

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fakultät Design, Medien und Information – Department Information

Seminar BIM/Dipl: Informationspraxis
Prof. Dr. Ute Krauß-Leichert

SS 2006

Was sind uns unsere Bibliotheken wert? Wirkungsforschung von Bibliotheken

Dr. Roswitha Poll: Die Studie „Measuring the Impact of New Library Services“
Wirkungsforschung in anderem Bereich: Morphologische Wirkungsforschung

Bewertung des Einflusses neuer Bibliotheksdienste und Morphologische Wirkungsforschung

von Kaiyi Zhang / 1766866
am 15. Juni 2006

Gliederung:

Teil 1: Bewertung des Einflusses neuer Bibliotheksdienste

Abstract

1. Gründe für die Bewertung des Einflusses
2. Neue Dienste
3. Definition des Einflusses
4. Einfluss von Bibliotheksdiensten
 - 4.1 *Veränderungen der Fähigkeiten und Kompetenzen*
 - 4.2 *Veränderungen der Einstellung und des Verhaltens*
 - 4.3 *Veränderungen der Benutzergruppe*
 - 4.4 *Beitrag zur sozialen Integration*
 - 4.5 *Unterstützung in Forschung, Studium und Beruf*
 - 4.6 *Unterstützung der Ziele der Trägerinstitution*
 - 4.7 *Negative Auswirkungen?*
5. Methoden zur Bewertung des Einflusses neuer Bibliotheksdienste
 - 5.1 *Schwierigkeiten bei der Bewertung („Messung“) der Auswirkungen*
 - 5.2 *Benutzungsstatistiken als Maß der Auswirkungen*
 - 5.3 *Qualitative Maße zur Bewertung der Auswirkungen eines neuen Dienstes*
 - 5.4 *Sonstige Methoden zur Beurteilung der Auswirkungen*
6. Praktische Beispiele
 - 6.1 *Einrichtung eines regionalen Portals für wissenschaftliche Bibliotheken*
 - 6.2 *Einrichtung einer Zone für Lernen in Gruppenarbeit*
 - 6.3 *Umstellung der Zeitschriftensammlung auf elektronische Fassungen*
 - 6.4 *Einführung einer anfragebezogenen Anleitung zur Bibliotheksbenutzung*
7. Einfluss neuer Dienste auf die Bibliothek
8. Bewertungsprojekte

Teil 2: Morphologische Wirkungsforschung

1. Definition, Grundlagen und Entwicklung
2. Morphologische Methoden
 - 2.1 *Das morphologische Tiefeninterview*
 - 2.2 *Die psychologische Beschreibung*
3. Konzepte
 - 3.1 *Produkt-Wirkungseinheiten (PWE)*
 - 3.2 *Bild-Wirkungseinheiten (BWE)*
 - 3.3 *Scheren-Analyse*
4. Ein Beispiel Morphologischer Wirkungsforschung
5. Zusammenfassung

Teil 1: Bewertung des Einflusses neuer Bibliotheksdienste

Abstract:

In Bibliotheken werden heutzutage viele neue Dienste eingeführt, sowohl durch Umstellung vorhandener Dienste auf elektronische Angebote als auch durch die Entwicklung und Bereitstellung völlig neuartiger Dienste zur Recherche, Bereitstellung und Anwendung von Informationen. Solche neuen oder umgewandelten Dienste umfassen z.B. Online-Bestellung, Informationsportale, personalisierte Dienste, Online-Kurse, Online-Referenz, digitalisierte Bestände sowie elektronisches Publizieren. In den meisten Fällen erfordert die Einführung neuer Dienste zusätzliche finanzielle Mittel. Für die Rechtfertigung gegenüber dem Leistungsträger, aber auch für das Management und weitere Planung, müssen Bibliotheken die Auswirkungen neuer Dienste für die Benutzer, das Personal und die Organisation der Bibliothek einschätzen.

Positive Auswirkungen neuer Dienste können sich bemerkbar machen in Form von

- Zeitersparnis bei der Recherche und Bereitstellen von Informationen
- umfassenderer Nutzung vorhandener Ressourcen
- verbesserter Kenntnisse im Auffinden benötigter Informationen
- geringeren Kosten für die Bereitstellung der Dienste.

Andererseits sind auch negative Effekte denkbar, wie z.B. Überflutung mit Informationen, Schwierigkeiten bei der Benutzung der neuen Dienste oder eine Erhöhung der Arbeitsbelastung und/oder der Kosten für die Bibliothek.

Die Studie „Measuring the Impact of New Library Services“ wird von Dr. Roswitha Poll in der 71. IFLA Konferenz im August 2005 in Oslo vorgestellt, sie behandelt Methoden zur Bewertung des Einflusses neuer Dienste, z.B. durch Nutzer- und Personalbefragungen, Fokusgruppen, Zeitmessungen, Analyse von Benutzungsdaten oder Beobachtungsstudien. Zur Illustration des Nutzens sowie der Probleme der jeweiligen Methode werden Beispiele angeführt.

1. Gründe für die Bewertung des Einflusses

Bibliotheken verändern sich nahezu tagtäglich. Sie bieten neue Dienste wie z.B. Online-Portale an, stellen bestehende Ressourcen wie Zeitschriftenbestände auf elektronische Fassungen um oder fügen Online-Bestellformulare zu bestehenden Angeboten wie der Katalogabfrage hinzu. Mit steigenden Kosten und wachsender Arbeitsbelastung für neue Informationsmedien und Serviceangebote müssen Bibliotheken ihre Investitionen in derartigen Veränderungen und auch

die Effektivität, die positiven Auswirkungen der neuen Ressourcen und Dienste, rechtfertigen. Eine solche Rechtfertigung ist deshalb insbesondere nötig, da die Entwicklung und Einführung neuer Serviceangebote häufig nur durch zusätzlich bereitgestellt finanzielle Mittel realisierbar ist und der Leistungsträger einen Nachweis der positiven Wirkung verlangt.

Ein weiterer Grund für den Wunsch nach einer Bewertung der Auswirkungen neuer oder erweiterter Serviceangebote betrifft die Ressourcenplanung. Wenn die neuen Dienste allgemein akzeptiert werden und positive Wirkungen zeigen, wird die Bibliothek mehr Personal und Geld in den betreffenden Bereich verlagern und u.U. die Einführung weiterer ähnlicher Angebote planen. Wenn hingegen keine positiven Effekte zu verzeichnen sind, können die neuen Serviceangebote wieder reduziert werden und die freiwerdenden Ressourcen für andere Aktivitäten freigegeben werden.

2. Neue Dienste

Einführung neuer Dienste in Bibliotheken bedeutet in erster Linie die Einrichtung elektronischer Serviceangebote. Dies ist nicht beschränkt auf elektronische Mediensammlungen sondern umfasst auch Online-Zugriff und -Bestellung sämtliche Kataloge, sowie Anleitungen und Lern-/Übungsmöglichkeiten, die den Nutzer in der elektronischen Informationswelt unterstützen. Solche Dienste sind häufig nicht völlig neuartig sondern ersetzen oder ergänzen artverwandte bestehende Angebote, z.B. durch Bereitstellung Web-basierten Fernzugriffs zusätzlich zum physikalischen Zugriff vor Ort.

Neue elektronische Dienste in diesem Sinne können z.B. sein:

- regionale oder nationale Katalog-Datenbanken
- Online-Bestellung und Bereitstellung aus lokalen und entfernten Ressourcen
- Portale (einer einzelnen Bibliothek oder eines Bibliotheksverbands; Themenportale)
- personalisierte Dienste („meine Bibliothek“, Nutzerprofile und Benachrichtigungsdienste)
- Online-Referenz
- von der Bibliothek digitalisierte Bestände
- elektronisches Publizieren
- Online Lern-/Übungsmaterial
- Internetzugang über die Computerarbeitsplätze und das Netzwerk der Bibliothek

Obwohl die elektronischen Medien und Services bei den neuen Bibliotheksdiensten den Schwerpunkt bilden, existiert darüber hinaus auch eine Anzahl neuer nicht-elektronischer Dienste. In den vergangenen Jahren haben Gruppenarbeit und problembezogenes Lernen für Studenten an Bedeutung

gewonnen. Die Schaffung von speziellen Bereichen für Gruppenarbeit oder von Lernumgebungen für problembezogenes Lernen kann ein für viele Nutzer attraktives neues Serviceangebot darstellen. Der Einfluss derartiger Angebote auf das Nutzerverhalten wäre ebenfalls von Interesse.

3. Definition des Einflusses

In Bibliotheken ist es traditionell üblich, jährlich die Aufwendungen für die erbrachten Dienstleistungen (Personal, Bestandserweiterung, Räumlichkeiten, Gerätschaften) sowie die Inanspruchnahme dieser Dienste (Ausleihungen, Anzahl der Besucher, Datenbankabfragen,...) zu erfassen. In den vergangenen Jahrzehnten wurden die Verfahren entwickelt, die Qualität von Bibliotheksdienstleistungen und die Kosteneffizienz des Bibliotheksbetriebs zu bewerten. Allerdings beweisen Benutzungshäufigkeit und hohe Servicequalität allein noch nicht, dass die Benutzer auch tatsächlich einen Nutzen aus der Bibliotheksbenutzung gezogen haben. Um die Auswirkungen oder den Einfluss der Bibliotheksbenutzung zu bestimmen, muss man daher einen Schritt weiter gehen und versuchen, den Effekt der Dienstleistungen auf den Benutzer zu bewerten.

