

### GESIS Potentialanalyse: IZ, ZA, ZUMA im Urteil von Soziologieprofessorinnen und -professoren ; September 2001

Binder, Gisbert; Klein, Markus; Porst, Rolf; Stahl, Matthias

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

**Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:**

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Binder, G., Klein, M., Porst, R., & Stahl, M. (2001). *GESIS Potentialanalyse: IZ, ZA, ZUMA im Urteil von Soziologieprofessorinnen und -professoren ; September 2001*. (GESIS-Arbeitsbericht, 2). Bonn: Informationszentrum Sozialwissenschaften. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-200100>

#### Nutzungsbedingungen:

*Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.*

*Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.*

#### Terms of use:

*This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.*

*By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.*

# GESIS

GESIS-Arbeitsbericht Nr. 2

## **GESIS Potentialanalyse**

**IZ, ZA, ZUMA im Urteil von Soziologieprofessorinnen  
und -professoren**

Gisbert Binder, Markus Klein, Rolf Porst, Matthias Stahl

September 2001



---

## Inhalt

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Zur Anlage der Untersuchung</b>  | <b>5</b>  |
| 1.1      | Zeitlicher Ablauf und Fragestellungen   | 5         |
| 1.2      | Realisierte Interviews, Interviewerdauer und Kontaktzahl                                      | 8         |
| <b>2</b> | <b>Soziodemografische Angaben</b>   | <b>9</b>  |
| <b>3</b> | <b>Informationsverhalten</b>  | <b>14</b> |
| <b>4</b> | <b>Der Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute</b>                       | <b>18</b> |
| <b>5</b> | <b>Das Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ) aus der Sicht der Profession</b>         | <b>19</b> |
| 5.1      | Nutzer des IZ   | 19        |
| 5.2      | Bekanntheit und Bedeutung von SOLIS und FORIS   | 21        |
| 5.3      | Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des IZ  | 23        |
| 5.4      | Steigerung der Nutzungsintensität: Was könnte das IZ besser oder anders machen?               | 25        |
| 5.5      | Kontakt der Nutzer mit dem IZ   | 26        |
| 5.6      | Gesamtbeurteilung des IZ  | 27        |
| 5.7      | Gesamtbeurteilung: Vergleich mit der TRI:M-Studie 1998  | 29        |
| 5.8      | Alternativen zum IZ   | 30        |
| 5.9      | Zusammenfassung   | 31        |
| <b>6</b> | <b>Das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (ZA) aus der Sicht der Profession</b>     | <b>33</b> |
| 6.1      | Die Nutzung des Zentralarchivs  | 33        |
| 6.2      | Die Bekanntheit und Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im Einzelnen | 36        |
| 6.3      | Die Nutzung des ZA-Datenservice   | 38        |
| 6.3.1    | Die Weitergabe von Datensätzen an das Zentralarchiv   | 38        |
| 6.3.2    | Die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchiv   | 39        |
| 6.4      | Der Bezug von Datensätzen über das Zentralarchiv  | 44        |
| 6.5      | Die Bewertung des Zentralarchivs  | 51        |
| 6.6      | Zukunftsaufgaben des Zentralarchivs   | 52        |
| 6.7      | Alternativen zum Zentralarchiv  | 57        |
| 6.8      | Zusammenfassung   | 59        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>7 Das Zentrum für Umfragen und Analysen (ZUMA) aus der Sicht der Profession</b> | <b>62</b> |
| 7.1 ZUMA-Bewertung   | 62        |
| 7.2 ZUMA? Hab ich schon mal gehört   | 74        |
| 7.3 Fazit  | 75        |
| <b>8 Feldbericht als Anlage</b>  | <b>78</b> |
| 8.1 Einleitung   | 78        |
| 8.2 Stichprobe   | 78        |
| 8.3 Feldzeit   | 78        |
| 8.4 Fragebogen   | 79        |
| 8.5 Realisierte Interviews und Ausschöpfungsübersicht                              | 81        |
| 8.6 Interviewdauer und Kontaktanzahl   | 84        |
| 8.7 Besonderheiten   | 86        |
| 8.8 Zusammenfassung  | 92        |

# 1 Zur Anlage der Untersuchung

## 1.1 Zeitlicher Ablauf und Fragestellungen

Die Idee, die GESIS-Institute mittels einer telefonischen Befragung deutschsprachiger Soziologieprofessorinnen und -professoren evaluieren zu lassen, hat ihren Ursprung in der GESIS-Arbeitsgruppe „Qualitätssicherung“, dessen Leiter Prof. Mohler ist. Diese Arbeitsgruppe koordiniert auf der GESIS-Ebene die verschiedenen Aktivitäten hinsichtlich der Qualitätssicherung in den einzelnen Instituten. Die Gruppe der Soziologieprofessorinnen und -professoren gehört in allen drei Instituten zur Kerngruppe der (potentiellen) Nutzer. Insofern lag es nahe, eine gemeinsame Untersuchung als GESIS Gemeinschaftsprojekt zur Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Produkte und Dienstleistungen der GESIS durchzuführen. Mit der konkreten Durchführung des Projektes wurde ein Arbeitsteam - „Fragebogen-AG“ genannt - beauftragt, dem Gisbert Binder und Matthias Stahl (IZ), Markus Klein (ZA) und Rolf Porst (ZUMA) angehörten und das mit der Vorbereitung, Durchführung und Erstausswertung der Befragung betraut wurde. Das erste Arbeitstreffen dieses Teams fand am 28. September 1999 statt. Arbeitsschwerpunkt war zunächst die Entwicklung eines Befragungsinstrumentes, das neben einem allgemeinen Teil zur generellen Informationsgewinnung institutsspezifische Fragebogenteile für die drei Institute enthalten sollte. Ein erster Entwurf des Fragebogens konnte bereits in der Sitzung der AG Qualitätssicherung am 4. November 1999, eine modifizierte Fassung am 6. Dezember 1999 vorgestellt und diskutiert werden. Die anschließende Diskussion des Fragebogens in den einzelnen Instituten führte zu weiteren Änderungen. Der Fragebogen wurde danach von der ZUMA-Arbeitsgruppe CAI (Computer Assisted Interviewing) in die vorgesehene CATI-Version umgesetzt und im Mai 2000 einem ausführlichen Pretest unterzogen (Schneid & Stiegler 2000<sup>1</sup>). Aufgrund der Ergebnisse des Pretests wurde eine umfassende und umfängliche Revision und Kürzung des Befragungsinstrumentes vorgenommen. Dieser konnte dann bei der Haupterhebung im November und Dezember 2000 zum Einsatz kommen. Um eine hohe Ausschöpfungsquote zu errei-

---

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

chen, wurde die Hauptbefragung im Telefonlabor von ZUMA, unter Verantwortlichkeit von Angelika Stiegler und Michael Schneid, durchgeführt.

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

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

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

Der Fragebogen<sup>2</sup> selbst umfasst mehrere Befragungsblöcke. Einleitend sollten alle Befragten zunächst angeben, welche Quellen und Medien sie im allgemeinen für ihre Lehrveranstaltungen und für die Durchführung ihrer Forschungsarbeiten nutzen. Im Anschluss daran wurde die Relevanz verschiedenster Informationsquellen (von Universitätsbibliotheken über Datenbanken bis hin zum Internet) abgefragt. Es folgten dann die Fragen zum (gestützten) Bekanntheitsgrad von GESIS sowie den drei Instituten IZ, ZA und ZUMA. Danach verzweigte sich der Fragebogen in den jeweiligen institutsspezifischen Teil. Der institutsspezifische Fragenblock wurde natürlich nur dann aufgerufen, wenn die Zielperson zuvor angegeben hatte, dass sie das jeweilige Institut kennt. Im IZ wurden neben der Bekanntheit von Dienstleistungen und Produkten vertiefende Fragen zu den Datenbanken SOLIS und FORIS, zur CD-ROM WISO III und zum Sozialwissenschaftlichen Fachinformationsdienst (soFid) gestellt. Beim ZA ging es neben der Bekanntheit von Dienstleistungen und Produkten u.a. schwerpunktmäßig um die Archivierung, Suche, Aktualität usw. von Datensätzen. Bei ZUMA wurde zunächst die Inanspruchnahme von allgemeinen Beratungsleistungen bzw. Projektberatungen erhoben, im weiteren die Bekanntheit und Nutzung diverser Dienstleistungen und Produkte.

Auf die drei institutsspezifischen Befragungsblöcke folgten zwei Fragen zum (damaligen<sup>3</sup>) Internetangebot. Zum Interviewschluss folgten dann noch für alle Zielpersonen einige soziodemografische Fragen zum Alter, der Besoldungsstufe, den soziologischen Teildisziplinen, denen sich die Befragten zugehörig fühlten sowie dem aktuell bearbeiteten Thema in Forschung und Lehre. In der letzten Frage wurde eruiert, ob die Befragten an der Zusendung von Informationsmaterial zur GESIS interessiert waren.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Der genaue Wortlaut der Fragen und die Fragenabfolge ist dem Anhang zu entnehmen.

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

<sup>4</sup> 7 von 10 Professoren bekundeten immerhin ihr Interesse und wurden über das IZ mit Informationsmaterial versorgt

## 1.2 Realisierte Interviews, Interviewerdauer und Kontaktzahl<sup>5</sup>

Auf der Basis der 636 Personen konnten - in der Zeit vom 9. bzw. 14. November<sup>6</sup> bis 14. Dezember 2000 – insgesamt 431 befragt werden; davon gehören 79 der Gruppe derjenigen Professoren/innen an, die eine hohe Affinität zu GESIS aufweisen. Die Ausschöpfungsquote liegt damit bei beachtlichen 77,2%. Stichprobenneutrale Ausfälle, wie bspw. Telefon Nr. nicht mehr existent oder Zielperson verstorben, waren bei 39 Rufnummern festzustellen. 20 Personen befanden sich entweder zum Zeitpunkt der Befragung im Ausland oder hatten ein Freisemester, bei 11 Personen wurde nach mehr als 30 Kontaktversuchen der Versuch aufgegeben, sie zu befragen und 8 Personen waren zum Wintersemester 2000/2001 emeritiert. Bemerkenswert ist, dass nur eine einzige Person das Interview nicht zu Ende führte. Das kürzeste Interview dauerte 8 Minuten, das längste 89 Minuten. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug 23 Minuten und erfüllte damit die Anforderungen, die im Vorfeld aufgestellt waren, dass die Zielpersonen im Durchschnitt nicht länger als 30 Minuten interviewt werden sollten. Aufgrund der Erfahrungen, die die Mitarbeiter des ZUMA CATI-Studios in der Vergangenheit mit einer ähnlichen Population gemacht hatten, war von Anfang an klar, dass weitaus mehr Kontaktversuche als bei einer Bevölkerungsumfrage notwendig sein würden, bevor es zu einem realisierten Interview käme. Im Schnitt waren deshalb 7,2 Kontaktversuche nötig. Der Datensatz wurde von der ZUMA-Arbeitsgruppe CAI im Januar 2001 an die „Fragebogen-AG“ übergeben, die mit der Erstauswertung der Daten beauftragt worden war. Im folgenden Ergebnisteil werden zunächst Angaben zur Soziodemografie, zum generellen Informationsverhalten der Professorinnen und Professoren sowie dem (gestützten) Bekanntheitsgrad der GESIS vorgestellt, im Anschluss daran folgen die Ergebnisse der einzelnen Institute IZ/ZA/ZUMA.

---

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

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

## 2 Soziodemografische Angaben

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

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

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

(Keine Angabe N = 3)

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

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

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

(Keine Angabe N = 9)

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

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

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

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

---

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 3 Informationsverhalten

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

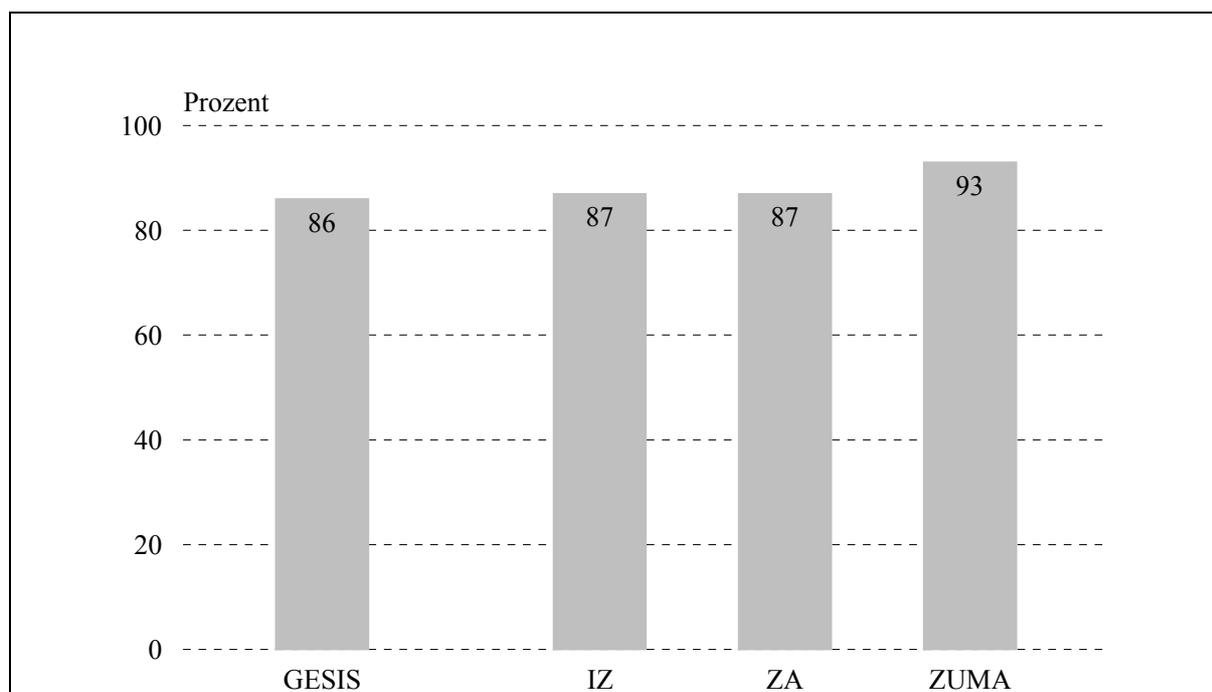
Neben der finanziellen Ausstattung spiegelt auch die **personale Ausstattung** den Status der befragten Professoren/innen wider: Nur 16% davon müssen bei der Informationssuche ohne Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auskommen. Dagegen können 361 (83,8%) bei der Informationsbeschaffung auf Mitarbeiter oder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

## 4 Der Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute

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

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

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

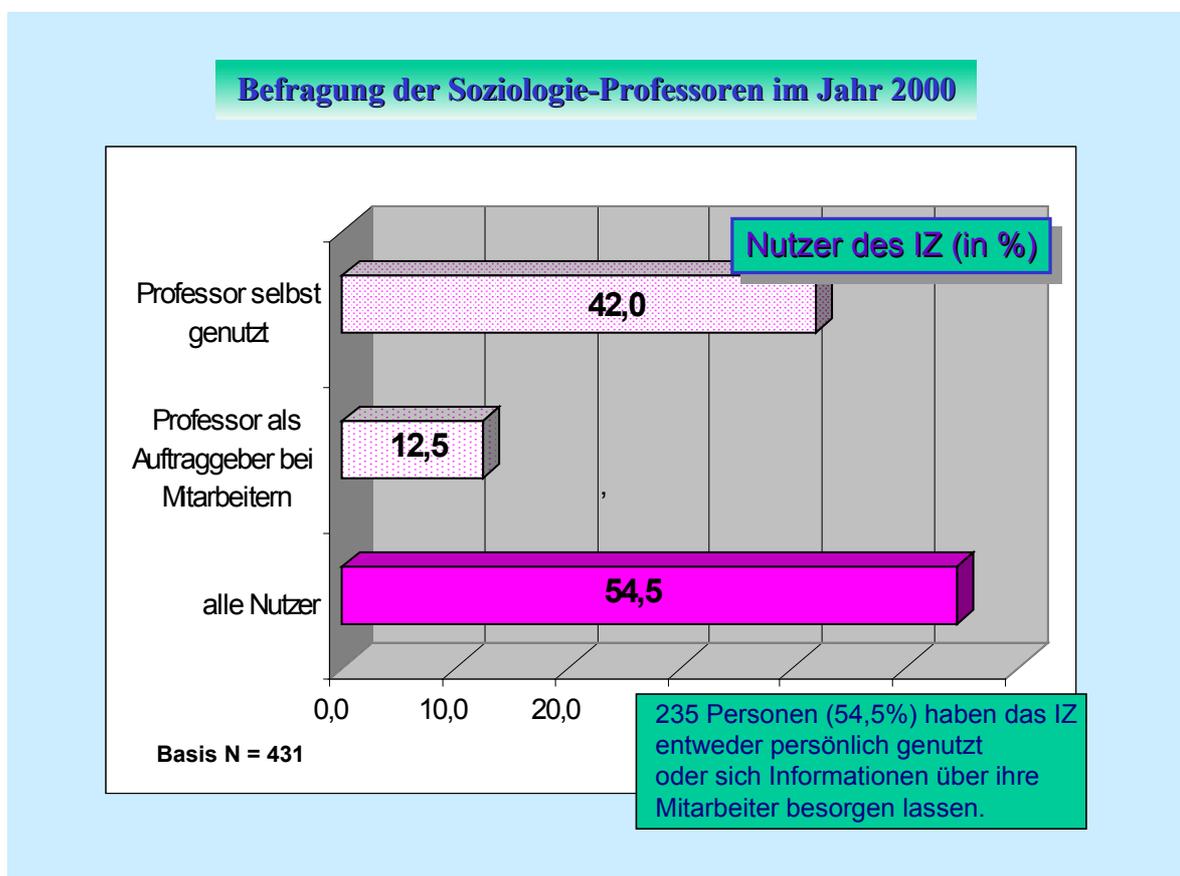


## 5 Das Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ) aus der Sicht der Profession

### 5.1 Nutzer des IZ

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

Abbildung 2: IZ - Nutzer



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

Von den 79 Befragten der Gruppe A (GESIS-Affine) nutzen 48 das IZ persönlich. Damit liegt der Anteil der persönlichen Nutzer bei dieser Gruppe bei

60,7%. Der Anteil der persönlichen Nutzer bei den Nicht-GESIS-Affinen beträgt dagegen 37,8% (133 von 352 Befragten).

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

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

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

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

Zu klären bleibt die Frage, weshalb diejenigen Professoren, die das IZ kennen, die angebotenen Dienstleistungen und Produkte nicht in Anspruch nehmen. In einer offenen Frage wurden sie deshalb gebeten, die Gründe für ihre bisherige Zurückhaltung zu nennen. Hierzu liegen 189 auswertbare Nennungen vor.

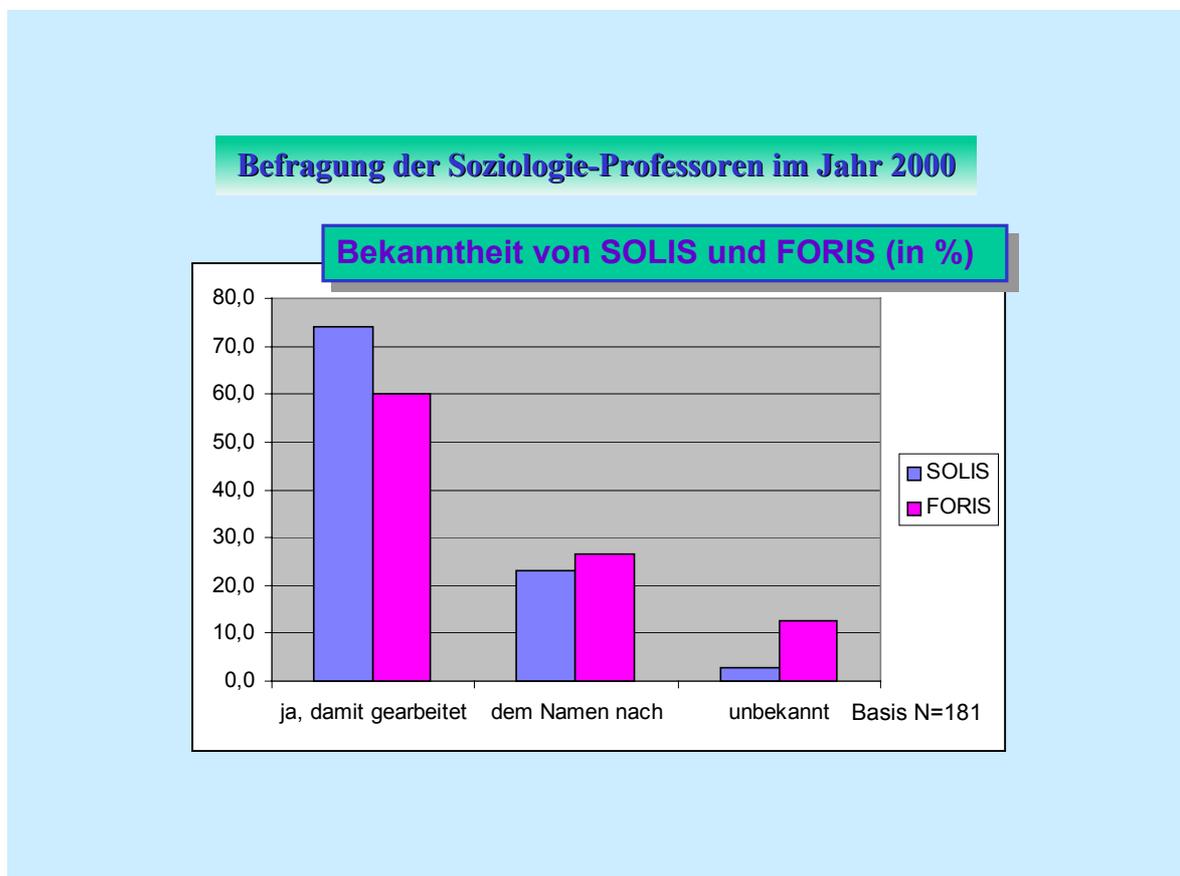
Der mit Abstand am häufigsten genannte Grund, die Datenbanken des IZ nicht zu nutzen, besteht darin, dass sie aus Sicht der Befragten für die teilweise sehr speziellen Fragestellungen ihrer Forschungen inhaltlich nichts hergeben (insgesamt 68 Nennungen). Die Äußerungen unter der Rubrik "kein Bedarf" können wahrscheinlich häufig so interpretiert werden, dass wohl ein Informationsbedarf besteht, dieser jedoch durch andere Quellen befriedigt wird. Die drei Kategorien "kein Bedarf", "Datenbanken des IZ geben nichts her" und "nutze andere Informationsquellen" decken mit insgesamt 127 Nennungen mehr als zwei Drittel aller genannten Gründe für die Nicht-Nutzung ab. Fehlende Informationen über das Angebot des IZ werden vergleichsweise selten beklagt (20 Nennungen) und spielen für die Entscheidung, das IZ nicht

zu nutzen, keine ausschlaggebende Rolle. Ebenso wenig ausschlaggebend sind Qualitäts- oder Zugangsprobleme (11 Nennungen) sowie Kostengründe (lediglich 3 Nennungen).

## 5.2 Bekanntheit und Bedeutung von SOLIS und FORIS

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

**Abbildung 3: Bekanntheit SOLIS und FORIS**



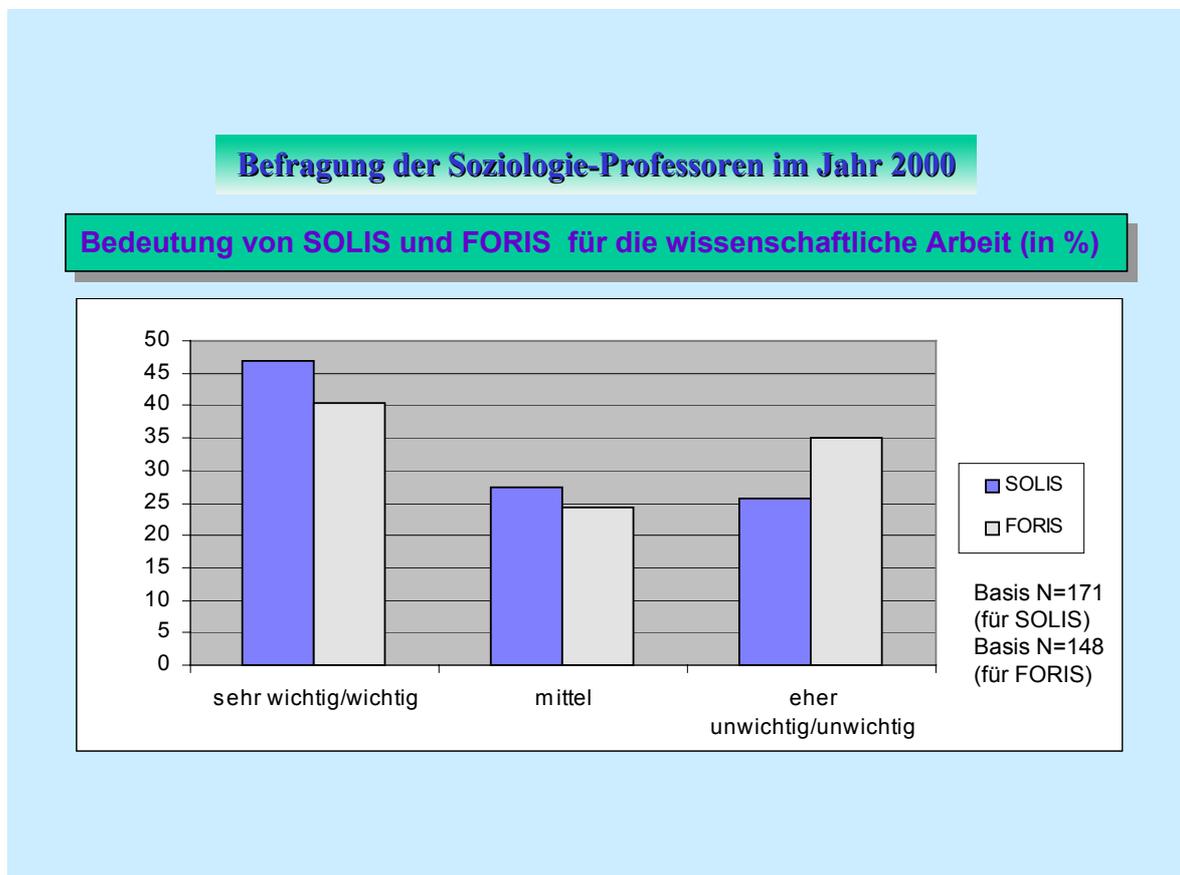
Von den 181 persönlichen Nutzern des IZ kennen ca. 97% die Datenbank SOLIS, drei Viertel haben schon damit gearbeitet.

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

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

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

**Abbildung 4: Bedeutung für die Arbeit**



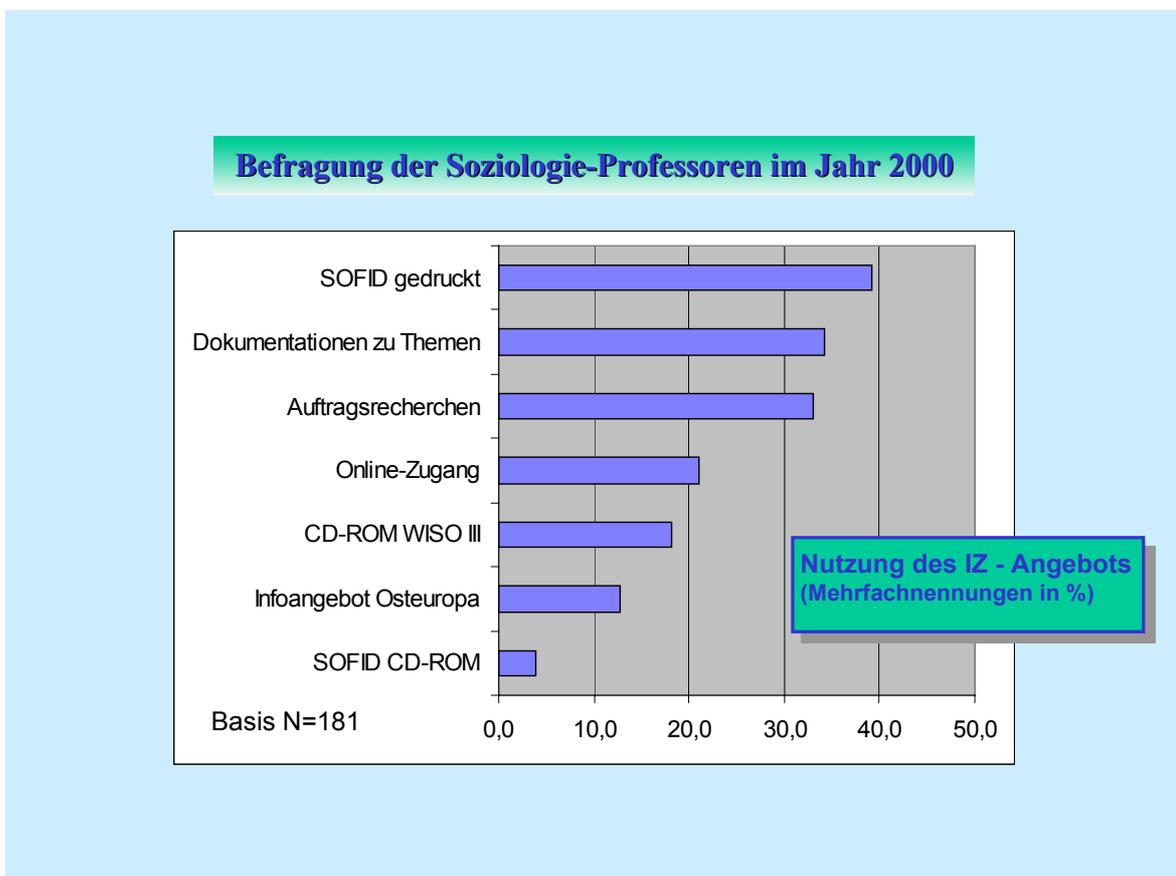
Nur 5 der 42 persönlichen Nutzer, die SOLIS für sich persönlich als eher unwichtig oder ganz unwichtig einschätzen, halten diese Datenbank auch für die Sozialwissenschaft insgesamt für unwichtig. 19 dieser Personen sehen sie dagegen für die Sozialwissenschaft insgesamt als sehr wichtig oder wichtig an.

