

**Informationsbedarf und Informationsverhalten
in der psychologischen Praxis**

Befragung von BDP-Mitgliedern 2003/2004

im Auftrag des

Zentrums für Psychologische Information und Dokumentation
Universität Trier

Bericht

Dr. Ralf Becker, Trier

Inhalt

1	Die Stichprobe	3
2	Informationsbedarf	3
3	Nutzung verschiedener Informationsquellen	7
4	Nutzung von Fachdatenbanken.....	12
5	Bekanntheit und Nutzung von Internet-Informationsdiensten.....	17
6	Anforderungen an Internet-Informationsdienste.....	21
7	Meinungen zu Online-Volltextdiensten	22
8	Individuelle Einschätzungen zur Informationsversorgung	23
9	Nutzung und Bewertung der ZPID- Angebote	25
9.1	PSYINDEX, PSYTKOM, PSYINDEXplus with Testfinder	25
9.2	zpid.de, PsychSpider, PsychLinker, Informationssuchdienst, Themenbibliographien.....	28
9.3	Gesamteinschätzung und -bewertung der Produkte und Dienstleistungen des ZPID.....	30
10	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	37
11	Implikationen der Befragung für das ZPID	38
 Anhang A: Fragebogen.....		39

Anmerkung: Zu Gunsten der Lesbarkeit und Kürze ist stets nur die männliche Sprachform gewählt worden. Dafür die Bitte um Verständnis.

1 Die Stichprobe

Im Dezember 2003 wurde ein Fragebogen mit 50 Fragen (siehe Anhang A) an insgesamt 1.500 zufällig ausgewählte Mitglieder des Berufsverbandes Deutscher Psychologinnen und Psychologen (BDP) verschickt. Bis zur vorgegebenen Frist zur Rücksendung der Fragebogen haben 324 Personen den Fragebogen ausgefüllt zurückgesandt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 21,6 Prozent.

Von den insgesamt **324 Teilnehmern** der Studie sind 199 (61,4 %) weiblichen und 124 (38,3 %) männlichen Geschlechts. Eine Person machte hierzu keine Angaben. Das Durchschnittsalter beträgt 43,96 Jahre (Frage 46).

Die Befragten arbeiten zum Zeitpunkt der Erhebung zwischen einem und 33 Jahren, im Durchschnitt seit 9,64 Jahren ($SD = 7,73$) in der angegebenen Tätigkeit (Frage 49). 62 % der befragten Praktiker arbeiten im Team (Frage 50).

Tabelle 1: Alter und Tätigkeitsjahre

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
Alter	323	24	70	43,96	8,42
Tätigkeitsjahre	318	1	33	9,64	7,73

Tabelle 2: Arbeitsweise: Teamarbeit

	<i>Arbeitsweise</i>	n	%	% Gültig
Gültig	alleine	116	35,8	36,6
	im Team	201	62,0	63,4
	Gesamt	317	97,8	100,0
Fehlend		7	2,2	
Gesamt		324	100,0	

2 Informationsbedarf

Um die Stichprobe nach den verschiedenen **psychologischen Tätigkeitsfeldern** inhaltlich segmentieren zu können, wurde zunächst der Bereich der Psychologie erfasst, dem die Befragten ihren Informationsbedarf schwerpunktmäßig zuordnen (Frage 1, vgl. Tabelle 3).

Eine deutliche Mehrheit nennt einen Bedarf im Feld der Klinischen Psychologie und Psychotherapie (79,9 %), 38,6 Prozent melden einen Bedarf im Bereich Gesundheitspsychologie. Gleiches Interesse besteht in den Teildisziplinen Wirtschafts-/Organisationspsychologie und Pädagogischer Psychologie (21,9 und 21,3 %). Vergleichsweise geringer Informationsbedarf besteht in den Bereichen Rechts-, Verkehrs- und Werbepsychologie sowie Politischer Psychologie, Medien-, Sport- und Umweltpsychologie.

Tabelle 3: Bereich des Informationsbedarfs (Mehrfachnennungen möglich)

	Häufigkeit	%
Klinische Psychologie und Psychotherapie	259	79,9
Gesundheitspsychologie	125	38,6
Wirtschaftspsychologie / Organisationspsychologie	71	21,9
Pädagogische Psychologie	69	21,3
Rechtspsychologie	32	9,9
Verkehrspsychologie	22	6,8
Markt- und Werbepsychologie	12	3,7
Politische Psychologie	10	3,1
Medienpsychologie	8	2,5
Sportpsychologie	6	1,9
Umweltpsychologie / Stadt- und Architekturpsychologie	3	,9

Zusätzlich wurde der Informationsbedarf bezüglich bestimmter **Informationsinhalte** quantifiziert (Frage 2; vgl. Tabellen 4 und 5). Am häufigsten benötigen die Praktiker Informationen zu Publikationen und Interventionsverfahren, gefolgt von Internet-Links, Veranstaltungen, diagnostischen Verfahren und Berichten über Veranstaltungen und Tagungen. Im Durchschnitt nur jährlich werden Informationen über Verbände/Institute/Verlage, Experten, Forschungsprojekte, Lehr- und Evaluationsverfahren benötigt.

Tabelle 4: Informationsbedarf: Inhalte

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
Publikationen	314	1	5	2.47	.88
Interventionsverfahren	313	1	5	2.52	.94
Internet-Links	309	1	5	2.70	1.21
Veranstaltungen	309	1	5	2.77	.88
Diagnostische Verfahren	317	1	5	2.89	.91
Berichte über Veranstaltungen, Tagungen	315	1	5	2.99	.93
Verbände, Institute, Verlage	303	1	5	3.14	.95
Experten	295	1	5	3.31	1.02
Laufende und abgeschlossene Forschungsprojekte	309	1	5	3.38	.94
Unterrichts- und Lehrmaterialien	307	1	5	3.45	1.16
Evaluationsverfahren	306	1	5	3.51	.91

1 = wöchentlich, 2 = monatlich, 3 = wenigstens einmal jährlich, 4 = seltener als einmal jährlich, 5 = nie

Etwa die Hälfte der Befragten benötigt dabei **monatlich** oder öfter Informationen zu Publikationen, Interventionsverfahren und Internet-Links, und etwa ein Drittel hat mindestens **monatlich** Informationsbedarf zu Veranstaltungen und Berichten über Tagungen.

Tabelle 5: Informationsinhalte: Häufigkeiten

<i>Publikationen</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	33	10,2	10,5
monatlich	142	43,8	45,2
wenigstens einmal jährlich	102	31,5	32,5
seltener als einmal jährlich	31	9,6	9,9
nie	6	1,9	1,9
Gesamt	314	96,9	100,0
Fehlend	10	3,1	
<i>Interventionsverfahren</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	37	11,4	11,8
monatlich	125	38,6	39,9
wenigstens einmal jährlich	115	35,5	36,7
seltener als einmal jährlich	23	7,1	7,3
nie	13	4,0	4,2
Gesamt	313	96,6	100,0
Fehlend	11	3,4	
<i>Internet-Links</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	45	13,9	14,6
monatlich	112	34,6	36,2
wenigstens einmal jährlich	81	25,0	26,2
seltener als einmal jährlich	33	10,2	10,7
nie	38	11,7	12,3
Gesamt	309	95,4	100,0
Fehlend	15	4,6	
<i>Veranstaltungen</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	11	3,4	3,6
monatlich	114	35,2	36,9
wenigstens einmal jährlich	138	42,6	44,7
seltener als einmal jährlich	28	8,6	9,1
nie	18	5,6	5,8
Gesamt	309	95,4	100,0
Fehlend	15	4,6	
<i>Diagnostische Verfahren</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	21	6,5	6,6
monatlich	71	21,9	22,4
wenigstens einmal jährlich	164	50,6	51,7
seltener als einmal jährlich	45	13,9	14,2
nie	16	4,9	5,0
Gesamt	317	97,8	100,0

**Tabelle 5 (Fortsetzung):
Informationsinhalte: Häufigkeiten**

<i>Experten</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	7	2,2	2,4
monatlich	56	17,3	19,0
wenigstens einmal jährlich	113	34,9	38,3
seltener als einmal jährlich	76	23,5	25,8
nie	43	13,3	14,6
Gesamt	295	91,0	100,0
Fehlend	29	9,0	

<i>Laufende und abgeschlossene Forschungsprojekte</i>	n	%	% Gültig
Wöchentlich	4	1,2	1,3
monatlich	45	13,9	14,6
wenigstens einmal jährlich	134	41,4	43,4
seltener als einmal jährlich	82	25,3	26,5
nie	44	13,6	14,2
Gesamt	309	95,4	100,0
Fehlend	15	4,6	

<i>Unterrichts- und Lehrmaterialien</i>	n	%	% Gültig
Wöchentlich	14	4,3	4,6
monatlich	55	17,0	17,9
wenigstens einmal jährlich	87	26,9	28,3
seltener als einmal jährlich	81	25,0	26,4
nie	70	21,6	22,8
Gesamt	307	94,8	100,0
Fehlend	17	5,2	

<i>Evaluationsverfahren</i>	n	%	% Gültig
Wöchentlich	6	1,9	2,0
monatlich	24	7,4	7,8
wenigstens einmal jährlich	131	40,4	42,8
seltener als einmal jährlich	98	30,2	32,0
nie	47	14,5	15,4
Gesamt	306	94,4	100,0
Fehlend	18	5,6	

Die Unterschiede zwischen den vier großen Gruppen von Tätigkeitsfeldern **Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie, ABO-Psychologie und Pädagogische Psychologie**¹ sind marginal und mit deren inhaltlichen Anforderungen interpretierbar. So rangieren **Publikationen** bei den ABO-Psychologen an erster Stelle, bei den anderen Tätigkeitsfeldern an zweiter Stelle. Bei diesen ist der erste Rangplatz mit Informationen zu **Interventionsverfahren** besetzt, die bei den ABO-Psychologen Rang vier belegen.

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit ist im Folgenden bei der Textdarstellung vergleichender Analysen bezüglich der angegebenen Tätigkeitsbereiche von Klinischen Psychologen, Gesundheitspsychologen, ABO-Psychologen und Pädagogischen Psychologen die Rede.

Während **Internet-Links** bei den ABO-Psychologen auf Platz zwei rangieren, nennen Pädagogische Psychologen diese Informationsbedarf an dritter Stelle, Klinische Psychologen und Gesundheitspsychologen an vierter Stelle. Informationen zu **Veranstaltungen** belegen bei den Pädagogischen Psychologen Rang fünf und werden in den anderen drei Feldern mit Rang drei stärker nachgefragt. Informationen zur **Diagnostik** belegen bei den Pädagogischen Psychologen den vierten Rang, bei allen anderen Tätigkeitsgruppen Rang fünf. Informationen zu **Tagungsberichten** und **Verbänden/Ver-lagen/Instituten** rangieren bei allen Tätigkeitsfeldern auf dem sechsten bzw. siebten Rangplatz. Auf Rangplatz acht oder neun rangiert die Nachfrage nach **Experten**. Informationsbedarf zu **Forschungsprojekten, Lehrmaterialien und Evaluationsverfahren** belegen für alle Tätigkeitsfelder die letzten Ränge, wobei Forschungsinformationen vergleichsweise häufiger von Klinischen Psychologen, Informationen zur Lehre am häufigsten von ABO-Psychologen nachgefragt werden.

3 Nutzung verschiedener Informationsquellen

22,8 Prozent der Befragten verfügen über eine **eigene Homepage** (Frage 7, vgl. Tabelle 6). 39,2 % nutzen täglich, 62,7 % mindestens einmal pro Woche und 81,5 % mindestens einmal pro Monat das Internet für ihre berufliche Kommunikation (Frage 8; vgl. Tabelle 7).

Tabelle 6: Homepage

	<i>Eigene Homepage</i>	n	%	% Gültig
Gültig	nein	249	76,9	77,1
	ja	74	22,8	22,9
	Gesamt	323	99,7	100,0
Fehlend		1	,3	
Gesamt		324	100,0	

Tabelle 7: Berufliche Internetnutzung

<i>Internetnutzung</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
Täglich	125	38,6	39,2	39,2
Wöchentlich	75	23,1	23,5	62,7
monatlich	60	18,5	18,8	81,5
wenigstens einmal jährlich	28	8,6	8,8	90,3
seltener als einmal jährlich	9	2,8	2,8	93,1
nie	22	6,8	6,9	100,0
Gesamt	319	98,5	100,0	
Fehlend	5	1,5		

Je nach Tätigkeitsfeld existieren Unterschiede in der Internetnutzung bzw. der Verfügbarkeit einer eigenen Homepage: Während 40,8 Prozent der ABO-Psychologen über eine eigene Homepage verfügen, haben eine solche Homepage lediglich 18,8 Prozent der Pädagogischen Psychologen, 18,4 Prozent der

Gesundheitspsychologen und 16,6 Prozent der Klinischen Psychologen. Dementsprechend nutzen etwas mehr als 2/3 der ABO-Psychologen das Internet täglich für ihre berufliche Kommunikation, während die tägliche Nutzung der anderen drei Gruppen bei etwa 1/3 der jeweils Befragten liegt (vgl. Tabelle 8).