Eine noch immer gültige Definition der Auswirkungen bzw. des Einflusses von Bibliotheken ist in der „Encyclopedia of Library and Information Sciences“ angegeben:

„Als Auswirkungen betrachtet man das letztendliche Ergebnis der Benutzung von Bibliotheksdiensten, den Einfluss, den die Benutzung hatte, sowie ihre Bedeutsamkeit für den Benutzer.“ (vgl. REVILL 1990, S.316)

Andere Definitionen legen eine Veränderung des Verhaltens infolge der Bibliotheksbenutzung zu Grunde:

„Auswirkungen sind die unterschiedlichen Arten der Veränderung der Bibliotheksnutzer infolge ihres Kontaktes mit den Ressourcen und Angeboten der Bibliothek.“ (vgl. ACRL 1998)

Das Vorhandensein einer Bibliothek und die Benutzung ihrer Dienste kann zu einer Veränderung der Fähigkeiten, der Kompetenzen, des Wissens, des Verhaltens und des Urteilsvermögens der Benutzer führen, ähnlich wie die bei der Verwendung von Medien wie Zeitungen und Fernsehen oder beim Besuch von Museen und kulturellen Veranstaltungen der Fall ist.

Im Allgemeinen können solche Auswirkungen sein:

- Wissen
- Informationskompetenz
- soziale Einbeziehung

- individuelles Wohlbefinden

Bei der Messung der Auswirkungen, insbesondere bei der Bewertung der Auswirkungen bestimmter neuer Dienste, ist eine klare Vorstellung von den Zielen und Aufgaben der Bibliothek unverzichtbar:

- Welche Ziele soll diese Bibliothek erreichen?
- Für welche Benutzergruppe wurde die Bibliothek eingerichtet?
- Welche speziellen Ziele sollen durch die Einrichtung neuer Dienste verfolgt werden, und wie passen diese Ziele zur Gesamtaufgabe dieser Bibliothek?

Die meisten Bibliotheken dienen einer bestimmten Institution (einer Universität, einer Gemeinde, einer Firma). Bibliotheksdienste sollten mit den Zielen der Institution im Einklang stehen. Diese Ziele variieren je nach Institution und je nach Land. Die Bibliotheksdienste sollten die jeweiligen Institutsziele unterstützen, und die Auswirkungen der Bibliotheksdienste sollten als ein Teil der angestrebten Ergebnisse der Institution verstanden werden.

4. Einfluss von Bibliotheksdiensten

Die Einführung neuer – meistens Web-basierter – Dienste kann unterschiedliche Auswirkungen mit sich bringen, je nach Art der Bibliothek, nach Art des Dienstes und je nach der hauptsächlichsten Benutzergruppe der Bibliothek. Mögliche Auswirkungen können nach den folgenden Kriterien bewertet werden:

- Veränderung der Qualifikationen und Kompetenzen
- Veränderung der Einstellung und des Verhaltens
- Veränderung der Zusammensetzung der Benutzergruppe der Bibliothek
- Beitrag zur sozialen Integration
- Unterstützung von Forschung, Studium und Beruf
- Unterstützung der Ziele der Trägerinstitution

4.1. Veränderungen der Fähigkeiten und Kompetenzen

Veränderungen der Qualifikationen und Kompetenzen der Benutzer können sehr grundlegende Fähigkeiten wie z.B. Computerbenutzung oder den Umgang mit Online-Katalogen betreffen. Solche Qualifikationen können bereits durch einen einzigen Bibliotheksbesuch verbessert werden, z.B. durch Benutzung eines Internet-PCs in einer öffentlichen Bibliothek oder durch Teilnahme an einer Einführungsveranstaltung über die Benutzung einer neuen Datenbank.

Weitergehende Veränderungen drücken sich in einer Verbesserung der sogenannten „Informationskompetenz“ aus, d.h. in der Kompetenz, Suchanfragen zu formulieren, geeignete Ressourcen für die Suche auszuwählen, Wege zum Auffinden und Beschaffen gewünschter Informationen zu kennen und vor allem in der Lage zu sein, Informationsquellen auszuwerten und ihre Wichtigkeit und Zuverlässigkeit einzuschätzen.

4.2. Veränderungen der Einstellung und des Verhaltens

Unter dem Einfluss der Möglichkeiten, die die neuen Dienste bieten, können Benutzer

- sich neue Methoden der Informationssuche und –verwendung aneignen,
- einen größeren Umfang an Informationsquellen als zuvor heranziehen,
- ihre Aufgaben unter interdisziplinären Gesichtspunkten betrachten,
- sich der Wichtigkeit eines effizienten Umgangs mit Informationen bewusst werden und Hilfs- und Schulungsangebote der Bibliothek in Anspruch nehmen,
- sich des Wertes elektronischer Ressourcen und Dienstleistungen bewusst werden,
- Bibliotheksdienste vermehrt von der Arbeitsstelle oder von zu Hause aus in Anspruch nehmen.

4.3. Veränderungen der Benutzergruppe

Bietet eine Bibliothek einen neuen Service, kann dies zusätzliche neue Benutzer anziehen, die ohne diesen Dienst gar nicht erst in die Bibliothek gekommen wären. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Initiative „People’s Network“ in Großbritannien, durch die Computer und Netzwerk-Infrastruktur auch in den öffentlichen Bibliotheken kleiner ländlicher Gemeinden bereitgestellt wurden. Dadurch wurden viele an die Verwendung von IT-Technologie herangeführt, die zuvor solche Technologien nicht angewendet hätten. Andere Beispiele sind z.B. die Einführung regelmäßiger Veranstaltungen wie Ausstellungen oder Autorenlesungen oder das Angebot spezieller Kurse für externe Nutzer von Universitätsbibliotheken. Solche Dienste sprechen ein erweitertes Publikum an.

Die Umstellung traditioneller auf elektronische Dienste kann das Interesse von Benutzergruppen wecken, die dieselben Dienste in der traditionellen Form niemals in Anspruch genommen hätten. Sich für die Benutzung von Handschriftensammlungen oder besonders kostbaren Beständen registrieren zu lassen, kann für viele potentielle Interessenten abschreckend oder unmöglich sein, wo hingegen der Zugriff auf digitalisierte Handschriftenbestände über die Webseite der Bibliothek durchaus neue Nutzergruppen anziehen und neue Forschungsprojekte ins Leben rufen kann. Die Digitalisierung baut somit Hürden beim Zugang ab.

4.4. Beitrag zur sozialen Integration

Neue Bibliotheksdienste können besonders auf niedrige Einkommensschichten, die sich daheim keinen Zugang zu elektronischen Informationsquellen leisten können, positive Effekte ausüben. Solche Auswirkungen zeigen sich mitunter in

- Zugriff auf Stellenangebote
- verbesserte Einbindung in Bürgerangelegenheiten
- Veränderung der sozialen Kontakte
- höhere Identifikation mit der lokalen Umgebung
- Steigerung des Selbstvertrauens

4.5. Unterstützung in Forschung, Studium und Beruf

Neue Bibliotheksdienste können für den Erfolg der Benutzer in den Bereichen Forschung, Studium und Beruf förderlich sein. Offenbar ist eines der wichtigsten Probleme der Benutzer der zum Auffinden der gewünschten Informationen erforderliche Zeitaufwand. In mehreren Umfragen wurde die Zeit ermittelt, die Wissenschaftler und Studenten wöchentlich für die Recherche und Beschaffen der von ihnen gebrauchten Informationen benötigen: Im Durchschnitt beträgt dieser Aufwand auf einen halben Tag pro Woche.

Viele der elektronischen Dienste, die die Bibliotheken heute anbieten oder derzeit einführen, ermöglichen den Benutzern eine Zeitersparnis:

- Online-Bestellung und elektronische Bereitstellung von Artikeln
- integrierte regionale oder nationale Kataloge
- Datenbanken
- Portale
- personalisierte Dienste
- Zugriff auf elektronische Ressourcen und Dienstleistungen von der Arbeitsstelle oder von daheim

Die eingesparte Zeit kann anderweitig verwendet werden und kommt dem akademischen Erfolg zugute.

Ein zweites Problem bezüglich der Informationsbeschaffung liegt in dem ständig wachsenden Umfang an elektronischen Informationen: der Informationsüberflutung. Die Nutzer haben das Gefühl, die Menge verfügbarer Information nicht bewältigen zu können. Bibliotheksdienste wie z.B. Themenportale sowie Nutzerprofil- und Benachrichtigungsdienste können den Benutzern helfen, die für ihre Bedürfnisse relevanten Informationen gezielt herauszufiltern.

Weitere positive Effekte neuer Dienste auf den individuellen Erfolg der Benutzer können sein:

- verbesserter Überblick über die aktuellen Entwicklungen im Forschungsgebiet des Benutzers
- bessere Berufschancen durch verbesserte Fähigkeiten.

4.6. Unterstützung der Ziele der Trägerinstitution

Die meisten Bibliotheken sind Bestandteil einer übergeordneten Institution, einer Gemeinde, einer Schule, einer Firma oder einer Universität, und die Aufgaben und Ziele der Bibliothek müssen mit denen der Trägerinstitution in Einklang gebracht werden. Die Auswirkungen von Bibliotheksdiensten sollten daher die Zielsetzungen und angestrebten Ergebnisse der Institution unterstützen.

Ein gutes Beispiel hierfür ist der Einfluss von Bibliotheken im Vergleich zu den Zielsetzungen von Universitäten.