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

### 5.3 Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des IZ

Es gibt verschiedene Alternativen, die beiden Datenbanken SOLIS und FORIS zu nutzen. Man kann erstens selbst auf den Online-Datenbanken über Hosts (STN International in Karlsruhe, DIMDI in Köln und GBI in München) oder auf der CD-ROM WISO III bzw. der soFid CD-ROM suchen. Zweitens besteht die Möglichkeit, die Dokumente aus FORIS und SOLIS in gedruckter Form zu beziehen und drittens, dem IZ einen Auftrag zugeben, nach vorgegebenen Kriterien spezielle Informationen in den Datenbanken zu recherchieren.

**Abbildung 5: IZ - Nutzung**



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

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

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

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

Die neue CD-ROM soFid<sup>9</sup> ist weitgehend unbekannt. Lediglich 7 Personen haben schon damit gearbeitet, 10 kennen sie dem Namen nach.

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

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

---

<sup>9</sup> Zum Zeitpunkt der Befragung erst ein gutes Jahr auf dem Markt.

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

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

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

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

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

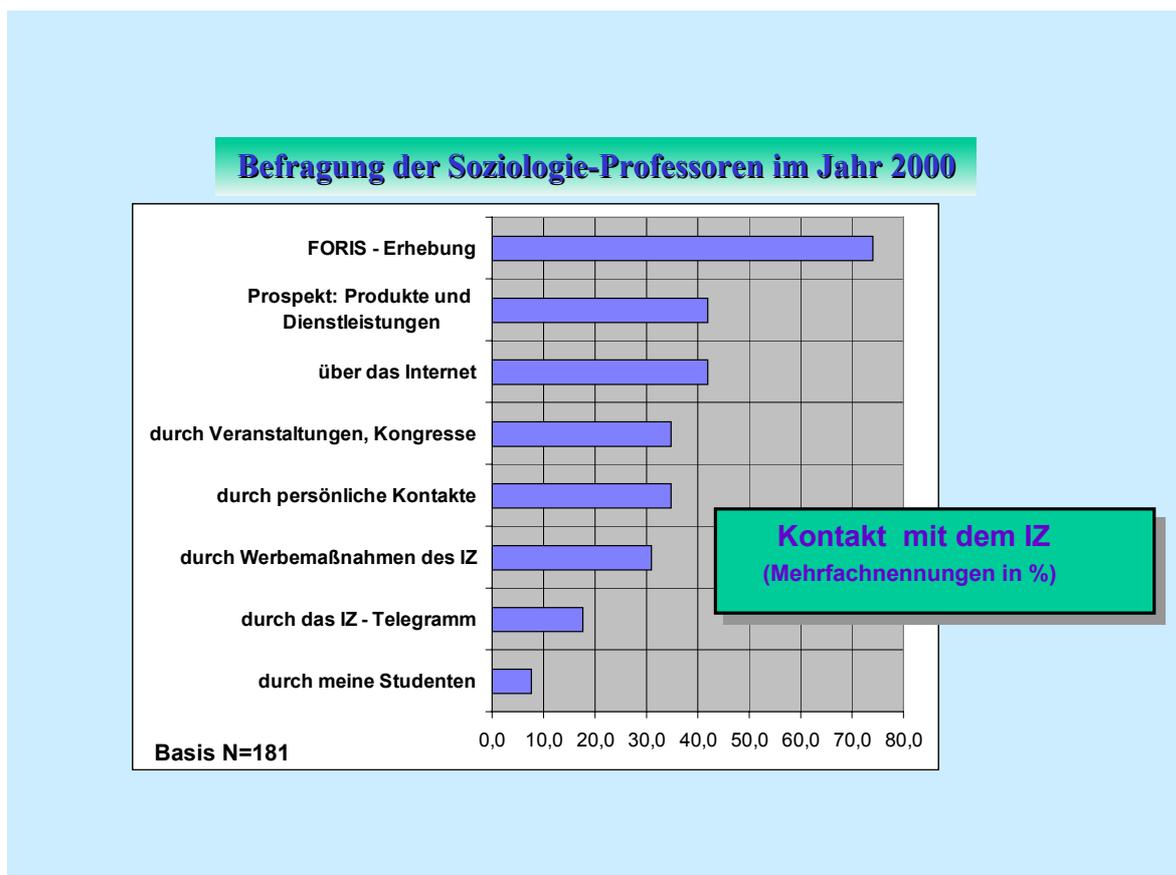
## 5.5 Kontakt der Nutzer mit dem IZ

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

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

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

**Abbildung 6: Kontakt mit dem IZ**



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

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

## 5.6 Gesamtbeurteilung des IZ

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

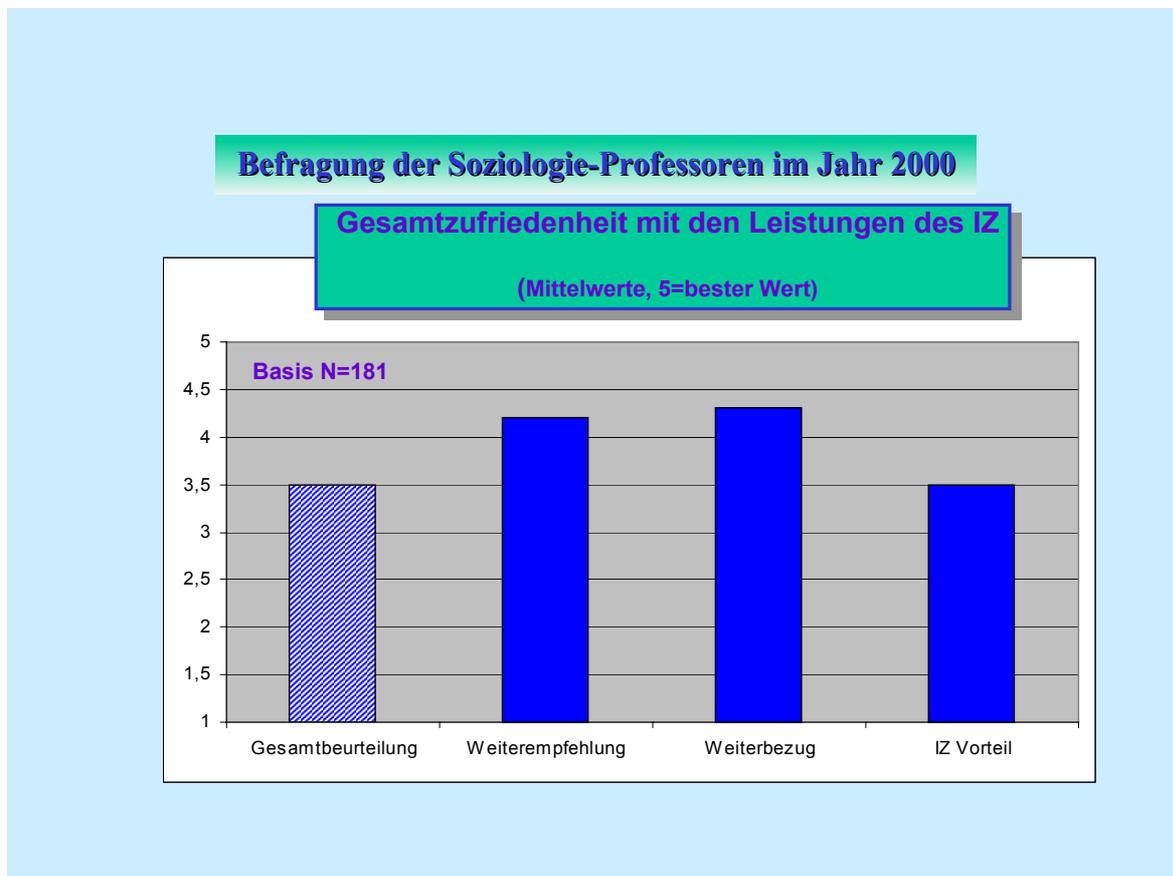
Die allgemeine Beurteilung, d. h. wie beurteilen die Nutzer insgesamt die Produkte und Dienstleistungen des IZ (Frage 1)<sup>10</sup> liegt zwischen „sehr gut“ und „gut“. 156 der 169 persönlichen Nutzer, die ein Votum abgaben, wählten eine der drei oberen Kategorien, davon 85 (ca. 50%) die Kategorien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

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

---

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

**Abbildung 7: Zufriedenheit mit dem IZ<sup>11</sup>**



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

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

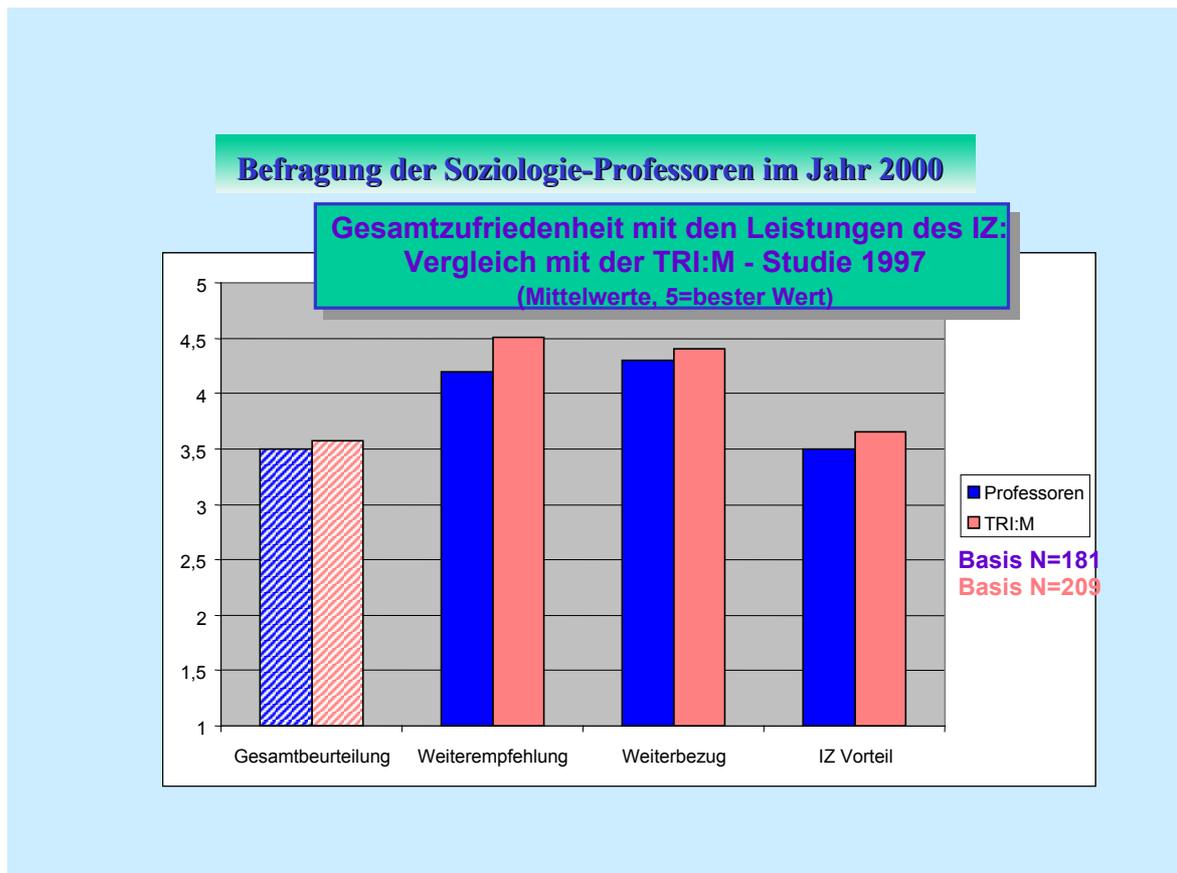
<sup>11</sup> Für die graphische Darstellung der Ergebnisse wurden die fünfstufigen Skalen gedreht, so dass die beste Beurteilung jeweils den Wert 5 erhielt.

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

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

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

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



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

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

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

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

## **5.8 Alternativen zum IZ**

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

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

## 5.9 Zusammenfassung

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

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

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

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

Die Nutzer kommen nicht nur über die Produkte und Dienstleistungen mit dem IZ in Kontakt, sondern in bedeutsamer Weise auch über die jährlich durchgeführte Forschungserhebung bei allen sozialwissenschaftlichen For-

schungsinstituten im deutschsprachigen Bereich. Die Forschungserhebung ist die mit Abstand am häufigsten genannte „Brücke“ zwischen dem IZ und seinen persönlichen Nutzern. Das Internetangebot der GESIS und die Beschreibung des IZ-Angebots im Prospekt „Produkte und Dienstleistungen“ werden von jeweils 42% der Nutzer wahrgenommen.

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

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

## 6 Das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (ZA) aus der Sicht der Profession

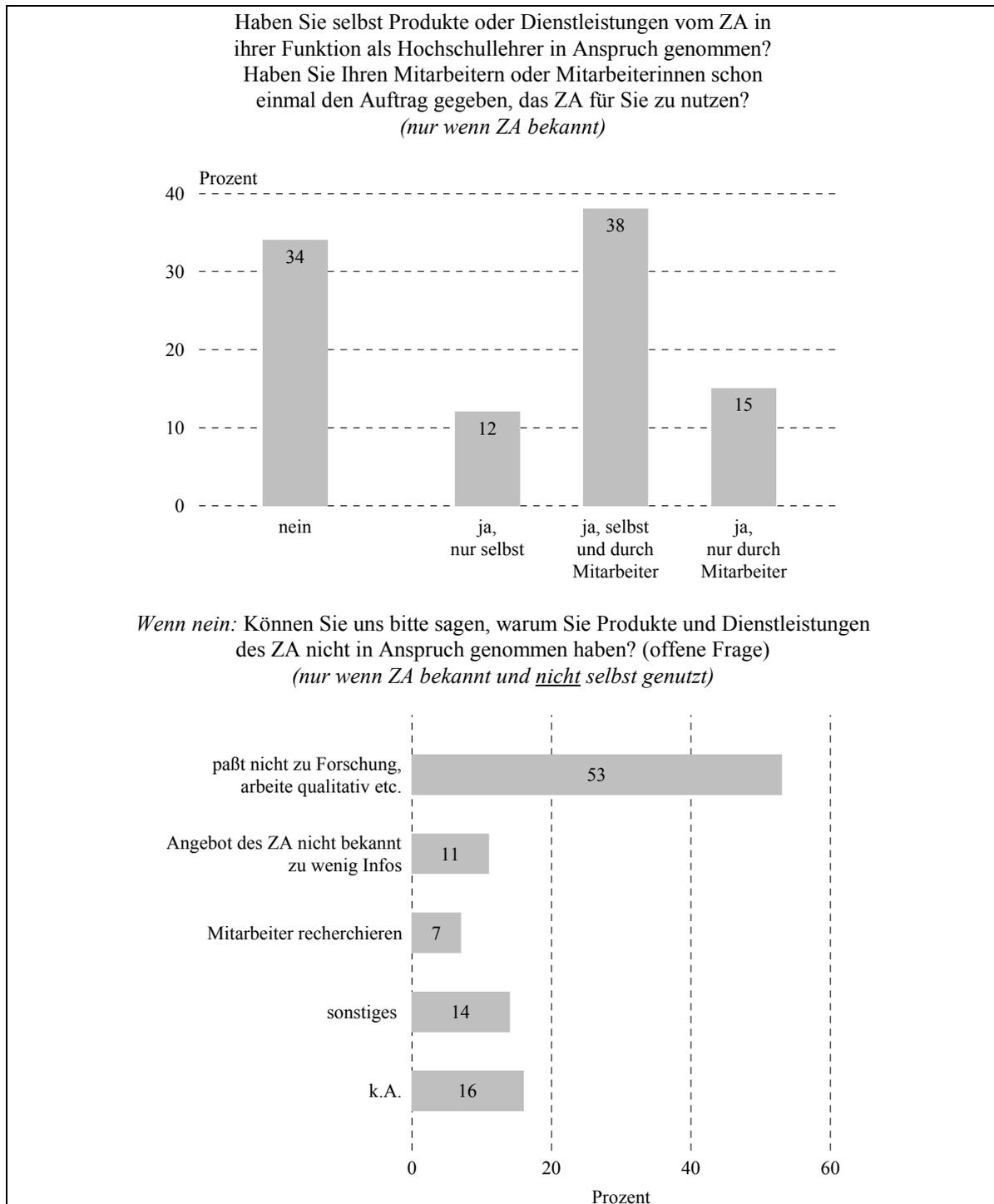
### 6.1 Die Nutzung des Zentralarchivs

Die Bekanntheit des Zentralarchivs für Empirische Sozialforschung an der Universität zu Köln (ZA) sagt noch nichts über den Umfang der Nutzung seiner Produkte und Dienstleistungen aus. Diejenigen Personen, die das Zentralarchiv zumindest dem Namen nach kennen, wurden folglich außerdem danach gefragt, ob sie die Leistungen des Zentralarchivs denn auch nutzen. Dabei zeigt sich, dass ungefähr zwei Drittel der Soziologieprofessorinnen und -professoren, die das Zentralarchiv kennen, auch bereits seine Leistungen in Anspruch genommen haben. Immerhin 50 Prozent von ihnen haben dabei die Leistungen des Zentralarchiv *selbst* in Anspruch genommen, während 15 Prozent dies ausschließlich über ihre Mitarbeiter taten. 38 Prozent nutzen das Zentralarchiv sowohl selbst als auch über ihre Mitarbeiter.

Ein Drittel der Soziologieprofessorinnen und -professoren haben die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs in ihrer Funktion als Hochschullehrer bislang *nicht* in Anspruch genommen. Von denjenigen Befragten, die das Zentralarchiv nicht *selbst* nutzen, geben 53 Prozent als Grund der Nicht-Inanspruchnahme an, dass sie nicht empirisch arbeiten und die Produkte und Dienstleistungen für sie folglich auch nicht von besonderer Wichtigkeit sind. Nur 11 Prozent hingegen geben an, über die Dienstleistungen des Zentralarchivs nicht ausreichend informiert zu sein und es deswegen bislang nicht genutzt zu haben. Weitere 7 Prozent geben als Grund an, den Kontakt mit dem Zentralarchiv auf ihre Mitarbeiter zu delegieren. Sonstige Gründe werden von 14 Prozent der Befragten genannt und weitere 16 Prozent sind nicht in der Lage, einen eindeutigen Grund dafür anzugeben, warum sie das Zentralarchiv bislang nicht genutzt haben.

Alle in den nachfolgenden Kapiteln analysierten Fragen wurden jeweils nur noch denjenigen Professorinnen und Professoren gestellt, die das Zentralarchiv kennen und es bereits *selbst* genutzt haben. Nur sie können nämlich über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs kompetent Auskunft geben.

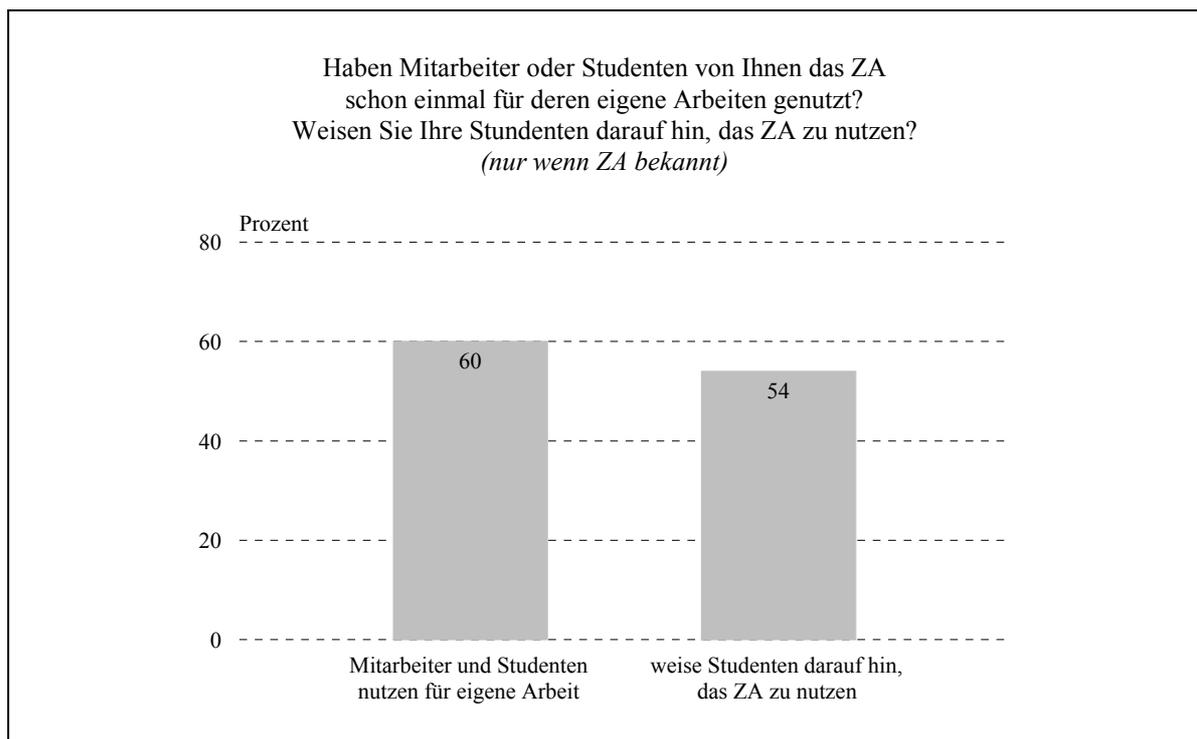
**Abbildung 9: Die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchiv**



Die Soziologieprofessorinnen und -professoren wurden außerdem danach gefragt, ob ihre Mitarbeiter und Studenten ihres Wissens nach die Dienstleistungen des Zentralarchivs nutzen. Hier geben 60 Prozent der Befragten zu Protokoll, dass dies der Fall sei. Die wahrgenommene Nutzungsquote durch Studenten und Mitarbeiter liegt also etwas niedriger als die von den Professorinnen und Professoren für sich selbst berichtete Nutzungsquote, die 65 Prozent beträgt.

Ein wichtiger Weg, über den Studenten vom Dienstleistungsangebot des Zentralarchivs erfahren können, ist entsprechende Werbung durch die Professoren. Dementsprechend wurde auch danach gefragt, ob die befragten Hochschullehrerinnen und -lehrer ihre Studenten darauf hinweisen, das Zentralarchiv zu nutzen. Dies ist bei 54 Prozent der Befragten der Fall.

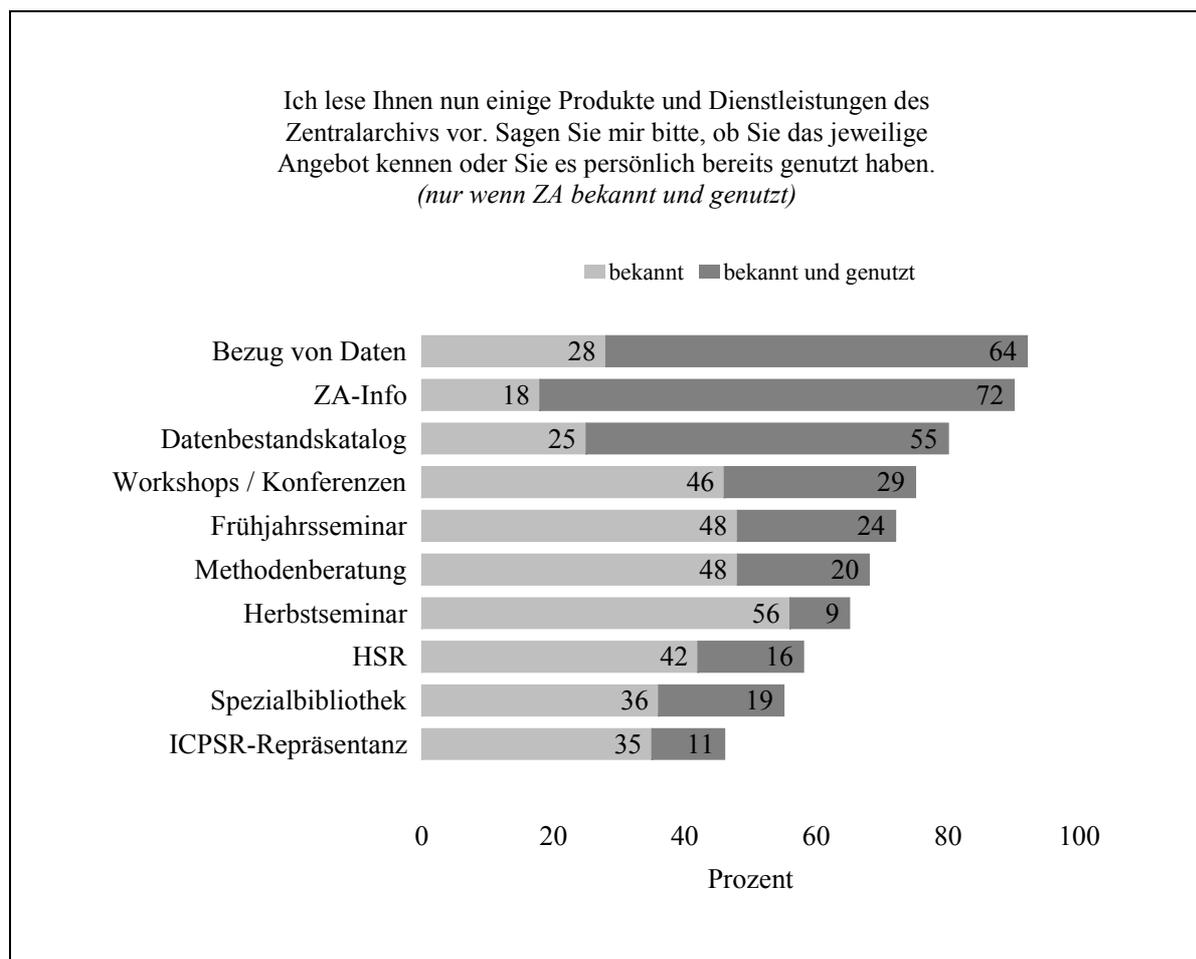
**Abbildung 10: Die Nutzung des Zentralarchivs durch Mitarbeiter und Studenten**



## 6.2 Die Bekanntheit und Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im Einzelnen

Wie bekannt sind nun aber die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im Einzelnen und wie häufig werden sie genutzt? Am bekanntesten ist erwartungsgemäß die eigentliche Kerndienstleistung des Zentralarchivs, der Datenservice. Er ist 92 Prozent der Befragten bekannt und 64 Prozent haben ihn bereits genutzt. Über die höchste Nutzungsquote aber verfügt die Hauszeitschrift „ZA-Information“. Immerhin 72 Prozent der Soziologieprofessorinnen und -professoren in Deutschland, Österreich und der Schweiz haben sie bereits genutzt, 90 Prozent ist sie bekannt. Es folgt der Datenbestandskatalog, der über eine Bekanntheitsquote von 80 und eine Nutzungsquote von 55 Prozent verfügt.

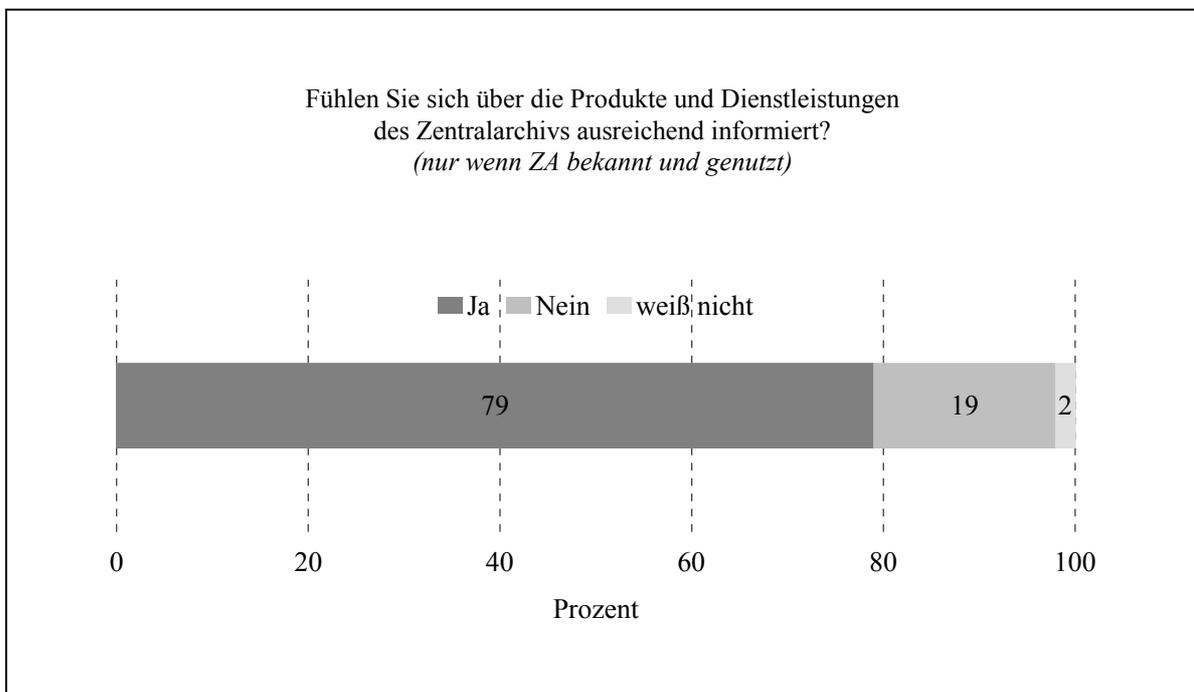
**Abbildung 11: Die Bekanntheit und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im einzelnen**



Alle nachfolgenden Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs fallen gegenüber den bislang berichteten in ihrer Nutzungsquote deutlich ab. Workshops und Konferenzen des Zentralarchivs kennen 75 Prozent der Befragten, aber nur 29 Prozent haben sie bereits genutzt. Das Frühjahrsseminar kommt auf eine Bekanntheitsquote von 72 und eine Nutzungsquote von 24 Prozent. Die Methodenberatung durch das Zentralarchiv ist 68 Prozent der Befragten bekannt, 20 Prozent haben sie bereits genutzt. Die entsprechenden Werte betragen für das Herbstseminar 65 bzw. 59 Prozent sowie für die Zeitschrift „Historical Social Research“ 58 bzw. 16 Prozent. Die Spezialbibliothek „Empirische Sozialforschung“ des Zentralarchivs kennen 55 Prozent und 19 Prozent haben sie auch schon in Anspruch genommen. Dass das Zentralarchiv in Deutschland das International Consortium for Political and Social Research (ICPSR) repräsentiert, wissen schließlich immerhin noch 46 Prozent der Befragten und 11 Prozent haben das Zentralarchiv in dieser Funktion bereits auch konsultiert.

