

Inhalt

Verwendete Marginalien — X

Einleitung — 1

1 Grundlagen — 4

- 1.1 „König, kläre die Begriffe“: Marktforschung, Nutzerforschung, Benutzungsforschung — 4
- 1.2 Markt- und Nutzerforschung: Warum eigentlich? — 5
- 1.3 Ein kurzer Blick zurück: Benutzerforschung in Bibliotheken — 6
- 1.4 Rechtliche und ethische Aspekte — 7
- 1.4.1 Was müssen Sie aus juristischer Sicht alles beachten? — 8
- 1.4.2 Welche forschungsethischen Prinzipien sollten Sie beachten? — 8
- 1.5 Idealtypischer Ablauf eines Marktforschungsprozesses — 10
- 1.6 Typen von Untersuchungen: explorativ, deskriptiv, kausal — 13
- 1.7 Grundanforderungen an Marktforschungsuntersuchungen: Objektivität, Reliabilität, Validität — 17
- 1.7.1 Objektivität: Sind die Untersuchungsergebnisse von den die Messung durchführenden Personen unabhängig? — 17
- 1.7.2 Reliabilität: Sind die Messergebnisse möglichst exakt reproduzierbar? — 18
- 1.7.3 Validität: Wird gemessen, was gemessen werden soll? — 18
- 1.8 Zusammenfassung — 21

2 Informationsquellen und Untersuchungsdesign — 22

- 2.1 Warum muss ich mir hierüber Gedanken machen? — 22
- 2.2 Primär- oder Sekundärforschung? — 23
- 2.3 Typen von Untersuchungsdesigns und Beispiele aus der Bibliothekswelt — 31
- 2.3.1 Untersuchungsansatz: qualitative oder quantitative Untersuchungen — 31
- 2.3.2 Untersuchungsintervalle: Querschnitts- oder Längsschnitt-Untersuchungen — 33
- 2.3.3 Untersuchungsform: experimentelle und quasi-experimentelle Untersuchungen — 35
- 2.3.4 Untersuchungsthematik: Einthemen- oder Mehrthemen-Untersuchungen — 37
- 2.4 Zusammenfassung — 38

3 Auswahlverfahren für Stichproben — 40

- 3.1 Warum muss ich mir hierüber Gedanken machen? — 40
- 3.2 Die Grundgesamtheit – oder: Um wen geht es? — 40
- 3.3 Vollerhebung oder Teilerhebung? — 42
- 3.4 Verfahren der Stichprobenbildung — 43
- 3.4.1 Verfahren der Zufallsauswahl — 43
- 3.4.2 Verfahren der bewussten Auswahl — 45
- 3.4.3 Mehrstufige, kombinierte Verfahren — 54
- 3.4.4 Beispiele und Übersicht mit Vor- und Nachteilen der jeweiligen Verfahren — 54

- 3.4.5 Bestimmung des Stichprobenumfangs — 56
- 3.5 Zusammenfassung — 57

- 4 Erhebungstechniken — 58**
 - 4.1 Warum muss ich mir hierüber Gedanken machen? — 58
 - 4.2 Befragungen — 59
 - 4.2.1 Die Methode der Befragung in der Marktforschungspraxis — 59
 - 4.2.2 Quantitative standardisierte Befragungen — 61
 - 4.2.3 Qualitative Befragungen — 85
 - 4.3 Beobachtung — 107
 - 4.3.1 Die Methode der Beobachtung in der Marktforschungspraxis — 107
 - 4.3.2 Formen der Beobachtung — 109
 - 4.3.3 Was ist bei Beobachtungen zu beachten? — 112
 - 4.3.4 Auf einen Blick: Vor- und Nachteile von Beobachtungen — 113
 - 4.3.5 Mystery Shopping als Anwendungsfall der Beobachtungsmethode in der Bibliothekswelt — 114
 - 4.3.6 Zusammenfassung — 126
 - 4.4 Nutzerorientierte Gestaltung von physischen und virtuellen Räumen: ein Anwendungsfeld für Methodenkombinationen — 127
 - 4.4.1 Nutzerorientierte Raumgestaltung in Bibliotheken — 128
 - 4.4.2 Nutzerorientierte Raumgestaltung: ausgewählte Ansätze und Methoden — 129
 - 4.4.3 Usability von Web-Angeboten: ein wichtiger Gegenstand bibliothekarischer Nutzerforschung — 135
 - 4.4.4 Zusammenfassung — 145

- 5 Datenaufbereitung und -auswertung — 147**
 - 5.1 Warum muss ich mir hierüber Gedanken machen? — 147
 - 5.2 Datenaufbereitung – Kurzeinführung und Praxistipps — 148
 - 5.3 Analyse quantitativer Daten — 153
 - 5.3.1 Deskriptive Datenanalyse – Kurzeinführung und Praxistipps — 154
 - 5.3.2 Ein kurzer Blick über den Tellerrand: Weitere Verfahren zur Analyse quantitativer Daten — 158
 - 5.4 Analyse qualitativer Daten — 159
 - 5.4.1 Kurzeinführung und Praxistipps — 159
 - 5.4.2 Qualitative Inhaltsanalyse — 160
 - 5.5 Ergebnispräsentation und -interpretation – Kurzeinführung und Praxistipps — 162
 - 5.5.1 Der Marktforschungsbericht — 162
 - 5.5.2 Die mündliche Ergebnispräsentation — 165
 - 5.5.3 Öffentliche Ergebnispräsentation — 166
 - 5.5.4 Und nach der Ergebnispräsentation? — 167

- 6 Schlusswort — 169**

- 7 Weiterführende Informationen — 170**
 - 7.1 Literatur zum Kontext und zu den Methoden bibliothekarischer Nutzerforschung — 170
 - 7.2 Literatur zu Praxisbeispielen für bibliothekarische Nutzerforschung — 177
 - 7.3 Ausgewählte Internetressourcen — 179

7.4	Hochschulen mit bibliotheksbezogenen Studiengängen in Deutschland, Österreich und der Schweiz — 180
7.4.1	Deutschland — 180
7.4.2	Österreich — 181
7.4.3	Schweiz — 181
8	Anhang — 182
8.1	Zusammenstellung der wichtigsten GAT 2-Transkriptionskonventionen (Minimaltranskript, Basistranskript) — 182
8.2	Transkriptionsregeln nach Dresing/Pehl (2011) — 184
	Über die Autoren — 185