen	85	14,20%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	k.A.	3	0,80%
	Gelegentliche Nutzer/innen	110	28,70%
	Durchschnittsnutzer/innen	187	48,80%
	Intensivnutzer/innen	83	21,70%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	k.A.	1	2,40%
	Gelegentliche Nutzer/innen	15	36,60%
	Durchschnittsnutzer/innen	21	51,20%
	Intensivnutzer/innen	4	9,80%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	k.A.	7	1,70%
	Gelegentliche Nutzer/innen	188	45,20%
	Durchschnittsnutzer/innen	190	45,70%
	Intensivnutzer/innen	31	7,50%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	k.A.	6	1,50%
	Gelegentliche Nutzer/innen	86	22,20%
	Durchschnittsnutzer/innen	183	47,20%
	Intensivnutzer/innen	113	29,10%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Intensivnutzer/innen von Diensten. Den größten Anteil an beruflich motivierten Intensivnutzer/innen von Web 2.0-Diensten gibt es in der Kategorie „Soziale Netzwerke“. (35,7%). Sie nutzen diesen Dienst täglich oder sogar mehrfach täglich. Andere Bereiche mit hohen Anteilen an Intensivnutzer/innen sind Content Sharing/Cloud-Dienste (31,3%) sowie Wikipedia mit einem Anteil von 29,9% an Intensivnutzer/innen.

Durchschnittliche Nutzer/innen. Den Dienst Wikipedia nutzen 54,4% der Nutzer/innen. Sie arbeiten mit Wikipedia „wöchentlich“ oder „mehrfach wöchentlich“. Werden Social Bookmarking-Dienste genutzt, zeigen die Befragten bei diesem Dienst am häufigsten ein Nutzungsmuster mit dem Schwerpunkt „Durchschnittsnutzung“ (51,2%), (wöchentliche bis mehrfach wöchentliche Nutzung). Ebenso lässt sich konstatieren: Werden Anwendungen zur Literaturverwaltung genutzt, neigen die User ebenfalls eher zu einer durchschnittlichen Nutzungshäufigkeit dieser Dienste (48,8% Durchschnittsnutzer/innen).

Gelegentliche Nutzer/innen. Der größte Anteil an „Gelegentlichen Nutzern/innen“ findet sich bei dem Dienst „Videokonferenz/VoIP“ (70,2%). Wenn Online-Texteditoren genutzt werden, geschieht dies eher als „gelegentliche Nutzung“ (51,1% der Nutzer/innen dieser Dienste). Ein weiterer Dienst, den viele zumindest gelegentlich nutzen, sind Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke wie z.B. Xing (47,6%).

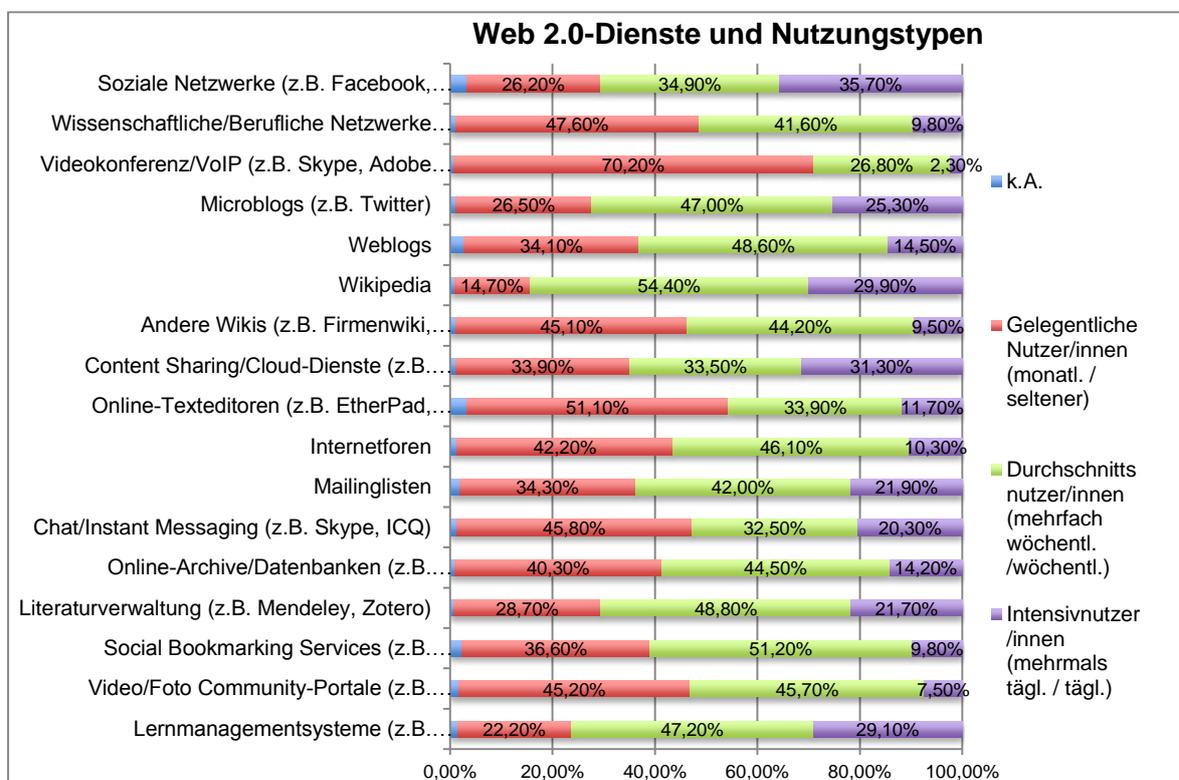


Abbildung 16: Nutzung von Web 2.0-Dienste (Prozent)
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.2.3 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 Mittelwerte der Intensität beruflich genutzter Web 2.0-Dienste zeigen, dass „Wikipedia“, „Soziale Netzwerke“ (wie Facebook), „Lernmanagementsysteme“, „Microblogs“ (wie z.B. Twitter) und „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. 24).

Tabelle 24: Intensität der Dienste-Nutzung (1=seltener als monatlich, 2=monatlich, 3= wöchentlich, 4=mehrmals wöchentlich, 5=täglich, 6=mehrmals täglich)

	n	M	SD
Wikipedia	732	3,90	1,29
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	244	3,71	1,67
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	382	3,69	1,53
Microblogs (z.B. Twitter)	82	3,52	1,55
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	498	3,47	1,68
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	380	3,43	1,44
Mailinglisten	561	3,24	1,49
Weblogs	174	3,02	1,30
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	594	3,00	1,38
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	40	3,00	1,22
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	364	2,98	1,66
Internetforen	430	2,85	1,30
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	416	2,79	1,34
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	409	2,78	1,25
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	364	2,69	1,29
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	174	2,68	1,47
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	430	2,10	1,11

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

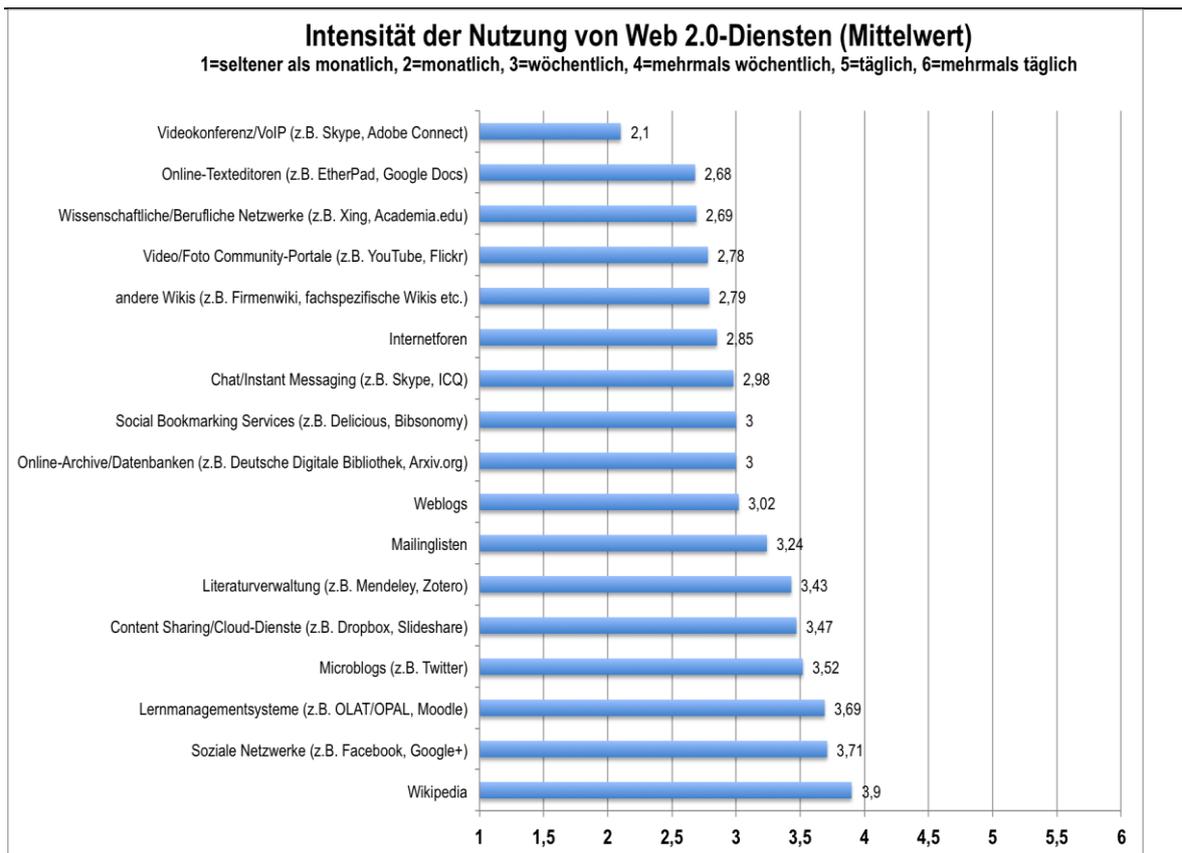


Abbildung 17: Nutzungsintensität der beruflich genutzten Web 2.0-Dienste⁵

(Skala: von 1=seltener als monatlich bis 6=mehrmals täglich)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Wie sich Personen mit einem unterschiedlichen wissenschaftlichen Status (z.B. Professor/innen und wissenschaftliche Mitarbeiter/innen) in der Intensität der Nutzung von Web 2.0-Diensten unterscheiden, wird in Kap 3.3.4 beschrieben.

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

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Untersuchung 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 =

⁵ Wikipedia (n=732), Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+) (n=244), Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle) (n=382), Microblogs (z.B. Twitter) (n=82), Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare) (n=498), Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero) (n=380), Mailinglisten (n=561), Weblogs (n=174), Online-Archive/ Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org) (n=594), Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy) (n= 40), Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ) (n=364), Internetforen (n=430), andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.) (n=416), Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr) (n=409), Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu) (n=364), Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs) (n=174), Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect) (n=430)

Beiträge schreiben und kommentieren, Wiki-Seiten bearbeiten/kommentieren, Beiträge anderer Nutzer beantworten, Videos und Fotos hochladen). Basis der Auswertung sind hier diejenigen Personen, die angaben, die Dienste beruflich zu nutzen.

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. 25). Das „ausgeglichenste Verhältnis“ von passiver und aktiver Nutzung weisen hier die „Microblogs“ auf. Ein „bloßes Lesen“ von Kurz-Nachrichten gaben 81,3% der hier antwortenden Personen an. „Beiträge verfassen“ oder die „Beiträge von anderen kommentieren“ gaben zugleich immerhin 53,3% der Microblog-Nutzer an.

Tabelle 25: Wie werden die Dienste genutzt? Eher aktive oder eher passive Nutzung? (Mehrfachnennung möglich; grau unterlegte Zeilen = eher passive Nutzungsformen)

Dienste	Art der Nutzung	Prozent		
		n	von n gesamt (n=778)	Gültige Pro- zent
Microblogs (z.B. Twitter)	- lesen oder abonnieren	65	8,4%	81,3%
	- Beiträge schreiben, die Beiträge anderer Personen kommentieren	45	5,8%	56,3%
Weblogs-	- lesen oder abonnieren	164	21,1%	94,8%
	- eigene Beiträge verfassen	49	6,3%	28,3%
	- Beiträge kommentieren	43	5,5%	24,9%
Wikipedia	- Artikel lesen	55	7,1%	100,0%
	- Einträge verfassen und bearbeiten	7	0,9%	12,7%
Andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	- lesen	391	50,3%	94,4%
	- Wiki-Seiten erstellen und bearbeiten	114	14,7%	27,5%
Internetforen	- lesen	417	53,6%	97,9%
	- Beiträge verfassen	122	15,7%	28,6%
	- Beiträge anderer Nutzer beantworten	108	13,9%	25,4%
Video/Foto Communities (z.B. YouTube, Flickr)	- Videos/Fotos ansehen	379	48,7%	93,8%
	- Videos/Fotos hoch- bzw. runterladen	124	15,9%	30,7%
	- Videos/Fotos kommentieren	25	3,2%	6,2%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Die nominell meisten aktiven Nutzerinnen und Nutzer scheint es bei Video/Foto Communities zu geben: 124 oder 15,9% aller Befragten gaben an, aktiv Videos oder Fotos hoch- bzw. runterzuladen. „Internetforen“ ist derjenige Dienst, den die meisten Befragten (n=417) zumindest *passiv beruflich nutzen* (53,6% aller Befragten). Foren-Beiträge aktiv verfassen dagegen nur 122 Personen (15,7% der Befragten); dass sie auch Beiträge von anderen beantworten, gaben 108 Personen an (13,9%).

3.2.5 Zweck der beruflichen Nutzung

3.2.5.1 Dienste und Tätigkeitsbereiche

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurden auch danach gefragt, für welchen Zweck bzw. in welchem Kontext sie die jeweiligen Web 2.-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 verschiedenen Tätigkeitsschwerpunkten einsetzen. In jedem der vier Bereiche sind die Angaben in der Tabelle nach der Höhe der Prozentanteile in der Stichprobe (n=778) geordnet. Die grau unterlegten Zellen markieren die Dienste, die am häufigsten von den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in den verschiedenen Bereichen genutzt werden.

Tabelle 26: Kontext der Nutzung. Für welchen Zweck/ in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Werkzeuge beruflich? n gesamt=778 – (a)

	Web 2.0-Dienste	n	Prozent
Lehre	1. Wikipedia	472	60,7%
	2. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	330	42,4%
	3. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek,	244	31,4%
	4. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	242	31,1%
	5. Mailinglisten	215	27,6%
	6. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	190	24,4%
	7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	177	22,8%
	8. Internetforen	138	17,7%
	9. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	100	12,9%
	10. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	92	11,8%
	11. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	74	9,5%
	12. Weblogs	66	8,5%
	13. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	60	7,7%
	14. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	52	6,7%
	15. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Acade-	36	4,6%
	16. Microblogs (z.B. Twitter)	21	2,7%
	17. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	17	2,2%
Forschung	1. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek,	494	63,5%
	2. Wikipedia	434	55,8%
	3. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	323	41,5%
	4. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	290	37,3%
	5. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	236	30,3%
	6. Internetforen	227	29,2%
	7. Mailinglisten	205	26,3%
	8. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	159	20,4%
	9. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	152	19,5%
	10. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	120	15,4%
	11. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Acade-	95	12,2%
	12. Weblogs	83	10,7%
	13. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	83	10,7%
	14. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	49	6,3%
	15. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	42	5,4%
	16. Microblogs (z.B. Twitter) (Forschung)	26	3,3%
	17. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	25	3,2%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

- Im Rahmen der *Lehre* werden am häufigsten Wikipedia (60,7%), Lernmanagementsysteme (42,4%) sowie Online-Archive/Datenbanken (31,4%) eingesetzt.
- Im Rahmen der *Forschung* werden besonders häufig Online-Archive/Datenbanken (63,5%), Wikipedia (55,8%) sowie Anwendungen zur Literaturverwaltung (41,5%) benutzt.

Tabelle 27: Kontext der Nutzung. Für welchen Zweck/ in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Werkzeuge beruflich? n gesamt = 778 – (b)

	Web 2.0-Dienste	n	Prozent
Wissenschaftskommunikation	1. Mailinglisten (Wissenschaftskommunikation)	307	39,5%
	2. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	248	31,9%
	3. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Acade-)	243	31,2%
	4. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	226	29,0%
	5. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	209	26,9%
	6. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	153	19,7%
	7. Internetforen	138	17,7%
	8. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	98	12,6%
	9. Wikipedia	94	12,1%
	10. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	80	10,3%
	11. Weblogs	65	8,4%
	12. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	64	8,2%
	13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek,	49	6,3%
	14. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	48	6,2%
	15. Microblogs (z.B. Twitter)	46	5,9%
	16. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	44	5,7%
	17. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	12	1,5%
Wissenschaftsadministration	1. Mailinglisten	165	21,2%
	2. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	157	20,2%
	3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	111	14,3%
	4. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	76	9,8%
	5. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	67	8,6%
	6. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	59	7,6%
	7. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	57	7,3%
	8. Wikipedia	54	6,9%
	9. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	53	6,8%
	10. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Acade-)	45	5,8%
	11. Internetforen	36	4,6%
	12. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek,	35	4,5%
	13. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	26	3,3%
	14. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	18	2,3%
	15. Weblogs	16	2,1%
	16. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	9	1,2%
	17. Microblogs (z.B. Twitter)	2	0,3%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

- Im Kontext der *Wissenschaftskommunikation* werden am häufigsten die folgenden Dienste eingesetzt: Mailinglisten (39,5%), Videokonferenz/VoIP (31,9%) sowie Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (31,2%).
- Im Rahmen der *Wissenschaftsadministration* werden besonders häufig Mailinglisten (21,2%), Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox) (20,2%) sowie Videokonferenz/VoIP-Dienste (14,3%) verwendet.

3.2.6 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 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 (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. Die Dienste sind in absteigender Reihenfolge nach der Häufigkeit ihrer Nennung geordnet.

Tabelle 28: Dienste für den Zweck „Abstimmung/Kommunikation“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Abstimmung/Kommunikation		
	n	Prozent
1. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	127	16,30%
2. Mailinglisten	109	14,00%
3. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	99	12,70%
4. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	77	9,90%
5. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	37	4,80%
6. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	31	4,00%
7. Internetforen	31	4,00%
8. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	29	3,70%
9. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	23	3,00%
10. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	22	2,80%
11. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	15	1,90%
12. Wikipedia	14	1,80%
13. Weblogs	7	0,90%
14. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	5	0,60%
15. Microblogs (z.B. Twitter)	3	0,40%
16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	3	0,40%
17. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	1	0,3%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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 29: Dienste für die „Datenerhebung/Datenauswertung“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Datenerhebung/Datenauswertung	n	Prozent
1. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	86	11,10%
2. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	85	10,90%
3. Wikipedia	50	6,40%
4. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	37	4,80%
5. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	33	4,20%
6. Mailinglisten	25	3,20%
7. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	24	3,10%
8. Internetforen	20	2,60%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	13	1,70%
10. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	12	1,50%
11. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	9	1,20%
12. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	7	0,90%
13. Weblogs (Datenerhebung/-auswertung)	6	0,80%
14. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	6	0,80%
15. Microblogs (z.B. Twitter)	5	0,60%
16. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	4	0,50%
17. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	2	0,30%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Austausch von Informationen. Steht im Forschungsprozess besonders der Austausch von Informationen im Vordergrund, werden besonders häufig Mailinglisten, Content Sharing-Dienste bzw. Cloud-Dienste sowie Dienste zur Durchführung von Videokonferenzen/VoIP eingesetzt (vgl. Tab. 30).

