



UNIVERSITÉ DE FRIBOURG SUISSE
UNIVERSITÄT FREIBURG SCHWEIZ



FORMATION CONTINUE
WEITERBILDUNGSSTELLE

Certificat en Gestion de Documentation et de Bibliothèque 2004-2005

Ein Informationsportal im Test für die Alte Kantonsschule Aarau

Planung der Promotion und der Bewertung von *digithek*

Regula Gossweiler-Schär
Aarau

11 novembre 2005

TRAVAIL FINAL DE CERTIFICAT

Déposé auprès de

Regula Feitknecht, Bibliothèque cantonale et universitaire de Fribourg,
responsable scientifique du module « Gestion de l'information et de la communication »

Thomas Henkel, Bibliothèque cantonale et universitaire de Fribourg,
personne de référence pour le suivi pédagogique du travail

Résumé

Ziel dieser Arbeit ist es, einen sachlich begründeten Entscheid herbeizuführen darüber, ob *digithek* als neues Informationsmittel fest ins Medienangebot der Alten Kantonsschule Aarau (AKSA) aufgenommen werden soll oder nicht. Es ist zu prüfen, ob das Informationsportal *digithek* dem Bedürfnis entspricht, das durch den vermehrten ICT-Einsatz im Unterricht offensichtlich geworden ist. *digithek* soll während eines halben Jahres durch die potentiellen Benutzerinnen und Benutzer getestet werden. Die Auswertung der Testergebnisse sowie weiterer sekundärer Informationen wird den Entscheid ermöglichen. Neben einer Analyse von *digithek* und der Beschreibung der organisatorischen Vorarbeiten liegt der Schwerpunkt der Arbeit auf der Planung der Promotion und der Bewertung. Betriebswirtschaftliche Erkenntnisse aus den Bereichen der Werbung und der Marktforschung kommen dabei zur Anwendung.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
1. <i>digithek, Gegenstand des Tests</i>	3
1.1 Entstehungsgeschichte und Ziele	3
1.2 Organisation.....	3
1.3 Beschreibung der Website <i>digithek</i>	4
1.3.1 Gestaltung	4
1.3.2 Die einzelnen Schaltflächen	4
1.3.2.1 Home.....	4
1.3.2.2 Suchbeispiele	5
1.3.2.3 Konzept / Impressum	5
1.3.2.4 sinapsis	5
1.3.2.5 blogthek.....	6
1.3.2.6 Nachschlagewerke	6
1.3.2.7 Bibliothekskataloge	7
1.3.2.8 Zeitungen / Zeitschriften	7
1.3.2.9 Fachportale	7
1.3.2.10 Internet.....	7
1.4 Fazit	8
2. <i>Die Vorarbeiten zur Einrichtung von digithek an der AKSA</i>	8
2.1 Strategische Vorarbeiten.....	8
2.1.1 Der Aufbau des Tests.....	9
2.2 Operative Vorarbeiten	9
2.3 Zeitplan	10
3. <i>Promotion von digithek an der AKSA</i>	10
3.1 Werbung	10
3.1.1 Inhalt.....	11
3.1.2 Werbemaßnahmen.....	11
3.1.2.1 Schriftliche Werbemittel.....	11
3.1.2.2 Mündliche Werbemaßnahmen	12
3.1.2.3 Werbung auf der Website.....	12
3.1.2.4 Physische Präsentation der digithek	12
3.2 Personal.....	12
3.3 Kontrolle des Werbeprozesses	13
4. <i>Die Planung der Bewertung von digithek</i>	13
4.1 Ziel der Untersuchung.....	13
4.2 Bemessungsgrundlagen	14
4.2.1 Quantitatives Verfahren	14
4.2.2 Qualitatives Verfahren	15
4.3 Methoden der Datenbeschaffung	15
4.3.1 Sekundäre Daten.....	15
4.3.2 Primäre Daten	16
4.3.2.1 Der Fragebogen	16
4.3.2.2 Die Beobachtung.....	17
4.3.2.3 Das Kostenblatt	17
4.4 Datengewinnung	18
4.5 Datenanalyse	18
4.5.1 Aufbereitung des Datenmaterials	18

4.5.2 Ergebnis	18
4.6 Dokumentationsphase	19
Schlussfolgerung.....	20
Bibliographie.....	21
Anhang 1	23
Anhang 2	24
Anhang 3	26
Anhang 4	28

Einleitung

Die Alte Kantonsschule Aarau blickt auf eine lange Geschichte zurück. Sie ist vor 202 Jahren gegründet worden und somit die älteste Kantonsschule der Schweiz. Die Bibliothek hat, wie aus den Jahresberichten hervorgeht, in ihr stets einen festen Platz gehabt. Im ersten gedruckten Jahresbericht von 1873 (Hunziker, 1873, S. 21) ist nachzulesen, dass die Bibliothek, „nach erfolgter Ausscheidung einer Anzahl Werke“ einen Bestand von 1'243 Bücher, 21 Musikalien, 21 Photographien und 1 Globus ausweist. 140 Schüler sind damals an der Schule unterrichtet worden.

Heute stellt das Medienzentrum, wie die Bibliothek nun heisst, 20'000 Medien für 950 Schülerinnen und Schüler und 150 Lehrkräfte bereit. Der physische Bestand umfasst neben Büchern und Periodika auch CD-ROM, Videos und DVD. Seit 1996 das Internet im Medienzentrum Einzug gehalten hat, bedienen sich die Benutzerinnen und Benutzer in zunehmendem Masse auch der virtuellen Informationen. Sie schätzen dabei das fast unbegrenzte Informationsangebot des Internets und die schnellen Recherchiererfolge, die sie – oft im Gegensatz zu den Bibliothekskatalogen – durch benutzerfreundliche Suchstrategien erzielen.

Gerade bei jugendlichen Benutzern und Benutzerinnen besteht jedoch die Gefahr, im Überangebot von Informationen die Orientierung zu verlieren oder minderwertige Dokumente auszuwählen. Zudem sind Daten im Netz flüchtig, d. h. möglicherweise schon am nächsten Tag nicht mehr auffindbar, und dadurch auch schwieriger zu handhaben. Für Mittelschulbibliotheken ist deshalb die Aufgabe entstanden, den Schülerinnen und Schülern Informationskompetenz¹ zu vermitteln.

Auf pädagogischer Ebene sind im Kanton Aargau diese Bestrebungen durch die Umsetzung des MAR (Maturitätsanerkennungs-Reglements) zusätzlich unterstützt worden. Das MAR verlangt von den Schülerinnen und Schülern, dass sie während ihrer gymnasialen Ausbildung vermehrt projektbezogen arbeiten, indem sie z. B. Projektarbeiten und eine Maturarbeit erstellen. Eines der pädagogischen Ziele, die dabei verfolgt werden, nämlich die Kompetenz und Selbstständigkeit der Unterrichteten in Informationsbelangen zu fördern, deckt sich mit dem Auftrag der Mittelschulbibliotheken.

Das Projekt „ICT²-Einsatz im Unterricht“, das die Schulleitung der AKSA zu Beginn des Jahres 2005 bei der Lehrerschaft breit abgestützt und zielgerichtet vorangetrieben hatte, hat nun aber eine offensichtliche Lücke im bibliothekarischen Angebot zu Tage treten lassen. Es fehlt ein einheitliches, umfassendes Instrument, das dem Einsatz von ICT entsprechend digital ist und von der Lehrerschaft, von Schülerinnen und Schülern sowohl im Unterricht wie auch beim persönlichen Studium verwendet werden kann.

¹ Die Definition von Informationskompetenz basiert auf dem Begriff der „information literacy“, wie er sich in der letzten Zeit in den anglo-amerikanischen Ländern entwickelt hat. Sie hat dort zur verstärkten Integration der Bibliotheken in das Bildungswesen und zur Entwicklung von Standards geführt (Homann, 2003, S. 1-3). Zusammenfassend kann Informationskompetenz mit der Fähigkeit umschrieben werden, Informationen effizient zu nutzen, d. h., Informationsbedarf zu erkennen und zu definieren, Informationen zu beschaffen, Informationen zu bewerten und richtig zu verwenden.

² Information and Communication Technology

Da das digitale Informationsinstrument auf die Bedürfnisse des Publikums zugeschnitten sein muss, ist die Meinung der potentiellen Benutzerinnen und Benutzer bei der Auswahl wichtig. Um mit dem Zeitplan des Projektes „ICT-Einsatz im Unterricht“ Schritt halten zu können, ist es zudem erforderlich, dass das neue Produkt innerhalb von rund 4 Monaten einsatzbereit sein kann.

Vor diesem Hintergrund hat sich das Interesse am bereits existierenden Informationsportal *digithek* als einem möglichen Produkt erhöht. Es ist von Fachleuten des Kantons Zürich für die Bedürfnisse von Mittel- und Berufsschulen konzipiert worden und bietet einen geführten Zugang zu vielen digitalen Informationsquellen. *digithek* soll den Angehörigen der AKSA während einer Testphase zur uneingeschränkten Benutzung zur Verfügung gestellt werden. Einschätzungen, die die Anwenderinnen und Anwender hinsichtlich *digithek* vornehmen, und die sich teilweise spontan ergeben oder auf Nachfrage zustande kommen werden, sollen gesammelt und am Ende der Testphase einer Auswertung zugeführt werden. Die Entscheidung, ob *digithek* definitiv Bestandteil des Angebotes des Medienzentrums werden soll, wird danach sachlich begründet gefällt werden können.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Grundlage für die Durchführung der Testphase von *digithek* und der anschliessenden Auswertung zu schaffen. Dabei ist den spezifischen Bedingungen, wie knappen Ressourcen an Zeit, Personal und finanziellen Mitteln, Rechnung zu tragen. Mit dem Beginn der Umsetzungsphase, die mit dem Beginn des neuen Schuljahres am 8. August 2005 zusammenfällt, ist diese Arbeit abgeschlossen. Die eigentliche Durchführung wie auch die Auswertung des Tests sind nicht Gegenstand der Arbeit.