Universitäten zielen ab auf:

- Anwerbung und Beibehaltung von Studenten
- Anwerbung und Beibehaltung exzellenten wissenschaftlichen Personals
- effektive Lehre, resultierend in
 - hohen Absolventenquoten
 - guten Prüfungsnoten
 - guten Berufschancen nach dem Studienabschluss
- effektive Forschung, resultierend in
 - hohe Bewertung und häufige Anwendung von Forschungsergebnissen und Publikationen
 - hohem Ansehen von Fakultäten oder Forschungsgruppen
 - große Menge von Zuschüsse
 - Auszeichnungen, Ehren

Insgesamt zielen Universitäten bezüglich ihrer Studenten auf Unabhängigkeit des Denkens und Urteilens, auf kompetenten Umgang mit Informationen und auf die vollständigen professionellen Fachkenntnisse. Bezüglich der Forschung zielen sie auf besonders bedeutsame Ergebnisse.

Die meisten dieser Ziele können durch Bibliotheksdienste unterstützt werden, und Bibliotheken sollten versuchen, die Verbindung zwischen ihren Dienstleistungen und dem Erfolg der Trägerinstitution herauszustellen.

4.7. Negative Auswirkungen?

Wenn Bibliotheken versuchen, die Auswirkungen neuer Dienste zu bewerten, erhoffen sie sich natürlich positive Ergebnisse. Mehrere Studien haben allerdings

auch negative Effekte aufgezeigt, die die neuen Möglichkeiten der Informationssuche und –beschaffung für die Benutzer haben können.

In der Fokusgruppe eines deutschen Forschungsprojektes (gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft) diskutierten Wissenschaftler ihre Hauptprobleme beim Suchen und Auffinden von Informationen, die für ihre jeweiligen Fachgebiete relevant sind. Als ihr dringlichstes Problem erwies sich die „Informationsüberflutung“, verursacht durch die große Menge der im Internet aber auch in Datenbanken, bibliotheksübergreifenden Katalogen, und Diskussionsgruppen oder sogar durch Benachrichtigungsdienst verfügbaren Informationen. Diese Überflutung kann zur Resignation führen, oder dazu, sich auf eine kleine Auswahl an Informationsmaterial zu beschränken. Bibliotheken können einen Ausweg aus diesem Dilemma bieten, beispielsweise indem sie verlässliche Informationen auswählen und strukturiert in Themenportalen bereitstellen.

Ein weiterer negativer Effekt elektronischer Dienste besteht offensichtlich darin, dass sich Benutzer zu sehr auf elektronische Quellen verlassen. Dies betrifft nicht nur in der sogenannten „Google-Mentalität“ bei der Informationssuche, sondern auch die Bevorzugung der elektronischen Bibliotheksbestände, während gedruckte Medien – selbst wenn sie für das betreffende Thema von höherer Relevanz sind, vielfach ignoriert werden. Bibliotheken versuchen, die Einträge elektronischer und nicht-elektronischer Dokumente in den Katalogen und Datenbanken zu vereinigen sowie alle Schulungs- und Auskunftsangebote zu nutzen, um auf die durch die nicht-elektronischen Bestände gebotenen Möglichkeiten aufmerksam zu machen.

5. Methoden zur Bewertung des Einflusses neuer Bibliotheksdienste

Während Methoden zur Bewertung der Qualität und Kosteneffektivität von Bibliotheksdiensten bereits gründlich erprobt und standardisiert sind, und noch breite Anwendung finden, wurde die Frage der Bewertung der Auswirkungen der Bibliotheksdienste erst vor kurzem aufgegriffen, und entsprechende Verfahren sind noch in der Erprobungsphase.

Vor allem in den anglo-amerikanischen Ländern wurde in verschiedenen Projekten versucht, Auswirkungen der Bibliotheksbenutzung auf Fähigkeiten, Wissen und Verhalten der Benutzer nachzuweisen. In den meisten Fällen wurden qualitative Verfahren bevorzugt.

5.1. Schwierigkeiten bei der Bewertung („Messung“) der Auswirkungen

Beim Versuch, den Einfluss von Bibliotheken nachzuweisen, offenbaren sich die folgenden Probleme:

- Alle bislang erprobten Verfahren sind sehr zeitaufwendig.
- Viele Daten, die zum Nachweis des Einflusses hilfreich sein könnten, sind aufgrund von Datenschutzbestimmungen nicht zugänglich (z.B. individuelle Daten über Prüfungsnoten von Studenten).
- Die in bisherigen Projekten ermittelten Daten sind in den meisten Fällen nicht vergleichbar, da unterschiedliche Methoden angewendet wurden.
- Ein Dienst kann für unterschiedliche Benutzergruppen einen unterschiedlichen Wert und unterschiedliche Auswirkungen haben. Beispiel: Eine Schulung in der Anwendung spezieller Datenbanken wird auf Studienanfänger weniger Auswirkungen haben als auf Diplomanden, die solche Ressourcen unmittelbar für ihre Arbeit brauchen.
- Das eigentliche Kernproblem: Jede Einzelperson unterliegt sehr vielfältigen Einflüssen, und es ist sehr schwierig, nachzuweisen, dass Veränderungen der Kompetenzen oder der Verhaltens tatsächlich auf den Einfluss von Bibliotheksdiensten zurückzuführen sind.

Es häufig nicht möglich ist einen Nachweis für einen direkten Einfluss der Bibliothek zu führen, wurden oft Ersatzkriterien herangezogen, die zumindest einen gewissen Einfluss anzeigen.

Die beschriebenen Probleme sind besonders schwerwiegend, wenn es darum geht, den Einfluss einer Bibliothek und ihrer Dienste in der Gesamtheit zu bewerten. Sie sind weniger schwerwiegend bei der Bewertung der Auswirkungen einer einzelnen bestimmten Aktion wie der Einführung eines neuen Dienstes, da das Verhalten und die Fähigkeiten der Nutzer vor und nach der Einführung ermittelt werden können.

5.2. Benutzungsstatistiken als Maß der Auswirkungen

Bibliotheken erfassen traditionell eine Vielfalt statistischer Daten bezüglich der Nutzung ihrer Bestände und ihrer Dienstleistungen. In den vergangenen Jahren hat die Standardisierung der Statistiken für die Nutzung elektronischer Bibliotheksdienste große Fortschritte gemacht, und in immer mehr Ländern werden solche statistischen Daten bereits regional oder sogar landesweit gesammelt. Somit besteht eine umfangreiche Basis an Daten, die zur Bewertung des Einflusses neuer Bibliotheksdienste herangezogen werden können. Obwohl die Häufigkeit der Bibliotheksnutzung allein noch keine Aussage über die Auswirkung bestimmter Dienste zulässt, können Veränderungen in der Struktur, Form und Häufigkeit der Nutzung durchaus Aufschluss über solche Auswirkungen geben.

Die folgenden Daten können für die Bewertung der Wirkung eines neuen Dienstes relevant sein:

- Benutzungsstatistiken für neue elektronische Ressourcen
- Der Umfang der benutzten Ressourcen vor und nach der Einführung eines neuen Dienstes
- Benutzungsstatistiken für einen neuen Dienst (z.B. Online-Bereitstellung)
- Veränderungen bei der Benutzung traditioneller Dienste (z.B. weniger Besucher im Bibliotheksgebäude selbst, weniger Kopien)
- Veränderungen beim Fernzugriff
- Anzahl neuer Benutzer eines Dienstes, der von der traditionellen auf die elektronische Form umgestellt wurde (Änderungen im Benutzerprofil)
- Anzahl neuer Benutzer, die zuvor die Bibliothek überhaupt nicht genutzt haben
- Prozentsatz der Haupt-Nutzergruppe, der elektronische Bibliotheksdienste nutzt

Solche Daten – sofern vorhanden – können eine Veränderung im Nutzerverhalten und in der Einstellung gegenüber den Bibliotheksdiensten anzeigen. Sie sollten allerdings stets durch andere Methoden ergänzt werden.

5.3. Qualitative Maße zur Bewertung der Auswirkungen eines neuen Dienstes

Viele Projekte, die sich mit dem Einfluss von Bibliotheksdiensten befassen, haben „weiche“ Kriterien zur Beurteilung der Veränderung bei den Fähigkeiten, der Einstellung und des Verhaltens der Nutzer herangezogen. Hierzu wurden die Benutzer selbst, aber auch das Bibliothekspersonal sowie Hochschullehrer über ihre Meinung zu Bibliotheksdiensten und den möglichen Auswirkungen der Nutzung bestimmter Dienste befragt. Solche eher qualitativen als quantitativen Methoden existieren in Form von

- Fragebögen (in gedruckter Form oder als Online-Formular)
- Umfragen (vor und/oder nach der Nutzung eines Services)
- Interviews
- Diskussionsgruppen
- Selbsteinschätzung der Nutzer bezüglich ihrer Fähigkeiten
- Verhaltensbeobachtung

Befragungen im Anschluss an die Nutzung eines Dienstes können besonders nützlich sein, da sie unmittelbar die Eindrücke des Benutzers in Bezug auf den jeweiligen Dienst erfassen. MILES, ein Bewertungstool, das im Rahmen der ARL (Academic Research Library) „Neue Maßnahmen“ – Initiative entwickelt wurde, basiert auf einer web-basierten Befragung, der sich die Benutzer vor jedem

Zugriff auf eine elektronische Ressource unterziehen müssen. Das Tool fragt nach dem Ort der Nutzung, der Nutzergruppe und dem Zweck der Benutzung. Da die Nutzer vor der Benutzung befragt werden, ist keine Aussage darüber möglich, ob sie von dem jeweiligen Dienst einen positiven Nutzen gezogen haben. Aber wenn eine derartige Befragung über Jahre hinweg regelmäßig durchgeführt wird, kann sie Veränderungen bezüglich der Nutzergruppen eines Dienstes, bezüglich der Zielsetzungen der Nutzer und bezüglich der Orte, von denen aus die Dienste in Anspruch genommen werden, anzeigen.