Tabelle 8: Berufliche Internetnutzung nach Tätigkeitsfeldern

<i>Internetnutzung in Prozent/Tätigkeitsfeld</i>	Klinische Psychologie	Gesundheitspsychologie	Pädagogische Psychologie	ABO-Psychologie
Täglich	30,9	30,4	36,2	69,0
Wöchentlich	25,5	32,0	29,0	16,9
monatlich	21,2	19,2	13,0	4,2
wenigstens einmal jährlich	9,7	8,8	10,1	4,2
seltener als einmal jährlich	3,5	3,2	1,4	1,4
nie	7,3	6,4	8,7	1,4
Gesamt	98,1	100,0	98,6	97,2
Fehlend	1,9	0	1,4	2,8

Um einen Überblick über die Art und Weise der Informationsgewinnung durch die in der Praxis tätigen Psychologen zu gewinnen, wurde ein breites Feld **möglicher Quellen berufsbezogener Informationen** nach seiner Nutzungshäufigkeit abgefragt (Frage 3). Tabelle 9 zeigt die nach Nutzungshäufigkeit geordneten Quellen. Präferiert werden im Durchschnitt Fachbücher, kollegialer Informationsaustausch, die eigene Bibliothek und Informationssammlung sowie Fachzeitschriften.

Tabelle 9: Nutzung verschiedener Informationsquellen

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
Fachbücher	321	1	5	1.53	.64
Informationsaustausch mit KollegInnen und/oder MitarbeiterInnen	319	1	5	1.67	.83
Eigene Bibliothek	318	1	5	1.69	1.01
Eigene Informationssammlungen	315	1	5	1.79	.94
Fachzeitschriften	323	1	5	1.85	.61
Internet-Suchmaschinen	316	1	5	2.09	1.22
Einschlägige Internet-Domains (Sites)	300	1	5	2.78	1.37
Internet-Linksammlungen	309	1	5	2.91	1.40
Verlagsprogramme/-ankündigungen	317	1	5	2.97	.90
Tagungen und Kongresse	318	2	5	3.14	.70
Bibliotheks- und Verbundkataloge im Internet	313	1	5	3.41	1.23
Lokale Fachbibliotheken	313	1	5	3.42	1.17
Fachdatenbanken	310	1	5	3.70	1.14

1 = wöchentlich, 2 = monatlich, 3 = wenigstens einmal jährlich, 4 = seltener als einmal jährlich, 5 = nie

Die Reihenfolge der mittleren Nutzung der genannten Informationsquellen ist für die **vier großen Gruppen von Tätigkeitsfeldern** Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie, ABO-Psychologie und

Pädagogische Psychologie nahezu identisch, lediglich die Nutzung von **Suchmaschinen** durch ABO-Psychologen (AM = 1.67; Rang 4) unterscheidet sich von den anderen Gruppen (jeweils Rang 6).

Tabelle 10: Nutzung verschiedener Informationsquellen: Häufigkeiten

<i>Fachbücher</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	172	53,1	53,6
monatlich	130	40,1	40,5
wenigstens einmal jährlich	17	5,2	5,3
seltener als einmal jährlich	1	,3	,3
nie	1	,3	,3
Gesamt	321	99,1	100,0
Fehlend	3	,9	
<i>Austausch mit KollegInnen/ MitarbeiterInnen</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	165	50,9	51,7
monatlich	106	32,7	33,2
wenigstens einmal jährlich	39	12,0	12,2
seltener als einmal jährlich	6	1,9	1,9
nie	3	,9	,9
Gesamt	319	98,5	100,0
Fehlend	5	1,5	
<i>Eigene Bibliothek</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	176	54,3	55,3
monatlich	102	31,5	32,1
wenigstens einmal jährlich	18	5,6	5,7
seltener als einmal jährlich	8	2,5	2,5
nie	14	4,3	4,4
Gesamt	318	98,1	100,0
Fehlend	6	1,9	
<i>Eigene Informationssammlungen</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	143	44,1	45,4
monatlich	121	37,3	38,4
wenigstens einmal jährlich	33	10,2	10,5
seltener als einmal jährlich	9	2,8	2,9
nie	9	2,8	2,9
Gesamt	315	97,2	100,0
Fehlend	9	2,8	
<i>Fachzeitschriften</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	80	24,7	24,8
monatlich	217	67,0	67,2
wenigstens einmal jährlich	22	6,8	6,8
seltener als einmal jährlich	2	,6	,6
nie	2	,6	,6
Gesamt	323	99,7	100,0
Fehlend	1	,3	
<i>Internet-Suchmaschinen</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	134	41,4	42,4
monatlich	85	26,2	26,9
wenigstens einmal jährlich	54	16,7	17,1
seltener als einmal jährlich	21	6,5	6,6
nie	22	6,8	7,0
Gesamt	316	97,5	100,0
Fehlend	8	2,5	

**Tabelle 10 (Fortsetzung):
Nutzung verschiedener Informationsquellen: Häufigkeiten**

<i>Einschlägige Internet-Domains (Sites)</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	59	18,2	19,7
monatlich	90	27,8	30,0
wenigstens einmal jährlich	66	20,4	22,0
seltener als einmal jährlich	29	9,0	9,7
nie	56	17,3	18,7
Gesamt	300	92,6	100,0
Fehlend	24	7,4	
<i>Internet-Linksammlungen</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	57	17,6	18,4
monatlich	83	25,6	26,9
wenigstens einmal jährlich	63	19,4	20,4
seltener als einmal jährlich	42	13,0	13,6
nie	64	19,8	20,7
Gesamt	309	95,4	100,0
Fehlend	15	4,6	
<i>Verlagsprogramme/-ankündigungen</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	6	1,9	1,9
monatlich	91	28,1	28,7
wenigstens einmal jährlich	149	46,0	47,0
seltener als einmal jährlich	47	14,5	14,8
nie	24	7,4	7,6
Gesamt	317	97,8	100,0
Fehlend	7	2,2	
<i>Tagungen und Kongresse</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	-	-	-
monatlich	41	12,7	12,9
wenigstens einmal jährlich	211	65,1	66,4
seltener als einmal jährlich	48	14,8	15,1
nie	18	5,6	5,7
Gesamt	318	98,1	100,0
Fehlend	6	1,9	
<i>Bibliotheks- und Verbundkataloge im Internet</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	15	4,6	4,8
monatlich	68	21,0	21,7
wenigstens einmal jährlich	91	28,1	29,1
seltener als einmal jährlich	52	16,0	16,6
nie	87	26,9	27,8
Gesamt	313	96,6	100,0
Fehlend	11	3,4	
<i>Lokale Fachbibliotheken</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	19	5,9	6,1
monatlich	51	15,7	16,3
wenigstens einmal jährlich	90	27,8	28,8
seltener als einmal jährlich	84	25,9	26,8
nie	69	21,3	22,0
Gesamt	313	96,6	100,0
Fehlend	11	3,4	

**Tabelle 10 (Fortsetzung):
Nutzung verschiedener Informationsquellen: Häufigkeiten**

<i>Fachdatenbanken</i>	n	%	% Gültig
wöchentlich	8	2,5	2,6
monatlich	43	13,3	13,9
wenigstens einmal jährlich	84	25,9	27,1
seltener als einmal jährlich	75	23,1	24,2
nie	100	30,9	32,3
Gesamt	310	95,7	100,0
Fehlend	14	4,3	

Wie Tabelle 10 zeigt, haben etwa 2/3 der Befragten schon einmal eine Fachdatenbank genutzt. Immerhin 43,6 Prozent aller Befragten nutzen wenigstens einmal jährlich Fachdatenbanken, 16,5 Prozent wenigstens monatlich.

Während die Nutzung von nicht EDV-gebundenen, „traditionellen“ Quellen, wie Fachzeitschriften, Tagungen und eigene Bibliotheken erwartungsgemäß nicht mit der sonstigen beruflichen Nutzung des Internets zusammenhängt (Frage 8), belegen die Daten, dass die berufliche Nutzung von Internet-Informationsquellen durchweg hochsignifikant zwischen .37** und 59** mit der sonstigen Internet-Nutzung korreliert (vgl. Tabelle 11).

**Tabelle 11:
Korrelation der Nutzung von Informationsquellen mit der Internetnutzung**

	Nutzung des Internet
Fachbücher	.10
Fachzeitschriften	.13*
Lokale Fachbibliotheken	.26*
Bibliotheks- und Verbundkataloge im Internet	.43**
Verlagsprogramme/-ankündigungen	.10
Fachdatenbanken	.37**
Internet-Suchmaschinen	.59**
Internet-Linksammlungen	.42**
Einschlägige Internet-Domains (Sites)	.49**
Tagungen und Kongresse	.23**
Informationsaustausch mit KollegInnen und/oder MitarbeiterInnen	.06
Eigene Informationssammlungen	.12*
Eigene Bibliothek	.10

** p < .01; * .01 < p < .05

Das Geschlecht spielt bei der Nutzung traditioneller Quellen keine Rolle, hat jedoch einen signifikanten Einfluss auf die Nutzung von Suchmaschinen, einschlägigen Internet-Domains und Bibliotheks- und Verbundkatalogen im Internet. Diese werden von Männern signifikant häufiger genutzt als von Frauen (vgl. Tabelle 12).

Alter und Tätigkeitsjahre im Beruf haben keinen bedeutsamen Einfluss auf die Nutzung der untersuchten Informationsquellen. Lediglich der Austausch mit Kolleginnen bzw. Kollegen verringert sich mit zunehmendem Alter signifikant (.18**).

Tabelle 12:
Korrelationen der Nutzung verschiedener Informationsquellen mit Geschlecht, Alter und Tätigkeitsjahre

	Geschlecht 1 = w; 2 = m	Alter	Tätigkeits- jahre
Fachbücher	.04	-.09	-.08
Fachzeitschriften	.01	-.07	-.09
Lokale Fachbibliotheken	-.11	.06	-.02
Bibliotheks- und Verbundkataloge im Internet	-.11*	.10	.09
Verlagsprogramme/-ankündigungen	-.09	-.10	-.09
Fachdatenbanken	-.10	.10	.06
Internet-Suchmaschinen	-.15**	.12*	.06
Internet-Linksammlungen	-.10	.09	.04
Einschlägige Internet-Domains (Sites)	-.19**	.12*	.01
Tagungen und Kongresse	-.04	-.10	-.13*
Informationsaustausch mit KollegInnen und/oder MitarbeiterInnen	.10	.18**	-.01
Eigene Informationssammlungen	.08	.02	-.07
Eigene Bibliothek	-.01	-.06	-.12*

** p < .01; * .01 < p < .05

4 Nutzung von Fachdatenbanken

Von allen Befragten kennen **59,9 % PSYINDEX. Dieser Dienst ist somit der mit Abstand bekannteste** (vgl. Tabelle 13). Bereits mit deutlichem Abstand folgen Medline mit einem Bekanntheitsgrad von 33 % und PsycINFO mit 20,4 %. Auf den weiteren Rängen folgen die ZPID-Dienste PSYINDEXplus (19,4 %) und PSYTKOM (17,9 %) Nur noch marginale Bedeutung haben SOLIS (3,7 %) ePsyche (3,4 %), FORIS (3,4 %) und FIS Bildung Literaturdatenbank (2,8 %).

Es bestehen **zum Teil deutliche Unterschiede in der Bekanntheit der Datenbanken zwischen den Tätigkeitsfeldern**. Bei PSYINDEX liegen die ABO-Psychologen mit einem Bekanntheitsgrad von 71,8 Prozent an der Spitze, gefolgt von den anderen drei Tätigkeitsbereichen mit jeweils etwa 60 Prozent. PsycINFO ist am bekanntesten bei den Pädagogischen Psychologen (24,6 %) und ABO-Psychologen (25,4 %), und damit um etwa 8 Prozentpunkte bekannter als bei den Klinischen Psychologen (17,0 %) und Gesundheitspsychologen (17,6 %). PSYINDEXplus ist vergleichsweise weniger bekannt bei den Klinischen Psychologen (17,0 %) als in den anderen Tätigkeitsfeldern (alle etwa 23 %). In der Bekanntheit von PSYTKOM liegen wiederum die ABO-Psychologen mit 28,2 Prozent etwa 10 Prozentpunkte vor den anderen Bereichen.

Tabelle 13: Bekanntheit von Fachdatenbanken

<i>PSYINDEX</i>	Gesamtstichprobe			% nach Tätigkeitsbereichen			
	n	%	% Gültig	Klin. Psy.	ABO- Psy.	Pädag. Psy.	Gesund. psy.
bekannt	193	59,6	69,9	57,5	71,8	60,9	57,6
unbekannt	83	25,6	30,1				
Gesamt	276	85,2	100,0				
Fehlend	48	14,8					
<i>Medline</i>	n	%	% Gültig				
bekannt	107	33,0	41,8	33,6	32,4	34,8	36,8
unbekannt	149	46,0	58,2				
Gesamt	256	79,0	100,0				
Fehlend	68	21,0					
<i>PsycINFO</i>	n	%	% Gültig				
bekannt	66	20,4	26,8	17,0	25,4	24,6	17,6
unbekannt	180	55,6	73,2				
Gesamt	246	75,9	100,0				
Fehlend	78	24,1					
<i>PSYINDEXplus with TestFinder</i>	n	%	% Gültig	Klin. Psy.	ABO- Psy.	Pädag. Psy.	Gesund. Psy.
bekannt	63	19,4	25,2	17,0	22,5	23,2	22,4
unbekannt	187	57,7	74,8				
Gesamt	250	77,2	100,0				
Fehlend	74	22,8					
<i>PSYTKOM</i>	n	%	% Gültig				
bekannt	58	17,9	23,2	15,1	28,2	18,8	18,4
unbekannt	192	59,3	76,8				
Gesamt	250	77,2	100,0				
Fehlend	74	22,8					
<i>SOLIS</i>	n	%	% Gültig				
bekannt	12	3,7	5,0	1,9	5,6	4,3	0,8
unbekannt	230	71,0	95,0				
Gesamt	242	74,7	100,0				
Fehlend	82	25,3					
<i>ePsyche</i>	n	%	% Gültig				
bekannt	11	3,4	4,6	3,1	1,4	5,8	4,0
unbekannt	230	71,0	95,4				
Gesamt	241	74,4	100,0				
Fehlend	83	25,6					
<i>FORIS</i>	n	%	% Gültig				
bekannt	11	3,4	4,6	2,7	1,4	1,4	1,6
unbekannt	230	71,0	95,4				
Gesamt	241	74,4	100,0				
Fehlend	83	25,6					

**Tabelle 13 (Fortsetzung):
Bekanntheit von Fachdatenbanken**

<i>FIS Bildung</i>	n	%	% Gültig				
<i>Literaturdatenbank</i>							
bekannt	9	2,8	3,7	1,5	2,8	7,2	1,6
unbekannt	235	72,5	96,3				
Gesamt	244	75,3	100,0				
Fehlend	80	24,7					

Dieses Ergebnis spiegelt sich auch in den Mittelwerten der **Nutzungshäufigkeit der genannten Fachdatenbanken**. Am **häufigsten wird PSYINDEX genutzt** (AM = 3.76), gefolgt von Medline (AM = 4.03) , PsycINFO (AM = 4.27), PSYINDEXplus (4.34) und PSYTKOM (4.46). Die mittlere Nutzung dieser Dienste bewegt sich in der Kategorie “seltener als einmal jährlich“. Alle anderen Dienste finden sich im Mittel in der Kategorie „nie“.