Die Arbeit gliedert sich in vier Kapitel:

In Kapitel 1 wird das zu testende Produkt *digithek* hinsichtlich Angebot, Erscheinungsbild und Navigationsmöglichkeiten beschrieben. Besonderheiten, positive wie negative, werden zur Präzisierung der Beschreibung als Kommentar angemerkt.

In Kapitel 2 wird von den Vorarbeiten berichtet, die für die Installation von *digithek* nötig gewesen sind.

Kapitel 3 handelt von der Promotion des neuen Angebotes. Es wird erläutert, mit welchen Mitteln *digithek* an der Schule bekannt gemacht und das Personal auf die neuen Anforderungen vorbereitet wird.

Kapitel 4 ist dem Thema der Bewertung von *digithek* gewidmet. Um die Grundlage für einen sachlich begründeten Entscheid bezüglich *digithek* zu schaffen, wird unter Verwendung einfacher Instrumente der Marktforschung geplant, welche Informationen wie beschafft und ausgewertet werden sollen.

1. *digithek*, Gegenstand des Tests

digithek ist ein Informationsportal³, das im Internet unter der Adresse www.digithek.ch⁴ zu finden ist. Der Name stellt eine Verschmelzung der Wörter „digital“ und „Bibliothek“ dar. *digithek* könnte auch als virtuelle Bibliothek bezeichnet werden. Interessanterweise verwenden die Anbieter den allgemein gebräuchlichen Ausdruck „Portal“ nicht, sondern bezeichnen *digithek* im Untertitel als „Top-Tipps zum Online-Recherchieren“ und als „ein Projekt der Mediotheken der Mittelschulen und Berufsschulen des Kantons Zürich“.

1.1 Entstehungsgeschichte und Ziele

Im Jahr 2003 haben Zürcher Mediothekarinnen⁵ *digithek* im Rahmen einer Weiterbildung unter der Leitung des kantonalen Mediothekebeauftragten entwickelt, um die Informationskompetenz der Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe II verbessern zu helfen. Das neue Instrument will zeitgemäss und schülergerecht sein, es soll das Informationsbedürfnis verschiedener Ebenen abdecken und im Gebrauch möglichst selbsterklärend sein. *digithek* soll in der Schweiz ein allgemein benutzbares Recherche-Instrument werden.

In 8 Punkten werden die Ziele umschrieben. Sie lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Durch das Angebot von verschiedenartigen, auch professionellen, gezielt ausgewählten und kommentierten Informationsquellen sollen die Schülerinnen und Schüler in ihrer Informationskompetenz gefördert werden.
- Für die Unterrichtsvorbereitung sollen die Lehrkräfte von einem fachspezifischen Zugriff auf Bildungsserver und Fachportale profitieren.
- *digithek* soll als Plattform dienen, um Kommunikation und Vernetzung unter Interessierten, insbesondere unter den Fachleuten, zu fördern.

1.2 Organisation

Bibliothekarische Fachleute, die sich aus den angeschlossenen Institutionen rekrutieren, stellen Pflege und Aktualisierung von *digithek* sicher. Sie sind in einem heute vierköpfigen Redaktionsteam und einem Gesamtteam, dem weitere 10 Personen angehören, organisiert. Projektleiter ist der Zürcher Mediothekebeauftragte. Während das Redaktionsteam die Aktualitäten verarbeitet und entsprechende Anpassungen auf der Homepage vornimmt, beschäftigen sich die Personen des Gesamtteams mit der Pflege der Fachportale.

³ Portal „ist ein Begriff aus der Internet-Welt. Als Portal werden Seiten bezeichnet, die als Einstieg für Surfer dienen, beispielsweise die Seiten von Online-Diensten oder Suchmaschinen. Sie liefern dem Internet-Nutzer sofort für ihn relevante Informationen und bilden die Plattform zum Besuchen anderer Websites. Bei Portalen mit spezieller fachlicher Ausrichtung spricht man auch von Fachportalen“ (Universitätsbibliothek Bielefeld, 2005).

⁴ Unter dieser Adresse sind auch alle weiterführenden Informationen betreffend Geschichte und Projekt zu finden.

⁵ Unter Mediothekarinnen bzw. Mediothekaren versteht man Fachleute des I+D-Bereichs, die in den bibliothekarischen Einrichtungen der Sekundarstufe II, d. h. in Gymnasien und Berufsschulen, tätig sind.

Anmerkung: Bei Verwendung von *digithek* wird von der entsprechenden Institution eine Mitarbeit im Gesamtteam gewünscht. Im Vordergrund steht, die Pflege eines Fachportals zu übernehmen. Gibt es hinsichtlich der Homepage Änderungswünsche, die sich z. B. aus örtlichen Besonderheiten ergeben, müssen diese mit den Verantwortlichen ausgehandelt werden.

1.3 Beschreibung der Website *digithek*⁶

In der Folge sollen Angebot, Erscheinungsbild und Navigationsmöglichkeiten von *digithek* systematisch beschrieben und Besonderheiten, positive wie negative, aufgeführt werden. Eine knappe Bewertung soll die Grundlage für die nachfolgenden Arbeiten schaffen. Kriterien, wie sie der *Web Usability index* (Harms, 2002, S. 283-293)⁷ nennt, werden, so weit es sinnvoll ist, berücksichtigt.

1.3.1 Gestaltung

Die Startseite gliedert sich in eine doppelte Navigationsleiste mit 10 Funktionstasten am oberen Rand der Seite und in einen Textteil in der Seitenmitte.

Farben dienen der Orientierung und schaffen gleichzeitig das Bewusstsein, dass es verschiedene Quellen zur Informationsgewinnung gibt. Oliv steht für Nachschlagewerke, hellrot für Bibliothekskataloge, gelb für Zeitschriften und Zeitungen, grün für die Fachportale und dunkelrot für Suchmaschinen im Internet. Der Grundton der Seite ist ein Grau, unterschiedlich abgestuft. Allgemeine Informationen, wie die Hintergrundinformationen zu *digithek*, die Suchbeispiele, das Projekt *sinapsis* oder die Kommunikationsplattform *bloghek*, sind grau bezeichnet.

Die Funktionen der Schaltflächen wiederholen sich im Textteil als kommentierter Link. Ebenfalls im Textteil findet man die Liste der an *digithek* angeschlossenen Mediotheken mit deren Katalogen. Zuunterst, am Fusse der Seite, wird auf wichtige Neuigkeiten in *digithek* hingewiesen. Die angewählten Links sind durch einen feinen Rahmen gekennzeichnet.

Kommentar: In Farbgebung und Gestaltung wirkt die Homepage von *digithek* freundlich und übersichtlich. Auf der Startseite fehlen indes sowohl eine Kontakt-Adresse zum Webmaster wie auch das Datum der Aktualisierung.

1.3.2 Die einzelnen Schaltflächen

1.3.2.1 Home

Diese Schaltfläche gehört zur Startseite von *digithek* und bietet keine zusätzlichen Informationen. Sie dient lediglich der Navigation.

⁶ Vgl. dazu Kopie der Startseite von *digithek* als Anhang 1 dieser Arbeit.

⁷ Ein ähnliches, aber einfacheres Instrument stellt der „Web-Test 2001“ (Sonje, 2001, S. 1 - 8) dar.

1.3.2.2 Suchbeispiele

Eine Seite, die mit „Suchstrategie“ bezeichnet ist, öffnet sich. Es werden Vor- und Nachteile der fünf Informationsquellen (Nachschlagewerke, Bibliothekskataloge, Zeitungen/Zeitschriften, Fachportale und Internet) beschrieben. Auf weiteren Seiten sind Suchbeispiele angelegt. Von 4 Buttons sind 2 mit einem Beispiel belegt, 2 sind noch unbelegt. Suchbeispiel 1 zeigt Schritt für Schritt, wie ein möglicher Recherchiervorgang zum Thema „Wie risikobereit sind Jugendliche heute?“ abgewickelt werden kann und kommentiert ihn. Die Recherche wird auf einer Ebene durchgeführt. Suchbeispiel 2 beschreibt den möglichen Suchvorgang zur Fragestellung „Ulrich Plenzdorf: Die neuen Leiden des jungen W.“. Die Recherche ist auf mehreren Ebenen angelegt und zeigt mögliche Ergebnisse der Recherche. Die 5 sprechenden Farben, die für je eine Informationsquelle stehen, werden zur verstärkten Unterscheidung verwendet.

Kommentar: Die Kommentare sind etwas uneinheitlich formuliert; ganze Sätze wechseln sich mit stichwortartigen Notizen ab. Zudem bleiben die Erklärungen oft vage und helfen somit kaum weiter. Was soll ein Schüler darunter verstehen, wenn es z. B. heisst „Die Links werden systematisch strukturiert“? (unter Eintrag Suchstrategie/Fachportale) oder „Auch Linksammlungen können weiter helfen“ (unter Eintrag Suchstrategie/Internet).

Beispiel 1 illustriert den Fortschritt der Recherche zu wenig auf das Thema bezogen; es bleibt zu allgemein. Aus der Wahl der Anredeform „du“ ist zu schliessen, dass es als einführendes Beispiel für die jüngeren Schülerinnen und Schüler gedacht ist. Beispiel 2 hingegen ist folgerichtig aufgebaut und zeigt konkrete Ergebnisse der Recherche. Es ist anspruchsvoller als Beispiel 1 und verlangt vom Recherchierenden grössere Übersicht über den Recherchiervorgang. Die unterschiedlichen Farben vereinfachen die Orientierung.

1.3.2.3 Konzept / Impressum

Beim Button Konzept/Impressum handelt es sich in Wirklichkeit um zwei gezielt anklickende Schaltflächen. Die eine, Konzept, führt zu drei Seiten, die mit „Ziele der Website *digithek.ch*“, „Grundlagen des Projektes *digithek.ch*“ und „Entstehungsgeschichte“ bezeichnet sind. Die andere Schaltfläche, Impressum, enthält die Kontaktadressen, rechtliche Hinweise und zeigt die Liste der verantwortlichen Personen der Projektleitung und des Teams.

