

FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR PRODUKTIONSTECHNOLOGIE IPT

FRAUNHOFER-FACHINFORMATIONSMANAGEMENT IN DER EXTERNEN WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

Codebuch

Michèle Robrecht, 2022

Inhalt

Vorbemerkungen	3
V0: ID	4
V1: Individuelles Selbstverständnis als Akteur:in der externen Wissenschaftskommunikation	5
V2: Produktion eigener wissenschaftlicher Erkenntnisse	6
V3: Externe Kommunikation eigener wissenschaftlicher Erkenntnisse	7
V4: Kommunikationsmedien beim Senden	8
V5: Sendeziele	9
V6: Zielgruppen des Sendens	10
V7: Kooperationen beim Senden	11
V8: Gründe gegen das Senden	12
V9: Überzeugungsgründe für das Senden	13
V10: Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Senden	14
V11: Externe Vermittlung fremder wissenschaftlicher Erkenntnisse	15
V12: Kommunikationsmedien beim Vermitteln	16
V13: Vermittlungsziele	17
V14: Zielgruppen des Vermitteln	18
V15: Kooperationen beim Vermitteln	19
V16: Gründe gegen das Vermitteln	20
V17: Überzeugungsgründe für das Vermitteln	21
V18: Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Vermitteln	22
V19: Empfang externer Wissenschaftskommunikation	23
V20: Empfangene Themen	24
V21: Kommunikationsmedien beim Empfang	25
V22: Gründe gegen das Empfangen	26
V23: Überzeugungsgründe für das Empfangen	27
V24: Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Empfangen	28
V25: Unterstützung bei der externen Wissenschaftskommunikation	29
V26: Unterstützte Personengruppen	30
V27: Gründe gegen das Unterstützen	31
V28: Überzeugungsgründe für das Unterstützen	32
V29: Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Unterstützen	33
V30: Bereich der Position	34
V31: Mitarbeitende des Fachinformationsmanagements	35
V32: Kontakt zur Kommunikationsabteilung	36
V33: Kompetenzen der externen Wissenschaftskommunikation	37
V34: Mitarbeitende der Kommunikationsabteilung	38
V35: Kontakt zum Fachinformationsmanagement	39
V36: Art der hybriden Position	40
V37: Hauptposition bei der externen Wissenschaftskommunikation	41

V38: Potenziale der hybriden Position	42
V39: Fachinformationsmanagement als potenzieller Akteur der externen Wissenschaftskommunikation.	43
V40_a: Positionierungsmöglichkeit 8 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	44
V40_b: Positionierungsmöglichkeit 8 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	45
V41_a: Positionierungsmöglichkeit 9 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	46
V41_b: Positionierungsmöglichkeit 9 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	47
V42_a: Positionierungsmöglichkeit 10 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	48
V42_b: Positionierungsmöglichkeit 10 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	49
V43_a: Positionierungsmöglichkeit 11 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	50
V43_b: Positionierungsmöglichkeit 11 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	51
V44_a: Positionierungsmöglichkeit 12 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	52
V44_b: Positionierungsmöglichkeit 12 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	53
V45_a: Positionierungsmöglichkeit 18 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	54
V45_b: Positionierungsmöglichkeit 18 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	55
V46_a: Positionierungsmöglichkeit 19 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	56
V46_b: Positionierungsmöglichkeit 19 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	57
V47_a: Positionierungsmöglichkeit 20 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	58
V47_b: Positionierungsmöglichkeit 20 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	59
V48_a: Positionierungsmöglichkeit 21 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	60
V48_b: Positionierungsmöglichkeit 21 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	61
V49_a: Positionierungsmöglichkeit 22 aus Sicht des Fachinformationsmanagements	62
V49_b: Positionierungsmöglichkeit 22 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen	63
V50: Weitere Positionsmöglichkeiten	64
V51: Alter der Befragten, kategorisiert	65
V52: Höchster fachlicher Abschluss im Bereich der derzeitigen Position.....	66
V53: Weiterer fachlicher Abschluss	67
V54: Zugehörigkeitsdauer zum Fraunhofer-Institut.....	68
V55: Position.....	69
V56: Mitarbeitendenzahl des Fraunhofer-Instituts, kategorisiert	70
V57: Sonstige Kommentare	71

Vorbemerkungen

Das Codebuch definiert für die Variablen und den zugehörigen Datensatz:

- Namen der Variablen: „V“ und eine fortlaufende Nummer
- Label der Variablen: kurze Bezeichnung in Textform
- Der Variablen zugehörige Fragen mit Label: „F“ und dieselbe fortlaufende Nummer wie die Variable
- Ausprägungen der Variablen: mögliche Werte, die die Befragten auswählen können. Sie erhalten jeweils eine Ziffer als Code, der im Datensatz verwendet wird.
- Items der Variablen: bei Fragen, die eine Mehrfachauswahl möglich machen. Sie haben jeweils die Ausprägungen „Nein“ oder „Ja“. Sie erhalten jeweils eine Ziffer als Code, die im Datensatz verwendet wird.
- Bezeichnung der Freitextantworten der Variablen: „T“ und dieselbe Nummer des zugehörigen Items.
- Fehlende Werte der Variablen: Drei verschiedene sind möglich. Sie erhalten jeweils eine Ziffer als Code, die im Datensatz verwendet wird.

Frage nicht erhalten: Die jeweiligen Befragten erhielten die Frage aufgrund der gestellten Filter nicht und erhielten gar keine Möglichkeit, sie zu beantworten.