Bibliotheksmitarbeiter, Hochschullehrer und Benutzer werden in Fragebögen, Umfragen, Interviews etc. nach unterschiedlichen Aspekten befragt.

Personalbefragungen fragen beispielsweise:

- Welche Art von Hilfe benötigen die Nutzer für die unterschiedlichen Dienste?
- Was für Fragen stellen die Benutzer, insbesondere im Bezug auf einen neuen Dienst?
- Welche Veränderungen in den Fähigkeiten/Kompetenzen der Benutzer konnten seit der Einführung eines neuen Dienstes beobachtet werden?

Hochschullehre können Fragen wie diese beantworten:

- Wie unterstützt ein neuer Service die Forschung und Lehre?
- Ermutigen Sie Studenten zur Benutzung elektronischer Bibliotheksdienste?
- Für welche Zwecke nutzen Sie selbst die elektronischen Dienste?
- Worin besteht Ihrer Meinung nach der Einfluss der neuen Bibliotheksdienste auf die Fähigkeiten oder auf die Lernmethoden der Studenten?

Benutzern können z.B. die folgenden Fragen gestellt werden:

- Welche Bibliotheksressourcen/-dienste kennen Sie?
- Welche Ressourcen/Dienste nutzen Sie selbst?
- Welche Ressourcen/Dienste empfinden Sie als besonders nützlich?
- Wie haben Ihnen Bibliotheksdienste (insbesondere die neuen Dienste) in Ihrem Studium geholfen?
- Welche Probleme traten bei der Benutzung eines bestimmten Dienstes auf?
- Haben sie eine spezielle Schulung oder eine formlose Einführung in die Nutzung eines bestimmten Services erhalten und fanden Sie diese Einführung hilfreich?
- Glauben Sie dass sich Ihre Fähigkeiten durch die Benutzung eines bestimmten Dienstes verbessert haben?

Die Ergebnisse solcher Methoden weisen natürlich immer eine gewisse subjektive Voreingenommenheit auf, da sie nur die subjektiv wahrgenommenen Auswirkungen anzeigen. Aus diesem Grund sollten solche Verfahren immer mit

der Entwicklung in den Benutzungsstatistiken oder sonstigen relevanten Daten zusammen ausgewertet werden.

Vor allem Interviews und Gruppendiskussionen liefern häufig keine direkt messbaren Ergebnisse, stellen jedoch eine reiche Quelle an Erfahrungsberichten dar, die bei der Deutung der statistischen Daten hilfreich sein können.

5.4. Sonstige Methoden zur Beurteilung der Auswirkungen

Neben den oben erwähnten subjektiv voreingenommenen weichen“ Beurteilungsverfahren wurden verschiedene „objektivere“ Bewertungskriterien erprobt. Um die Wirkung eines neuen oder umgewandelten Dienstes zu bewerten, können sich die folgenden Methoden als geeignet erweisen:

- Tests, die die Fähigkeiten vor und nach dem Kontakt mit einem neuen Bibliotheksdienst überprüfen (vorwiegend zur Einschätzung der Wirksamkeit von Schulungsmaßnahmen)
- Leistungsüberwachung / “Data Mining“ zur Dokumentation des Nutzerverhaltens (insbesondere in Bezug auf Suchmethoden) bei der Verwendung eines Dienstes oder einer Ressource
- „Testnutzer“ denen bestimmte Aufgaben gestellt werden und die im Anschluss über Probleme und Erfolge bei der Nutzung der neuen Dienste und über die wahrgenommenen Verbesserungen bei der Bibliotheksbenutzung berichten.
- Analyse von Dokumenten und Bibliographien, die von den Nutzern verfasst wurden im Hinblick auf Veränderungen im Umfang der verwendeten Ressourcen, Präzision der Zitate, Anteil der zitierten elektronischen Ressourcen etc.

Hierbei stellt sich jedoch weiterhin die Frage, ob und inwieweit beobachtete Veränderungen der Fähigkeiten und des Verhaltens der Nutzer tatsächlich auf die Verwendung bestimmter Bibliotheksdienste zurückzuführen sind.

6. Praktische Beispiele

Zur Illustration der Methoden zur Bewertung der Wirkung sowie der Ergebnisse und der Auswirkungen des Nutzers und der Bibliothek werden die folgenden praktischen Beispiele angeführt. Die konkreten Daten von den jeweiligen Bibliotheken werden sich aber von Dr. Poll nicht informiert.

6.1. Einrichtung eines regionalen Portals für wissenschaftliche Bibliotheken

Das Portal wurde vom regionalen Rechenzentrum der Bibliotheken eingerichtet und kombiniert weltweite Bibliothekskataloge, elektronisches Referenzmaterial und andere regional verfügbare elektronische Ressourcen mit Bestell- und Lieferfunktionen. Es erlaubt eine schnelle Suche mit Auswahlmöglichkeit der zu durchsuchenden Ressourcen.

Methoden zur Bewertung der Wirkung:

- Benutzungsstatistik
- Befragung der wissenschaftlichen Nutzer

Statistische Ergebnisse:

- Steigerung des prozentualen Anteils externer Benutzer (nicht zum Haupt-Benutzerkreis der Bibliothek gehörig)
- Häufigere Verwendung der meisten elektronischen Ressourcen

Umfrageergebnisse: Wissenschaftler gaben an, dass sie

- durch die integrierte Suchfunktion Zeit sparen,
- ihre Art der Informationssuche geändert haben,
- den Zugriff wesentlich einfacher fanden als zuvor,
- eine breitere Menge relevanter Informationen heranziehen können,
- auf Referenzmaterial oder sonstige Informationsressourcen aufmerksam geworden sind, die sie zuvor nicht kannten,
- eine stärker interdisziplinäre Suche durchführen konnten,
- die Verwendung des Portals bereits in ihren Unterricht integriert haben.

Auswirkungen: Veränderung der Kompetenzen, der Einstellung und des Verhaltens

6.2. Einrichtung einer Zone für Lernen in Gruppenarbeit

In einer Universitätsbibliothek wurde ein Bereich speziell für die Bedürfnisse von Lerngruppen eingerichtet und u.a. mit WLAN-Zugang und bequemen Sitzgelegenheiten ausgestattet.

Methoden zur Bewertung der Wirkung:

- Benutzungsstatistik
- Befragungen

Statistische Ergebnisse:

- Die Anzahl der Besuche von Nutzern im Bibliotheksgebäude nahm zu

Umfrageergebnisse: Studenten gaben an, dass sie

- häufiger als zuvor in der Bibliothek arbeiten,
- häufiger als zuvor in Gruppen arbeiten,
- von Gruppenmitgliedern lernen, die an Schulungen der Bibliothek zur Nutzung elektronischer Dienste teilgenommen haben,
- das Arbeiten in der Bibliothek attraktiver empfinden als zuvor.

Auswirkungen: Veränderungen der Einstellung und des Verhaltens

6.3. Umstellung der Zeitschriftensammlung auf elektronische Fassungen

Eine medizinische Universitätsbibliothek kündigte sämtliche Abonnements für die gedruckten Fassungen aller derjenigen Veröffentlichungen, bei denen nicht vom Verlag auf einer gemeinsamen Lieferung von elektronischer und Printfassung bestanden wurde. Benutzungsdaten für die gedruckten Zeitschriften waren seit 1997 gesammelt worden. Der Prozess der Umstellung begann 1996 und dauerte ca. 5 Jahre.

Methoden zur Bewertung der Wirkung:

- Benutzungsstatistik
- Befragungen

Statistische Ergebnisse:

- Benutzer griffen zehnmal häufiger auf die Online-Versionen zu als auf die gedruckten Fassungen.
- Im Mittel war die Nutzung eines Online-Artikels um 5,4mal billiger.
- Die Nutzung gedruckter Zeitschriften, die nicht Online verfügbar waren, ließ stark nach.
- Fernzugriff vom Arbeitsplatz aus nahm zu.
- Ab 2001 sank die Anzahl der direkten Besuche im Bibliotheksgebäude.

Umfrageergebnisse:

Während 1998 viele Wissenschaftler noch skeptisch gegenüber den elektronischen Ressourcen waren, war es bereits 2002 die Ausnahme, wenn ein Unimitarbeiter keine elektronischen Zeitschriften in Anspruch nahm.

Auswirkungen: Veränderungen der Einstellung und des Verhaltens

6.4. Einführung einer anfragebezogenen Anleitung zur Bibliotheksbenutzung

An einer Universitätsbibliothek wurde für das Englisch-Institut ein speziell auf die Fragen der Studenten zugeschnittenes Einführungsprogramm organisiert.

Methode zur Bewertung der Wirkung:

- Analyse der Bibliographien in den von den Studenten verfassten wissenschaftlichen Artikeln vor und nach Einrichtung des Einführungsprogramms

Ergebnisse:

- Erhöhte Anzahl von Zitaten aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften,
- Keine wesentliche Veränderung bezüglich anderer Aspekte wie Genauigkeit der Zitate, Erscheinungsjahr der zitierten Veröffentlichungen oder Kompetenz in der Beurteilung von Literaturquellen

Auswirkungen: Stärkere Verwendung wissenschaftlicher Fachzeitschriften

7. Einfluss neuer Dienste auf die Bibliothek

Die Einführung neuer Bibliotheksdienste sowie die Erweiterung oder Umwandlung bestehender Dienste haben Auswirkungen auf die Struktur und Organisation der Bibliothek sowie auf die von ihr angebotenen traditionellen Dienste.