Kommentar: Da es nicht offensichtlich ist, dass der Button eigentlich aus zwei besteht, bleiben dem Recherchierenden möglicherweise wichtige Informationen vorenthalten.

1.3.2.4 *sinapsis*

Der Button gibt ein Weblog⁸ frei, das zum Projekt *sinapsis* gehört. Bei *sinapsis* handelt es sich um ein Projekt, das aus *digithek* herausgewachsen ist und sich mit

⁸ Ein „Weblog“ ist ein online-Tagebuch, das von jedermann einsehbar ist und durch Kommentare ergänzt werden kann.

den Themen rund um die Digitalisierung und Archivierung von Unterrichtsmaterialien befasst. Es beteiligen sich Fachleute der Kantone Zürich und Aargau daran. Als Pilotschule aus dem Kanton Aargau figuriert die Berufbildungsschule Baden (BBBaden). Von der Website *sinapsis* bestehen Links zum Weblog-Anbieter (mit der Möglichkeit, ein Weblog zu abonnieren) und zur *digithek*-Recherche.

Kommentar: Beim Öffnen des Weblogs von *sinapsis* ist nicht klar, worum es sich handelt. Erst über den Eintrag „Projekt“ im Inhaltsverzeichnis gewinnt man durch den Projektbeschrieb Orientierung. Der Projektbeschrieb erweckt den Eindruck, noch nicht in definitiver Form vorzuliegen.

1.3.2.5 *blogthek*

blogthek ist das Weblog von *digithek*. Hier sollen auf einfache Art fachliche Informationen weitergegeben sowie regelmässiger Erfahrungsaustausch möglich werden. Die Meldungen können nach Rubriken wie Bibliothekarisches, Internet, Medien etc. abgefragt werden. Auf der Website von *blogthek* sind wiederum Links zum Weblog-Anbieter (mit der Möglichkeit, ein Weblog zu abonnieren) und zur *digithek*-Recherche eingerichtet.

Kommentar: Mit *blogthek* stellt *digithek* ein zeitgemässes Kommunikationsmittel zur Verfügung, das vor allem für die Lehrerschaft und die Fachleute von Interesse sein dürfte. Es fragt sich, weshalb der Weblog-Anbieter innerhalb von *digithek* derart prominent präsent sein kann.

1.3.2.6 *Nachschlagewerke*

Diese Seite gibt den Zugriff auf vier lexikalische Angebote von allgemeinem Interesse frei: *tanto* (*Brockhaus*, *Duden*, *Pons-Kompaktwörterbuch*), *Encarta* (ausschnittsweise), *Wikipedia* und *wissen.de* (Lexikon, Wörterbücher und weitere Informationen aus dem *Bertelsmann* Verlag). Am linken Seitenrand erscheint gleichzeitig die Benutzerführung in Form eines Navigationsbaums, der Übersicht über das zusätzliche Angebot an Nachschlagewerken gibt. Es sind dies, neben den 4 allgemeinen Lexika (siehe oben), 12 Speziallexika und 4 Wörterbücher.

Kommentar: Die Orientierung wird für den Benutzer, für die Benutzerin durch den Navigationsbaum einfach und erlaubt eine schnelle Anwahl. Etwas hinderlich ist, dass beim erstgenannten Angebot die Firmenbezeichnung *tanto* und nicht die sehr bekannten Namen der Nachschlagewerke selbst, wie *Brockhaus*, *Duden* etc., als Einstieg dient.

Die Aufteilung der Speziallexika auf „Speziallexika“ und „weitere Speziallexika“ erscheint etwas willkürlich. Worin besteht für die Benutzerinnen und Benutzer der Unterschied z. B. zwischen dem Chemielexikon *Römp* (Speziallexikon) und *Mythologica.de* (weiteres Speziallexikon)?

1.3.2.7 Bibliothekskataloge

Auf dieser Seite werden die Links zu den drei landesweit wichtigen Bibliotheksverbänden (IDS, NEBIS und CHVK) sowie zu 5 Ostschweizer und 3 Zürcher Bibliotheken angeboten.

Kommentar: Die ausgewählten Kataloge, abgesehen von denjenigen der Bibliotheksverbände, berücksichtigen die Bedürfnisse der Region Zürich und der Ostschweiz in besonderem Masse. Über den Verbund CHVK wird ab September 2005 auch das Aargauer Bibliotheksnetz (ABN) mit den Katalogen der Aargauer Kantonsbibliothek und aller aargauischen Mittelschulmediotheken recherchierbar sein. Zusätzlich werden das Medienzentrum der AKSA als eine an *digithek* angeschlossene Mediothek und der Katalog in der entsprechenden Liste (Eintrag auf der Homepage der *digithek*) anwählbar sein.

1.3.2.8 Zeitungen / Zeitschriften

Dieser Eintrag erlaubt den direkten Zugang zu Online-Zeitungen und –Zeitschriften des In- und Auslandes sowie zu deren Archiven.

Kommentar: Die Möglichkeit, mit *swissdox* in schweizerischen Zeitungs- und Zeitschriftenarchiven zu recherchieren, entspricht einem lang gehegten Bedürfnis insbesondere der Lehrerschaft. Zudem entfaltet das Angebot, in Tageszeitungen zu blättern, eine grosse, Horizont erweiternde Wirkung. Mit einem Mausklick kann z. B. von den Nachrichten in *Le Monde*, wo die französische Sichtweise wiedergegeben wird, zu denjenigen im *Guardian* gewechselt werden, um die englische Einschätzung zum Thema zu erfahren.

1.3.2.9 Fachportale

Unter dieser Schaltfläche werden 136 Fachportale angeboten. Sie sind nach den Fächern, die an einer Mittelschule unterrichtet werden, gegliedert. Die Links zu Bildungsservern, welche für Lehrkräfte von besonderem Interesse sind, befinden sich an prominenter Stelle.

Kommentar: Es scheint das Ziel zu sein, nicht einzelne Links, sondern vielmehr Linksammlungen bereitzustellen. Auf die Unterscheidung zwischen lehrer- resp. schülerspezifischen Informationen wird verzichtet.

1.3.2.10 Internet

Diese Seite bietet verschiedene Suchinstrumente im Internet an, neben bekannten Suchmaschinen auch Suchkataloge und Linksammlungen. Mit dem *Suchdienste-Kompass* bietet sie auch Hilfe zur Selbsthilfe beim Recherchieren im Internet an.

Kommentar: Es wird eine interessante Zusammenstellung von Internetdiensten präsentiert, die auch weniger bekannte, für die jungen Benutzer attraktive Dienste enthält. Allerdings ist die Bezeichnung „Internet“ für dieses Informationssegment eigentlich unzutreffend, da das Internet die unabdingbare Voraussetzung für die Benützung von *digithek* als Produkt darstellt.

1.4 Fazit

digithek ist im Internet unter www.digithek.ch einfach zu finden; die **Ladezeit** bleibt sehr kurz. Drei Faktoren gewährleisten bei *digithek* **Kontinuität** und **Glaubwürdigkeit**: Die staatliche Trägerschaft durch den Kanton Zürich, die Organisationsstruktur des Betreuungsteams sowie das Fachwissen, das von den Mediotheksfachleuten in die Redaktion von *digithek* einfließt. *digithek* wirkt sehr praxisorientiert, übersichtlich und **mit Sorgfalt konzipiert**. Jede der Websites ist einheitlich aufgebaut und überschreitet die Grösse einer Bildschirmseite nicht. Um die Orientierung zu erleichtern, werden Navigationshilfen in Form einer Button-Leiste, einer Farbcodierung oder des Navigationsbaumes eingesetzt. Es besteht eine ausgewogene Mischung von Schaltflächen und Textblöcken. Die **Texte** sind knapp gehalten. Die datierten Einträge in *sinapsis* und *blogthek* bezeugen, dass *digithek* **laufend aktualisiert** wird. Mit *blogthek* besteht eine **Kommunikationsplattform**, die einen schnellen Informationsaustausch gewährleistet. In ihrem **Angebot** ist *digithek* auf die Bedürfnisse des definierten Zielpublikums der Sekundarstufe II eingestellt. Das Linkangebot ist von ansprechendem Umfang.

Nach dem Willen der Verantwortlichen soll *digithek* in **Zukunft** (Ludwig, 2005) weiter im Teamwork agieren. Das Produkt soll schlank, übersichtlich und mit den besten Links versehen aktuell bleiben. Man erhofft sich, dass *digithek* in der ganzen Schweiz genutzt und die interkantonale Zusammenarbeit dadurch gefördert werden wird. Hier ist anzumerken, dass durch eine Erweiterung der Mitgliederinstitutionen die Gefahr entsteht, dass die wünschbare Einheitlichkeit hinsichtlich Erscheinung und Organisation leiden wird. Die Schaffung von regionalen *digithek*-Versionen könnte dafür eine Lösung bieten.

2. Die Vorarbeiten zur Einrichtung von *digithek* an der AKSA

2.1 Strategische Vorarbeiten

Anfangs April 2005 sind im Dialog mit den Verantwortlichen des Projektes „ICT-Einsatz im Unterricht“ die Anforderungen an ein entsprechendes bibliothekarisches Informationsmittel für die AKSA definiert worden (vgl. dazu Kapitel 4.1). *digithek* als ein bereits existierendes Informationsportal des Kantons Zürich für Mittel- und Berufsschulen steht als mögliches Produkt im Vordergrund der Abklärungen.

Im März 2005 hat der Kanton Zürich, zu Handen der Kantonsbibliothekarin und Bibliotheksbeauftragten des Kantons Aargau, den aargauischen Mittelschul-mediotheken die Erlaubnis erteilt, *digithek* zu nutzen unter der Bedingung, dass die zahlungspflichtigen Angebote von den jeweiligen Institutionen selbst organisiert und getragen werden. Eine Mitarbeit bei der Pflege eines Fachportals ist als Wunsch, nicht aber als Bedingung formuliert worden.

Die Kantonsbibliothekarin hat die Einführung von *digithek* an der AKSA als interessantes Pilotprojekt begrüsst. Die Kosten des Projektes müssen von der Schule übernommen werden.