Ungültiger Wert: Eine Freitext- oder Zahlenfrage wurde so beantwortet, dass sie nicht analysierbar ist.

Keine Angabe: Die Frage wurde nicht beantwortet.

Auf diesen Umfragedaten basieren Teile der Masterarbeit »Positionsbestimmung wissenschaftlicher Bibliotheken in der externen Wissenschaftskommunikation am Beispiel des Fraunhofer-Fachinformationsmanagements«. Sie ist unter folgender Adresse abrufbar: <https://doi.org/10.24406/publica-303>

V0: ID

Variablenname	Variablenlabel
V0	ID

Laufende Nummer, die von der Umfrage-Software generiert wurde.

V1: Individuelles Selbstverständnis als Akteur:in der externen Wissenschaftskommunikation

Variablenname	Variablenlabel
V1	Individuelles Selbstverständnis als Akteur:in der externen Wissenschaftskommunikation
F1	Siehst Du Dich persönlich als Teil der externen Wissenschaftskommunikation?
1	Ja
2	Nein
3	Ich bin mir nicht sicher.
99	Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V2: Produktion eigener wissenschaftlicher Erkenntnisse

Variablenname	Variablenlabel
V2	Produktion eigener wissenschaftlicher Erkenntnisse
F2	Produzierst Du selbst neue wissenschaftliche Erkenntnisse im Zusammenhang mit deiner Tätigkeit im Fachinformationsmanagement oder der Kommunikationsabteilung?
1	Ja
2	Nein
99	Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Wurde keine Angabe gemacht, haben die Befragten den Fragebogen an dieser Stelle abgebrochen. Beantworteten sie die Frage, stellte sie einen Filter.

V3: Externe Kommunikation eigener wissenschaftlicher Erkenntnisse

Variablenname	Variablenlabel
V3	Externe Kommunikation eigener wissenschaftlicher Erkenntnisse
F3	Kommunizieren Fraunhofer-Mitarbeitende Deine wissenschaftlichen Erkenntnisse an die Öffentlichkeit? Das kannst Du selbst sein und/oder andere Personen. 1 Ja 2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Wurde keine Angabe gemacht, haben die Befragten den Fragebogen an dieser Stelle abgebrochen. Beantworteten sie die Frage, stellte sie einen Filter.

V4: Kommunikationsmedien beim Senden

Variablenname	Variablenlabel
V4	Kommunikationsmedien beim Senden
F4	Über welche Kanäle kommunizieren Du oder andere Fraunhofer-Mitarbeitende Deine wissenschaftlichen Erkenntnisse?
I4_1	Eigene Social-Media-Accounts (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube etc.)
I4_2	Social-Media-Accounts des Instituts (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube etc.)
I4_3	Eigene Website oder Blog, unabhängig vom Institut
I4_4	Institutskanäle wie Website, Blog oder Newsletter
I4_5	Direkte verbale Kommunikation mit den Empfangenden (z. B. auf Messen oder anderen Veranstaltungen)
I4_6	Sonstige Kanäle

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I4_6 ist zusätzlich eine Freitextantwort T4_6 möglich.

V5: Sendeziele

Variablenname	Variablenlabel
V5	Sendeziele
F5	Welche Ziele verfolgen Du oder andere Fraunhofer-Mitarbeitende bei der Kommunikation Deiner wissenschaftlichen Erkenntnisse?
I5_1	Kommunikation um der Wissenschaft willen
I5_2	Allgemeine Steigerung meines eigenen Ansehens
I5_3	Allgemeine Steigerung des Ansehens meines Instituts bzw. der Fraunhofer-Gesellschaft
I5_4	Vermarktung eines konkreten Produkts oder einer Dienstleistung
I5_5	Agenda Setting durch strategische Hervorhebung bestimmter Themen in den Medien
I5_6	Erfüllung der Vorgaben der Förderinstitutionen
I5_7	Sonstige Ziele

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I5_7 ist zusätzlich eine Freitextantwort T5_7 möglich.

V6: Zielgruppen des Sendens

Variablenname	Variablenlabel
V6	Zielgruppen des Sendens
F6	An welche Zielgruppen wenden sich Du oder andere Fraunhofer-Mitarbeitende bei der Kommunikation Deiner wissenschaftlichen Erkenntnisse?
I6_1	Laiinnen und Laien
I6_2	Fachfremde Forschende
I6_3	Schülerinnen und Schüler
I6_4	Agierende, die weitervermitteln, wie z.B. Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten
I6_5	Angestellte von Wirtschaftsunternehmen
I6_6	Hochschulangehörige
I6_7	Angehörige außeruniversitärer Forschungseinrichtungen
I6_8	Politisch Agierende
I6_9	Sonstige Zielgruppen
Ausprägungen	
0	Nein
1	Ja
97	Frage nicht erhalten
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe
Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I6_9 ist zusätzlich eine Freitextantwort T6_9 möglich.	

V7: Kooperationen beim Senden

Variablenname	Variablenlabel
V7	Kooperationen beim Senden

F7 Mit wem kooperieren Du oder andere Fraunhofer-Mitarbeitende bei der Kommunikation deiner wissenschaftlichen Erkenntnisse?

Bitte gib jeweils an, wie diese Zusammenarbeit aussieht.