Tabelle 14: Nutzung von Fachdatenbanken

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
PSYINDEX	234	1	5	3.76	1.14
Medline	199	1	5	4.03	1.18
PsycINFO	177	1	5	4.27	1.18
PSYINDEXplus with TestFinder	180	1	5	4.34	1.10
PSYTKOM	179	1	5	4.46	1.01
SOLIS	164	1	5	4.84	.57
ePsyche	164	1	5	4.84	.60
FORIS	164	1	5	4.87	.51
FIS Bildung Literaturdatenbank	164	1	5	4.88	.49

1 = wöchentlich, 2 = monatlich, 3 = wenigstens einmal jährlich, 4 = seltener als einmal jährlich, 5 = nie

Zwischen den Tätigkeitsfeldern gibt es nur geringere Unterschiede bei der Nutzung: PSYINDEX rangiert bei allen an der Spitze. Bei Klinischen Psychologen und Gesundheitspsychologen rangiert Medline an zweiter Stelle. Diese ist bei den ABO-Psychologen und Pädagogischen Psychologen durch PsycINFO besetzt. PSYINDEXplus wird vergleichsweise häufiger durch Gesundheitspsychologen, PSYTKOM etwas häufiger durch die ABO-Psychologen genutzt.

Das **Nutzungsverhalten** in Bezug auf die Gesamtstichprobe kann differenzierter **in den Häufigkeitsverteilungen der jeweiligen Kategorien** betrachtet werden (vgl. Tabelle 15). PSYINDEX, Medline, PsycINFO, PSYINDEXplus und PSYTKOM werden etwa von 10 Prozent der Befragten mindestens einmal monatlich oder öfter genutzt, während alle anderen Dienste nur von 0,6 bis 5,6 Prozent der Befragten mindestens monatlich genutzt werden.

In der Kategorie der mindestens jährlichen Nutzung liegt PSYINDEX mit 40,2 Prozent deutlich an der Spitze, es folgen Medline (32,2 %), PsycINFO (24,3 %), PSYINDEXplus (22,2 %) und PSYTKOM (16,8 %).

Tabelle 15: Nutzung verschiedener Fachdatenbanken: Häufigkeiten

<i>PSYINDEX</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	10	3,1	4,3	4,3
monatlich	21	6,5	9,0	13,2
wenigstens einmal jährlich	63	19,4	26,9	40,2
seltener als einmal jährlich	61	18,8	26,1	66,2
nie	79	24,4	33,8	100,0
Gesamt	234	72,2	100,0	
Fehlend	90	27,8		
<i>Medline</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	6	1,9	3,0	3,0
monatlich	21	6,5	10,6	13,6
wenigstens einmal jährlich	37	11,4	18,6	32,2
seltener als einmal jährlich	32	9,9	16,1	48,2
nie	103	31,8	51,8	100,0
Gesamt	199	61,4	100,0	
Fehlend	125	38,6		
<i>PsycINFO</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	8	2,5	4,5	4,5
monatlich	11	3,4	6,2	10,7
wenigstens einmal jährlich	24	7,4	13,6	24,3
seltener als einmal jährlich	16	4,9	9,0	33,3
nie	118	36,4	66,7	100,0
Gesamt	177	54,6	100,0	
Fehlend	147	45,4		
<i>PSYINDEXplus with TestFinder</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	5	1,5	2,8	2,8
monatlich	11	3,4	6,1	8,9
wenigstens einmal jährlich	24	7,4	13,3	22,2
seltener als einmal jährlich	17	5,2	9,4	31,7
nie	123	38,0	68,3	100,0
Gesamt	180	55,6	100,0	
Fehlend	144	44,4		
<i>PSYTKOM</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	6	1,9	3,4	3,4
monatlich	4	1,2	2,2	5,6
wenigstens einmal jährlich	20	6,2	11,2	16,8
seltener als einmal jährlich	21	6,5	11,7	28,5
nie	128	39,5	71,5	100,0
Gesamt	179	55,2	100,0	
Fehlend	145	44,8		

**Tabelle 15 (Fortsetzung):
Nutzung verschiedener Fachdatenbanken: Häufigkeiten**

<i>SOLIS</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	1	,3	,6	,6
monatlich	2	,6	1,2	1,8
wenigstens einmal jährlich	4	1,2	2,4	4,3
seltener als einmal jährlich	8	2,5	4,9	9,1
nie	149	46,0	90,9	100,0
Gesamt	164	50,6	100,0	
Fehlend	160	49,4		
<i>ePsyche</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	1	,3	,6	,6
monatlich	3	,9	1,8	2,4
wenigstens einmal jährlich	3	,9	1,8	4,3
seltener als einmal jährlich	7	2,2	4,3	8,5
nie	150	46,3	91,5	100,0
Gesamt	164	50,6	100,0	
Fehlend	160	49,4		
<i>FORIS</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	1	,3	,6	,6
monatlich	1	,3	,6	1,2
wenigstens einmal jährlich	3	,9	1,8	3,0
seltener als einmal jährlich	9	2,8	5,5	8,5
nie	150	46,3	91,5	100,0
Gesamt	164	50,6	100,0	
Fehlend	160	49,4		
<i>FIS Bildung Literaturdatenbank</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	1	,3	,6	,6
monatlich	1	,3	,6	1,2
wenigstens einmal jährlich	2	,6	1,2	2,4
seltener als einmal jährlich	9	2,8	5,5	7,9
nie	151	46,6	92,1	100,0
Gesamt	164	50,6	100,0	
Fehlend	160	49,4		

Die Nutzung der am häufigsten frequentierten Fachdatenbanken PSYINDEX, Medline, PsycINFO, PSYINDEXplus with Testfinder und PSYTKOM korreliert positiv signifikant mit der sonstigen beruflichen Nutzung des Internets (Frage 8), während die Nutzung der wenig frequentierten Dienste SOLIS, ePsyche, FORIS und FIS Bildung Literaturdatenbank unabhängig von der sonstigen beruflichen Internet-Nutzung ist (vgl. Tabelle 16).

Tabelle 16: Korrelationen der Nutzung von Fachdatenbanken mit der Internetnutzung

	Nutzung des Internet 1 = täglich; 6 = nie
PSYNDEX	.27**
PSYTKOM	.24**
PSYNDEXplus	.22**
PsycINFO	.28**
ePsyche	.02
SOLIS	.05
FORIS	.02
FIS Bildung Literaturdatenbank	.04
Medline	.23**

** $p < .01$; * $.01 < p < .05$

Geschlecht, Alter und Tätigkeitsjahre im Beruf haben keinen bedeutsamen Einfluss auf die Nutzung der untersuchten Fachdatenbanken.

5 Bekanntheit und Nutzung von Internet-Informationsdiensten

Tabelle 17 zeigt die Bekanntheit verschiedener Internet-Informationsdienste in absteigender Reihenfolge (Frage 5a). **Google ist mit 93,2 Prozent den meisten Personen bekannt.** Es folgen BDP (89,5 %) und Hogrefe (85,8 %). Etwas mehr als die Hälfte der Befragten kennen ZPID (53,7 %) und DGPs (53,1 %). Tendenziell sind die genannten Quellen unter den ABO-Psychologen und Pädagogischen Psychologen bekannter als unter den Klinischen Psychologen und Gesundheitspsychologen.

Tabelle 17: Bekanntheit von Internet-Quellen

	Gesamtstichprobe			% nach Tätigkeitsbereichen			
	n	%	% Gültig	Klin. Psy.	ABO-Psy.	Pädag. Psy.	Gesund. psy.
<i>Google</i>							
bekannt	302	93,2	97,7	92,3	98,6	97,1	93,6
unbekannt	7	2,2	2,3				
Gesamt	309	95,4	100,0				
Fehlend	15	4,6					
<i>BDP</i>							
bekannt	290	89,5	94,5	89,2	90,1	98,6	91,2
unbekannt	17	5,2	5,5				
Gesamt	307	94,8	100,0				
Fehlend	17	5,2					
<i>Hogrefe</i>							
bekannt	278	85,8	91,7	85,3	85,9	94,2	94,1
unbekannt	25	7,7	8,3				
Gesamt	303	93,5	100,0				
Fehlend	21	6,5					

Tabelle 17 (Fortsetzung): Bekanntheit von Internet-Quellen

ZPID	n	%	% Gültig				
bekannt	174	53,7	61,9	51,4	63,4	53,6	49,6
unbekannt	107	33,0	38,1				
Gesamt	281	86,7	100,0				
Fehlend	43	13,3					
<hr/>							
DGPs	n	%	% Gültig				
bekannt	172	53,1	63,7	51,0	52,1	59,4	51,2
unbekannt	98	30,2	36,3				
Gesamt	270	83,3	100,0				
Fehlend	54	16,7					
<hr/>							
APA	n	%	% Gültig				
bekannt	97	29,9	38,0	29,0	28,2	30,4	24,8
unbekannt	158	48,8	62,0				
Gesamt	255	78,7	100,0				
Fehlend	69	21,3					
<hr/>							
Deutscher Bildungsserver	n	%	% Gültig				
bekannt	30	9,3	12,2	5,8	11,3	21,7	6,4
unbekannt	215	66,4	87,8				
Gesamt	245	75,6	100,0				
Fehlend	79	24,4					
<hr/>							
Virtuelle Fachbibliothek Psychologie	n	%	% Gültig				
bekannt	19	5,9	7,6	5,0	5,6	4,3	4,0
unbekannt	230	71,0	92,4				
Gesamt	249	76,9	100,0				
Fehlend	75	23,1					
<hr/>							
PsychSpider	n	%	% Gültig				
bekannt	11	3,4	4,6	2,7	4,2	1,4	4,8
unbekannt	229	70,7	95,4				
Gesamt	240	74,1	100,0				
Fehlend	84	25,9					

Der Bekanntheitsgrad spiegelt sich auch in der **Nutzung der Informationsdienste** wider (Frage 5b; vgl. Tabelle 18) Es finden sich **keine beachtenswerten Unterschiede** in der Rangreihe der Nutzungshäufigkeiten **zwischen den Tätigkeitsfeldern** Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie, ABO-Psychologie und Pädagogische Psychologie.

Tabelle 18: Nutzung von Internet-Quellen

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
Google	299	1	5	1.74	1.08
BDP	294	1	5	2.87	.95
Hogrefe	281	1	5	3.10	1.04
DGPs	232	1	5	3.83	1.14
ZPID	245	1	5	4.02	1.09
APA	203	1	5	4.40	.94
Deutscher Bildungsserver	194	1	5	4.70	.80
Virtuelle Fachbibliothek Psychologie	193	1	5	4.82	.62
PsychSpider	185	2	5	4.88	.51

1 = wöchentlich, 2 = monatlich, 3 = wenigstens einmal jährlich, 4 = seltener als einmal jährlich, 5 = nie

Tabelle 19 zeigt die **Häufigkeiten der Nutzung der Internet-Informationsdienste**. Google wird von 53,4 Prozent der Befragten wöchentlich genutzt, BDP und Hogrefe meistens monatlich oder wenigstens einmal jährlich. APA, Deutscher Bildungsserver, Virtuelle Fachbibliothek Psychologie und PsychSpider werden von ca. der Hälfte der Befragten nie genutzt. Viele der Befragten machen zu den weniger frequentierten Internet-Informationsdiensten keine Angabe.