Die Bibliothek muss Ressourcen – Geld, Räumlichkeiten, Arbeitszeit – für den neuen Service aufwenden und daher ihre Ressourcenplanung überdenken. In der Anfangsphase wird in der Regel zusätzlicher Personalaufwand für Schulung der Benutzer und Erteilen von Auskünften, aber auch für Mitarbeiterfortbildung erforderlich sein. Häufig werden Ressourcen verlagert und Schwerpunkte auf elektronische Medien oder IT Ausstattung verschoben werden müssen. Da ein neuer Dienst in der Regel neue Prozesse und Aktivitäten erforderlich macht, werden Arbeitsabläufe angepasst werden müssen. Langfristig werden aus den neuen Anforderungen an die Bibliotheksmitarbeiter auch neue Abteilungen hervorgehen, und die organisatorische Struktur der Bibliothek wird sich verändern.

Es ist wünschenswert, dass sich die Leistungsfähigkeit und Qualität der Bibliothek dadurch verbessert. Wird ein traditioneller Dienst durch einen elektronischen ersetzt, können sich Vorteile ergeben in Bezug auf:

- Schnelligkeit bei der Bereitstellung (z.B. direkter Online-Zugriff auf elektronische Zeitschriften)
- Zuverlässigkeit (bessere Möglichkeiten der Nachverfolgung, z.B. bei Online-Bestellungen)
- höhere Marktdurchdringung durch Anziehung neuer Benutzer und neuer Nutzergruppen

- vereinfachten Zugriff auf den betreffenden Dienst
- Bedeutsamkeit für den Benutzer (z.B. Relevanz von erzielten Forschungsergebnissen)

Obwohl neue Dienste in der Regel nicht kostengünstiger realisiert werden können als die traditionellen Dienste – lediglich die Zusammensetzung der Kostenfaktoren ändert sich – können durch Steigerung der Benutzung insgesamt die Kosten pro Benutzung reduziert und somit die Effizienz der Dienste erhöht werden.

Neue Dienste können Änderungen bei den traditionellen Diensten mit sich bringen, z.B. bei der Ausleihe, der Lesesaalbenutzung oder der Anfertigung von Fotokopien. Einige Bibliotheken haben von verringerten Ausleihzahlen, verminderter Anzahl Fotokopien und verringerter Besucherzahl im Bibliotheksgebäude berichtet, sobald sie eine umfangreiche elektronische Sammlung, Fernzugriff auf Kataloge und Datenbanken, web-basierte Bestellung und ILL (Interlibrary Loan) anbieten konnten. Andererseits hat die Erfahrung auch gezeigt, dass trotz umfangreicher elektronischer Angebote die Anzahl der Besucher und die Lesesaalbenutzung stabil bleiben oder sogar zunehmen können, wenn bequeme Arbeitsumgebungen und eine angemessene IT-Infrastruktur innerhalb der Bibliothek geschaffen werden und wenn die Anforderungen heutiger Arbeitsmethoden durch Einrichtung spezieller Bereiche für Gruppenarbeit berücksichtigt werden.

8. Bewertungsprojekte

Weltweit bemühen sich mehrere Projekte darum, Methoden, Bewertungskriterien und Werkzeuge zur Beurteilung der Wirkung von Bibliotheken und Informationsdiensten zu finden.

Das **eVALUEd-Projekt** an der University of Central England wurde ins Leben gerufen um ein übertragbares Modell für die Bewertung elektronischer Bibliotheksdienste (E-Library) im Bildungswesen zu entwickeln. Das Projekt hat ein Toolkit zur Bewertung elektronischer Informationsdienste hervorgebracht. (<http://www.evalued.uce.ac.uk/index.htm>)

Das **IMLS (Institute of Museum and Library Services)** betreut Projekte zur Bewertung von Auswirkungen neuer Dienste (<http://www.ims.gov/index.htm>)

Die **ARL New Measures Initiative** beinhaltet mehrere Programme, die sich mit Bewertung der Auswirkungen befassen:

- Learning Outcomes (Lern-Ergebnisse)
- Higher Education Outcomes Research Review (Ergebnisse des höheren Bildungswesens)

- MINES (Measuring the Impact of Networked Electronic Services, Bewertung der Auswirkungen vernetzter elektronischer Dienste)

IBEC, eine gemeinsame Forschungsinitiative der Information School an der University of Washington und der University of Michigan School of Information hat ein Toolkit zur Bewertung des Einflusses von Informationsdiensten auf Gemeindeebene entwickelt.

(<http://ibec.ischool.washington.edu/default1024.aspx?cat=Home&b=y>)

SCONUL und **LIRG** (Library and Information Research Group) haben eine Initiative und eine Mailingliste zum Thema Wirkungsforschung gestartet.

(<http://www.jiscmail.ac.uk/archives/lis-impact.html>)

Innerhalb der **IFLA** hat die „Section for Statistics and Evaluation“ eine Arbeitsgruppe eingerichtet, die Arbeiten zum Thema Ergebnis- und Wirkungsforschungssammeln und erste Richtlinien zur Bewertung von Wirkung etablieren soll. Das erste Zwischenergebnis ist ein Überblick zu Projekten und bestehender Literatur.

(<http://www.ulb.uni-muenster.de/outcome.html>)

Das Projekt deckt sich mit dem „Drei-Säulen-Modell“ des IFLA, in dem sich die „Soziale Säule“ auf die Rolle und den Einfluss von Bibliotheken und Informationsdiensten in der Gesellschaft bezieht.

Teil 2: Morphologische Wirkungsforschung

1. Definition, Grundlagen und Entwicklung

„Es kommt nicht darauf an, was der Lehrer sagt, sondern darauf, was der Schüler hört.“ (Zen-Weisheit)

Diese alte fernöstliche Weisheit bringt eine wichtige Erkenntnis zum Ausdruck, die auch Grundlage der morphologischen Wirkungsforschung ist: Dinge, die wir wahrnehmen - die Worte eines Lehrers, ein Werbespot, ein Spielfilm oder ein Restaurantbesuch – verwandeln sich in uns. Sie werden mit unseren Erfahrungen, Erwartungen, Vorlieben und Abneigungen verknüpft, bevor sie schließlich eine manchmal unvorhergesehene Wirkung entfalten.

Unter Morphologie versteht man die Lehre von den Formen und ihrer Entwicklung (griechisch „morphe“ = Form, Gestalt, Aussehen). Die Morphologische Wirkungsforschung ist eng verbunden mit der morphologischen Psychologie, die sich damit befasst, Gesetzmäßigkeiten und Entwicklungsmuster der „psychischen Wirklichkeit“ bildhaft zu beschreiben und zu erklären. Sie versucht, nachzuvollziehen, welche Prozesse und Konflikte sich innerhalb der

Psyche in Bezug auf bestimmte Dinge oder Wahrnehmungen des Alltags abspielen. Dabei wird versucht, den Gesamtzusammenhang zu verstehen und nicht nur Einzelaspekte. Der Begriff „morphologisch“ bezieht sich hierbei darauf, dass sich die Gestalt der psychischen Wirklichkeit von der Wahrnehmung zur Wirkung ständig verändert.

Die Lehre der Morphologischen Psychologie und damit das Konzept der Morphologischen Wirkungsforschung wurden maßgeblich an der Universität zu Köln von Prof. Wilhelm Salber entwickelt. Aufbauend auf Ideen von Goethe und Nietzsche hat Prof. Salber den Grundgedanken, seelisches Geschehen als Prozess der Gestaltbildung und des Gestaltwandels zu begreifen, bereits in den beiden frühen Schriften „Der psychische Gegenstand“ (1959) und „Morphologie des seelischen Geschehens“ (1965; 2. Aufl. 1986) entwickelt (vgl. SALBER 2001). Prof. Salber selbst hat später das Konzept als „Psychologie des Alltags“ auf verschiedene alltägliche Lebensbereiche (z.B. die Wirkung von Spielfilmen, Literatur etc.) angewendet, und im Bereich der Kultur-, Markt- und Medienforschung finden seine Methoden seit den 80er Jahren mehr und mehr Anwendung.

Die Morphologische Wirkungsforschung ist ein qualitatives Konzept, d.h. im Gegensatz zu vielen anderen Verfahren der Wirkungsforschung basiert sie nicht auf quantitativ messbaren Zahlenwerten wie z.B. statistischen Daten.

Die Anwendungsbereiche der Morphologischen Wirkungsforschung sind so vielseitig wie der Alltag, und es finden sich zahlreiche Veröffentlichungen, in denen auf teilweise amüsante Art die verschiedensten Dinge des Alltags (z.B.: Kaugummikauen, Parfümbenutzung oder Sportschuhe) in Bezug auf ihre morphologischen Wirkungsmechanismen diskutiert werden (siehe z.B.: MELCHERS 1982; DAHM 1993; HEUBACH 1993; MARLOVITS 2006).