I7_1 Professionell Kommunizierende meines Instituts. Die Zusammenarbeit sieht so aus:

I7_2 Fachinformationsmanagerinnen oder -manager meines Instituts. Die Zusammenarbeit sieht so aus:

I7_3 Verwaltungsmitarbeitende meines Instituts. Die Zusammenarbeit sieht so aus:

I7_4 Forschende meines Instituts. Die Zusammenarbeit sieht so aus:

I7_5 Mitarbeitende anderer Fraunhofer-Institute. Die Zusammenarbeit sieht so aus:

I7_6 Angehörige anderer außeruniversitärer Forschungseinrichtungen, Hochschulen oder Wirtschaftsunternehmen. Die Zusammenarbeit sieht so aus:

I7_7 Externe Dienstleistende wie Mitarbeitende von PR- oder Fotoagenturen. Die Zusammenarbeit sieht so aus:

I7_8 Medienvertretende. Die Zusammenarbeit sieht so aus:

I7_9 Sonstige Kooperationen. Die Zusammenarbeit sieht so aus:

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei allen Items sind zusätzlich Freitextantworten T7_1 bis T7_9 möglich.

V8: Gründe gegen das Senden

Variablenname	Variablenlabel
V8	Gründe gegen das Senden
F8	Warum kommunizieren Du oder andere Fraunhofer-Mitarbeitende Deine wissenschaftlichen Erkenntnisse nicht? I8_1 Ich habe Interesse, mir fehlen aber Kompetenzen und/oder Ressourcen. I8_2 Ich darf nicht, weil: I8_3 Kein Interesse, weil: I8_4 Weitere Gründe

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I8_2 bis I8_4 sind zusätzlich Freitextantworten T8_2 bis T8_4 möglich. Sie stellt außerdem einen Filter.

V9: Überzeugungsgründe für das Senden

Variablenname	Variablenlabel
V9	Überzeugungsgründe für das Senden
F9	Was würde Dich überzeugen, Deine wissenschaftlichen Erkenntnisse zu kommunizieren oder durch andere Fraunhofer-Mitarbeitende kommunizieren zu lassen?
97	Frage nicht erhalten
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T9 als gültige Werte möglich.

V10: Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Senden

Variablenname	Variablenlabel
V10	Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Senden
F10	Welche Ressourcen oder Kompetenzen fehlen Dir, um Deine eigenen wissenschaftlichen Ergebnisse zu kommunizieren oder durch andere Fraunhofer-Mitarbeitende kommunizieren zu lassen?
	97 Frage nicht erhalten
	98 Ungültiger Wert
	99 Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T10 als gültige Werte möglich.

V11: Externe Vermittlung fremder wissenschaftlicher Erkenntnisse

Variablenname	Variablenlabel
V11	Externe Vermittlung fremder wissenschaftlicher Erkenntnisse
F11	Vermittelst Du die wissenschaftlichen Erkenntnisse anderer Personen an die Öffentlichkeit? 1 Ja 2 Nein 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Wurde keine Angabe gemacht, haben die Befragten den Fragebogen an dieser Stelle abgebrochen. Beantworteten sie die Frage, stellte sie einen Filter.

V12: Kommunikationsmedien beim Vermitteln

Variablenname	Variablenlabel
V12	Kommunikationsmedien beim Vermitteln
F12	Über welche Kanäle vermittelst Du diese wissenschaftlichen Erkenntnisse anderer Personen?
I12_1	Eigene Social-Media-Accounts (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube etc.)
I12_2	Social-Media-Accounts des Instituts (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube etc.)
I12_3	Eigene Website oder Blog, unabhängig vom Institut
I12_4	Institutskanäle wie Website, Blog oder Newsletter
I12_5	Direkte verbale Kommunikation mit den Empfangenden (z. B. auf Messen oder anderen Veranstaltungen)
I12_6	Bildungsveranstaltungen
I12_7	Fiktionale Medien wie Romane oder Spiele
I12_8	Sonstige Kanäle

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I12_8 ist zusätzlich eine Freitextantwort T12_8 möglich.

V13: Vermittlungsziele

Variablenname	Variablenlabel
V13	Vermittlungsziele
F13	Welche Ziele verfolgst Du bei der Vermittlung Dieser wissenschaftlichen Erkenntnisse?
I13_1	Kommunikation um der Wissenschaft willen
I13_2	Allgemeine Steigerung des Ansehens der jeweiligen Forschenden
I13_3	Allgemeine Steigerung des Ansehens meines Instituts bzw. der Fraunhofer-Gesellschaft
I13_4	Vermarktung eines konkreten Produkts oder einer Dienstleistung
I13_5	Agenda Setting durch strategische Hervorhebung bestimmter Themen in den Medien
I13_6	Erfüllung der Vorgaben der Förderinstitutionen
I13_7	Sonstige Ziele

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I13_7 ist zusätzlich eine Freitextantwort T13_7 möglich.

V14: Zielgruppen des Vermittelns

Variablenname	Variablenlabel
V14	Zielgruppen des Vermittelns
F14	An welche Zielgruppen wendet sich Deine Vermittlung Wissenschaftskommunikation?
I14_1	Laiinnen und Laien
I14_2	Politisch Agierende
I14_3	Fachfremde Forschende
I14_4	Schülerinnen und Schüler
I14_5	Agierende, die weitervermitteln, wie z.B. Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten
I14_6	Angestellte von Wirtschaftsunternehmen
I14_7	Hochschulangehörige
I14_8	Angehörige außeruniversitärer Forschungseinrichtungen
I14_9	Sonstige Zielgruppen

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I14_9 ist zusätzlich eine Freitextantwort T14_9 möglich.