Fragt man abschließend noch danach, ob sich die befragten Hochschullehrerinnen und -lehrer der Soziologie ausreichend über das Dienstleistungsangebot des Zentralarchivs informiert fühlen, so bejahen dies 79 Prozent, während immerhin knapp 20 Prozent diese Frage verneinen.

**Abbildung 12: Die Zufriedenheit mit der Information über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchiv**



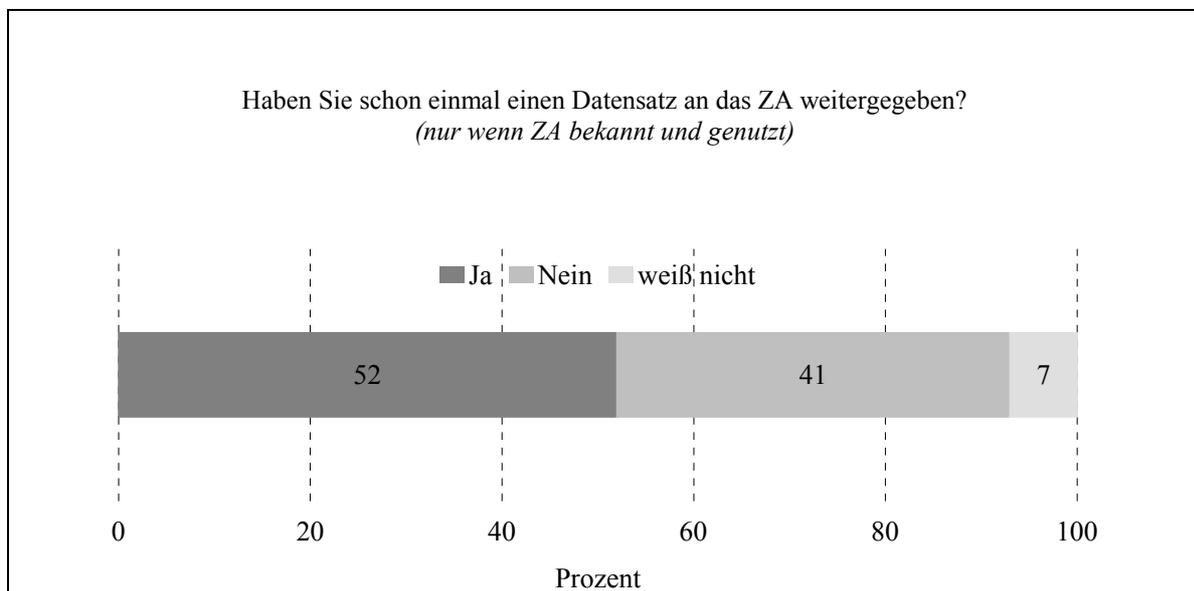
## 6.3 Die Nutzung des ZA-Datenservice

Der Datenservice ist die Kerndienstleistung des Zentralarchivs. Im Rahmen der GESIS-Potentialanalyse wurde daher die Wahrnehmung, Nutzung und Bewertung dieser Dienstleistung besonders umfassend untersucht. Dabei wurden Fragen zur Weitergabe von Datensätzen an das Zentralarchiv, zur Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs sowie zum Bezug von Daten über das Zentralarchiv gestellt.

### 6.3.1 Die Weitergabe von Datensätzen an das Zentralarchiv

Ein Datenarchiv kann nur dann funktionieren, wenn auf Seiten der Wissenschaft auch die Bereitschaft besteht, die im Rahmen von Forschungsprojekten erhobenen Daten anschließend für die Archivierung zur Verfügung zu stellen. Im Rahmen der Befragung wurde daher danach gefragt, ob die befragten Professorinnen und Professoren schon einmal einen Datensatz zur Archivierung an das Zentralarchiv weitergegeben haben. Bei 52 Prozent der Befragten ist dies der Fall, 41 Prozent verneinen dies.

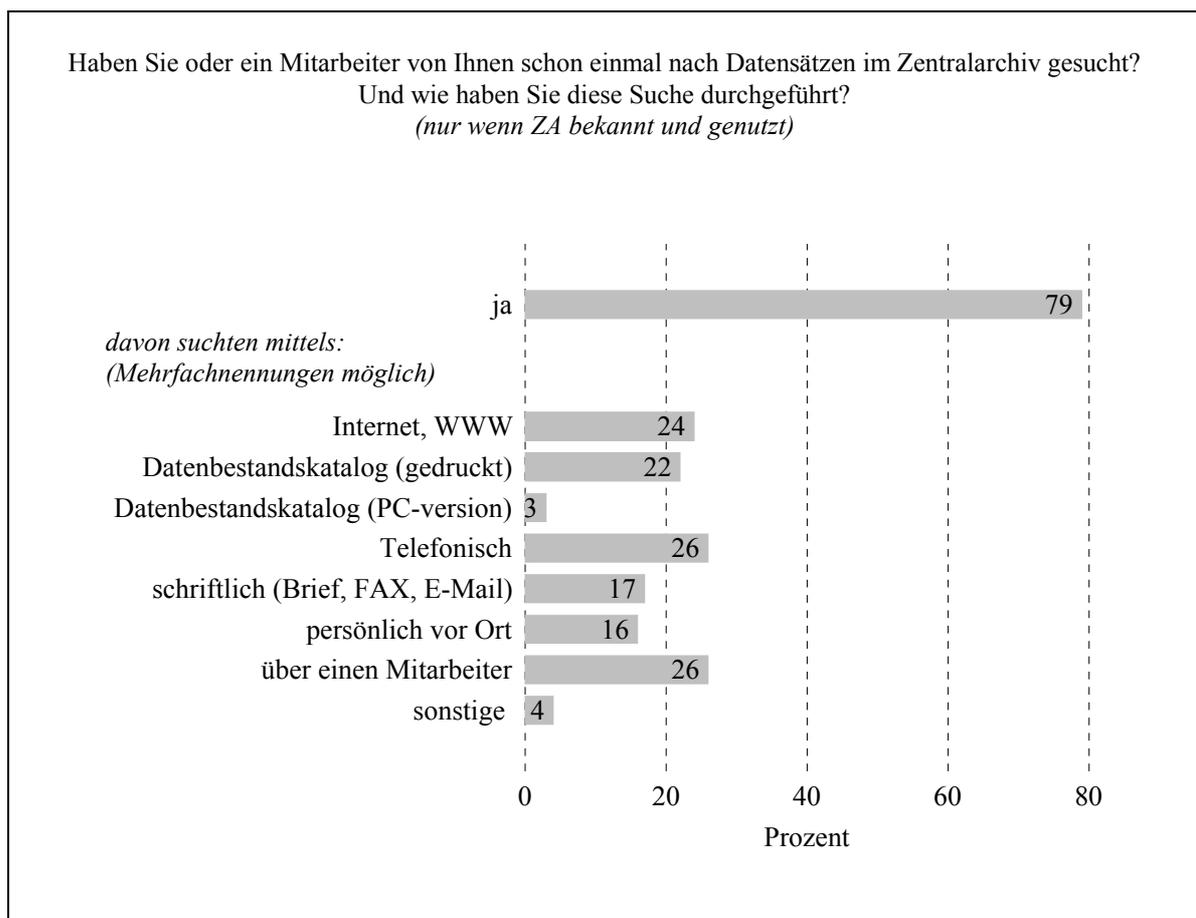
**Abbildung 13: Weitergabe eines Datensatzes an das Zentralarchiv**



### 6.3.2 Die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchiv

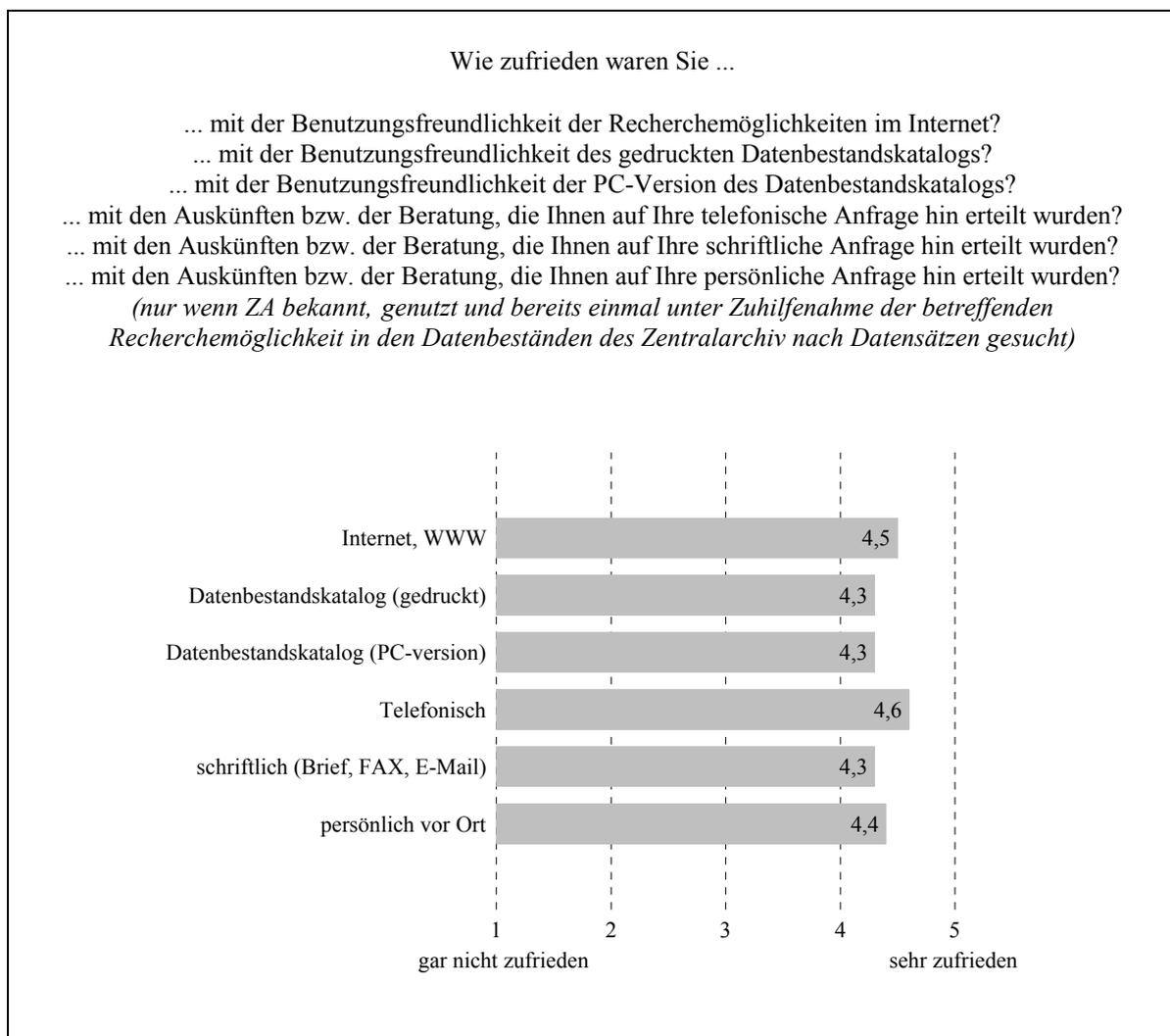
79 Prozent der Soziologieprofessorinnen und –professoren, die das Zentralarchiv kennen und bereits einmal genutzt haben, haben auch schon einmal selbst oder über einen Mitarbeiter in den Datenbeständen des Zentralarchiv nach einem Datensatz gesucht. 24 Prozent nutzten dabei das Internet-Angebot des Zentralarchivs, 22 Prozent den gedruckten Datenbestandskatalog und 3 Prozent die PC-Version des Datenbestandskatalogs. 26 Prozent traten telefonisch mit dem Zentralarchiv in Kontakt, weitere 17 Prozent schriftlich, d.h. entweder über Brief, Fax oder E-Mail. 16 Prozent der Befragten erschienen gar persönlich im Zentralarchiv, um sich über das Datenangebot zu informieren. 26 Prozent der Professoren führten die Recherche über einen Mitarbeiter durch.

**Abbildung 14: Art der Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs**



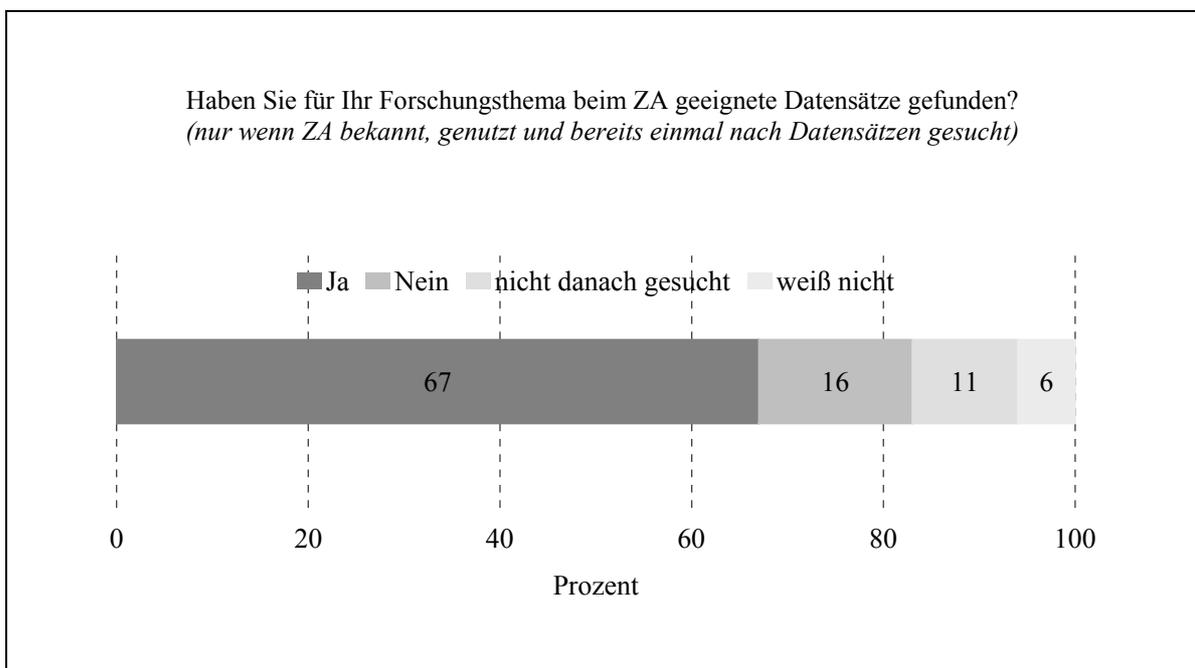
Die befragten Professorinnen und Professoren waren dabei unabhängig von der konkret gewählten Recherchemöglichkeit mit deren Qualität im Durchschnitt eher zufrieden. Danach gebeten, auf einer fünfstufigen Skala anzugeben, wie zufrieden sie mit den von ihnen konkret genutzten Recherchemöglichkeiten jeweils waren, ergeben sich durchschnittliche Bewertungen zwischen 4,3 und 4,6. Am besten schneidet dabei die telefonische Beratung ab, während der Datenbestandskatalog und die Bearbeitung schriftlicher Anfragen geringfügig schlechter beurteilt wird. Insgesamt liegen die Bewertungen im Durchschnitt sehr nahe bei der Bestnote.

**Abbildung 15: Die Zufriedenheit mit den verschiedenen Recherchemöglichkeiten**



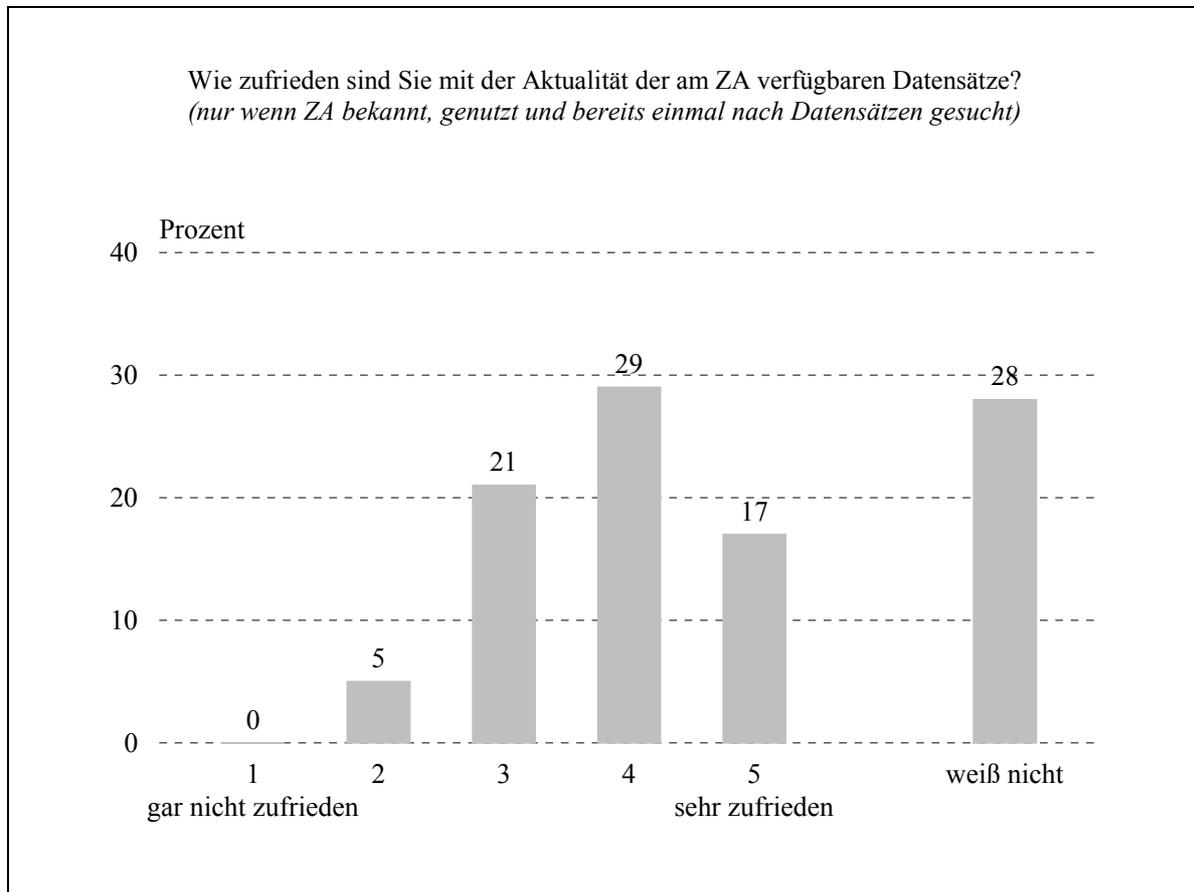
Unabhängig von der Zufriedenheit mit den vom Zentralarchiv angebotenen Recherchemöglichkeiten stellt sich natürlich die Frage, ob die Professorinnen und Professoren im Datenbestand letztlich fündig wurden, ob sie also einen für ihr Forschungsthema geeigneten Datensatz finden konnten. Dies wird von 67 Prozent der Befragten bejaht, 16 Prozent verneinen diese Frage und weitere 11 Prozent geben an, bisher nicht im Zentralarchiv nach einem solchen Datensatz gesucht zu haben.

**Abbildung 16: Geeignetheit der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze für die Forschung**



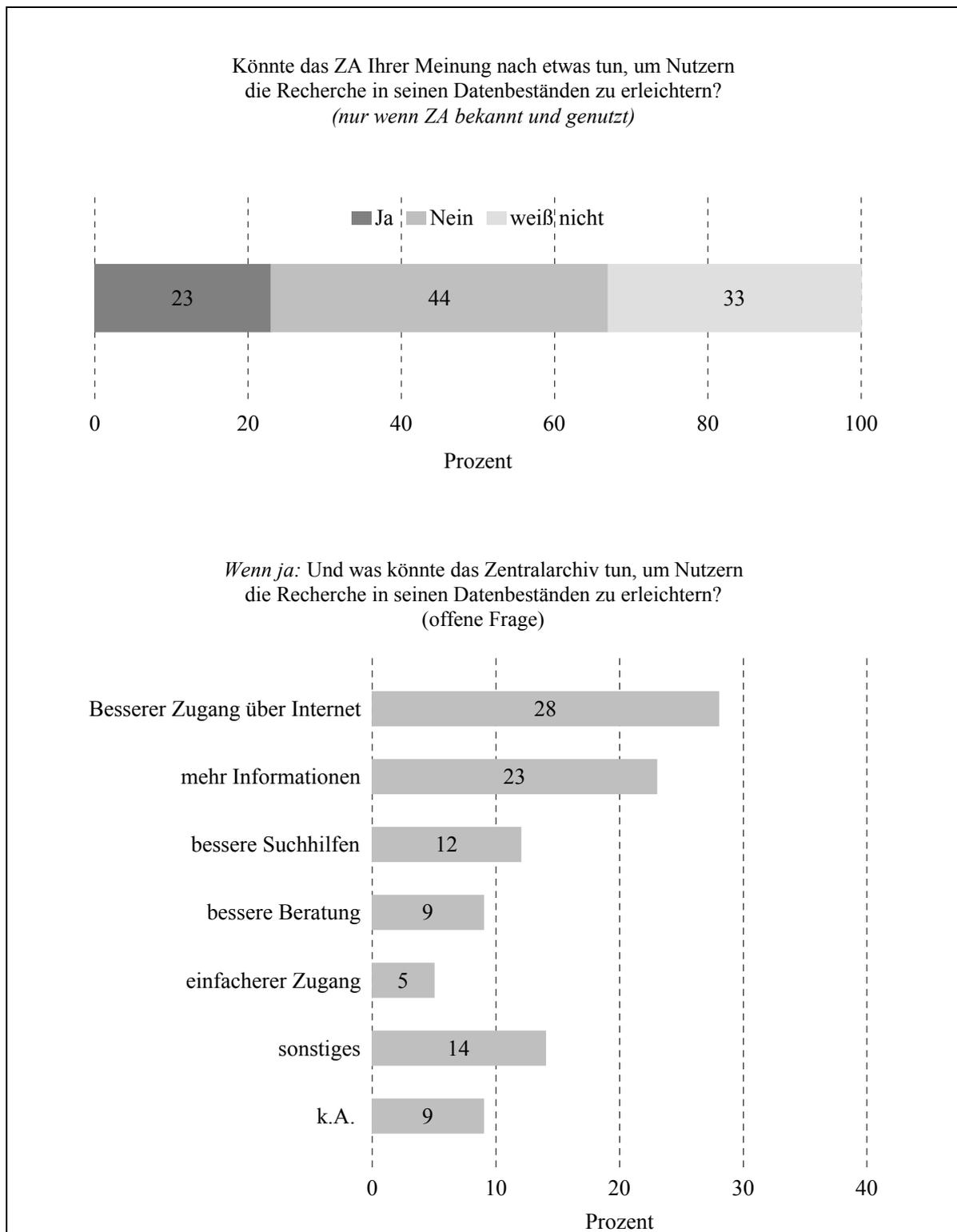
Neben der Geeignetheit der am Zentralarchiv verfügbaren Daten für das jeweilige Forschungsthema ist außerdem auch deren Aktualität ein wichtiges Beurteilungskriterium. Es geht dabei im Kern um die Frage, ob die Daten hinreichend schnell durch das Zentralarchiv der Forschung zugänglich gemacht werden. 28 Prozent der Befragten geben dabei an, dies nicht beantworten zu können. Weitere 29 Prozent der Befragten wählen auf der fünfstufigen Zufriedenheitsskala von gar nicht zufrieden (1) bis sehr zufrieden (5) den Wert 4 und weitere 17 Prozent den Maximalwert 5. Insgesamt herrscht bezüglich der Aktualität der vom Zentralarchiv angebotenen Datensätze also eher Zufriedenheit vor.

**Abbildung 17: Zufriedenheit mit der Aktualität der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze**



Danach gefragt, ob sie eine Möglichkeit sehen, wie den Nutzern die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs erleichtert werden könnte, geben 23 Prozent der Soziologieprofessorinnen und -professoren an, dass dies der Fall sei. 44 Prozent verneinen diese Frage und weitere 33 Prozent können sie nicht beantworten. Von denjenigen Befragten, die eine solche Verbesserungsmöglichkeit sehen, geben wiederum 28 Prozent an, die Zugangs- und Recherchemöglichkeiten im Internet sollten erweitert werden. Insbesondere wird hier die Möglichkeit des Downloads von Datensätzen genannt. 23 Prozent wünschen sich mehr Informationen über die Produkte, Dienstleistungen und Datensätze des Zentralarchivs und verlangen dabei insbesondere eine „proaktive“ Informationspolitik. 12 Prozent wünschen sich bessere Suchhilfen, 9 Prozent eine bessere persönliche Beratung sowie 5 Prozent einen einfacheren administrativen Zugang zu den Daten des Zentralarchivs.

**Abbildung 18: Möglichkeiten die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchiv zu erleichtern**

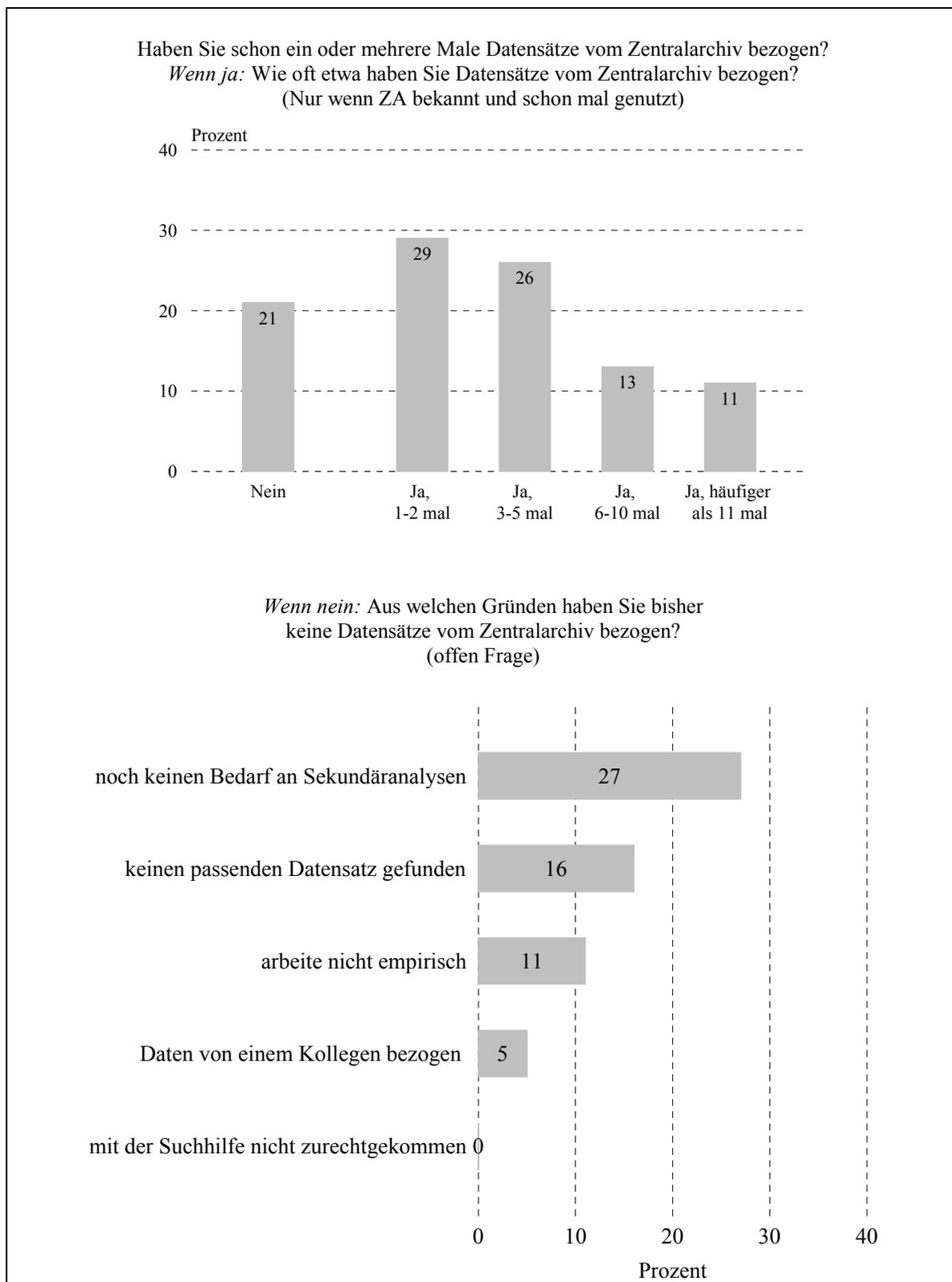


## 6.4 Der Bezug von Datensätzen über das Zentralarchiv

In welchem Umfang werden nun aber Datensätze aus dem Zentralarchiv von den befragten Soziologieprofessorinnen und –professoren nachgefragt. 21 Prozent geben an, bislang keinen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen zu haben. Als Gründe hierfür nennen 27 Prozent dieser Personen den fehlenden Bedarf an Sekundäranalysen, weitere 16 Prozent geben an, im Zentralarchiv keinen für ihre Bedürfnisse passenden Datensatz gefunden zu haben und 11 Prozent sagen kategorisch, dass sie nicht empirisch arbeiten. 5 Prozent schließlich haben die Daten über einen Kollegen bezogen und waren deshalb nicht auf das Zentralarchiv angewiesen. Kein einziger Befragter gab an, mit der vom Zentralarchiv angebotenen Suchhilfe nicht zurechtgekommen zu sein und deshalb keinen Datensatz bezogen zu haben.

