



Gute Erhebung – schlechte Erhebung?

Mixed Methods Designs für aussagekräftige Bedarfserhebungen

Dr. Elisabeth Klein
DINI-nestor-Workshop 2019
29. Januar 2019

UNIVERSITÄTS
BIBLIOTHEK
MAINZ





Überblick

- 1 | Theorie und Praxis von Bedarfserhebungen
- 2 | Use Case 1: Virtuelle Forschungsumgebung
- 3 | Use Case 2: Forschungsdaten
- 4 | Mixed Methods im Projektalltag
- 5 | Fragen

Rolle als Marketing-Instrument

- Awareness
- Einbindung von Anwendern
- Legitimation folgender Aktivitäten

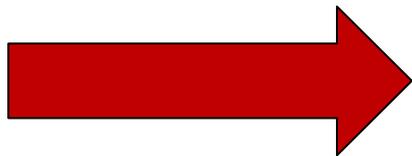
Übertragbarkeit von Ergebnissen

quantitative Methoden

- strukturelle Ähnlichkeit der Ergebnisse
- Repräsentativität
- Risiko: Reaktion auf ein vorgefertigtes Messinstrument

qualitative Methoden

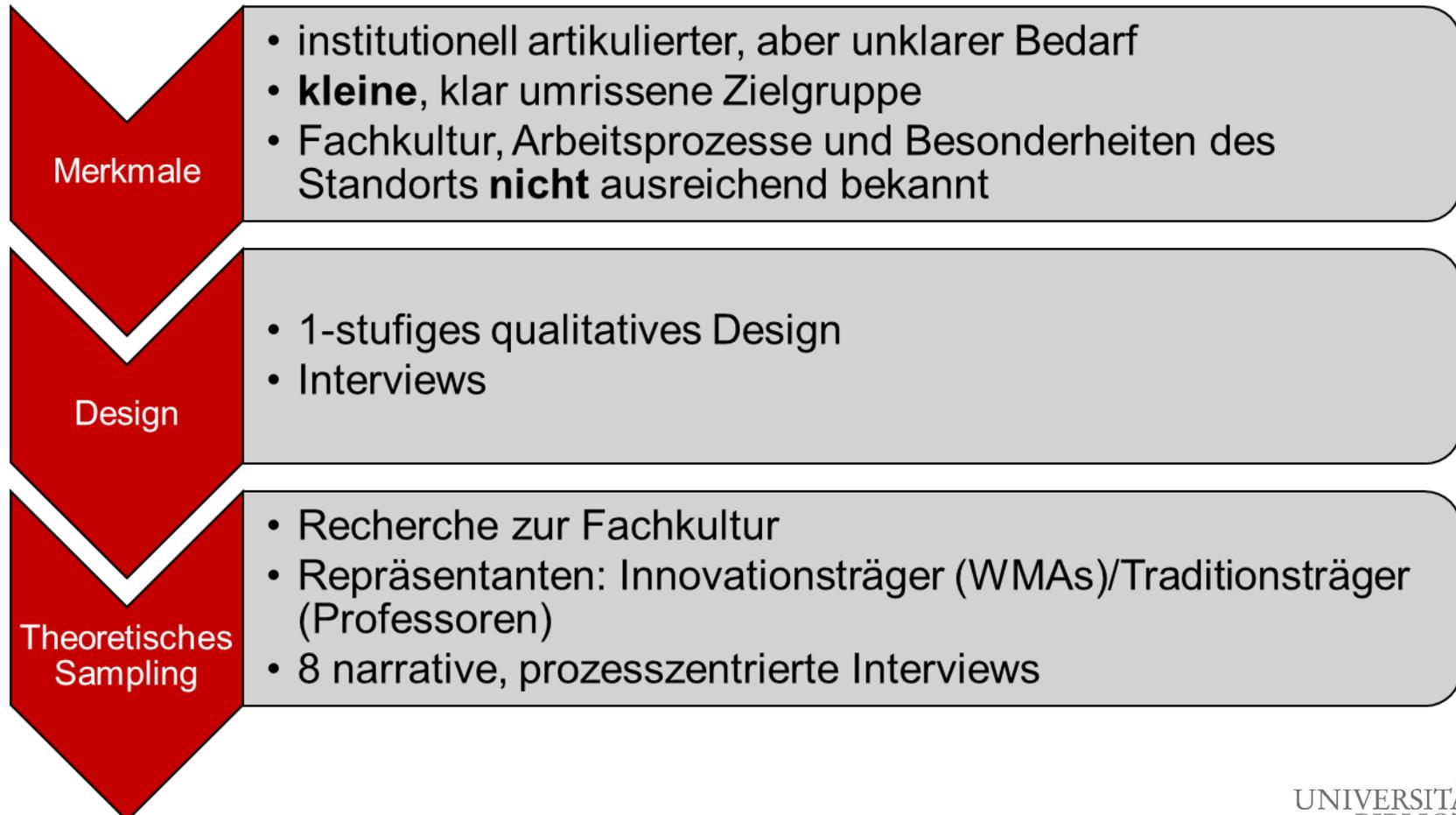
- theoretische Sättigung
- Risiko: ungenaue Fragestellung oder Fokusverlust