V15: Kooperationen beim Vermitteln

Variablenname	Variablenlabel
V15	Kooperationen beim Vermitteln
F15	Mit wem kooperierst Du bei der Vermittlung dieser wissenschaftlichen Erkenntnisse? Bitte gib jeweils an, wie diese Zusammenarbeit aussieht.
I15_1	Professionell Kommunizierende meines Instituts
I15_2	Fachinformationsmanagerinnen oder -manager meines Instituts
I15_3	Verwaltungsmitarbeitende meines Instituts
I15_4	Forschende meines Instituts
I15_5	Mitarbeitende anderer Fraunhofer-Institute
I15_6	Angehörige anderer außeruniversitärer Forschungseinrichtungen, Hochschulen oder Wirtschaftsunternehmen
I15_7	Externe Dienstleistende wie Mitarbeitende von PR- oder Fotoagenturen
I15_8	Medienvertretende
I15_9	Sonstige Kooperationen

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei dieser Frage sind für alle gültigen Werte Freitextantworten T15_1 bis T15_9 möglich.

V16: Gründe gegen das Vermitteln

Variablenname	Variablenlabel
V16	Gründe gegen das Vermitteln
F16	Warum vermittelst Du keine wissenschaftlichen Erkenntnisse anderer Personen?
I16_1	Ich habe Interesse, mir fehlen aber Kompetenzen und/oder Ressourcen.
I16_2	Ich darf nicht, weil:
I16_3	Kein Interesse, weil:
I16_4	Weitere Gründe

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei den I16_2 bis I16_4 ist zusätzlich Freitextantworten T16_2 bis T16_4 möglich. Sie stellt außerdem einen Filter.

V17: Überzeugungsgründe für das Vermitteln

Variablenname	Variablenlabel
V17	Überzeugungsgründe für das Vermitteln
F17	Was würde Dich überzeugen, wissenschaftliche Erkenntnisse zu vermitteln?
97	Frage nicht erhalten
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T17 als gültige Werte möglich.

V18: Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Vermitteln

Variablenname	Variablenlabel
V18	Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Vermitteln
F18	Welche Ressourcen oder Kompetenzen fehlen Dir, um wissenschaftliche Ergebnisse zu vermitteln?
	97 Frage nicht erhalten
	98 Ungültiger Wert
	99 Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T18 als gültige Werte möglich.

V19: Empfang externer Wissenschaftskommunikation

Variablenname	Variablenlabel
V19	Empfang externer Wissenschaftskommunikation
F19	Bist Du Empfängerin oder Empfänger von Wissenschaftskommunikation? Damit ist sowohl der bloße Empfang als auch das aktive Konsumieren gemeint. 1 Ja 2 Nein 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Wurde keine Angabe gemacht, haben die Befragten den Fragebogen an dieser Stelle abgebrochen. Beantworteten sie die Frage, stellte sie einen Filter.

V20: Empfangene Themen

Variablenname	Variablenlabel
V20	Empfangene Themen
F20	Zu welchen Themen empfängst Du Wissenschaftskommunikation?
I20_1	Themen, die mich privat interessieren oder betreffen
I20_2	Themen, die mich aufgrund meines fachlichen Hintergrunds interessieren, aber keinen direkten Bezug zu meiner Arbeit haben
I20_3	Themen, die einen direkten Bezug zu meiner Arbeit haben
I20_4	Themen, die relevant für andere Personen in meinem beruflichen Umfeld sind
I20_5	Sonstige Themen

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I20_5 ist zusätzlich eine Freitextantwort T20_5 möglich.

V21: Kommunikationsmedien beim Empfang

Variablenname	Variablenlabel
V21	Kommunikationsmedien beim Empfang
F21	Über welche Kanäle empfängst Du Wissenschaftskommunikation?
I21_1	Institutionsgebundene Soziale Medien (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube etc.)
I21_2	Nicht institutionsgebundene Soziale Medien (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube etc.)
I21_3	Institutionsgebundene Websites, Blogs oder Newsletter
I21_4	Nicht institutionsgebundene Websites, Blogs oder Newsletter
I21_5	Direkte verbale Kommunikation mit den Sendenden (z. B. auf Messen oder anderen Veranstaltungen)
I21_6	Bildungsveranstaltungen
I21_7	Fiktionale Medien wie z.B. Romane oder Spiele
I21_8	Journalistische Medien wie z.B. Zeitungen, Magazine oder Rundfunk
I21_9	Sonstige Kanäle

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I21_9 ist zusätzlich eine Freitextantwort T21_9 möglich.

V22: Gründe gegen das Empfangen

Variablenname	Variablenlabel
V22	Gründe gegen das Empfangen

F22 Warum empfängst Du keine Wissenschaftskommunikation?

I22_1 Ich habe Interesse, mir fehlen aber Kompetenzen und/oder Ressourcen.

I22_2 Kein Interesse, weil:

I22_3 Weitere Gründe

Ausprägungen

0 Nein

1 Ja

97 Frage nicht erhalten

98 Ungültiger Wert

99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I22_2 und I22_3 sind zusätzlich Freitextantworten T22_2 und T22_3 möglich. Sie stellt außerdem einen Filter.