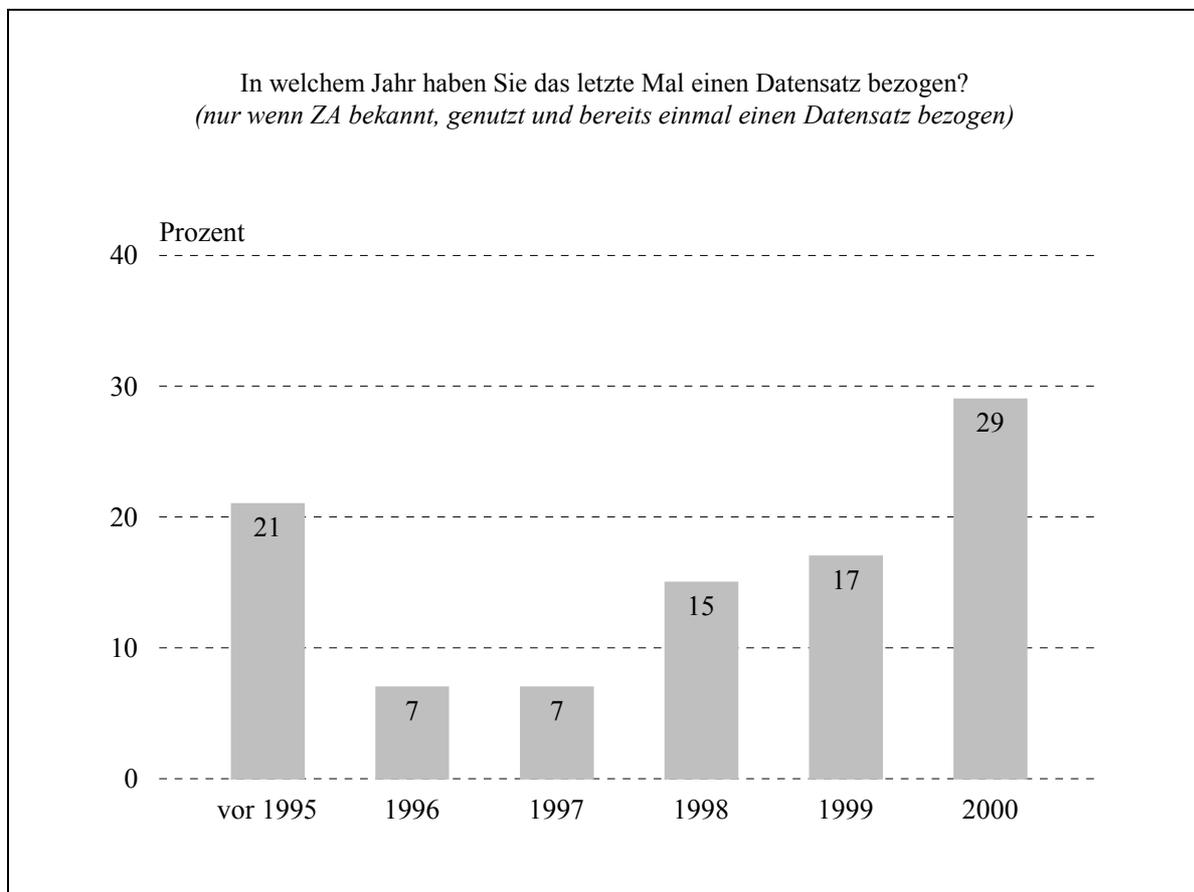
Insgesamt 79 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und –professoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben schon einmal einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen, wobei 29 Prozent dies bislang nur 1-2 mal taten, 26 Prozent 3-5 mal und weitere 13 Prozent 6-10 mal. Zur Gruppe der „Heavy User“, die bereits mehr als 11 mal einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen haben, gehören 11 Prozent der Befragten.

**Abbildung 19: Häufigkeit des Bezugs von Datensätzen über das Zentralarchiv sowie Gründe der Nicht-Inanspruchnahme des ZA-Datenservice**



Die Inanspruchnahme des ZA-Datenservice durch die befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren liegt dabei nicht so weit in der Vergangenheit, als dass deren Urteile nicht mehr als Meßgrößen für die gegenwärtige Qualität der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs gelten könnten. Immerhin 29 Prozent der Befragten haben im Jahr 2000 – also dem Jahr, in dem die GESIS-Professorenbefragung durchgeführt wurde – einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen. Weitere 17 Prozent hatten zuletzt im Jahr 1999 und nochmals weitere 15 Prozent zuletzt im Jahr 1998 Daten über das Zentralarchiv bezogen. Bei 61 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren waren die Erfahrungen mit dem Datenservice des Zentralarchivs also nicht älter als maximal 2 Jahre.

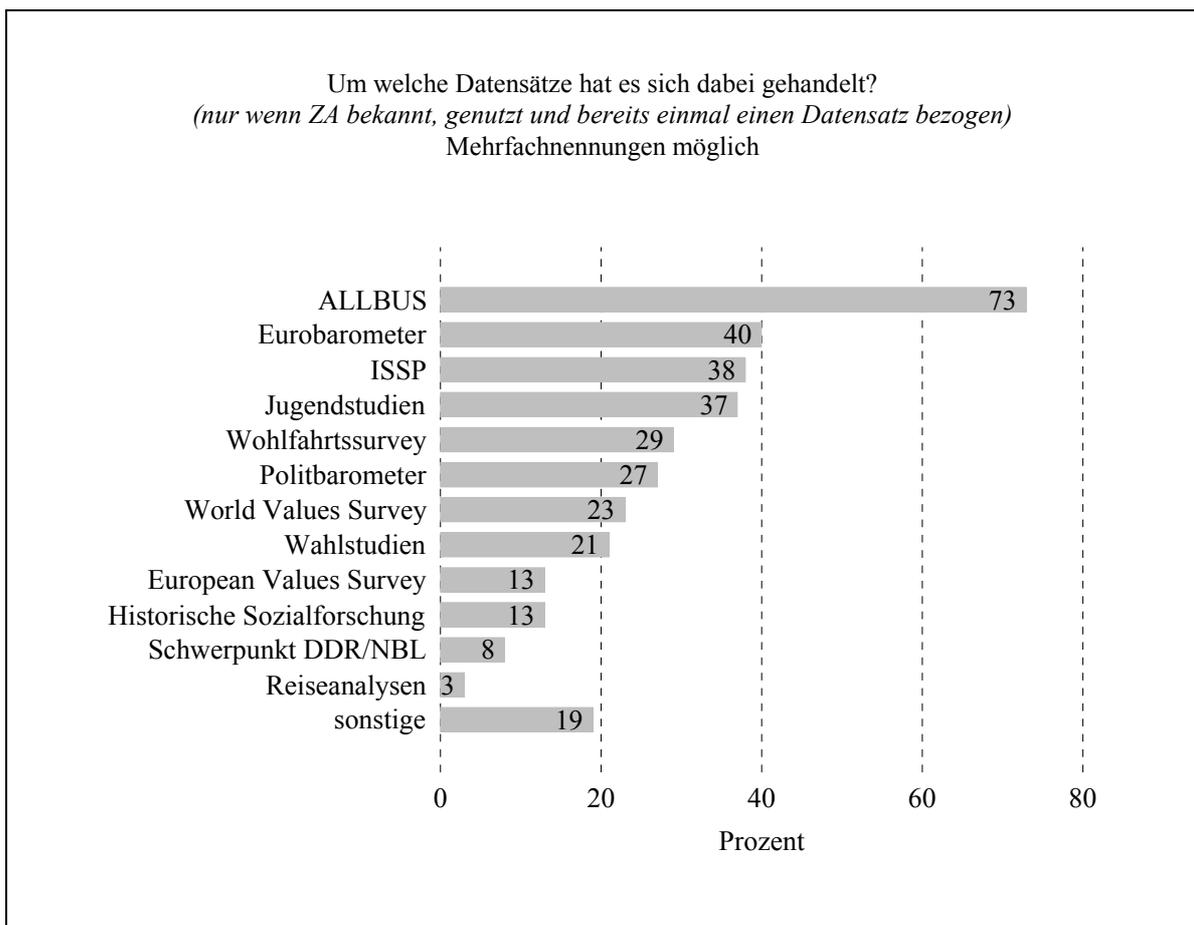
**Abbildung 20: Jahr des letzten Datenbezugs über das Zentralarchiv**



Derjenige Datensatz, der am häufigsten über das Zentralarchiv bezogen wird, ist der ALLBUS. 73 Prozent der Befragten, die bereits einmal einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen haben, geben an, es habe sich bei einem dieser Datensätze um den ALLBUS gehandelt. Am zweithäufigsten werden die Eurobarometer nachgefragt, die auf eine Nutzungsquote von immerhin

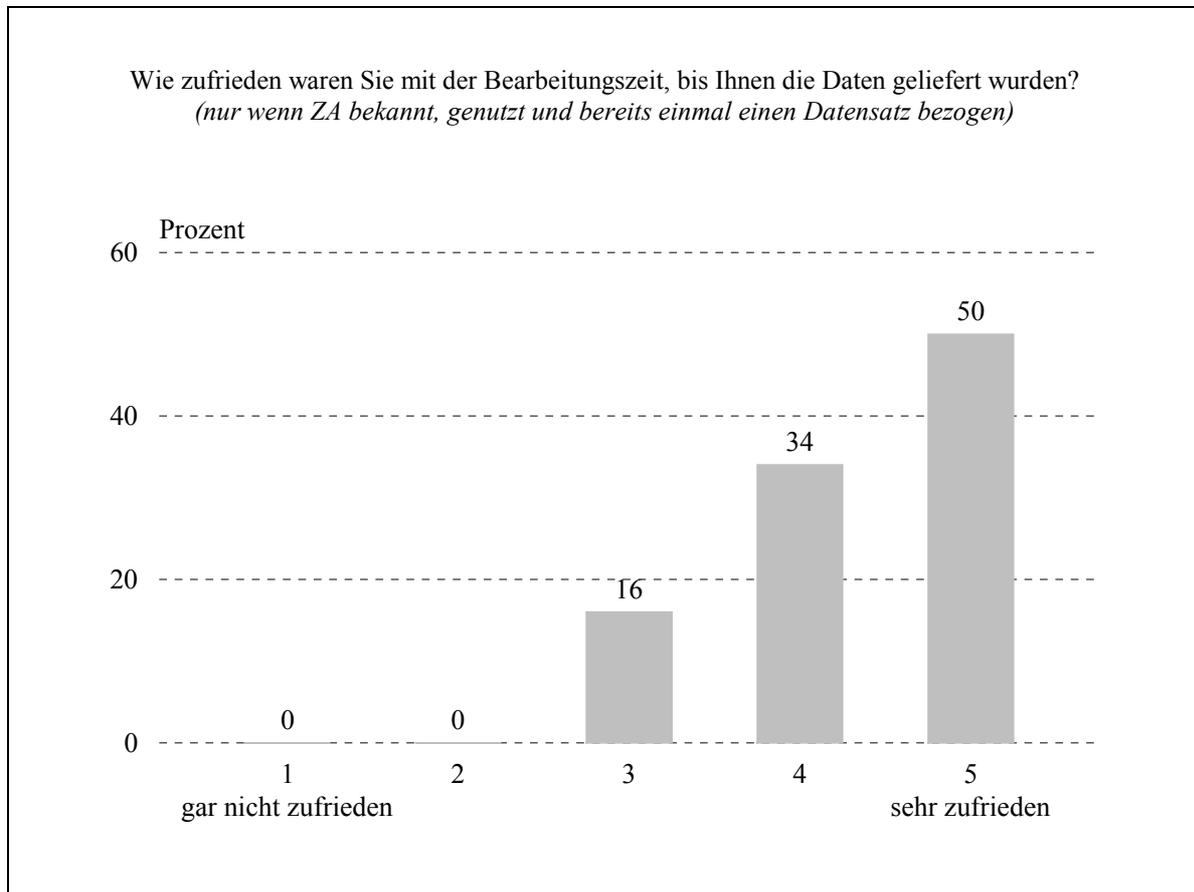
noch 40 Prozent kommen. Es folgen der ISSP (38 Prozent), die Jugendstudien (37 Prozent), der Wohlfahrtssurvey (29 Prozent), das Politbarometer (27 Prozent), der World Values Survey (23 Prozent), die Wahlstudien (21 Prozent), der European Values Survey (13 Prozent), Daten der Historischen Sozialforschung (13 Prozent), Daten aus dem Schwerpunkt Ex-DDR/Neue Bundesländer (8 Prozent) sowie schließlich die Reiseanalysen mit 3 Prozent.

**Abbildung 21: Die über das Zentralarchiv bezogenen Datensätze**



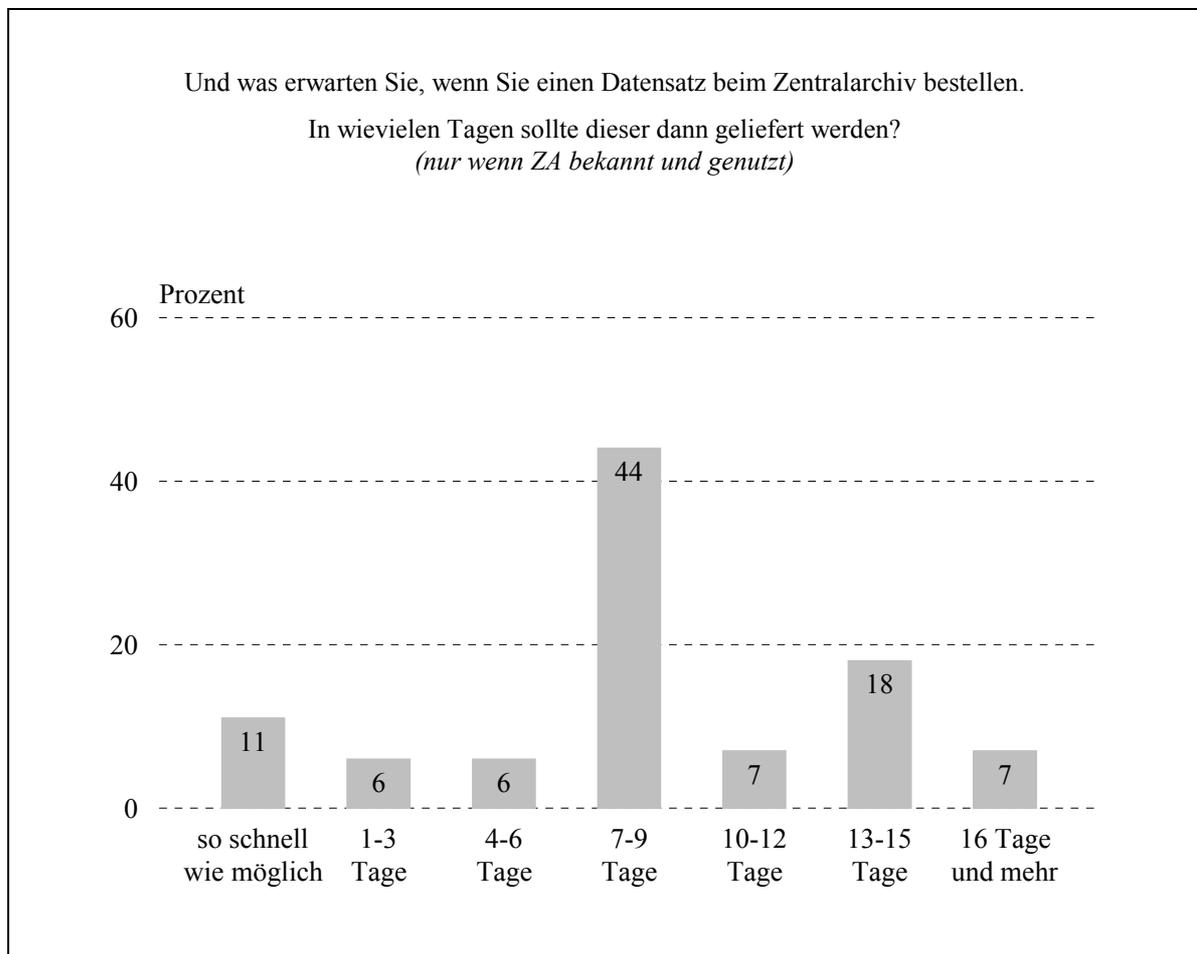
Diejenigen Befragten, die bereits einmal einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen haben, wurden außerdem gefragt, wie zufrieden Sie mit der Geschwindigkeit waren, mit der ihnen die Daten geliefert wurden. Hierbei zeigt sich eine ausgesprochen hohe Zufriedenheit: Immerhin 50 Prozent wählen den höchsten Wert auf der fünfstufigen Zufriedenheitsskala und weitere 34 Prozent den zweithöchsten Wert. Die beiden schlechtesten Skalenwerte hingegen werden überhaupt nicht gewählt und der mittlere Skalenwert „3“ nur von 16 Prozent der Befragten.

**Abbildung 22: Die Zufriedenheit mit der Schnelligkeit der Lieferung der Daten**



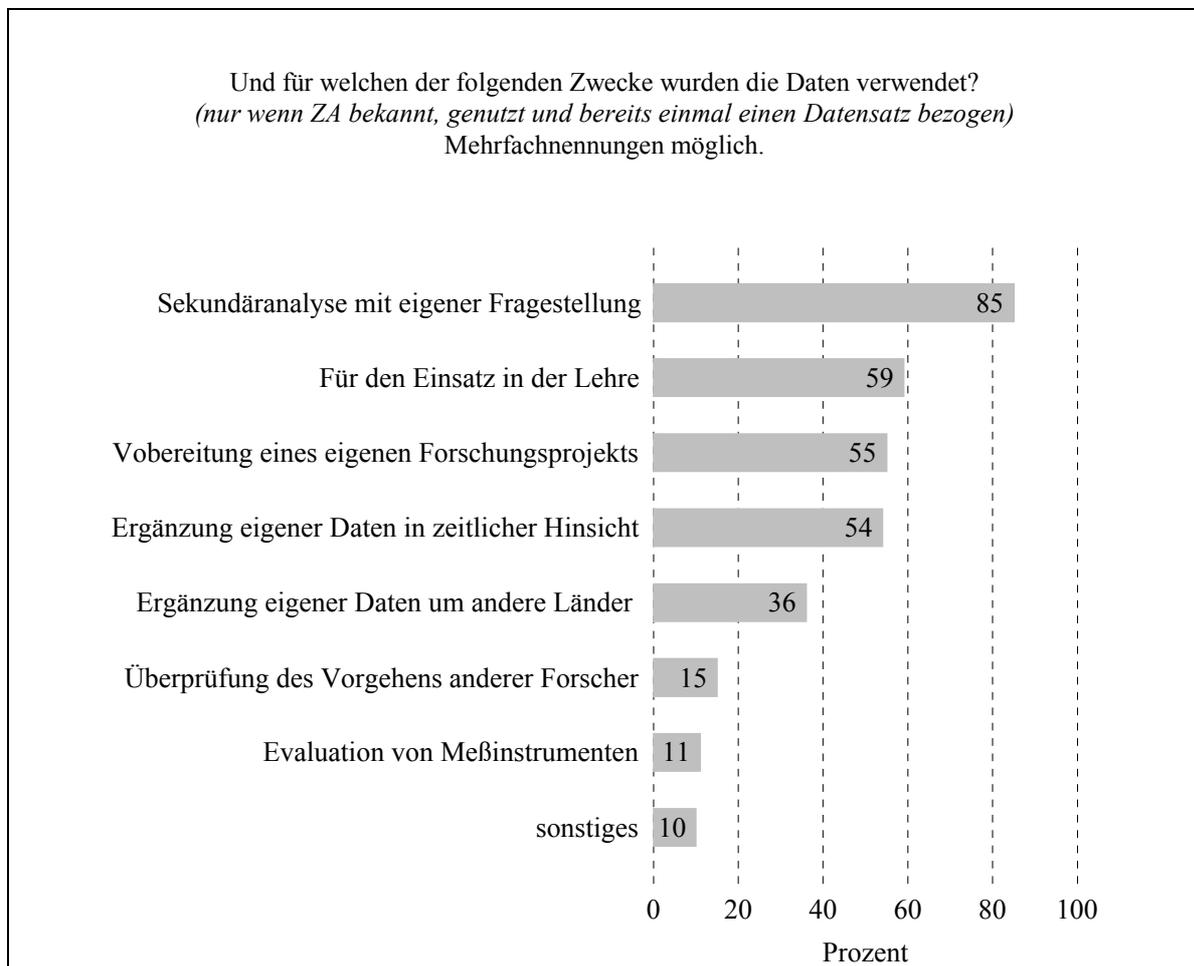
Um die Erwartungshaltung der Soziologieprofessorinnen und -professoren bezüglich der Schnelligkeit der Lieferung eines Datensatzes zu ermitteln, wurde außerdem danach gefragt, in wie vielen Tagen nach der Bestellung das Zentralarchiv ihrer Meinung nach den gewünschten Datensatz liefern sollte. 11 Prozent der Befragten sagen dabei „so schnell wie möglich“, jeweils 6 Prozent geben dem Zentralarchiv 1 bis 3 bzw. 4 bis 6 Tage Zeit. 44 Prozent allerdings erwarten die Lieferung durch das Zentralarchiv erst nach 7-9 Tagen. 10-12 Tage kann sich das Zentralarchiv nach Meinung von 7 Prozent der Befragten Zeit lassen und immerhin noch 18 Prozent der Befragten sind auch mit einer Lieferung nach 13-15 Tagen noch zufrieden. Mehr als 16 Tage Zeit kann sich das Zentralarchiv mit der Lieferung nach Meinung von weiteren 7 Prozent der Befragten lassen.

**Abbildung 23: Erwartete Schnelligkeit der Lieferung eines Datensatzes**



Für welche Zwecke aber werden die über das Zentralarchiv bezogenen Daten letztlich genutzt? Auch dieser Frage wurde im Rahmen der hier berichteten Professorenbefragung nachgegangen. Es zeigt sich, dass 85 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren die Daten für Sekundäranalysen mit eigenen Fragestellungen verwenden. Weitere 59 Prozent verwenden sie für den Einsatz in der Lehre und 55 Prozent für die Vorbereitung eines eigenen Forschungsprojekts. 54 Prozent verwenden die Daten des Zentralarchivs um eigene Daten in zeitlicher Hinsicht zu ergänzen, 36 Prozent zur Ergänzung eigener Daten um einen internationalen Vergleich. 15 Prozent intendieren die Überprüfung des Vorgehens anderer Forscher und 11 Prozent beabsichtigen schließlich eine Evaluation von Messinstrumenten durchzuführen.

**Abbildung 24: Nutzungszwecke der vom Zentralarchiv gelieferten Daten**

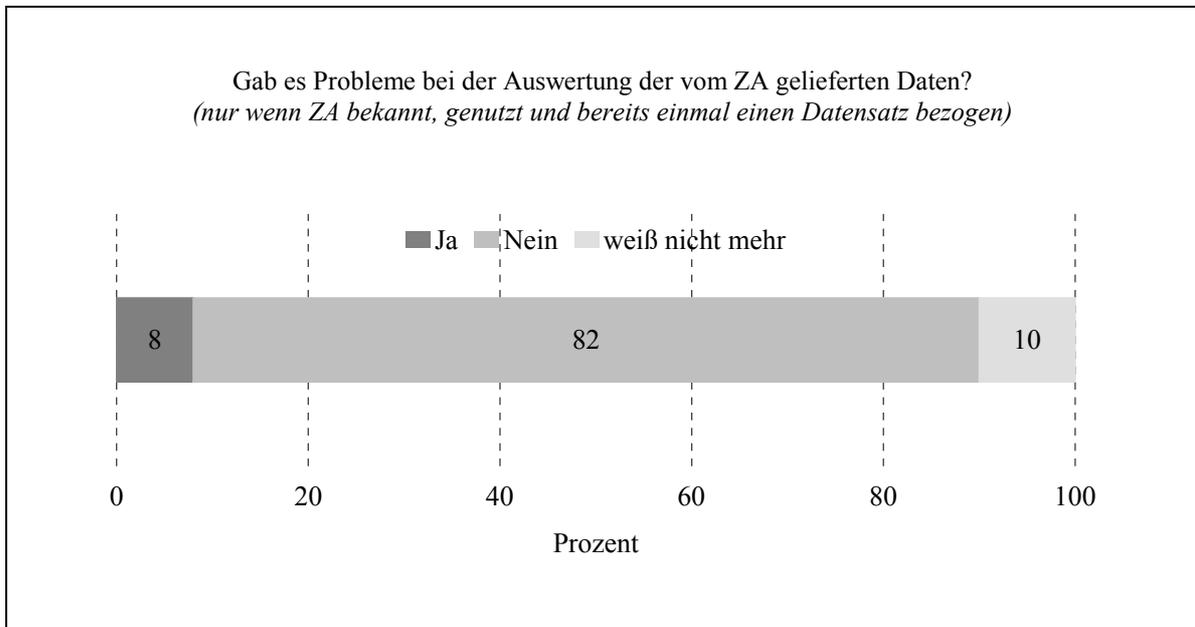


Als Minimalanforderung an die durch das Zentralarchiv zur Verfügung gestellten Datensätze sollte gelten, dass diese von den Nutzern problemlos ausgewertet werden können. Die befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren, die schon einmal Daten vom Zentralarchiv bezogen haben, wurden also außerdem gebeten anzugeben, ob die Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Daten mit Problemen verbunden war. 82 Prozent der Befragten gaben auf diese Frage hin an, dass die Auswertung der Daten problemlos möglich gewesen sei, während nur bei 8 Prozent der Befragten Probleme auftraten. 10 Prozent konnten sich nicht mehr daran erinnern, ob die Auswertung der Daten mit Problemen verbunden war.

Die Befragten, bei denen Probleme bei der Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Daten auftraten, wurden außerdem im Rahmen einer offenen Frage gebeten, diese Probleme zu beschreiben. Die Befragten gaben dabei in

erster Linie eine in ihren Augen unzureichende Dokumentation der Datensätze zu Protokoll.

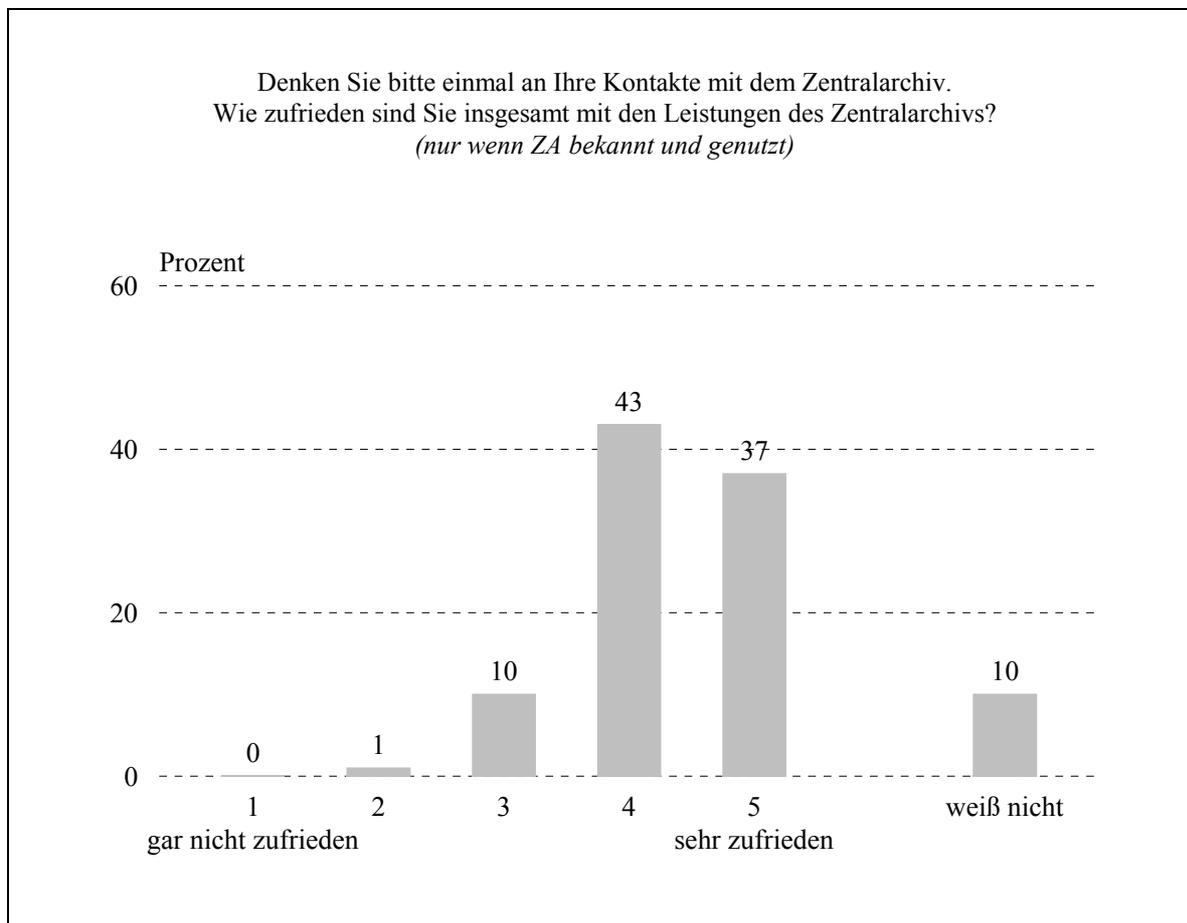
**Abbildung 25: Probleme bei der Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Daten**



## 6.5 Die Bewertung des Zentralarchivs

Wie zufrieden sind die befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nun aber insgesamt mit dem Zentralarchiv. All diejenigen, die das Zentralarchiv kennen und bereits einmal selbst eine Dienstleistung des Zentralarchivs in Anspruch genommen haben, wurden gebeten, ihre Erfahrungen mit dem Zentralarchiv auf einer fünfstufigen Zufriedenheitsskala summarisch zu bilanzieren. Immerhin 37 Prozent der Befragten wählen dabei mit der „5“ den höchsten Zufriedenheitswert. Weitere 43 Prozent wählen mit der „4“ die zweitbeste Bewertung. Eine nur durchschnittliche Bewertung vergaben mit der „3“ noch 10 Prozent, während die beiden Werte „1“ und „2“, die Unzufriedenheit indizieren, nur von einem Prozent der Befragten gewählt wurden. 10 Prozent der Befragten trauten sich nicht zu, ein fundiertes Urteil über das Zentralarchiv abgeben zu können.