Eine höhere kommerzielle Bedeutung kommt der morphologischen Wirkungsforschung bei der Untersuchung von Medienwirkung, z.B. bei der Erklärung von Erfolg oder Misserfolg von Kinofilmen zu (vgl. BLOTHNER 1993, S.1~2). Hauptanwendungsgebiet dürften jedoch die Marktforschung und hierbei insbesondere die Bewertung und Optimierung von Werbung sein (vgl. HÄRLEN 2003, S.2), und viele Marktforschungsinstitute und Unternehmensberatungen setzen heutzutage morphologische Verfahren kommerziell im Dienste ihrer Kunden ein (siehe z.B.: GPM 2006; RHEINGOLD 2006). Analysiert werden dabei Märkte, Produkte, Zielgruppen, Marketingverfahren, Trends, Werbemittel, Verkaufskanäle etc.

2. Morphologische Methoden

Konventionelle Verfahren der Kultur-, Markt- und Medienforschung bedienen sich häufig statistischer Methoden (z.B. Interviews in Form von Fragebögen) und

orientieren sich an soziodemographischen Kriterien, wie z.B. Alter, Einkommen oder Familienstand bestimmter Zielgruppen. Die Morphologische Wirkungsforschung muss demgegenüber die oft sehr komplizierten und nicht zahlenmäßig beschreibbaren psychologischen Zusammenhänge erfassen. Die wichtigsten Verfahren hierfür sind das Morphologische Tiefeninterview und die Morphologische Beschreibung (vgl. AKM 2005b, S.7).

2.1 Das morphologische Tiefeninterview

Das Tiefeninterview ist eine Methode, die ursprünglich aus der Psychoanalyse stammt und auf Sigmund Freud zurückgeht. Die Psychoanalyse geht davon aus, dass das menschliche Handeln und Empfinden zu einem großen Teil durch unbewusste Vorgänge bestimmt wird. Das Tiefeninterview dient dazu alle bewussten und unbewussten psychischen Zusammenhänge und Prozesse aufzudecken, die in Verbindung mit dem untersuchten Thema stehen. Solche Zusammenhänge lassen sich nicht durch vorgefertigte Fragebögen erforschen, sondern nur durch lange individuelle Gespräche. Ein entsprechend geschulter Interviewer lässt dabei den Befragten zunächst mit eigenen Worten beschreiben, was ihm zu dem betreffenden Thema einfällt. Durch gezieltes Nachfragen und Vertiefen versucht der Interviewer, die bewussten und unbewussten psychischen Abläufe und Zusammenhänge zu erkennen.

Typischerweise dauert ein einzelnes Tiefeninterview im Bereich der Marktforschung ca. 1,5 bis 2 Stunden. Für eine Morphologische Studie ist jedoch eine größere Anzahl Interviews mit verschiedenen Teilnehmern erforderlich.

Ein Nachteil der Methode besteht darin, dass der Interviewer seine eigene Subjektive Meinung in die Fragen einbringt und damit die Teilnehmer unbeabsichtigt beeinflusst bzw. deren Antworten falsch interpretiert. Das Tiefeninterview folgt daher bestimmten Regeln und setzt im Vergleich zu konventionellen Fragebogen-Interviews viel Erfahrung beim Interviewer voraus.

2.2 Die psychologische Beschreibung

Die psychologische Beschreibung ist gewissermaßen das Ergebnis der Auswertung der Tiefeninterviews. Durch Beschreibung der erkannten Zusammenhänge werden allgemeingültige Strukturen und Zusammenhänge herausgearbeitet. Durch weitere Analyse-Schritte werden anschauliche Erklärungs- und Funktionsmodelle entwickelt und schließlich zum Ergebnisbericht zusammengestellt. Eine große Anzahl von Beschreibungen und Phänomenen aus den Tiefeninterviews wird so zu einer überschaubaren Beschreibung von Zusammenhängen.

3. Konzepte

Die Methoden der morphologischen Wirkungsforschung, Tiefeninterview und psychologische Beschreibung, orientieren sich an theoretischen Konzepten, die sozusagen allgemeine Modelle für die Abläufe in der Psyche bereitstellen. Mit diesen Modellen lassen sich viele praktische Fragen im Bereich der Kultur-, Markt- und Medienwirkungsforschung beantworten und viele Effekte erklären. Die wichtigsten und bekanntesten Konzepte sind die Bildwirkungseinheiten (BWE), die Produktwirkungseinheiten (PWE) und die Scherenanalyse (vgl. AKM 2005b, S.6). Im Folgenden werden diese Konzepte insbesondere im Hinblick auf Fragestellungen der Marktforschung näher erläutert.

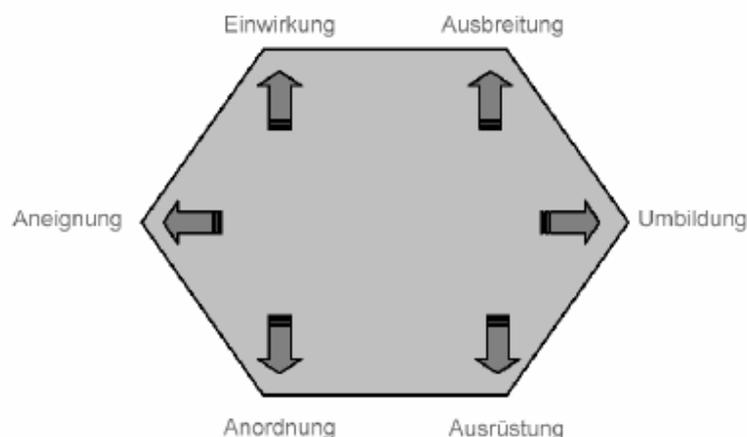
Allen diesen Konzepten ist gemeinsam, dass sie von Gegensätzen und Konflikten in der Psyche ausgehen, die sich über morphologische Prozesse auflösen streben.

3.1 Produkt-Wirkungseinheiten (PWE)

Der Ansatz der Produktwirkungseinheiten dient dazu, die Motive, Konflikte und Abwägungen des Verbrauchers bei der Benutzung eines Produktes zu analysieren. Es wird davon ausgegangen, dass die grundsätzlichen Abwägungen für alle Personen gleichermaßen gültig sind. Verschiedene Verbrauchertypen kommen jedoch bei diesen Abwägungen unter Umständen zu unterschiedlichen Ergebnissen und zeigen daher unterschiedliches Verhalten.

Das Konzept der Produktwirkungseinheiten lässt sich am besten anhand eines Beispiels erklären. Betrachtet werden soll hier die PWE „Biertrinken“.

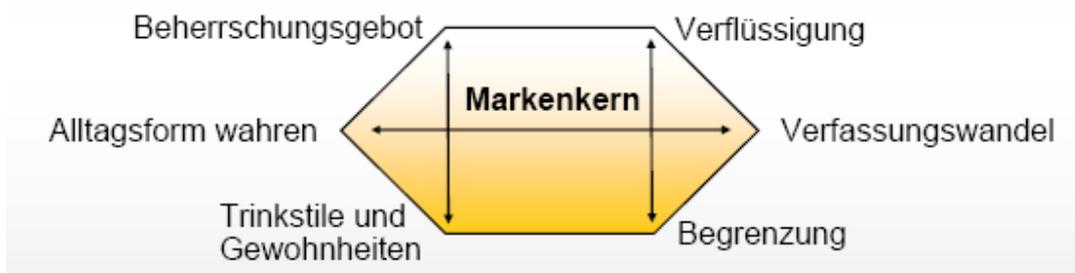
Produkt-Wirkungseinheiten (PWE)



Quelle: FRIESKE 2005, S.6

Die Motive und Abwägungen, die beim Biertrinken eine Rolle spielen, bilden ein Spannungsfeld aus Konflikten und Gegensätzen, die häufig durch ein Sechseck, das „Morphologische Hexagon“ veranschaulicht werden. In der allgemeinen Morphologischen Psychologie werden die Eckpunkte des Sechsecks durch die abstrakten Begriffe Aneignung ↔ Umbildung, Einwirkung ↔ Anordnung, Ausbreitung ↔ Ausrüstung gebildet (vgl. FRIESKE 2005, S.6). Für das Beispiel des Biertrinkens lassen sich konkretere Spannungen ermitteln:

Morphologisches Hexagramm: Beispiel Bier



Quelle: FRANZEN 2004, S.9

„Feierabend-Distanz“ ↔ „Alltagsform wahren“:

Einerseits möchte man durch das Bier nach Feierabend die Arbeit und den Alltag hinter sich lassen, seine Sorgen vergessen und sich entspannen. Andererseits möchte man sich trotzdem den Mitmenschen gegenüber korrekt verhalten, darf aus Rücksicht auf den nächsten Arbeitstag nicht allzu viel oder zu lange trinken, will keinen schlechten Eindruck auf Familie und Freunde machen etc.

„Beherrschungsgebot“ ↔ „Trinkstile und -Gewohnheiten“:

Einerseits verlangt der Biertrinker von sich selbst, dass er die völlige Kontrolle über seinen Bierkonsum hat und frei und vernünftig entscheiden kann, wie viel er trinkt. Andererseits können sich ungewollt bestimmte Trinkgewohnheiten herausbilden oder die Umwelt (Bekanntekreis, Kneipe, feierliche Anlässe) geben einen bestimmten Trinkstil vor, dem man sich schwer widersetzen kann.