Tabelle 30: Dienste für den „Austausch von Informationen“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Austausch von Informationen	n	Prozent
1. Mailinglisten	152	19,50%
2. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	132	17,00%
3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	127	16,30%
4. Internetforen	95	12,20%
5. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	79	10,20%
6. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	63	8,10%
7. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	61	7,80%
8. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	55	7,10%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	47	6,00%
10. Wikipedia	43	5,50%
11. Weblogs	36	4,60%
12. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	34	4,40%
13. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	32	4,10%
14. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	26	3,30%
15. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	22	2,80%
16. Microblogs (z.B. Twitter)	13	1,70%
17. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	5	0,60%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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; daneben spielen

aber auch „Mailinglisten“ und „Online-Texteditoren“ (z.B. EtherPad, Google Docs) eine gewisse Rolle (vgl. Tab. 31).

Tabelle 31: Dienste für den „Austausch von Daten“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Austausch von Daten		
	n	Prozent
1. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	221	28,40%
2. Mailinglisten	58	7,50%
3. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	32	4,10%
4. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	31	4,00%
5. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	29	3,70%
6. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	27	3,50%
7. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	24	3,10%
8. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	18	2,30%
9. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	17	2,20%
10. Internetforen	16	2,10%
11. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	13	1,70%
12. Wikipedia	11	1,40%
13. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	9	1,20%
14. Weblogs	6	0,80%
15. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	4	0,50%
16. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	2	0,30%
17. Microblogs (z.B. Twitter)	0	0,00%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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. 32).

Tabelle 32: Dienste für den „Austausch von Materialien“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Austausch von Materialien		
	n	Prozent
1. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	195	25,10%
2. Mailinglisten	54	6,90%
3. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	36	4,60%
4. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	29	3,70%
5. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	29	3,70%
6. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	25	3,20%
7. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	21	2,70%
8. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	16	2,10%
9. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	15	1,90%
10. Internetforen	13	1,70%
11. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	12	1,50%
12. Weblogs	11	1,40%
13. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	10	1,30%
14. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	6	0,80%
15. Microblogs (z.B. Twitter)	3	0,40%
16. Wikipedia	3	0,40%
17. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	1	0,10%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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 die Hälfte der Befragten gibt an, für die Recherchetätigkeit auf Wikipedia zurückzugreifen (51,4%). Literaturverwaltungstools spielen ebenfalls eine wichtige Rolle (24,4%) für die Recherche (vgl. Tab. 33).

Tabelle 33: Dienste für die „Recherche“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Recherche	n	Prozent
1. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	451	58,00%
2. Wikipedia	400	51,40%
3. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	190	24,40%
4. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	178	22,90%
5. Internetforen	176	22,60%
6. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	112	14,40%
7. Weblogs	61	7,80%
8. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	52	6,70%
9. Mailinglisten	49	6,30%
10. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	21	2,70%
11. Microblogs (z.B. Twitter)	16	2,10%
12. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	14	1,80%
13. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	13	1,70%
14. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	10	1,30%
15. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	6	0,80%
16. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	3	0,40%
17. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	3	0,40%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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 12,1% „Literaturverwaltung“ genannt (vgl. Tab. 34). Z.B. liegt es nahe, dass ein wichtiger Grund für den Einsatz von Literaturverwaltungsdiensten, die Publikationstätigkeit der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ist.

Tabelle 34: Dienste für „Andere Zwecke“

Wofür nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?		
→ Andere Zwecke	n	Prozent
1. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	94	12,10%
2. Wikipedia	24	3,10%
3. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	20	2,60%
4. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	16	2,10%
5. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	15	1,90%
6. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	12	1,50%
7. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	12	1,50%
8. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	12	1,50%
9. Internetforen	11	1,40%
10. Mailinglisten	10	1,30%
11. Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	10	1,30%
12. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	7	0,90%
13. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	7	0,90%
14. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	5	0,60%
15. Microblogs (z.B. Twitter)	4	0,50%
16. Weblogs	4	0,50%
17. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	0	0,00%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Einen zusammenfassenden Überblick über die Häufigkeit der Nennungen von bestimmten Diensten im Zusammenhang mit der Forschungstätigkeit der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler liefert Tabelle 35 (prozentuale Angabe). Die grau hinterlegten Zellen markieren die Dienste mit den meisten Nennungen unter den befragten Personen.

Tabelle 35: „Wozu nutzen Sie die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit?“ Für die Anzahl der Nennungen (n) der jeweiligen Dienste s. Tab. 28-Tab. 34

	Abstimmung/Kommunikation	Datenerhebung/-auswertung	Austausch von Informationen	Austausch von Daten	Austausch von Materialien	Recherche	Andere Gründe
1. Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	3,00%	0,90%	4,40%	1,70%	1,90%	2,70%	1,50%
2. Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	3,70%	1,50%	7,80%	0,50%	0,80%	6,70%	1,50%
3. Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	16,30%	1,20%	16,30%	3,70%	3,70%	0,40%	0,90%
4. Microblogs (z.B. Twitter)	0,40%	0,60%	1,70%	0,00%	0,40%	2,10%	0,50%
5. Weblogs	0,90%	0,80%	4,60%	0,80%	1,40%	7,80%	0,50%
6. Wikipedia	1,80%	6,40%	5,50%	1,40%	0,40%	51,40%	3,10%
7. andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	4,00%	4,20%	8,10%	4,00%	3,70%	22,90%	2,10%
8. Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	9,90%	4,80%	17,00%	28,40%	25,10%	1,70%	1,90%
9. Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	4,80%	1,70%	6,00%	4,10%	3,20%	0,80%	1,50%
10. Internetforen	4,00%	2,60%	12,20%	2,10%	1,70%	22,60%	1,40%
11. Mailinglisten	14,00%	3,20%	19,50%	7,50%	6,90%	6,30%	1,30%
12. Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	12,70%	0,50%	10,20%	3,10%	2,10%	0,40%	0,00%
13. Online-Archive/Datenb. (z.B. Dt. Digit. Bibl., Arxiv.org)	0,60%	10,90%	4,10%	2,30%	1,50%	58,00%	1,30%
14. Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	1,90%	11,10%	7,10%	3,50%	4,60%	24,40%	12,10%
15. Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	0,10%	0,30%	0,60%	0,30%	0,10%	1,80%	0,90%
16. Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	0,40%	3,10%	3,30%	1,20%	1,30%	14,40%	2,60%
17. Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	2,80%	0,80%	2,80%	2,20%	2,70%	1,30%	0,60%

Mehrfachantworten möglich. Die Dienste mit den meisten Nennungen wurden grau hinterlegt.

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

3.2.7 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 noch die folgende weitere Frage gestellt:

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

Bei fast allen 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*.

Wissenschaftliche Netzwerke werden darüber hinaus auch häufig genutzt, *um die eigene Reputation zu steigern*. Interessanterweise ist ein häufig genannter Grund für die Nutzung von Microblogs *Interesse an Neuen Technologien* (19,3%). Der Grund, warum ein Teil der Befragten (22,7%) Lernmanagementsysteme einsetzt ist, *weil es Vorschrift bzw. Wunsch von Kolleg/innen und Projektpartner/innen ist* (für Details vgl. Tab. 36).

Tabelle 36: Vorrangige Gründe für die Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen

	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+)	24,2%	28,2%	1,2%	2,0%	5,2%	2,8%	9,5%	16,3%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	14,1%	23,9%	1,6%	1,9%	7,6%	20,1%	5,7%	16,8%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	31,2%	46,9%	0,5%	7,6%	0,7%	0,0%	2,3%	2,8%
Microblogs (z.B. Twitter)	14,5%	24,1%	2,4%	1,2%	2,4%	8,4%	19,3%	12,0%
Weblogs	25,7%	19,6%	10,1%	2,2%	1,7%	1,7%	10,1%	15,6%
Wikipedia	52,2%	25,4%	8,0%	0,0%	0,0%	0,1%	1,1%	6,4%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	30,9%	31,4%	10,7%	5,9%	1,2%	0,2%	5,7%	5,0%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	44,0%	37,9%	0,4%	7,1%	0,6%	0,2%	0,8%	1,4%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	40,0%	27,2%	2,2%	10,6%	0,6%	0,0%	3,9%	2,8%
Internetforen	31,2%	29,4%	11,5%	0,2%	0,2%	0,9%	5,5%	11,0%
Mailinglisten	35,5%	43,5%	3,0%	3,5%	1,6%	0,0%	1,2%	3,8%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	32,5%	50,7%	0,3%	2,2%	1,4%	0,3%	0,8%	3,8%
Online-Archive/Datenb. (z.B. Dt. Digit. Bibliothek, Arxiv.org)	32,0%	29,0%	22,8%	0,8%	0,5%	0,3%	1,3%	4,7%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	33,7%	35,8%	17,0%	2,1%	0,3%	0,3%	1,8%	1,0%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	39,0%	31,7%	9,8%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	4,9%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	33,4%	19,7%	11,3%	1,4%	0,5%	0,2%	4,6%	17,5%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	19,6%	36,1%	5,2%	22,7%	2,6%	0,0%	2,6%	3,6%

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

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.2.8 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 37: 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+)	31,5%	4,6%	0,8%	0,2%	29,7%	2,7%	17,4%	4,1%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	34,2%	18,4%	15,3%	3,9%	7,0%	2,8%	2,6%	3,1%
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	22,5%	43,8%	5,9%	1,8%	1,2%	4,7%	5,0%	3,0%
Microblogs (z.B. Twitter)	56,3%	10,4%	6,4%	1,8%	5,1%	6,4%	2,1%	2,5%
Weblogs	44,4%	16,9%	15,0%	3,8%	0,6%	3,5%	1,9%	3,5%
Wikipedia	39,5%	5,3%	0,0%	2,6%	2,6%	18,4%	0,0%	18,4%
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	25,1%	21,9%	22,5%	4,2%	0,6%	7,1%	0,0%	6,8%
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	19,2%	27,9%	9,6%	2,5%	16,7%	2,5%	4,6%	7,1%
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	29,6%	26,5%	16,6%	3,3%	7,7%	2,4%	0,7%	3,5%
Internetforen	44,1%	19,2%	6,0%	3,3%	2,7%	4,8%	2,7%	4,5%
Mailinglisten	37,9%	25,8%	17,0%	3,3%	1,1%	1,6%	0,5%	4,4%
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	34,8%	26,8%	3,3%	0,8%	2,5%	5,3%	11,1%	4,3%
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Dt. Digit. Bibliothek, Arxiv.org)	13,4%	26,8%	26,1%	7,7%	0,7%	4,9%	0,0%	5,6%
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	20,6%	23,1%	24,9%	15,5%	0,4%	0,4%	0,0%	4,3%
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	32,4%	19,3%	23,2%	6,0%	1,4%	2,5%	0,5%	3,8%
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	41,2%	22,3%	2,5%	0,8%	5,1%	8,2%	7,3%	3,4%
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	15,4%	30,7%	21,9%	13,2%	0,9%	4,4%	0,0%	3,1%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)
 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.

3.2.9 Wie erfahren Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler von neuen Online-Werkzeugen?

Die am häufigsten genannten Quellen, aus denen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler von neuen Online-Werkzeugen erfahren, sind „Kolleginnen/Kollegen“ (84,4%) sowie „Freunde/Bekannte“ (69,5% der Nennungen).

Tabelle 38: Informationsquellen zum Thema „Neue Online-Werkzeuge“

		n	Prozent
Wie erfahren Sie von neuen Online-Werkzeugen?	Kolleginnen/Kollegen	655	84,2%
	Freunde/Bekannte	541	69,5%
	Vorträge	194	24,9%
	andere Web 2.0-Tools	152	19,5%
	Fachzeitschriften (des eigenen Fachs)	161	20,7%
	IT-Zeitschriften	122	15,7%
	Sonstiges	63	8,1%

Mehrfachantworten möglich

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

3.2.10 Welche Endgeräte werden genutzt?

Die meisten Wissenschaftler greifen mittels ihres Notebooks auf die Web 2.0-Werkzeuge zu (86,6%). An zweiter Stelle steht der PC mit 75,7% der Nennungen.

Fast die Hälfte der Befragten greift per Smartphone auf die Dienste zu (49,5%); dies spiegelt den allgemeinen Trend zur mobilen Nutzung von Internetdiensten wieder. 26,9% nutzen auch einen Tablet-Computer für den Zugriff auf Dienste.

Tabelle 39: Endgeräte mit denen auf Web 2.0-Dienste zugegriffen wird

		n	Prozent
Welche Endgeräte nutzen Sie, um auf die Werkzeuge zuzugreifen?	Notebook	674	86,6%
	PC	589	75,7%
	Smartphone	385	49,5%
	Tablet	209	26,9%
	Sonstiges	4	0,5%

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

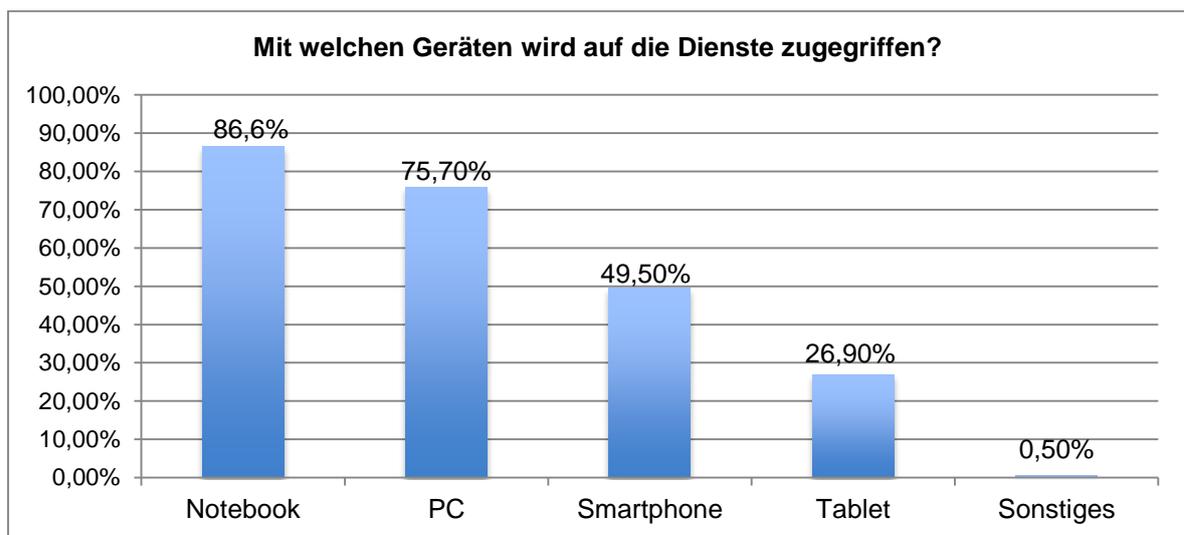


Abbildung 18: Mit welchen Geräten greifen die Nutzer auf die Web 2.0-Dieste zu?

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

3.2.11 Virtuelle Forschungsumgebungen

Die meisten Befragten konnten mit dem Begriff der „Virtuellen Forschungsumgebung“ nichts anfangen (87,9%) und relativ wenige Personen haben davon schon einmal gehört (9,5%).

Tabelle 40: Benutzung und Kenntnis von virtuellen Forschungsumgebungen

		n	Prozent
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:	13	1,7%
	Nein, ich benutze keine VFU, habe allerdings schon von diesem Begriff gehört. Unter VFU verstehe ich demnach Folgendes:	74	9,5%
	Ich kann mit dem Begriff VFU nichts anfangen.	684	87,9%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.3 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.

3.3.1 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 zu einem mittleren Nutzungswert (von 1=„seltener als monatlich“ bis 6=„mehrmals täglich“) 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, $p < .05$. Die männlichen Teilnehmer nutzen die Web 2.0-Werkzeuge im Durchschnitt etwas intensiver ($M=3,11$), als die weiblichen Teilnehmerinnen ($M=2,98$).

Tabelle 41: Nutzungsintensität nach Geschlecht (Mittelwerte)
(Skala von 1=seltener als monatlich bis 6=mehrfach täglich)

Geschlecht	n	M	SD
weiblich	321	2,98	,73
männlich	441	3,11	,82

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

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

Vergleicht man die Nutzungsintensität einzelner Dienste zwischen den Geschlechtern, so zeigt sich: Wissenschaftler nutzen einige der Dienste intensiver als Wissenschaftlerinnen. Sämtliche statistisch signifikanten Unterschiede sind in Tabelle 42 grau unterlegt, $p < .05$.

Tabelle 42: Nutzungsintensität nach Geschlecht und einzelnen Diensten
 (Skala von 1=seltener als monatlich bis 6=mehrfach wöchentlich)

	Geschlecht	n	M	SD
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	weiblich	110	3,53	1,75
	männlich	132	3,87	1,60
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	weiblich	159	2,48	1,30
	männlich	198	2,85	1,25
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	weiblich	175	1,93	1,03
	männlich	247	2,19	1,13
Microblogs (z.B. Twitter)	weiblich	28	3,50	1,64
	männlich	53	3,49	1,49
Weblogs	weiblich	75	2,80	1,36
	männlich	98	3,17	1,22
Wikipedia	weiblich	301	3,67	1,27
	männlich	419	4,07	1,28
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	weiblich	173	2,58	1,30
	männlich	235	2,97	1,34
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	weiblich	210	3,36	1,63
	männlich	279	3,56	1,72
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	weiblich	74	2,36	1,26
	männlich	95	2,95	1,58
Internetforen	weiblich	176	2,68	1,26
	männlich	245	2,96	1,31
Mailinglisten	weiblich	257	3,34	1,49
	männlich	294	3,20	1,48
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	weiblich	157	2,63	1,66
	männlich	200	3,22	1,61
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	weiblich	249	3,15	1,38
	männlich	333	2,91	1,36
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	weiblich	181	3,43	1,39
	männlich	196	3,43	1,48
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	weiblich	12	3,08	1,31
	männlich	27	2,96	1,22

Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	weiblich	182	2,57	1,18
	männlich	220	2,96	1,29
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	weiblich	168	3,77	1,60
	männlich	206	3,64	1,48

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778); grau unterlegt: signifikante Mittelwertunterschiede, $p < .05$

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Folgende Dienste nutzen männliche Nutzer signifikant intensiver, $p < .05$:

- Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)
- Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)
- Wikipedia
- andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)
- Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)
- Internetforen
- Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)
- Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)
- Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)

3.3.2 Nutzungsintensität und Alter

Da Nutzungsintensität und das Alter sind stetige Variablen, daher bietet es sich hier an einen korrelativen Zusammenhang zwischen den Variablen zu berechnen. Durch eine z-Standardisierung der Variablen lässt sich der Korrelationskoeffizient r berechnen. Es zeigte sich eine sehr schwache negative Korrelation $r = -.061$, die jedoch nicht signifikant ist, $p > .05$. Es konnte also keine eindeutige Beziehung zwischen Alter und durchschnittlicher Intensität der Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen festgestellt werden.

Tabelle 43: Korrelation zwischen Alter und Nutzungsintensität
Korrelationen

		Z-Wert: Alter	Z-Wert: Mittelwert Nutzung
Z-Wert: Alter	Korrelation nach Pearson	1	-,061
	Signifikanz (2-seitig)		,095
	N	763	760
Z-Wert: Mittelwert Nutzung	Korrelation nach Pearson	-,061	1
	Signifikanz (2-seitig)	,095	
	N	760	774

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.3.3 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 Privatdozenten die Dienste am intensivsten nutzen ($M=3,57$). Statistisch signifikant ist dieser Unterschied im Vergleich zu den anderen Funktionsgruppen jedoch nicht, $p>.05$. Am wenigsten intensiv scheinen die Hilfskräfte die Dienste zu nutzen ($M=2,54$). Auch hier konnte bei einer Überprüfung der Mittelwertdifferenzen keine statistische Signifikanz festgestellt werden, $p>.05$.