**Abbildung 26: Die Zufriedenheit mit den Leistungen des Zentralarchiv insgesamt**



## 6.6 Zukunftsaufgaben des Zentralarchivs

Auch nach möglichen Verbesserungen der Angebote des Zentralarchivs wurden die Soziologieprofessorinnen und -professoren befragt. 52 Prozent von ihnen gaben an, es gebe da nichts, was das Zentralarchiv besser machen könnte. Weitere 19 Prozent trauten sich nicht zu, dies zu beurteilen. 29 Prozent aber gaben an, es gebe durchaus Dinge, die das Zentralarchiv besser machen könne.

Auf Nachfrage nannten diese Personen im Rahmen einer offenen Frage konkret die folgenden Punkte: Mehr Informationen über die Produkte, Dienstleistungen und Datensätze des Zentralarchivs wünschten sich 33 Prozent, ein besseres Internetangebot sowie die Möglichkeit des Downloads von Datensätzen nannten 17 Prozent und bessere Recherchemöglichkeiten sowie bessere Beratung nannten schließlich 2 Prozent. In der Kategorie „sonstige“, die

12 Prozent der Nennungen umfasst, sind Vorschläge zusammengefasst, die jeweils nur einmal genannt wurden. Einige exemplarische Beispiele finden sich im folgenden Kasten.

- Wenn Daten erhoben wurden, sollten sie schneller verfügbar sein
- Besseres Format der Codebücher
- Es sollte eine Online-Datenbank geben
- ZA sollte das SOEP betreuen
- Stärkere Einwerbung internationaler Daten
- Ausweitung des Frühjahrsseminars in Richtung Essex/AnnArbor
- Dokumentation der Datensätze sollte besser sein
- mehr qualitative Forschung berücksichtigen
- Frühjahrs- und Herbstseminare sind zu lang

Immerhin 36 Prozent der Befragten die angaben, das Zentralarchiv könnte zukünftig etwas besser machen, konnten im Rahmen der offenen Nachfrage nicht konkretisieren, was genau das ZA ihrer Meinung nach besser machen sollte.

**Abbildung 27: Möglichkeiten der Verbesserung des Leistungsangebots des Zentralarchiv**

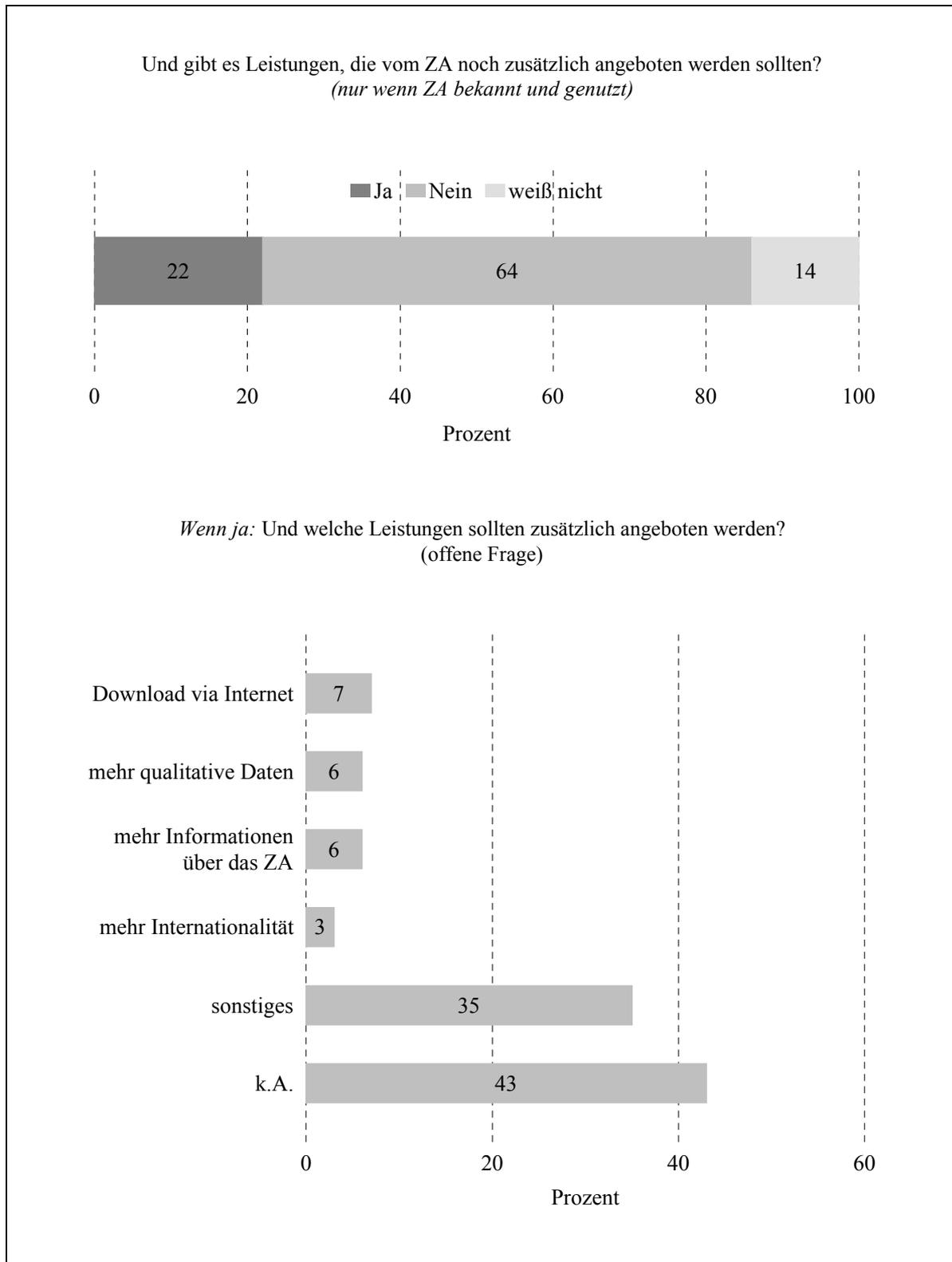


Die Frage, ob es Leistungen gibt, die vom Zentralarchiv noch zusätzlich angeboten werden sollten, wurde von 64 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren verneint, 14 Prozent konnten keine Antwort geben und 22 Prozent der Befragten bejahten sie. Auf Nachfrage nannten letztgenannte Personengruppe den Download von Daten über das Internet (7 Prozent), die verstärkte Berücksichtigung qualitativer Daten (6 Prozent), mehr Informationen über das Zentralarchiv und seine Dienstleistungen sowie eine stärker internationale Ausrichtung (3 Prozent). In der Kategorie „sonstige“, die 35 Prozent der Nennungen umfasst, sind Vorschläge zusammengefasst, die jeweils nur einmal genannt wurden. Einige exemplarische Beispiele finden sich im folgenden Kasten.

- Zugeschnittene Datensätze zum jeweiligen Thema
- Schulung von studentischen Tutoren im Methodenbereich
- Spezialbibliothek sollte auch im Internet verfügbar sein
- mehr Softwareentwicklung
- SOEP sollte vom ZA angeboten werden
- Kostenfreiheit, Zugang zum Nulltarif im Sinne der Wissenschaftsfreiheit
- ISSP Datendokumentation sollte weitergeführt werden
- Fragebogendatenbank
- regelmäßige Evaluation von Trends
- prozeßproduzierte Daten
- Mikrozensus
- Problemorientierter arbeiten. Nicht Datensätze anbieten, sondern auf Fragestellungen der Forscher eingehen

43 Prozent der Befragten die angaben, das Zentralarchiv sollte zusätzliche Leistungen anbieten, konnten im Rahmen der offenen Nachfrage allerdings nicht konkretisieren, was genau das ZA noch zusätzlich anbieten sollte.

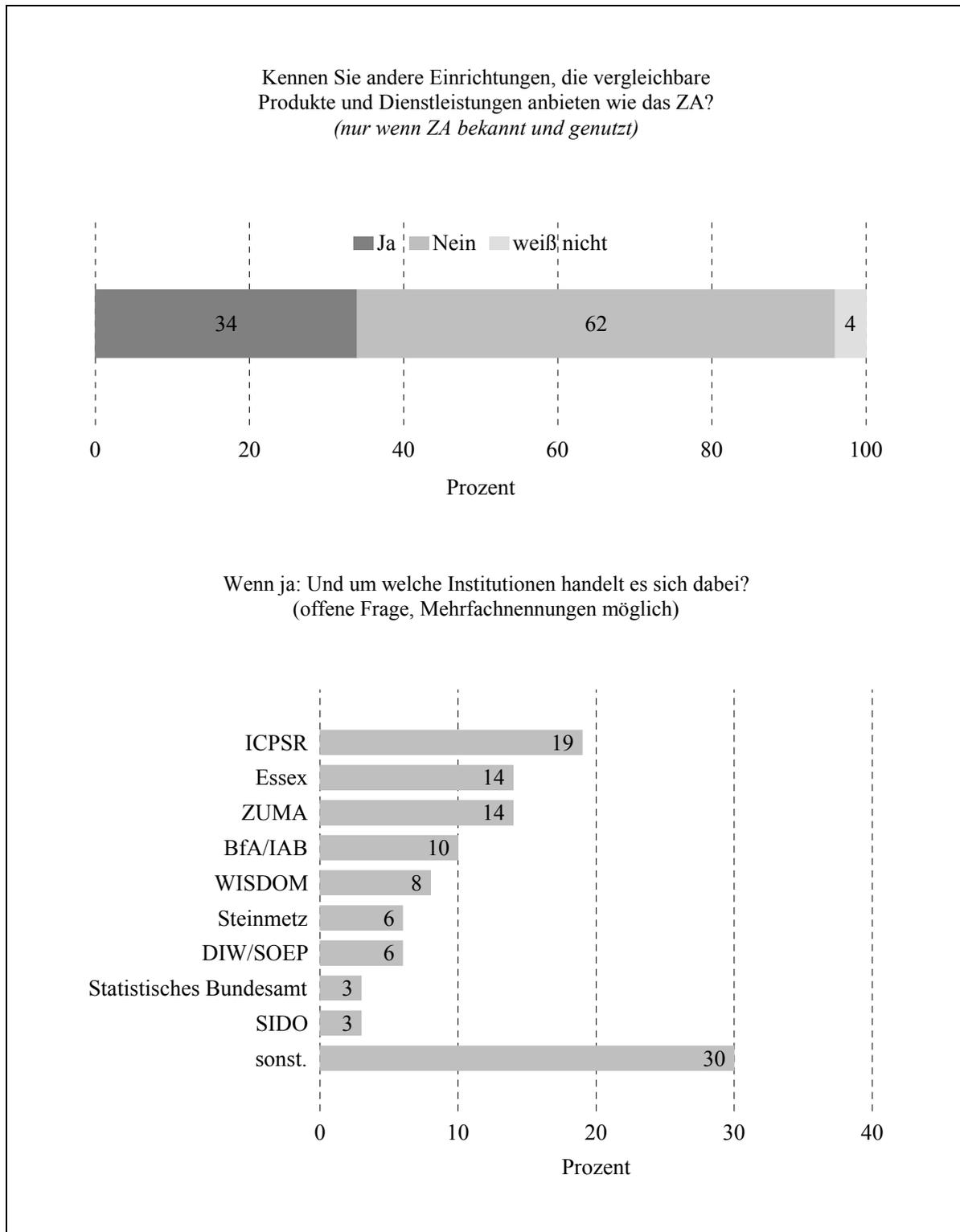
**Abbildung 28: Mögliche Ergänzungen des Spektrums der vom Zentralarchiv angebotenen Leistungen**



## 6.7 Alternativen zum Zentralarchiv

Die Soziologieprofessorinnen und -professoren wurden im Rahmen der Befragung außerdem gebeten anzugeben, ob sie andere Einrichtungen kennen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen wie das Zentralarchiv anbieten. 62 Prozent der Befragten ließen sich dahingehend ein, dass es keine solchen Einrichtungen gebe. 34 Prozent hingegen kannten solche Einrichtungen. Bei den Einrichtungen, die diese Befragten dann im Rahmen einer offenen Frage nannten, handelt es sich im wesentlichen um andere Datenarchive außerhalb von Deutschland. So wird beispielsweise mit 19 Prozent am häufigsten das ICPSR in den USA genannt, gefolgt vom englischen Datenarchiv in Essex mit 14 Prozent. Mit WISDOM (8 Prozent), dem Steinmetz-Archiv (6 Prozent) und SIDO (3 Prozent) werden aber auch noch einige andere europäische Datenarchive genannt. Ebenfalls relativ häufig genannt (14 Prozent) wird mit ZUMA ein Partnerinstitut des Zentralarchivs innerhalb der GESIS. Eine nennenswerte Zahl von Nennungen erhalten darüber hinaus auch noch das Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB) der Bundesanstalt für Arbeit (BfA) sowie die Projektgruppe Sozio-Ökonomisches Panel (SOEP) des Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) mit 10 bzw. 6 Prozent. Genannt wird von 3 Prozent der Befragten schließlich außerdem auch noch das Statistische Bundesamt in Wiesbaden. In der Kategorie „Sonstige“ sind Einrichtungen enthalten, die jeweils nur von einem Befragten genannt wurden.

**Abbildung 29: Institutionen, die zum Zentralarchiv in Konkurrenz treten**



## 6.8 Zusammenfassung

Die GESIS ist 86 Prozent der Befragten bekannt. Der Bekanntheitsgrad des ZA liegt bei 87 Prozent. Ungefähr zwei Drittel der Befragten, die das ZA kennen, haben seine Leistungen bereits in Anspruch genommen. Von denjenigen Befragten, die das ZA nicht *selbst* nutzen, geben 53 Prozent als Grund der Nicht-Inanspruchnahme an, dass sie nicht empirisch arbeiten. Alle nachfolgenden Zahlen beziehen sich nur noch auf die Personen, die das ZA kennen und bereits genutzt haben.

Die bekannteste Dienstleistung des ZA ist der Datenservice (92 Prozent). Es folgen die ZA-Information (90 Prozent), der Datenbestandskatalog (80 Prozent), Workshops und Konferenzen (75 Prozent), das Frühjahrsseminar (72 Prozent), die Methodenberatung (68 Prozent), das Herbstseminar (65 Prozent) sowie die Spezialbibliothek „Empirische Sozialforschung“ (55 Prozent). Am häufigsten genutzt wird die ZA-Information (72 Prozent), der Datenservice (64 Prozent) sowie der Datenbestandskatalog (55 Prozent). 79 Prozent der Befragten fühlen sich ausreichend über das Dienstleistungsangebot des ZA informiert.

52 Prozent der Befragten haben schon einmal einen Datensatz zur Archivierung an das ZA weitergegeben. 79 Prozent haben außerdem schon einmal in den Datenbeständen des ZA nach einem Datensatz gesucht. Die Suche erfolgte dabei telefonisch (26 Prozent), über das Internet-Angebot des ZA (24 Prozent), über den gedruckten Datenbestandskatalog (22 Prozent), schriftlich (17 Prozent) oder persönlich (16 Prozent). 26 Prozent führten die Recherche über einen Mitarbeiter durch. Unabhängig von der konkret gewählten Recherchemöglichkeit waren die Befragten mit deren Qualität im Durchschnitt sehr zufrieden. 67 Prozent konnten einen für ihr Forschungsthema geeigneten Datensatz finden. 46 Prozent waren mit der Aktualität der vom ZA angebotenen Datensätze zufrieden. Nur 23 Prozent der Befragten geben an, dass das ZA den Nutzern die Recherche in seinen Datenbeständen weiter erleichtern könnte. Genannt werden dabei vor allem erweiterte Zugangs- und Recherchemöglichkeiten im Internet, insbesondere aber die Möglichkeit des Downloads von Datensätzen.

Insgesamt 79 Prozent der Befragten haben schon einmal einen Datensatz über das ZA bezogen, 61 Prozent von ihnen innerhalb der letzten drei Jahre. 21 Prozent der Befragten geben an, bislang keinen Datensatz über das ZA bezogen zu haben. Als Gründe hierfür werden vor allem der fehlende Bedarf an empirischen Daten im allgemeinen und an Sekundäranalysen im besonderen genannt. Der am häufigsten nachgefragte Datensatz ist der ALLBUS. 73 Prozent der Befragten, die bereits einmal einen Datensatz über das ZA bezogen haben, geben an, es habe sich bei einem dieser Datensätze um den ALLBUS gehandelt. Es folgen die Eurobarometer (40 Prozent), der ISSP (38 Prozent), die Jugendstudien (37 Prozent), der Wohlfahrtssurvey (29 Prozent), das Politbarometer (27 Prozent), der World Values Survey (23 Prozent), die Wahlstudien (21 Prozent) und der European Values Survey (13 Prozent).

84 Prozent der Befragten sind mit der Geschwindigkeit, mit der ihnen die bestellten Daten geliefert wurden zufrieden. 82 Prozent geben an, dass die Auswertung der über das ZA bezogenen Daten problemlos möglich gewesen sei. Genutzt werden die über das ZA bezogenen Daten vor allem für Sekundäranalysen mit eigenen Fragestellungen (85 Prozent), den Einsatz in der Lehre (59 Prozent), die Vorbereitung eigener Forschungsprojekte (55 Prozent), zur Ergänzung eigener Daten in zeitlicher Hinsicht (54 Prozent) sowie zur Ergänzung eigener Daten um einen internationalen Vergleich (36 Prozent).

All diejenigen Befragten, die das ZA kennen und bereits in Anspruch genommen haben, wurden gebeten, ihre Erfahrungen mit dem ZA auf einer fünfstufigen Zufriedenheitsskala summarisch zu bilanzieren. Immerhin 37 Prozent der Befragten wählen dabei mit der „5“ den höchsten Zufriedenheitswert. Weitere 43 Prozent wählen mit der „4“ die zweitbeste Bewertung. Eine nur durchschnittliche Bewertung vergaben mit der „3“ noch 10 Prozent, während die beiden Werte „1“ und „2“, die Unzufriedenheit indizieren, jeweils nur von einem Prozent der Befragten gewählt wurden.

29 Prozent der Befragten gaben an, es gebe Dinge, die das ZA besser machen könnte. Auf Nachfrage nannten diese Personen konkret die folgenden Punkte: Mehr Informationen über die Produkte, Dienstleistungen und Datensätze des ZA, ein besseres Internetangebot sowie die Möglichkeit des Downloads von Datensätzen sowie bessere Recherchemöglichkeiten und Beratung.

78 Prozent der Befragten können keine Leistung nennen, die ihrer Ansicht nach vom ZA noch zusätzlich angeboten werden sollte. Von denjenigen Befragten die dies konnten wurde in erster Linie der Download von Daten über das Internet sowie die verstärkte Berücksichtigung qualitativer Daten genannt. 62 Prozent der Befragten kennen keine anderen Einrichtungen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen wie das ZA anbieten. Diejenigen Befragten, die solche Einrichtungen kennen, nennen im wesentlichen andere Datenarchive außerhalb von Deutschland.

## 7 Das Zentrum für Umfragen und Analysen (ZUMA) aus der Sicht der Profession

### 7.1 ZUMA-Bewertung

Von den 401 Soziologieprofessorinnen und -professoren im deutschsprachigen Raum, die angeben, ZUMA zu kennen, hat mehr als die Hälfte (208 oder 51,9%) auch schon selbst Produkte oder Dienstleistungen ZUMA's in Anspruch genommen, 199 (46,2%) haben Mitarbeiter/innen beauftragt, ZUMA in ihrem (der Professoren/innen) Namen zu nutzen und 217 (54,1%) geben an, sie würden ihre Student/innen auf die Möglichkeit hinweisen, ZUMA zu nutzen. Schließlich geben 226 (56,4%) der Professoren/innen an zu wissen, dass Mitarbeiter/innen oder Student/innen von ihnen ZUMA für deren eigene Arbeiten schon in Anspruch genommen haben.

Das ZUMA-Dienstleistungsangebot an die Profession wird „traditionellerweise“ unterschieden in spezifische „Beratungs- bzw. Projektleistungen“ und allgemeine „Produkte bzw. Dienstleistungen“, wobei es sich bei ersterem um konkrete Leistungen bei konkreten Projekten oder bei konkreten Anfragen zu bestimmten methodischen Fragestellungen handelt, letzteres dagegen eher als allgemeine Dienstleistung für die Profession insgesamt verstanden wird, z.B. in Form von workshops oder in Form der ZUMA-Nachrichten.

Beginnen wir mit der Bewertung der konkreten **Beratungs- bzw. Projektleistungen** durch die befragten Professoren/innen.

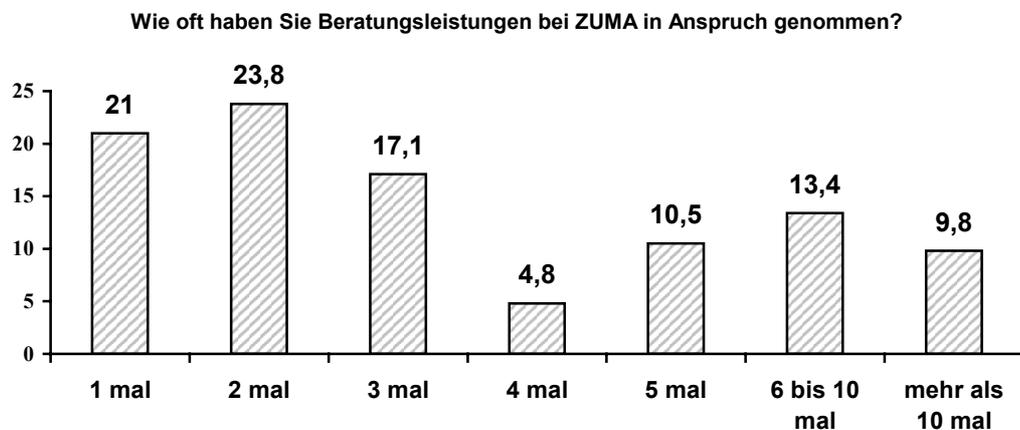
Von den 204 Befragten, die angegeben hatten, selbst schon Produkte oder Dienstleistungen ZUMA's in Anspruch genommen zu haben<sup>13</sup>, haben 113 (oder 55,4%) in ihrer Funktion als Hochschullehrer Beratungs- oder Betreuungsleistungen beansprucht (bezogen auf alle 431 Befragten sind das immerhin 26,2%). Die meisten davon haben sich wiederholt an ZUMA gewandt,

---

<sup>13</sup> Wenn gerade davon die Rede gewesen ist, dass sich die Zahl der Professoren/innen, die selbst schon Produkte oder Dienstleistungen von ZUMA in Anspruch genommen haben, auf 208 beläuft und im folgenden nur noch von 204 Personen die Rede ist, so liegt das daran, dass bei der Datenerhebung die Informationen für die jetzt fehlenden 4 Personen nicht vollständig erhoben werden konnten.

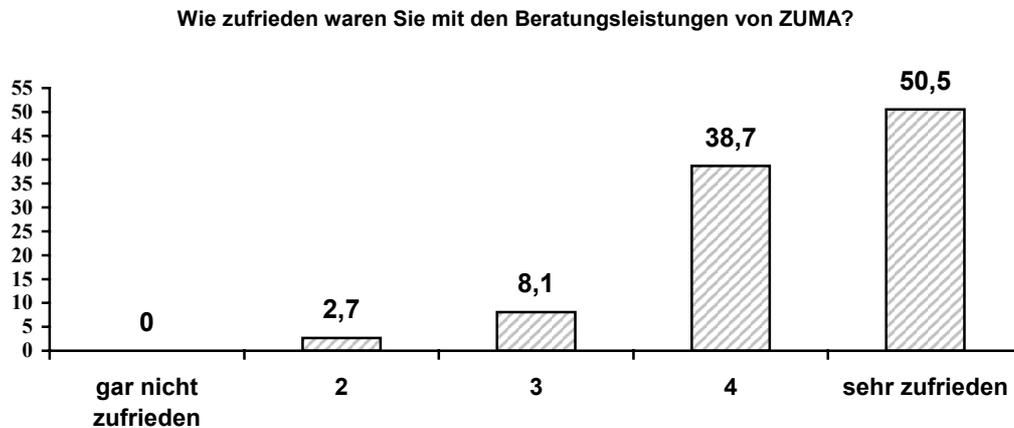
wobei der Mittelwert von 5,73 Beratungen sicherlich dadurch verzerrt ist, dass für eine befragte Person die Häufigkeit der Inanspruchnahme von ZUMA mit 100 angegeben worden ist. Nimmt man diese Person aus der Auswertung und rechnet neu, ergibt sich dann ein - realistischerer - Mittelwert von 4,83 (N=104, Sd=5,70), wobei sich die genannten Nutzungszahlen im Bereich zwischen einer und fünf Nutzungen konzentrieren (bei 8 „weiß nicht mehr“-Nennungen):

**Abbildung 30: Inanspruchnahme von Beratungs- oder  
Betreuungsleistungen  
(in %; N=105)**



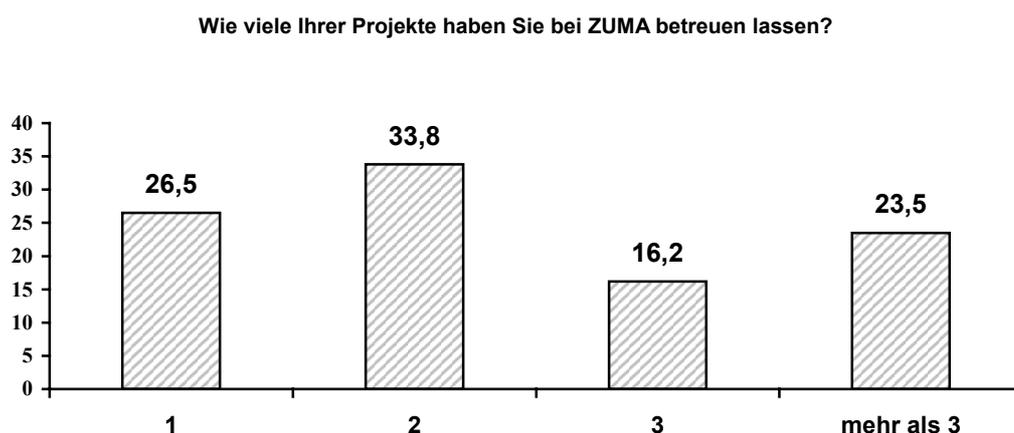
Die Zufriedenheit mit der Arbeit ZUMA's im Bereich der Beratungsleistungen ist außerordentlich hoch - der Mittelwert liegt bei 4,37 auf einer Skala von 1 = „gar nicht zufrieden“ bis 5 = „sehr zufrieden“ (Sd = .75). Oder anders ausgedrückt: Niemand ist mit der Beratungsleistung von ZUMA gar nicht zufrieden gewesen, die Hälfte der Befragten dagegen „sehr zufrieden“ (bei 2 „weiß nicht“-Nennungen).

**Abbildung 31: Zufriedenheit mit den Beratungsleistungen ZUMA's  
(in %; N=105)**



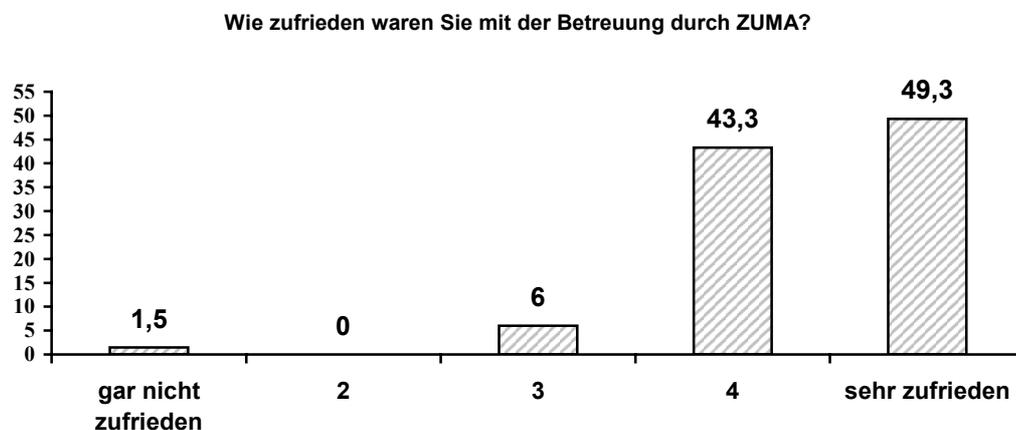
Projekt**betreuung** haben 71 der befragten Professoren/innen bereits in Anspruch genommen. Auch hier gilt: Wer ZUMA in diesem Bereich bereits genutzt hat, greift in der Mehrzahl auch ein zweites oder weiteres Mal auf dessen Projektbetreuungsangebot zurück. Bei drei Professoren/innen, die nicht mehr wussten, wie viele Projekte sie bei ZUMA haben betreuen lassen, ergibt sich für 68 Professoren/innen die folgende Verteilung:

**Abbildung 32: Inanspruchnahme von Projektbetreuung  
(in %; N=68)**



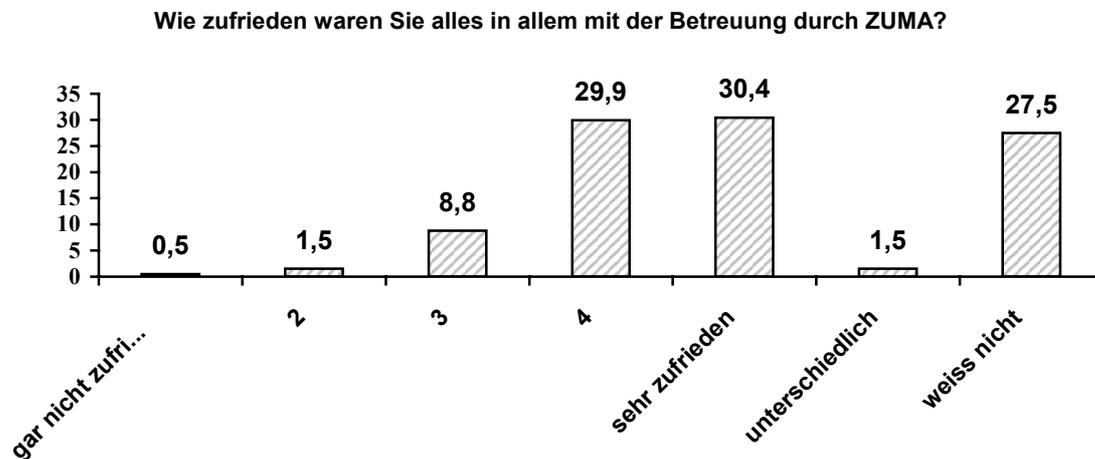
Die Zufriedenheit mit der Projektbetreuung ist genau so hoch wie die oben beschriebene Zufriedenheit mit den Beratungsleistungen. Für alle befragten Professoren/innen, die mindestens ein Projekt bei ZUMA haben betreuen lassen, liegt der Mittelwert auf der entsprechenden Fünfer-Skala bei 4,39 (Sd = .74). Nur eine Person war mit der Projektbetreuung durch ZUMA „gar nicht zufrieden“, dagegen bewegen sich mehr als 90% im positiven Skalenbereich:

**Abbildung 33: Zufriedenheit mit der Projektbetreuung  
(in %; N=67)**



Auch für alle 204 befragten Professoren/innen, die ZUMA bereits selbst in irgendeiner Weise in Anspruch genommen hatten, liegen Informationen über die globale Zufriedenheit mit den Beratungs- oder Projektleistungen von ZUMA vor. Auch hier wird Zufriedenheit mit ZUMA zum Ausdruck gebracht, wobei ein relativ hoher Wert für „weiß nicht“ auffällt - und es ist nicht auszuschließen, dass hier doch noch einige weniger Zufriedene gefunden werden könnten, die sich vielleicht nur geschämt haben, dem Interviewer ihre Unzufriedenheit mit einem der Institute, in deren Namen sie gerade befragt wurden, kundzutun (siehe Abbildung 34 auf der nächsten Seite). Der Mittelwert für die gültigen Fälle liegt bei 4,24 (N=145, Sd = 0,80).