„Enthemmung“ ↔ „Begrenzung“

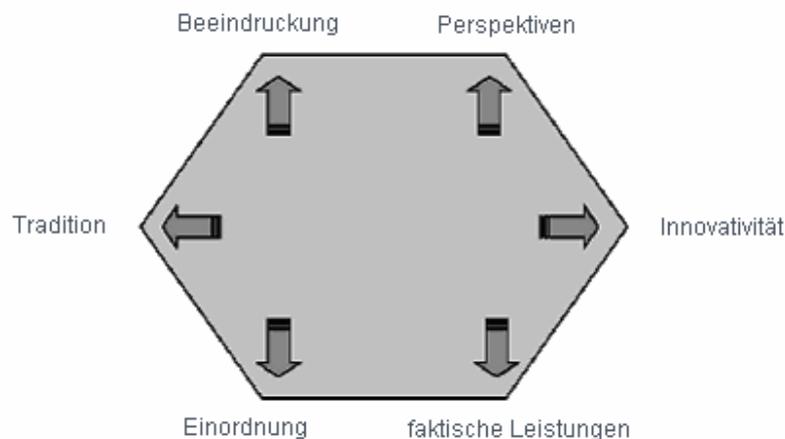
Enthemmung (wird als „Verflüssigung“ beschrieben) ist einerseits ein gewollter Effekt und äußert sich in erhöhter Gesprächigkeit, Kontaktfreudigkeit, Aufgeschlossenheit und Ausgelassenheit. Andererseits müssen der Enthemmung Grenzen gesetzt werden, z.B. durch Vorsätze („nur noch die eine Flasche austrinken“ oder „nur noch eine halbe Stunde“).

Das Verhalten der Biertrinker wird dadurch bestimmt, dass ein Ausgleich zwischen diesen Gegensätzen angestrebt wird (vgl. MELCHERS 1993, S.15~17). Verschiedene Biermarken bieten unterschiedliche Philosophien zur Lösung dieser Konflikte an, die sich wiederum durch die Bildwirkungseinheit (BWE) beschreiben lassen. Biermarken, die auf eingehobenes, luxuriöses Image setzen (z.B. durch aufwendiges Design der Flaschen mit viel Gold- und Silberfolie) bieten dem Kunden beispielsweise eine Möglichkeit der Begrenzung, indem sie ihm vorspiegeln: „Ich trinke Bier, aber nur in besonders kultivierter Form.“

3.2 Bild-Wirkungseinheiten (BWE)

Während Produktwirkungseinheiten sich auf die Motive bei der Verwendung eines Produktes konzentriert, beziehen sich Bildwirkungseinheiten auf einzelne Marken und beschreiben das Spannungsfeld in dem sich das Image einer Marke oder eines Unternehmens bewegt. Auch dieses Spannungsfeld kann durch ein Sechseck aus Gegensätzen bzw. Konflikten veranschaulicht werden (vgl. MELCHERS 1993, S.17).

Bild-Wirkungseinheiten (BWE)



Quelle: Eigene Darstellung

„Tradition“ ↔ „Innovativität“:

Einerseits spielt die Geschichte einer Marke und ihre Entwicklung in der Vergangenheit eine Rolle für ihr Image beim Verbraucher. Eine Marke kann durch ihre Tradition Stabilität vermitteln. Auf der anderen Seite können neue Entwicklungen und Veränderungen der Marke das Bild prägen, und zwar sowohl positiv, wenn die Marke damit innovativ und modern wirkt, als auch

negativ, wenn häufige schnelle Veränderungen keine Kontinuität erkennen lassen.

„Beeindruckung“ ↔ „Einordnung“

Unter Beeindruckung ist alles zu verstehen, was den Verbraucher persönlich anspricht und ihm nahe geht. Die Beeindruckung steht in einem Spannungsverhältnis zur Einordnung in ihr Umfeld, also zum Vergleich mit anderen Marken. Ein solcher Vergleich kann die Marke weniger beeindruckend erscheinen lassen, als dies ohne Konkurrenz der Fall wäre.

„Perspektiven“ ↔ „faktische Leistungen“

Die Perspektiven einer Marke, also die Frage, ob eine Marke gerade „im Kommen“ ist oder schon „aus der Mode“ kommt, spielt ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Einschätzung des Verbrauchers. Diese Perspektiven können allerdings unterschiedlich bewertet werden, je nachdem, welche objektiven Erfahrungen und Kenntnisse der Verbraucher bezüglich eines Produkts hat. Hat jemand schlechte Erfahrungen mit der Qualität eines Produktes gemacht, beurteilt er die Perspektiven oft pessimistischer.

3.3 Scheren-Analyse

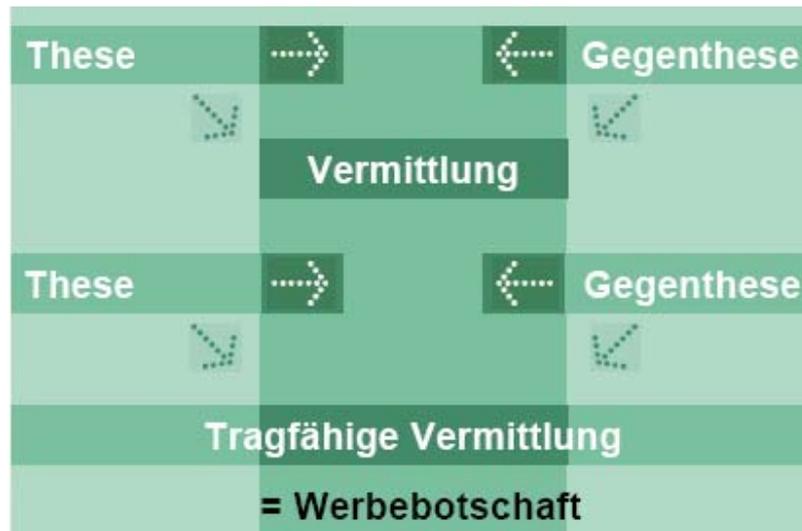
Die Scheren-Analyse ist ein Instrument, das oft zur Untersuchung der Wirkung von Werbung eingesetzt wird. Dabei wird nicht im Nachhinein untersucht, welchen Effekt die Werbung auf den Verbraucher hatte (durch Befragung, Kaufverhalten etc.), sondern es wird versucht, unmittelbar bei der Betrachtung der Werbung die im Betrachter ablaufenden Prozesse zu analysieren (vgl. MELCHERS 1993, S.18~19).

Der Name Scheren-Analyse beschreibt dabei die scherenartige Struktur der psychischen Abläufe. Es wird davon ausgegangen, dass sich die Wirkung durch ein Wechselspiel aus These und Gegenthese entfaltet, die nach einem Kompromiss streben. Dieses Modell ähnelt sehr stark dem von Marx geprägten Prinzip der Dialektik, also der Vereinigung von These und Antithese in der Synthese. These und Gegenthese bilden die beiden Klängen der Schere, der resultierende Kompromiss stellt das Gelenk dar.

Ein typisches Beispiel für den Beginn einer solchen Scherenentwicklung sind Werbespots für Nahrungsmittel, die mit besonders verlockenden Bildern arbeiten (z.B. von leckerem Essen). Der Scherenprozess im Betrachter beginnt meistens mit der Wahrnehmung: „Das sieht lecker aus, das hätte ich jetzt auch gerne.“ Allerdings ist sich der Betrachter bewusst, dass genau dies die Werbebotschaft ist, und entwickelt daraus meistens als Gegenthese den Entschluss, nicht so einfach auf die Werbung hereinzufallen. Erfolgreiche Werbung bietet dem Betrachter Lösungsmöglichkeiten für solche Konflikte an. Normalerweise setzt sich das Wechselspiel aus These, Gegenthese, Vermittlung in mehreren Schritten über weitere Thesen und Gegenthesen fort, und die Wirksamkeit einer

Werbebotschaft hängt davon ab, wie gut sie auf dieses Wechselspiel eingeht und ein befriedigendes Gesamtkonzept zu Auflösung der Spannungen bietet. Werbeslogans wie „Man gönnt sich ja sonst nichts!“ oder „Nicht immer, aber immer öfter!“ bieten ganz eindeutig Lösungen in Form von Rechtfertigungen bzw. Kompromissen für solche Konflikte an.

Scheren-Analyse

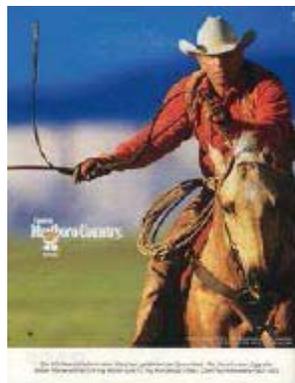


Quelle: FRANZEN 2004, S.20

4. Ein Beispiel Morphologischer Wirkungsforschung

Die Zigarettenmarke Marlboro setzt seit Jahrzehnten, nämlich seit den 60er-Jahren, mit Erfolg auf dasselbe Werbemotiv, den Marlboro-Cowboy.

Marlboro-Cowboy



Quelle: FRANZEN 2004, S.32

In der bewussten Wahrnehmung der Verbraucher steht die Marke Marlboro damit wie keine andere für die Themen Freiheit, Männlichkeit, Abenteuer und Natur. Gerade der Aspekt der Männlichkeit hat sich aber in den vergangenen Jahrzehnten einem erheblichen gesellschaftlichen Wandel unterzogen, so dass es verwundert, dass heutzutage eine Macho-Figur wie der Cowboy noch immer erfolgreich für die wesentlichen Werte einer Marke werben kann. Man beachte auch, dass Wildwest-Spielfilme und das darin dargestellte Cowboy-Leben heute viel weniger Interesse finden als vor einigen Jahrzehnten.