Die Schulleitung hat dem Vorhaben ebenfalls zugestimmt. Durch ein kurzes Referat der Leiterin des Medienzentrums an der Lehrerkonferenz Mitte Juni 2005 ist die Lehrerschaft über das Projekt *digithek* ins Bild gesetzt worden.

2.1.1 Der Aufbau des Tests

digithek wird, die kostenpflichtigen Angebote eingeschlossen, den Angehörigen der AKSA während der **Testphase**, die von August 2005 bis Januar 2006 dauert, zur freien Benutzung zur Verfügung gestellt. Zu Beginn der Testphase wird *digithek* in der Schule schnell und umfassend bekannt gemacht werden. Damit soll die Grundlage gelegt werden, um den nächsten, ebenso wichtigen Schritt durchzuführen. Er betrifft die Beschaffung der Informationen, die für eine abschliessende Bewertung von *digithek* nötig sein werden. Die Aufbereitung und Bewertung der erworbenen Daten müssen ebenfalls vorbereitet werden.

Das Medienzentrum zeichnet für die Durchführung des Tests mit *digithek* **verantwortlich**. Die Vorbereitungszeit ist sehr knapp bemessen. Ein Überblick über die verfügbaren Ressourcen zeigt, dass das Personal durch zwei andere parallel laufende Projekte ausgelastet ist und kaum über freie Kapazitäten verfügt. Demzufolge muss sich der Test auf ein Minimum beschränken. Gleichwohl sollen aussagekräftige Daten resultieren. Dies erfordert eine minutiöse Planung, wobei die gesetzten **Schwerpunkte**, Promotion und Bewertung, schlank und wirkungsvoll konzipiert werden müssen.

Die **Kosten** der Lizenzen für die Dauer der Testphase können aus dem Budget des Medienzentrums bestritten werden. Zusätzlich wird neu ein Betrag für Werbemassnahmen reserviert.

Nach Auskunft der Redaktionsverantwortlichen von *digithek* würde die erwünschte **Mitarbeit** darin bestehen, dass die AKSA ein Fachportal betreuen würde. Zur Auswahl stehen Französisch, Italienisch, Spanisch, Physik oder Geographie. Von grossem Wert wäre zudem, wenn innerhalb der Schule auf das Fachwissen einer Lehrperson als Sachverständige zurückgegriffen werden könnte. Im Vordergrund steht also die Suche nach dieser Person.

Um den Betreuungsaufwand eines Fachportals beziffern zu können, betreut die Leiterin des Medienzentrums während der Testphase fiktiv das Fachportal Französisch.

2.2 Operative Vorarbeiten

Der Informatiker der Schule wird über das Projekt informiert und nach allfälligen technischen Bedingungen befragt. Die für die Freischaltung der lizenzierten Informationsangebote notwendige IP-Adresse des Servers wird in Erfahrung gebracht.

Mit der Webmistress der Schule wird die Anpassung der Website besprochen. Kurz vor den Sommerferien setzt sie den Link und gestaltet die Site um. Auf der

Homepage des Medienzentrums soll neben den Eintrag der physischen Bibliothek ein Eintrag für die virtuelle Bibliothek gestellt werden. Es wird ein Bild benötigt, das die Idee des Virtuellen visualisiert.

Für die kostenpflichtigen Angebote der *digithek* werden entsprechende Offerten eingeholt, die Preise und Benutzungsbedingungen nennen. Die Lizenzen werden gelöst und von den Anbietern freigeschaltet.

Die Webmistress von *digithek* erhält die nötigen Angaben, um im Webauftritt der *digithek* die für die AKSA entsprechenden Anpassungen vorzunehmen.

Aufgrund einer Anfrage erklären sich Personen aus Lehrer- und Schülerschaft bereit, Fragebogen zu testen.

2.3 Zeitplan

Bis zum Schulbeginn am 8. August 2005 muss die Planung der Testphase vorliegen. Die Testphase wird, wie bereits erwähnt, von August 2005 bis Januar 2006 dauern. Das Resultat wird aber erst nach Auswertung der erhobenen Daten Ende Februar 2006 zu erwarten sein. Mit dem Entscheid, für oder gegen die Beibehaltung von *digithek* an der AKSA, wird das gesamte Projekt abgeschlossen werden können. Ein Zeitplan⁹ soll Überblick geben über die anstehenden Arbeiten, insbesondere über die Promotion von *digithek* sowie die Datenbeschaffung und deren Auswertung, und sie mit den vorgesehenen Kontrollen koordinieren. Er soll den Zeitraum von Testbeginn bis definitivem Entscheid umfassen.

3. Promotion von *digithek* an der AKSA

Die Testphase wird dadurch begonnen, dass das neue Angebot in der ganzen Schule schnell bekannt gemacht wird. Durch geeignete Werbemaßnahmen sollen Schülerinnen und Schüler, Lehrerinnen und Lehrer dazu bewegt werden, *digithek* umgehend auszuprobieren und zu verwenden.

3.1 Werbung

Werbung bezweckt ganz allgemein, über Produkte oder Dienstleistungen so zu informieren, dass bestehende Unsicherheiten oder Konsumhemmnisse abgebaut werden (van Dusseldorp, 2001, S. 88). Die Nachfrage nach einem Produkt oder nach einer Dienstleistung soll positiv beeinflusst werden. Zu diesem Zweck werden nicht selten Vorzüge herausgestrichen und Mängel verschwiegen. Werbung wirbt, sie versucht aktiv zu überzeugen und ist oft keine neutrale Produkteinformation.

Um aber das Gelingen des Tests nicht zu gefährden, ist dieser Punkt bei der Promotion von *digithek* zu beachten. Eine Bewertung des Testgegenstandes darf durch die Werbeinformation nicht vorweggenommen werden. Es ist wichtig, die

⁹ Siehe Anhang 2.

Werbeabsichten darauf zu beschränken, vom Publikum für *digithek* die grösstmögliche Aufmerksamkeit zu erlangen.

3.1.1 Inhalt

Die Inhalte der Werbemassnahmen sind durch die Definition der „Werbepattform“¹⁰, (van Dusseldorp, 2001, S. 107) bestimmt worden.

Daraus geht hervor, dass die Zielgruppen, ob Schüler- oder Lehrerschaft, grundsätzlich gemeinsam beworben werden. Inhaltlich korrekt, und ohne Fachausdrücke zu verwenden, soll darüber informiert werden, dass *digithek* ein Informationsportal für Mittelschulen ist, und dass über das Intranet der Schule alle Dienste, auch die kostenpflichtigen, gratis zur Verfügung gestellt sind. Als eigentliche Werbebotschaft soll lediglich vermittelt werden, dass *digithek* ein digitales Instrument zur Informationsrecherche darstellt und geeignet ist, im ICT-Unterricht von Unterrichtenden und Unterrichteten eingesetzt zu werden.

Mit dem Kurzreferat anlässlich der Lehrerkonferenz im Juni 2005 sind die Werbebemühungen für *digithek* begonnen worden. Die Kampagne wird aber zur Hauptsache zu Beginn des neuen Schuljahrs im August stattfinden. Um die Wirkung der Werbeanstrengungen zu überprüfen, ist zum Ende der Testphase eine Kontrollumfrage vorgesehen.

Da Erfahrungszahlen für den Werbeaufwand fehlen, werden die anfallenden Aufwendungen laufend festgehalten werden, um für die Zukunft messbare Werte schaffen zu können. In Anbetracht der finanziellen Möglichkeiten des Medienzentrums dürfen die Materialkosten für Werbung für *digithek* Fr. 400.- nicht übersteigen.

3.1.2 Werbemassnahmen

3.1.2.1 Schriftliche Werbemittel

Mit einem **Eintrag in den Mitteilungen der Schulleitung**, die wöchentlich erscheinen, werden die Lehrerschaft und alle Angestellten entsprechend angesprochen.

Der **Fristenzettel**, den das Medienzentrum den ausgeliehenen Medien beilegt, ist **als Flyer auszugestalten**. Die bis anhin leere Rückseite des Flyers wird als Werbefläche für *digithek* verwendet. Die Flyer werden grosszügig gestreut; sie werden in den Schulzimmern aufgelegt und an den Infosäulen der Schule ausgehängt. Sie erreichen insbesondere Schülerinnen und Schüler, aber auch die Lehrpersonen.

Im September erhalten die Abteilungslehrerinnen und Abteilungslehrer einem **Werbebrief**, in dem sie gebeten werden, *digithek* bei ihren Schülerinnen und Schülern zu empfehlen. Auch werden Schulungen angeboten.

¹⁰ Siehe Anhang 3.

Im Januar 2006 soll eine **Kontrollumfrage** über den erzielten Werbeerfolg Auskunft geben. Es wird erwartet, dass *digithek* bei mehr als 60 % der Befragten bekannt ist¹¹.

3.1.2.2 Mündliche Werbemaßnahmen

Mündlich zu werben, bietet den Vorteil, die Reaktionen des Gesprächspartners unmittelbar zu erfahren und darauf eingehen zu können. Es obliegt dem **Personal** des Medienzentrums diese Aufgabe wirksam zu erfüllen (vgl. dazu Kapitel 3.2).

Im Rahmen der **Schulungen für Schülerinnen und Schüler** der 3. Abteilungen, die innerhalb des Projektunterrichts „Informationsrecherche“ vom Medienzentrum durchgeführt werden, sowie bei den allgemeinen Einführungen für die ersten Abteilungen wird *digithek* gezielt thematisiert. Die bestehenden Schulungsprogramme müssen angepasst werden.

In speziellen **Informationsveranstaltungen für Lehrer und Lehrerinnen**, die auf Einladung von Fachschaften oder der Schulleitung zustande kommen, soll bei der Demonstration von *digithek* den Anliegen der Lehrerschaft im besonderen Masse Rechnung getragen werden. Es muss eine Vorlage erstellt werden, die bei der Gestaltung solcher Präsentationen hilfreich sein kann.

3.1.2.3 Werbung auf der Website

Werbung im Internet ist zeitgemäss und spricht vor allem junge Leute an. Da es innerhalb der Schule aber auch zu Verwaltungszwecken eingesetzt wird, kommt ihm bei der Lehrerschaft eine zusätzliche Bedeutung zu.