**Abbildung 34: Zufriedenheit mit der Betreuung durch ZUMA  
(in %; N=204)**



Die Zufriedenheit mit ZUMA wird vorrangig mit der Fachkompetenz der Mitarbeiter/innen und mit der Kompetenz der Beratung im allgemeinen begründet, aber auch Aspekte wie „*rasche Antworten, schnelle Hilfe*“, „*Datenqualität*“, „*workshops, Veranstaltungen*“, „*Fragebogenberatung, Pretest, Telefonumfragen*“ lassen sich neben einigen weiteren Bereichen aus den Antworten auf die entsprechende offene Frage ableiten. Die wenigen Gründe für die Unzufriedenheit mit ZUMA sind schwieriger zu systematisieren und eher singulärer Art.<sup>14</sup>

Neben den Beratungsleistungen im konkreten Bedarfsfalle bietet ZUMA der Profession allgemein eine Reihe von **Produkten** und **Dienstleistungen** an, von der Durchführung von Pretests über die ZUMA-Nachrichten bis hin zum ALLBUS. Dienstleistungen dieser eher allgemeinen Art haben 160 Befragte oder 78,4% derjenigen befragten Professoren/innen in Anspruch genommen, die sagten, sie hätten selbst schon einmal mit ZUMA zu tun gehabt.

Diesen 160 Personen plus einer weiteren, die nicht mehr wusste, ob sie solche Produkte oder Dienstleistungen in Anspruch genommen hatte oder nicht, wurden 17 Produkte und Dienstleistungen ZUMA's vorgelesen und sie soll-

<sup>14</sup> Vgl. Anhang 7a - 7c. In: Porst, Rolf: ZUMA-Projektbericht Nr. 10/2001. ZUMA aus der Sicht der Profession. Ergebnisse der "GESIS-Potentialanalyse" Juni 2001

ten angeben, ob sie das jeweilige Produkt bzw. die jeweilige Dienstleistung persönlich bereits genutzt haben oder ob sie es zumindest dem Namen nach kennen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die unterschiedlichen Produkte sich hinsichtlich ihres Leistungsumfanges, ihrer Kosten und ihrer Zugänglichkeit erheblich voneinander unterscheiden. Von daher nimmt es nicht wunder, dass die ZUMA-Nachrichten das Produkt ZUMA's sind, das mit 84,5% am meisten persönlich genutzt wurde (aber: es wird halt kostenfrei zugesandt, wenn man sich der geringen Mühe unterzieht, sich in den entsprechenden Verteiler aufnehmen zu lassen). Und es ist ebenfalls nicht verwunderlich, dass mit finanziellem und zeitlichem Aufwand verbundene Produkte wie die Durchführung telefonischer Befragungen (4,3%) oder die Durchführung von Pretests und Pilotstudien (15,5%) am hinteren Ende der Nutzungsskala rangieren.

Neben den ZUMA-Nachrichten am meisten genutzt wurden der ALLBUS (62,7%), der Datenreport (57,1%), das ZUMA-Skalenhandbuch (54,0%), der Informationsdienst Soziale Indikatoren (49,7%) und die ZUMA-Arbeitsberichte:

**Tabelle 8: Nutzen und Bekanntheit von ZUMA-Produkten oder ZUMA-Dienstleistungen  
(Angaben in %, N = 161)**

| Produkt                                       | persönlich genutzt | bekannt | unbekannt |
|---|--------------------|---------|-----------|
| ZUMA-Nachrichten                              | 84,5               | 10,6    | 5,0       |
| ALLBUS  | 62,7               | 29,2    | 8,1       |
| Datenreport                                   | 57,1               | 23,6    | 19,3      |
| ZUMA-Skalenhandbuch                           | 54,0               | 22,4    | 23,6      |
| Informationsdienst Soziale Indikatoren - ISI  | 49,7               | 36,6    | 13,7      |
| ZUMA-Arbeitsberichte                          | 47,2               | 28,6    | 24,2      |
| Daten der amtlichen Statistik                 | 41,0               | 30,4    | 28,6      |
| Soziale Indikatoren                           | 33,5               | 47,2    | 19,3      |
| ISSP  | 32,9               | 29,2    | 37,9      |
| ZUMA-Nachrichten spezial                      | 29,2               | 18,6    | 52,2      |
| ZUMA-workshops                                | 29,2               | 49,7    | 21,1      |
| sonstige ZUMA-Publikationen                   | 27,3               | 21,7    | 50,9      |
| Berufsvercodung                               | 26,1               | 30,4    | 43,5      |
| ZUMA-Informationssystem ZIS                   | 23,0               | 26,7    | 50,3      |
| Durchführung von Pretests/Pilotstudien        | 15,5               | 49,7    | 34,8      |
| TEXTPACK                                      | 15,5               | 37,9    | 46,6      |
| Telefonische Befragungen im ZUMA-Telefonlabor | 4,3                | 49,7    | 46,0      |

Aus Tabelle 8: Nutzen und Bekanntheit von ZUMA-Produkten oder ZUMA-Dienstleistungen

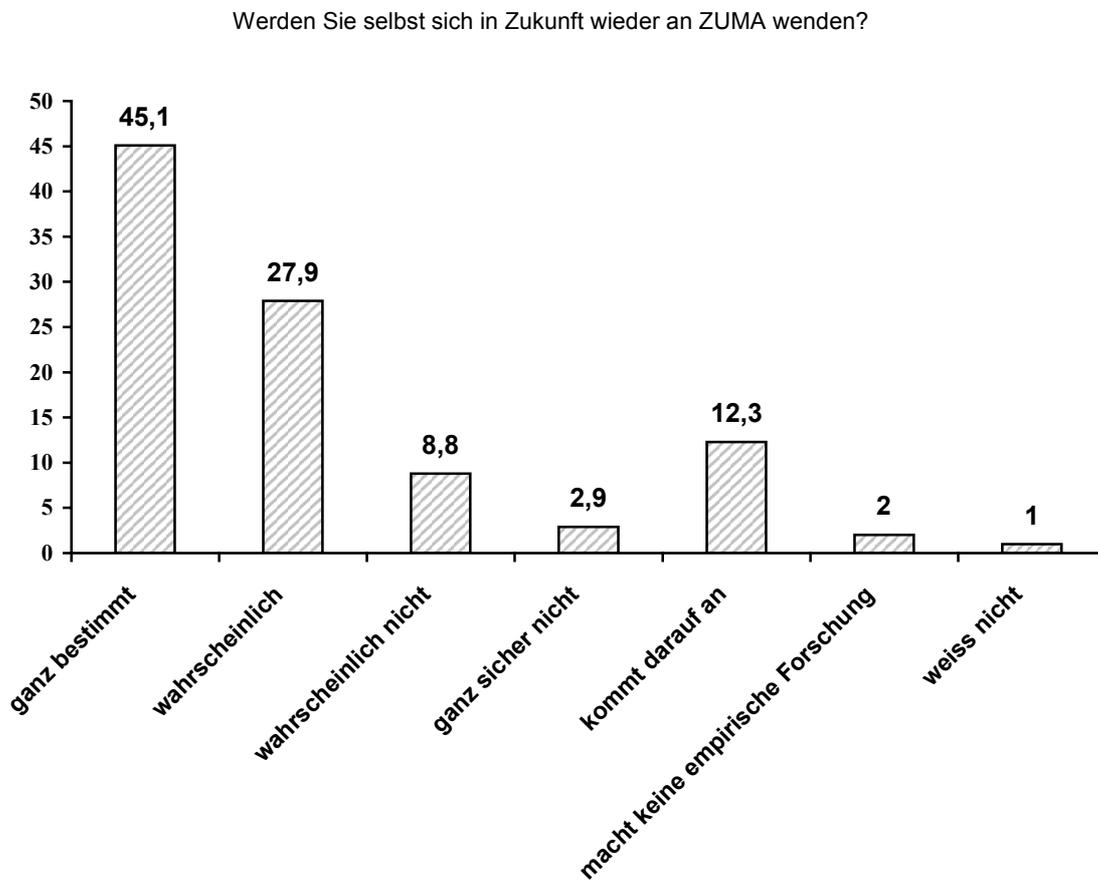
(Angaben in %, N = 161) lässt sich auch erkennen, dass es einige Produkte und Dienstleistungen ZUMA's gibt, deren Existenz selbst unter denjenigen Professoren/innen nicht sonderlich bekannt ist, die ZUMA schon in Anspruch genommen haben. Dies gilt vor allem für die ZUMA-Nachrichtenspezial (52,2% unbekannt), sonstige ZUMA-Publikationen (50,9% unbekannt), das ZUMA-Informationssystem ZIS (50,3% unbekannt), TEXTPACK (46,6% unbekannt), die Durchführung von Befragungen im ZUMA-Telefonlabor (46,0% unbekannt) und die Berufsvercodung (43,5% unbekannt).

Ungeachtet des mangelnden Bekanntheitsgrades der zuletzt genannten Produkte und Dienstleistungen fühlen sich etwa drei Viertel (73,5%) der befragten Professoren/innen, die bereits mit ZUMA zu tun hatten, auch **über das Angebot ZUMA's ausreichend informiert**. Diejenigen, die sich nicht ausreichend informiert fühlen, begründen dies vorrangig zum einen damit, dass ZUMA aus ihrer Sicht zu wenig aktive und systematische Öffentlichkeitsarbeit betreibt, aber andererseits auch damit, dass man sich selbst nicht ausreichend um mehr Informationen bemüht habe.<sup>15</sup>

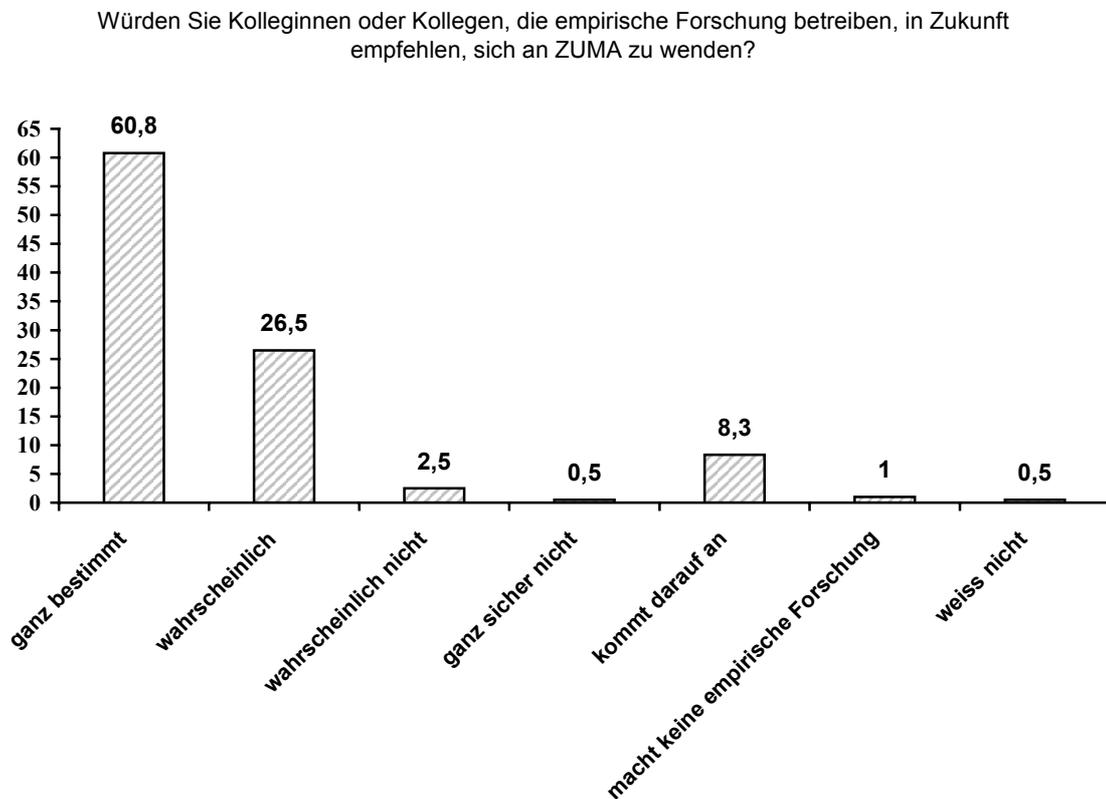
Neben der Kenntnis von ZUMA und seiner Produkte und Dienstleistungen bzw. der Zufriedenheit mit ZUMA wurde die Gesamtbeurteilung des Instituts in der Befragung durch einige weitere Fragen abgerundet. Von den 204 Professoren/innen, die bereits mit ZUMA zu tun hatten, werden sich 45,1% „ganz sicher“ und 27,9% „wahrscheinlich“ **wieder an ZUMA wenden** - nur 2,9% dagegen „ganz sicher nicht“ (siehe Abbildung 35: Zukünftige Nutzung ZUMA's (in %; N=204)).

---

<sup>15</sup> Siehe Anhang 8. In: Porst, Rolf: ZUMA-Projektbericht Nr. 10/2001. ZUMA aus der Sicht der Profession. Ergebnisse der "GESIS-Potentialanalyse" Juni 2001

**Abbildung 35: Zukünftige Nutzung ZUMA's (in %; N=204)**

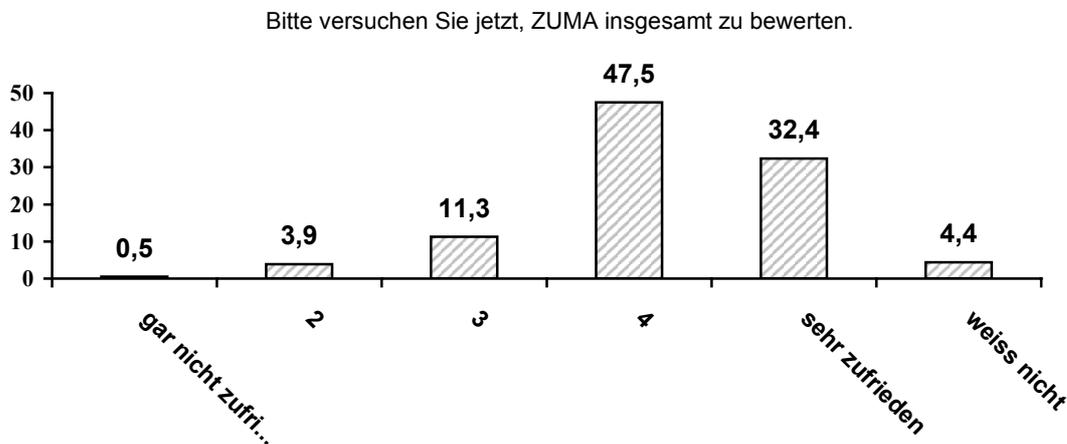
Mehr als 85% der Professoren/innen, die selbst schon mal mit ZUMA zu tun hatten, würden Kollegen „ganz bestimmt“ oder „wahrscheinlich“ **empfehlen, sich mit ihren methodischen Fragen an ZUMA zu wenden**, nur noch eine Person würde dies „ganz sicher nicht“ tun (siehe Abbildung 36: Empfehlung ZUMA's an Kollegen (in %; N=204)).

**Abbildung 36: Empfehlung ZUMA's an Kollegen (in %; N=204)**

Und schließlich: 81,4% der befragten Professoren/innen, die schon mit ZUMA zu tun hatten, haben **in der Vergangenheit bereits Kolleginnen oder Kollegen empfohlen, sich an ZUMA zu wenden.**

Von daher ist es insgesamt auch nicht verwunderlich, dass die **Gesamtbewertung** ZUMA's insgesamt sehr positiv ausfällt: Auf einer Skala von 1 = „gar nicht zufrieden“ bis 5 = „sehr zufrieden“ erhält ZUMA insgesamt und ganz allgemein den Mittelwert 4,12 (Sd = .81), mehr als 80 Prozent der befragten Professoren/innen befinden sich im positiven Bereich der Skala (siehe Abbildung 37: Zufriedenheit mit ZUMA insgesamt (in %; N=204).

**Abbildung 37: Zufriedenheit mit ZUMA insgesamt (in %; N=204)**



Trotz dieser durchweg positiven Bewertung fehlt es nicht an **Vorschlägen zur Verbesserung** der Arbeit ZUMA's. Etwa ein Drittel der Professoren/innen, die bereits mit ZUMA zu tun hatten, könnten sich Verbesserungen in den unterschiedlichsten Bereichen vorstellen. Diese Verbesserungsvorschläge zielen zu einem großen Teil ab auf eine bessere Sichtbarkeit ZUMA's und seiner Leistungen, auf systematischere Öffentlichkeitsarbeit und mehr systematische Information über die Leistungspalette; nur in vereinzelten Fällen wird die Fachkompetenz der Mitarbeiter/innen angezweifelt oder deren Verhalten kritisiert („*Im methodischen Bereich hinkt ZUMA im internationalen Bereich hinterher. Umgang mit Kunden nicht motivierend, Arrogante Mitarbeiter. Rufen nicht zurück*“ - „*Verknüpfung verschiedener Bereiche besser pflegen - jeder verweist auf den Nächsten*“ - „*Sind nicht an der Spitze der Forschung präsent. Beratung freundlich, aber nicht kompetent genug. Verstehen einfache Fragen nicht immer*“).<sup>16</sup>

Was wird im Dienstleistungsspektrum ZUMA's **vermisst, welche Leistungen sollte ZUMA noch anbieten**? Nur 32 oder 15,7% der Professoren/innen, die bereits mit ZUMA zu tun hatten, würden zusätzliche Leistungen begrüßen. Ein Schwerpunkt (mit allerdings nur 7 Nennungen) bezieht sich auf den

<sup>16</sup> Siehe Anhang 9. In: Porst, Rolf: ZUMA-Projektbericht Nr. 10/2001. ZUMA aus der Sicht der Profession. Ergebnisse der "GESIS-Potentialanalyse" Juni 2001

Ausbau von workshops („*Ausbau der workshops*“ - „*Workshops für Studenten*“) oder ganz allgemein auf eine breitere Vermittlung methodischer Erfahrungen in die Profession („*Umsetzung der Erfahrung ZUMA's in Lehrforschungsprojekte von Studierenden, entsprechende Lehrtexte*“ - „*stärkere Unterstützung der akademischen Lehre*“ - etc.). Vereinzelt Nennungen können den Bereichen „mehr Öffentlichkeitsarbeit“, „Bereitstellung spezifischer Daten“ („*Forscherdatenbanken zu interdisziplinären Themengebieten*“ - „*Vermittlung amtlicher Mikrodaten*“) und Forderung nach mehr qualitativer Forschung („*Methoden, die nichts mit traditionellen Umfragetechniken zu tun haben. Große Lücke im Angebot. Unterbelichtung qualitativer Methoden*“ - „*stärkere Kompetenz im Bereich qualitativer Forschung wäre wünschenswert*“) zugeordnet werden - allerdings bewegen sich diese Art von Nennungen im Bereich von Fallzahlen um drei.<sup>17</sup>

Bleibt schließlich die Frage nach **Alternativen** zu ZUMA. 44 oder 21,6% der Professoren/innen, die bereits mit ZUMA zu tun hatten, gaben an, Einrichtungen zu kennen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen anbieten. Dabei wurden 13 mal Institute im Ausland genannt (z.B. Sidos in Neuenburg/Schweiz, BOAS in Bergen, NORC, SCPR oder Essex, aber auch ganz allgemein „*Einrichtungen in England und USA*“). In mehreren Fällen wurden Bundesinstitute (Bundesanstalt für Arbeit, Bundesinstitut für Sportwissenschaften, IAB etc.) erwähnt, daneben gab es einige Nennungen für kommerziell tätige Markt- und Meinungsforschungsinstitute (z.B. Allensbach („*aber gegen viel Geld*“), infas oder Getas). Vereinzelt gab es schließlich auch Nennungen aus dem Bereich der akademischen Sozialforschung („*Forschungsvorhaben an verschiedenen Instituten*“ - „*Angebot in der Fakultät*“ - WZB - DIW).<sup>18</sup> Wenn die genannten Einrichtungen als Alternativen zu ZUMA wahrgenommen werden, ist es dann allerdings nicht verwunderlich, dass mehr als die Hälfte der Professoren/innen, die sich dort schon einmal Rat oder Unterstützung geholt haben, nicht wegen methodischer oder methodologischer, sondern wegen inhaltlicher Fragestellungen angefragt hatten (z.B. „*soziale Fragen über Sozialwesen*“ - „*Arbeitsmarkt*“ - „*Raumerkundung*“ - „*Ablauf von Migrationsdaten*“ oder „*Berufsentwicklung, Beschäftigungsentwicklung*“).

---

<sup>17</sup> Siehe Anhang 10. In: Porst, Rolf (2001) a.a.O.

<sup>18</sup> Siehe Anhang 11. In: Porst, Rolf (2001) a.a.O.

## 7.2 ZUMA? Hab ich schon mal gehört

Nachdem wir nun wissen, wie ZUMA von Professoren/innen bewertet wird, die sich schon irgendwann einmal bei ZUMA haben beraten lassen oder Produkte genutzt haben, werfen wir abschließend einen Blick auf diejenigen Befragten, die dies bisher nicht getan haben. 192 Professoren/innen (44,5 der Befragten), die ZUMA nicht unmittelbar oder durch Nutzung von ZUMA-Produkten kennen, wurden gefragt, woher ihnen ZUMA bekannt sei. Als wichtigste Informationsquelle gelten Kolleginnen und Kollegen, gefolgt von den ZUMA-Nachrichten; die eigentlichen Werbemaßnahmen ZUMA's fallen dagegen deutlich ab.

**Tabelle 9: Bekanntheit ZUMA's bei „Nicht-Nutzern“  
(Angaben in %, N = 192)**

| Informationsquelle                                  |      |
|---|------|
| Von Kolleginnen oder Kollegen gehört                | 32,3 |
| Durch ZUMA-Nachrichten                              | 28,6 |
| Aus der Fachliteratur                               | 23,4 |
| Durch andere ZUMA-Publikationen                     | 21,4 |
| Ist in der Profession ein Begriff                   | 20,8 |
| Anderes   | 19,3 |
| Durch Prospekte, Plakate oder andere Werbemaßnahmen | 17,7 |
| Von Mitarbeitern oder Mitarbeiter/innen gehört      | 16,1 |
| Kenne das workshop-Angebot                          | 5,7  |
| Kenne andere Produkte von ZUMA                      | 1,6  |
| Von Studenten oder Studentinnen gehört              | 1,0  |
| Aus dem Internet                                    | 1,0  |

Bleiben schließlich 10 Personen, die ZUMA nur dem Namen nach kennen.

Auf die Frage, **warum man ZUMA bisher nicht in Anspruch genommen habe**, antworten die meisten Befragten damit, dass sie in Forschungsgebieten tätig seien, die eine Beratung durch ZUMA nicht erforderlich machen (62 Nennungen; z.B. *„auf Afrika spezialisiert, glaube nicht, dass ZUMA dafür zuständig ist“* - *„keine empirische Arbeit“* - *„Historiker brauchen das nicht“* - *„Jurist“* - *„passt nicht in sein Forschungsprofil“* - etc.) oder dass sie - ohne dies näher zu begründen - keinen Bedarf an einer Beratung durch ZUMA hätten (40 Nennungen). 16 Personen gaben an, ZUMA nicht in Anspruch genommen zu haben, weil sie qualitative Forschung betrieben, einige wenige schließlich ließen empirische Fragestellungen durch Mitarbeiter/innen bearbeiten oder hätten schlicht keine Zeit gehabt, sich an ZUMA zu wenden oder aufgrund von Kontakten mit einschlägigen Experten keine Notwendigkeit dazu verspürt. 12 Befragte schließlich gaben an, ZUMA aus Unkenntnis über seine Leistungen bisher nicht in Anspruch genommen zu haben.<sup>19</sup>

### 7.3 Fazit

Fassen wir die zentralen Ergebnisse der GESIS-Professoren/innenbefragung zusammen, sofern sie ZUMA betreffen:

1. ZUMA ist in der deutschsprachigen Profession ein Begriff: 93% der befragten Professoren/innen kennen ZUMA.
2. Mehr als die Hälfte (51,9%) dieser Personen hat bereits selbst Produkte oder Dienstleistungen von ZUMA in Anspruch genommen, fast die Hälfte (46,2%) hat Mitarbeiter/innen beauftragt, ZUMA in ihrem Namen zu nutzen. Auch weisen mehr als die Hälfte der Professoren/innen, die ZUMA kennen, ihre Studenten auf ZUMA hin.
3. 55,4% der Personen, die ZUMA schon in Anspruch genommen haben, haben dies in Form konkreter Beratungsleistungen getan, die meisten davon mehr als einmal. Die Zufriedenheit mit den Leistungen ZUMA's in diesem Bereich ist sehr hoch (Mittelwert 4,37 auf einer Skala von 1 = „gar nicht zufrieden“ bis 5 = „sehr zufrieden“).

---

<sup>19</sup> Siehe Anhang 13. In: Porst, Rolf (2001) a.a.O.

4. 34,8% der Personen, die ZUMA schon in Anspruch genommen haben, haben dies in Form von Projektbetreuung getan, die meisten bei mehr als einem ihrer Projekte. Die Zufriedenheit mit der Projektbetreuung bei ZUMA ist ebenfalls sehr hoch (Mittelwert 4,39 auf einer Skala von 1 = „gar nicht zufrieden“ bis 5 = „sehr zufrieden“).
5. 78,4% der Personen, die ZUMA schon in Anspruch genommen haben, haben Produkte und Dienstleistungen von ZUMA genutzt. Der weitaus größte Teil davon nennt dabei die ZUMA-Nachrichten, gefolgt von ALLBUS und Datenreport. Am wenigsten bekannt sind die ZUMA-Nachrichten spezial, sonstige ZUMA-Publikationen und das ZUMA-Informationssystem ZIS.
6. Der Großteil der Befragten, die bereits mit ZUMA zu tun hatten, werden sich „ganz bestimmt“ (45,1%) oder „wahrscheinlich“ (27,9%) auch in Zukunft wieder an ZUMA wenden oder ZUMA an Kolleginnen oder Kollegen weiterempfehlen (60,8% „ganz bestimmt“, 26,5% „wahrscheinlich“).
7. Die Zufriedenheit mit ZUMA insgesamt ist mit 4,12 auf einer Skala von 1 = „gar nicht zufrieden“ bis 5 = „sehr zufrieden“ recht hoch; dennoch gibt es eine Reihe von Verbesserungsvorschlägen, die auf systematischere Öffentlichkeitsarbeit und mehr Information über das Leistungsspektrum ZUMA's abzielen.
8. Man würde sich wünschen, dass ZUMA auch mehr im Bereich von Dienstleistungen allgemeiner Art für die Profession anbieten würde, z. B. im Bereich von workshops oder durch Vermittlung der Erfahrungen ZUMA's in die Profession hinein. Ein gewisses Interesse an mehr Leistungen im Bereich der qualitativen Forschung wird sichtbar, allerdings in einer nicht allzu starken Häufigkeit.
9. Alternativen zu ZUMA werden von 21,6% der Professoren/innen genannt, die mit ZUMA bereits zu tun hatten, wobei aber etwa die Hälfte davon auf Institute verweisen, die inhaltliche Arbeit verrichten.
10. Befragte, die ZUMA zwar kennen, aber selbst bisher noch nicht unmittelbar mit ZUMA zu tun hatten, beziehen ihre Kenntnis vor allem aus dem Kollegenkreis.
11. Wer ZUMA nicht in Anspruch nimmt, hat aufgrund seiner Forschungsausrichtung oder ohne dies näher zu spezifizieren keinen Bedarf an ZUMA-Leistungen. Aber auch (allerdings wenige) vorrangig qualitativ

arbeitende Wissenschaftler sehen in ZUMA nicht vorrangig eine Anlaufstelle, vermissen dort eine einschlägige Kompetenz.