Eine morphologische Analyse zeigt neben den bewussten die sehr ausgeprägten unbewussten Wirkungsmechanismen des Markenbildes auf: Der Cowboyalltag steht stellvertretend für den geregelten, oft eintönigen und anstrengenden Arbeitsalltag, den jeder kennt. Er geht tagsüber zuverlässig und pflichtbewusst seiner geregelten Arbeit nach und entspannt sich nach der Arbeit mit seinen Kollegen, die wie eine Familie wirken, am Lagerfeuer. In diesem Sinne gleicht sein Alltag dem von Millionen Menschen.

Die unbewusst wahrgenommene Botschaft der Marke Marlboro lautet daher: „Gönne Dir mit einer Marlboro-Zigarette einen kurzen Moment der Freiheit aus der Enge Deines Alltags!“ Der Erfolg der Marke beruht aus morphologischer Sicht also darauf, dass ein Lösungsangebot für den Konflikt zwischen der dargestellten wohlvertrauten Enge des Alltags und dem Wunsch nach einem Ausbruch aus diesem Alltag gemacht wird (vgl. AKM 2005b, S.4).

5. Zusammenfassung

Durch die Anwendung qualitativer Methoden und den Versuch der Beschreibung allgemeingültiger Wirkungsmodelle und der Analyse psychischer Abläufe unterscheidet sich die morphologische Wirkungsforschung deutlich von den weit verbreiteten quantitativen Verfahren, die in der Regel aus Befragungen mit statistischer Auswertung beruhen. Einerseits kann der morphologische Ansatz dadurch leichter die tatsächlich wirksamen Zusammenhänge aufdecken, die für die Wirkung eines Mediums, einer Werbung oder eines Produktes relevant sind. Zugleich ist es jedoch schwieriger, Objektivität und Vergleichbarkeit morphologischer Analysen sicherzustellen. Viele Marktforschungsinstitute kombinieren daher morphologische Methoden mit konventionellen quantitativen Verfahren und vereinen somit die Vorteile der verschiedenen Ansätze. Auch wenn die hauptsächliche kommerzielle Anwendung morphologischer Wirkungsforschung in den Bereichen Kultur-, Markt- und Medienforschung stattfindet, lässt sich das Konzept darüber hinaus auf viele Aspekte des Alltagslebens anwenden, und es bleibt abzuwarten, in welchen weiteren Anwendungsgebieten sich die morphologische Wirkungsforschung in Zukunft anwenden lässt.

Literaturverzeichnis:

- ACRL 1998 Association of College and Research Libraries (Hrsg.): Task Force on Academic Library Outcomes Assessment Report. URL <http://www.ala.org/ala/acrl/acrlpubs/whitepapers/taskforceacademic.htm>. Aktualisierungsdatum: 27. Juni. 1998
- AKM 2005a Akademie für Kultur Markt Medien (Hrsg.): *Morphologische Wirkungsforschung*. URL <http://www.akm-online.at/morph.htm>. – Abruf: 07.05.2006. – mailto: info@akm-online.at. – akm. Köln
- AKM 2005b Akademie für Kultur Markt Medien (Hrsg.): *Information zum Kompaktstudiengang „Qualitativ–Morphologische Wirkungsforschung“ (Kultur, Markt, Medien)*. URL <http://www.akm-online.at/folder.pdf>. – Aktualisierungsdatum: Dez. 2005. – mailto: info@akm-online.at. – akm. Köln
- ALLESCH 2003 Allesch, Christian G.: *Entwicklung als Gestaltwandel : Gestaltwandel als Entwicklung - Anmerkungen zum Thema „Metamorphosen“ aus der Sicht einer morphologischen Psychologie*. URL <http://www.uni-salzburg.at/pls/portal/docs/1/156042.PDF>. – Aktualisierungsdatum: 10. Jan. 2003
- BLOTHNER 1993 Blothner, Dirk: Der Spielfilm als Kulturmedium. In: Fitzek, H. ; Schulte, A. (Hrsg.): *Wirklichkeit als Ereignis*. Bd. 1. URL http://www.mediamindag.de/studium/wipsy_downloads/BLOTHNER_Spielfilm_als_Kulturmedium.pdf. – 1993. – Bonn
- DAHM 1993 Dahm, Axel: Fast-Food und Kaugummi : Kulturpsychologische Betrachtungen des Banalen. In: Fitzek, H. ; Schulte, A. (Hrsg.): *Wirklichkeit als Ereignis*. Bd. 2. URL <http://www.akm-online.at/kaugummi.pdf>. – 1993. – Bonn
- FITZEK 2003 Fitzek, Herbert: Der Alltag als Gegenstand der Kulturpsychologie : Anregungen für eine psychologische Erforschung der Gegenwartskultur. In: Fitzek, Herbert ; Ley, Michael (Hrsg.): *Alltag im Aufbruch : Ein psychologisches Profil der Gegenwartskultur, Dokumentation zur Tagung der Gesellschaft für Kulturpsychologie*. URL http://www.mediamindag.de/studium/wipsy_downloads/Fitzek_Alltag_und_Kulturpsychologie.pdf. – Aktualisierungsdatum: 20. –30. Mai 2003. – Köln
- FRANZEN 2004 Franzen, Ottmar: *Innovative Werbeforschung : Hochschule für Bankwirtschaft*. URL http://www.konzept-und-markt.com/Docs/Vortrag_Werbeforschung_HfB_2004.pdf. –

- Aktualisierungsdatum: 10. Jan. 2004. – mailto: Franzen@Konzept-und-Markt.com. – Konzept & Markt GmbH. Wiesbaden
- FRIESKE 2005 Frieske, Michael ; Adelhardt, Andreas ; Tebart, Alexandra: *Abschlussbericht : Musikwirkung unter klinischen Bedingungen : Morphologische Wirkungsanalyse*. URL http://www.mensch-und-musik.at/InfoIntern/MusikwirkungStudie_05.pdf. Aktualisierungsdatum: 15. März 2003. – Univ. Mozarteum. Salzburg
- GPM 2006 Gesellschaft für Psychologische Morphologie e.V. (Hrsg.): *Psychologische Morphologie*. URL <http://www.morphologie-online.de/>. – Abruf: 19.05.2006. – mailto: gpm@morphologie-online.de. – GPM. Köln
- GRÜNEWALD 1997 Grünewald, Stephan: *Die Psychologie der Werbe-Wirkung*.
In: *Planung und Analyse 2*. URL http://www.mediamindag.de/studium/wipsy_downloads/GRUENEWALD_Psychologie_der_Werbewirkung.pdf. – 1997
- HÄRLEN 2003 Härten, Ingo ; Vierboom, Carl: *Zusammenhang zwischen qualitativer Wirkungsforschung und quantitativen Parametern wie ‚awareness‘ oder ‚recall‘*. URL <http://www.wirtschaftspsychologen.de/archiv/Awareness%20versus%20Wirkung.pdf>. – Aktualisierungsdatum: April. 2003. – Hennef
- HEUBACH 1993 Friedrich Wolfram Heubach: *Der Alltag als Kunststück : Zur Artistik des gewöhnlichen Lebens*. – *Zwischenschritte 2*. URL http://www.mediamindag.de/studium/wipsy_downloads/HEUBACH_Alltag_als_Kunststueck.pdf. – 1993
- MARLOVITS 2006 Marlovits, Andreas M.: *Der Sportschuh als Alltagsgegenstand : Eine produktpsychologische Analyse*. URL <http://www.akm-online.at/sport.pdf>. – Abruf: 13.05.2006
- MELCHERS 1982 Melchers, Christoph B.: *„Des Kaisers neue Kleider“ – Ein Beitrag zur Psychologie des Parfüms*. – *Zwischenschritte (1)1*. URL http://www.mediamindag.de/studium/wipsy_downloads/MELCHERS_Psychologie_des_Parfums.pdf. – 1982
- MELCHERS 1993 Melchers, Christoph B.: *Morphologische Marktpsychologie : Eine neue Sicht auf Märkte und Verbraucher*. In: Fitzek, H. ; Schulte, A. (Hrsg.): *Wirklichkeit als Ereignis*. Bd. 1. URL http://www.mediamindag.de/studium/wipsy_downloads/MELCHERS_Morphologische_Marktpsychologie.pdf. – 1993. – Bonn
- POLL 2005 Poll, Roswitha: *Measuring the impact of new library services*. In:

World Library and Information Congress: 73th IFLA General Conference and Council. URL <http://www.ifla.org/IV/ifla71/papers/081e-Poll.pdf>. – Aktualisierungsdatum: 14. –18. Aug. 2005 – Oslo, Norway

REVILL 1990 Revill, Don: Performance Measures for Academic Libraries. In: *Encyclopedia of Library and Information Science*. Vol.45, Suppl.10 (1990) – S.316

RHEINGOLD 2006 rheingold GmbH&Co KG (Hrsg.): Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen : Methode. URL http://www.rheingold-online.de/rheingold-online/front_content.php?idcat=37. – Abruf: 20.05.2006. – mailto: rheingold@rheingold-online.de. – rheingold. Köln

SALBER 2001 Salber, Linde ; Schulte, Arnim: *Stichwort „Morphologische Psychologie“*. URL http://www.lindesalber.de/Morpholog_Psych_/morpholog_psych_.html. – Auszug aus: *Zwischenschritte* 19. Jahrgang 2001

SALBER 2006 Salber, Wilhelm: *Psychologische Morphologie: Portrait*. URL http://www.wilhelm-salber.de/70_portrait.html. – Abruf: 07.05.2006. – mailto: linde.salber@t-online.de. – Univ. Köln