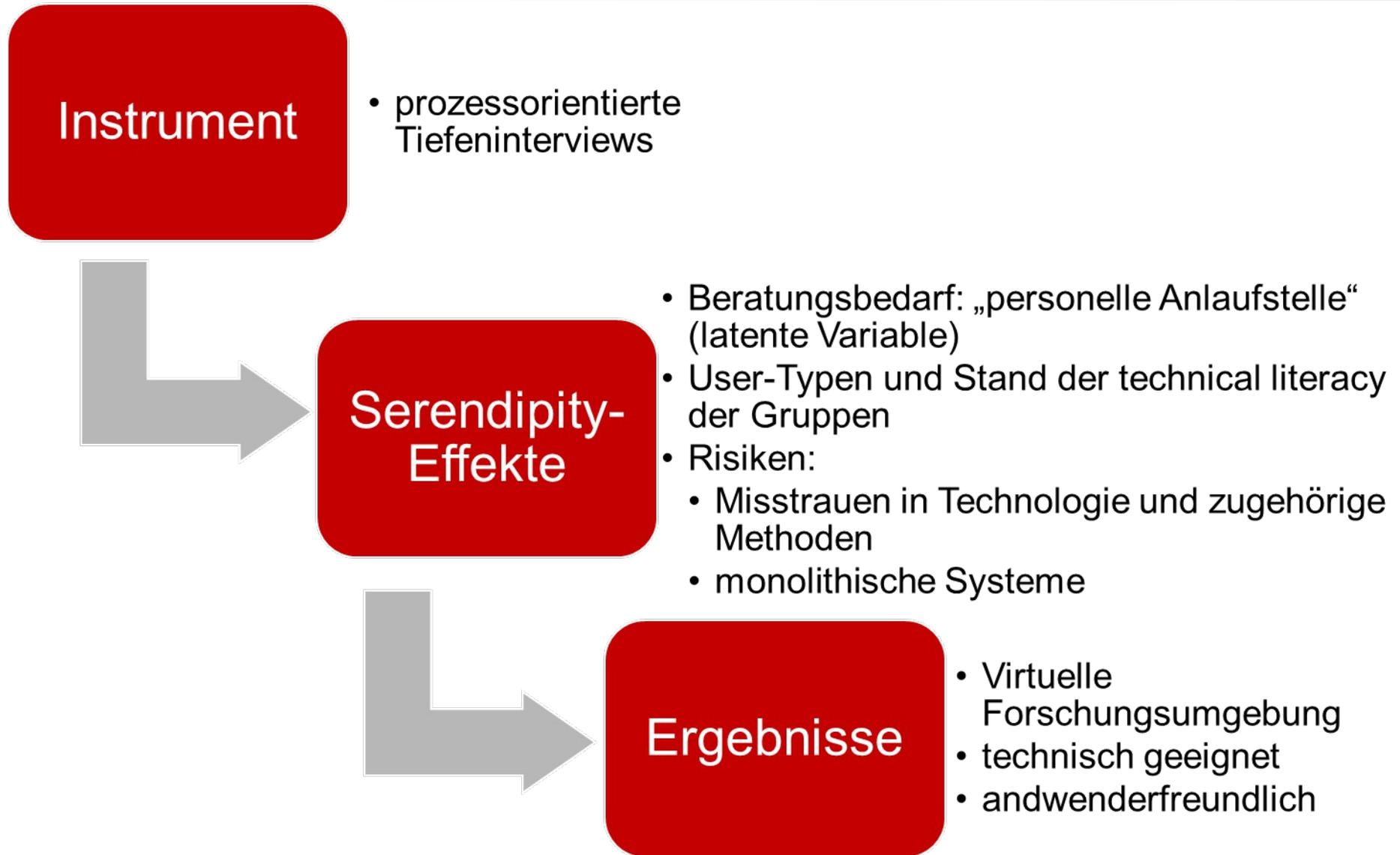


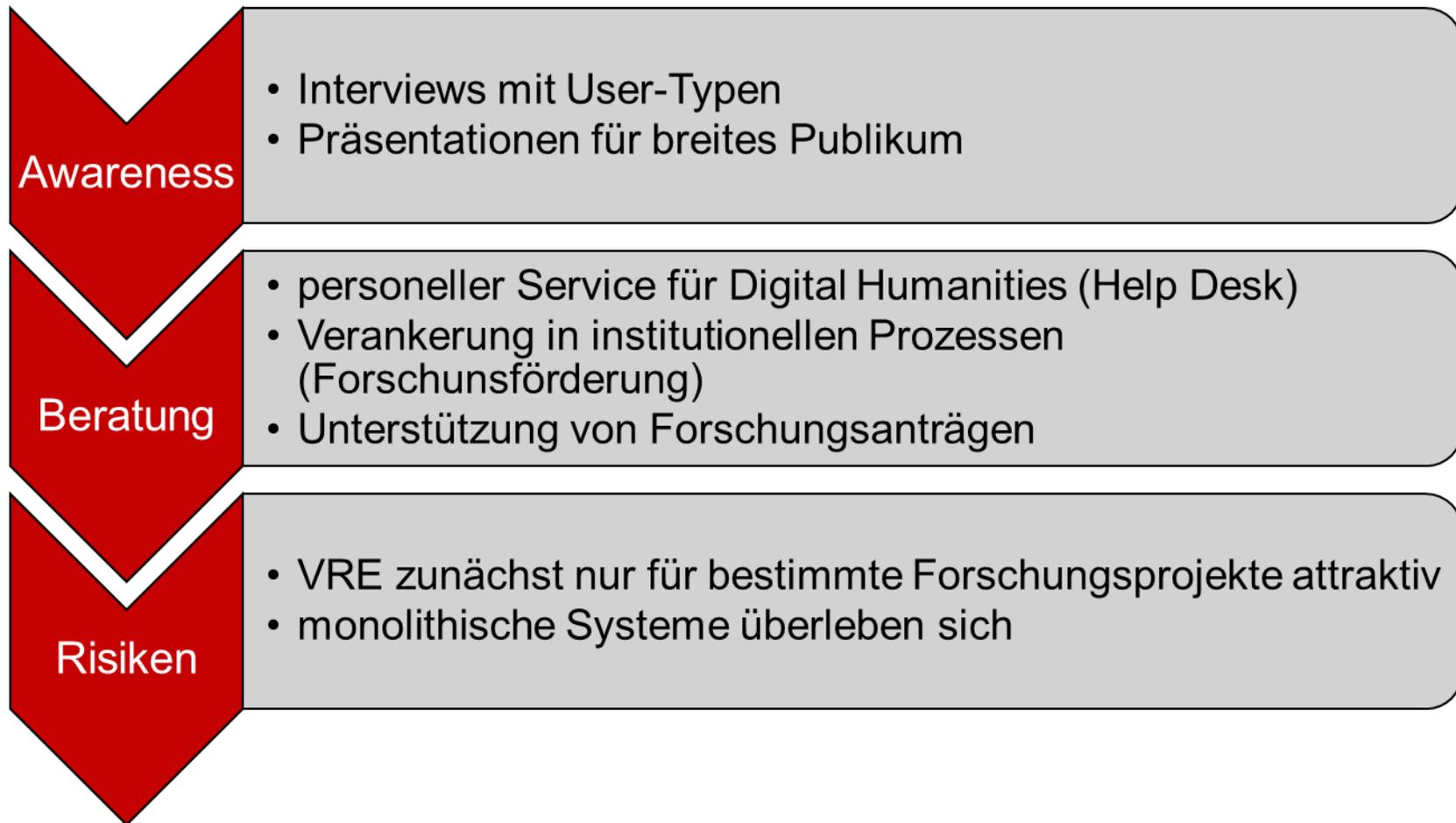