Tabelle 44: Mittelwert Nutzungsintensität Web 2.0-Dienste gesamt und wissenschaftliche Funktion/Status

	n	M	SD	95%-Konfidenzintervall für den Mittelwert				
				Standard- fehler	Unter- grenze	Ober- grenze	Mini- mum	Maxi- mum
Akademischer Rat	10	2,66	,47	,15	2,33	2,99	1,83	3,50
Doktorand/in	29	3,01	,63	,12	2,77	3,25	1,75	4,17
Doktorand/in und gleichzeitig wissen- schaftliche/r Mitarbei- ter/in	155	3,11	,76	,06	2,99	3,23	1,00	4,83
Postdoktorand/in	40	3,15	,84	,13	2,88	3,42	1,60	4,83
Privatdozent/in	9	3,57	1,23	,41	2,62	4,52	1,86	6,00
Jun.-Professor/in	14	3,21	1,13	,30	2,56	3,86	1,50	5,47
Professor/in	246	3,01	,79	,05	2,91	3,11	1,00	5,46
Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	6	2,54	,69	,28	1,82	3,26	2,00	3,67
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	227	3,08	,79	,053	2,98	3,18	1,29	5,60
Sonstiges	38	2,93	,77	,13	2,68	3,18	1,00	4,55
Gesamt	774	3,06	,79	,029	3,00	3,11	1,00	6,00

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

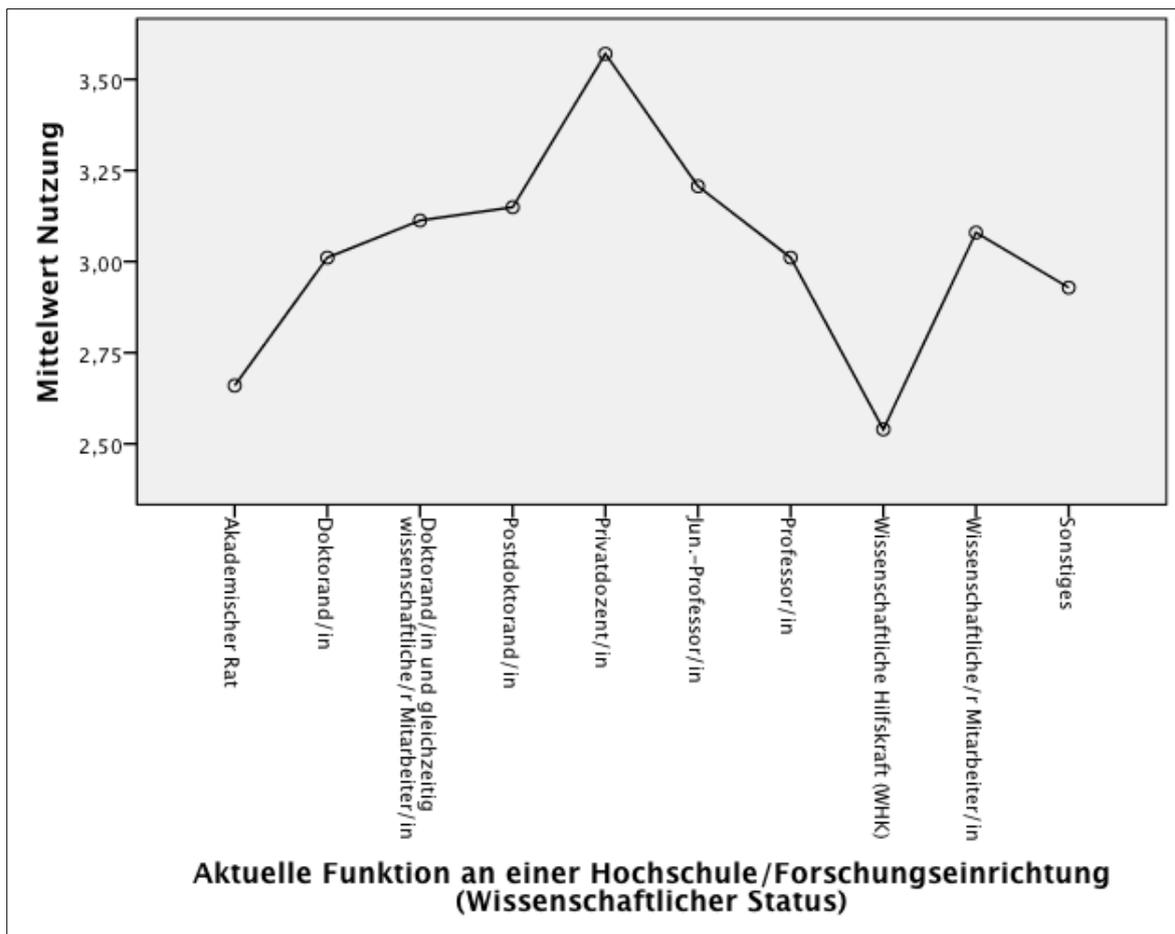


Abbildung 19: Nutzungsintensität von Web 2.0-Dienste und wiss. Funktion/Status

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Um mehr darüber zu erfahren, welche Dienste von welcher Berufsgruppe an den wissenschaftlichen Einrichtungen besonders intensiv oder eher besonders selten genutzt werden, wurden die Mittelwerte der Nutzungsintensität für die einzelnen Berufsgruppen berechnet. Dabei zeigte sich, dass nicht alle Berufsgruppen in den statistischen Vergleich aufgenommen werden konnten. Die Berufsgruppen „Akademischer Rat“, „Privatdozent/in“ und „Wissenschaftliche Hilfskraft“ wurden von der Analyse ausgeschlossen, da hier die Zellbesetzungen zu gering sind. Es sind hier nicht genügend Personen vorhanden, um valide Aussagen zu treffen. Eine Überprüfung auf Mittelwertunterschiede (Varianzanalyse) bezüglich der Intensität der Nutzung der einzelnen Web 2.0-Werkzeuge, in Abhängigkeit von der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Funktionsgruppe an der Hochschule/Einrichtung, zeigte bei folgenden Web 2.0-Diensten signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen, $p < .05$ ⁷:

⁷ ANOVA-Varianzanalyse mit Bonferroni Signifikanzkorrektur

- Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)
- Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)
- Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)

Bei allen anderen Diensten zeigten sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Statusgruppen, allenfalls Tendenzen, alle Vergleiche: $p > .05$; für Details s. Tabelle 45.

Dienste mit signifikanten Unterschieden zwischen den Statusgruppen:

- Online-Archive/Datenbanken, wie z.B. die „Deutsche Digitale Bibliothek“ oder „Arxiv.org“ werden vorzugweise sehr intensiv von Junior-Professorinnen und Junior-Professoren genutzt. Zwischen den Gruppen ist aber nur der Unterschied zwischen „Professor/in“ ($M=2,78$) und „Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ ($M=3,25$) signifikant, $p < ,05$ (vgl. Abb. 20).

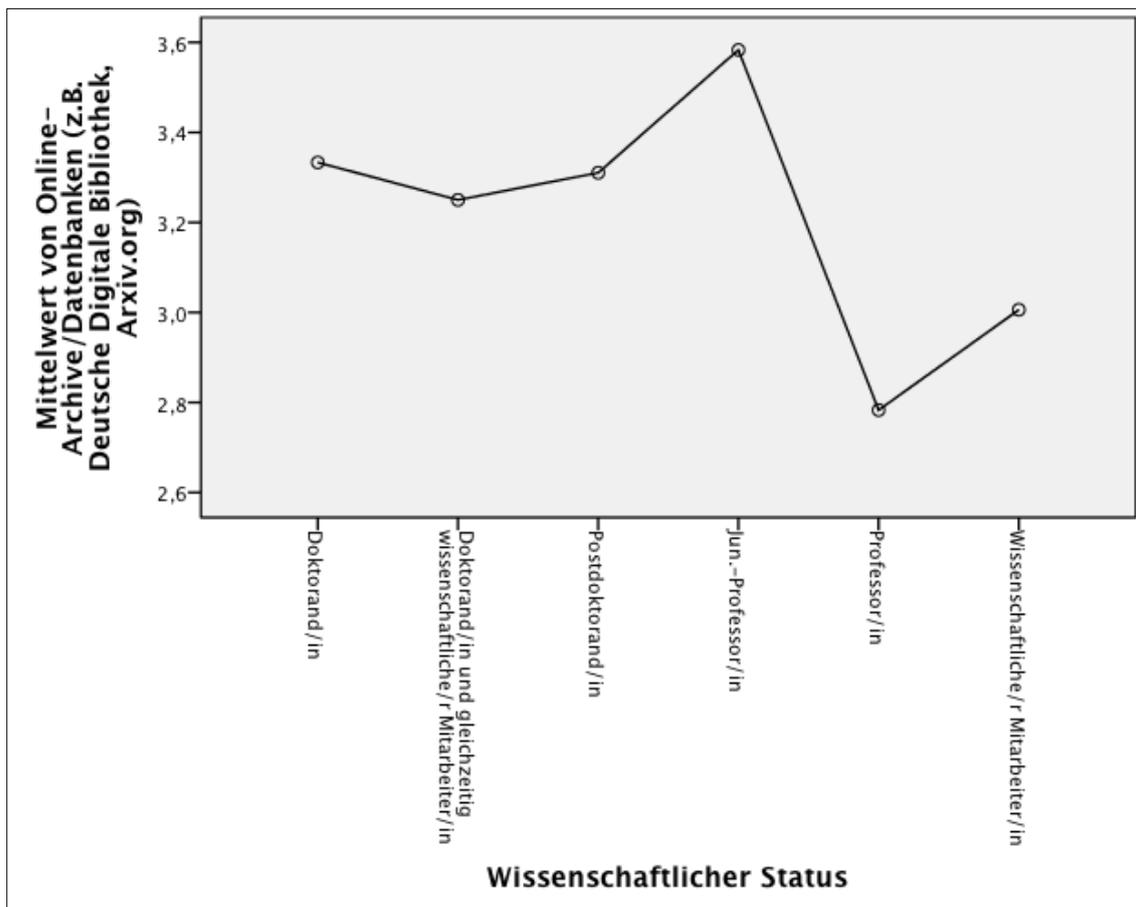


Abbildung 20: Nutzungsintensität von Online-Archiven/Datenbanken und wiss. Status

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen ($n=778$; n Statusgruppen vgl. Tab. 45)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

- Literaturverwaltungen, wie z.B. Mendeley, Zotero u.a., werden intensiv von der Gruppe der Jun.-Professorinnen und Jun.-Professoren sowie von Doktorandinnen und Doktoranden genutzt. Ein statistisch signifikanter Mittelwertunterschied konnte aber nur zwischen den Gruppen „Professor/in“ (M=3,21) und „Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ (M=3,84) festgestellt werden. Ebenso ist der Unterschied zwischen den beiden Gruppen „Doktorand/in“ (M=4,17) und „Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ (M=3,84) signifikant, $p < .05$: Doktorandinnen und Doktoranden, die nicht zusätzlich als wissenschaftlicher Mitarbeiter angestellt sind arbeiten intensiver mit Web 2.0-Literaturverwaltungen. Ein weiterer signifikanter Unterschied besteht zwischen der Gruppe „Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ (M=3,15) und der Gruppe „Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ (M=3,84), $p < .05$. Tendenziell benutzen Professorinnen und Professoren sowie wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (die keine Doktoranden sind) Literaturverwaltungsdienste am wenigsten intensiv.

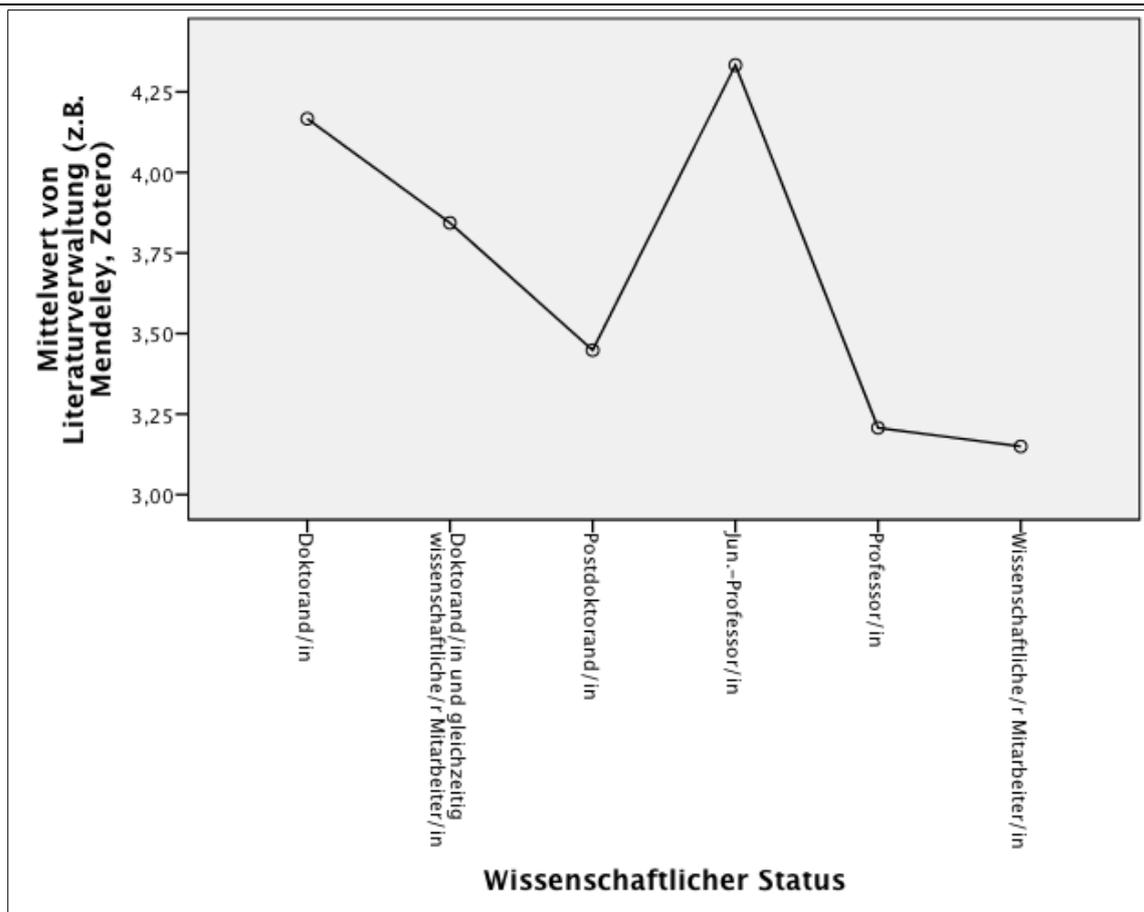


Abbildung 21: Nutzungsintensität von Literaturverwaltungsdiensten und wiss. Status

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778; n Statusgruppen vgl. Tab.45)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

- Lernmanagementsysteme wie z.B. OLAT/OPAL, Moodle etc. werden intensiv eher von Professorinnen und Professoren, Junior-Professorinnen und Junior-Professoren sowie Wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern genutzt. Folgende Unterschiede zwischen den wissenschaftlichen Statusgruppen sind hier signifikant, $p < .05$: Der Unterschied zwischen der Gruppe „Doktorand/in“ ($M=1,80$) und der Gruppe „Professor/in“ ($M=3,98$) sowie der Unterschied zwischen den Gruppe „Professor/in“ ($M=3,98$) und der Gruppe „Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ ($M=3,27$).



Abbildung 22: : Nutzungsintensität von Lernmanagementsystemen und wiss. Status
 Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778; n Statusgruppen vgl. Tab. 45)
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Fazit: 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.

Tabelle 45: Mittelwerte der Nutzungsintensität verschiedener Web 2.0-Dienste nach unterschiedlichem wissenschaftlichen Status

	Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)																	
	Doktorand/in			Doktorand/in und gleichzeitig wiss. Mitarbeiter/in			Post-doktorand/in			Jun.-Professor/in			Professor/in			Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in		
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD
Soziale Netzwerke	6	3,17	1,72	44	3,64	1,86	18	3,50	1,95	7	3,57	1,99	76	3,74	1,54	73	3,90	1,64
Wiss./Berufl. Netzwerke	11	2,55	1,04	71	2,41	1,18	21	3,10	1,30	10	2,60	1,51	119	2,94	1,32	110	2,59	1,32
Videokonferenz/VoIP	18	2,00	1,03	74	2,08	1,13	27	2,41	1,01	11	2,91	1,64	158	2,15	1,10	114	1,97	1,10
Microblogs	3	2,33	1,53	11	2,27	1,19	5	3,20	1,79	1	6,00	.	32	3,94	1,50	26	3,73	1,43
Weblogs	7	3,14	,90	31	3,19	1,35	8	3,25	,89	4	2,50	1,73	59	2,81	1,29	54	3,07	1,33

Wikipedia	27	3,78	1,60	150	3,89	1,25	40	3,83	1,03	13	3,62	1,39	226	4,00	1,27	217	3,85	1,31
andere Wikis	21	2,62	1,02	90	2,70	1,24	25	2,60	1,26	8	3,50	1,69	118	2,80	1,36	126	2,90	1,45
Content Sharing/Cloud-Dienste	19	3,47	1,61	101	3,65	1,71	31	3,68	1,92	12	3,83	1,90	162	3,29	1,65	143	3,51	1,64
Online-Texteditoren)	6	2,33	1,21	38	2,42	1,24	13	2,92	1,44	7	3,57	1,90	48	2,50	1,41	50	2,78	1,63
Internetforen	18	2,44	1,04	89	2,88	1,30	20	2,70	1,30	8	3,00	2,00	118	2,69	1,21	140	3,08	1,33
Mailinglisten	19	3,16	1,46	108	2,95	1,44	31	3,77	1,28	13	3,23	1,79	178	3,30	1,46	169	3,28	1,52
Chat/Instant Messaging	18	3,11	1,81	75	3,01	1,77	26	3,31	1,89	7	3,71	1,80	113	2,94	1,42	101	2,88	1,78
Online-Archive/Datenbanken	24	3,33	1,43	128	3,25	1,40	29	3,31	1,42	12	3,58	1,68	189	2,78	1,31	168	3,01	1,33
Literaturverwaltung	18	4,17	1,34	115	3,84	1,39	29	3,45	1,57	6	4,33	,82	82	3,21	1,39	107	3,15	1,39
Social Bookmarking Services	1	1,00	.	5	2,60	,89	3	3,33	1,53	1	4,00	.	16	3,44	1,21	11	2,91	1,04
Video/Foto Community-Portale	17	2,59	1,46	75	2,52	1,25	14	2,64	,93	7	2,86	1,68	138	2,91	1,21	122	2,81	1,30
Lernmanagementsysteme	5	1,80	,84	60	3,27	1,16	7	2,86	1,35	10	3,90	1,60	170	3,98	1,53	106	3,60	1,61

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

3.3.4 Nutzungsintensität und Fächergruppen

An dieser Stelle werden Unterschiede zwischen den SBA-Fächergruppen untersucht.

3.3.4.1 Nutzungsintensität gesamt nach SBA-Fächergruppen

Die Personen, die der Fächergruppe „Mathe und Naturwissenschaften“ angehören nutzen Web 2.0-Dienste durchschnittlich am intensivsten (M=3,19). Bei einer Überprüfung auf Unterschiede in der durchschnittlichen Nutzungsintensität zeigte sich, dass lediglich der Mittelwertunterschied zwischen der Gruppe „Mathe und Naturwissenschaften“ (M=3,19) und der Gruppe „Ingenieurwissenschaften“ (M=2,88) signifikant ist, $p < .05$. Alle anderen Vergleiche zwischen den Fächergruppen zeigten kein signifikantes Ergebnis, $p > .05$.