Um es in einem abschließenden Satz zu sagen: ZUMA ist in der Profession bekannt, die Arbeit ZUMA's wird weitgehend positiv wahrgenommen (Zufriedenheit, Mehrfachnutzung), man wünscht sich aber mehr Öffentlichkeitsarbeit, mehr allgemeine Dienstleistungen für die Profession (workshops, Lehrangebote) und ein wenig mehr Aktivität im Bereich qualitativer empirischer Sozialforschung.

## **8 Feldbericht als Anlage**

Der folgende Feldbericht ist der ZUMA Interne Projektbericht:

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

### **8.1 Einleitung**

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

### **8.2 Stichprobe**

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

### **8.3 Feldzeit**

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

was dazu führte, dass mit der Studie erst am 14. November begonnen werden konnte. Beendet wurde die Telefonumfrage am 14. Dezember 2000. In der Feldphase erfolgte die Kontaktaufnahme mit den Zielpersonen in der Zeit von 10 bis 19 Uhr.

Bei der Studie wurden insgesamt 9 Interviewer und Interviewerinnen eingesetzt, die in mehreren Schulungen vor Feldbeginn mit dem Untersuchungsgegenstand und dem Befragungsinstrument vertraut gemacht wurden.

Die Telefonumfrage wurde auf computergestütztem Wege durchgeführt. Der Fragebogen, auf den nachfolgend kurz eingegangen werden soll, wurde mit dem Befragungsprogramm CI3 von Sawtooth erstellt. Die Feldsteuerung, d.h. die Anruf-, Termin- und Kontaktverwaltung lief unter dem CATI-System von CI3.

## 8.4 Fragebogen

Für die Potential-Umfrage wurde in einem ersten Schritt von einer Arbeitsgruppe, in der Mitarbeiter der drei Institute IZ, ZA und ZUMA vertreten waren, eine schriftliche Version des Fragebogens entwickelt, der als Grundlage für die Umsetzung in den telefonischen „Computer-Fragebogen“ diente. Im Mai 2000 wurde dieser Fragebogen im Rahmen eines qualitativen Telefon-Pretests auf seine Praktikabilität, Verständlichkeit und Einsetzbarkeit überprüft<sup>20</sup>. Aufgrund der Ergebnisse des Pretests wurde der Fragebogen modifiziert und in der überarbeiteten Form bei der Hauptstudie eingesetzt<sup>21</sup>.

Der Fragebogen selbst umfasste mehrere Befragungsblöcke. Zu Beginn eines Interviews sollte jede Befragungsperson zunächst angeben, welche Quellen und Medien sie bei ihren Lehrveranstaltungen und Forschungstätigkeiten einsetzt. Im Anschluss daran wurde die Relevanz verschiedenster Informationsquellen (vom Internet über Datenbanken bis hin zu Universitätsbibliotheken) abgefragt.

---

<sup>20</sup> Schneid, Michael; Angelika Stiegler (2000), Pretestbericht Projekt „Potential-Umfrage GESIS“, ZUMA Interner Projektbericht Nr. 03/2000.

<sup>21</sup> Der Fragebogen befindet sich im Anhang dieses Berichts.

Es folgten dann 4 Fragen über die Bekanntheit von GESIS sowie der Institute IZ, ZA und ZUMA. Im Anschluss an diese Bekanntheitsfragen gab es für jedes der 3 Institute einen Befragungsblock mit institutsspezifischen Fragen. So wurden z.B. beim IZ vertiefende Fragen zu den Produkten SOLIS, FORIS CD-ROM WISO III etc. gestellt. Beim ZA ging es neben der Bekanntheit von Dienstleistungen und Produkten u.a. schwerpunktmäßig um die Archivierung, Suche, Aktualität usw. von Datensätzen. Und beim ZUMA ging es zunächst um die Inanspruchnahme von allgemeinen Beratungsleistungen bzw. Projektberatungen, gefolgt von der Bekanntheit und Nutzung diverser Dienstleistungen und Produkten<sup>22</sup>.

Ein institutsspezifischer Fragenblock kam nur dann bei einem Interview zum Einsatz, wenn die Zielperson zuvor angegeben hatte, dass sie das Institut kennt. Wenn z.B. eine Befragungsperson nur das IZ kannte, aber nicht die beiden anderen Institute ZA und ZUMA, dann wurden sie auch nur zum IZ befragt.

Bei jedem institutsspezifischen Fragenblock gab es darüber hinaus noch eine „Einschränkung“: die Befragungsperson sollte schon selbst in ihrer Funktion als Hochschullehrer Produkte oder Dienstleistungen des Instituts in Anspruch genommen haben. War dies nicht der Fall, folgten einige Fragen über die Nutzung des Instituts durch Mitarbeiter bzw. Studenten. Anschließend sollten die Zielpersonen nur noch die Gründe angeben, weshalb sie noch nie Leistungen des Instituts in Anspruch genommen haben.

Auf die drei institutsspezifischen Befragungsblöcke folgten 2 Fragen zum Internet-Angebot zur GESIS, die nur jenen Befragungspersonen vorgelesen wurden, die mindestens eines der 3 Institute kannten. Zum Interviewabschluss folgten dann noch einige soziodemographische Fragen zum Alter, Geschlecht, den soziologischen Teildisziplinen, in denen die Befragten tätig sind, etc.. Am Ende des Interviews sollten die Zielpersonen angeben, ob sie an der Zusendung von Informationsmaterial zur GESIS interessiert sind. Knapp über 70 % der Zielpersonen bekundeten daran ihr Interesse. Die Anschriften dieser Befragungspersonen wurden im Feldverlauf sukzessive per Email an das IZ gesandt. Von dort wurde das Informationsmaterial an die Interessenten geschickt.

---

<sup>22</sup> Der genaue Wortlaut der Fragen und die Fragenabfolge ist dem Anhang zu entnehmen.

Im Vergleich zu traditionellen „paper - pencil“- Datenerhebungsformen bieten computergestützte Erhebungsformen eine Fülle von Vorteilen. So können z.B. schon während des Interviews Plausibilitäts- bzw. Konsistenzkontrollen durchgeführt und eventuelle Unstimmigkeiten noch im Interviewverlauf abgeklärt werden. Der Fragebogen kann dabei so programmiert und gestaltet werden, dass er sich „individuell“ an jeden Befragten „anpasst“. Auch im vorliegenden Fall wurde der Fragebogen so programmiert, dass nur die Fragen, die auch auf die Befragungsperson zutrafen, vom Interviewer gestellt wurden. Darüber hinaus bieten computergestützte Befragungen den Vorteil, dass die erhobenen Daten schon kurz nach Beendigung der Feldzeit vorliegen und analysiert werden können. So konnten bei dieser Studie schon 5 Werkta-ge nach Feldende der Datensatz an die Arbeitsgruppe übermittelt werden.

## 8.5 Realisierte Interviews und Ausschöpfungsübersicht

Auf Basis der vorgegebenen 636 Adressen konnten im Rahmen der Studie insgesamt 431 Interviews realisiert werden. Wie aus der Ausschöpfungsübersicht in Tabelle 10: Ausschöpfungsübersicht ersichtlich ist, war in 16 Fällen die Telefon-Nummer nicht existent. In 4 Fällen handelte es sich um einen Privathaushalt bzw. die avisierte Zielperson war verstorben. Und in 15 Fällen war die Zielperson mit „unbekanntem Ziel“ verzogen.

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

**Tabelle 10: Ausschöpfungsübersicht**

|   |            |                |
|---|------------|----------------|
| <b>Telefon-Nr. insgesamt</b>                  | <b>636</b> | <b>100,0 %</b> |
| <b>Stichprobenneutrale Ausfälle</b>           |            |                |
| Telefon-Nr. nicht existent                    | 16         | 2,5 %          |
| Privathaushalt                                | 4          | 0,6 %          |
| ZP verstorben                                 | 4          | 0,6 %          |
| ZP verzogen <sup>23</sup> , nicht mehr an Uni | 15         | 2,4 %          |
| Summe   | 39         | 6,1 %          |
| <b>Bereinigtes Brutto I:</b>                  |            |                |
| ZP emeritiert <sup>24</sup>                   | 8          | 1,3 %          |
| ZP im Ausland / Freisemester                  | 20         | 3,4 %          |
| Mehr als 30 Kontaktversuche                   | 11         | 1,8 %          |
| Summe   | 39         | 6,5 %          |
| <b>Bereinigtes Brutto II:</b>                 |            |                |
| ZP hat keine Zeit                             | 32         | 5,7 %          |
| ZP hat kein Interesse                         | 53         | 9,5 %          |
| ZP zu alt, krank                              | 11         | 2,0 %          |
| ZP in Feldzeit nicht da                       | 26         | 4,7 %          |
| Sonstige Gründe                               | 4          | 0,7 %          |
| Abbruch                                       | 1          | 0,2 %          |
| Summe   | 127        | 22,8 %         |
| <b>Realisierte Interviews:</b>                | <b>431</b> | <b>77,2 %</b>  |

<sup>23</sup> Es handelt sich hierbei nur um „unbekannt verzogene“ Zielpersonen, die nicht mehr an ihrer Arbeitsstelle telefonisch angetroffen werden konnten und deren neue oder private Telefonnummer nicht in Erfahrung gebracht werden konnte. In den anderen Fällen wurde versucht, die Zielpersonen unter der neuen oder privaten Rufnummer zu kontaktieren.

<sup>24</sup> Es handelt sich hierbei um emeritierte Zielpersonen, deren Telefonnummer nicht in Erfahrung gebracht werden konnte.

**Tabelle 11: Ausschöpfungsübersicht differenziert nach  
„GESIS-Affinen“ und „Nicht-GESIS-Affinen“**

|                                     | <b>Alle<br/>Befragten</b> | <b>„Nicht-<br/>GESIS-<br/>Affine“</b> | <b>„GESIS-<br/>Affine“</b> |
|-------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------|----------------------------|
|                                     | <b>n = 636</b>            | <b>n = 523</b>                        | <b>n = 113</b>             |
| <b>Stichprobenneutrale Ausfälle</b> |                           |                                       |                            |
| Telefon-Nr. nicht existent          | 2,5 %                     | 2,7 %                                 | 1,8 %                      |
| Privathaushalt                      | 0,6 %                     | 0,8 %                                 | 0,0 %                      |
| ZP verstorben                       | 0,6 %                     | 0,6 %                                 | 0,9 %                      |
| ZP verzogen, nicht mehr an Uni      | 2,4 %                     | 2,5 %                                 | 1,8 %                      |
| Summe                               | 6,1 %                     | 6,5 %                                 | 4,4 %                      |
| <b>Bereinigtes Brutto I:</b>        |                           |                                       |                            |
|                                     | <b>n = 597</b>            | <b>n = 489</b>                        | <b>n = 108</b>             |
| ZP emeritiert                       | 1,3 %                     | 1,6 %                                 | 0,0 %                      |
| ZP im Ausland / Freisemester        | 3,4 %                     | 4,1 %                                 | 0,0 %                      |
| Mehr als 30 Kontaktversuche         | 1,8 %                     | 2,2 %                                 | 0,0 %                      |
| Summe                               | 6,5 %                     | 8,0 %                                 | 0,0 %                      |
| <b>Bereinigtes Brutto II:</b>       |                           |                                       |                            |
|                                     | <b>n = 558</b>            | <b>n = 450</b>                        | <b>n = 108</b>             |
| ZP hat keine Zeit                   | 5,7 %                     | 6,0 %                                 | 4,6 %                      |
| ZP hat kein Interesse               | 9,5 %                     | 9,1 %                                 | 11,1 %                     |
| ZP zu alt, krank                    | 2,0 %                     | 2,2 %                                 | 0,9 %                      |
| ZP in Feldzeit nicht da             | 4,7 %                     | 4,0 %                                 | 7,4 %                      |
| Sonstige Gründe                     | 0,7 %                     | 0,4 %                                 | 1,9 %                      |
| Abbruch                             | 0,2 %                     | 0,0 %                                 | 0,9 %                      |
| Summe                               | 22,8 %                    | 21,8 %                                | 26,9 %                     |
| <b>Realisierte Interviews:</b>      |                           |                                       |                            |
|                                     | <b>n = 431</b>            | <b>n = 352</b>                        | <b>n = 79</b>              |

In der Tabelle 11: Ausschöpfungsübersicht differenziert nach „GESIS-Affinen“ und „Nicht-GESIS-Affinen“ sind die Ausschöpfungsübersichten differenziert nach den „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“<sup>25</sup> dargestellt, wobei erkennbar ist, dass die Ausschöpfungsquote mit etwas über 78 % bei den „Nicht- GESIS-Affinen“ etwas höher ist als bei den „GESIS-Affinen“ (knapp über 73 %). Die geringere Quote bei den „GESIS-Affinen“ ergibt sich vor allem dadurch, dass in dieser Zielgruppe vergleichsweise mehr Personen in der Feldzeit nicht erreichbar waren und tendenziell etwas weniger daran interessiert waren, sich befragen zu lassen.

## 8.6 Interviewdauer und Kontaktanzahl

Das kürzeste Interview dauerte 8 und das längste Interview 89 Minuten. Im Durchschnitt betrug die Interviewdauer 23 Minuten. Betrachtet man die Interviewdauer differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“, dann zeigt es sich, dass im Schnitt die Interviews mit den GESIS-Affinen etwas länger dauerten ( $\bar{x}$  = 29 Min.; Min = 9 / Max = 63 Min) als mit den „Nicht- GESIS-Affinen“ ( $\bar{x}$  = 21 Min.; Min = 8 / Max = 89 Minuten)<sup>26</sup>.

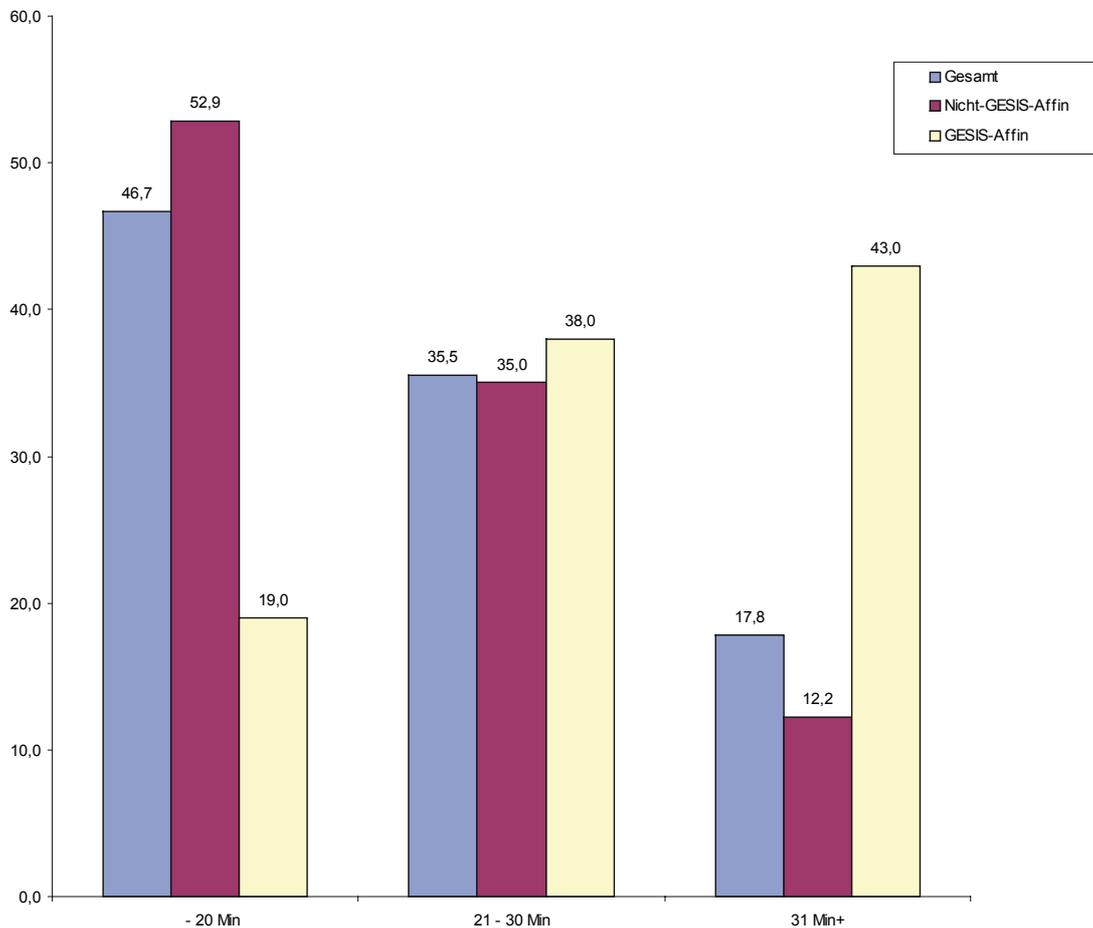
In der nachfolgenden Abbildung sind die Interviewzeiten kategorisiert dargestellt. Daraus ist ersichtlich, dass etwa jeder 2. Befragte bei den „Nicht-GESIS-Affinen“ bis 20 Minuten Befragungszeit für ein Interview benötigte. Innerhalb der Gruppe der „GESIS-Affinen“ war dies nur in jedem 5. Interview der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

---

<sup>25</sup> Wie schon erwähnt, handelt es sich bei „GESIS-Affinen“ um Professoren bzw. Professorinnen, die in engerem Kontakt zur GESIS bzw. den Instituten stehen oder standen.

<sup>26</sup> Auch ohne Einbeziehung des langen Interviews von 89 Minuten lag die Durchschnittsinterviewdauer bei den „Nicht- GESIS-Affinen“ bei etwa 21 Minuten.

**Abbildung 38: Interviewdauer kategorisiert.**  
**(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)**

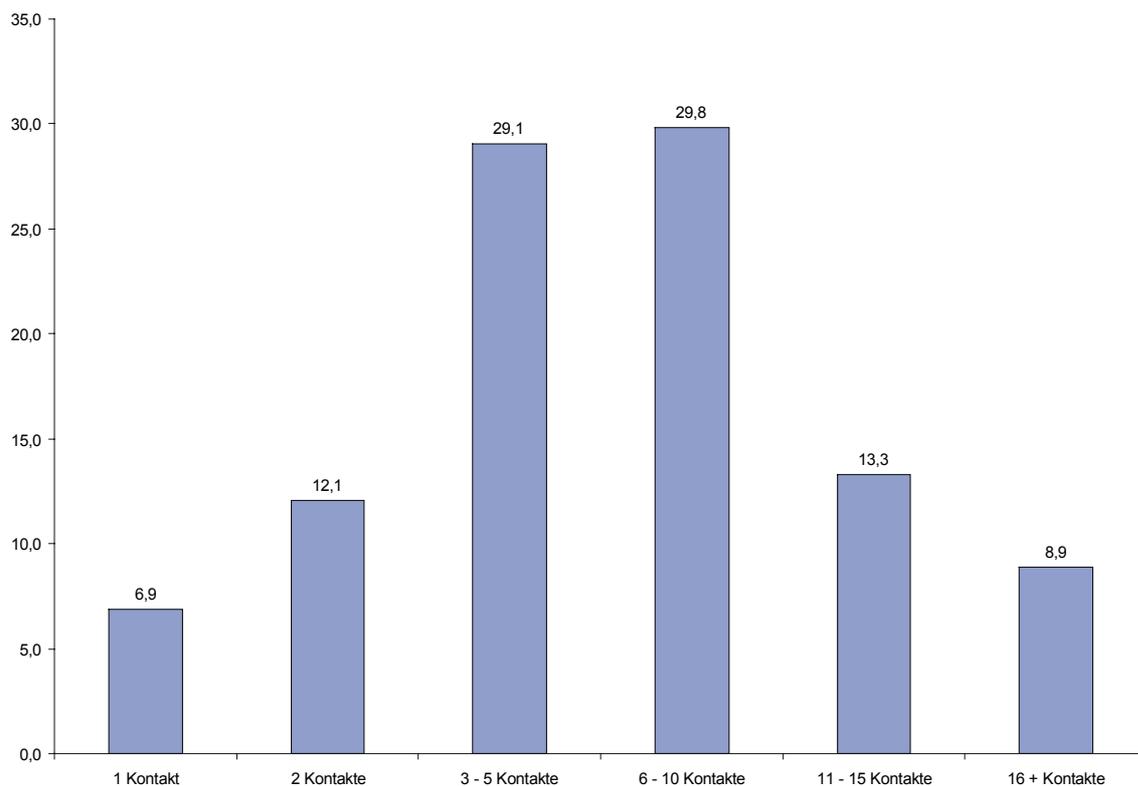


Im Gegensatz zu „herkömmlichen“ telefonischen Bevölkerungsumfragen ist es erfahrungsgemäß bei Studien mit einer Zielpopulation wie im vorliegenden Fall im Verlauf der Feldphase teilweise äußerst schwierig, die Befragungsperson zu erreichen und zu interviewen. Dringende Termine oder anderweitige kurzfristige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

So waren bei dieser Studie im Schnitt 7,2 Kontaktversuche nötig, bevor es zu einem Interview kam. Wie in der Abbildung 39, in der die Kontaktanzahl ka-

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

**Abbildung 39: Anzahl Kontakte bis zum Interview (kategorisiert)**



## 8.7 Besonderheiten

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

So zeigte es sich schon kurz nach Feldbeginn, dass die im Datensatz angegebene Telefonnummern in nicht unerheblichem Umfang nicht auf dem neues-

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

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

Nicht alle Befragungspersonen waren zum Zeitpunkt der Umfrage noch berufstätig. Nach Beendigung der Feldzeit zeigte es sich, dass von den 431 Zielpersonen 17 Befragte emeritiert waren. Dieser Personenkreis wurde dennoch zur Thematik befragt. Zum einen stellte es sich zumeist erst am Interviewende heraus, dass sie emeritiert waren. Und zum anderen erschien es sinnvoll, auch deren Meinungen und Ansichten zu erfassen, da nicht bekannt war, ob sie sich erst seit kurzem oder schon seit längerer Zeit im Ruhestand befinden <sup>27</sup>.

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

---

<sup>27</sup> In der Ausschöpfungsübersicht (Seite 82) sind 8 Personen als emeritiert ausgewiesen. Diese Personen konnten nicht kontaktiert werden, da nicht bekannt war, wo sie sich aufhalten.

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

Alle Zielpersonen wurden kalt kontaktiert, d.h. sie erhielten kein Anschreiben, in dem sie über Ziel und Zweck der Studie informiert wurden. Allerdings bestanden nicht wenige Befragten auf die Zusendung einer schriftliche Information. In diesen Fällen wurde ihnen ein einseitiges Fax zugesandt, dass sich in der Anlage dieses Berichtes befindet <sup>28 29</sup>.

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

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

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

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

---

<sup>28</sup> Die Sekretärin einer Zielperson gab an, dass diese erst zu einem Interview bereit ist, wenn das Fax vorliegt. Nach Versand des Faxes und der erneuten Kontaktaufnahme teilte sie dem Interviewer mit, dass die Zielperson ein Freisemester hat und erst im nächsten Jahr wieder zu erreichen sei.

<sup>29</sup> Bei einer früher durchgeführten Umfrage bei Professoren mussten ebenfalls vor Durchführung eines Interviews Faxe an die Zielpersonen verschickt werden, bevor ein Interview realisiert werden konnte.

Institute bzw. die Mitarbeiter darüber informiert werden, damit Auskünfte dieser Art vermieden werden. Ebenso sollten die Mitarbeiter im Telefonlabor darüber in Kenntnis gesetzt werden, wenn zeitgleich zur telefonischen auch eine schriftliche Befragung läuft, damit es weder bei den Zielpersonen noch bei den Interviewer/Innen zu Irritationen kommen kann<sup>30</sup>.

Nach jedem Interview sollten die InterviewerInnen festhalten: a) die Antwortbereitschaft der Zielperson, b) wie schwierig das Interview für sie selbst bzw. die Befragungsperson und c) wie interessant das Untersuchungsthema für die Zielperson war. Die Ergebnisse dieser Fragen sind in den nachfolgenden Abbildungen dargestellt.

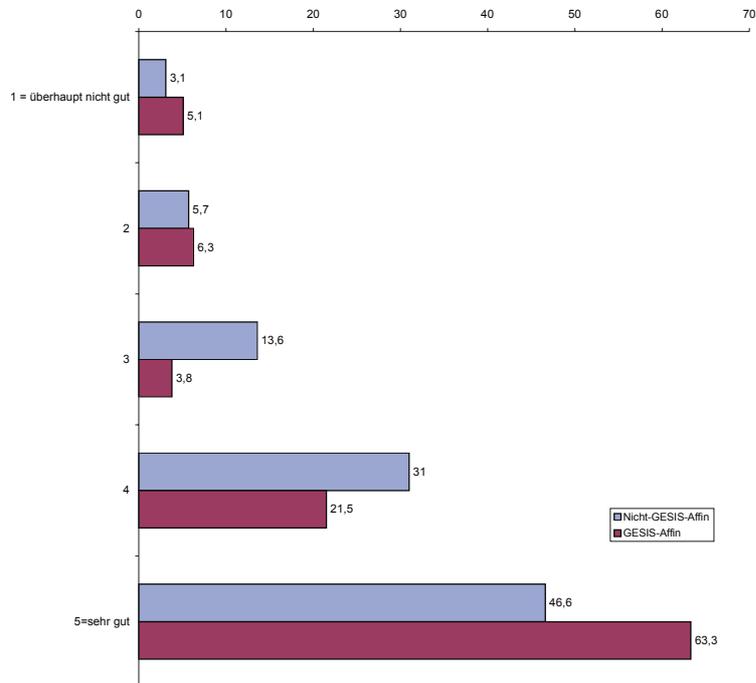
Generell kann gesagt werden, dass die Antwortbereitschaft der Zielpersonen tendenziell als sehr gut eingeschätzt wurde, wobei die „GESIS-Affinen“ durch die InterviewerInnen diesbezüglich besser beurteilt wurden als die „Nicht- GESIS-Affinen“ (Abbildung 40).

Das Interview selbst wurde sowohl von InterviewerInnen, aber auch durch die Zielpersonen als nicht besonders schwierig angesehen. Auch hier gibt es Unterschiede zwischen den „Nicht- GESIS-Affinen“ und den „GESIS-Affinen“: für die letztere Gruppe war das Interview leichter, sowohl für den Interviewer wie auch den Befragten (Abbildung 41 und Abbildung 42).

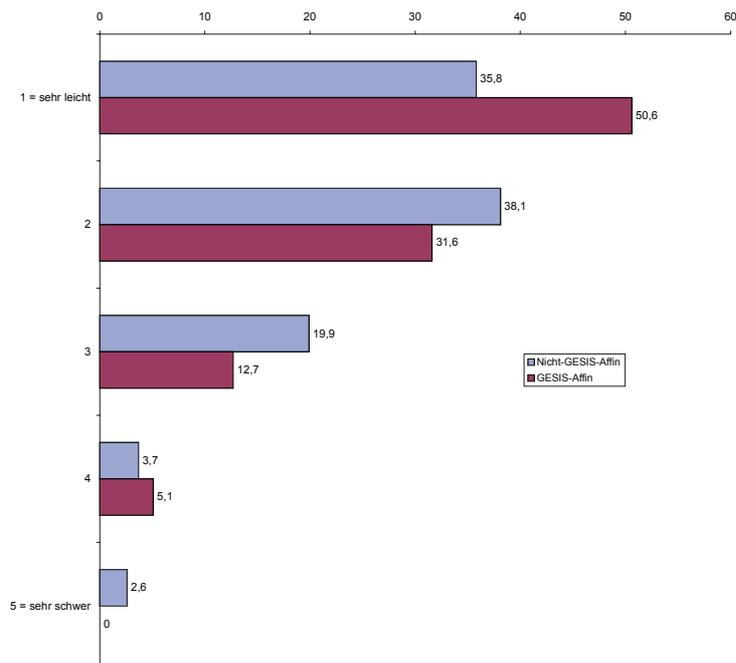
---

<sup>30</sup> So gaben mehrere Zielpersonen an, dass sie gerade einen schriftlichen Fragebogen erhalten haben und warum sie nun wieder befragt werden. Möglicherweise handelte es sich dabei um die Erhebung für die Datenbank FORIS.

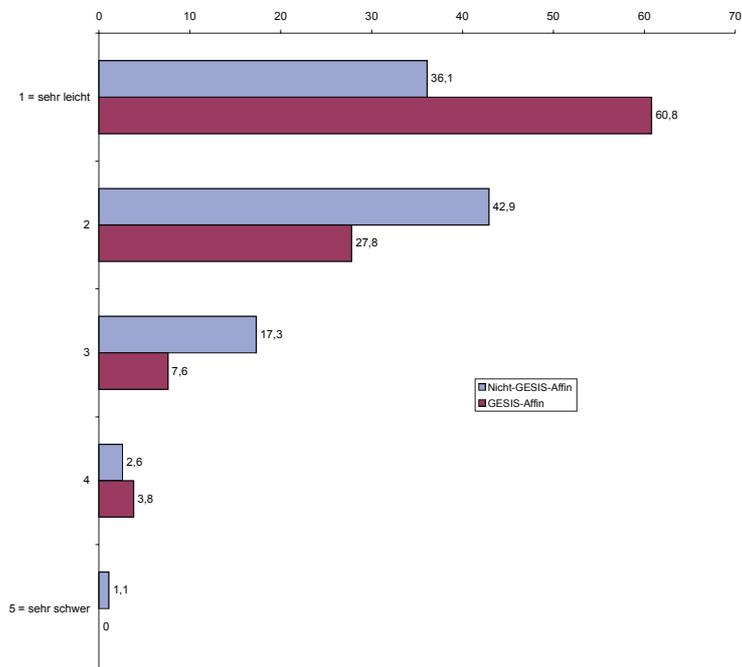
**Abbildung 40: Antwortbereitschaft der Zielpersonen**  
(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)



**Abbildung 41: Schwierigkeitsgrad Interviewer**  
(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)

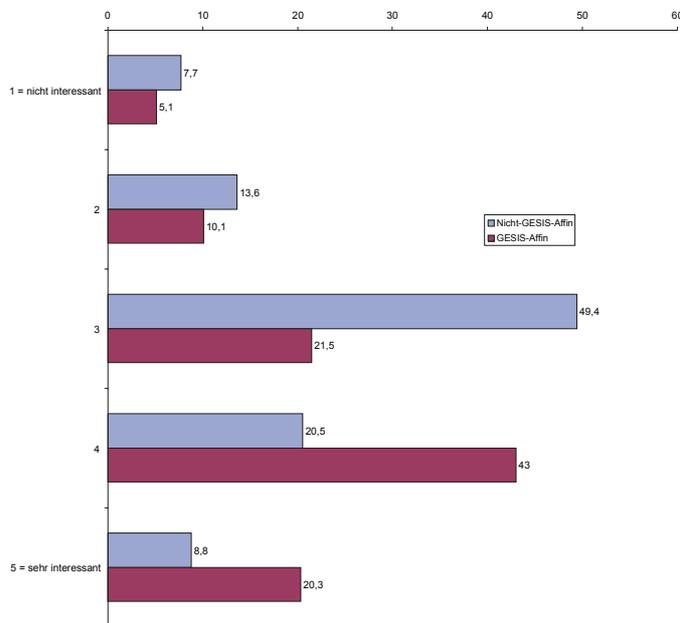


**Abbildung 42: Schwierigkeitsgrad Zielperson  
(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)**



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

**Abbildung 43: Interesse seitens der Zielpersonen  
(differenziert nach „Nicht- GESIS-Affinen“ und „GESIS-Affinen“)**



## 8.8 Zusammenfassung

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

Prof. Dr. Peter Ph. Mohler

Herrn  
Prof. Dr. Hans Muster  
Universität Muster  
12345 Musterstadt

Fax.: 0123 / 123456

15. November 2000

### Umfrage für die GESIS

Sehr geehrter Herr Prof. Muster,

die Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen (GESIS) führt derzeit eine Umfrage durch. Ziel der Befragung ist es, eine Bewertung des derzeitigen Leistungsangebotes der GESIS-Institute zu erhalten.

Sie wurden für diese Befragung anhand einer Zufallsstichprobe unter Sozialwissenschaftler bzw. Sozialwissenschaftlerinnen in Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgewählt. Damit wir aussagefähige Ergebnisse erhalten, ist es wichtig, dass jede ausgewählte Person an unserer Befragung teilnimmt. Wir bitten Sie daher sehr herzlich, an unserer telefonischen Befragung teilzunehmen.

Die Teilnahme an unserer Befragung ist selbstverständlich freiwillig. Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und die Fragebogendateien werden von der GESIS nur in anonymisierter Form ausgewertet.

Für Ihren Beitrag zum Erfolg dieser wichtigen Untersuchung möchten wir uns bereits jetzt ganz herzlich bedanken.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Peter Ph. Mohler





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

1 = WEITER

---

F01

Beginnen wir mit Ihren Lehrveranstaltungen. Welche Quellen und welche Medien nutzen Sie im allgemeinen für Ihre Lehrveranstaltungen?

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- Lehrbücher / Fachbücher
  - Fachzeitschriften
  - Graue Literatur
  - Umfragedaten
  - Literatur- und Forschungsdatenbanken
  - Gespräche mit KollegInnen und/oder MitarbeiterInnen
  - Andere Quellen bzw. Medien (OFFEN)
- ==> DERZEIT KEINE LEHRVERANSTALTUNGEN  
==> NÄCHSTE FRAGE
- 

F01a

Benutzen Sie für Ihre Lehrveranstaltungen auch das Internet?

[INT.: Auch für Vorbereitungen zu Lehrveranstaltungen]

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

F02

Und welche Quellen und welche Medien nutzen Sie im allgemeinen bei der Durchführung Ihrer Forschungsarbeiten?

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- Lehrbücher / Fachbücher
  - Fachzeitschriften
  - Graue Literatur
  - Umfragedaten
  - Literatur- und Forschungsdatenbanken
  - Gespräche mit KollegInnen und/oder MitarbeiterInnen
  - Andere Quellen bzw. Medien (OFFEN)
- ==> BETREIBE ÜBERHAUPT KEINE FORSCHUNG  
==> NÄCHSTE FRAGE
- 

F02a

Und benutzen Sie für Ihre Forschungstätigkeiten auch das Internet?

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

F03

Und welche Art von Forschung betreiben Sie? Betreiben Sie ...

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- ... empirische Forschung
  - ... anwendungsorientierte Forschung
  - ... Theorieanwendung
  - ... Grundlagenforschung
  - ... historische Forschung oder
  - ... deskriptive (beschreibende) Studien?
  - andere Forschung (OFFEN)
  - ==> KEINE FORSCHUNG
  - ==> NÄCHSTE FRAGE
- 

F04

Wie wichtig ist für Ihre wissenschaftliche Arbeit ...

... das Internet?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

- 1 = unwichtig
- 2
- 3
- 4
- 5 = sehr wichtig
- 6 = Benutze ich nicht
- 7 = Weiss nicht

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

F05

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit ...

... Datenbanken?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig

Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

- 1 = unwichtig
- 2
- 3
- 4
- 5 = sehr wichtig
- 6 = Benutze ich nicht
- 7 = Weiss nicht

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

---

F06

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit ...

... Dokumentationseinrichtungen bzw. Datenarchive?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

1 = unwichtig

2

3

4

5 = sehr wichtig

6 = Benutze ich nicht

7 = Weiss nicht

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

---

F07

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit ...

... Forschungseinrichtungen für die Sozialwissenschaften?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

1 = unwichtig

2

3

4

5 = sehr wichtig

6 = Benutze ich nicht

7 = Weiss nicht

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

---

F08

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit ...

... Instituts- bzw. Fachbereichsbibliotheken?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

1 = unwichtig

2

3

4

5 = sehr wichtig

6 = Benutze ich nicht

7 = Weiss nicht

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

---

F08b

Wie wichtig sind für Ihre wissenschaftliche Arbeit ...

... Universitätsbibliotheken?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

1 = unwichtig

2

3

4

5 = sehr wichtig

6 = Benutze ich nicht

7 = Weiss nicht

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

---

F09

Eingangs hatte ich darauf hingewiesen, dass ich im Auftrag der GESIS anrufe.

Ist Ihnen die GESIS - zumindest dem Namen nach - bekannt?

1= JA, NUR Namen nach bekannt

2= Ja, bekannt und schon genutzt

3= NEIN, kenne ich nicht

---

F10a

Der GESIS gehören drei Institute an.

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

... das Informationszentrum Sozialwissenschaften IZ in Bonn?

1= JA

2= Nein

3= Weiss nicht

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

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

1= JA

2= Nein

3= Weiss nicht

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

... das Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen ZUMA in Mannheim?

1 = JA

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

F10b1

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

... das Informationszentrum Sozialwissenschaften IZ in Bonn?

1 = JA

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

---

F10b2

Kennen Sie, und wenn auch nur dem Namen nach, ...  
... das Zentralarchiv für empirische Sozialforschung ZA in Köln?

1 = JA

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

F10b3

Kennen Sie, und wenn auch nur dem Namen nach, ...  
... das Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen ZUMA in Mannheim?

1 = JA

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

A01

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

A02

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

A03

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

A04

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

1 = Ja

2 = Nein

---

A051

Ein Hauptprodukt des IZ ist seine Datenbank SOLIS:

- Nachweise deutschsprachiger sozialwissenschaftlicher Fachliteratur -

Kennen Sie SOLIS?

1 = JA, aber nur dem Namen nach bekannt

2 = JA, schon damit gearbeitet

3 = NEIN, völlig unbekannt

4 = Weiss nicht

---

A052

Für wie wichtig halten Sie SOLIS für Ihre wissenschaftliche Arbeit?

Verwenden Sie für Ihre Antwort bitte eine Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

|

1 = unwichtig

2

3

4

5 = sehr wichtig

6 = Weiss nicht

---

A053

Für wie wichtig halten Sie SOLIS für die Sozialwissenschaft insgesamt?

Sagen Sie bitte wieder anhand der Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

|

1 = unwichtig

2

3

4

5 = sehr wichtig

6 = Weiss nicht

---

A061

Ein weiteres Hauptprodukt des IZ ist seine Datenbank FORIS

- Nachweise sozialwissenschaftlicher Forschungsprojekte im deutschsprachigen Raum -

Kennen Sie FORIS?

1 = JA, aber nur dem Namen nach bekannt

2 = JA, schon damit gearbeitet

3 = NEIN, völlig unbekannt

4 = Weiss nicht

---

A062

Für wie wichtig halten Sie FORIS für Ihre wissenschaftliche Arbeit?

Verwenden Sie auch hier bitte die Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

1 = unwichtig

2

3

4

5 = sehr wichtig

6 = Weiss nicht

---

A063

Für wie wichtig halten Sie FORIS für die Sozialwissenschaft insgesamt?  
Sagen Sie bitte wieder anhand der Skala von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig.

- 1 = unwichtig
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5 = sehr wichtig
  - 6 = Weiss nicht
- 

A071

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

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

A0721

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

- 1 = Ja
- 2 = Nein

Ihre Mitarbeiter in Ihrem Auftrag?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

|

Ihre Mitarbeiter oder Studenten für deren eigene Arbeit?

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

A073

Wie beurteilen Sie die CD-ROM WISO III insgesamt?  
Verwenden Sie die Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut.

- 1 = sehr schlecht
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5 = sehr gut
  - 6 = Weiss nicht
-

A081

Kennen Sie den Sozialwissenschaftlichen FachInformationsDienst soFiD in gedruckter Form?

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

A0821

Wer nutzt bei Ihnen soFiD (Sozialwissenschaftlichen FachInformationsDienst)?  
Sie selbst?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

Ihre Mitarbeiter in Ihrem Auftrag?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

|

Ihre Mitarbeiter oder Studenten für deren eigene Arbeit?

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

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

---

A083

Wie beurteilen Sie den soFiD insgesamt?  
Verwenden Sie die Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut.

- 1 = sehr schlecht
- 2
- 3
- 4
- 5 = sehr gut
- 6 = Weiss nicht

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

---

A084

Und wie beurteilen Sie das Preis-Leistungsverhältnis von soFiD?  
Verwenden Sie die Skala von 1 = völlig unangemessen bis 5 = angemessen.

- 1 = völlig unangemessen
- 2
- 3
- 4
- 5 = angemessen
- 6 = Weiss nicht

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

---

---

A091

Kennen Sie die neue CD-ROM Version des soFiD?

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

A0921

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

- 1 = Ja
- 2 = Nein

Ihre Mitarbeiter in Ihrem Auftrag?

- 1 = Ja
- 2 = Nein

Ihre Mitarbeiter oder Studenten für deren eigene Arbeit?

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

A093

Wie beurteilen Sie die neue CD-ROM des soFiD insgesamt?  
Verwenden Sie die Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut.

- 1 = sehr schlecht
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5 = sehr gut
  - 6 = Weiss nicht
- 

A101

Das IZ bietet der wissenschaftlichen Öffentlichkeit noch weitere Dienstleistungen und Produkte an, die ich Ihnen nun vorlese. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

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

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

## A102

Das IZ bietet der wissenschaftlichen Öffentlichkeit noch weitere Dienstleistungen und Produkte an, die ich Ihnen nun vorlese. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

- Recherchen in Datenbanken in Auftrag zu geben (sogenannte Auftragsrecherchen)

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

## A103

Das IZ bietet der wissenschaftlichen Öffentlichkeit noch weitere Dienstleistungen und Produkte an, die ich Ihnen nun vorlese. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

- Dokumentationen zu sozialwissenschaftlichen und gesellschaftspolitischen Themengebieten (z.B. Gewalt in der Gesellschaft, Soziologielehre in Deutschland, u.ä.)

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

## A104

Das IZ bietet der wissenschaftlichen Öffentlichkeit noch weitere Dienstleistungen und Produkte an, die ich Ihnen nun vorlese. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

- Informationsangebot zu Osteuropa

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

## A11

Nachdem wir Sie nun zu einzelnen Serviceangeboten und Veröffentlichungen des IZ befragt haben, möchten wir Sie bitten, die Leistungen des IZ insgesamt zu bewerten.

Wie beurteilen Sie insgesamt die Produkte und Dienstleistungen des IZ?

Sind sie ...

[INT.: Angaben vorlesen]

- 1 ... ausgezeichnet
  - 2 ... sehr gut
  - 3 ... gut
  - 4 ... annehmbar oder
  - 5 ... schlecht?
  - 6 = Weiss nicht, noch nie genutzt
-

A12

Werden Sie die Produkte und Dienstleistungen des IZ an Kollegen/innen weiterempfehlen?

[INT.: Angaben vorlesen]

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

A13

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

[INT.: Angaben vorlesen]

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

A14

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

Ist das ein ...

[INT.: Angaben vorlesen]

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

A151

Denken Sie einmal an die verschiedenen Angebote des IZ und die Wege, auf denen diese Leistungen angeboten werden.

Gibt es da irgend etwas, was das IZ anders oder besser machen sollte?

- 1 = JA
  - 2 = NEIN
  - 3 = Weiss nicht
- 

A152

Können Sie uns bitte kurz erläutern?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

A161

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

1 = JA

2 = NEIN

3 = Weiss nicht

---

A162

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

[INT.: Bitte kurz notieren]

---

A17

Einmal abgesehen von den Produkten und Dienstleistungen des IZ, über die wir bereits gesprochen haben: Wodurch kommen Sie sonst noch in Ihrer beruflichen Tätigkeit mit dem IZ in Kontakt?

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- durch persönliche Kontakte
  - über das Internet
  - durch die jährliche Forschungserhebung (FORIS-Erhebung)
  - durch Veranstaltungen, Kongresse
  - durch Werbemaßnahmen des IZ
  - durch den Prospekt: Produkte und Dienstleistungen
  - durch das IZ-Telegramm
  - durch meine Studenten
  - Anderes, und zwar: (OFFEN)
- ==> NÄCHSTE FRAGE
- 

A181

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

1 = JA

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

A182

Und um welche Einrichtungen handelt es sich dabei?

[INT.: Bitte kurz notieren]

---

A19

Fühlen Sie sich über das Dienstleistungsangebot des IZ ausreichend informiert?

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

---

A19b

Und warum fühlen Sie sich nicht ausreichend informiert?

[INT.: Bitte kurz notieren]

---

A20

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

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

B01

Kommen wir nun zum Zentralarchiv für empirische Sozialforschung ZA in Köln.

Haben Sie selbst Produkte oder Dienstleistungen vom ZA in Ihrer Funktion als Hochschullehrer in Anspruch genommen?

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

B02

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

B03

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

B04

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

1 = Ja

2 = Nein

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8

---

B05a

Ich lese Ihnen nun einige Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs vor.

Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen oder ob Sie es persönlich bereits genutzt haben.

1 = Kenne ich

2 = Persönlich bereits genutzt

3 = Ist mir unbekannt

---

B06

Fühlen Sie sich über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs ausreichend informiert?

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

B06b

Und warum fühlen Sie sich nicht ausreichend informiert? Können Sie das bitte kurz erläutern.  
[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

B07

Haben Sie schon einmal einen Datensatz zur Archivierung an das Zentralarchiv weitergegeben?

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

B08

Haben Sie oder ein Mitarbeiter von Ihnen bzw. über einen Vermittler schon einmal nach Datensätzen im Zentralarchiv gesucht?

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

B09

Und wie haben Sie diese Suche durchgeführt?  
[Int.: Angaben NICHT vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- Internet, WWW
  - gedruckter Datenbestandskatalog
  - PC Version des Datenbestandskatalogs
  - Telefonisch
  - Schriftlich, postalisch, per Fax, per email
  - Persönlich vor Ort
  - über einen Vermittler, Mitarbeiter
  - Sonstiges (OFFEN)
- ==> NÄCHSTE FRAGE
- 

B091

Wie zufrieden waren Sie mit der Benutzungsfreundlichkeit der Recherchemöglichkeiten des ZA-Angebotes im Internet?  
Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

- 1 = gar nicht zufrieden
- 2
- 3
- 4
- 5 = sehr zufrieden

---

6 = Weiss nicht

B092

Wie zufrieden waren Sie mit der Benutzungsfreundlichkeit des gedruckten Datenbestandskatalogs?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiss nicht

---

B093

Wie zufrieden waren Sie mit der Benutzungsfreundlichkeit der PC Version des Datenbestandskatalogs?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiss nicht

---

B094

Wie zufrieden waren Sie mit den Auskünften bzw. der Beratung, die Ihnen auf Ihre telefonische Anfrage hin erteilt wurden?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiss nicht

---

B095

Wie zufrieden waren Sie mit den Auskünften bzw. der Beratung, die Ihnen auf Ihre schriftliche Anfrage hin erteilt wurden.

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiss nicht

---

B096

Wie zufrieden waren Sie mit den Auskünften bzw. der Beratung, die Ihnen auf Ihre persönliche Anfrage hin erteilt wurden?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiss nicht

---

B11

Benötigen Sie für Ihre Lehr- bzw. Forschungstätigkeiten aktuelle Umfragedaten?

1 = JA, benötige Umfragedaten

2 = NEIN,

3 = Weiss nicht

---

B12

Wie zufrieden sind Sie mit der Aktualität der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiss nicht

16|

---

B13

Haben Sie für Ihr Forschungsthema beim ZA geeignete Datensätze vorgefunden?

1 = JA

2 = NEIN

3 = Habe beim ZA nicht danach gesucht

4 = Weiss nicht

---

B14a

Könnte das Zentralarchiv Ihrer Meinung nach etwas tun, um Nutzern die Recherche in seinen Datenbeständen zu erleichtern?

1 = JA

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

B14b

Und was könnte das Zentralarchiv tun, um Nutzern die Recherche in seinen Datenbeständen zu erleichtern?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

B15

Haben Sie schon ein oder mehrere Male Datensätze vom ZA bezogen?

- 1 = JA
  - 2 = Nein, noch nie
  - 3 = Weiss nicht
- 

B16a

Wie oft etwa haben Sie Datensätze vom Zentralarchiv bezogen?

ca. xxxx mal

- 9998 = Weiss nicht
  - 9999 = Keine Angabe
  - 1 - 999 ]
- 

B16b

Um welche Datensätze hat es sich dabei gehandelt?

[Int.: Angaben vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- ALLBUS
  - Eurobarometer
  - ISSP
  - Politbarometer
  - Wahlstudien
  - World Values Survey
  - European Values Survey
  - Jugendstudien (z.Bsp. Shell-Jugendstudie)
  - Wohlfahrtssurvey
  - Reiseanalysen (=Gesamterhebung in Deutschland)
  - Daten aus dem Schwerpunkt DDR/NBL (Neue Bundesländer)
  - Daten der Historischen Sozialforschung
  - Sonstiges (OFFEN)
  - ==> WEISS NICHT MEHR
  - ==> NÄCHSTE FRAGE
- 

B16c

Wie zufrieden waren Sie mit der Bearbeitungszeit bis Ihnen die Datensätze geliefert wurden?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

- 1 = gar nicht zufrieden
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5 = sehr zufrieden
  - 6 = Weiss nicht
-

B17

Und was erwarten sie, wenn Sie einen Datensatz beim Zentralarchiv bestellen.

In wievielen Tagen sollte dieser dann geliefert werden?

xxx Tage

997 = so schnell wie möglich

998 = Weiss nicht

1 - 360 ]

[INT.: Bei Nachfrage: gemeint ist die postalische Lieferung]

---

B18a

Gab es Probleme bei der Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Datensätze?

1 = JA

2 = Nein

3 = Datensatz wurde noch nicht ausgewertet / bearbeitet

4 = Weiss nicht mehr

5 = Keine Angabe

---

B18b

Und welche Probleme gab es? Können Sie mir sagen, woran das lag?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

B18c

Und für welchen der folgenden Zwecke haben Sie die Datensätze verwendet?

[Int.: Angaben einzeln vorlesen. Zutreffendes markieren]

- Für Sekundäranalyse mit eigener Fragestellung
  - Zur Überprüfung der Vorgehensweise anderer Forscher
  - Für den Einsatz in der Lehre
  - Zur Ergänzung eigener Daten in zeitlicher Hinsicht
  - Zur Ergänzung eigener Daten hinsichtlich eines interkulturellen Vergleichs
  - Zur Evaluation von Meßinstrumenten
  - Vorbereitung eines eigenen Forschungsprojekts
  - Andere Zwecke, und zwar: (OFFEN)
- ==> WEISS NICHT MEHR  
==> NÄCHSTE FRAGE
- 

B19

In welchem Jahr haben Sie das letzte Mal einen Datensatz vom Zentralarchiv bezogen?

Jahr xxxx

9998 = Weiß nicht mehr

9999 = Keine Angabe

1970 - 2000 ]

---

---

B20

Aus welchen Gründen haben Sie bisher keine Datensätze vom Zentralarchiv bezogen?

[Int.: Angaben NICHT vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- Ich arbeite nicht empirisch
  - Ich hatte noch keinen Bedarf an der Durchführung einer Sekundäranalyse
  - Ich habe keinen passenden Datensatz gefunden
  - Ich habe die Suche nach Datensätzen aufgegeben, weil ich mit den Suchhilfen nicht zurecht kam
  - Ich habe die gewünschten Daten von einem Kollegen bekommen und mußte daher die Daten nicht beim Zentralarchiv beziehen
  - Sonstiges (OFFEN)
- ==> NÄCHSTE FRAGE
- 

B21

Denken Sie bitte einmal an Ihre Kontakte mit dem Zentralarchiv.

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den Leistungen des Zentralarchivs?

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

1 = gar nicht zufrieden

2

3

4

5 = sehr zufrieden

6 = Weiss nicht

---

B22a

Denken Sie einmal an die verschiedenen Angebote des Zentralarchivs und die Wege, auf denen diese Leistungen angeboten werden.

Gibt es da irgend etwas, was das Zentralarchiv besser machen sollte?

1 = JA

2 = NEIN

3 = Weiss nicht

---

B22b

Können Sie uns bitte kurz erläutern?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

B23a

Und gibt es Leistungen, die vom ZA zusätzlich noch angeboten werden sollten?

1 = JA

2 = NEIN

3 = Weiss nicht

---

B23b

Und welche Leistungen sollten zusätzlich angeboten werden?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

B24a

Kennen Sie andere Einrichtungen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen anbieten wie das Zentralarchiv?

1 = JA

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

B24b

Und um welche Institutionen handelt es sich dabei?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

b25

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

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

C01

Kommen wir nun zu ZUMA, dem Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen. Haben Sie selbst Produkte oder Dienstleistungen von ZUMA in Ihrer Funktion als Hochschullehrer in Anspruch genommen?

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

C02

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

C03

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---

C04

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

1 = Ja

2 = Nein

---

---

C05a

Haben Sie schon einmal in Ihrer Funktion als Hochschullehrer beim ZUMA Beratungs- bzw. Projektleistungen in Anspruch genommen?

- 1 = JA
  - 2 = NEIN
  - 3 = Weiss nicht
- 

C05b

Wie oft haben Sie Beratungsleistungen beim ZUMA in Anspruch genommen?

- xxxx Mal
  - 9998 = Weiss nicht mehr
  - 9999 = Keine Angabe
  - 0 = Keine Beratungsleistung in Anspruch genommen
  - 1 - 999 ]
- 

C05c

Wie zufrieden waren Sie mit den Beratungsleistungen vom ZUMA?  
Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

- 1 = gar nicht zufrieden
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5 = sehr zufrieden
  - 6 = Weiss nicht
- 

C05d

Wieviele Ihrer Projekte haben Sie bei ZUMA betreuen lassen?

- xxx Projekte
  - 998 = Weiss nicht mehr
  - 999 = Keine Angabe
  - 0 = Keine Projektbetreuung
  - 1 - 100 ]
- 

C06a

Wie zufrieden waren Sie alles in allem mit der Betreuung durch ZUMA?  
Sagen Sie es bitte anhand einer Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

- 1 = gar nicht zufrieden
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5 = sehr zufrieden
  - 6 = Unterschiedlich
  - 7 = Weiss nicht
- 

C06b

Inwiefern oder womit waren Sie zufrieden?  
[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

C06c

Womit waren Sie zufrieden, womit waren Sie unzufrieden?  
[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

C06d

Warum oder womit waren Sie nicht zufrieden?  
[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

C07a

Haben Sie in Ihrer Funktion als Hochschullehrer auch Produkte bzw. Dienstleistungen vom ZUMA in Anspruch genommen?

- 1 = JA
  - 2 = NEIN
  - 3 = Weiss nicht
- 

C07b

Neben Projektbetreuung und Beratung bietet ZUMA der wissenschaftlichen Öffentlichkeit verschiedene Produkte und Dienstleistungen an. Ich lese Ihnen nun einige dieser Angebote vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das jeweilige Angebot kennen und ob Sie das Angebot persönlich bereits genutzt haben.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

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

C08a

Fühlen Sie sich über das Dienstleistungs- und Produktangebot ZUMAs ausreichend informiert?

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

C08b

Können Sie uns bitte kurz angeben, warum Sie sich über das Dienstleistungs- und Produktangebot nicht ausreichend informiert fühlen?  
[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

C09

Haben Sie ZUMA in der Vergangenheit schon einmal an Kolleginnen oder Kollegen weiterempfohlen?

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

C10

Würden Sie Kolleginnen oder Kollegen, die empirische Forschung betreiben, in Zukunft empfehlen, sich an ZUMA zu wenden..

[INT.: Vorgaben vorlesen]

- 1 ... ganz bestimmt
  - 2 ... wahrscheinlich
  - 3 ... wahrscheinlich nicht oder
  - 4 ... ganz sicher nicht?
  - 5 = kommt darauf an
  - 6 = habe keine KollegInnen, die empirisch arbeiten
  - 7 = Weiss nicht
- 

C11

Werden Sie selbst sich in Zukunft wieder an ZUMA wenden?

[INT.: Vorgaben vorlesen]

- 1 ... ganz bestimmt
  - 2 ... wahrscheinlich
  - 3 ... wahrscheinlich nicht oder
  - 4 ... ganz sicher nicht?
  - 5 = kommt darauf an
  - 6 = mache keine empirische Forschung (mehr)
  - 7 = Weiss nicht
- 

C12

Bitte versuchen Sie jetzt, ZUMA insgesamt zu bewerten.

Benutzen Sie bitte die Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

- 1 = gar nicht zufrieden
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5 = sehr zufrieden
  - 6 = Weiss nicht
- 

C22a

Denken Sie einmal an die verschiedenen Angebote vom ZUMA und die Wege, auf denen diese Leistungen angeboten werden.

Gibt es da irgend etwas, was ZUMA besser machen sollte?

- 1 = JA
  - 2 = NEIN
  - 3 = Weiss nicht
- 

C22b

Können Sie uns bitte kurz erläutern?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

---

C23a

Und gibt es Leistungen, die vom ZUMA zusätzlich noch angeboten werden sollten?

- 1 = JA
  - 2 = NEIN
  - 3 = Weiss nicht
- 

C23b

Und welche Leistungen sollten zusätzlich angeboten werden?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

C24a

Kennen Sie Einrichtungen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen anbieten wie ZUMA?

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

C24b

Und um welche Einrichtungen handelt es sich dabei?

[INT.: Bitte kurz notieren]

---

C24c

Haben Sie sich bei diesen Einrichtungen selbst schon einmal Rat oder Unterstützung geholt?

- 1 = Ja
  - 2 = Nein
- 

C24d

Und in welchen Bereichen oder zu welchen Fragestellungen haben Sie sich dort Rat oder Unterstützung geholt?

[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

C25

Sie haben in Ihrer Funktion als Hochschullehrer noch nie Produkte bzw. Dienstleistungen in Anspruch genommen. Können Sie uns bitte sagen, woher Sie dann ZUMA kennen?

[Int.: Angaben NICHT vorlesen. Mehrfachnennungen möglich]

- von Kolleginnen oder Kollegen gehört
- von Mitarbeiter oder Mitarbeiterinnen gehört
- von Studenten bzw. Studentinnen gehört
- durch ZUMA-Nachrichten
- durch andere ZUMA-Publikationen
- aus der Fachliteratur
- kenne das workshop-Angebot
- kenne andere Produkte vom ZUMA
- aus dem Internet
- durch Prospekte, Plakate oder andere Werbemaßnahmen
- ist in der Profession ein Begriff

---

- anderes (OFFEN)  
==> NUR DEM NAMEN NACH BEKANNT  
==> NÄCHSTE FRAGE

---

C26

Können Sie uns bitte noch sagen, warum Sie Produkte bzw. Dienstleistungen vom ZUMA nicht in Anspruch genommen haben?  
[INT.: Gründe bitte kurz notieren]

---

F20

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

1 = Ja  
2 = Nein  
3 = Weiss nicht

---

F20b

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

1 = Ja  
2 = Nein  
3 = Weiss nicht

---

s01

Wir möchten Sie nun zum Abschluß noch um einige statistische Angaben bitten.  
Können Sie mir bitte sagen, wie alt Sie sind?

Alter in Jahren: xx  
[ 0 = Keine Angabe  
25 - 90

---

s01b

INT.: Geschlecht

1 = Männlich  
2 = Weiblich

---

s02

Seit wievielen Jahren sind Sie als Soziologieprofessor bzw. -professorin tätig?  
xx Jahre  
[ 0 = Keine Angabe  
1 - 60

---

---

s03

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

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

==> NÄCHSTE FRAGE

---

s04a

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

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

---

s04b

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

Anzahl Mitarbeiter : xx

1 - 99

98 = Weiss nicht

99 = Keine Angabe

---

s05

Dürfen wir Sie bitte noch nach Ihrer Besoldungsgruppe fragen?

[INT.: Angaben vorlesen]

1 = C4 oder äquivalent

2 = C3 oder äquivalent

3 = C2 oder äquivalent

4 = C1 oder äquivalent

5 = Andere Besoldungsgruppe (OFFEN)

6 = KEINE ANGABE

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

---

F89

Darf ich Sie zum Abschluß unserer Umfrage noch bitten mir zu sagen, mit welchem Thema bzw. mit welchen Fragestellungen Sie sich in Ihrer wissenschaftlichen Arbeit derzeit beschäftigen?

[INT.: Bitte kurz notieren]

---

F85

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

1 = Ja

2 = Nein

3 = Weiss nicht

---