Tabelle 19: Nutzung von Internet-Quellen: Häufigkeiten

<i>Google</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	173	53,4	57,9	57,9
monatlich	69	21,3	23,1	80,9
wenigstens einmal jährlich	34	10,5	11,4	92,3
seltener als einmal jährlich	9	2,8	3,0	95,3
nie	14	4,3	4,7	100,0
Gesamt	299	92,3	100,0	
Fehlend	25	7,7		
<i>BDP</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	8	2,5	2,7	2,7
monatlich	104	32,1	35,4	38,1
wenigstens einmal jährlich	127	39,2	43,2	81,3
seltener als einmal jährlich	28	8,6	9,5	90,8
nie	27	8,3	9,2	100,0
Gesamt	294	90,7	100,0	
Fehlend	30	9,3		
<i>Hogrefe</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	10	3,1	3,6	3,6
monatlich	70	21,6	24,9	28,5
wenigstens einmal jährlich	119	36,7	42,3	70,8
seltener als einmal jährlich	45	13,9	16,0	86,8
nie	37	11,4	13,2	100,0
Gesamt	281	86,7	100,0	
Fehlend	43	13,3		
<i>DGPs</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	2	,6	,9	,9
monatlich	31	9,6	13,4	14,2
wenigstens einmal jährlich	69	21,3	29,7	44,0
seltener als einmal jährlich	32	9,9	13,8	57,8
nie	98	30,2	42,2	100,0
Gesamt	232	71,6	100,0	
Fehlend	92	28,4		
<i>ZPID</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	5	1,5	2,0	2,0
monatlich	19	5,9	7,8	9,8
wenigstens einmal jährlich	56	17,3	22,9	32,7
seltener als einmal jährlich	51	15,7	20,8	53,5
nie	114	35,2	46,5	100,0
Gesamt	245	75,6	100,0	
Fehlend	79	24,4		

Tabelle 19 (Fortsetzung): Nutzung von Internet-Quellen: Häufigkeiten

<i>APA</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	2	,6	1,0	1,0
monatlich	8	2,5	3,9	4,9
wenigstens einmal jährlich	28	8,6	13,8	18,7
seltener als einmal jährlich	33	10,2	16,3	35,0
nie	132	40,7	65,0	100,0
Gesamt	203	62,7	100,0	
Fehlend	121	37,3		
<hr/>				
<i>Deutscher Bildungsserver</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	1	,3	,5	,5
monatlich	8	2,5	4,1	4,6
wenigstens einmal jährlich	11	3,4	5,7	10,3
seltener als einmal jährlich	9	2,8	4,6	14,9
nie	165	50,9	85,1	100,0
Gesamt	194	59,9	100,0	
Fehlend	130	40,1		
<hr/>				
<i>Virtuelle Fachbibliothek Psychologie</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	1	,3	,5	,5
monatlich	3	,9	1,6	2,1
wenigstens einmal jährlich	8	2,5	4,1	6,2
seltener als einmal jährlich	5	1,5	2,6	8,8
nie	176	54,3	91,2	100,0
Gesamt	193	59,6	100,0	
Fehlend	131	40,4		
<hr/>				
<i>PsychSpider</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	-	-	-	-
monatlich	3	,9	1,6	1,6
wenigstens einmal jährlich	5	1,5	2,7	4,3
seltener als einmal jährlich	3	,9	1,6	5,9
nie	174	53,7	94,1	100,0
Gesamt	185	57,1	100,0	
Fehlend	139	42,9		

Wie bereits bei den Fachdatenbanken lassen die Daten über den **Zusammenhang der Nutzung von Internet-Informationsdiensten und der sonstigen Internet-Nutzung** zwei Gruppen differenzieren (vgl. Tabelle 20). Die Gruppe der häufiger genutzten Dienste (Google, BDP, Hogrefe, DGPs, ZPID und APA) korreliert signifikant positiv mit der sonstigen beruflichen Nutzung des Internets (Frage 8), während die Nutzung der wenig genutzten Dienste (Deutscher Bildungsserver, Virtuelle Fachbibliothek Psychologie und PsychSpider) unabhängig von der sonstigen beruflichen Internet-Nutzung ist.

Tabelle 20:
Korrelationen der Nutzung von Internet-Informationsdiensten mit der Internetnutzung

	Nutzung des Internet 1 = täglich; 6 = nie
ZPID	.29**
BDP	.25**
DGPs	.28**
APA	.30**
Deutscher Bildungsserver	.15*
Virtuelle Fachbibliothek Psychologie	.08
Hogrefe	.23**
PsychSpider	.14
Google	.47**

** $p < .01$; * $.01 < p < .05$

Wiederum besitzen Geschlecht, Alter und Tätigkeitsjahre im Beruf keinen bedeutsamen Zusammenhang mit der Nutzung der untersuchten Informationsdienste.

6 Anforderungen an Internet-Informationsdienste

Die teilnehmenden Praktiker konnten auf einer sechsstufigen Skala mehrere **Bewertungskriterien für Internet-Informationsdienste nach ihrer Wichtigkeit von 1 = sehr wichtig bis 6 = völlig unwichtig einschätzen** (Frage 6). Die Ergebnisse sind in der Rangreihe ihrer Wichtigkeit in Tabelle 21 zusammengefasst.

Alle vorgegebenen Merkmale eines Internet-Informationsdienstes liegen im Bereich zwischen eher wichtig und sehr wichtig, wobei **Seriosität, Aktualität, unkomplizierte Suchtechnologie und geprüfte Fachinformationen** als **besonders wichtig** („sehr wichtig“) erachtet werden. Wesentliche Unterschiede zwischen den **Tätigkeitsfeldern** Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie, ABO-Psychologie und Pädagogische Psychologie **gibt es hier nicht**.

Als „wichtig“ werden im Mittel niedrige Nutzungskosten, die Schnelligkeit der Auftragsbearbeitung, Themenspezifität, Internationalität, Interdisziplinarität und die Weiterverarbeitbarkeit der gefundenen Informationen eingestuft.

Die geringste Bedeutung besitzen die Unterstützung der Recherche durch Hilfsfunktionen (z. B. digitale Assistenten) und die Möglichkeit der Personalisierung oder Individualisierung, die beide im Mittel als „eher wichtig“ erachtet werden.

Tabelle 21: Nutzung von Internet-Quellen

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
Seriosität	316	1	3	1.26	.50
Aktualität	316	1	4	1.41	.62
Unkomplizierte Suchtechnologie	315	1	5	1.46	.71
Geprüfte Fachinformationen	314	1	4	1.65	.77
Niedrige Nutzungskosten	316	1	5	2.04	1.02
Schnelligkeit der Auftragsbearbeitung	314	1	5	2.11	.90
Themenspezifität	313	1	6	2.15	.97
Internationalität	312	1	5	2.46	.92
Interdisziplinarität	311	1	5	2.50	.93
Weiterverarbeitbarkeit der gefundenen Informationen	310	1	6	2.64	1.23
Unterstützung der Recherche durch Hilfsfunktionen (z. B. digitale Assistenten)	307	1	6	3.11	1.13
Möglichkeit der Personalisierung oder Individualisierung	298	1	6	3.11	1.10

1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = eher wichtig, 4 = eher unwichtig, 5 = unwichtig, 6 = völlig unwichtig

7 Meinungen zu Online-Volltextdiensten

Etwas mehr als der Hälfte der Befragten sind Online-Volltextdienste unbekannt. Sie werden im Durchschnitt seltener als einmal jährlich genutzt, wobei jedoch etwa 1/3 der Befragten Online-Volltextdienste wenigstens einmal jährlich oder öfter nutzt (Frage 9 und 10; vgl. Tabellen 22, 23 und 24).

Tabelle 22: Bekanntheit: Online-Volltextdienste

<i>Bekanntheit: Online-Volltextdienste</i>	n	%	% Gültig
unbekannt	185	57,1	57,6
bekannt	136	42,0	42,4
Gesamt	321	99,1	100,0
Fehlend	3	,9	

Tabelle 23: Nutzung von Online-Volltextdiensten

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
Nutzung von Online-Volltextdiensten	311	1	5	4.02	1.26

1 = wöchentlich, 2 = monatlich, 3 = wenigstens einmal jährlich, 4 = seltener als einmal jährlich, 5 = nie

Tabelle 24: Nutzung von Online-Volltextdiensten: Häufigkeiten

	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	11	3,4	3,5	3,5
monatlich	40	12,3	12,9	16,4
wenigstens einmal jährlich	56	17,3	18,0	34,4
seltener als einmal jährlich	28	8,6	9,0	43,4
nie	176	54,3	56,6	100,0
Gesamt	311	96,0	100,0	
Fehlend	13	4,0		

Tendenziell lässt sich eine Rangreihe der mittleren Nutzungshäufigkeit nach Tätigkeitsfeldern bilden. An der Spitze liegen ABO-Psychologen (AM = 3.65), gefolgt von Pädagogischen Psychologen (AM = 3.85), Klinischen Psychologen (AM = 4.13) und Gesundheitspsychologen (AM = 4.17)

Trotz der geringen Bekanntheit und Nutzung von Online-Volltextdiensten, wird ihnen eine „eher große“ Bedeutung beigemessen (Frage 11; vgl. Tabellen 25, 26).

Tabelle 25: Bedeutung von Online-Volltextdiensten

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
Bedeutung von Online-Volltextdiensten	285	1	6	2.61	1.05

1 = sehr groß, 2 = groß, 3 = eher groß, 4 = eher gering, 5 = gering, 6 = sehr gering

Tabelle 26: Bedeutung von Online-Volltextdiensten: Häufigkeiten

<i>Internetnutzung</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
sehr groß	42	13,0	14,7	14,7
groß	81	25,0	28,4	43,2
eher groß	125	38,6	43,9	87,0
eher gering	26	8,0	9,1	96,1
gering	4	1,2	1,4	97,5
sehr gering	7	2,2	2,5	100,0
Gesamt	285	88,0	100,0	
Fehlend	39	12,0		

8 Individuelle Einschätzungen zur Informationsversorgung

Mit der Verfügbarkeit der für ihre Tätigkeit wesentlichen Informationen sind die Befragten im Mittel eher zufrieden (Frage 13; vgl. Tabellen 27 und 28). In diesem Urteil gibt es keine Unterschiede zwischen Befragten aus den unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen.

Tabelle 27: Zufriedenheit mit der Verfügbarkeit berufsbezogener Informationen

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
	321	1	6	2.94	.83

1 = sehr zufrieden, 2 = zufrieden, 3 = eher zufrieden, 4 = eher unzufrieden, 5 = unzufrieden, 6 = sehr unzufrieden

Tabelle 28:
Zufriedenheit mit der Verfügbarkeit berufsbezogener Informationen: Häufigkeiten

<i>Internetnutzung</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
sehr zufrieden	6	1,9	1,9	1,9
zufrieden	89	27,5	27,7	29,6
eher zufrieden	158	48,8	49,2	78,8
eher unzufrieden	56	17,3	17,4	96,3
unzufrieden	11	3,4	3,4	99,7
sehr unzufrieden	1	,3	,3	100,0
Gesamt	321	99,1	100,0	
Fehlend	3	,9		

Nur durchschnittlich einmal jährlich beklagen die Befragten, wichtige Informationen zu spät zu erhalten (Frage 12; vgl. Tabellen 29 und 30).

Tabelle 29: Berufsbezogene Informationen zu spät

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
	319	1	5	3.15	.86

1 = wöchentlich, 2 = monatlich, 3 = wenigstens einmal jährlich, 4 = seltener als einmal jährlich, 5 = nie

Tabelle 30: Berufsbezogene Informationen zu spät: Häufigkeiten

	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	8	2,5	2,5	2,5
monatlich	54	16,7	16,9	19,4
wenigstens einmal jährlich	160	49,4	50,2	69,6
seltener als einmal jährlich	77	23,8	24,1	93,7
nie	20	6,2	6,3	100,0
Gesamt	319	98,5	100,0	
Fehlend	5	1,5		

Als offene Frage wurde die **optimale Versorgung mit relevanten Informationen** erfasst (Frage 14). Von den 324 Befragten machten 199 Personen eine Angabe zu dieser Frage.

Für einige wenige der Befragten stellt sich zunächst die Frage nach den **Voraussetzungen** für eine ausreichende Informationsversorgung. So haben sie z. B. noch keinen Internetzugang oder beklagen die Abwesenheit von KollegInnen zum fachlichen Austausch.

Viele der Befragten (50 Nennungen) äußern den Wunsch nach einem **Online-Newsletter**, der aktuelle Informationen zu dem persönlichen Fachgebiet beinhalten sollte. Dabei legen die Befragten Wert auf den konkreten Bezug des Newsletters zu konkreten Themen, bzw. auf den Bezug zu einem persönlichen Profil. Ebenso über das Internet sind leicht zu bedienende Suchmaschinen denkbar sowie die Teilnahme an themenspezifischen Diskussionsforen.

Eine weitere große Gruppe der Befragten kann sich eine **optimale Informationsversorgung auch unabhängig vom Internet** vorstellen. Ideen hierzu sind Fachzeitschriften, eine erweiterbare eigene

Handbibliothek oder Prospekte mit Inhaltsangaben von Zeitschriften, Bekanntgaben von Neuerscheinungen und Rezensionen von Büchern.

Neben diesen konkreten Ideen werden **Eigenschaften** genannt, die eine optimale Informationsversorgung ausmachen:

- einfach, benutzerfreundlich
- kostenfrei oder -günstig
- kontinuierlich, regelmäßig
- nicht redundant, spezifisch für eigenes Berufsprofil
- schnell verfügbar
- nicht zu viel (Angst vor Infoflut), nicht zu wenig

9 Nutzung und Bewertung der ZPID- Angebote

9.1 PSYINDEX, PSYTKOM, PSYINDEXplus with Testfinder

Obleich fast 70 Prozent der Befragten das ZPID kennen (Frage 15; vgl. Tabelle 31), wird **PSYINDEX** im Durchschnitt seltener als einmal jährlich genutzt (AM = 4.11), **PSYTKOM** (AM = 4.69) und **PSYINDEXplus with TestFinder** (AM = 4.64) noch seltener (Frage 16; vgl. Tabelle 32).