Bis jetzt figuriert der Link zu *digithek* nur auf der Website des Medienzentrums. Es muss versucht werden, diesen Link ebenfalls **auf der Homepage der Schule** zu platzieren.

Im Sinne einer korrekten Information muss der **Link auf der Homepage des Medienzentrums** mit dem Hinweis versehen werden, dass die kostenpflichtigen Angebote nur über diesen Zugang und nur innerhalb des Intranet gratis recherchierbar sind.

3.1.2.4 Physische Präsentation der digithek

Als virtuelles Medium ist *digithek* nicht fassbar und nimmt räumlich keinen Platz ein. Werbemässig stellt dies einen Nachteil dar. Dem kann Abhilfe geschaffen werden, indem im Medienzentrum eine der PC-Stationen fest mit *digithek* belegt wird und dadurch beim Publikum physische Präsenz gewinnt.

3.2 Personal

Den Angestellten des Medienzentrums kommt bei der Durchführung des Tests, nicht nur bei der Promotion, eine Schlüsselrolle zu. Durch ihr theoretisches Wissen, ihre

¹¹ Es liegen keine Vergleichswerte vor.

Erfahrung und ihre Fähigkeit, mit den Benutzerinnen und Benutzern zu interagieren, tragen sie ein Wesentliches zum Gelingen bei. Es liegt an ihnen, individuell und der Situation angemessen über *digithek* zu informieren. Dazu müssen sie das Informationsportal bestens kennen und sich eine Meinung über dessen Vorzüge und Nachteile gebildet haben. Auch müssen sie wissen, wie der Test aufgebaut ist und durchgeführt wird.

3.3 Kontrolle des Werbeprozesses

Gestützt auf den Zeitplan¹² wird einmal monatlich im Sinne einer Regelkreisprüfung (van Dusseldorp, 2001, S. 116) kontrolliert, ob die einzelnen Schritte termingerecht erfolgt sind. Bei Abweichungen müssen Anpassungen vorgenommen werden. Im Januar 2006 muss die Kontrollumfrage durchgeführt und im Februar, nach den Sportferien, ausgewertet werden.

4. Die Planung der Bewertung von *digithek*

Daten zu bestimmten Themen zu beschaffen und auszuwerten, ist betriebswirtschaftlich gesehen Aufgabe der Marktforschung. Es geht darum, systematisch und auf wissenschaftlichen Methoden beruhend objektive Informationen und Analysen bereitzustellen, die als Grundlage für die Entscheidungsfindung und für die Kontrolle dienen können (Thommen, 2000, S. 130). Dabei kommt der Planung eine wichtige Rolle zu. Es darf nicht versäumt werden, die Untersuchung sehr präzise zu beschreiben und die Durchführung wie auch die Auswertung genau zu planen, um aussagekräftige, gute Daten zu erhalten.

4.1 Ziel der Untersuchung

In Kapitel 2.1 ist auf die Anforderungen hingewiesen worden, die die Schule in Zusammenhang mit dem Projekt „ICT-Einsatz im Unterricht“ an ein neues bibliothekarisches Informationsmittel stellt.

Es wird dabei ein Instrument gefordert,

- das dem Einsatz von ICT entsprechend **digital** ist,
- das **einheitlich** von Unterrichtenden wie Unterrichteten sowohl im Unterricht wie auch beim persönlichen Studium verwendet werden kann,
- das **inhaltlich** den Ansprüchen **verschiedener Niveaus** genügt (es soll dem Einsteigerniveau der Erstklässler wie auch dem wissenschaftlichen Niveau der Lehrkräfte gerecht werden),
- das **benutzerfreundlich** ist,
- das gleichzeitig didaktisch derart konzipiert ist, dass es die Lernenden in ihrer **Informationskompetenz fördert**,
- das **erschwinglich** sein muss und
- mit Vorteil **sofort erhältlich** ist (um - wenn möglich - am 23. August 2005, im Rahmen der Lehrerweiterbildung zu ICT, vorgestellt werden zu können).

¹² Siehe Anhang 2.

Gegenstand der Untersuchung wird also sein zu prüfen, ob und allenfalls in welchem Ausmass *digithek* den Anforderungen entspricht. Die Ergebnisse der Untersuchung sollen ermöglichen, sachlich begründet zu entscheiden, ob *digithek* fester Bestandteil des Medienangebotes an der AKSA sein wird.

Nicht als Bestandteil der Untersuchung, sondern als deren Nebeneffekt wäre es sehr wünschenswert, wenn Aussagen zu anderen Bedürfnissen im Informationswesen resultieren würden und sich an der AKSA eine allgemeine Diskussion zu diesem Thema in Gang setzen würde.

Die Untersuchung wird während des ersten Semesters vom Medienzentrum selbst durchgeführt werden. Das Vorgehen muss einerseits einfach sein, andererseits aber gewährleisten, dass die Resultate gleichwohl auswertbar sein werden. Als Auswertungsmethode wird die einfachste, die quantitative bevorzugt.

4.2 Bemessungsgrundlagen

4.2.1 Quantitatives Verfahren

Eine quantitative Datenauswertung setzt grundsätzlich voraus, dass die erhobenen Daten messbar sind. Dazu sind entsprechend definierte Messgrößen und Zielwerte nötig. Wo vorhanden, soll auf bestehende, möglichst standardisierte Messgrößen und Zielwerte zurückgegriffen werden.

Die drei Anforderungen der Einheitlichkeit, des Inhalts und der Benutzerfreundlichkeit bilden das Kernstück der Abklärungen. Hier müssen Schülerinnen und Schüler, Lehrerinnen und Lehrer dazu befragt werden, ob *digithek* hinsichtlich Angebot und Handhabung ihren Bedürfnissen entspricht. Die Antworten werden einer quantitativen Auswertung zugeführt werden. Als Messgrösse bietet sich hier der von ISO¹³ standardisierte Indikator¹⁴ B 1.1.1 zur „Benutzerzufriedenheit“ (Normenausschuss, 2000, S. 11) an. Er wird je einmal auf das Publikum der Schülerinnen und Schüler sowie auf dasjenige der Lehrerinnen und Lehrer angewendet.

Was die Anforderung der „Erschwinglichkeit“ von *digithek* anbetrifft, lautet die Frage, wie sehr die Kosten für *digithek* das Verhältnis zwischen den gesamten Aufwendungen für Books und den gesamten Aufwendungen für Nonbooks verändern. Als Messgrösse kann hier sinngemäss der ISO-Indikator B 1.2.1 „Anteil der Ausgaben für elektronische Bestände an den gesamten Ausgaben für Informationsversorgung“ (DIN, 2004, S. 14) angewendet werden. Sinngemäss deshalb, weil die Bezeichnung „elektronische Bestände“ etwas weiter gefasst durch „Nonbooks“-Bestände ersetzt wird, was der Situation im Medienzentrum der AKSA besser entspricht. Das Ergebnis wird quantitativ ausgewertet.

¹³ Internationale Organisation für Normung.

¹⁴ „Ein Indikator ist ein Ausdruck (der numerisch, symbolisch oder verbal sein kann), der verwendet wird, um Aktivitäten (Veranstaltungen, Gegenstände, Personen) sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht zu beschreiben, um den Wert der geschilderten Aktivität zu ermitteln und die dazugehörige Methode.“ (Normenausschuss, 2000 ^{Juni 2000}, S. 4, Punkt 3.12).

Nicht jeder der sechs Anforderungspunkte muss vertieft untersucht werden. Es lässt sich einfach beurteilen, ob *digithek* digital und sofort erhältlich ist (erste und letzte der genannten Anforderungen). Die Frage lässt sich auch gleich bejahen.

Da bezüglich **Zielwerte** keine standardisierten Werte aus der Fachliteratur hervorgehen, werden die Vorgaben nachfolgend definiert. Was die „Benutzerzufriedenheit“ von *digithek* betrifft, müssen mehr als 50 % aller Antworten, sowohl von den Schülerinnen und Schülern wie auch von der Lehrerschaft, positiv ausfallen. Was die Vorgabe hinsichtlich der Kosten anbelangt, haben die gesamten Aufwendungen für Nonbooks weniger als 50 % des gesamten Beschaffungskredites zu betragen.

4.2.2 Qualitatives Verfahren

In qualitativen Verfahren werden Erhebungsmethoden verwendet, die weniger normiert sind und mehr Spielraum zur Interpretation lassen, als dies bei quantitativen Verfahren der Fall ist. Als Beispiele sind zu nennen die offen gestellten Fragen in Fragebogen, Analysen oder auch Beobachtungsnotizen. Oft wird versucht, diese Informationen durch Codierung nachträglich einer quantitativen Auswertung zuzuführen.

Zu beurteilen, ob *digithek* didaktisch so konzipiert ist, dass Schülerinnen und Schüler in ihrer Informationskompetenz gefördert werden, setzt voraus zu wissen, was Informationskompetenz ist. Da es sich dabei um einen bibliothekarischen Fachbegriff handelt, ist es naheliegend, diese Frage vom Fachpersonal in Form einer Analyse erörtern zu lassen. Ergänzend können in einem Gespräch Lehrerinnen und Lehrer dazu befragt werden. Die Ergebnisse werden qualitativ ausgewertet werden.

4.3 Methoden der Datenbeschaffung

4.3.1 Sekundäre Daten¹⁵

Als effizient bei der Datenerhebung erweist sich, bereits vorhandene Informationen, interne oder externe, zum Thema zu beschaffen. Diese Informationen bilden oft die Grundlage für Primärforschung.

Noch sind keine Unterlagen verfügbar, die Erfahrungen mit *digithek* schildern würden. Zwar existiert eine Diplomarbeit, die Irene Tschirky im Rahmen eines Nachdiplomstudiums an der Fachhochschule Chur 2005 verfasst hat, aber vorerst nicht erhältlich ist. Aus dem Titel „Konzept zur Anbindung von St. Galler Mittelschulen an www.digithek.ch“ zu schliessen, behandelt die Arbeit eher einen organisatorischen Aspekt des Themas. Nach Auskunft des Mediotheksbeauftragten

¹⁵ Sekundäre Daten entstehen, wenn Daten, wie z. B. vorhandene Statistiken, ausgewertet werden. Solche Daten sind intern aus betrieblichen Quellen zu beschaffen, oder sie stammen aus Veröffentlichungen zum Thema, die vor allem im Internet oder in Fachpublikationen zu finden sind. Sie umfassen meist grössere Zeiträume.

des Kantons Zürich, dem Initianten von *digithek*, sind keine Umfragen zu *digithek* durchgeführt worden.

An der AKSA sind die Informationsbedürfnisse noch nie erhoben worden. Möglicherweise ergeben sich Auskünfte dazu aus der Primärforschung. Einige relevante Informationen stehen bereits zur Verfügung:

- Schülerzahlen, Abteilungslisten¹⁶, Stundenpläne, Listen der Maturaarbeiten und der Projektarbeiten,
- Lehreramen, Fächertabellen, Fachschaftslisten,
- Zahlen der Buchhaltung des Medienzentrums.

4.3.2 Primäre Daten

Primäre Daten werden mit eigens dafür konzipierten Erhebungen gewonnen (Thommen, 2000, S. 132). Sie sollen diejenigen Daten beschaffen, die aus der Sekundärforschung nicht hervorgegangen sind. Auch berücksichtigen sie in besonderem Masse die spezifischen Aspekte des Problems.

Wie aus einer Zusammenstellung¹⁷ hervorgeht, wird die Stichprobengrösse mit 10 % des Gesamtpublikums definiert. Das Gesamtpublikum umfasst alle Angehörigen der AKSA, also 1'100 Personen. Die Stichprobe wird sich aus je 30 Auskunftspersonen der ersten und der dritten Abteilungen und des Publikums des Medienzentrums zusammensetzen. Die Lehrkräfte werden mit 20 Personen beteiligt sein. Als eine Art Kontrollgruppe wird das Personal des Medienzentrums (5 Personen) mitwirken.

4.3.2.1 Der Fragebogen¹⁸

Ein einheitlicher Fragebogen, der für Lehrkräfte lediglich durch fünf zusätzliche Fragen erweitert und auf farbiges Papier gedruckt wird, bewirkt eine Standardisierung der Antworten und ermöglicht so die quantitative Auswertung der Daten.

Um objektive Aussagen zum Untersuchungsgegenstand zu erhalten, ist eine sorgfältige Formulierung der Fragen unabdingbar. Es darf nicht sein, dass durch die Fragestellung eine bestimmte Antwort suggeriert wird. Die Fragen müssen leicht verständlich und eindeutig sein. Sie müssen ohne Fachausdrücke auskommen. Die geschlossene Frageform wird bevorzugt, um die quantitative Datenauswertung zu erleichtern. Dadurch, dass Selektivfragen¹⁹ und gestützte Fragen²⁰ verwendet werden, wird versucht eine Differenzierung der Antworten zu erzielen. In der Einleitung wird der Befragte direkt angesprochen und wird erfahren, welchen Nutzen er daraus zieht, wenn er den Fragebogen ausfüllt. Er muss auch wissen, dass die Erhebung anonym durchgeführt wird. Der Entwurf des Fragebogens ist im Anhang 5 angefügt.

¹⁶ Früher sind die "Abteilungen" „Klassen“ genannt worden.

¹⁷ Siehe Anhang 4.

¹⁸ Siehe Anhang 5.

¹⁹ Selektivfragen bieten mehrere Antworten, die die Intensität des Sachverhaltes sichtbar machen, an.

²⁰ Gestützte Fragen führen Beispiele an.

Da die Unterrichtspausen oft sehr kurz sind, muss der Fragebogen in höchstens 5 Minuten beantwortet werden können. Gemäss den Angaben von Gerhard Reichmann (Reichmann, 2004, S. 49) wurden in einer Befragung für 6 Fragen 3 Minuten benötigt, was bedeuten würde, dass in 5 Minuten maximal 10 Fragen beantwortet werden können. Es ist unabdingbar, den Fragebogen vor dem Einsatz durch neutrale Personen zu testen.

Im Normalfall wird der Fragebogen schriftlich angewendet. Es ist vorgesehen, ihn den Schülerinnen und Schülern nach den Schulungseinheiten zur unmittelbaren Beantwortung abzugeben. Lehrerinnen und Lehrer werden gezielter angesprochen. Im Rahmen einer Informationsveranstaltung oder beim Besuch des Medienzentrums werden sie gebeten, den Fragebogen mitzunehmen und auszufüllen.

Wenn es die Situation erfordert, dient der Fragebogen ebenfalls als Grundlage für mündlich durchgeführte Befragungen (Interviews). Das Personal trägt die Antworten sinngemäss in die Fragebogen ein und ergänzt durch weiterführende Erläuterungen. Durch geschickte Kommunikation versuchen die Fachleute, die Antworten der Befragten so präzise wie möglich zu erfassen.

Gesammelt werden die ausgefüllten Fragebogen in vorbereiteten Fächern im Medienzentrum und im Schulsekretariat.

4.3.2.2 Die Beobachtung

Mit der Methode der Beobachtung wird versucht, ergänzende Informationen über das Verhalten der Benutzerinnen und Benutzer zu gewinnen. Sie können z. B. Aufschluss darüber geben, ob *digithek* benutzt wird, erst auf Hinweis des Personals benutzt wird oder den Anwenderinnen und Anwendern Schwierigkeiten bereitet. Die Anwendung dieser Methode ist delikat. Es ist wichtig, dass die Fachleute im Medienzentrum diskret beobachten und die Privatsphäre der Benutzerinnen und Benutzer respektieren. In Stichworten, ohne auf Personen Bezug zu nehmen, werden die Beobachtungen auf dem dafür vorgesehenen Bogen notiert. Sie werden als „weiche“ Daten qualitativ ausgewertet.

4.3.2.3 Das Kostenblatt

Für die Bezifferung des Aufwandes, den *digithek* verursacht, sind, abgesehen von den Lizenzgebühren für kostenpflichtige Angebote, zwei Komponenten zu beachten. Zum einen müssen die personellen Aufwendungen, die namentlich durch die Pflege eines Fachportals entstehen, festgehalten werden. Zum anderen muss die Redundanz des bestehenden Bestandes überprüft werden. Es kann sich durchaus ergeben, dass ein Abonnement für eine Printversion durch *digithek* überflüssig wird, wie dies z. B. beim Statistischen Jahrbuch der Fall ist. Solche Einsparungen müssen den Auslagen gegenübergestellt werden. In einem Kostenblatt werden diese Daten notiert.

4.4 Datengewinnung

Den Vorgaben entsprechend werden in dieser Phase der Untersuchung die Daten praktisch erhoben. Dem umfassenden Beantworten des Fragebogens kommt dabei zentrale Bedeutung zu.

In Anbetracht der vielen jungen Leute und von *digithek* als internetbasiertem Testgegenstand wäre es wünschenswert, wenn er auch online ausgefüllt werden könnte. Im Hinblick auf weitere zukünftige Umfragen wird die Anschaffung einer kommerziellen, finanziell erschwinglichen Software²¹ geprüft.

Einmal monatlich wird kontrolliert, ob das Sammeln der Daten planmässig voranschreitet. Falls dies nicht der Fall ist, muss entsprechend reagiert werden.

4.5 Datenanalyse

Die gesammelten Einzeldaten werden nun überprüft, analysiert und für eine Gesamtbeurteilung bereitgestellt.

4.5.1 Aufbereitung des Datenmaterials

In einem ersten Schritt wird das Material, das in der Sekundär- und in der Primärforschung zusammengekommen ist, gesichtet, auf Vollständigkeit geprüft und bereinigt. Fehler, die sich möglicherweise in der Phase der Datengewinnung eingestellt haben, müssen jetzt entdeckt und korrigiert werden. Bei gravierenden Mängeln des primären Datenmaterials kann eine erneute Befragung angezeigt, bei sekundären Daten eine ergänzende Recherche nötig sein. Es muss ebenfalls geprüft werden, ob bei den primären Daten die Stichprobengrösse von 10 % des Gesamtpublikums eingehalten werden konnte.

Antworten auf die offen gestellten Fragen im Fragebogen werden - wenn möglich - codiert, damit sie ebenso wie geschlossene Fragen quantitativ ausgewertet werden können (Krämer, 1999, S. 102). Dies wird auch bei den Beobachtungsnotizen versucht. Falls es nicht gelingen sollte, werden sie wie die anderen „weichen“ Daten behandelt und qualitativ evaluiert.

Die Resultate der Messgrössen werden ermittelt und alle Ergebnisse in einer *Excel*-Tabelle zur weiteren Verarbeitung bereitgestellt.

4.5.2 Ergebnis

Die Gegenüberstellung der quantitativ eruierten Werte mit den Zielvorgaben führt zum Endergebnis und damit schliesslich zum Entscheid. Falls die Ergebnisse aus der quantitativen Bewertung eindeutig ausfallen, werden sie denjenigen aus der qualitativen Auswertung übergeordnet. Die qualitativ ermittelten Resultate liefern in diesem Fall wertvolle Hintergrundinformationen.

²¹ Es handelt sich um das Produkt *egrade* (www.egrade.de).

Sollte das Ergebnis der quantitativen Auswertung aber nicht eindeutig ausfallen, so würde den Resultaten der qualitativen Auswertung mehr Gewicht beigemessen werden. Das Ausmass ihrer Berücksichtigung liegt im Ermessen der bibliothekarischen Fachleute.

In Ausnahmefällen können qualitativ eruierte Resultate Entscheide umstossen, die quantitativ ermittelt worden sind. Dies liegt ebenfalls im Ermessen des Fachpersonals, muss aber nachvollziehbar begründet werden können.

4.6 Dokumentationsphase

Dieser Schritt dient dazu, Rechenschaft über den Untersuchungsverlauf zu geben und die Resultate zu kommunizieren. Konzentriert werden die wichtigsten Ergebnisse präsentiert, die Zahlen in graphischen Darstellungen übersichtlich dargestellt. Vielleicht kann sogar eine Prognose über die zukünftige Entwicklung im Informationsbereich an der AKSA eingebracht werden.

Intern werden insbesondere die Schulleitung, das Projektteam des Projektes „ICT-Einsatz im Unterricht“ sowie die Lehrerinnen und Lehrer am Ausgang der Untersuchung interessiert sein. Als Publikationsorgan stehen erneut die Mitteilungen der Schulleitung im Vordergrund. Aushänge mit dem gleichen Text an allen Infosäulen des Areals und im Medienzentrum informieren die Schülerinnen und Schüler. Es ist noch abzuklären, ob das Ergebnis der Untersuchung temporär auch auf der Website des Medienzentrums erscheinen soll.

Extern müssen zudem die Verantwortlichen von *digithek* über die Ergebnisse der Untersuchung an der AKSA informiert werden. Die weitere Zusammenarbeit, allenfalls ein Engagement der AKSA bei der Betreuung eines Portals, muss geregelt werden.

Schlussfolgerung

Die vorliegende Arbeit setzt sich eingehend mit dem Informationsportal *digithek* auseinander, und zwar unter dem Gesichtspunkt, in einem Test zu prüfen, ob *digithek* den heutigen Informationsbedürfnissen der Benutzerinnen und Benutzer der AKSA entspreche und deshalb in Zukunft an der Schule fest anzubieten sei.

Die **Analyse** von *digithek* hat gezeigt, dass es sich um ein valables Produkt handelt, und dass sich ein entsprechender Test lohnt. Vielfältige Abklärungen und **Vorarbeiten** haben ermöglicht, dass *digithek* mit Testbeginn Anfang August 2005 der AKSA zur Verwendung bereit gewesen ist.

Mit einer gezielten **Promotion** zum Anfang der Testphase soll das Angebot von *digithek* innerhalb der Schule in kurzer Zeit bekannt gemacht werden. Es wird darauf geachtet, dass bei den Werbeanstrengungen eine Bewertung von *digithek* nicht vorweggenommen wird. Um die knappen Ressourcen des Medienzentrums nach Möglichkeit zu schonen, wird bei der Planung der **Bewertung** die quantitative Auswertungsmethode bevorzugt. Ausgehend von den Anforderungen, die die AKSA an das neue Informationsinstrument stellt, werden die notwendigen, messbaren Daten erhoben. Die Entscheidungsgrundlage bildet die Gegenüberstellung der Messgrössen mit den definierten Zielwerten.

Diese Arbeit legt ein Arbeitsinstrument vor, das die geordnete Durchführung des Tests von *digithek* und die daran anschliessende Bewertung sicherstellen kann. Voraussetzung dazu ist, dass die Verantwortlichen des Tests, die Fachleute des Medienzentrums, dieses Instrument angemessen handhaben. Die eingeplanten Kontrollen erlauben ihnen, den Stand des Projektes zu beurteilen und kritische Punkte zu erkennen. Der Datengewinnung durch Fragebogen ist dabei ein besonderes Augenmerk zu schenken. Es könnte sein, dass die Bogen nicht im gewünschten Ausmass zurückfliessen, oder dass sie ungenügend ausgefüllt sein werden. Um die geplante Bewertung von *digithek* nicht zu gefährden, wären in diesem Falle Anpassungen bei der Datengewinnung vorzunehmen. Damit falschen Schlussfolgerungen vorgebeugt werden kann, wird es ebenfalls von entscheidender Bedeutung sein, wie sorgfältig die gewonnenen Daten aufbereitet werden.

Wenn es den Verantwortlichen gelingt, diese Voraussetzungen zu erfüllen, steht einem erfolgreichen Abschluss des Tests nichts mehr im Wege: Der Entscheid, ob *digithek* in Zukunft fester Bestandteil des Informationsangebotes an der AKSA sein wird oder nicht, kann sachlich begründet gefällt werden.

Bibliographie

Dannenberg, Marius ; Barthel, Sascha (2002) : Effiziente Marktforschung. Bonn. Galileo.

DIN Deutsches Institut für Normung (Hrsg.) (2004) : Information und Dokumentation – Leistungsindikatoren für elektronische Bibliotheksleistungen : DIN-Fachbericht ISO/TR 20983, deutsche Fassung ISO/TR 20983:2003. Berlin. Beuth.

Dusseldorp, Patrik van ; Nägelin, Beat ; Rutz, Mario (2001) : Marketing kompakt. Altstätten. Tobler.

Follmer, Robert ; Guschker, Stefan ; Mundt, Sebastian (2002) : Gemeinsame Benutzerbefragung der nordrhein-westfälischen Universitätsbibliotheken – methodisches Vorgehen und Erfahrungen. Bibliotheksdienst, Jg. 36, H. 1, S. 30 ff. Online: http://bibliotheksdienst.zlb.de/2002/02_01_02.pdf, S. 11 – 14 [Stand: 28.08.07.2005].

Harms, Ilse ; Schweibenz, Werner ; Strobel, Johannes (2002) : Usability Evaluation von Web-Angeboten mit dem Web Usability Index. In: Proceedings der 24. DGI-Online-Tagung 2002 – Content in Context. Frankfurt am Main, 4.-6. Juni 2002. Frankfurt / Main. DGI, S. 283 – 293. Online: http://usability.is.uni-sb.de/beitrag/web_usability_index.pdf [Stand: 17.07.2005].

Homann, Benno (2003) : Informationskompetenz. In : Hobohm, Hans-Christoph ; Umlauf, Konrad (Hrsg.) : Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen. [Loseblattausg]. Hamburg. Dashöfer, Kapitel 8.3.1.

Hunziker, J. (Hrsg.) (1873) : Programm der Aargauischen Kantonsschule : als Einladung vom 7. April an abzuhaltenden Schulprüfungen und der öffentlichen, am 12. April 1873 stattfindenden Jahres-Cesur. Aarau. Sauerländer.

Krämer, Andreas ; Wilger, Gerd (1999) : Marktforschung. Planegg. STS-Verl.

Ludwig, Martin (2005) : www.digithek.ch : eine Recherchierwebsite für Mittel- und Berufsschulen : Weiterentwicklungen von *digithek*. Online: www.svd-asd.org/ppt/050405_Information_Literacy_Meyer_Ludwig_ve4.PPT [Stand: 11.07.2005].

Normenausschuss Bibliotheks- und Dokumentationswesen (NABD) im DIN Deutsches Institut für Normung e. V. (Hrsg.) (2000^{[Stand] Juni 2000}) : Information und Dokumentation : Leistungsindikatoren für Bibliotheken : (ISO 11620-1998), deutsche Norm. Berlin. Beuth.

Reichmann, Gerhard (2004) : Benutzerforschung mit beschränkten Ressourcen. Mitteilungen der Vereinigung österreichischer Bibliothekarinnen und Bibliothekare (mitteilungen der vöb), H. 2, S. 41-52. Online: www.kfunigraz.ac.at/iwiwww/publ/reichmann_29.pdf, S. 8 [Stand: 18.07.2005].

Sonje, Deziderio (2001) : Web-Test 2001. manager-magazin.de/IT+Medien, 21.11.2001. Online: www.manager-magazin.de/static/webtest_2001.pdf, S. 1 - 8 [Stand: 27.7.2005].

Thommen, Jean-Paul (2000⁶) : Managementorientierte Betriebswirtschaftslehre. Zürich. Versus.

Tschirky, Irene (2005) : Konzept zur Anbindung von St. Galler Mittelschulen an www.digithek.ch. Chur. NDS Chur.

Umlauf, Konrad (ca. 2003) : Die Gestaltung von Werbe- und Informationsmaterial. In: Hobohm, Hans-Christoph ; Umlauf, Konrad (Hrsg.) : Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen. [Loseblattausg]. Hamburg. Dashöfer, Kapitel 7.4.1.

Universitätsbibliothek Bielefeld (2005) : Wörterbuch der Sachbegriffe : P. Online: www.ub.uni-bielefeld.de/library/search/dictionary/reg-p.htm [Stand: 11.07.2005].

Anhang 1

Startseite von *digithek*

	Suchbeispiele	Konzept Impressum	Sinopsis	BlogtheK
Nachschlagewerke	Bibliothekskataloge	Zeitungen/Zeitschriften	Fachportale	Internet

digithek
Top-Tipps zum Online-Recherchieren

Ein Projekt der
Mediotheken der Mittel- und Berufsschulen
des Kantons Zürich

- informieren Sie sich bei **Suchbeispielen**, wie eine professionelle Recherche gemacht wird
- gewinnen Sie eine Übersicht über Ihr Thema durch einen Blick in ein **Nachschlagewerk**
- suchen Sie Fachbücher in unserer Mediothek und in grossen **Bibliothekskatalogen**
- nützen Sie die Gelegenheit, online in **Zeitungen und Zeitschriften** zu stöbern
- orientieren Sie sich im breiten Angebot von **Fachportalen**
- versuchen Sie schliesslich eine differenzierte Recherche im **Internet**

angeschlossene Mediotheken mit ihren Öffnungszeiten und Katalogen

NEU: KLG online!
Als neuestes Angebot ist das kritische Lexikon zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur aufgeschaltet. Zu finden ist es unter Nachschlagewerke - Speziallexika

Anhang 2

Zeitplan

	Arbeits- umfang	Aug 2005	Sep 2005	Okt 2005	Nov. 2005	Dez. 2005	Jan. 2005	Feb. 2005
Testphase		8.8.					27.1.	
Vorarbeiten								
Planung abgeschlossen		8.8.						
Links: überprüfen der Funktionen	2 Std.	5.8.						
Promotion								
Eintrag für Mitteilungen der Schulleitung	1 Std.	10.8.						
Gestaltung des Fristenzettels	4 Std.	9.8.						
Personal beurteilt <i>digithek</i>	je 4 Std.	Bis 15.8.						
Umarbeitung PU	4 Std.	17.8.						
Umarbeitung Einführungen	4 Std.	25.8.						
Präsentation für Lehrkräfte	16 Std.	16.8.						
Link setzen auf Homepage der Schule	10 Min.	bis 15.8.						
Link ergänzen	10 Min.	bis 15.8.						
PC-Station „ <i>digithek</i> “ einrichten	1 Std.	Bis 15.8.						
Werbebrief an die Lehrerinnen und Lehrer	2 Std.		ab 15.9.					
Kurzumfrage gestalten	2 Std.					bis 23.12.		
Kurzumfrage durchführen	4 Std.						ab 6.1.	
Kurzumfrage auswerten	2 Std.							ab 11.2.
Datenbeschaffung								
Sekundäre Daten beschaffen			ab 15.9.					
Primäre Daten beschaffen		ab 16.8.						
Kontrolle der Datengewinnung	Je 30 Min.	X	X	X	X	X	X	X

	Arbeits- umfang	Aug 2005	Sep 2005	Okt 2005	Nov. 2005	Dez. 2005	Jan. 2005	Feb. 2005
Datenauswertung								
Aufbereitung des Datenmaterials	30 Std.							ab 10.2.
Ergebnis	10 Std.							24.2.
Dokumentation, Kommunikation	4 Std.							ab 24.2.

Anhang 3

Werbeplattform: Die sieben „W's“ der Werbung (van Dusseldorp, 2001, S. 107):

„W“	Inhalt	Erläuterung	AKSA
Wann?	Werbezeitraum Werbezyklus	Welches ist der beste Werbezeitpunkt für eine wirkungsvolle Werbung? Wann muss die Werbung abgeschlossen sein? Gibt es eine Wiederholung der Werbung?	Beginn des neuen Schuljahres am 8.8.2005 Nicht abschliessen Im Januar, gezielt wiederholen, um Bekanntheit von <i>digithek</i> festzustellen
Was?	Botschaft Inhalt	Welche Informationen sollen vermittelt werden?	Inhalt: <i>digithek</i> , für Mittelschulen, Informationsportal, Recherchier-Plattform, online, über Intranet alle Dienste (auch kostenpflichtige) zugänglich Botschaft: ein digitales Instrument zur Informations-Recherche und zur Ergänzung des (ICT-)Unterrichtes, ständig aktualisiert, für Lehrer/innen und Schüler/innen der Sekundarstufe II
Wem?	Zielpublikum	Welche Zielgruppen werden definiert? Werden sie gemeinsam oder segmentiert beworben? Muss Botschaft (s.oben) angepasst werden?	Zielgruppen: 1. 1. Abteilungen (Neueintrende) 2. 2. Abteilungen 3. 3. Abteilungen (PU-Unterricht) 4. 4. Abteilungen (Maturarbeiten) 5. Lehrerinnen und Lehrer Grundsätzlich gemeinsam beworben , je nach zeitlicher Möglichkeit segmentiert Botschaft muss nicht angepasst werden
Wie?	Stil	Wie sollen Botschaften an die Zielgruppen transportiert werden?	Stil: Sachlich, kompetent, gut verständlich, keine Fachausdrücke (visuell) gut gestaltet Mit dem neuen Logo der Schule versehen (Corporate Identity) Sprache: kurze Sätze, wenig Nebensätze, keine Füllwörter, keine Fremdwörter, Aussage schnell erfassbar (Umlauf, 2003, S. 3-4)
Wie viel?	Kosten	Was kosten die Werbe- massnahmen? Die Material- und Personalaufwendungen?	Kosten werden nicht sehr gross sein, eine Berechnung im Voraus lohnt sich nicht, hingegen: Personalaufwendungen im Laufe des Projektes notieren, werden in Zukunft wertvoll sein.

„W“	Inhalt	Erläuterung	AKSA
Wo?	Streugebiet	Wo soll informiert werden?	Streugebiet auf Schule beschränkt
Womit?	Werbemittel	Welches sind die geeigneten Werbemittel?	Unsere Werbemittel müssen einfach, schnell verfügbar und veränderbar, wirkungsvoll sein → Flyer, Mitteilungen, Werbebriefe, Schulungen, Informationsveranstaltungen, mündliche Werbung, Online-Werbung u.a.m.

Anhang 4

Primäre Informationsbeschaffung

Frage	Erläuterung	Teilaspekte	AKSA
Wer wird befragt?	Bestimmung der Auskunftspersonen = Stichprobe	Grundgesamtheit definieren: Vollerhebung? Stichprobenerhebung? Auswahlgrundlage Umfang ²²	Einschränkung auf S und L 1'100 Personen (950 Schüler/150 Lehrerinnen) Personal → Werbung nicht nötig ja repräsentativ, bestimmt / + zufällig Möglichkeit zur Interaktion Durchführbar = gezielt: je 30 aus der im Kapitel Werbung definierten 1. und 3. Zielgruppe sowie 20 Lehrkräfte (je 1 pro Fachschaft) zufällig: 30 MZ-Besucher = 10 % der Grundgesamtheit
Womit befragt?	Medium		1 Fragebogen für S und L, ergänzende Fragen für L
Wie befragt?	Bestimmung der Form	Mündliche Befragung schriftliche Befragung Befragungsbogen Fragebogensammlung	Wenn es die Situation erfordert, auf Basis Fragebogen, anonym Normalfall, innerhalb Projektunterricht oder Abt.- Einführungen, nach Infoveranstaltungen, auch zufällig Abgabe der Fragebogen im MZ oder im Sekretariat
Worüber befragt?	Inhalt	s. Befragungsbogen	
Wann befragt?	Anlässe	Veranstaltungen Allgemein	Informationsveranstaltungen Lehrer ab 16.8.05 div. Veranstaltungen Schüler ab 15.8.05 im Medienzentrum, laufend
Von wem befragt?	Interviewer	Interviewerstab Kompetenzen	Alle MZ-Mitarbeitenden (5-6) Kenntnisse des Produkts Gute Interaktion (richtige Kommunikation des Befragungsinhaltes, Antwort richtig verstehen) → gute Vorbereitung nötig

²² Expertenmeinungen gehen hier auseinander, auch kleinere Mengen bringen offenbar ein aussagekräftiges Resultat (Reichmann, 2004, S. 8).

Anhang 5

Benutzerbefragung (Follmer, 2002, S. 11-14)

Guten Tag!

Eben haben Sie das Informationsportal *digithek* besucht. Dürfen wir Sie um Ihre Meinung bitten? Sie benötigen etwa 5 Minuten, um die nachfolgenden Fragen vollständig zu beantworten. Beantworten Sie die Fragen, indem Sie das betreffende Kästchen mit einem Kreuz versehen oder Kommentare an den dafür vorgesehenen Stellen hinzufügen.

Falls Sie sich einmal bei einer Antwort geirrt haben sollten, kreisen Sie dieses Kästchen bitten ein und kreuzen die richtige Antwort an.

Diese Umfrage wird anonym durchgeführt.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Beispiel: ja
nein

1. Wie häufig haben Sie die *digithek* bereits genutzt?

	täg- lich	mehr- mals pro Woche	mehr- mals pro Monat	einmal pro Monat	1x	bisher gar nicht
in der Schule	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
von ausserhalb der Schule (z. B. von zu Hause)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Aus welchen Gründen haben Sie die *digithek* genutzt? Mehrfachnennungen möglich.

- um Nachschlagewerke zu konsultieren
- aus Neugier
- zum Kennenlernen
- auf Geheiss des Lehrers / der Lehrerin
- um in Zeitschriften-Archiven zu recherchieren
- um Fachportale zu nutzen
- Sonstige (*bitte angeben*):

3. Wie zufrieden sind Sie mit der Aktualität der *digithek*?

- | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| sehr
zu-
frieden | | | | | sehr
unzu-
frieden | weiss
nicht |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

4. Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote der *digithek*?

	täg- lich	mehr- mals pro Woche	mehr- mals pro Monat	einmal pro Monat	1x	bisher gar nicht
Bibliothekskataloge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitschriften/ Zeitungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachportale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nachschlagewerke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Wie zufrieden sind Sie mit dem Angebot, das Sie in der *digithek* finden?

- | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| sehr
zu-
frieden | | | | | sehr
unzu-
frieden | weiss
nicht |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

6. Wie zufrieden sind Sie mit der Benutzerfreundlichkeit der *digithek*?

- | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| sehr
zu-
frieden | | | | | sehr
unzu-
frieden | weiss
nicht |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Was ist in der *digithek* verbesserungswürdig?

7. Sie sind ... ?

- Schülerin/ Schüler
- in welcher Abteilung?
- Lehrerin/ Lehrer
- in welcher Fachschaft?
- männlich
- weiblich

Datum: _____

Nur von Lehrpersonen auszufüllen!

8. Welche der untenstehenden Fächer unterrichten Sie?

- Theologie
- Geschichte
- Philosophie
- Deutsch Französisch Englisch
- Italienisch Spanisch Russisch
- Bildnerisches Gestalten
- Recht
- Wirtschaft
- Psychologie
- Pädagogik
- Mathematik
- Informatik
- Biologie
- Physik
- Chemie
- Geografie
- Sport
- Sonstige (*bitte angeben*):

9. Wie zufrieden sind Sie als Fachperson mit dem Angebot in der *digithek* im Fach ... ?

	sehr zu- frieden					sehr unzu- frieden
Auswahl Fachportal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auswahl Nachschlagewerke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auswahl Bibliothek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Zeit- schriften/ Zeitungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Falls Sie ein weiteres Fach unterrichten:

	sehr zu- frieden					sehr unzu- frieden
Auswahl Fachportal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auswahl Nachschlagewerke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auswahl Bibliothek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Zeit- schriften/ Zeitungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Was fehlt für Sie im Angebot?

12. Setzen Sie die *digithek* im Unterricht ein?

- ja nein

Wenn nein, beabsichtigen Sie die *digithek* in Zukunft einzusetzen?

- ja nein

Damit wären wir am Schluss der Befragung angelangt. Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Bitte legen Sie die Fragebogen in die dafür vorgesehenen Kästen im Sekretariat oder im Medienzentrum.