V23: Überzeugungsgründe für das Empfangen

Variablenname	Variablenlabel
V23	Überzeugungsgründe für das Empfangen
F23	Was würde Dich überzeugen, Wissenschaftskommunikation zu empfangen?
97	Frage nicht erhalten
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T23 als gültige Werte möglich.

V24: Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Empfangen

Variablenname	Variablenlabel
V24	Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Empfangen
F24	Welche Ressourcen oder Kompetenzen fehlen Dir, um Wissenschaftskommunikation zu empfangen?
	97 Frage nicht erhalten
	98 Ungültiger Wert
	99 Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T24 als gültige Werte möglich.

V25: Unterstützung bei der externen Wissenschaftskommunikation

Variablenname	Variablenlabel
V25	Unterstützung bei der externen Wissenschaftskommunikation
F25	Unterstützt Du in irgendeiner Form andere Personen im Rahmen der Wissenschaftskommunikation?
	1 Ja
	2 Nein
	99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Wurde keine Angabe gemacht, haben die Befragten den Fragebogen an dieser Stelle abgebrochen. Beantworteten sie die Frage, stellte sie einen Filter.

V26: Unterstützte Personengruppen

Variablenname	Variablenlabel
V26	Unterstützte Personengruppen
F26	Wen unterstützt Du bei der Wissenschaftskommunikation? Bitte gib jeweils an, wie diese Unterstützung aussieht. I26_1 Mitarbeitende meines Instituts. Die Unterstützung sieht so aus: I26_2 Mitarbeitende anderer Fraunhofer-Institute. Die Unterstützung sieht so aus: I26_3 Externe Mitarbeitende. Die Unterstützung sieht so aus: I26_4 Sonstige Unterstützte. Die Unterstützung sieht so aus:

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Bei dieser Frage sind für alle gültigen Werte Freitextantworten T26_1 bis T26_4 möglich.

V27: Gründe gegen das Unterstützen

Variablenname	Variablenlabel
V27	Gründe gegen das Unterstützen
F27	Warum unterstützt Du keine anderen Personen bei der Wissenschaftskommunikation?
I27_1	Ich habe Interesse, mir fehlen aber Kompetenzen und/oder Ressourcen.
I27_2	Ich darf nicht, weil:
I27_3	Kein Interesse, weil:
I27_4	Weitere Gründe

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 97 Frage nicht erhalten
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I27_2 bis I27_4 ist zusätzlich Freitextantworten T27_2 bis T27_4 möglich. Sie stellt außerdem einen Filter.

V28: Überzeugungsgründe für das Unterstützen

Variablenname	Variablenlabel
V28	Überzeugungsgründe für das Unterstützen
F28	Was würde dich überzeugen, Wissenschaftskommunikation an deinem Institut zu unterstützen?
97	Frage nicht erhalten
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T28 als gültige Werte möglich.

V29: Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Unterstützen

Variablenname	Variablenlabel
V29	Fehlende Ressourcen und Kompetenzen zum Unterstützen
F29	Welche Ressourcen oder Kompetenzen fehlen dir, um Unterstützung in der Wissenschaftskommunikation zu bieten?
97	Frage nicht erhalten
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T29 als gültige Werte möglich.

V30: Bereich der Position

Variablenname	Variablenlabel
V30	Bereich der Position

F30 In welchem dieser Bereiche liegt Deine Position?

- 1 Fachinformationsmanagement
- 2 Professionelle Kommunikation
- 3 Ich bin in einer Position, die diese beiden Bereiche in irgendeiner Form verbindet.
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Wurde keine Angabe gemacht, haben die Befragten den Fragebogen an dieser Stelle abgebrochen. Beantworteten sie die Frage, stellte sie einen Filter.

V31: Mitarbeitende des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V31	Mitarbeitende des Fachinformationsmanagements
F31	Wie viele Mitarbeitende sind derzeit im Fachinformationsmanagement Deines Instituts tätig? Inklusive studentische Hilfskräfte, Auszubildende und ähnliches. Bitte gib die absolute Personenzahl an, keine Vollzeitäquivalente. 97 Frage nicht erhalten 98 Ungültiger Wert 99 Keine Angabe

Gültige Werte sind Zahlen größer 0.

V32: Kontakt zur Kommunikationsabteilung

Variablenname	Variablenlabel
V32	Kontakt zur Kommunikationsabteilung
F32	Besteht Kontakt zu den professionell Kommunizierenden Deines Instituts?
1	Ja, wir kooperieren in dieser Form:
2	Wir kennen uns, kooperieren aber nicht, weil:
3	Nein, weil:
97	Frage nicht erhalten
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Außerdem sind für alle gültigen Werte Freitextantworten T32 möglich.

V33: Kompetenzen der externen Wissenschaftskommunikation

Variablenname	Variablenlabel
V33	Kompetenzen der externen Wissenschaftskommunikation
F33	Über welche Kompetenzen in der Wissenschaftskommunikation verfügst Du?
I33_1	Texte schreiben
I33_2	Fotografie
I33_3	Grafiken erstellen
I33_4	Videoformate erstellen
I33_5	Veranstaltungen planen
I33_6	Networking
I33_7	Mit Medienvertretenden kommunizieren
I33_8	Websites verwalten
I33_9	Sonstige Kompetenzen
I33_10	Ich habe keine Kompetenzen in der Wissenschaftskommunikation.

Ausprägungen

- 0 Nein
- 1 Ja
- 98 Ungültiger Wert
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen beliebig viele der vorgegebenen Antworten aus. Bei I33_9 ist zusätzlich eine Freitextantwort T33_9 möglich.