Die **Bekanntheit des ZPID variiert zwischen den Tätigkeitsfeldern**: Während 74,6 Prozent der ABO-Psychologen das ZPID kennen, sind es 68,7 Prozent der Klinischen Psychologen, 68,8 Prozent der Gesundheitspsychologen und 60,9 Prozent der Pädagogischen Psychologen. In der absoluten Nutzungshäufigkeit der angegebenen ZPID-Dienste finden sich hingegen keine nennenswerten Unterschiede zwischen den Tätigkeitsfeldern. Ebenso ist die Rangreihe der Nutzung für alle Tätigkeitsfelder identisch.

Tabelle 31: Bekanntheit: ZPID

	Gesamtstichprobe			% nach Tätigkeitsbereichen			
	n	%	% Gültig	Klin. Psy.	ABO-Psy.	Pädag. Psy.	Gesund. psy.
ZPID unbekannt	95	29,3	29,8				
ZPID bekannt	224	69,1	70,2	68,7	74,6	60,9	68,8
Gesamt	319	98,5	100,0				
Fehlend	5	1,5					

Tabelle 32: Nutzung der ZPID-Dienste

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
Nutzung PSYINDEX	317	1	5	4.11	1.08
Nutzung PSYTKOM	307	1	5	4.69	.75
Nutzung PSYINDEXplus	306	1	5	4.64	.85

1 = wöchentlich, 2 = monatlich, 3 = wenigstens einmal jährlich, 4 = seltener als einmal jährlich, 5 = nie

Betrachtet man die Kategorienbesetzung genauer, sieht man in den Häufigkeiten (vgl. Tabelle 33), dass PSYINDEX, PSYTKOM und PSYINDEXplus von der Mehrheit der Befragten noch nie in Anspruch genommen wurden. Von den drei Diensten wurde jedoch PSYINDEX von 48,6 Prozent der Befragten schon genutzt. PSYTKOM und PSYINDEXplus wurde bislang nur von 17,3 bzw. 17,6 Prozent der Befragten genutzt.

Tabelle 33: Nutzung ZPID-Dienste: Häufigkeiten

<i>Nutzung PSYINDEX</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	8	2,5	2,5	2,5
monatlich	18	5,6	5,7	8,2
wenigstens einmal jährlich	67	20,7	21,1	29,3
seltener als einmal jährlich	61	18,8	19,2	48,6
nie	163	50,3	51,4	100,0
Gesamt	317	97,8	100,0	
Fehlend	7	2,2		

<i>Nutzung PSYTKOM</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	2	,6	,7	,7
monatlich	5	1,5	1,6	2,3
wenigstens einmal jährlich	26	8,0	8,5	10,7
seltener als einmal jährlich	20	6,2	6,5	17,3
nie	254	78,4	82,7	100,0
Gesamt	307	94,8	100,0	
Fehlend	17	5,2		

<i>Nutzung PSYINDEXplus</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
wöchentlich	4	1,2	1,3	1,3
monatlich	8	2,5	2,6	3,9
wenigstens einmal jährlich	27	8,3	8,8	12,7
seltener als einmal jährlich	15	4,6	4,9	17,6
nie	252	77,8	82,4	100,0
Gesamt	306	94,4	100,0	
Fehlend	18	5,6		

Im Vergleich zur relativ geringen Nutzung wird die Bedeutung von PSYINDEX, PSYTKOM und PSYINDEXplus für die eigene Berufstätigkeit und für die Psychologie insgesamt jedoch relativ hoch eingeschätzt (Frage 17 und Frage 18; vgl. Tabelle 34).

Tabelle 34: Bedeutsamkeit der ZPID-Dienste

<i>Für die Berufstätigkeit</i>	N	Min	Max	Mittelwert	SD
PSYINDEX	289	1	6	2.98	1.24
PSYTKOM	265	1	6	3.46	1.27
PSYINDEXplus	268	1	6	3.37	1.30

<i>Für die Psychologie insgesamt</i>	N	Min	Max	Mittelwert	SD
PSYINDEX	281	1	6	2.06	.91
PSYTKOM	262	1	6	2.23	.97
PSYINDEXplus	266	1	6	2.23	1.00

1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = eher wichtig, 4 = eher unwichtig, 5 = unwichtig, 6 = völlig unwichtig

Die Korrelationen zwischen der Nutzung der verschiedenen ZPID-Dienste und Geschlecht, Alter sowie Tätigkeitsjahren (vgl. Tabelle 35) zeigen zunächst signifikante Zusammenhänge zwischen der Nutzungshäufigkeit der ZPID-Dienste und der Häufigkeit der beruflichen Internetnutzung. Je häufiger das Internet beruflich genutzt wird, desto häufiger werden auch die ZPID-Dienste PSYINDEX, PSYTKOM und PSYINDEXplus genutzt.

Das Geschlecht steht in keinem Zusammenhang mit der Nutzung dieser ZPID-Angebote. Die Nutzung von PSYINDEX und PSYINDEXplus korreliert signifikant mit der Höhe des Alters sowie mit der Anzahl der beruflichen Tätigkeitsjahre. Je älter und je berufserfahrener die Befragten sind, desto geringer werden diese Dienste genutzt.

Tabelle 35: Korrelation: Nutzung verschiedener ZPID-Dienste mit Geschlecht, Alter und Tätigkeitsjahren

	Berufliche Internetnutzung	Geschlecht 1 = w; 2 = m	Alter	Tätigkeitsjahre
PSYINDEX	.34**	-.03	.17**	.18**
PSYTKOM	.21**	-.03	.07	.10
PSYINDEXplus	.22**	-.02	.21**	.15**

1 = wöchentlich, 2 = monatlich, 3 = wenigstens einmal jährlich, 4 = seltener als einmal jährlich, 5 = nie
 ** $p < .01$; * $.01 < p < .05$

Das **Individualangebot der ZPID** (d. h. unbegrenzte Nutzung von PSYINDEX und PSYTKOM für eine Jahrespauschale von 50 Euro) ist den meisten Befragten nicht bekannt (80,2 %). 16,4 Prozent kennen es dem Namen nach, 3,1 Prozent sind oder waren Kundin/Kunde (Frage 19; vgl. Tabelle 36). Hierin gibt es keine Unterschiede zwischen den Tätigkeitsfeldern, in denen die Befragten arbeiten.

Tabelle 36: Bekanntheit des Individualangebots des ZPID (Nutzung PSYINDEX und PSYTKOM für eine Jahrespauschale von 50 Euro)

	n	%	% Gültig	% kumuliert
Nein	260	80,2	80,5	80,5
Ja, aber nur dem Namen nach bekannt	53	16,4	16,4	96,9
Ja, ich bin /war Kundin/Kunde	10	3,1	3,1	100,0
Gesamt	323	99,7	100,0	
Fehlend	1	,3		

Diejenigen Befragten, die **Individualkundin/-kunde** sind oder waren, bewerten dieses Angebot sowohl insgesamt als auch im Hinblick auf das Preis-Leistungs-Verhältnis als eher gut (Fragen 20 und 21; vgl. Tabelle 37). Hinweis: Die Anzahl derjenigen Personen, die bei Frage 19 angeben, Individualkunde zu sein, stimmt nicht mit der Anzahl der Personen überein, die zu Fragen 20 und 21 Angaben gemacht haben.

Tabelle 37: Beurteilung des Individualangebots

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
Beurteilung insgesamt	25	2	4	2.68	.56
Preis-Leistungs-Verhältnis	24	1	6	3.00	.93

1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = eher gut, 4 = eher schlecht, 5 = schlecht, 6 = sehr schlecht

Im Zusammenhang mit der Beurteilung des Preis-Leistungs-Verhältnisses und der Gesamtbeurteilung des Individualangebots des ZPID interessiert auch, wie die **Entgelte für die Nutzung von Datenbanken** nach Meinung der Praktiker generell gestaltet werden sollten (Frage 22; vgl. Tabelle 38). Die Mehrheit der Befragten – 51,2 % – votiert für zugriffsabhängige Kostensätze, 30,6 % für eine Pauschale.

Tabelle 38: Gewünschte Gestaltung der Nutzungsentgelte für Datenbanken

	n	%	% Gültig	% kumuliert
als Pauschale (24 Stunden, Woche, Jahr, o. ä.) bei uneingeschränktem Zugriff	99	30,6	37,4	37,4
als zugriffsabhängige Kostensätze (definiert z. B. über Datenmenge und/oder -felder)	166	51,2	62,6	100,0
Gesamt	265	81,8	100,0	
Fehlend	59	18,2		

9.2 zpid.de, PsychSpider, PsychLinker, Informationssuchdienst, Themenbibliographien

Neben PSYINDEX, PSYTKOM und PSYINDEXplus with TestFinder konnten die Praktiker drei weitere ZPID-Produkte beurteilen: Das Web-Portal **zpid.de**, die Psychologie-Suchmaschine **PsychSpider** und fachbezogene Linksammlung **PsychLinker** (Frage 23 bis 34). Die Ergebnisse sind den Tabellen 39 bis 41 zu entnehmen. **Die Mehrheit der Befragten kennt diese Angebote nicht.**

Tabelle 39: Bekanntheit zpid.de, PsychSpider, PsychLinker

<i>Kennen Sie das Web-Portal zpid.de?</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
Nein	249	76,9	77,8	77,8
Ja, aber nur dem Namen nach bekannt	30	9,3	9,4	87,2
Ja, schon mal genutzt	37	11,4	11,6	98,8
Ja, nutze ich gelegentlich	2	,6	,6	99,4
Ja, nutze ich regelmäßig	2	,6	,6	100,0
Gesamt	320	98,8	100,0	
Fehlend	4	1,2		

<i>Kennen Sie die Psychologie-Suchmaschine PsychSpider?</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
Nein	286	88,3	90,2	90,2
Ja, aber nur dem Namen nach bekannt	19	5,9	6,0	96,2
Ja, schon mal genutzt	9	2,8	2,8	99,1
Ja, nutze ich gelegentlich	1	,3	,3	99,4
Ja, nutze ich regelmäßig	2	,6	,6	100,0
Gesamt	317	97,8	100,0	
Fehlend	7	2,2		

<i>Kennen Sie fachbezogene Linksammlung PsychLinker?</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
Nein	290	89,5	90,9	90,9
Ja, aber nur dem Namen nach bekannt	21	6,5	6,6	97,5
Ja, schon mal genutzt	4	1,2	1,3	98,7
Ja, nutze ich gelegentlich	2	,6	,6	99,4
Ja, nutze ich regelmäßig	2	,6	,6	100,0

Gesamt	319	98,5	100,0
Fehlend	4	1,2	

Entsprechend gering ist auch die Anzahl der Personen, die eine Beurteilung der Angebote vorgenommen haben. Die Bewertung liegt im Bereich „gut“.

Tabelle 40: Beurteilung zpid.de, PsychSpider, PsychLinker

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
zpid.de	50	1	5	2.66	.85
PsychSpider	16	1	5	2.44	1.09
PsychLinker	14	1	4	2.36	.84

1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = eher gut, 4 = eher schlecht, 5 = schlecht, 6 = sehr schlecht

Die Bewertung der Bedeutsamkeit der Angebote zpid.de, PsychSpider, PsychLinker liegt im Bereich „eher wichtig“, wenn es um die eigene Berufstätigkeit geht, und im Bereich „wichtig“, wenn die Bedeutung für die Psychologie insgesamt bedacht werden soll.

Tabelle 41: Bedeutsamkeit zpid.de, PsychSpider, PsychLinker

<i>Für die Berufstätigkeit</i>	N	Min	Max	Mittelwert	SD
zpid.de	126	1	6	3.16	1.08
PsychSpider	111	1	6	3.17	1.26
PsychLinker	109	1	6	3.31	1.24
<i>Für die Psychologie insgesamt</i>	N	Min	Max	Mittelwert	SD
zpid.de	138	1	5	2.30	.93
PsychSpider	115	1	6	2.31	.94
PsychLinker	109	1	6	2.39	.97

1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = eher wichtig, 4 = eher unwichtig, 5 = unwichtig, 6 = völlig unwichtig

Für zwei weitere Angebote des ZPID, den **Informationssuchdienst** (Auftragsrecherchen in Datenbanken) und die **Themenbibliographien** wurden ebenfalls Daten bezüglich der Bekanntheit erhoben (Frage 35; vgl. Tabelle 42). Beide Angebote sind der Mehrheit der Befragten nicht bekannt.

Tabelle 42: Nutzung Informationssuchdienst und Themenbibliographien

<i>Kennen Sie den ZPID-Informationssuchdienst?</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
Nein	172	53,1	53,6	53,6
Ja, aber nur dem Namen nach bekannt	102	31,5	31,8	85,4
Ja, schon mal genutzt	41	12,7	12,8	98,1
Ja, nutze ich gelegentlich	5	1,5	1,6	99,7
Ja, nutze ich regelmäßig	1	,3	,3	100,0
Gesamt	321	99,1	100,0	
Fehlend	3	,9		
<i>Kennen Sie die ZPID-Themenbibliographien?</i>	n	%	% Gültig	% kumuliert
Nein	226	69,8	71,3	71,3
Ja, aber nur dem Namen nach bekannt	57	17,6	18,0	89,3
Ja, schon mal genutzt	34	10,5	10,7	100,0

Gesamt	317	97,8	100,0
Fehlend	7	2,2	

9.3 Gesamteinschätzung und -bewertung der Produkte und Dienstleistungen des ZPID

Ergänzend zur Beurteilung der einzelnen Produkte des ZPID wurden die Praktiker um eine **Gesamteinschätzung der Produkte und Dienstleistungen des ZPID** gebeten (Frage 36). Da diejenigen, die sich als zu wenig mit den Produkten und Dienstleistungen vertraut einschätzten, diese Frage unbeantwortet lassen konnten, beurteilten nur noch 57 Praktiker die ZPID insgesamt. Die Daten (vgl. Tabelle 43 und 44) zeigen eine gute Beurteilung. 14 Prozent derjenigen, die die Frage beantwortet haben, bewerten die ZPID-Dienste mit „sehr gut“, 52,6 Prozent mit „gut“, 28,1 Prozent mit „eher gut“, nur 1,8 Prozent mit „eher schlecht“ und 3,5 Prozent mit „schlecht“. Die Bewertung „sehr schlecht“ wurde nicht gegeben.