Tabelle 46: Mittelwert Nutzungsintensität gesamt nach Fächereinteilung des SBA

	n	M	SD
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	19	3,16	,85
Humanmedizin	30	3,01	,70
Ingenieurwissenschaften	132	2,88	,81
Sprach- und Kulturwissenschaften	140	2,96	,81
Kunst und Kunstwissenschaften	29	3,17	,78
Mathe und Naturwissenschaften	254	3,19	,78
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	141	3,09	,80
Sportwissenschaften	3	2,56	,30
Sonstige	26	2,87	,76

Gesamt	774	3,06	,79
--------	-----	------	-----

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

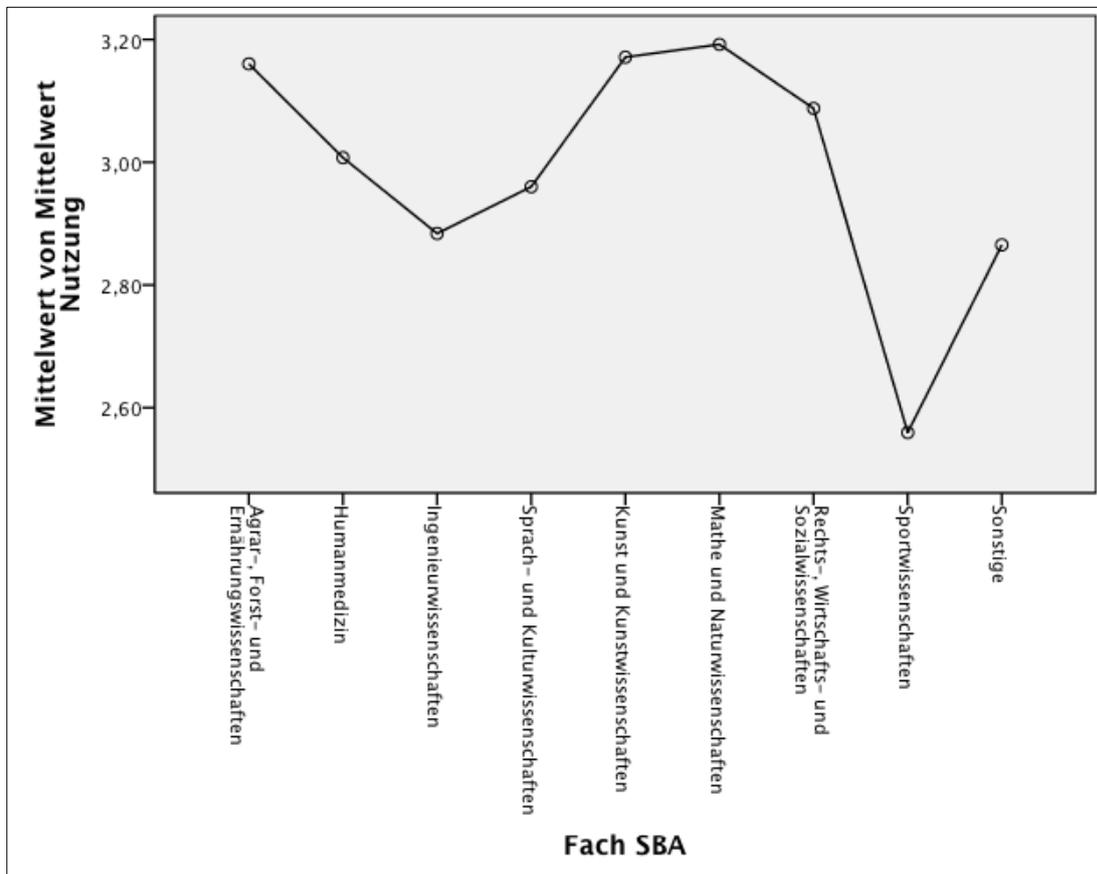


Abbildung 23: Nutzungsintensität gesamt von Web 2.0-Diensten und SBA-Fächergruppen

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

Signifikante Unterschiede in der Nutzungsintensität einzelner Dienste zwischen den Fächergruppen des SBA wurden bei Web 2.0-Werkzeugen festgestellt, $p < .05^8$:

- Wikipedia
- Mailinglisten
- Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)
- Literaturverwaltung

⁸ Mehrfachvergleiche: ANOVA (Varianzanalyse) mit Bonferroni Signifikanzkorrektur.

Tabelle 47: Mittelwerte der Nutzungsintensität verschiedener Web 2.0-Dienste nach unterschiedlichen Fächergruppen

	Fächergruppen nach Systematik des Statistischen Bundesamtes (SBA)																	
	Human-medi- zin			Ingenieur- wissen-schaf- ten			Sprach- und Kultur-wis- sen-schaften			Kunst und Kunst-wis- sen-schaften			Mathe und Naturwissen- schaften			Rechts-, Wirt- schafts- und Sozial-wis- sen-schaften		
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD
Soziale Netzwerke	5	3,20	2,05	36	4,03	1,56	48	3,52	1,84	15	3,67	1,80	72	3,60	1,62	54	3,91	1,57
Wiss./Berufl. Netzwerke	12	1,92	,90	54	2,63	1,23	67	2,46	1,36	13	2,62	,96	125	2,59	1,26	77	3,12	1,25
Videokonferenz/VoIP	16	1,69	,79	68	1,96	,94	80	1,91	,92	16	2,75	1,53	139	2,28	1,22	83	2,20	1,08
Microblogs	1	4,00	.	9	2,78	1,39	19	3,37	1,74	7	3,71	1,70	22	3,82	1,50	20	3,50	1,32
Weblogs	2	3,50	2,12	18	3,28	1,07	40	2,80	1,40	13	3,23	1,17	53	3,08	1,25	35	2,86	1,29
Wikipedia	28	3,71	1,27	126	3,81	1,34	130	3,52	1,34	28	4,29	1,24	248	4,21	1,20	125	3,74	1,22
andere Wikis	11	2,45	1,51	73	2,90	1,32	75	2,48	1,19	13	3,69	1,25	165	2,86	1,33	61	2,74	1,40
Content Sharing/Cloud-Dienste (Online-Texteditoren)	3	2,67	1,53	24	2,38	1,44	42	2,74	1,31	6	3,50	1,97	55	2,76	1,51	35	2,71	1,53
Internetforen	18	2,50	1,15	83	2,94	1,34	78	2,72	1,25	17	3,00	1,32	148	2,99	1,31	68	2,56	1,27
Mailinglisten	21	3,19	1,36	79	2,76	1,44	117	3,39	1,47	19	3,26	1,63	180	3,58	1,47	108	2,98	1,42
Chat/Instant Messaging	10	2,00	1,56	54	2,83	1,59	68	2,62	1,60	15	3,87	1,46	128	3,35	1,76	74	2,81	1,50
Online-Archive/Datenbanken	19	4,21	1,27	90	2,41	1,14	120	3,23	1,36	22	2,05	1,00	191	3,03	1,35	113	3,14	1,46
Literaturverwaltung	23	3,26	1,45	41	2,76	1,39	79	3,34	1,43	5	3,80	1,48	148	3,75	1,33	64	3,48	1,56
Social Bookmarking Services	0	.	.	1	4,00	.	9	2,44	1,13	4	4,75	,50	18	2,78	1,06	6	3,33	1,03
Video/Foto Community-Portale	17	2,06	,83	74	2,97	1,29	83	2,81	1,27	24	3,17	1,27	116	2,62	1,23	65	2,91	1,11
Lernmanagementsysteme	14	3,79	1,97	63	3,32	1,60	88	3,60	1,38	9	3,22	1,64	95	3,86	1,52	92	3,99	1,45

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

- *Wikipedia*. Hier zeigte sich der Mittelwertunterschied zwischen den Fächergruppen „Sprach- und Kulturwissenschaften“ (M=3,52) und „Mathe und Naturwissenschaften“ (M=4,21) als signifikant, $p < .05$. Wikipedia wird von Mathematikerinnen und Mathematikern und von Naturwissenschaftlerinnen und Naturwissenschaftlern intensiver genutzt als von den Angehörigen der Fächergruppe „Sprach- und Kulturwissenschaften“.
- *Mailinglisten*. Hier nutzen die Angehörigen der Fachgruppe „Mathe und Naturwissenschaften“ diesen Dienst intensiver als die Personen, die der Gruppe der „Ingenieurwissenschaften“ angehören (M=3,58 vs. M=2,76).
- *Online-Archive/Datenbanken*. Diese Dienste werden besonders intensiv von Angehörigen der Fachgruppe „Humanmedizin“ genutzt (M=4,21). Humanmedizinerinnen und Humanmediziner nutzen Online-Archive/Onlinedatenbanken intensiver als Per-

sonen der Fachgruppen „Ingenieurwissenschaften“ ($M=2,41$), „Kunst- und Kunstwissenschaften“ ($M=2,05$), „Mathe und Naturwissenschaften“ ($M= 3,03$) sowie „Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften“ ($M=3,14$), $p<.05$.

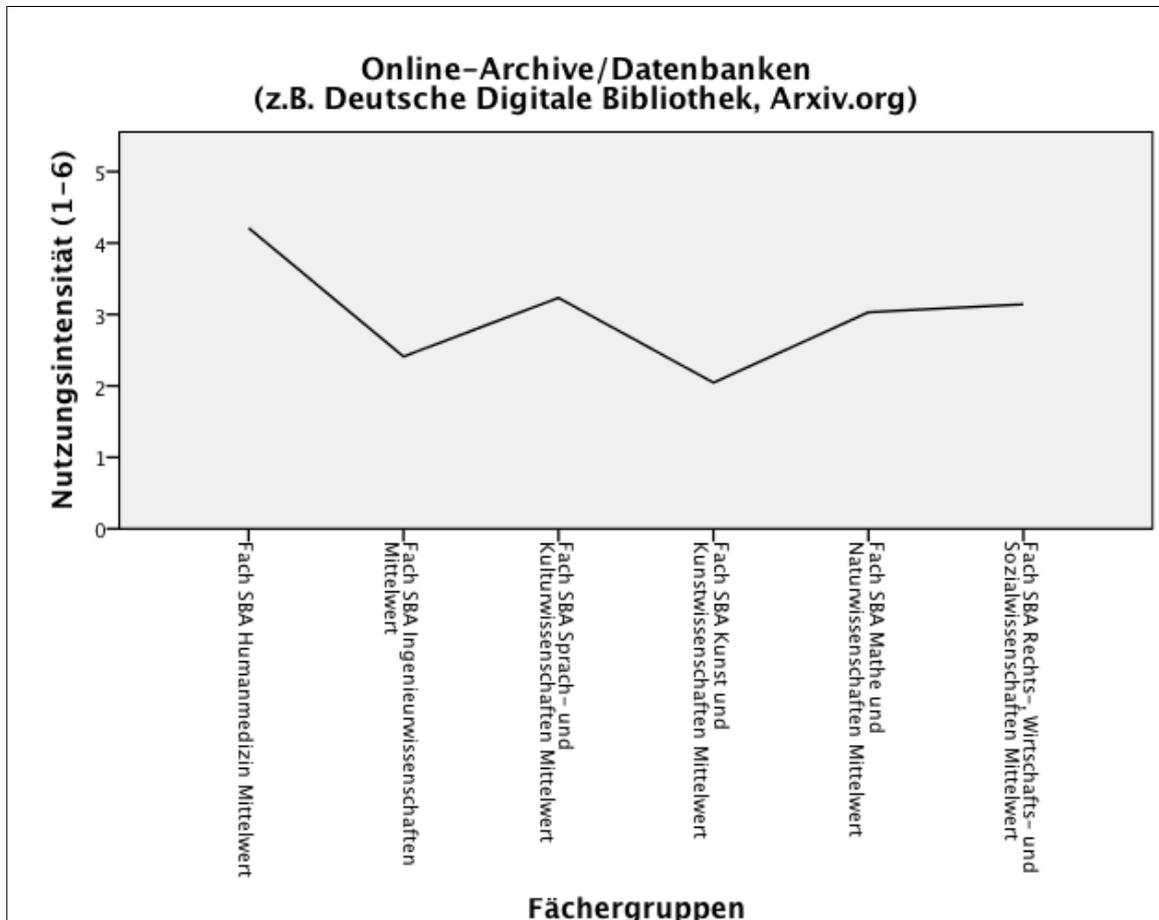


Abbildung 24: Nutzungsintensität von Online-Archiven/Datenbanken und größte SBA-Fächergruppen

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen ($n=778$)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

- *Literaturverwaltung*. Hier konnte ein signifikanter Unterschied zwischen der Fächergruppe „Ingenieurwissenschaften“ ($M=2,76$) und der Fächergruppe „Mathe und Naturwissenschaften“ ($M=3,75$) festgestellt werden, $p<.05$. Ingenieure nutzen Web 2.0-Werkzeuge zur Literaturverwaltung weniger intensiv als Angehörige der Fächergruppe „Mathe und Naturwissenschaften“.

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 Hilfefunktion 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

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 48: Mittelwerte und Standardabweichung der Items zum Konstrukt „Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns“ (Skala: von 1= stimme nicht zu bis 5=stimme völlig zu).

	M	SD
„Ich mache mir Sorgen, dass Daten, die ich im Internet bereitstelle, missbraucht werden könnten.“	3,78	(1,19)
„Wenn ich im Internet einkaufe, mache ich mir Sorgen, dass meine Kreditkarteninformationen entwendet werden könnten.“	3,24	(1,26)
„Ich stelle ungern Informationen ins Internet, weil ich nicht weiß, was Andere mit ihnen machen könnten.“	3,46	(1,27)
„Ich veröffentliche ungern Daten im Internet, weil diese auf Arten verwendet werden könnten, die ich nicht vorhersehen kann.“	3,47	(1,25)
„Ich kenne die Nutzungsbedingungen der Web 2.0-Tools, die ich nutze.“	2,91	(1,30)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

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

Tabelle 49: Mittelwerte und Standardabweichung der Items zum Konstrukt „Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety“ (Skala: von 1= stimme nicht zu bis 5=stimme völlig zu).

	M	SD
„Es macht mich nervös, mit Sozialen Medien zu arbeiten.“	2,21	(1,26)
„Der Gedanke, dass es beim fehlerhaften Gebrauch von Sozialen Medien zu Datenverlust kommen könnte, ängstigt mich.“	2,23	(1,23)
„Wenn ich Soziale Medien nutze, habe ich Angst, Fehler zu machen, die ich nicht mehr korrigieren kann.“	2,38	(1,27)
„Soziale Medien wirken auf mich etwas einschüchternd.“	1,88	(1,07)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.1.3 Konstrukt: Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity

Tabelle 50: Mittelwerte und Standardabweichung der Items zum Konstrukt „Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity“ (Skala: von 1= stimme nicht zu bis 5=stimme völlig zu).

	M	SD
„Ich informiere mich so häufig wie möglich über technische Neuheiten wie z.B. Smartphones, Computer, Software, Internet-Applikationen.“	2,90	(1,38)
„Ich überlege häufig, wie ich technische Neuheiten für mich nutzen kann.“	3,08	(1,31)
„Wenn mich eine technische Neuheit interessiert, dann informiere ich mich gründlich darüber.“	3,81	(1,15)
„Freunde oder Bekannte beschreiben mich als technikinteressiert.“	3,14	(1,40)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

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

Tabelle 51: 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).

	M	SD
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“	3,80	(1,34)
„... wenn ich jemanden um Hilfe bitten könnte, falls ich feststecke“	3,42	(1,55)
„... wenn ich genügend Zeit für die Nutzung hätte“	3,60	(1,44)
„... wenn ich nur die eingebaute Helfefunktion der Plattformen zur Unterstützung verwenden kann“	3,23	(1,49)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

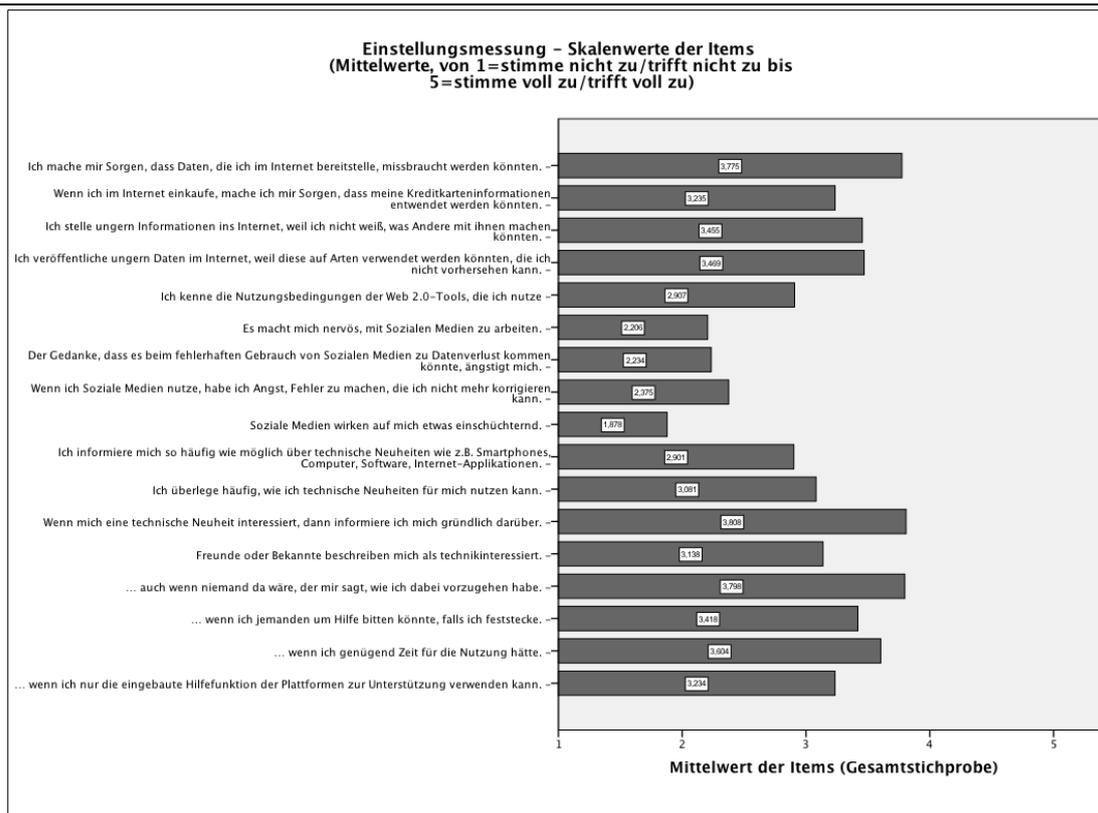


Abbildung 25: Einstellungsmessung: Skalenmittelwerte der einzelnen Items

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.1.5 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 man davon ausgehen, dass hier innerhalb der Skalen-Items das gleiche Konstrukt gemessen wird.

Tabelle 52: Reliabilitätsstatistik der Skalen

	Reliabilitätsstatistik		
	Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha	Anzahl Items
„Sorgen hinsichtlich Privatsphäre/Privacy Concerns“ (Variable sorgen_privacy)	,665	,672	5
„Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety“ ⁹ (Variable angst_sozmed)	,845	,847	4
„Aufgeschlossenheit für Neue Medien/Curiosity“ (Variable aufge_curiosity)	,876	,875	4
„Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien/Self-Efficacy“ (Variable selbstwirk)	,821	,818	4

⁹ In den nachfolgenden Teilen der Auswertung wird statt „angst_sozmed“ teilweise die Variablenbezeichnung „angst_neumed“ benutzt. Beide „Abkürzungen“ stehen aber für die gleiche Skala: „Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien/Computer Anxiety“.

4.2 Ergebnisse Einstellungsskalen nach demografischen Variablen

4.2.1 Einstellung und Geschlecht

In der Tat zeigten sich signifikante Unterschiede in den Ausprägungen der Einstellungsskalen zwischen den Geschlechtern: Die weiblichen Teilnehmer haben mehr Sorgen um ihre Privatsphäre ($M=3,48$ vs. $M=3,29$), männliche Teilnehmer sind Technik gegenüber aufgeschlossener und neugieriger als die Teilnehmerinnen der Befragung ($M=3,51$ vs. $M=2,85$). Die Selbstwirksamkeitsüberzeugungen sind bei Frauen etwas höher ausgeprägt als bei den Männern ($M=3,66$ vs. $M=3,43$), sämtliche $p < .05$. Frauen sind aber nicht unbedingt ängstlicher gegenüber Sozialen Medien. Der Unterschied in den Mittelwerten zwischen den Geschlechtern ist hier nicht signifikant, $p > .05$.