V34: Mitarbeitende der Kommunikationsabteilung

Variablenname	Variablenlabel
V34	Mitarbeitende der Kommunikationsabteilung
F34	Wie viele Personen kommunizieren derzeit an deinem Institut professionell? Inklusive studentische Hilfskräfte, Auszubildende und ähnliches. Bitte gib die absolute Personenzahl an, keine Vollzeitäquivalente.
97	Frage nicht erhalten
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Gültige Werte sind Zahlen größer 0.

V35: Kontakt zum Fachinformationsmanagement

Variablenname	Variablenlabel
V35	Kontakt zum Fachinformationsmanagement
F35	Besteht Kontakt zum Fachinformationsmanagement Deines Instituts? 1 Ja, wir kooperieren in dieser Form: 2 Wir kennen uns, kooperieren aber nicht, weil: 3 Nein, weil: 97 Frage nicht erhalten 98 Ungültiger Wert 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Außerdem sind für alle gültigen Werte Freitextantworten T35 möglich.

V36: Art der hybriden Position

Variablenname	Variablenlabel
V36	Art der hybriden Position
F36	Inwiefern liegt Deine Position sowohl im Bereich der Kommunikationsabteilung als auch im Fachinformationsmanagement?
97	Frage nicht erhalten
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T36 als gültige Werte möglich.

V37: Hauptposition bei der externen Wissenschaftskommunikation

Variablenname	Variablenlabel
V37	Hauptposition bei der externen Wissenschaftskommunikation
F37	In welcher Funktion kommunizierst Du hauptsächlich Wissenschaft?
1	Professionelle Kommunikation
2	Fachinformationsmanagement
3	Keine überwiegt
97	Frage nicht erhalten
99	Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V38: Potenziale der hybriden Position

Variablenname	Variablenlabel
V38	Potenziale der hybriden Position

F38 Findest Du, Deine hybride Position birgt Potenziale?

1 Ja, diese:

2 Nein, weil:

97 Frage nicht erhalten

99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V39: Fachinformationsmanagement als potenzieller Akteur der externen Wissenschaftskommunikation

Variablenname	Variablenlabel
V39	Fachinformationsmanagement als potenzieller Akteur der externen Wissenschaftskommunikation
F39	Ist Deiner Meinung nach das Fachinformationsmanagement ein potenzieller Akteur der Wissenschaftskommunikation?
1	Ja
2	Nein

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Fehlende Werte sind nicht möglich, da diese Frage eine Pflichtfrage ist.

V40_a: Positionierungsmöglichkeit 8 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V40_a	Positionierungsmöglichkeit 8 aus Sicht des Fachinformationsmanagements
F40_a	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten. Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Ich lizenziere Pressedatenbanken und speichere Blogposts oder Beiträge aus den Sozialen Medien in meinem Bibliothekskatalog.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p>

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V40_b: Positionierungsmöglichkeit 8 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V40_b	Positionierungsmöglichkeit 8 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen
F40_b	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.</p> <p>Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Sie lizenzieren Pressedatenbanken und speichern Blogposts oder Beiträge aus den Sozialen Medien in ihrem Bibliothekskatalog.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p>

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V41_a: Positionierungsmöglichkeit 9 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V41_a	Positionierungsmöglichkeit 9 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

F41_a Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Ich führe in Abstimmung und Kooperation mit der Kommunikationsabteilung beispielsweise eine LinkedIn-Seite meines Instituts, in der ich nicht als Person zu erkennen bin. Dort kommuniziere ich neue Veröffentlichungen oder andere Inhalte, die mir in meinem Arbeitsalltag begegnen.

- 2 Ja
- 1 Eher ja
- 0 Kann ich nicht beurteilen
- 1 Eher nein
- 2 Nein
- 97 Frage nicht erhalten
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V41_b: Positionierungsmöglichkeit 9 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V41_b	Positionierungsmöglichkeit 9 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

F41_b Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Sie führen in Abstimmung und Kooperation mit uns beispielsweise eine LinkedIn-Fokussseite unseres Instituts, in der sie nicht als Personen zu erkennen sind. Dort kommunizieren sie neue Veröffentlichungen oder andere Inhalte, die ihnen in ihrem Arbeitsalltag begegnen.

- 2 Ja
- 1 Eher ja
- 0 Kann ich nicht beurteilen
- 1 Eher nein
- 2 Nein
- 97 Frage nicht erhalten
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V42_a: Positionierungsmöglichkeit 10 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V42_a	Positionierungsmöglichkeit 10 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

F42_a Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Ich liefere Input an andere Fachinformationsmanagerinnen und -manager, die unter dem Label „Fraunhofer-Fachinformationen“ institutsübergreifend zu Veröffentlichungen und anderen Inhalten kommunizieren, die uns in unserem Arbeitsalltag begegnen.

- 2 Ja
- 1 Eher ja
- 0 Kann ich nicht beurteilen
- 1 Eher nein
- 2 Nein
- 97 Frage nicht erhalten
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V42_b: Positionierungsmöglichkeit 10 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V42_b	Positionierungsmöglichkeit 10 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

F42_b Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Sie liefern Input an andere Fachinformationsmanagerinnen und -manager, die unter dem Label „Fraunhofer-Fachinformationen“ institutsübergreifend zu Veröffentlichungen und anderen Inhalten kommunizieren, die ihnen in ihren Arbeitsalltag begegnen.