Tabelle 43: Gesamtbeurteilung ZPID

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
ZPID Gesamtbeurteilung	57	1	5	2.28	.86

1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = eher gut, 4 = eher schlecht, 5 = schlecht, 6 = sehr schlecht

Tabelle 44: Gesamtbeurteilung ZPID: Häufigkeiten

	n	%	% Gültig	% kumuliert
sehr gut	8	2,5	14,0	14,0
gut	30	9,3	52,6	66,7
eher gut	16	4,9	28,1	94,7
eher schlecht	1	,3	1,8	96,5
schlecht	2	,6	3,5	100,0
sehr schlecht	-	-	-	-
Gesamt	57	17,6	100,0	
Fehlend	267	82,4		

Zusätzlich wurde die Frage erhoben, ob die in der Praxis tätigen Psychologinnen und Psychologen **Produkte und Dienstleistungen des ZPID** schon einmal an Kolleginnen oder Kollegen weiterempfohlen haben (Frage 37). Dies ist in 17,6 Prozent der Fälle schon einmal geschehen (vgl. Tabelle 45).

Tabelle 45: ZPID-Empfehlung an Kolleginnen / Kollegen

	n	%	% Gültig	% kumuliert
Nein	246	75,9	80,4	80,4
Ja, gelegentlich	57	17,6	18,6	99,0
Ja, häufig	3	,9	1,0	100,0
Gesamt	306	94,4	100,0	
Fehlend	18	5,6		

Die Einschätzung der zukünftigen Nutzung von **Produkten und Dienstleistungen des ZPID** (Frage 38) belegt – gemessen an den Daten zur aktuellen Nutzung – dass die Befragung bereits als Werbemaßnahme

gewirkt hat. So möchten 33,6 Prozent der Befragten dies tun, weitere 57,4 Prozent werden „eventuell“ zukünftig Produkte und Dienstleistungen des ZPID nutzen (vgl. Tabelle 46).

Tabelle 46: Zukünftige Nutzung des ZPID

	n	%	% Gültig	% kumuliert
Ja	109	33,6	34,6	34,6
Eventuell	186	57,4	59,0	93,6
Eher nicht	16	4,9	5,1	98,6
Nein	4	1,2	1,3	100,0
Gesamt	315	97,2	100,0	
Fehlend	9	2,8		

Interessant sind in diesem Zusammenhang auch die **Angaben zu den Gründen** für diese Einschätzung (Frage 39):

Kategorie „JA“:

Es erscheint so, dass eine große Anzahl der Probanden erst durch den Fragebogen das Angebot bzw. das erweiterte Angebot des ZPID kennen gelernt haben. Diese Neugierde begründet in ca. 40 Fällen (d. h. 50 % der Fälle) die Absichtserklärung, das Angebot des ZPID zukünftig zu prüfen und dann eventuell auch zu nutzen.

Kategorie „EVENTUELL“:

Auch hier wurde in der Mehrzahl der Fälle durch den Fragebogen Neugier an den Produkten und Angeboten des ZPID geweckt.

Die angeführten Begründungen zu den nachfolgenden Kategorien „eher nicht“ und „nein“ lassen sich nicht inhaltlich bündeln und werden daher in Tabelle 47 als Einzelnennungen angeführt:

Kategorie „EHER NICHT“:

9 Probanden gaben eine Begründung dieser Kategorie an: Nur einer hatte schlechte Erfahrungen mit dem Angebot gemacht.

Kategorie „NEIN“:

Hier wird auf wenig Bedarf oder Blockaden hinsichtlich der PC-Nutzung hingewiesen.

Tabelle 47: Offene Frage zur Begründung der zukünftigen ZPID-Nutzung

Kategorie	Begründung
„eher nicht“	<ul style="list-style-type: none"> - eigene frühere Erfahrung eher enttäuschend - eigene Tätigkeit zu speziell - bevorzuge Gedrucktes - bin z.Zt. Mutter und Hausfrau - kein Bedarf - kein eigener PC - Info durch Fortbildung - zu wenig Übung im Internet - nicht mehr in Forschung tätig
„nein“	<ul style="list-style-type: none"> - hasse PC - in Medizin gibt es andere Quellen - zufrieden mit eigenen Infokanälen - kein Internet

Die Befragten hatten Gelegenheit in einer offenen Frage **Ratschläge für das ZPID hinsichtlich seiner Angebote** zu formulieren (Frage 40).

Von den 324 Befragten machten 37 Personen eine Angabe zu dieser Frage, 28 Personen fanden die Angebotspalette in Ordnung und 241 schätzten ein, dies nicht beurteilen zu können. Die Antworten zu der offenen Frage lassen sich wie folgt thematisch gruppieren: Ratschläge zum inhaltlichen Angebot, Vorschläge zu Kosten der ZPID-Angebote und Ideen zu möglichen Werbemaßnahmen. Letztere wurden am häufigsten angeführt (vgl. Tabelle 48).

Tabelle 48: Offene Frage zu den Ratschlägen an das ZPID

Ratschläge zu...	einzelne Antworten
...Inhalte/Themen (8)	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeitslosigkeit thematisieren - Differenzierung nach Therapiemethoden (3) - Reha-Bereich - Hinweise auf Fachtagungen und Kongresse - Zweiteilung für Praktiker und Forscher - Angebot von WEB-Seminar zu optimalen Recherchestrategien
...Kosten/Finanzen (7)	<ul style="list-style-type: none"> - Angebote sind zu teuer (2) - freier Zugang für BDP-Mitglieder - Kombi-Abo: PSYINDEX und PsycLit - Kosten für PSYINDEX per Punktesystem (s. Xipolis) - kostenfreie Recherche: schlechtes Kosten-Nutzen-Verhältnis - kostenfreies Probe-Abo
...Werbemaßnahmen (17)	<ul style="list-style-type: none"> - es müsste besser über Angebote informiert werden (6) - Flyer schicken - laufende Bekanntmachungen in Zeitschriften - Infos/Werbung über BDP und DGP (2) - Werbung über google (2) - Newsletter über Abo (2) - Newsletter PsychSpider eher nutzlos - potentielle Nutzer zielgerichtet ansprechen - Vernetzung mit PsycINFO
...Sonstiges (5)	<ul style="list-style-type: none"> - Optimierung der Ergonomie - geringere Ladezeiten - größere Übersichtlichkeit - eigenes Angebot für Bib der ZPID statt Silverplatter - internationale engl. Datenbankrecherche

Anmerkung: In Klammern steht die Anzahl der Nennungen, falls die Angabe häufiger auftrat.

Neben den möglichen Ratschlägen an das ZPID konnten die Befragten ihre **Wünsche zu potentiellen Zusatzleistungen des ZPID** äußern (Frage 42).

40 Personen äußerten diesbezüglich keine Wünsche, 203 schätzten ein, dies nicht beurteilen zu können, und 21 der Befragten gaben Hinweise für mögliche Zusatzleistungen des ZPID. Diese bezogen sich auf das Angebot eines Newsletters, auf die Bereitstellung von Informationen, die privat sehr schwierig zu

recherchieren sind – so genanntes „Insider-Wissen“ – und auf die Integration neuer Inhalte (vgl. Tabelle 49).

Tabelle 49: Offene Frage zu potentiellen Zusatzleistungen des ZPID

Zusatzleistungen	einzelne Antworten
Newsletter (4)	<ul style="list-style-type: none"> - E-Mail über aktuelle Stichworte - Newsletter (3)
„Insider-Wissen“ (6)	<ul style="list-style-type: none"> - Beurteilung der Brauchbarkeit von Testverfahren durch Praktiker - Infos über aktuelle Forschungsprojekte (2) - Stellenmarkt - Infos über aktuelle Weiterbildungen - Mailkontakte zu Autoren aktueller Artikel
neue Inhalte (5)	<ul style="list-style-type: none"> - historische Artikel/Bücher, frühere Zeitschriften - Fallstudiensammlungen - mehr über Wirtschaftspsychologie - interkulturelle Themen - Infos zu bestimmten Krankheitsbildern
Sonstiges (6)	<ul style="list-style-type: none"> - kostenloser Zugang für BDP u. DGP-Mitglieder

Darüber hinaus wurde in 5 Fällen auf Angaben zu anderen Items verwiesen.

Anmerkung: In Klammern steht die Anzahl der Nennungen, falls die Angabe häufiger auftrat.

40 Personen gaben an, keine **Nutzungshemmnisse hinsichtlich der Nutzung der Angebote des ZPID** identifizieren zu können, für 202 Personen glaubten diese Frage nicht beurteilen zu können (Frage 41). Von den 324 Befragten, machten 59 Personen eine Angabe zu dieser Frage. Aus den Antworten lassen sich folgende „Nutzungshürden“ identifizieren: Nutzungshemmnisse durch hohe Kosten, durch mangelnde Bekanntheit, durch Schwierigkeiten in der EDV, durch „Lücken“ im Angebot und durch Schwierigkeiten bei der Handhabung (vgl. Tabelle 50).

Tabelle 50: Offene Frage nach Nutzungshemmnissen der ZPID-Angebote

Hemmnisse durch...	einzelne Antworten
...Kosten (16)	<ul style="list-style-type: none"> - 5 Euro Gebühr für einmalige Nutzung - Pauschalpreis - eventuell entstehende Kosten, zu teuer (11) - Kosten für Zugang - Jahrespreis - verursacht Kosten, ohne vorher zu wissen, ob Infos brauchbar
...Bekanntheit (16)	<ul style="list-style-type: none"> - ZPID zu wenig bekannt (15) - spezifische Möglichkeiten zu wenig bekannt

**Tabelle 50 (Fortsetzung):
Offene Frage nach Nutzungshemmnissen der ZPID-Angebote**

Hemmnisse durch...	einzelne Antworten
...EDV (4)	<ul style="list-style-type: none"> - Computermüdigkeit - Internet-Fitness - schlechte Erfahrungen mit Internet (z. B. Junkmails) - kein Internetzugang
...Handhabung (10)	<ul style="list-style-type: none"> - Abrechnung über Kreditkarte – besser wäre Rechnung - zu wenig Recherchekurse - Informationen sind nicht unmittelbar zugänglich - Handhabung von PSYINDEX und Psytcom zu kompliziert - Vereinfachung des Suchsystems - viele Abkürzungen unklar - Zugänglichkeit - will übersichtliche Listen, wo nur angekreuzt werden muss - Routineverlust bei seltener Suche - zu wenig Kenntnisse (wie dahin kommen, Kosten?)
...Angebot (7)	<ul style="list-style-type: none"> - bin auch an früheren Quellen interessiert - zu große Auswahl - bildet nur Teilmenge benötigter Infos ab (2) - Limitierung auf Angebote aus deutschsprachigem Raum (2) - zu exotischen Stichworten werden nur wenige Quellen genannt
...Sonstiges (7)	<ul style="list-style-type: none"> - habe mich damit noch zu wenig beschäftigt - Arbeitsbelastung - Zeitmangel (3) - kein Interesse des Arbeitgebers - Verweis auf Antwort bei Frage 40

Anmerkung: In Klammern steht die Anzahl der Nennungen, falls diese Angabe häufiger auftrat.

Auf die Frage, **wodurch die Befragten auf das ZPID aufmerksam geworden** sind (Frage 43), geben 69 Personen an, das ZPID im Studium oder durch die wissenschaftliche Tätigkeit kennen gelernt zu haben. 55 Personen sind über persönliche Kontakte, 42 Personen über Werbung, 38 Personen über das Internet, 28 Personen über Kongresse und 26 Personen über Prospekte auf das ZPID aufmerksam geworden (vgl. Tabelle 51).

Tabelle 51: Aufmerksamkeit auf die Produkte und Dienstleistungen des ZPID

<i>Studium/ wissenschaftliche Tätigkeit</i>	n	%	% Gültig
Nein	243	75,0	77,9
Ja	69	21,3	22,1
Gesamt	312	96,3	100,0
Fehlend	12	3,7	
<i>Persönliche Kontakte</i>	n	%	% Gültig
Nein	261	80,6	82,6
Ja	55	17,0	17,4
Gesamt	316	97,5	100,0
Fehlend	8	2,5	

Tabelle 51 (Fortsetzung):**Aufmerksamkeit auf die Produkte und Dienstleistungen des ZPID**

<i>Werbung</i>	n	%	% Gültig
Nein	275	84,9	86,8
Ja	42	13,0	13,2
Gesamt	317	97,8	100,0
Fehlend	7	2,2	
<i>Internet</i>	n	%	% Gültig
Nein	279	86,1	88,0
Ja	38	11,7	12,0
Gesamt	317	97,8	100,0
Fehlend	7	2,2	
<i>Kongresse</i>	n	%	% Gültig
Nein	289	89,2	91,2
Ja	28	8,6	8,8
Gesamt	317	97,8	100,0
Fehlend	7	2,2	
<i>Prospekte</i>	n	%	% Gültig
Nein	291	89,8	91,8
Ja	26	8,0	8,2
Gesamt	317	97,8	100,0
Fehlend	7	2,2	

Das **Interesse von Kolleginnen und Kollegen an den Angeboten des ZPID** (Frage 44) wird von 36 % der Befragten als „verbreitet“ und von 51,2 % als „kaum vorhanden“ eingeschätzt (vgl. Tabelle 52).