Tabelle 53: Unterschiede in den Einstellungsskalen nach Geschlecht

	Geschlecht	n	M	SD
sorgen_privacy	weiblich	323	3,48	,78
	männlich	442	3,29	,83
angst_soamed	weiblich	323	2,25	,95
	männlich	442	2,11	1,02
aufge_curiosity	weiblich	323	2,85	1,04
	männlich	442	3,51	1,09
selbstwirk	weiblich	323	3,66	1,05
	männlich	442	3,43	1,24

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen ($n=778$)

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 $r = -.204$ eher moderat¹⁰, aber dennoch substantiell (ca. 4,2% aufgeklärte Varianz), $p < .01$. Tendenziell gilt also: Je älter die Befragten, desto geringer die Selbstwirksamkeitsüberzeugung bzw. das „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“. Ein signifikanter (eher gering ausgeprägter) Zusammenhang findet sich auch zwischen der Variable „Alter“ und der Skala „Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien“; $r = .081$, $p < .05$. Ein kleiner Effekt, der in der Tendenz besagt: Je älter die Befragten, desto ängstlicher sind sie im Umgang mit „Sozialen Medien“.

¹⁰ 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.

Tabelle 54: Korrelation zwischen der Variable Alter und den Einstellungskonstrukten

		Alter	Sorgen Si- cherheit/ privacy	Ängstlichkeit im Umgang mit Soziale Medien	Aufge-schlos- sen- heit für Neue Medien	Selbstbewusst- sein im Um- gang mit Neuen Medien
Alter	Korrelation nach Pearson r	1	,048	,081*	,070	-,204**
	Signifikanz (2-seitig)		,188	,025	,053	,000
	n	763	763	763	763	763

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778; gültige Werte n=763)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.2.3 Einstellungen und wissenschaftlicher Status

Der einzige „fast signifikante“ Unterschied zwischen den Gruppen mit unterschiedlich wissenschaftlichem Status konnte bei der Skala „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ beobachtet werden. Die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (M=3,63), Doktorandinnen und Doktoranden (M=3,95) sowie Postdotorandinnen und Postdotoranden (M=3,85), haben tendenziell ein größeres „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ als Professorinnen und Professoren (M=3,30); die Unterschiede sind allerdings nicht signifikant, $p > .05$.

Tabelle 55: Skalenmittelwerte der Einstellungen und wissenschaftlicher Status

	Skalen											
	Sorgen Sicherheit/ privacy			Ängstlichkeit im Umgang mit Soziale Medien			Aufgeschloss- heit für Neue Medien			Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien		
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD
Akademischer Rat	11	3,65	1,15	11	2,36	1,26	11	2,98	,85	11	3,66	1,53
Doktorand/in	29	3,43	,79	29	1,78	,82	29	3,22	1,28	29	3,95	1,09
Doktorand/in und gleich- zeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	156	3,46	,83	156	2,20	,89	156	3,24	1,10	156	3,58	1,29
Postdotorand/in	40	3,28	,71	40	2,08	1,04	40	3,11	1,10	40	3,89	,85
Privatdozent/in	9	3,44	1,11	9	2,28	1,04	9	3,31	1,51	9	3,14	1,69
Jun.-Professor/in	14	3,14	,79	14	2,27	,79	14	3,57	1,05	14	3,70	1,05
Professor/in	246	3,29	,89	246	2,17	1,12	246	3,36	1,11	246	3,30	1,21
Wissenschaftliche Hilfs- kraft (WHK)	6	3,50	,49	6	2,33	,75	6	2,83	,90	6	3,08	1,50
Wissenschaftliche/r Mit- arbeiter/in	228	3,36	,72	228	2,19	,93	228	3,14	1,12	228	3,63	1,03

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778); Gruppe „Sonstige“ entfällt hier

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

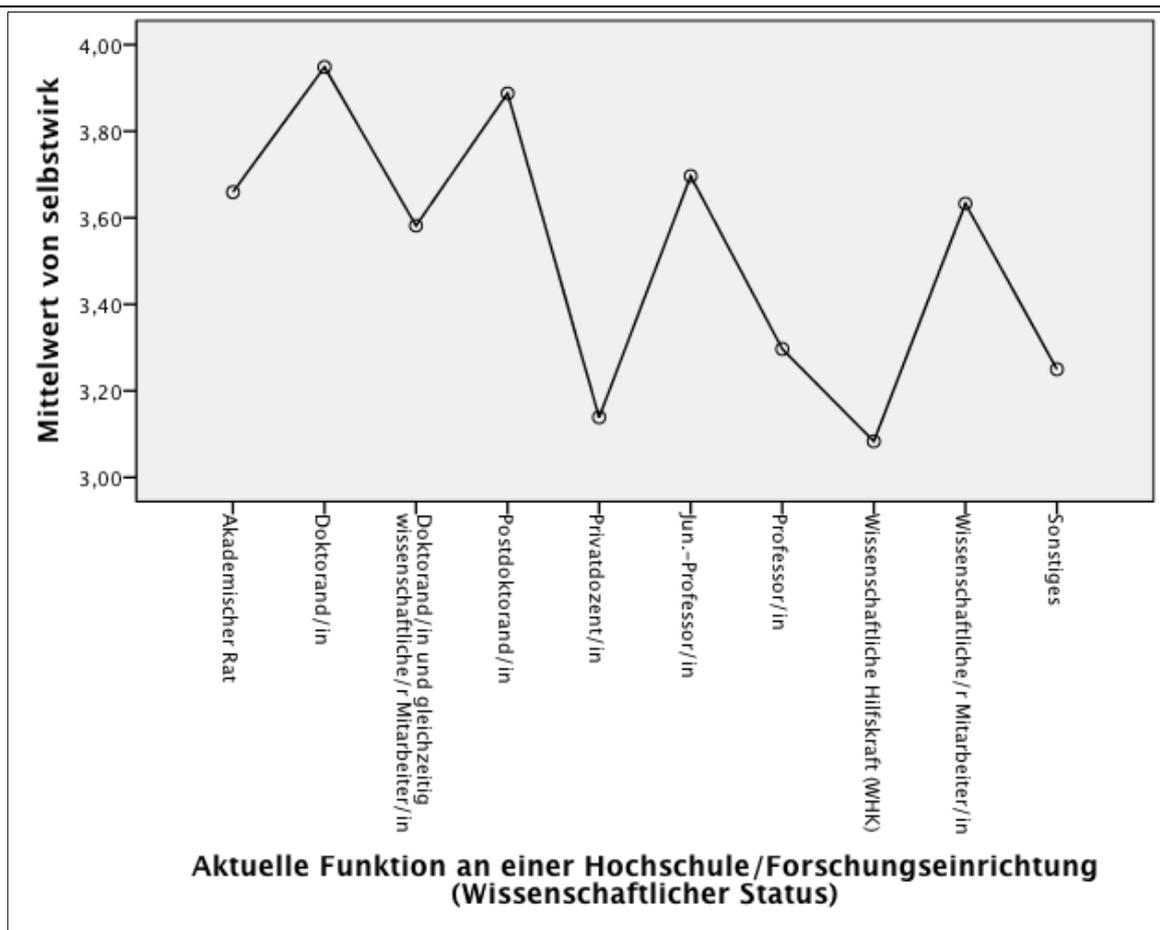


Abbildung 26: Einstellungsmessung: Skala „Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien“ (Selbstwirksamkeit) u. wissenschaftlicher Status

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

4.2.4 Einstellung und Fächergruppen (SBA)

Signifikante Unterschiede zwischen den Fächergruppen zeigten sich im Bereich „Aufgeschlossenheit gegenüber Neuen Medien/Curiosity“: „Ingenieurwissenschaften“ (M=3,59) vs. „Humanmedizin“ (M=2,83), $p < .05$. Ebenso unterscheiden sich die „Ingenieurwissenschaften“ (M=3,59) von den „Sprach- und Kulturwissenschaften“ (M=3,03) und den „Rechts- Wirtschafts- und Sozialwissenschaften“ (M=2,94). Ingenieure sind gegenüber der Nutzung „Sozialer Medien“ signifikant aufgeschlossener als die zuvor genannten Gruppen, $p < .05$.

Tabelle 56: Skalenmittelwerte der Einstellungen und Fächergruppen (SBA)

	Skalen											
	Sorgen Sicherheit/privacy			Ängstlichkeit im Umgang mit Soziale Medien			Aufgeschlossenheit für Neue Medien			Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien		
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	19	3,33	,92	19	1,83	,99	19	3,14	1,04	19	3,41	1,08
Humanmedizin	30	3,37	,81	30	2,33	1,05	30	2,83	1,20	30	3,78	1,12
Ingenieurwissenschaften	132	3,49	,81	132	2,31	1,06	132	3,59	1,07	132	3,35	1,18
Sprach- und Kulturwissenschaften	141	3,41	,81	141	2,12	1,00	141	3,03	1,08	141	3,58	1,15
Kunst und Kunstwissenschaften	29	3,42	,82	29	2,65	1,16	29	3,34	1,30	29	3,49	1,30
Mathe und Naturwissenschaften	254	3,33	,82	254	2,13	,95	254	3,41	1,03	254	3,63	1,22
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	144	3,29	,81	144	2,13	,95	144	2,94	1,19	144	3,41	1,11
Sportwissenschaften	3	3,80	,53	3	1,83	,80	3	2,50	,66	3	3,17	,88

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778); Gruppe „Sonstige“ entfällt hier
 Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

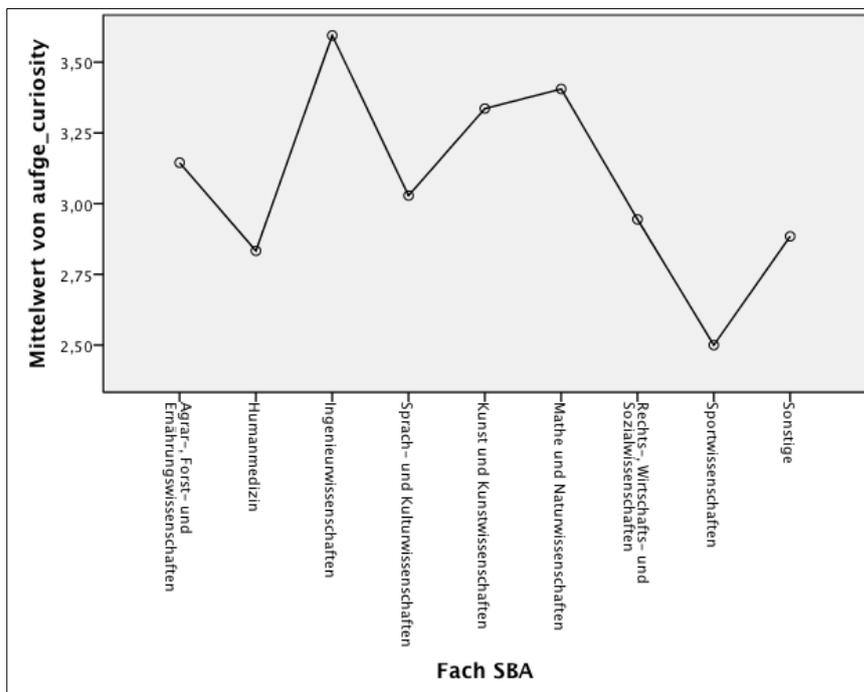


Abbildung 27: Einstellungsmessung: Skala „Aufgeschlossenheit für Neuen Medien/Curiosity“ u. wissenschaftlicher Status

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

5 Nutzungstypen (Typische Nutzer von Web 2.0-Werkzeugen)

Das folgende Kapitel beschreibt das Vorgehen zur Identifizierung von typischen Nutzern von Web 2.0-Werkzeuge 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. 57).

Tabelle 57: Nutzungstypen nach Nutzungsintensität (durchschnittliche Nutzungsintensität über alle Web 2.-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“ besteht (80,1%), aus einer kleinen bis mittelgroßen Gruppe von Intensivnutzern (14,3%) sowie aus einer kleinen Gruppe von „Gelegentlichen Nutzern“ (5,6%).

Tabelle 58: Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung

	n	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Prozente
Gelegentlicher Nutzer (monatlich / seltener als monatlich)	43	5,5	5,6%	5,6
Durchschnittlicher Nutzer (mehrmals wöchentlich / mind. wöchentlich)	620	79,7	80,1%	85,7
Intensiv-Nutzer (mehrmals täglich / mind. täglich)	111	14,3	14,3%	100,0
Gesamt	774	99,5	100,0%	
Fehlend	4	,5		
Gesamt	778	100,0		

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

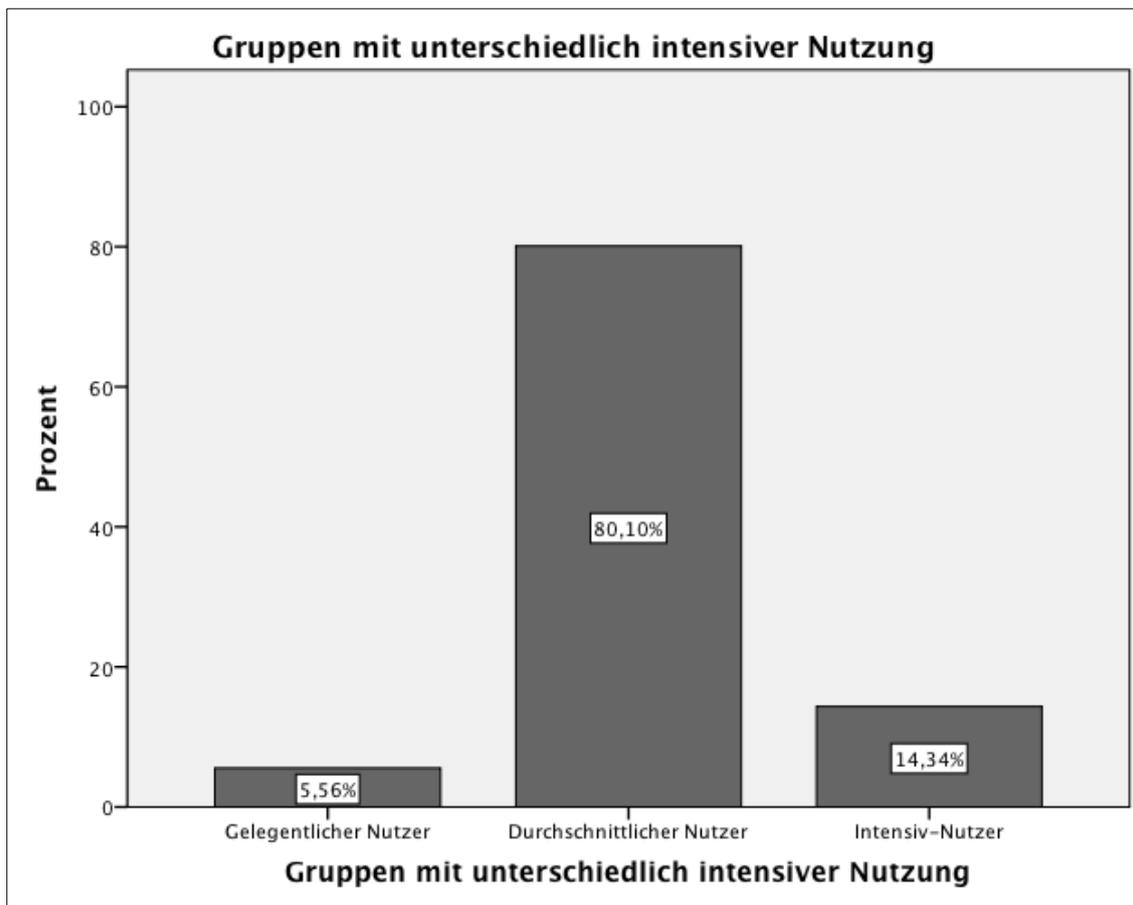


Abbildung 28: Nutzungstypen von Web2.0-Werkzeugen („Gelegentlicher Nutzer“ (n=43)=monatlich u. seltener, „Durchschnittlicher Nutzer“ (n=620)= wöchentlich bis mehrfach wöchentlich, „Intensivnutzer“ (n=111)=täglich bis mehrfach täglich)

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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 59: Nutzungstypen und demografische Variablen

		Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung					
		Ausprägungen der Variablen Geschlecht, Altersgruppen und Funktion					
		Gelegentliche Nutzer/innen		Durchschnittl. Nutzer/innen		Intensiv-Nutzer/innen	
		n	Prozent	n	Prozent	n	Prozent
Geschl.	weiblich	16	37,2%	271	43,7%	34	30,6%
	männlich	24	55,8%	343	55,3%	74	66,7%
	k.A.	3	7,0%	6	1,0%	3	2,7%
Altersgruppen	20-24 Jahre	0	0,0%	4	0,6%	1	0,9%
	25-29 Jahre	6	14,0%	134	21,6%	24	21,6%
	30-34 Jahre	10	23,3%	123	19,8%	22	19,8%
	35-39 Jahre	4	9,3%	63	10,2%	14	12,6%
	40-44 Jahre	4	9,3%	68	11,0%	14	12,6%
	45-49 Jahre	1	2,3%	78	12,6%	8	7,2%
	50-54 Jahre	5	11,6%	63	10,2%	7	6,3%
	55-59 Jahre	7	16,3%	42	6,8%	14	12,6%
	60+ Jahre	3	7,0%	36	5,8%	5	4,5%
	k.A.	3	7,0%	9	1,5%	2	1,8%
Aktuelle Funktion (Wissenschaftlicher Status)	Akademischer Rat	1	2,3%	9	1,5%	0	0,0%
	Doktorand/in	2	4,7%	25	4,0%	2	1,8%
	Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	6	14,0%	128	20,6%	21	18,9%
	Postdoktorand/in	2	4,7%	30	4,8%	8	7,2%
	Privatdozent/in	1	2,3%	4	0,6%	4	3,6%
	Jun.-Professor/in	2	4,7%	8	1,3%	4	3,6%
	Professor/in	15	34,9%	198	31,9%	33	29,7%
	Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	0	0,0%	6	1,0%	0	0,0%
	Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	12	27,9%	180	29,0%	35	31,5%
	Sonstiges	2	4,7%	32	5,2%	4	3,6%
	Nichtwissenschaftliches Personal	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	k.A.	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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. In der vorliegenden Studie geht um die Identifikation von ähnlichen Nutzungstypen von Web 2.0-Nutzerinnen und -Nutzern. Die Analyse wurde von der Frage geleitet, welche Merkmale unterschiedliche Nutzungstypen optimal beschreiben können.

Es wurde 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-Clusteranalyse

In die Analyse wurden *als kategoriale Variablen* das „Geschlecht“ sowie 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

Aus einem ursprünglichen 8-Cluster-Modell wurde eine 4-Clusterlösung berechnet. Die Güte der Modellanpassung liegt im mittleren Bereich (vgl. Abb. 29). Die Clusterlösung lieferte folgende Gruppengrößen: Cluster 1: 35,1%, Cluster 2: 43,2%, Cluster 3: 8,6% und Cluster 4: 13,1% (vgl. Abb. 30). 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.

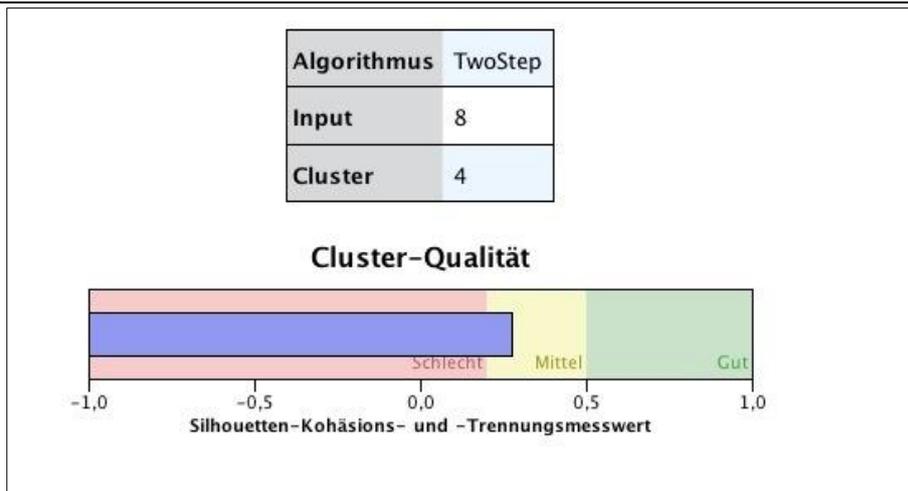


Abbildung 29: Cluster-Qualität des gewählten Cluster-Modells

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

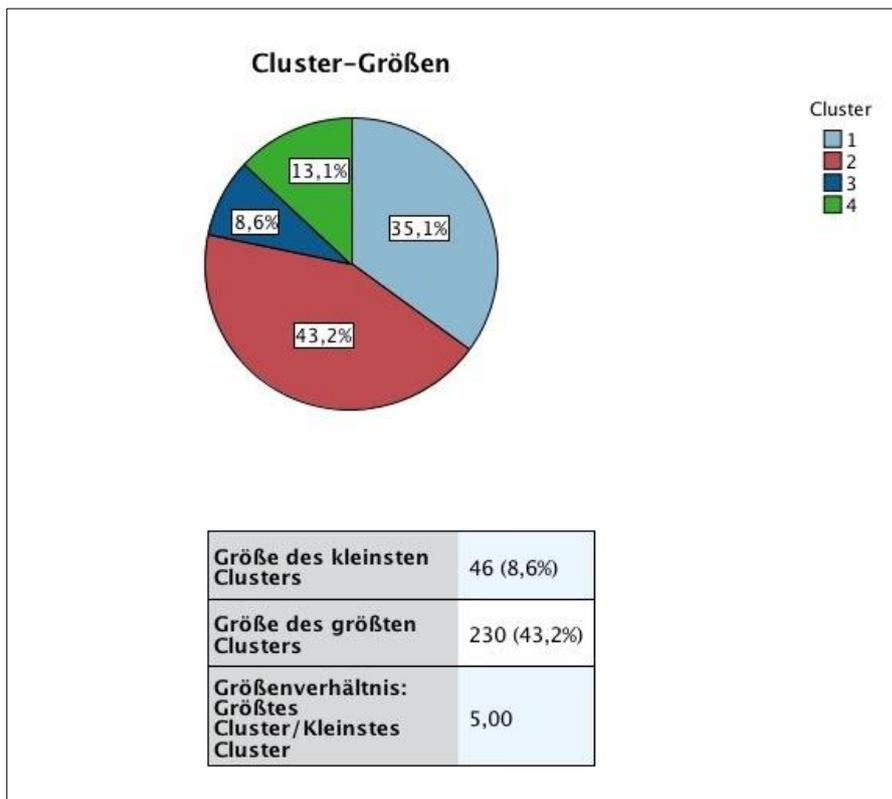


Abbildung 30: Cluster-Größen der Vier-Cluster-Lösung

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)
 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.

5.2.3.1 Beschreibung der deskriptiven Kennwerte für die vier Cluster

Zunächst fällt auf, dass Cluster 1 und 2 viel größer sind als Cluster 3 und 4 (Tab. 60). Warum das so ist wird in den folgenden Analysen deutlich werden.

Tabelle 60: Prozentuale Anteile der Fälle an den jeweiligen Clustern

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

Als kategoriale Variablen wurden das *Geschlecht* der Befragten (vgl. Tab. 61) sowie die Zuordnung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu *Nutzungstypen* (vgl. Tab. 62) in das Analysemodell einbezogen.

- *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 61: Zuordnung der Variable Geschlecht zu den vier Clustern

Geschlecht * Nummer des TwoStep Clusters Kreuztabelle			Nummer des TwoStep Clusters				Gesamt
			1	2	3	4	
Geschlecht	k.A.	Anzahl	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)

Tabelle 62: Zuordnung der drei Nutzungstypen zu den vier Clustern

Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung * Nummer des TwoStep Clusters Kreuztabelle			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)

- *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).

Kennwerte der stetigen Variablen

Tabelle 63 gibt die Mittelwerte und Standardabweichungen der stetigen bzw. kontinuierlichen Variablen des Clustermodells für die Vier-Cluster-Lösung wieder.

Tabelle 63: Mittelwerte der stetigen Variablen im Cluster-Modell*

		Zentroide											
		Sorgen_privacy		angst_soamed		aufge_curiosity		selbstwirk		Mittelwert Nutzung		Beschäftigung seit wie vielen Jahren?	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Cluster	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. 63:

- 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 in Zusammenhang mit der Benennung und übergeordneten Merkmalsbeschreibung der vier Cluster in Kap. 5.2.3.2.

5.2.3.2 Benennung und Merkmalsbeschreibung der Cluster

Der griffigen Benennung der einzelnen Cluster einer Clusterlösung haftet immer auch etwas Willkürliches an. Nichts desto trotz geht es bei dem Einsatz von Clusterverfahren ja gerade um eine Reduktion von Komplexität; daher ist die Wahl der Clusternamen immer von dem Bemühen getragen, möglichst knapp, aber auch treffend die wichtigsten Merkmale eines Clusters widerzuspiegeln. 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 Gesamt-bild der Beschreibungen der wichtigsten Cluster-Merkmale.

Folgende Benennung der Cluster wurde nach einer eingehenden Analyse gewählt:

Tabelle 64: Benennung der Cluster

Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4
„Ms Maker“	„Mr Tech“	„Mr Classic“	„Mr Nerd“

Cluster 1: „Ms Maker“

Die Personen, die Cluster 1 angehören, können am besten durch folgende Attribute beschrieben werden:

„Ms Maker“ ist:

- weiblich (100%)
- „Durchschnittlicher Nutzer“ von Web 2.0-Diensten (100%)
- signifikant besorgter - hinsichtlich ihrer Privatsphäre - als Angehörige von Cluster 4 (Intensiv-Nutzer, respektive „Mr Nerd“)
- nicht ängstlicher gegenüber „Sozialen Medien“ als Personen, die anderen Clustergruppen angehören, alle Vergleiche $p > .05$
- ist „Neuen Medien“ gegenüber weniger aufgeschlossen als die Personen, die zu Cluster 2 („Mr Tech“) oder zu Cluster 4 („Mr Nerd“) gehören, $p < .05$; tendenziell sind sie „Neuen Medien“ gegenüber aber aufgeschlossener als Angehörige der Gruppe 3 („Mr Classic“), der Unterschied wird aber nicht signifikant, $p > .05$
- sehr selbstbewusst im Umgang mit „Neuen Medien“; besitzt hier die höchsten Werte, aber nur der Unterschied zu Cluster 3 („Mr Classic“) wird hier signifikant (Cluster 1: $M=3,75$ vs. Cluster 3: $M=2,71$), $p < .05$
- „Ms Maker“ nutzt im Durchschnitt Web 2.0-Dienste intensiver als Angehörige der Clustergruppe „Mr Classic“; im Vergleich zu den Personen der Gruppe „Mr Nerd“

nutzt „Ms Maker“ Web 2.0-Dienste allerdings signifikant weniger intensiv, beide Vergleiche: $p < .01$. Zu „Mr Tech“ konnte kein Unterschied in der Nutzungsintensität festgestellt werden

- „Ms Maker“ ist 37,5 Jahre alt ($SD=9,53$) und damit signifikant jünger als „Mr Tech“ und „Mr Classic“, $p < .01$. Zudem ist „Ms Maker“ seit durchschnittlich 7,9 Jahren an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt. Damit weist „Ms Maker“ die vergleichsweise kürzeste Beschäftigungszeit auf; sie ist gegenüber „Mr Tech“ ($M=10,79$ J.) und „Mr Classic“ ($M=12,20$ J.) signifikant kürzer beschäftigt, $p < .05$. Gegenüber den Werten von „Mr Nerd“ ($M=10,30$ J.) konnte kein signifikanter Unterschied festgestellt werden, $p > .05$

Cluster 2: „Mr Tech“

Die Personen, die Cluster 2 angehören, können am besten durch folgende Attribute beschrieben werden:

„Mr Tech“ ist:

- männlich (98,3%)
- „Durchschnittlicher Nutzer“ (von Web 2.0-Diensten) (100%)
- ist hinsichtlich seiner Privatsphäre nicht besorgter als die Angehörigen von Cluster 1, 3 und 4; alle Unterschiede zwischen den Gruppen sind nicht signifikant, $p > .05$
- nicht ängstlicher gegenüber „Sozialen Medien“ als Personen der anderen Clustergruppen, alle Vergleiche $p > .05$
- ist „Neuen Medien“ gegenüber aufgeschlossener als Personen der Cluster 1 („Ms Maker“) oder Cluster 3 („Mr Classic“), $p < .05$
- ist selbstbewusster im Umgang mit „Neuen Medien“ als Personen der Clustergruppe 3 („Mr Classic“), $p < .05$
- „Mr Tech“ nutzt im Durchschnitt Web 2.0-Dienste intensiver als Angehörige der Clustergruppe „Mr Classic“, $p < .01$; im Vergleich zu den Personen der Gruppe „Mr Nerd“ nutzt „Ms Maker“ Web 2.0-Dienste allerdings signifikant weniger intensiv, $p < .01$. Zur Gruppe „Ms Maker“ konnte kein Unterschied in der Nutzungsintensität festgestellt werden, $p > .05$
- „Mr Tech“ ist 42,71 Jahre alt ($SD=11,71$) und damit signifikant älter als „Ms Maker“, $p < .05$. Zudem ist „Mr Tech“ seit durchschnittlich 10,8 Jahren an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt. Damit

weist „Mr Tech“ gegenüber „Ms Maker“ ($M=7,91$) eine signifikant längere Beschäftigungszeit auf, $p<.05$. Gegenüber den anderen Clustergruppen konnte kein signifikanter Unterschied festgestellt werden, $p>.05$

Cluster 3: „Mr Classic“

Die Personen, die Cluster 3 angehören, können am besten durch folgende Attribute beschrieben werden:

„Mr Classic“ ist:

- „eher“ männlich (63,0%); zu Cluster 3 gehören aber auch 30,4% weibliche Personen
- eher der „Gelegentliche Web 2.0 Nutzer“ (71,%). Ein Teil der Personen des Clusters 3 gehört aber zu den „Durchschnittlichen Nutzern“ (26,1%)
- hinsichtlich seiner Privatsphäre nicht besorgter als die Personen der anderen Cluster, alle $p>.05$
- nicht ängstlicher gegenüber „Sozialen Medien“ als Personen der anderen Clustergruppen, alle Vergleiche, alle $p>.05$
- ist „Neuen Medien“ gegenüber weniger aufgeschlossen als Personen der Clustergruppe 2 („Mr Tech“) sowie Personen der Clustergruppe 4 („Mr Nerd“), $p<.01$; tendenziell auch weniger aufgeschlossen als „Ms Maker“ (Cluster 1), $p<.1$
- ist weniger selbstbewusst im Umgang mit „Neuen Medien“ als die Angehörigen aller anderen Cluster, alle Vergleiche: $p<.05$
- „Mr Classic“ nutzt Web 2.0-Dienste am wenigsten intensiv. Er nutzt die Dienste durchweg weniger intensiv als die anderen Clustergruppen, $p<.01$
- „Mr Classic“ ist 44,3 Jahre alt ($SD=12,63$) und damit signifikant älter als „Ms Maker“, $p<.05$. Zudem ist „Mr Tech“ seit durchschnittlich 12,2 Jahren an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt. Damit weist „Mr Classic“ gegenüber „Ms Maker“ ($M=7,91$) eine signifikant längere Beschäftigungszeit auf, $p<.05$. Gegenüber den anderen Clustergruppen konnte kein signifikanter Unterschied festgestellt werden, $p>.05$

Cluster 4: „Mr Nerd“

Die Personen, die Cluster 4 angehören, können am besten durch folgende Attribute beschrieben werden:

„Mr Nerd“ ist:

- „eher“ männlich (64,3%); zu Cluster 4 gehören aber auch 31,4% weibliche Personen
- zu 100% Intensiv-Nutzer
- im Vergleich mit den anderen Clustergruppen am wenigsten über seiner Privatsphäre besorgt. Ein signifikanter Unterschied ist aber nur gegenüber der Clustergruppe 1 („Ms Maker“) nachzuweisen, $p < .05$
- im Vergleich mit den anderen Clustergruppen am wenigsten ängstlich gegenüber „Sozialen Medien“; sämtliche Unterschiede zu den anderen Gruppen werden hier aber nicht signifikant, alle $p > .05$
- „Neuen Medien“ gegenüber von allen Gruppen am meisten aufgeschlossen. Signifikant werden aber nur die Unterschiede zu Cluster 1 („Ms Maker“) und Cluster 3 („Mr Classic“), $p < .01$
- ist selbstbewusster im Umgang mit „Neuen Medien“ als die Angehörigen von Clustergruppe 3 („Mr Classic“), $p < .05$
- ein besonders intensiver Nutzer von Web 2.0-Diensten. „Mr Nerd“ nutzt die Dienste durchweg intensiver als die anderen Clustergruppen, $p < .01$
- ist 39,91 Jahre alt (SD=10,92). Signifikante Unterschiede im Alter zu anderen Clustergruppen konnten nicht nachgewiesen werden, $p > .05$. „Mr Nerd“ seit durchschnittlich 10,3 Jahren an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt. Gegenüber den anderen Clustergruppen konnte kein signifikanter Unterschied festgestellt werden, $p > .05$

Tabelle 65: Clusterlösung mit Zuordnung von Merkmalen zu den einzelnen Clustern sowie Benennung der Cluster

Cluster				
Bedeutsamkeit der Eingabe (Prädiktor)				
■ 1,0 ■ 0,8 ■ 0,6 ■ 0,4 ■ 0,2 ■ 0,0				
	Ms Maker	Mr Tech	Mr Classic	Mr Nerd
Cluster	1	2	3	4
Beschriftung	Durchschnitts-nutzer, weibl.	Durchschnitts-nutzer, männl.	Gelegentlicher Nutzer, männl.	Intensivnutzer, männl.
Beschreibung	Durchschnitts-nutzer, weibl. mit eher hoher Selbstwirks. aber auch mit eher mehr Sorgen um Sicherheit, seit ca. 8 J. beschäftigt	Durchschnitt-nutzer, eher männlich, mit eher hoher Selbstwirksamkeitsüb erzeugung, seit ca. 10,8 J. beschäftigt	Gelegentlicher Nutzer, ist Neuen Medien eher weniger aufgeschlossen, seit ca. 12,2 J. im Job	Intensivnutzer. Neuen Medien gegenüber sehr aufgeschl., mit eher hoher Selbstwirk. u. wenig Sorge um Sicherheit, wenig Angst, Job ca. 10,3 J.
Größe	35,1% (187)	43,2% (230)	8,6% (46)	13,1% (70)
Input	Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung	Gruppen mit unterschiedlich intensiver Nutzung
	Geschlecht weiblich (100,0%)	Geschlecht männlich (98,3%)	Geschlecht männlich (63,0%)	Geschlecht männlich (64,3%)
	Mittelwert Nutzung 2,89	Mittelwert Nutzung 2,97	Mittelwert Nutzung 1,89	Mittelwert Nutzung 4,32
	aufge_curiosity 2,86	aufge_curiosity 3,53	aufge_curiosity 2,41	aufge_curiosity 3,72
	selbstwirk 3,75	selbstwirk 3,55	selbstwirk 2,71	selbstwirk 3,65
	Beschäftigung seit wie vielen Jahren?	Beschäftigung seit wie vielen Jahren?	Beschäftigung seit wie vielen Jahren?	Beschäftigung seit wie vielen Jahren?
	Sorgen_privacy 3,49	Sorgen_privacy 3,32	Sorgen_privacy 3,33	Sorgen_privacy 3,13
	angst_soamed 2,28	angst_soamed 2,20	angst_soamed 1,96	angst_soamed 1,95

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

Clustergruppen und wissenschaftlicher Status

Ein weiterer wichtiger Aspekt für die Beschreibung der Clusterlösung ist die Frage, wie sich die einzelnen Funktionsgruppen (bzw. die Wiss. Statusgruppen) auf die Cluster verteilen. Eine allzu detaillierte Besprechung von Tabelle 66 würde an dieser Stelle zu weit führen, deshalb werden hier nur die Werte besprochen, die grobe Tendenzen aufzeigen:

„Ms Maker“ (Cluster 1):

- Der Anteil der „Wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen“ ist in dieser Clustergruppe besonders groß (58,8%); 58% = Wiss. Mitarbeiter/innen (20,3%) und „Doktoranden/innen“, die gleichzeitig „Wiss. Mitarbeiter/innen“ sind (38,5%)
- Der Anteil der Professorinnen fällt hier mit 20,9% am geringsten aus
- „Junior-Professor/innen“: 1,6%
- Der Anteil der ausschließlichen Doktoranden/innen liegt bei 3,2%

„Mr Tech“ (Cluster 2):

- Der Anteil der „Wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ ist in dieser Clustergruppe ebenfalls recht hoch (40,6%); 40,6% = „Wiss. Mitarbeiter/innen“ (20,2%) und „Doktoranden/innen“, die gleichzeitig „Wiss. Mitarbeiter/innen“ sind (20,4%)
- Der Anteil der Professoren liegt in dieser Gruppe bei 37,8%
- „Junior-Professor/innen“: 1,3%
- Der Anteil der ausschließlichen „Doktoranden/innen“ liegt bei 4,3%

„Mr Classic“ (Cluster 3):

- Der Anteil der „Wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ ist in dieser Clustergruppe mittel hoch (37%); 37% = „Wiss. Mitarbeiter/innen“ (26,1%) und „Doktoranden/innen“, die gleichzeitig „Wiss. Mitarbeiter/innen“ sind (10,9%)
- Der Anteil der Professorinnen und Professoren ist in dieser Gruppe am höchsten und liegt bei 43,5%
- „Junior-Professor/innen“: 2,2%
- Der Anteil der ausschließlichen „Doktoranden/innen“ liegt bei 4,3%

„Mr Nerd“ (Cluster 4):

- Der Anteil der „Wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ ist in dieser Clustergruppe am zweithöchsten (47,1%); 47,1% = „Wiss. Mitarbeiter/innen“ (30%) und „Doktoranden/innen“, die gleichzeitig „Wiss. Mitarbeiter/innen“ sind (17,1%)
- Der Anteil der Professorinnen und Professoren liegt in dieser Gruppe bei 27,1%
- „Junior-Professor/innen“: 5,7%
- Der Anteil der ausschließlichen „Doktoranden/innen“ liegt bei 1,4%

Tabelle 66: Cluster und aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung

Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status) * Nummer des TwoStep Clusters Kreuztabelle		Anzahl	Nummer des TwoStep Clusters				Gesamt
			1	2	3	4	
Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	Akademischer Rat	% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	42,9%	28,6%	28,6%	0,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	1,6%	0,9%	4,3%	0,0%	1,3%
	Doktorand/in	Anzahl	6	10	2	1	19
		% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	31,6%	52,6%	10,5%	5,3%	100,0%
	Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	3,2%	4,3%	4,3%	1,4%	3,6%
		Anzahl	38	47	5	12	102
	Postdoktorand/in	% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	37,3%	46,1%	4,9%	11,8%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	20,3%	20,4%	10,9%	17,1%	19,1%
	Privatdozent/in	Anzahl	14	12	1	5	32
		% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	43,8%	37,5%	3,1%	15,6%	100,0%
	Jun.-Professor/in	% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	7,5%	5,2%	2,2%	7,1%	6,0%
		Anzahl	1	2	1	4	8
	Professor/in	% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	12,5%	25,0%	12,5%	50,0%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	0,5%	0,9%	2,2%	5,7%	1,5%
	Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)	Anzahl	3	3	1	4	11
		% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	27,3%	27,3%	9,1%	36,4%	100,0%
	Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	1,6%	1,3%	2,2%	5,7%	2,1%
		Anzahl	39	87	20	19	165
	Sonstiges	% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	23,6%	52,7%	12,1%	11,5%	100,0%
		% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	20,9%	37,8%	43,5%	27,1%	31,0%
Gesamt	Anzahl	1	1	0	0	2	
	% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	0,5%	0,4%	0,0%	0,0%	0,4%	
	Anzahl	72	51	12	21	156	
Sonstiges	% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	46,2%	32,7%	7,7%	13,5%	100,0%	
	% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	38,5%	22,2%	26,1%	30,0%	29,3%	
Gesamt	Anzahl	10	15	2	4	31	
	% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	32,3%	48,4%	6,5%	12,9%	100,0%	
Gesamt	% innerhalb von Nummer des TwoStep Clusters	5,3%	6,5%	4,3%	5,7%	5,8%	
	Anzahl	187	230	46	70	533	
Gesamt	% innerhalb von Aktuelle Funktion an einer Hochschule/Forschungseinrichtung (Wissenschaftlicher Status)	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 (n=778; n in Clusteranalyse=533)

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:

„Ms Maker“. „Ms Maker“ ist die 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.