- 2 Ja
- 1 Eher ja
- 0 Kann ich nicht beurteilen
- 1 Eher nein
- 2 Nein
- 97 Frage nicht erhalten
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V43_a: Positionierungsmöglichkeit 11 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V43_a	Positionierungsmöglichkeit 11 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

F43_a Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Ich dokumentiere die Leistungen der Forschenden meines Instituts in der externen Wissenschaftskommunikation, beispielsweise in der Fraunhofer-Publica.

2 Ja

1 Eher ja

0 Kann ich nicht beurteilen

-1 Eher nein

-2 Nein

97 Frage nicht erhalten

99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V43_b: Positionierungsmöglichkeit 11 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V43_b	Positionierungsmöglichkeit 11 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

F43_b Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Sie dokumentieren die Leistungen der Forschenden unseres Instituts in der externen Wissenschaftskommunikation, beispielsweise in der Fraunhofer-Publica.

2 Ja

1 Eher ja

0 Kann ich nicht beurteilen

-1 Eher nein

-2 Nein

97 Frage nicht erhalten

99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V44_a: Positionierungsmöglichkeit 12 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V44_a	Positionierungsmöglichkeit 12 aus Sicht des Fachinformationsmanagements
F44_a	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.</p> <p>Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Ich beantrage ISSN für Blogs oder liefere der Kommunikationsabteilung Hinweise auf kommunikationswürdige Veröffentlichungen.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p>

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V44_b: Positionierungsmöglichkeit 12 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V44_b	Positionierungsmöglichkeit 12 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

F44_b Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Sie beantragen ISSN für Blogs oder liefern uns Hinweise auf kommunikationswürdige Veröffentlichungen.

- 2 Ja
- 1 Eher ja
- 0 Kann ich nicht beurteilen
- 1 Eher nein
- 2 Nein
- 97 Frage nicht erhalten
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V45_a: Positionierungsmöglichkeit 18 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V45_a	Positionierungsmöglichkeit 18 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

F45_a Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Ich führe beispielsweise einen Blog, in dem ich als Person zu erkennen bin. Dort kommuniziere ich neue Veröffentlichungen oder andere Inhalte, die mir in meinem Arbeitsalltag begegnen, ggf. in Abstimmung und Kooperation mit der Kommunikationsabteilung.

2 Ja
1 Eher ja
0 Kann ich nicht beurteilen
-1 Eher nein
-2 Nein
97 Frage nicht erhalten
99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V45_b: Positionierungsmöglichkeit 18 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V45_b	Positionierungsmöglichkeit 18 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

F45_b Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Sie führen beispielsweise einen Blog, in dem sie als Personen zu erkennen sind. Dort kommunizieren sie neue Veröffentlichungen oder andere Inhalte, die ihnen in ihrem Arbeitsalltag begegnen, ggf. in Abstimmung und Kooperation mit uns.

- 2 Ja
- 1 Eher ja
- 0 Kann ich nicht beurteilen
- 1 Eher nein
- 2 Nein
- 97 Frage nicht erhalten
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V46_a: Positionierungsmöglichkeit 19 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V46_a	Positionierungsmöglichkeit 19 aus Sicht des Fachinformationsmanagements
F46_a	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.</p> <p>Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Ich halte mich durch den Konsum von Wissenschaftskommunikation auf dem neuesten Stand, um bei forschungsnahen Dienstleistungen auf aktuelle Themen eingehen zu können.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p> <p>Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.</p>

V46_b: Positionierungsmöglichkeit 19 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V46_b	Positionierungsmöglichkeit 19 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen
F46_b	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.</p> <p>Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Sie halten sich durch den Konsum von Wissenschaftskommunikation auf dem neuesten Stand, um bei forschungsnahen Dienstleistungen auf aktuelle Themen eingehen zu können.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p> <p>Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.</p>

V47_a: Positionierungsmöglichkeit 20 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V47_a	Positionierungsmöglichkeit 20 aus Sicht des Fachinformationsmanagements
F47_a	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.</p> <p>Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Ich unterstütze Forschende beispielsweise beim Tagging ihrer Blogposts und der Verknüpfung mit ihren sonstigen Leistungen über Identifikatoren wie die ORCID.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p>

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V47_b: Positionierungsmöglichkeit 20 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V47_b	Positionierungsmöglichkeit 20 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

F47_b Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.

Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.

Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?

Sie unterstützen Forschende beispielsweise beim Tagging ihrer Blogposts und der Verknüpfung mit ihren sonstigen Leistungen über Identifikatoren wie die ORCID.

- 2 Ja
- 1 Eher ja
- 0 Kann ich nicht beurteilen
- 1 Eher nein
- 2 Nein
- 97 Frage nicht erhalten
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V48_a: Positionierungsmöglichkeit 21 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V48_a	Positionierungsmöglichkeit 21 aus Sicht des Fachinformationsmanagements
F48_a	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.</p> <p>Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Ich vermittele durch Beratung der Forschenden zur Zitation von Beiträgen in den Sozialen Medien oder Literaturverzeichnissen in Blogposts gute wissenschaftliche Praxis im Kontext externer Wissenschaftskommunikation.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p> <p>Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.</p>

V48_b: Positionierungsmöglichkeit 21 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V48_b	Positionierungsmöglichkeit 21 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen
F48_b	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.</p> <p>Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Sie vermitteln durch Beratung der Forschenden zur Zitation von Beiträgen in den Sozialen Medien oder Literaturverzeichnissen in Blogposts gute wissenschaftliche Praxis im Kontext externer Wissenschaftskommunikation.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p> <p>Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.</p>

V49_a: Positionierungsmöglichkeit 22 aus Sicht des Fachinformationsmanagements

Variablenname	Variablenlabel
V49_a	Positionierungsmöglichkeit 22 aus Sicht des Fachinformationsmanagements
F49_a	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden zehn Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.</p> <p>Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du Dir als Fachinformationsmanagerin oder -manager vorstellen, folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Ich unterstütze bei der Recherche nach Inhalten externer Wissenschaftskommunikation in Pressedatenbanken oder sozialen Netzwerken.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p>

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V49_b: Positionierungsmöglichkeit 22 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen

Variablenname	Variablenlabel
V49_b	Positionierungsmöglichkeit 22 aus Sicht der Kommunikationsabteilungen
F49_b	<p>Im Rahmen der Masterarbeit entstanden neun Möglichkeiten, wie sich Fraunhofer-Fachinformationsmanagerinnen und -manager in der Wissenschaftskommunikation positionieren könnten.</p> <p>Die folgenden Beispiele stehen jeweils stellvertretend für eine Positionierungsmöglichkeit.</p> <p>Kannst Du dir vorstellen, dass Fachinformationsmanagerinnen und -manager folgende Tätigkeiten durchzuführen?</p> <p>Sie unterstützen bei der Recherche nach Inhalten externer Wissenschaftskommunikation in Pressedatenbanken oder sozialen Netzwerken.</p> <p>2 Ja 1 Eher ja 0 Kann ich nicht beurteilen -1 Eher nein -2 Nein 97 Frage nicht erhalten 99 Keine Angabe</p>

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V50: Weitere Positionsmöglichkeiten

Variablenname	Variablenlabel
V50	Weitere Positionsmöglichkeiten
F50	Ich habe eine weitere Idee, wie sich das Fraunhofer-Fachinformationsmanagement positionieren könnte.
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T50 als gültige Werte möglich.

V51: Alter der Befragten, kategorisiert

Variablenname	Variablenlabel
V51	Alter der Befragten, kategorisiert

F51 Welcher Altersgruppe gehörst Du an?

- 1 19 Jahre oder jünger
- 2 20 bis 29 Jahre
- 3 30 bis 39 Jahre
- 4 40 bis 49 Jahre
- 5 50 bis 59 Jahre
- 6 60 Jahre und älter
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V52: Höchster fachlicher Abschluss im Bereich der derzeitigen Position

Variablenname	Variablenlabel
V52	Höchster fachlicher Abschluss im Bereich der derzeitigen Position
F52	Welcher ist Dein höchster Bildungsabschluss, der fachlich zu Deiner aktuellen Position passt?
	1 Berufsausbildung
	2 Bachelorabschluss
	3 Diplomabschluss
	4 Masterabschluss
	5 Magisterabschluss
	6 Promotion
	7 Sonstiger Abschluss
	8 Kein Abschluss
	98 Ungültiger Wert
	99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Bei Ausprägung 7 ist zusätzlich eine Freitextantwort T52_7 möglich.

V53: Weiterer fachlicher Abschluss

Variablenname	Variablenlabel
V53	Weiterer fachlicher Abschluss
F53	Hast Du weitere Bildungsabschlüsse in anderen Fächern?
1	Berufsausbildung
2	Bachelorabschluss
3	Masterabschluss
4	Diplomabschluss
5	Magisterabschluss
6	Promotion
7	Sonstiger Abschluss
8	Kein Abschluss
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus. Bei den Ausprägungen 1 bis 7 sind zusätzlich Freitextantworten T53 möglich.

V54: Zugehörigkeitsdauer zum Fraunhofer-Institut

Variablenname	Variablenlabel
V54	Zugehörigkeitsdauer zum Fraunhofer-Institut
F54	Seit wie vielen Jahren bist Du an Deinem Fraunhofer-Institut beschäftigt? Bitte gib eine ganze Jahreszahl an. Gib eine 0 an, wenn du weniger als ein Jahr an Deinem Institut beschäftigt bist.
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Gültige Werte sind Zahlen größer oder gleich 0.

V55: Position

Variablenname	Variablenlabel
V55	Position

F55 Welche Position nimmst Du ein?

- 1 Führungskraft
- 2 Mitarbeiterin oder Mitarbeiter ohne Führungsverantwortung für Festangestellte
- 3 Studentische Hilfskraft
- 4 Auszubildende oder Auszubildender
- 5 Praktikantin oder Praktikant
- 99 Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V56: Mitarbeitendenzahl des Fraunhofer-Instituts, kategorisiert

Variablenname	Variablenlabel
V56	Mitarbeitendenzahl des Fraunhofer-Instituts, kategorisiert
F56	Wie viele Mitarbeitende hat Dein Institut derzeit (absolute Personenanzahl, keine Vollzeitäquivalente)?
1	Weniger als 250 Mitarbeitende
2	Zwischen 250 und 500 Mitarbeitende
3	Mehr als 500 Mitarbeitende
99	Keine Angabe

Die Befragten wählen nur eine der vorgegebenen Antworten aus.

V57: Sonstige Kommentare

Variablenname	Variablenlabel
V57	Sonstige Kommentare
F57	Gibt es noch etwas, das Du zu diesem Thema loswerden möchtest?
98	Ungültiger Wert
99	Keine Angabe

Bei dieser Frage sind nur Freitextantworten T57 als gültige Werte möglich.