Tabelle 52: Interesse von Kolleginnen / Kollegen an den Angeboten des ZPID

	n	%	% Gültig
Verbreitet	117	36,1	41,3
Kaum vorhanden	166	51,2	58,7
Gesamt	283	87,3	100,0
Fehlend	41	12,7	

Die Hälfte der Befragten schätzte ihren **Informationsstand über die Dienstleistungsangebote des ZPID vor der Beantwortung des Fragebogens** als „sehr schlecht“ ein, nur 8 Prozent als „eher gut“, und „gut“. Die Kategorie „sehr gut“ ist nicht besetzt (Frage 45; vgl. Tabelle 53 und 54).

Tabelle 53: Informationsstand über ZPID-Angebote vor der Befragung

	N	Min	Max	Mittelwert	SD
<i>Informationsstand ZPID vor Fragebogen</i>	314	2	6	5.12	1.04

1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = eher gut, 4 = eher schlecht, 5 = schlecht, 6 = sehr schlecht

Tabelle 54: Informationsstand über ZPID-Angebote vor der Befragung: Häufigkeiten

	n	%	% Gültig	% kumuliert
sehr gut	-	-	-	-
gut	5	1,5	1,6	1,6
eher gut	20	6,2	6,4	8,0
eher schlecht	63	19,4	20,1	28,0
schlecht	69	21,3	22,0	50,0
sehr schlecht	157	48,5	50,0	100,0
Gesamt	314	96,9	100,0	
Fehlend	10	3,1		

10 Zusammenfassung der Ergebnisse

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse der Fragebogenerhebung, dass die befragte Stichprobe vor allem **Informationsbedarf** im Feld der Klinischen Psychologie sieht, gefolgt von den Disziplinen Gesundheitspsychologie, Wirtschafts- und Organisationspsychologie und Pädagogische Psychologie. Wichtige Informationsinhalte sind Publikationen, Interventionsverfahren, Internet-Links, Veranstaltungen und Berichte über diese sowie diagnostische Verfahren.

Vier Fünftel der Befragten nutzen mindestens einmal monatlich das Internet. Als wichtigste **Informationsquellen** werden jedoch Fachbücher, kollegialer Informationsaustausch und die eigene Bibliothek sowie eigene Informationssammlungen genannt. Internetbasierte Informationsquellen werden mit dem Begriff „Internet-Suchmaschinen“ zuerst an 6. Stelle, Fachdatenbanken zuletzt, d. h. an 13. Stelle, genannt.

Bezüglich der befragten **Stichprobe** lassen sich mehrere Besonderheiten feststellen: Zum einen werden Informationsdienste im Internet von den jüngeren Psychologen häufiger genutzt, wobei die Informationssuche im Internet mit der sonstigen beruflichen Internetnutzung korreliert ist. Dies lässt sich mit der Information in Einklang bringen, dass das ZPID in erster Linie aus dem Studium bekannt ist. Die Informationssuche via Internet nimmt mit zunehmendem Alter und Berufserfahrung ab. Zum anderen nutzen ABO-Psychologen das Internet häufiger als Psychologen in anderen Teildisziplinen, was mit einem höheren Bekanntheitsgrad der ZPID-Datenbanken bei den ABO-Psychologen und deren Nutzung einhergeht. Weiterhin auffällig ist, dass Männer häufiger als Frauen Suchmaschinen, berufsrelevante Internet-Domains sowie Bibliothek- und Versandkataloge im Internet nutzen.

Zu den **Angeboten des ZPID** ist festzuhalten, dass die Datenbank PSYINDEX etwa zwei Dritteln der Befragten bekannt ist, während nur etwa ein Fünftel der Befragten die Datenbanken PsycINFO, PSYINDEXplus und PSYTKOM kennen. Auch die Nutzung der Datenbanken wird durchschnittlich „seltener als einmal jährlich“ angegeben, wobei die Mehrheit der Befragten diese Datenbanken noch nie genutzt hat. Die Bedeutung des Angebots wird jedoch im Schnitt als wichtig eingeschätzt, übereinstimmend mit dem Interesse an zukünftiger Nutzung der ZPID-Datenbanken: Ein Drittel der Befragten will künftig die Produkte und Dienstleistungen des ZPID nutzen, über die Hälfte der Befragten will sie eventuell nutzen.

Sowohl bei der Vorstellung von optimaler Versorgung mit Informationen als auch bei konkreten **Ratschlägen für das ZPID** wird ein Online-Newsletter genannt; weitere – in offenen Fragen oft vorgebrachte – Vorschläge und Bemerkungen sind mehr Werbung zu ZPID-Inhalten und der mangelnde Bekanntheitsgrad des Angebots, leichtere Handhabung, bessere Übersichtlichkeit des Angebots und statt einer Pauschale zugriffsabhängige Kostensätze.

11 Implikationen der Befragung für das ZPID

Aus der Auswertung der offenen Fragen und der Fragen zu alternativen Möglichkeiten in der Gestaltung des ZPID-Angebots ergeben sich mehrere Vorschläge, die Produkte und Dienstleistungen des ZPID zu erweitern.

Im Vordergrund steht jedoch zunächst die Tatsache, dass noch zu wenige Psychologen von dem breiten Angebot des ZPID wissen und selbst die meistgenutzte Datenbank PSYINDEX nur etwa zwei Dritteln der Befragten bekannt ist. Andere Angebote wie den Informationssuchdienst und Themenbibliographien sind ebenso wie PsycINFO und PSYTKOM weniger als der Hälfte der Befragten bekannt.

Trotz des geringen Bekanntheitsgrades wird den ZPID-Angeboten jedoch insgesamt eine eher große Bedeutung zugesprochen. Außerdem möchte ein Drittel der Befragten künftig die Angebote des ZPID nutzen, ein Effekt, der vermuten lässt, dass die Befragung als Werbemaßnahme gewirkt hat. Die wahrgenommene Bedeutung der ZPID-Angebote und das Interesse der Befragten muss um verstärkte Werbung für ZPID-Produkte ergänzt werden, um Kundenpotential zu erschließen. Zum einen bei Psychologen, die das Internet regelmäßig beruflich nutzen, zum anderen bei Psychologen, die bisher noch nicht viel Erfahrung mit dem Internet haben.

Viele Psychologen lernen während des Studiums Internet-Datenbanken kennen. Da diese Generation häufig das Internet nutzt, stellt sie auch einen wichtigen Kundenkreis der ZPID-Angebote dar. Psychologen, die das Internet nutzen, ebenso wie Studierende der Psychologie können mit verstärkter Werbung im Internet auf das Angebot des ZPID aufmerksam gemacht werden. Bei Studierenden kann auch an Werbung im Rahmen von universitären Veranstaltungen gedacht werden, z. B. an Einführungskurse in die Benutzung der Datenbanken oder an Werbung in Form von Prospekten oder Flyern.

Etwas anders muss sich jedoch der Zugang zu Psychologen darstellen, die seltener als einmal monatlich beruflich das Internet nutzen, was in dieser Stichprobe einen Anteil von etwa einem Fünftel der Befragten ausmacht. Diese Gruppe kann mit Werbung in Form von Prospekten oder Anzeigen in Büchern und Fachzeitschriften verstärkt angesprochen werden. Hier müssen Wege gefunden werden, den Zugang zum Internet zu erleichtern, z. B. mit konkreten Handlungsanweisungen für die Benutzung des Portals und der Datenbanken.

Ein häufig genanntes Anliegen der Praktiker, das sich aus der Auswertung der qualitativen Fragen ergibt, ist die Einführung eines Online-Newsletters (50 Nennungen), der auf verschiedene Teildisziplinen oder Berufsfelder bzw. auf ein persönliches Profil zugeschnitten ist. Dabei reichen die Vorschläge von

täglicher bis hin zu monatlicher bzw. vierteljährlicher Zusendung. Ein Online-Newsletter würde im Übrigen auch die Kriterien erfüllen, die auf die Frage zur optimalen Versorgung mit Informationen genannt werden (wie regelmäßig, schnell verfügbar, einfach, aktuell).

Bei der Auswahl von berufsgruppenspezifischen Angeboten sind die Angaben zum Informationsbedarf in den einzelnen Disziplinen relevant. Vier Fünftel der Befragten sehen den Schwerpunkt ihres Informationsbedarfs im Feld der Klinischen Psychologie, gefolgt von dem Bedarf in der Gesundheitspsychologie (über ein Drittel der Befragten).

Die Tatsache, dass ABO-Psychologen sowohl häufiger das Internet nutzen als auch im Vergleich zu Psychologen anderer Teildisziplinen in größerem Umfang die Datenbanken des ZPID kennen, ist zu berücksichtigen, auch wenn nur ein Fünftel der Befragten seinen Schwerpunkt bezüglich des Informationsbedarfs in der Wirtschafts- und Organisationspsychologie sieht. Ebenfalls ein Fünftel der Befragten sieht seinen Bedarfsschwerpunkt im Feld der Pädagogischen Psychologie.

Zur inhaltlichen Erweiterung der ZPID-Angebote werden von den Befragten einzelne Vorschläge gemacht, wie z. B. die Differenzierung nach Therapierichtungen, eine stärkere Fokussierung auf den Reha-Bereich und die Trennung sowohl zwischen den einzelnen psychologischen Berufsfeldern als auch nach Praktikern und Forschern.

Des weiteren präferiert die Hälfte der Befragten eine zugriffsabhängige Abrechnung, wie sie bei vielen Internetdienstleistern bereits praktiziert wird, während sich ein Drittel der Befragten für eine Pauschale ausspricht. Zu vermuten ist, dass diejenigen der Befragten, die sich gegen die Pauschale aussprechen, bei zugriffsabhängigen Kosten die Dienste des ZPID in unregelmäßigen Abständen in Anspruch nehmen würden. Hier lässt sich z. B. an berufsgruppenspezifische Themenschwerpunkte denken, die flexibel genutzt werden können. Dies berücksichtigt sowohl den Wunsch vieler Befragter nach geringeren Kosten für die Produkte und Dienstleistungen des ZPID als auch die als wichtig eingeschätzten niedrigen Nutzungskosten eines Internet-Informationdienstes.

Anhang A: Fragebogen

ZPID - Praktikerbefragung 2003

(Bitte beachten Sie: Rückantwort bis 9.1.2004)

(1) Welchem **Bereich bzw. welchen Bereichen der Psychologie** ordnen Sie Ihren Informationsbedarf schwerpunktmäßig zu? (*Mehrfachnennungen möglich*)

- Klinische Psychologie und Psychotherapie
- Gesundheitspsychologie
- Pädagogische Psychologie
- Wirtschaftspsychologie / Organisationspsychologie
- Markt- und Werbepsychologie
- Rechtspsychologie
- Politische Psychologie
- Umweltpsychologie / Stadt- und Architekturpsychologie
- Verkehrspsychologie
- Medienpsychologie
- Sportpsychologie
- Anderes: _____

(2) Wie oft benötigen Sie im Rahmen Ihrer Berufstätigkeit **Informationen zu folgenden Inhalten?**

	wöchent- lich	monat- lich	wenigste ns einmal jährlich	seltener als einmal jährlich	nie
- diagnostische Verfahren.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Evaluationsverfahren.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Interventionsverfahren.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Verbände, Institute, Verlage.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Experten.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Veranstaltungen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Publikationen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Unterrichts- und Lehrmaterialien.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Berichte über Veranstaltungen (Tagungen u. ä.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- laufende u. abgeschlossene Forschungsprojekte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Internet-Links.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(3) Bitte geben Sie an, wie häufig Sie die nachfolgenden **Informationsquellen und -medien** bei der Suche nach Informationen für Ihre Berufstätigkeit nutzen?

	wöchent- lich	monat- lich	wenigste ns einmal jährlich	seltener als einmal jährlich	nie
- Fachbücher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Fachzeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Lokale Fachbibliotheken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Bibliotheks- und Verbundkataloge im Internet ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Verlagsprogramme/-ankündigungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Fachdatenbanken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Internet-Suchmaschinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Internet-Linksammlungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Einschlägige Internet-Domains (Sites)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Tagungen und Kongresse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Informationsaustausch mit KollegInnen und/oder MitarbeiterInnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Eigene Informationssammlungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Eigene Bibliothek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Andere Quellen bzw. Medien: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(4) Falls Sie bei Ihrer Informationssuche für Ihre Berufstätigkeit **Fachdatenbanken** benutzen,

a) welche der folgenden Angebote sind Ihnen bekannt?

	be- kannt	unka- nnt
- PSYNDEX	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- PSYTKOM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- PSYNDEXplus with Testfinder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- PsycINFO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- ePsyche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- SOLIS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- FORIS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- FIS Bildung Literaturdatenbank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Medline	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Andere Datenbanken: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

b) wie häufig nutzen Sie folgende Angebote?