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

„Mr Nerd“. „Mr. Nerd“ ist als wissenschaftlicher Mitarbeiter/Mitarbeiterin oder auch als Professor/Professorin Intensiv-Nutzer von Web 2.0-Diensten und recht wenig über seine Privatsphäre besorgt. Er ist wenig ängstlich, wenn es um die Nutzung von „Sozialen Medien“ geht und ist „Neuen Medien“ gegenüber sehr aufgeschlossen.

6 Zusammenfassung und Diskussion

Im Folgenden wird eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Studie gegeben. Ziel dieser Studie war es, mehr darüber herauszufinden, wie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler 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?¹¹

Im Rahmen dieses Datenreports wurden die Ergebnisse eines Online-Fragebogens deskriptiv ausgewertet und statistisch untersucht. In den Bericht flossen die Datensätze von 778 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern ein, die an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen und verschiedener Leibniz-Instituten beschäftigt sind.

Ein weiteres wichtiges Anliegen der vorliegenden Untersuchung ist die Identifizierung von typischen Web 2.0-Nutzergruppen in der Wissenschaft. Dazu wurde eine Two-Step-Clusteranalyse durchgeführt.

6.1 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Demografische Variablen - Beschreibung der Stichprobe. Unter den Befragten gab es 41,5% Wissenschaftlerinnen und 56,8% Wissenschaftler. Im Mittel waren die Befragten 40,15 Jahre alt. Aus den beiden Altersgruppen „25-29 J.“ und „30-34 J.“ rekrutierten sich die meisten Befragten (zusammen: 41,3%). 5,6% der Befragten sind älter als 60 J. 61,7% der Befragten sind an einer Universität oder Hochschule beschäftigt und 35,5% an einer Fachhochschule. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus dem Süden und Westen Deutschlands sind in der Stichprobe etwas unterrepräsentiert. Die häufigsten höchsten akademischen Abschlüsse der Befragten sind die „Promotion“ (38,3%), das „Diplom“ (25,4%) und der „Master“ (14,4%). Zudem haben 76 Personen mit einer Habilitation teilgenommen (9,8%). 31,6% „Professorinnen und Professoren“ haben teilgenommen, 29,3% wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und wissenschaftliche Mitarbeiter sowie 20,1% Doktorandinnen und Doktoranden, die gleichzeitig wiss. Mitarbeiter/innen sind.

¹¹ Für die Analyse der Ergebnisdaten der unterschiedlichen demografischen Gruppen, wird auf die entsprechenden Kapitel in dem hier vorliegenden Ergebnisband verwiesen.

Im Schnitt waren die Befragten zum Zeitpunkt der Untersuchung seit 9,8 Jahren an einer wissenschaftlichen Einrichtung beschäftigt; darunter sind aber auch viele Personen mit kürzerer Beschäftigungszeit. Zu den größten Fächergruppen im vorliegenden Sample gehören die „Mathematik und Naturwissenschaften“ (25,3%), die Ingenieurwissenschaften (16,6%), die „Kultur-, Geistes- und Erziehungswissenschaften“ (13,5%) sowie die „Wirtschaftswissenschaften“ mit 10,7%.

Fast alle Befragten arbeiten zumindest zum Teil auch in der Forschung (92,2%), der Großteil auch in der Lehre (87,4%). Die Wissenschaftsadministration gehört dagegen nur bei 67% zu ihrem Tätigkeitsfeld und die Wissenschaftskommunikation erklären 44,6% 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 34,6% des Zeitbudgets für die Forschung aufgewendet wird, 38,7% für die Lehre, 12,1% für die Wissenschaftsadministration, und 6,2% für die Wissenschaftskommunikation.

Die meisten Befragten nahmen in 2012 ein bis zwei mal pro Jahr an Konferenzen teil (49%). Immerhin nahmen 22,8% an keiner Konferenz teil; 28% nahmen pro Jahr drei mal oder sogar häufiger an Konferenzen teil. Die meisten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler besitzen 1-3 Mitgliedschaften in Berufs- oder Fachorganisationen (56,4%) und 15,4% üben mindestens ein Amt in einer Fachorganisation aus.

Nutzung von Web 2.0-Diensten. Der Dienst, der von den meisten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern genutzt wird ist „Wikipedia“ (98,5%). Ebenfalls von vielen Befragten genutzt werden Video- oder Foto Community-Portale wie YouTube oder Flickr (78,70%). 77,4% 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 (15,7%) oder Social Bookmarking-Dienste wie z.B. „Delicious“ oder „Bibsonomy“ (6,0%).

Nutzung beruflich/privat. Unterscheidet man zwischen eher beruflicher und eher privater Nutzung, kann festgestellt werden, dass „Online-Archive/Datenbanken“ (62,3%), Lernmanagementsysteme (48,1%) sowie Literaturverwaltungsdienste wie z.B. „Mendeley“ oder „Zotero“ (43,6%) besonders häufig im beruflichen Kontext eingesetzt werden.

Nutzungsintensität. Schaut man sich die Intensität der Nutzung bestimmter 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% Intensivnutzer/innen, die Soziale Netzwerke täglich bis mehrmals täglich nutzen. Interessant ist weiterhin, dass Wikipedia als der am häufigsten genutzte Dienst fast 30% Intensivnutzer/innen aufweist (54% Durchschnittsnutzer/innen und 14,7% „Gelegentliche Nutzer/innen). Andere Dienste mit hohen Anteilen an Intensivnutzer/innen sind Content Sharing/Cloud-Dienste (31,3%) und Lernmanagementsysteme (29,1%).

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 (60,7%), Lernmanagementsysteme (42,4%) sowie Online-Archive/Datenbanken (31,4%). *Im Rahmen der Forschung* werden besonders häufig Online-Archive/Datenbanken (63,5%), Wikipedia (55,8%) sowie Anwendungen zur Literaturverwaltung (41,5%) genutzt. *Im Kontext der Wissenschaftskommunikation* werden am häufigsten Mailinglisten (39,5%), Videokonferenz/VoIP-Systeme (31,9%) sowie „Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke“ (31,2%) eingesetzt. Wenn es um die *Wissenschaftsadministration* geht, werden besonders häufig Mailinglisten (21,2%), Content Sharing/Cloud-Dienste (20,2%) sowie Videokonferenz/VoIP-Dienste (14,3%) verwendet.

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 oder 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

„Online-Archive“ oder „Datenbanken“. Über die Hälfte der Befragten gibt an, für die Recherchetätigkeit auf Wikipedia zurückzugreifen. Literaturverwaltungstools spielen ebenfalls eine Rolle für die Recherche.

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, tun die meisten Personen dies mit ihrem Notebook oder PC. Fast 50% nutzen dazu aber auch schon ein Smartphone. Der Begriff der „Virtuelle Forschungsumgebung“ ist fast allen Forschenden unbekannt. 87,9% der Befragten können mit dem Begriff nichts anfangen.

Identifizierung von typischen Web 2.0-Nutzergruppen. Mit Hilfe einer durchgeführten Clusteranalyse konnten vier unterschiedliche Nutzergruppen identifiziert werden:

„Ms Maker“: Sie ist die selbstbewusste wissenschaftliche Mitarbeiterin oder Professorin, die Web 2.0-Dienste wöchentlich bis mehrmals wöchentlich nutzt und einen ausgeprägten Sinn für das Thema Privatsphäre im Internet hat.

„Mr Tech“: Mr Tech nutzt als wissenschaftlicher Mitarbeiter oder Professor Web 2.0-Dienste wöchentlich bis mehrmals wöchentlich und ist „Neuen Medien“ gegenüber sehr aufgeschlossen.

„Mr Classic“: Mr Classic ist der eher ältere, gelegentliche Nutzer von Web 2.0-Diensten, der als Professor/Professorin od. wissenschaftliche Mitarbeiter/Mitarbeiterin den „Neuen Medien“ gegenüber eher wenig aufgeschlossen ist und mit diesen Medien weniger selbstbewusst umgeht.

„**Mr Nerd**“: Mr. Nerd ist als wissenschaftlicher Mitarbeiter/Mitarbeiterin oder auch als Professor/Professorin intensiver Nutzer von Web 2.0-Diensten und wenig über seine Privatsphäre besorgt. Zudem ist dieser Typus wenig ängstlich, wenn es um die Nutzung von „Sozialen Medien“ geht und ist „Neuen Medien“ gegenüber sehr aufgeschlossen.

6.2 Diskussion

Auch wenn der ursprüngliche Anspruch auf Repräsentativität durch die Struktur des Samples und die entsprechenden Umstände der Datenerhebung letztlich nur eingeschränkt eingelöst werden konnte, ist davon auszugehen, dass sich die sehr klaren und deutlichen (Haupt-)Ergebnisse der Studie verallgemeinern lassen. Zu diesen klaren Ergebnissen gehört beispielsweise die Verteilung der verschiedenen Web 2.0-Dienste in Bezug auf ihre Nutzung bzw. Nicht-Nutzung (vgl. Kap. 3.1 u. Kap. 3.2).

Was die Clusterlösung betrifft, könnte man - unter Verwendung anderer Ausgangsvariablen – sicherlich auch zu einer anderen Clusterlösung gelangen als der, die hier beschrieben wurde. Doch stellt das Ergebnis der Clusteranalyse einen *methodisch nachvollziehbaren* und *plausiblen* Ansatz dar, der die Heterogenität der Daten ausreichend strukturiert und genügend Material bietet, um weitere Hypothesen in diesem Forschungsfeld zu generieren.

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 sicher 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.

Nimmt man die Ergebnisse der Studie ernst, so lässt sich daraus z.B. für die Arbeit von Bibliotheken und Fachbibliotheken ableiten, dass die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler heutzutage da abgeholt werden müssen, wo ihr Wissenschaftsalltag oft stattfinden, nämlich im Netz, z.B. durch die Anbindung und Verknüpfung der umfangreichen Informationsquellen der Bibliotheken mit den Möglichkeiten und der Reichweite eines Systems wie Wikipedia.

Anhang

A. Ergänzende Statistiken der deskriptiven Auswertung

Tabelle 1, Anhang A: Eingrenzung der Fächergruppe durch die Befragten

	n	Prozent	Gültige Prozepte	Kumulierte Prozepte
Agrarökonomie	6	,8	,8	,8
Agrarwissenschaft/Landwirtschaft	4	,5	,5	1,3
Gesundheitspädagogik	4	,5	,5	1,8
Gesundheitswissenschaften/-management	2	,3	,3	2,1
Nichtärztliche Heilberufe/Therapien	2	,3	,3	2,3
Pflegewissenschaft/ -management	4	,5	,5	2,8
Lebensmitteltechnologie	3	,4	,4	3,2
Milch- und Molkereiwirtschaft	1	,1	,1	3,3
Pflanzenproduktion	1	,1	,1	3,5
Tierproduktion	4	,5	,5	4,0
Medizin (Allgemein-Medizin)	18	2,3	2,3	6,3
Architektur	4	,5	,5	6,8
Bauingenieurwesen/Ingenieurbau	14	1,8	1,8	8,6
Chemie-Ingenieurwesen/Chemietechnik	1	,1	,1	8,7
Druck- und Reproduktionstechnik	1	,1	,1	8,9
Elektrische Energietechnik	4	,5	,5	9,4
Elektrotechnik/Elektronik	17	2,2	2,2	11,6
Energietechnik (ohne Elektrotechnik)	3	,4	,4	12,0
Fertigungs-/Produktionstechnik	9	1,2	1,2	13,1
Gesundheitstechnik	3	,4	,4	13,5
Innenarchitektur	1	,1	,1	13,6
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Ingenieurwissenschaften)	3	,4	,4	14,0
Kartographie	1	,1	,1	14,1
Kerntechnik/Kernverfahrenstechnik	2	,3	,3	14,4
Luft- und Raumfahrttechnik	12	1,5	1,5	15,9
Maschinenbau/-wesen	16	2,1	2,1	18,0
Mechatronik	5	,6	,6	18,6
Medientechnik	3	,4	,4	19,0
Mikrosystemtechnik	1	,1	,1	19,2
Nachrichten-/Informationstechnik	10	1,3	1,3	20,4
Nautik/Seefahrt	2	,3	,3	20,7
Physikalische Technik	2	,3	,3	21,0
Umweltschutz	2	,3	,3	21,2
Verfahrenstechnik	5	,6	,6	21,9
Verkehringenieurwesen	1	,1	,1	22,0
Vermessungswesen (Geodäsie)	4	,5	,5	22,5
Werkstoffwissenschaften	3	,4	,4	22,9
Wirtschaftsingenieurwesen mit ingenieurwiss. Schwerpunkt	3	,4	,4	23,3
Anthropologie (Humanbiologie)	1	,1	,1	23,4
Biochemie	7	,9	,9	24,3
Biologie	36	4,6	4,6	28,9
Biomedizin	4	,5	,5	29,4
Biotechnologie	8	1,0	1,0	30,5
Chemie	25	3,2	3,2	33,7
Computer- und Kommunikationstechniken	1	,1	,1	33,8
Geographie/Erdkunde	8	1,0	1,0	34,8
Geoökologie/Biogeographie	1	,1	,1	35,0
Geowissenschaften	9	1,2	1,2	36,1
Informatik	56	7,2	7,2	43,3
Ingenieurinformatik/Technische	2	,3	,3	43,6
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Naturwissenschaften)	2	,3	,3	43,8

Tabelle 1, Anhang A: Eingrenzung der Fächergruppe durch die Befragten

Lebensmittelchemie	1	,1	,1	44,0
Mathematik	23	3,0	3,0	46,9
Mathematische Statistik/Wahrscheinlichkeitsberechnung	3	,4	,4	47,3
Medieninformatik	1	,1	,1	47,4
Medizinische Informatik	2	,3	,3	47,7
Meteorologie	3	,4	,4	48,1
Ozeanographie	2	,3	,3	48,3
Pharmazie	6	,8	,8	49,1
Physik	35	4,5	4,5	53,6
Technomathematik	1	,1	,1	53,7
Wirtschafts-/Sozialgeographie	1	,1	,1	53,9
Wirtschaftsinformatik	16	2,1	2,1	55,9
Betriebswirtschaftslehre	32	4,1	4,1	60,0
Internationale Betriebswirtschaft/Management	1	,1	,1	60,2
Medienwirtschaft/Medienmanagement	3	,4	,4	60,5
Tourismuswirtschaft	2	,3	,3	60,8
Verkehrswirtschaft	1	,1	,1	60,9
Volkswirtschaftslehre	15	1,9	1,9	62,9
Wirtschaftsingenieurwesen mit wirtschaftswiss. Schwerpunkt	1	,1	,1	63,0
Wirtschaftspädagogik	2	,3	,3	63,2
Wirtschaftswissenschaften	16	2,1	2,1	65,3
Angewandte Kunst	4	,5	,5	65,8
Bildende Kunst/Graphik	2	,3	,3	66,1
Darstellende Kunst/Bühnenkunst/Regie	1	,1	,1	66,2
Edelstein- und Schmuckdesign	1	,1	,1	66,3
Film und Fernsehen	2	,3	,3	66,6
Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	2	,3	,3	66,8
Industriedesign/Produktgestaltung	1	,1	,1	67,0
Instrumentalmusik	1	,1	,1	67,1
Jazz und Populärmusik	1	,1	,1	67,2
Komposition	1	,1	,1	67,4
Kunstgeschichte, Kunstwissenschaft	3	,4	,4	67,7
Musikerziehung	1	,1	,1	67,9
Musikwissenschaft/-geschichte	7	,9	,9	68,8
Restaurierungskunde	1	,1	,1	68,9
Schauspiel	1	,1	,1	69,0
Sportwissenschaft	3	,4	,4	69,4
Kommunikationswissenschaft/Publizistik	12	1,5	1,5	71,0
Politikwissenschaft/Politologie	6	,8	,8	71,7
Regionalwissenschaften: Lateinamerika	1	,1	,1	71,9
Soziale Arbeit	6	,8	,8	72,6
Sozialpädagogik	2	,3	,3	72,9
Sozialwesen	2	,3	,3	73,1
Sozialwissenschaft	2	,3	,3	73,4
Soziologie	7	,9	,9	74,3
Alte Geschichte	3	,4	,4	74,7
Archäologie	1	,1	,1	74,8
Ausländerpädagogik	1	,1	,1	74,9
Berufspädagogik	2	,3	,3	75,2
Erwachsenenbildung und außerschulische Jugendbildung	4	,5	,5	75,7
Erziehungswissenschaft (Pädagogik)	19	2,4	2,4	78,1
Geschichte	5	,6	,6	78,8
Grundschul-/Primarstufenpädagogik	3	,4	,4	79,2
Lernbehindertpädagogik	1	,1	,1	79,3
Mittlere und neuere Geschichte	2	,3	,3	79,6
Philosophie	4	,5	,5	80,1
Religionswissenschaft	1	,1	,1	80,2
Schulpädagogik	2	,3	,3	80,5
Sonderpädagogik	5	,6	,6	81,1
Sprachheilpädagogik/Logopädie	2	,3	,3	81,4

Tabelle 1, Anhang A: Eingrenzung der Fächergruppe durch die Befragten

Wirtschafts-/Sozialgeschichte	2	,3	,3	81,6
Allgemeine Literaturwissenschaft	1	,1	,1	81,7
Allgemeine Sprachwissenschaft/Indogermanistik	4	,5	,5	82,3
Amerikanistik/Amerikakunde	2	,3	,3	82,5
Angewandte Sprachwissenschaft	4	,5	,5	83,0
Anglistik/Englisch	3	,4	,4	83,4
Bibliothekswissenschaft/-wesen (nicht an Verwaltungsfachhochschulen)	8	1,0	1,0	84,4
Computerlinguistik	1	,1	,1	84,6
Dokumentationswissenschaft	1	,1	,1	84,7
Europäische Ethnologie und Kulturwissenschaft	2	,3	,3	85,0
Evang. Theologie, -Religionslehre	1	,1	,1	85,1
Germanistik/Deutsch	8	1,0	1,0	86,1
Hebräisch/Judaistik	1	,1	,1	86,2
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Sprach- und Kulturwissenschaften)	2	,3	,3	86,5
Kath. Theologie, -Religionslehre	1	,1	,1	86,6
Lernbereich Sprach- und Kulturwissenschaften	3	,4	,4	87,0
Medienwissenschaft	9	1,2	1,2	88,2
Psychologie	28	3,6	3,6	91,8
Romanistik (Roman. Philologie, Einzelsprachen a.n.g.)	3	,4	,4	92,2
Slawistik (Slaw. Philologie)	1	,1	,1	92,3
Turkologie	1	,1	,1	92,4
Rechtswissenschaft	21	2,7	2,7	95,1
Bibliothekswesen	2	,3	,3	95,4
Interdisziplinäre Studien (Schwerpunkt Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften)	10	1,3	1,3	96,7
Sonstige	26	3,3	3,3	100,0
Gesamt	778	100,0	100,0	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Tabelle 2, Anhang A: Aufschlüsselung der Antwortmöglichkeit „Anderes Fach“ (n=112)

		Fach in Fächergruppe			
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Informatik	26	23,2	23,2	23,2
	Sonstiges	12	10,7	10,7	33,9
	Psychologie	8	7,1	7,1	41,1
	Wirtschaftsinformatik	7	6,3	6,3	47,3
	Geowissenschaften	6	5,4	5,4	52,7
	Medienwissenschaft	6	5,4	5,4	58,0
	Bibliothekswissenschaft/-wesen (nicht an Verwaltungsfachhochschulen)	5	4,5	4,5	62,5
	Biologie	4	3,6	3,6	66,1
	Angewandte Kunst	4	3,6	3,6	69,6
	Musikwissenschaft/-geschichte	3	2,7	2,7	72,3
	Soziale Arbeit	3	2,7	2,7	75,0
	Pflegewissenschaft/ -management	2	1,8	1,8	76,8
	Architektur	2	1,8	1,8	78,6
	Angewandte Sprachwissenschaft	2	1,8	1,8	80,4
	Bibliothekswesen	2	1,8	1,8	82,1
	Gesundheitswissenschaften/-management	1	,9	,9	83,0
	Nichtärztliche Heilberufe/Therapien	1	,9	,9	83,9
	Lebensmitteltechnologie	1	,9	,9	84,8
	Nachrichten-/Informationstechnik	1	,9	,9	85,7
	Nautik/Seefahrt	1	,9	,9	86,6
	Umweltschutz	1	,9	,9	87,5
	Chemie	1	,9	,9	88,4
	Geographie/Erdkunde	1	,9	,9	89,3
	Mathematische Statistik/Wahrscheinlichkeitsberechnung	1	,9	,9	90,2
	Medieninformatik	1	,9	,9	91,1
	Medienwirtschaft/Medienmanagement	1	,9	,9	92,0
	Wirtschaftsingenieurwesen mit wirtschaftswiss. Schwerpunkt	1	,9	,9	92,9
	Wirtschaftswissenschaften	1	,9	,9	93,8
	Graphikdesign/Kommunikationsgestaltung	1	,9	,9	94,6
	Industriedesign/Produktgestaltung	1	,9	,9	95,5
	Kunstgeschichte, Kunstwissenschaft	1	,9	,9	96,4
	Kommunikationswissenschaft/Publizistik	1	,9	,9	97,3
	Erwachsenenbildung und außerschulische Jugendbildung	1	,9	,9	98,2
Wirtschafts-/Sozialgeschichte	1	,9	,9	99,1	
Europäische Ethnologie und Kulturwissenschaft	1	,9	,9	100,0	
Gesamt		112	100,0	100,0	

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778, n=112 „Anderes Fach“)

Quelle: Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (2013)

Die folgende Abbildung zeigt ein zusammenfassendes Schema des Vergleichs der Variablen, die in die Clusteranalyse eingegangen sind.



Abbildung 1, Anhang A: Clustervergleich auf der Grundlage der Basisvariablen, die in das Modell der Two-Step-Clusteranalyse aufgenommen wurden.

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

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

	Cluster 1. Durchschnitt- liche Nutzer / weiblich	Cluster 2. Durchschnitt- liche Nutzer / männlich	Cluster 3. Gelegentliche Nutzer / eher männlich	Cluster 4. Intensiv- Nutzer/ eher männlich	ge- sam
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	3,32	3,49	2,63	4,83	3,67
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	2,32	2,83	1,5	3,61	2,7
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	1,87	2,13	1,41	3,43	2,15
Microblogs (z.B. Twitter)	3	3,13	1	4,58	3,53
Weblogs	2,5	2,87	2,25	4,15	2,98
Wikipedia	3,59	4,05	2,63	4,92	3,89
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	2,43	2,65	1,39	4,09	2,71
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	3,16	3,35	2,48	4,93	3,43
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	2,29	2,56	1,9	4,18	2,7
Internetforen	2,53	2,71	1,58	4,11	2,78
Mailinglisten	3,23	3,02	2,19	4,51	3,22
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	2,57	3,12	1,71	4,42	3,02
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	2,96	2,74	2,03	3,98	2,93
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	3,55	3,09	2,06	4,38	3,37
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	2,6	3	-	3,55	3,15
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	2,5	2,9	2,08	3,93	2,82
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	3,7	3,45	2,67	4,66	3,65

Basis: Mitarbeitende an deutschen Hochschulen/Fachhochschulen (n=778)

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

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

Zurück Weiter

Comment

MEDIEN ZENTRUM | ALEXANDER VON HUMBOLDT INSTITUT FÜR INTERNET UND GESELLSCHAFT | TIB | TECHNISCHE INFORMATIONSBIBLIOTHEK | Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement | Universität St.Gallen | ZB MED | Wissen für Mensch & Umwelt | ZBW | Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft | Leibniz Information Centre for Economics

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:

Zurück Weiter

Comment

MEDIEN ZENTRUM | ALEXANDER VON HUMBOLDT INSTITUT FÜR INTERNET UND GESELLSCHAFT | TIB | TECHNISCHE INFORMATIONSBIBLIOTHEK | Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement | Universität St.Gallen | ZB MED | Wissen für Mensch & Umwelt | ZBW | Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft | Leibniz Information Centre for Economics

Fragebogen – Seite 5

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum

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:

Fragebogen – Seite 6

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum

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 %

Fragebogen – Seite 7

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum

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

Comment

Fragebogen – Seite 8

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

Impressum

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 checked="" 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 checked="" type="radio"/>					
Mailinglisten	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>					
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>					
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>				
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>				
Microblogs (z.B. Twitter)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>				
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<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

Comment

Fragebogen – Seite 9

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

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

Comment

Fragebogen – Seite 10

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund

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

Comment

Fragebogen – Seite 11

Impressum

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

Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement

Fragebogen – Seite 12

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

Impressum

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

	Abstimmung/ Kommuni- kation	Datenerhebung/ -auswertung	Austausch von: Informationen	Daten	Materialien	Recherche	Andere
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"/>
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"/>
Weblogs	<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"/>
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"/>
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"/>
Internetforen	<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"/>
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"/>

Zurück Weiter

Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement

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 jemanden 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

MEDIEN ZENTRUM ALEXANDER VON HUMBOLDT INSTITUT FÜR INTERNET UND GESELLSCHAFT TIB TECHNISCHE INFORMATIONS BIBLIOTHEK Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement Universität St.Gallen ZB MED Wissen für Mensch & Umwelt ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft Leibniz Information Centre for Economics

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

MEDIEN ZENTRUM ALEXANDER VON HUMBOLDT INSTITUT FÜR INTERNET UND GESELLSCHAFT TIB TECHNISCHE INFORMATIONS BIBLIOTHEK Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement Universität St.Gallen ZB MED Wissen für Mensch & Umwelt ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft Leibniz Information Centre for Economics

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: GESCHLECHT DER BEFRAGTEN	10
TABELLE 2: ALTER (IN JAHREN)	11
TABELLE 3: ALTERSGRUPPEN	12
TABELLE 4: BESCHÄFTIGUNGSORT/HOCHSCHULART	13
TABELLE 5: REGIONEN (UNGEFÄHRE ZUORDNUNG)	14
TABELLE 6: HÖCHSTER AKADEMISCHER ABSCHLUSS	15
TABELLE 7: AKTUELLE FUNKTION AN EINER HOCHSCHULE/FORSCHUNGSEINRICHTUNG	17
TABELLE 8: IN WELCHEM FACHGEBIET TÄTIG? EIGENE EINSCHÄTZUNG	19
TABELLE 9: FÄCHERZUORDNUNG NACH DER SYSTEMATIK DES SBA	20
TABELLE 10: SAMPLE NACH SYSTEMATIK DES SBA (GRÖßTE FÄCHER) SOWIE NACH DEMOGRAFISCHEN VARIABLEN	21
TABELLE 11: TÄTIGKEITSSCHWERPUNKTE	22
TABELLE 12: TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT, MITTELWERTE DER PROZENTANGABEN	23
TABELLE 13: MITTLERE PROZENTUALE VERTEILUNG AUF DIE TÄTIGKEITSBEREICHE (SELBSTEINSCHÄTZUNG) NACH FUNKTION / WISSENSCHAFTLICHEM STATUS	24
TABELLE 14: MITTLERE PROZENTUALE VERTEILUNG DER ARBEITSZEIT AUF DIE TÄTIGKEITSBEREICHE (SELBSTEINSCHÄTZUNG)	25
TABELLE 15: ANZAHL TEILNAHMEN AN KONFERENZEN (IN 2012)	26
TABELLE 16: ANZAHL DER MITGLIEDSCHAFTEN IN FACH-/BERUFSORGANISATIONEN	27
TABELLE 17: ANZAHL OFFIZIELLER ÄMTER IN FACHORGANISATIONEN	28
TABELLE 18: NUTZUNG UND NICHT-NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN/WERKZEUGEN	29
TABELLE 19: UNTERSCHIEDUNG NACH BERUFLICHER UND PRIVATER NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN (A)	36
TABELLE 20: UNTERSCHIEDUNG NACH BERUFLICHER UND PRIVATER NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTEN (B)	37
TABELLE 21: HÄUFIGKEIT DER BERUFLICHEN NUTZUNG (A)	38
TABELLE 22: HÄUFIGKEIT DER BERUFLICHEN NUTZUNG (B)	39
TABELLE 23: NUTZUNGSTYPEN/BERUFLICH. ZUSAMMENFASSUNG DER HÄUFIGKEITSANGABEN	40
TABELLE 24: INTENSITÄT DER DIENSTE-NUTZUNG	42
TABELLE 25: WIE WERDEN DIE DIENSTE GENUTZT?	44

TABELLE 26: KONTEXT DER NUTZUNG. (A)	45
TABELLE 27: KONTEXT DER NUTZUNG. (B)	46
TABELLE 28: DIENSTE FÜR DEN ZWECK „ABSTIMMUNG/KOMMUNIKATION“	47
TABELLE 29: DIENSTE FÜR DIE „DATENERHEBUNG/DATENAUSWERTUNG“	48
TABELLE 30: DIENSTE FÜR DEN „AUSTAUSCH VON INFORMATIONEN“	48
TABELLE 31: DIENSTE FÜR DEN „AUSTAUSCH VON DATEN“	49
TABELLE 32: DIENSTE FÜR DEN „AUSTAUSCH VON MATERIALIEN“	49
TABELLE 33: DIENSTE FÜR DIE „RECHERCHE“	50
TABELLE 34: DIENSTE FÜR „ANDERE ZWECKE“	50
TABELLE 35: „WOZU NUTZEN SIE DIE FOLGENDEN WERKZEUGE IM KONTEXT IHRER FORSCHUNGSTÄTIGKEIT?“	51
TABELLE 36: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE NUTZUNG	52
TABELLE 37: VORRANGIGE GRÜNDE FÜR DIE NICHTNUTZUNG	53
TABELLE 38: INFORMATIONSQLLEN ZUM THEMA „NEUE ONLINE-WERKZEUGE“	54
TABELLE 39: ENDGERÄTE MIT DENEN AUF WEB 2.0-DIENSTE ZUGEGRIFFEN WIRD	55
TABELLE 40: BENUTZUNG UND KENNTNIS VON VIRTUELLEN FORSCHUNGSUMGEBUNGEN	56
TABELLE 41: NUTZUNGSINTENSITÄT NACH GESCHLECHT (MITTELWERTE)	56
TABELLE 42: NUTZUNGSINTENSITÄT NACH GESCHLECHT UND EINZELNEN DIENSTEN	57
TABELLE 43: KORRELATION ZWISCHEN ALTER UND NUTZUNGSINTENSITÄT	58
TABELLE 44: MITTELWERT NUTZUNGSINTENSITÄT WEB 2.0-DIENSTE GESAMT UND WISSENSCHAFTLICHE FUNKTION/STATUS	59
TABELLE 45: MITTELWERTE DER NUTZUNGSINTENSITÄT VERSCHIEDENER WEB 2.0- DIENSTE NACH UNTER-SCHIEDLICHEM WISSENSCHAFTLICHEN STATUS	64
TABELLE 46: MITTELWERT NUTZUNGSINTENSITÄT GESAMT NACH FÄCHEREINTEILUNG DES SBA	65
TABELLE 47: MITTELWERTE DER NUTZUNGSINTENSITÄT VERSCHIEDENER WEB 2.0- DIENSTE NACH UNTERSCHIEDLICHEN FÄCHERGRUPPEN	67
TABELLE 48: MITTELWERTE UND STANDARDABWEICHUNG DER ITEMS ZUM KONSTRUKT „SORGEN HINSICHTLICH PRIVATSPHÄRE/PRIVACY CONCERNS“	71
TABELLE 49: MITTELWERTE UND STANDARDABWEICHUNG DER ITEMS ZUM KONSTRUKT „ÄNGSTLICHKEIT IM UMGANG MIT SOZIALEN MEDIEN/COMPUTER ANXIETY“	71
TABELLE 50: MITTELWERTE UND STANDARDABWEICHUNG DER ITEMS ZUM KONSTRUKT „AUFGESCHLOSSENHEIT FÜR NEUE MEDIEN/CURIOSITY“	72

TABELLE 51: MITTELWERTE UND STANDARDABWEICHUNG DER ITEMS ZUM KONSTRUKT „SELBSTBEWUSSTSEIN IM UMGANG MIT NEUEN MEDIEN/SELF-EFFICACY“	72
TABELLE 52: RELIABILITÄTSSTATISTIK DER SKALEN	73
TABELLE 53: UNTERSCHIEDE IN DEN EINSTELLUNGSSKALEN NACH GESCHLECHT	74
TABELLE 54: KORRELATION ZWISCHEN DER VARIABLE ALTER UND DEN EINSTELLUNGSKONSTRUKTEN	75
TABELLE 55: SKALENMITTELWERTE DER EINSTELLUNGEN UND WISSENSCHAFTLICHER STATUS	75
TABELLE 56: SKALENMITTELWERTE DER EINSTELLUNGEN UND FÄCHERGRUPPEN (SBA)	77
TABELLE 57: NUTZUNGSTYPEN NACH NUTZUNGSINTENSITÄT (DURCHSCHNITTLICHE NUTZUNGSINTENSITÄT ÜBER ALLE WEB 2.-DIENSTE)	78
TABELLE 58: GRUPPEN MIT UNTERSCHIEDLICH INTENSIVER NUTZUNG	79
TABELLE 59: NUTZUNGSTYPEN UND DEMOGRAFISCHE VARIABLEN	80
TABELLE 60: PROZENTUALE ANTEILE DER FÄLLE AN DEN JEWEILIGEN CLUSTERN	83
TABELLE 61: ZUORDNUNG DER VARIABLE GESCHLECHT ZU DEN VIER CLUSTERN	84
TABELLE 62: ZUORDNUNG DER DREI NUTZUNGSTYPEN ZU DEN VIER CLUSTERN	84
TABELLE 63: MITTELWERTE DER STETIGEN VARIABLEN IM CLUSTER-MODELL*	85
TABELLE 64: BENENNUNG DER CLUSTER	86
TABELLE 65: CLUSTERLÖSUNG MIT ZUORDNUNG VON MERKMALEN ZU DEN EINZELNEN CLUSTERN SOWIE BENENNUNG DER CLUSTER	91
TABELLE 66: CLUSTER UND AKTUELLE FUNKTION AN EINER HOCHSCHULE/FORSCHUNGSEINRICHTUNG	93

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: SELEKTIONSRATE AUF DEM WEG ZUM BEARBEITETEN FRAGEBOGEN.	7
ABBILDUNG 2: SAMPLE NACH GESCHLECHT	11
ABBILDUNG 3: ALTERSVERTEILUNG	12
ABBILDUNG 4: VERTEILUNG DER ALTERSGRUPPEN	13
ABBILDUNG 5: BESCHÄFTIGUNGSORT/HOCHSCHULART1	14
ABBILDUNG 6: REGIONEN – AUS WELCHEN REGIONEN STAMMEN DIE BEFRAGTEN?	15
ABBILDUNG 7: HÖCHSTER AKADEMISCHER ABSCHLUSS	16
ABBILDUNG 8: AKTUELLE FUNKTION (WISSENSCHAFTLICHER STATUS)	17
ABBILDUNG 9: BESCHÄFTIGUNG AN DER HOCHSCHULE/EINRICHTUNG IN JAHREN	18
ABBILDUNG 10: IN WELCHEM FACHGEBIET TÄTIG? EIGENE EINSCHÄTZUNG	20
ABBILDUNG 11: TÄTIGKEITSSCHWERPUNKTE GESAMTVERTEILUNG	22
ABBILDUNG 12: ANZAHL DER KONFERENZTEILNAHMEN IN 2012 (ANTEILE IN PROZENT)	26
ABBILDUNG 13: ANZAHL DER MITGLIEDSCHAFTEN IN FACHORGANISATIONEN (IN PROZENT)	27
ABBILDUNG 14: ANZAHL DER OFFIZIELLEN ÄMTER IN BERUFS- UND FACHORGANISATIONEN	28
ABBILDUNG 15: NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTE (IN PROZENT)	31
ABBILDUNG 16: NUTZUNG VON WEB 2.0-DIENSTE (PROZENT)	41
ABBILDUNG 17: NUTZUNGSINTENSITÄT DER BERUFLICH GENUTZTEN WEB 2.0-DIENSTE	43
ABBILDUNG 18: MIT WELCHEN GERÄTEN GREIFEN DIE NUTZER AUF DIE WEB 2.0-DIESTE ZU?	55
ABBILDUNG 19: NUTZUNGSINTENSITÄT VON WEB 2.0-DIENSTE UND WISS. FUNKTION/STATUS	60
ABBILDUNG 20: NUTZUNGSINTENSITÄT VON ONLINE-ARCHIVEN/DATENB. UND WISS. STATUS	61
ABBILDUNG 21: NUTZUNGSINTENSITÄT LITERATURVERWALTUNGSDIENSTE UND WISS. STATUS	63
ABBILDUNG 22: : NUTZUNGSINTENSITÄT VON LERNMANAGEMENTSYSTEMEN U. WISS. STATUS	64

ABBILDUNG 23: NUTZUNGSINTENSITÄT GESAMT UND SBA-FÄCHERGRUPPEN	66
ABBILDUNG 24: NUTZUNGSINTENSITÄT VON ONLINE-ARCHIVEN/DATENBANKEN UND GRÖßTE SBA-FÄCHERGRUPPEN	68
ABBILDUNG 25: EINSTELLUNGSMESSUNG: SKALENMITTELWERTE DER EINZELNEN ITEMS	73
ABBILDUNG 26: EINSTELLUNGSMESSUNG: SKALA „SELBSTBEWUSSTSEIN IM UMGANG MIT NEUEN MEDIEN“ (SELBSTWIRKSAMKEIT) U. WISSENSCHAFTLICHER STATUS ...	76
ABBILDUNG 27: EINSTELLUNGSMESSUNG: SKALA „AUFGESCHLOSSENHEIT FÜR NEUEN MEDIEN/CURIOSITY“ U. WISSENSCHAFTLICHER STATUS	77
ABBILDUNG 28: NUTZUNGSTYPEN VON WEB2.0-WERKZEUGEN	79
ABBILDUNG 29: CLUSTER-QUALITÄT DES GEWÄHLTEN CLUSTER-MODELLS	82
ABBILDUNG 30: CLUSTER-GRÖßEN DER VIER-CLUSTER-LÖSUNG	82

Literaturverzeichnis

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 (IN-COBI): 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.