richtet sich nach Fragestellung

Auswahl und Einführung einer VRE für die Geisteswissenschaften

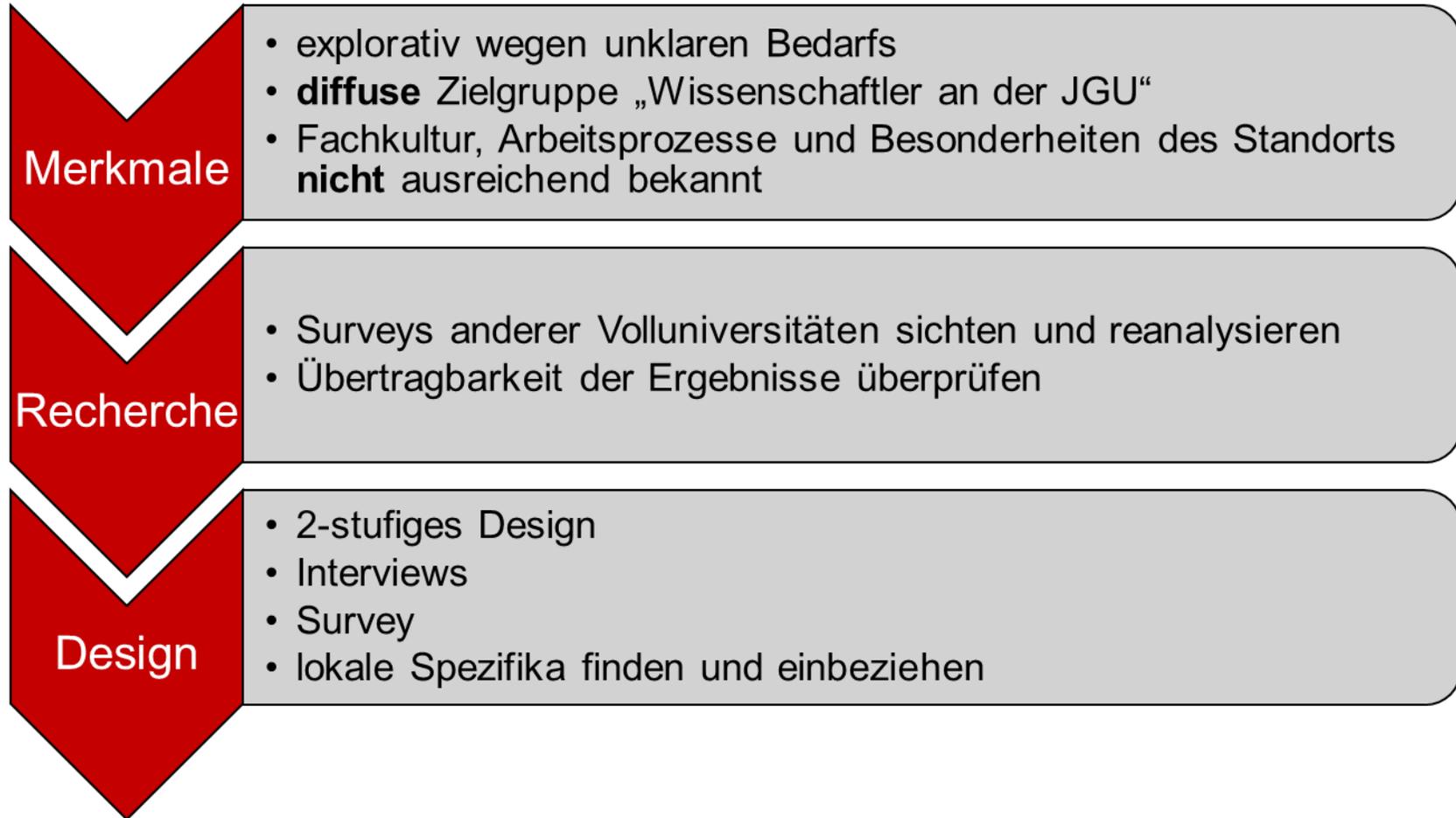
- November 2012 bis Dezember 2013
- Analysezeitraum: 4 Monate







- **Bedarfsanalyse & Maßnahmenplanung**
 - Überblick über Umgang mit Forschungsdaten durch Forscher
 - Identifikation von Beratungs-/Unterstützungsbedarf
 - Ableiten von Maßnahmen und Aufbau passender Angebote
- **Projektlaufzeit: Januar bis Dezember 2016**
- **Analysezeitraum: ca. 7 Monate**



Interviews

- Entwicklung des strukturierten Leitfadens
 - Datenformate, Menge, Verwaltung (personell & technisch), Open Access-Akzeptanz, DMPs, Beratungsbedarf
- Sample
 - 38 strukturierte Interviews in fast allen Fachbereichen
 - jeweils Innovationsträger und Traditionsträger
- Vorteile
 - höhere Informationsdichte als bei Survey
 - lokale Spezifika und Fachkulturen erkennbar
 - Risiken und Probleme besser einschätzbar
 - individuelle Awareness durch intensive Einbindung von Innovations- und Traditionsträgern

Online-Survey

- Basis des Fragebogens: Surveys an Volluniversitäten
- standardisierte, detaillierte Version des Interviewleitfadens
- Fragebogen mit 26 Items
 - Übertragbarkeit der Ergebnisse anderer Hochschulen prüfen
 - Erkenntnisse der Interviewanalyse ergänzen
- parallele Auswertung beider Formate
- Vorteile
 - Übertragbarkeit bestehender Ergebnisse testen
 - Awareness für das Thema schaffen
 - Repräsentativität aus der Legitimation gefolgert wird

Mixed Methods Design

- Entwicklungs- & Erhebungsdauer: ca. 2-3 Wochen
- Analysedauer & Maßnahmenplanung: ca. 8 Wochen
- Eignung im Projektalltag bei hoher Aussagekraft
- Gewichtung der Instrumente nach Erkenntnisinteresse

Ergebnisse

- Beratungssituation
 - Anlaufstelle/Help Desk
 - institutionenübergreifend
 - Schnittstellenkompetenz
- Awareness als Aversion
- Service-Überdosierung: Lunch Lectures
- Serendipity
 - neue Möglichkeiten der Vernetzung
 - Aufbau neuer Zusammenarbeit (AdW, mainzed)

Maßnahmen

- Beratung: Kompetenzteam FD (FT, UB, ZDV, mainzed)
- Awareness: Aktionstag Forschungsdaten
- Workshops:
 - Coffee Lectures: allgemeine Themeneinführungen in bestehendem Format
 - regelmäßige Workshops zur Einführung über interne Fortbildung
 - Workshops zu Spezial- und Querschnittthemen auf Anfrage statt Lunch Lectures

Interviews

- mittlerer Aufwand, wenn...
 - Interviews themen-/prozesszentriert sind
 - Augenmerk auf eine der verwendeten Methoden gelegt wird
 - latente Variablen (Beratungsbedarf, Zufriedenheit u.ä.) über Interviews erfasst werden oder es bereits bewährte Indikatoren gibt
 - intensive Einbindung von Traditions- und Innovationsträgern

Online-Survey

- Übertragbarkeit von Ergebnissen anderer Hochschulen?
- periphere Awareness
- Abtesten lokaler Spezifika und Bedürfnisse

Zeitmanagement?

- Eingrenzung Fragestellung/Erkenntnisinteresse (s. UC2)
- Reanalyse von Bedarfserhebungen vergleichbarer Standorte
- Interviews nach theoretischem Sampling (s. UC1)
- Notwendigkeit?
 - Daten aus Beratungsgesprächen vorhanden?
 - Neuaufbau eines Services?



Fragen

UNIVERSITÄTS
BIBLIOTHEK
MAINZ

JG|U