	wöchent- lich	monat- lich	wenigste ns einmal jährlich	seltener als einmal jährlich	nie
- PSYNDEX	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- PSYTKOM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- PSYNDEXplus with Testfinder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- PsycINFO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- ePsyche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- SOLIS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- FORIS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- FIS Bildung Literaturdatenbank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Medline	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Andere Datenbanken: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(5) Falls Sie bei Ihrer Informationssuche für Ihre Berufstätigkeit das Internet benutzen,

	a) welche der folgenden Quellen sind Ihnen bekannt?		b) wie häufig nutzen Sie folgende Quellen?				
	be- kannt	unbe- kannt	wöchent- lich	monat- lich	wenigste ns einmal jährlich	seltener als einmal jährlich	nie
- ZPID	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- BDP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- DGPs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- APA.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Deutscher Bildungsserver.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Virtuelle Fachbibliothek Psychologie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Verlag Hogrefe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- PsychSpider	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Google	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Andere, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(6) Was ist Ihrer Meinung nach bei einem **Internet-Informationdienst** besonders wichtig?

	sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	eher un- wichtig	un- wichtig	völlig un- wichtig
- Aktualität	<input type="checkbox"/>					
- Seriösität	<input type="checkbox"/>					
- Internationalität	<input type="checkbox"/>					
- Interdisziplinarität	<input type="checkbox"/>					
- geprüfte Fachinformationen	<input type="checkbox"/>					
- Themenspezifität	<input type="checkbox"/>					
- niedrige Nutzungskosten	<input type="checkbox"/>					
- unkomplizierte Suchtechnologie	<input type="checkbox"/>					
- Möglichkeit der Personalisierung oder Individualisierung	<input type="checkbox"/>					
- Unterstützung der Recherche durch Hilfefunktionen (z. B. digitale Assistenten)	<input type="checkbox"/>					
- Schnelligkeit der Auftragsbearbeitung	<input type="checkbox"/>					
- Weiterverarbeitbarkeit der gefundenen Informationen, z. B. in persönlichen Datenbanken	<input type="checkbox"/>					
- Anderes (bitte stichwortartig notieren): _____	<input type="checkbox"/>					

(7) Verfügen Sie über eine **eigene Homepage**?

- Nein
 Ja

(8) Wie häufig benutzen Sie für Ihre **berufliche Kommunikation** das Internet (E-mail, Diskussionsforen etc.)?

- | | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | | | wenigste
ns | seltener
als | | |
| | täglich | wöchent-
lich | monat-
lich | einmal
jährlich | einmal
jährlich | nie |
| | <input type="checkbox"/> |

(9) Kennen Sie **Online-Volltextdienste** (mit der Möglichkeit, Texte herunterzuladen oder direkt – online – zu bestellen)?

- Nein
 Ja

(10) Wie häufig nutzen Sie im Rahmen Ihrer Berufstätigkeit **Online-Volltextdienste**?

- | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | | | wenigste
ns | seltener
als | |
| | wöchent-
lich | monat-
lich | einmal
jährlich | einmal
jährlich | nie |
| | <input type="checkbox"/> |

(11) Welche **Bedeutung** werden Ihrer Meinung nach Online-Volltextdienste in Zukunft haben?

- | | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | sehr
groß | groß | eher
groß | eher
gering | gering | sehr
gering |
| | <input type="checkbox"/> |

(12) Wie oft passiert es Ihnen, dass Sie **zu spät** auf für Ihre Berufstätigkeit wichtige Informationen aufmerksam werden?

- | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | | | wenigste
ns | seltener
als | |
| | wöchent-
lich | monat-
lich | einmal
jährlich | einmal
jährlich | nie |
| | <input type="checkbox"/> |

(13) **Wie zufrieden sind Sie insgesamt** mit der Verfügbarkeit der für Ihre Tätigkeit wesentlichen Informationen?

- | | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | sehr
zufriede
n | zufriede
n | eher
zufriede
n | eher
unzufrie
den | unzufrie
den | sehr
unzufrie
den |
| | <input type="checkbox"/> |

(14) Wie würde für Sie eine **optimale Versorgung** mit den für Ihre Tätigkeit relevanten Informationen aussehen (Stichworte genügen)?

(15) Ist Ihnen das Zentrum für Psychologische Information und Dokumentation (ZPID) dem Namen nach bekannt?

Nein

Ja

(16) Haben Sie folgende **Datenbanken des ZPID** in Ihrer jetzigen Funktion bzw. Tätigkeit schon einmal in Anspruch genommen?

	wöchent- lich	monat- lich	wenigste ns einmal jährlich	seltener als einmal jährlich	nie
- PSYINDEX (Nachweis psychologischer Literatur aus den deutschsprachigen Ländern und AV-Medien)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- PSYTKOM (Nachweis psychologischer und pädagogischer Testverfahren aus dem deutschsprachigen Raum)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- PSYINDEXplus with TestFinder (Nachweis psychologischer Literatur, AV-Medien und Testverfahren aus den deutschsprachigen Ländern)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(17) Für wie wichtig halten Sie folgende Datenbanken für Ihre **Berufstätigkeit**?

	sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	eher un- wichtig	un- wichtig	völlig unwichtig
- PSYINDEX	<input type="checkbox"/>					
- PSYTKOM	<input type="checkbox"/>					
- PSYINDEXplus with TestFinder	<input type="checkbox"/>					

(18) Für wie wichtig halten Sie folgende Datenbanken für die **Psychologie insgesamt**?

	sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	eher un- wichtig	un- wichtig	völlig unwichtig
- PSYINDEX	<input type="checkbox"/>					
- PSYTKOM	<input type="checkbox"/>					
- PSYINDEXplus with TestFinder	<input type="checkbox"/>					

(19) Kennen Sie das **Individualangebot** des ZPID (unbegrenzte Nutzung von PSYINDEX und PSYTKOM für eine Jahrespauschale von 50 Euro)?

- Nein
- Ja, aber nur dem Namen nach bekannt
- Ja, ich bin/war Kundin/Kunde

(20) Falls Sie Individualkunde sind oder waren, wie beurteilen Sie das Individualangebot **insgesamt**?

sehr gut	gut	eher gut	eher schlecht	schlecht	sehr schlecht
<input type="checkbox"/>					

(21) Falls Sie Individualkunde sind oder waren, wie beurteilen Sie das **Preis-Leistungs-Verhältnis** des Individualangebots?

sehr gut	gut	eher gut	eher schlecht	schlecht	sehr schlecht
<input type="checkbox"/>					

(22) Wie sollten Ihrer Meinung nach die **Entgelte für die Nutzung** von Datenbanken gestaltet werden?

- als Pauschale (24 Stunden, Woche, Jahr, o. ä.) bei uneingeschränktem Zugriff
- als zugriffsabhängige Kostensätze (definiert z. B. über Datenmenge und/oder -felder)

(23) Ein kostenfreies Produkt des ZPID ist das **Web-Portal *zpid.de***. Kennen Sie dieses Web-Portal?

- Nein
- Ja, aber nur dem Namen nach bekannt
- Ja, schon mal genutzt
- Ja, nutze ich gelegentlich
- Ja, nutze ich regelmäßig

(24) Falls Sie das Web-Portal *zpid.de* nutzen oder genutzt haben, wie beurteilen Sie dieses Web-Portal **insgesamt**?

sehr gut	gut	eher gut	eher schlecht	schlecht	sehr schlecht
<input type="checkbox"/>					

(25) Für wie wichtig halten Sie das Web-Portal *zpid.de* mit seinen Angeboten für Ihre **Berufstätigkeit**?

sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	unwichtig	völlig unwichtig
<input type="checkbox"/>					

(26) Für wie wichtig halten Sie das Web-Portal *zpid.de* für die **Psychologie insgesamt**?

sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	eher un- wichtig	un- wichtig	völlig unwichtig
<input type="checkbox"/>					

(27) Ein kostenfreies Angebot im Web-Portal des ZPID ist die **Psychologie-Suchmaschine PsychSpider**. Kennen Sie diese Suchmaschine?

- Nein
- Ja, aber nur dem Namen nach bekannt
- Ja, schon mal genutzt
- Ja, nutze ich gelegentlich
- Ja, nutze ich regelmäßig

(28) Falls Sie die Psychologie-Suchmaschine *PsychSpider* nutzen oder genutzt haben, wie beurteilen Sie diese Suchmaschine **insgesamt**?

sehr gut	gut	eher gut	eher schlecht	schlecht	sehr schlecht
<input type="checkbox"/>					

(29) Für wie wichtig halten Sie die Psychologie-Suchmaschine *PsychSpider* für Ihre **Berufstätigkeit**?

sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	eher un- wichtig	un- wichtig	völlig unwichtig
<input type="checkbox"/>					

(30) Für wie wichtig halten Sie die Psychologie-Suchmaschine *PsychSpider* für die **Psychologie insgesamt**?

sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	eher un- wichtig	un- wichtig	völlig unwichtig
<input type="checkbox"/>					

(31) Ein weiteres kostenfreies Angebot im Web-Portal des ZPID ist die das gesamte Fachgebiet Psychologie umfassende **Linksammlung PsychLinker**. Kennen Sie diese Linksammlung?

- Nein
- Ja, aber nur dem Namen nach bekannt
- Ja, schon mal genutzt
- Ja, nutze ich gelegentlich
- Ja, nutze ich regelmäßig

(32) Falls Sie die Linksammlung *PsychLinker* nutzen oder genutzt haben, wie beurteilen Sie diese Linksammlung **insgesamt**?

sehr gut	gut	eher gut	eher schlecht	schlecht	sehr schlecht
<input type="checkbox"/>					

(33) Für wie wichtig halten Sie die Linksammlung *PsychLinker* für Ihre **Berufstätigkeit**?

sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	unwichtig	völlig unwichtig
<input type="checkbox"/>					

(34) Für wie wichtig halten Sie die Linksammlung *PsychLinker* für das Fach **Psychologie** **insgesamt**?

sehr wichtig	wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	unwichtig	völlig unwichtig
<input type="checkbox"/>					

(35) Kennen Sie **die folgenden Angebote** des ZPID?
Informationssuchdienst (Auftragsrecherchen in Datenbanken)

- Nein
- Ja, aber nur dem Namen nach bekannt
- Ja, schon mal genutzt
- Ja, nutze ich gelegentlich
- Ja, nutze ich regelmäßig

Themenbibliographien (z. B. Jugend und Gewalt)

- Nein
- Ja, aber nur dem Namen nach bekannt
- Ja, schon mal genutzt

(36) Wie beurteilen Sie **insgesamt** die Produkte und Dienstleistungen des **ZPID**? (Falls Sie zu wenig mit den Produkten und Dienstleistungen vertraut sind, um die Frage beantworten zu können, dann lassen Sie die Antwort einfach aus.)

sehr gut	gut	eher gut	eher schlecht	schlecht	sehr schlecht
<input type="checkbox"/>					

(37) Haben Sie schon einmal die Produkte oder Dienstleistungen des ZPID an **Kolleginnen oder Kollegen** weiterempfohlen?

- Nein
- Ja, gelegentlich
- Ja, häufig

(38) Werden Sie Produkte oder Dienstleistungen des **ZPID künftig nutzen**?

- Ja
- Eventuell
- Eher nicht
- Nein

(39) Wenn Sie möchten, nennen Sie bitte eine **Begründung** für Ihre Antwort auf die vorangegangene Frage 38 (Stichworte genügen)?

(40) Haben Sie hinsichtlich seiner **Angebote** einen Ratschlag für das ZPID?

- Nein, die Angebotspalette ist in Ordnung
- Kann ich nicht beurteilen
- Ja, und zwar (Stichworte genügen):

(41) Gibt es aus Ihrer Sicht **spezielle Nutzungshemmnisse** hinsichtlich der Angebote des ZPID?

- Nein
- Kann ich nicht beurteilen
- Ja, und zwar (Stichworte genügen):

(42) Gibt es Ihrer Meinung nach Leistungen, die **vom ZPID zusätzlich angeboten** werden sollten?

- Nein
- Kann ich nicht beurteilen
- Ja, und zwar (Stichworte genügen):

(43) Einmal abgesehen von den Produkten und Dienstleistungen des ZPID: Wodurch sonst sind Sie **auf das ZPID aufmerksam** geworden?

- durch persönliche Kontakte
- über das Internet
- durch Veranstaltungen, Kongresse
- durch Werbemaßnahmen des ZPID
- durch einen Prospekt des ZPID
- Anderes und zwar: _____

(44) Wenn Sie an Kolleginnen und Kollegen denken: Glauben Sie, dass das **Interesse an Angeboten des ZPID**

- verbreitet
- kaum vorhanden ist?

(45) Wie schätzen Sie Ihren Informationsstand über das Dienstleistungsangebot des ZPID **vor** der Beantwortung dieses Fragebogens ein?

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| sehr gut | gut | eher gut | eher schlecht | schlecht | sehr schlecht |
| <input type="checkbox"/> |

Abschließend benötigen wir noch einige Daten zu Ihrer Person. Wie bereits im Anschreiben zugesichert, werden Ihre Daten völlig anonym ausgewertet. Deshalb möchten wir Sie bitten, auch die folgenden Angaben zu machen.

(46) Ihr Alter in Jahren: _____ *Jahre*

(47) Ihr Geschlecht:

- weiblich
- männlich

(48) Ihre derzeitige Funktion / Tätigkeit: _____

(49) Seit wie vielen Jahren sind Sie in dieser Funktion tätig? _____ *Jahre*

(50) Arbeiten Sie im Team mit anderen Kolleginnen / Kollegen

- Nein
- Ja

Sie haben es geschafft! Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe!