



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Fakultät Life Sciences
Studiengang Health Sciences

Bachelorthesis

Formative Evaluation eines online Netzwerks am Beispiel *PrevNet*

Tag der Abgabe: 21.03.2011

Vorgelegt von:

Martina Bliefernich

Betreuende Prüferin: Frau Prof. Dr. Christine Färber

Zweitprüferin: Frau MA Gabi Dobusch

Vorwort

Mein Interesse für Netzwerke wurde erstmals während des Praxissemesters geweckt, als ich ein Praktikum im Büro für Suchtprävention in Hamburg absolvierte. Ich bekam dort umfangreiche Einblicke in unterschiedliche Netzwerkprojekte und durfte teilhaben an der Implementierung eines realen, regionalen Fachkräftenetzwerks, dem Aufbau bzw. der Datenpflege eines Online-Netzwerkes für Fachkräfte und der Betreuung des Internetportals zur Suchtprävention namens *PrevNet*. Da ich auf Seiten der Initiatorinnen und Initiatoren tätig war, wurden mir besonders die vielen positiven Aspekte deutlich, die vernetztes Arbeiten mit sich bringt, aber auch wie viel Arbeit investiert werden muss, um Netzwerke aufzubauen und aufrechtzuerhalten. Umso unverständlicher waren für mich die teils negativen Reaktionen bis hin zu Ablehnung, wenn es darum ging diese Netzwerke zu implementieren oder Mitglieder zu akquirieren. Dem wollte ich gerne auf den Grund gehen und daraus entstand die Idee, meine Bachelorarbeit über Netzwerke zu schreiben. Besonderes Interesse galt hierbei *PrevNet*, da es ein virtuelles, internetbasiertes Netzwerk ist und damit besondere Anforderungen an alle Beteiligten stellt. Ein weiterer Grund für die Wahl dieses Themas ist die Aktualität, da Online-Netzwerke zur Zeit in den Medien stark diskutiert werden, es demgegenüber aber nur wenige wissenschaftliche Arbeiten gibt, die dieses Thema intensiv untersuchen bzw. fundierte Ergebnisse liefern, um die unterschiedlichen Online-Netzwerke, ihre Nutzung und Dynamik zu verstehen.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	2
1. Einleitung	8
2. Das Netzwerk <i>PrevNet</i>	10
2.1. Definition und Zielsetzung	10
2.2. Funktionen und Verantwortlichkeiten.....	11
2.3. Ansicht des Portals.....	13
3. Der Netzwerkbegriff allgemein	13
3.1. Was sind Netzwerke?.....	13
3.2. Netzwerktypen, Abgrenzung.....	14
3.3. Beziehungen: die Infrastruktur von Netzwerken	15
3.4. Sozialkapital der Netzwerkgewinn	15
3.5. Online Netzwerke	16
3.5.1. Die Entwicklung	16
3.5.2. Medienkonvergenz und die Bedeutung für das Internet.....	17
3.5.3. Internetnutzung und die gesellschaftliche Bedeutung.....	18
3.5.4. Online Netzwerktypen/ Communities	19
3.5.5. Schattenseiten	19
3.5.6. Medienkompetenz als Schlüsselfähigkeit zur Nutzung des Internets.....	21
4. Zwischenfazit	22
5. Theorie der Internetnutzung	24
5.1. Der Nutzenansatz	24
6. Evaluation des <i>PrevNet</i>	28
6.1. Analyse der Ergebnisse vergangener Nutzungsevaluationen	28
6.2. Kosten-Nutzen-Abwägung.....	30
6.3. Alternativen zu den <i>PrevNet</i> -Anwendungen	31
6.4. Quantitative Studie	33
6.4.1. Wahl der quantitativen Forschungsmethoden.....	33
6.4.1.1. Quantitative Forschungsmethoden allgemein	33
6.4.1.2. Die Methode Fragebogen.....	33
6.4.2. Wahl des Forschungsdesigns und der Stichprobe:.....	34

6.4.3. Forschungsfrage:.....	34
6.4.4. Forschungshypothesen.....	35
6.4.5. Operationalisierung.....	35
7. Der Fragebogen	37
8. Pretest.....	40
9. Diskussion.....	42
10. Fazit.....	43
Literaturverzeichnis	45
Eidesstattliche Erklärung	48
Anhang.....	49

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ansicht des Portals (BZgA, 2004- 2011)	13
Abbildung 2: eigene Darstellung des GS/GO- Modell nach Palmgreen (Palmgreen und Rayburn II, 1985, S. 64)	25
Abbildung 3: eigene Darstellung des erweiterten GS/GO- Modell nach Slawinski angelehnt an Palmgreen.....	27
Abbildung 4: eigene Darstellung der PrevNet -Zugriffshäufigkeiten auf alle Rubriken (Gass, 2007- 2009).....	29
Abbildung 5a: eigene Darstellung der Operationalisierung	34
Abbildung 5b: eigene Darstellung der Operationalisierung	36

Zusammenfassung

Einleitung: Netzwerke und Netzwerkkooperationen sind omnipräsent und erscheinen als „Königsweg“ für koordiniertes Zusammenarbeiten. Ihre jüngste Form, die Online-Netzwerke, sind verbunden mit Besonderheiten und Herausforderungen für deren Akteurinnen und Akteure, aber auch für deren Aufrechterhaltung und Evaluation. Welche dies sind, wird in dieser Arbeit aufgezeigt und in der Evaluation des Online-Netzwerks *PrevNet* berücksichtigt. Der Fokus wird dazu speziell auf die Netzwerkakteurinnen und –akteure gelegt, da ihre Sicht ein entscheidendes Beurteilungskriterium für die Evaluation des Netzwerkes darstellt und zuvor in dieser Art noch keine Berücksichtigung gefunden hat.

Ziel: Ist es zu evaluieren, ob *PrevNet* den Ansprüchen und Bedürfnissen der Userinnen und Usern gerecht wird oder ob ggf. Anpassungen vorgenommen werden müssen, um die Qualität des Netzwerkes zu gewährleisten.

Methoden: Um eine schriftliche Befragung der *PrevNet*- Mitglieder durchführen zu können, wurde dafür als Evaluationsinstrument ein standardisierter Fragebogen entwickelt. Der Fragebogen wurde deduktiv erarbeitet. Theorien der Mediennutzung wurden in ein Wirkungsmodell von Gründen für die *PrevNet* Nutzung übertragen. Diese wurden operationalisiert, in dem nach den Standards der Fragebogenentwicklung die einzelnen Befragungsthemen in Itembatterien übersetzt und optimal auswertbar skaliert wurden. Der Fragebogen wurde zwei Pretests unterzogen.

Ergebnis: Der entwickelte Fragebogen ist geeignet, um die Forschungshypothesen zu prüfen und die Evaluation des *PrevNet* mit neuem Fokus auf die Akteurinnen und Akteure durchzuführen.

Diskussion: Als wissenschaftliche Qualitätskriterien für Befragungsinstrumente gelten Objektivität, Reliabilität und Validität (Diekmann, 2006, S.216f.). Der hier entwickelte Fragebogen wurde in den Pretests auf Objektivität und Reliabilität geprüft und erfüllt diese beiden Qualitätskriterien durch einen hohen Grad an Standardisierung. Die Validität kann zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht nachgewiesen werden, da im Rahmen dieser Arbeit „nur“ Pretests durchgeführt werden konnten und die eigentliche Feldphase noch folgen wird.

Abstract:

Introduction: Networks and network cooperations are omnipresent and can be classified as the „silver bullet“ for coordinated teamwork. It's latest form, online networks, is associated with specifics and challenges for their network stakeholders as well as for the maintenance and evaluation of the network. This thesis will describe these specifics and challenges. It also includes the evaluation of the online network *PrevNet*. It focusses on network partners perception, because this is an important assessment criterion for the evaluation of the network and wasn't considered so far.

Aim: To evaluate, if *PrevNet* meets the users demands and requirements or if there is an adjustment required to ensure the quality of the network.

Methods: To run a written survey of the *PrevNet*- members a standardized questionnaire was developed. This questionnaire was generated deductive. Theories of media use were conveyed to an effect model of causes for the *PrevNet* use. By using the standards for questionnaire development, these causes were operationalized by putting every topic of the survey into item sets and using optimal scales for the data analysis. The questionnaire run through two pretests.

Results: The questionnaire is suitable to verify the research hypothesis and to evaluate *PrevNet* with regard to the network partners focus.

Discussion: Objectivity, reliability and validity are the scientific quality criteria for interviewing instruments. Objectivity and reliability of the developed questionnaire was analyzed by pretest. Both criteria were met, a high grade of standardisation was given. So far the validity can't be proved, within the framework of this thesis, only pretests had been performed. The field work itself will be performed afterwards.

1. Einleitung

Schon 1986 wurde in der Ottawa-Charta zur Gesundheitsförderung das Vermitteln und Vernetzen als dritter Punkt und Voraussetzung für Gesundheitsförderung genannt. Es heißt darin: „Der Gesundheitssektor allein ist nicht in der Lage, die Voraussetzungen und guten Perspektiven für Gesundheit zu garantieren“ (WHO, 2011) und es wurde nach koordinierten Zusammenwirken verlangt. Heute 25 Jahre später, kann man auch in vielen anderen Arbeitbereichen, wie auch der Suchtprävention sehen, dass dieser Forderung Folge geleistet wurde. Menschen aus verschiedensten Lebensbereichen wirken zusammen und bilden Netzwerke unterschiedlichster Art. Mit dem Ziel Synergieeffekte zu entfalten, Ressourcen gemeinsam zu nutzen und einen positiven, gegenseitigen Nutzen aller Beteiligten zu bewirken, werden Netzwerkkooperationen eingegangen. Durch das Internet ist es nun auch möglich geworden, Netzwerke auch virtuell zu betreiben und mit Akteurinnen und Akteuren überall auf der Welt zu kooperieren und gleichzeitig Ressourcen wie z.B. Reisekosten und Zeit zu sparen. Die Suchtprävention in Deutschland hat diese Möglichkeiten ergriffen und das virtuelle Netzwerk *PrevNet* entwickelt, um Bund und Länder ressourcenschonend zu vernetzen und die Effizienz der Suchtvorbeugung in Deutschland zu verbessern. 2004 ist *PrevNet* online gegangen und war damals eines der ersten Portale dieser Art. Seither haben sich jedoch die Informations- und Kommunikationstechnologien rasant weiterentwickelt und das Internet bietet eine Vielzahl an alternativen Vernetzungsmöglichkeiten. Auch die gesellschaftliche Bedeutung und die Nutzung des Internets haben sich stark verändert und es ist kontinuierlich zu prüfen, welche Auswirkungen dies auf *PreNet* hat. Dies ist nötig, um die Qualität und Effektivität des Projekts zu gewährleisten, diese den Entscheidungs- und Kostenträgerinnen und -trägern des Projekts nachzuweisen und damit einfließende Ressourcen zu legitimieren. Während von Evaluationen des *PrevNet* in der Vergangenheit vor Allem die Perspektive der Projektverantwortlichen und Koordinatorinnen und Koordinatoren berücksichtigt und überprüft, ob ihre gesetzten Ziele erreicht wurden, sich das Portal vorstellungsgemäß und prozesshaft weiterentwickelt und sich als handhabbar erweist, soll diese Arbeit ganz bewusst die Perspektive der Mitglieder in den Vordergrund stellen. Das Ziel die Effizienz der Suchtprävention durch Vernetzung zu verbessern, kann nur

erreicht werden, wenn die Akteurinnen und Akteure sich tatsächlich vernetzen. Ihre Sicht über das Netzwerk bzw. ihre Motivation *PrevNet* zu nutzen ist somit ein entscheidendes Beurteilungskriterium, welches in der Evaluation des Netzwerkes berücksichtigt werden muss. Dies zu untersuchen wird ein standardisierter Fragebogen zur Mitgliederbefragung entwickelt.

2. Das Netzwerk *PrevNet*

2.1. *Definition und Zielsetzung*

PrevNet ist ein Kooperationsprojekt zwischen der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung und den Länderkoordinatorinnen und –koordinatoren der Suchtprävention in Deutschland. Ziel dieses Projekts ist es durch die Vernetzung der Aufklärungsmaßnahmen zur Suchtvorbeugung von Bund und Ländern und durch Verbesserung des Informations- und Kommunikationsflusses die Effektivität der Suchtvorbeugung in Deutschland zu erhöhen. Dazu werden Ressourcen schon bestehender regionaler Netzwerke genutzt sowie verfügbare Informationen und Wissen über Suchtprävention aus ganz Deutschland gebündelt und in dem koordinierten Internetportal www.prevnet.de zentral und strukturiert für Fachkräfte und Interessierte zur Verfügung gestellt. Die Informationen umfassen Studien, Projekte und Materialien zur Suchtvorbeugung. Des Weiteren werden Einrichtungen, Akteurinnen, Akteure und aktuelle Termine z.B. für Tagungen aufgeführt und stellen eine umfangreiche Datenbank dar, die für jeden Interessierten abrufbar ist. Dadurch werden erfolgreiche Projekte bundesweit besser bekannt, Doppelentwicklungen werden vermieden und Ressourcen eingespart. Gleiches gilt für aktuelle Studien und Materialien zur Suchtprävention. Die Datenbank soll aber nicht nur Informationen für Fachkräfte und Interessierte liefern, sondern ganz besonders auch die Koordinatorinnen und Koordinatoren der Suchtprävention in ihrer Arbeit unterstützen. Das Portal soll ihnen glaubwürdige, transparente und aktuelle Daten über „alle“ Aktivitäten der Suchtprävention in Deutschland liefern und ihnen anhand dieses umfangreichen Überblicks die Koordination von zukünftigen Maßnahmen, Projekten und den effizienten Einsatz von Ressourcen erleichtern bzw. verbessern. Mittels des Portals soll es UserInnen und Usern zudem leichter ermöglicht werden neue Kontakte aufzubauen, sich auszutauschen und Synergieeffekte zu nutzen. Zu diesem Zweck verfügt jedes Mitglied über ein persönliches Profil auf der Plattform. Die Tätigkeit der Person, die Einrichtung, der sie angehört, sowie Kontaktdaten werden darin aufgeführt und ermöglichen es, Fachleute der Suchtprävention direkt anzuschreiben, Fragen zu stellen oder detaillierter Informationen zu den jeweiligen Interessengebieten zu erhalten. Mit diesem Angebot werden alle Personen angesprochen, die sich für die

Suchtprävention interessieren oder auch Rat und Hilfe suchen. Für die primäre Zielgruppe, die Fachkräfte, Mediatorinnen und Mediatoren der Suchtprävention, gibt es zusätzlich einen passwortgeschützten, interaktiven Bereich mit der Funktion eines virtuellen Büros. Dieser Bereich ermöglicht einen fachlichen Austausch beteiligter Personen über Mailinglisten, Arbeitsgruppen und Foren. Diese können eigens von Mitgliedern gegründet und verwaltet werden. Innerhalb der Arbeitsgruppen können Dokumente hochgeladen, bearbeitet und abgelegt werden, die nur für die jeweiligen Gruppenmitglieder verfügbar sind. Diese Funktion kann als Projektmanagementinstrument genutzt werden, mit Hilfe dessen Projekte in Form von Arbeitsgruppen online geplant, beschrieben und evaluiert werden können. Dokumente können gemeinsam bearbeitet und in der AG abgespeichert werden. Dies ermöglicht auch die Zusammenarbeit mit Fachkräften, die in anderen Bundesländern ansässig sind und spart Ressourcen (Reisekosten, Zeit, Materialien). Eine weitere Option für Mitglieder ist das einfache und schnelle Veröffentlichen eigener Leistungen. Inhalte, wie Projekte, Studien, Materialien und Termine können bei *PrevNet* eingestellt werden und sind damit der Öffentlichkeit zugänglich. Da die Inhalte bei *PrevNet* auf ihre Qualität geprüft werden, können die dort aufgeführten Inhalte von der/dem AutorIn auch als Referenz genutzt werden. Jede Interaktion, die getätigt wird, und jede Information, die bei *PrevNet* eingegeben wird, stellt eine Erweiterung des Portals dar und erhält damit kontinuierlich die Dynamik.

2.2. Funktionen und Verantwortlichkeiten

Inhaltlich umgesetzt und koordiniert wird das gesamte Portal von einer Steuergruppe, bestehend aus den beiden Initiatoren von *PrevNet*, sowie einer Ländervertreterin aus Niedersachsen und einer Vertreterin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Sie legen offizielle Kommunikationsschnittstellen fest, fördern einen homogenen Außenauftritt und übernehmen die Organisation, Planung, Zielsteuerung und Qualitätssicherung des Gesamtnetzwerks. Neben dieser informellen Managementebene für das gesamte Netzwerk gibt es in jedem Bundesland eine Behörde, die die Federführung bzw. das Management für das Projekt im jeweiligen Bundesland übernimmt. In Hamburg ist dies die Behörde für

Soziales, Familie, Gesundheit und Verbraucherschutz (BSG). Diese Aufgabe umfasst mehrere Elemente, zum Einen die Absicherung von Ressourcen (Technik, Finanzen/Zuwendungen, Arbeitszeit etc.), zum Anderen die Bereitstellung einer/eines GebietskoordinatorIn, die/der die Mitgliedergewinnung und die Koordination und Beobachtung der Aktivitäten, die durch Einrichtungen bzw. Personen des jeweiligen Bundeslandes getätigt werden, übernimmt. In erster Instanz tragen die Mitglieder selbst die Verantwortung für die Informationen, die sie bei *PrevNet* eingeben, jedoch gibt es übergeordnet die/den GebietskoordinatorIn, die/der den Überblick über „alle“ Aktivitäten in ihrem/seinen Bundesland behalten muss und für die adäquate Darstellung und Präsentation der Suchtprävention ihres/seines Landes Sorge trägt. D.h. das Gesamtnetzwerk ist strukturiert in bundeslandbezogene, gleichgestellte Teilnetzwerke mit eigener Managementebene bzw. Koordinierungsstelle. Diese erhält auch die Mitgliedsanträge ihres Bundeslandes und ist verantwortlich für die Überprüfung, Ablehnung oder Bewilligung. Entscheidend für eine Bewilligung ist, dass der/die AntragstellerIn einer Einrichtung der Suchtprävention angehört und sich somit als Zielgruppe der Fach-Community identifiziert. Eine Ausnahmeregelung existiert für Personen, die z.B. an einem Projekt mitwirken, jedoch nicht in der Suchtprävention tätig sind. Diese Personen können als KooperationspartnerIn aufgenommen werden. Sie erhalten Zugriff auf alle Informationen ihres Projekts und können für dieses Inhalte einstellen, jedoch beschränkt sich der Zugriff auch nur auf das Projekt und nicht den gesamten passwortgeschützten Bereich.

2.3. Ansicht des Portals

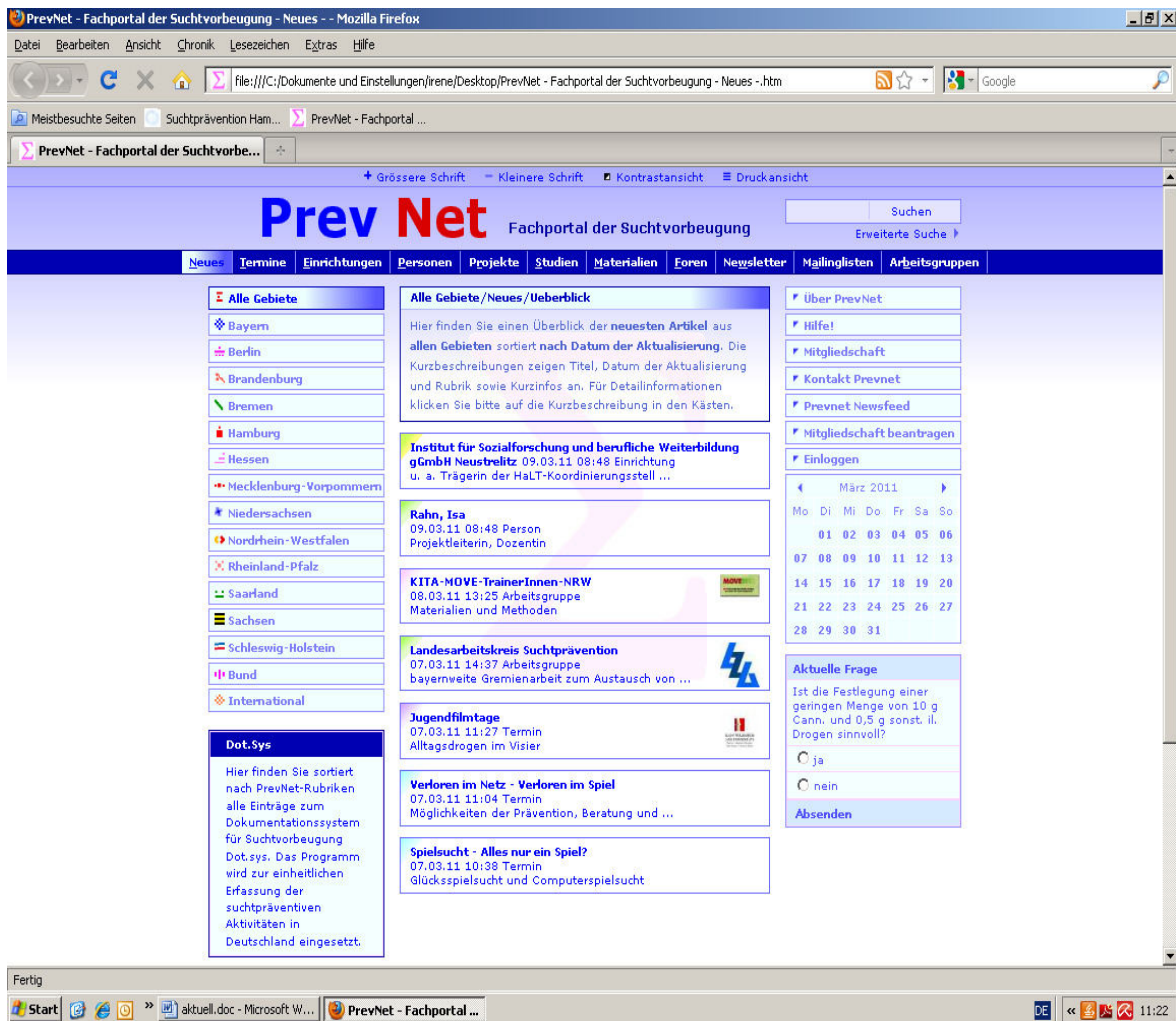


Abbildung 1: Ansicht des Portals (BZgA, 2004- 2011)

3. Der Netzwerkbegriff allgemein

In diesem Abschnitt werden Netzwerke allgemein definiert und abgegrenzt, sowie positive und negative Aspekte aufgeführt, die das Arbeiten in Netzwerken mit sich bringen. Weiter gehe ich auf Online-Netzwerke ein, sowie die Besonderheiten und Schwierigkeiten der damit verbundenen Internetnutzung, um für die Evaluation relevante Aspekte aufzuzeigen.

3.1. Was sind Netzwerke?

In allen Bereichen unserer heutigen Gesellschaft sind Netzwerke zu finden, sie sind ubiquitär und lassen Castells (2000) gar von einer „Netzwerkgesellschaft“ sprechen. Im sozialen Bereich z.B. sind wir Teil persönlicher Netzwerke, wie

Freundeskreisen, Sportvereinen oder Selbsthilfegruppen. Im ökonomischen Bereich gibt es vielfältig Firmenzusammenschlüsse im Sinne eines Netzwerkunternehmens, aber auch im Unternehmen selbst kann man verschiedenste Netzwerke finden wie Produktions-, Innovations- oder strategische Netzwerke (Bommes und Tacke, 2006, S.37). Der Informationssektor bietet das Internet als Computernetzwerk, das durch technische Vermittlungs- und Übertragungseinrichtungen (z.B. Kabel) Rechner eines Unternehmens, eines Gebietes oder gar der ganzen Welt (World Wide Web) verbindet. Und selbst in der Kriminalität sind Netzwerke zu finden, wie Terrorismusgruppen (Al Quaida) oder die Mafia (vgl. Straus, 2004, S.11) Der Terminus Netzwerk wird vielfältig verwendet und es scheint, als könne man nach dem Catch-all-Konzept beliebige soziale Zusammenhänge mit dem Netzwerkbegriff belegen. Früher bildete man Arbeitskreise oder runde Tische und heute „Netzwerke“ (Bommes und Tacke, 2006 S.37).

3.2. Netzwerktypen, Abgrenzung

Als erste Unterscheidung kann man Netzwerke untersuchen und beschreiben als Programm, als Theorie, als Phänomen oder aber auch als Analyseperspektive. Zudem können Netzwerke nach drei Ebenen typisiert werden. Die erste Ebene ist die Strukturebene, bei der man nach globalen und lokalen, nach realen und virtuellen Netzwerken unterscheidet oder auch dichte und lose Strukturen beschreibt. Die zweite Ebene ist die Funktionsebene. Die Funktion eines Netzwerkes kann z.B. soziale Unterstützung sein oder Informations- und Wissensaustausch, aber auch Beratung oder Geselligkeit. Die dritte Ebene ist die Zielebene, bei der z.B. nach strategischen und operativen oder auch gerichteten und ungerichteten Netzwerken unterschieden wird (Straus, 2004, S.14). Viele WissenschaftlerInnen versuchen zur Beschreibung auch das alte Medium Organisation in die neue Form der Netzwerke zu übersetzen, sind jedoch zumeist daran gescheitert, da die Dynamik und Struktur von Netzwerken stark von denen einer Organisation abweichen. Temporär und dynamisch angelegte Kooperationsvereinbarungen und Verantwortlichkeiten in Netzwerken lösen die sonst festen Formalstrukturen einer Organisation auf. Auch sind Netzwerke

offener und unverbindlicher angelegt, womit ihnen die scharfe Grenzziehung fehlt, die für Systeme (Unternehmensorganisationen) charakteristisch ist und genau sagen lässt, wer z.B. Mitglied ist und wer nicht (Aderhold, 2009, 2004). Jansen spricht von einer neuen hybriden Organisationsform, die charakterisiert ist durch eine „...relative Gleichrangigkeit und Autonomie der Akteure, die untereinander eher nonhierarchische Beziehungen eingehen und im Vertrauen miteinander kooperieren“ (Jansen 2003: 12, zit. N. Schelske 2007).

3.3. Beziehungen: die Infrastruktur von Netzwerken

Die Gemeinsamkeit aller Netzwerke (außer technische) ist, dass sie auf sozialen Beziehungen basieren. Dies bedeutet in der allgemeinen Begrifflichkeit: „aufeinander gegenseitig eingestelltes und dadurch orientiertes Sichverhalten mehrerer“ (Weber 1980: 13). Auf Netzwerke bezogen kann man sagen, dass netzwerkförmige Beziehungen vorliegen, wenn durch die Beziehungen im Netzwerkgeflecht das Verhalten der Beteiligten beeinflusst wird (Aderhold, 2004). Die Reziprozität dieser Beziehungen, d.h. das Prinzip der Gegenseitigkeit, ist Voraussetzung für das Funktionieren und den dynamischen Austausch in Netzwerken. Ein Akteur erwartet für eine Handlung/Leistung im Netzwerk eine äquivalente Gegenleistung in der Zukunft (vgl. Holzer, 2006, S. 13). Demzufolge ist ein zweiter essentieller Aspekt in Netzwerken das Vertrauen der einzelnen Akteurinnen und Akteure in die anderen, dass sie die Gegenleistung erbringen werden. „Vertrauen bestätigt also nicht nur die Existenz einer Beziehung, sondern ist der soziale Mechanismus, der die Brücke zwischen vergangenen Erfahrungen und einer kontingenten Zukunft schlägt“ (Holzer 2006: S.13).

3.4. Der Netzwerkgewinn: Sozialkapital?

Sind Vertrauensvorschüsse und Reziprozitätserwartungen etabliert, können Beziehungen neben dem expressiven auch einen instrumentellen Charakter annehmen und Sozialkapital erzeugen. Sozialkapital entsteht und vergeht in sozialen Beziehungen und ermöglicht oder erleichtert Handlungen, durch den Zugriff auf Ressourcen im Kontaktnetz, sei es materieller oder immaterieller Art

(vgl. Holzer, 2006, S.14). Das so genannte „Vitamin B“ ist ein Begriff der in diesem Zusammenhang häufig genutzt wird. Sozialkapital ist jedoch ein rein rational definiertes Netzwerkphänomen, das nicht von z.B. einer Beziehung zwischen zwei Personen ausgelöst werden kann, sondern die Zugehörigkeit zu einer Gruppe voraussetzt (Coleman 1988: 98). So definiert Bourdieu das Sozialkapital auch als „die Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind; oder anders ausgedrückt, es handelt sich dabei um Ressourcen, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe beruhen“ (Bourdieu, 1983: 190f.). Die Größe des Netzwerkes und der Aufbau, also die Unterschiedlichkeit der Mitglieder, bestimmen die Höhe des verfügbaren Sozialkapitals (Deindl, 2005). Jedoch lässt sich das Sozialkapital jedes einzelnen durch sog. „Beziehungsarbeit“ erhöhen, da man durch erfolgreiche Investitionen in eigene soziale Beziehungen, die Zinsen dieser „Beziehungsarbeit“ erwarten darf (Bourdieu, 1983). Voraussetzung für das Funktionieren des Sozialkapitals ist das Vorhandensein von Vertrauen und die Einhaltung geltender Normen (Putnam, 2001). Werden die Normen nicht eingehalten oder verlassen Mitglieder die Gruppe, kann das Sozialkapital zerstört werden.

3.5. Online Netzwerke

3.5.1. Die Entwicklung

Anfang der 70er Jahre wurde das Internet entwickelt. Es entstand aus einem Projekt des US-Verteidigungsministeriums und wurde genutzt um Universitäten und Forschungseinrichtungen zu vernetzen und deren knappen Rechenkapazitäten effektiver zu nutzen. Heute ist das Internet nicht nur eines der größten Netzwerke, sondern es wurden auch neue Möglichkeiten der Vernetzung geschaffen. Während das Internet technisch Rechner auf der ganzen Welt vernetzt, wird dieses Medium genutzt, um Menschen zu vernetzen (Bunz, 2008, S.27). Dafür gibt es ganz verschiedene Formen, wie E-Mail, Mailinglisten, Foren, Chat, Blogs, Wikis, und virtuelle Plattformen, auch Communities genannt. Am Anfang aller genannten Vernetzungsformen stand der vereinfachte, schnellere,

technische Datentransfer. Dieser ermöglichte eine Kommunikation, die Grenzen und Distanzen problemlos überwindet. Mit der steigenden Leistungsverfügbarkeit, dem breiten Zugang und der Medienkonvergenz haben sich die Gründe für das Nutzen des Internets gewandelt.

3.5.2. Medienkonvergenz und die Bedeutung für das Internet

Medienkonvergenz beschreibt das Zusammenwachsen bzw. Verschmelzen der Medien-, Telekommunikations- und Informationstechnologiebranche. Ursprünglich lehnt die Bedeutung des Medienbegriffs an seiner Kernfunktion, der Trägerschaft von Informationen. Ein Medium ist ein Transportinstrument von Techniken und Materialien die Kommunikationszwecke verfolgen und Informationen verbreiten (Herzig, 2009). Dies spiegelt eine eigentlich passive Grundeigenschaft wieder, die in der heutigen Zeit durch elektronische Kommunikationsformen und Optionen der Interaktivität aufzuweichen scheint. Die verschiedenen Einzelmedien nähern sich an und so ist es heute z.B. möglich über das Handy Musik zu hören, über den Fernseher Nachrichten zu lesen oder über das Internet zu telefonieren. Monofunktionale Medien werden multifunktional. Das Internet ist ein Paradebeispiel dafür, da es Datenübertragung in Bild, Video, Ton und Text ermöglicht und verschiedene Merkmale neuer Medien in sich vereinigt (vgl. Gomez, 2006). Diese Multifunktionalität hat auch die Bedeutung und die Nutzung des Internets in der Gesellschaft gewandelt. Längst ist das Internet kein Arbeitswerkzeug mehr, sondern hat auch im Privatleben einen festen Platz eingenommen. Das Bild vom „Computerfreak“, der einsam in einer dunklen Kammer vor seinem Rechner sitzt, hat sich gewandelt. Da das Internet Unterhaltung, Information, Kontaktmöglichkeiten und Austausch bietet, verbringen viele Menschen einen Großteil ihrer Freizeit vor dem Computer (vgl. Ebersbach et al., 2008).

3.5.3. Internetnutzung und die gesellschaftliche Bedeutung

Eine aktuelle Studie des Hightech-Verbandes BITKOM fand heraus, dass 71% der Deutschen das Internet nutzen (in der jungen und mittleren Altersgruppe sogar min. 90%). Für einen Großteil der NutzerInnen (58%) ist das Internet inzwischen unentbehrlich geworden (BITKOM, 2010). Viele Anwendungen sind geradezu Mainstream geworden und kaum einer kann sich dem Internet noch entziehen. Was aber ist der Grund für die große Akzeptanz bei den Userinnen und Usern und die rasante Ausbreitung der neuen Technologien? Ein Erklärungsansatz ergibt sich aus den Isolationstendenzen der heutigen fragmentierten Industriegesellschaften, in denen klassische Familienstrukturen abnehmen, sich Bindungen zu Freundinnen, Freunden und Familie schneller lösen und Singlehaushalte beinahe die Regel sind. Diese Umstände lassen Online-Netzwerken, in denen zerstörte Beziehungen aktualisiert oder neue aufgebaut werden können (z.B. *facebook*), eine besondere Bedeutung zukommen (vgl. Ebersbach et al., 2008). Ein anderer Grund ist die Möglichkeit der Selbstinszenierung im Netz. Mittels persönlicher Profile kann man sich darstellen, profilieren und mit anderen konkurrieren. Eigene Werke können publiziert werden und die/der UserIn hat die Möglichkeit von der Rezipientin zur Produzentin oder vom Rezipienten zum Produzenten zu werden (Herzig, 2009, S.22). Durch die große Anzahl an Userinnen und Usern ist zudem auch die Chance auf Anerkennung und Aufmerksamkeit größer, als in der realen Welt. In Online-Netzwerken ist man zudem unter Gleichen und kann unabhängig sozialer Schubladen agieren, da nur eine bestimmte Leistung oder Rolle erfüllt werden muss, unabhängig von der persönlichen Biografie oder sozialer Herkunft (vgl. Ebersbach et al., 2008). Ein weiterer Grund für die Internetnutzung ist Faszination, die von der Technik und den praktischen Anwendungen ausgeht. Man ist z.B. nicht mehr auf den zeitaufwendigen Postversand angewiesen, sondern kann Dokumente per E-Mail in wenigen Minuten an beliebige Orte versenden. Nach Bonfadelli lassen sich die Zwecke der heutigen Internetnutzung in vier Kategorien einteilen (Bonfadelli, 2004a, S. 77-78)

- Informationsabruf (Nachrichten, Suchmaschinen etc.)
- Services (Downloads, Einkäufe, E-Banking)

- Kommunikation (Mails, Instant-Messaging etc.)
- Unterhaltung (E-Books, Videos, Musik)

3.5.4. Online Netzwerktypen/ Communities

In Communities gruppieren sich Personen um ein bestimmtes Thema oder verfolgen ein gemeinsames Ziel (Ebersbach et al., 2008). Sie sind Anziehungspunkt für Millionen von Menschen geworden und es gibt inzwischen zu jedem erdenklichen Thema eine passende Community im Netz. Man unterscheidet vertikale Communities mit Content-Aggregatoren, in denen sich Menschen gleichen Interesses, wie z.B. bei *PrevNet* die Suchtprävention verbinden und horizontale Communities mit People-Aggregatoren. Horizontale, wie z.B. der Social-Network-Dienst (SND) *Myspace* sind ein „Sammelbecken“ für jedermann (vgl. Godau und Ripanti, 2008). Sie genießen aktuell größte Aufmerksamkeit in den Medien und der Forschung und haben besonders bei jungen Menschen großen Anklang gefunden. Autoren wie Gefter (2006) sprechen gar von einer „MySpace-Generation“. Das besondere an SNDs ist, dass sie neben der Möglichkeit für Interaktivität auch die der Selbstdarstellung mittels personalisierter Profile mit Foto und persönlichen Daten bieten und damit die Darstellung von Personen und ihren Beziehungen zum Mittelpunkt haben (Schmid-Egger und Krüll, 2009). Es besteht ein starker Zusammenhang zur realen Sozialbindung (Ebersbach et al., 2008). SNDs liegt das Schneeballprinzip zugrunde: eine Userin oder ein User meldet sich an, erstellt ein persönliches Profil, lädt Familie, Freundinnen und Freunde ein, die wiederum ihre Bekannten, Freundinnen und Freunde einladen und so weiter. Auf diese Weise kommen Netzwerke mit tausenden von Menschen zustande (Ebersbach et al., 2008).

3.5.5. Schattenseiten

Netzwerke die online betrieben werden sind neben vielen Vorteilen auch mit Schwierigkeiten verbunden, die besondere Anforderungen an die Akteurinnen und Akteure stellen. Schon für die Teilnahme an Online-Netzwerken wird zum Einen vorausgesetzt, dass das technische Equipment (PC, Internetzugang etc.) vorhanden ist und zum Anderen, dass die UserInnen über ein Mindestmaß an

Fähigkeiten zur Bedienung dieses Equipments verfügen. Eine weitere Schwierigkeit der Online-Vernetzung ist die virtuelle Kommunikation, die wesentliche Unterschiede zur Face-to-Face-Kommunikation aufweist. Gestik, Mimik und Tonfall entfallen bei Kommunikationsformen wie z.B. e-Mails, beschränken die Ausdrucksmöglichkeiten und erhöhen das Risiko für Missverständnisse (Kardorff, 2006, S.72). Auch der einfache Ein- und Austritt in Online-Netze ist problematisch, da er die Reziprozitätsregeln und den Charakter von Verbindlichkeit und Verlässlichkeit im Netz berührt (Ebersbach et al., 2008). Dies ist besonders nachteilig in Expertennetzwerken wie *PrevNet*, da (Fach-)Wissen und Erfahrungen ausgetauscht werden und mit der Bereitstellung dieses Kollektivguts im virtuellen Raum auch immer die Gefahr des Missbrauchs einhergeht. Mit Missbrauch ist gemeint, dass Trittbrettfahrer das bereitgestellte Wissen missbrauchen, indem sie es z.B. in eigenen Arbeiten weiter verwenden ohne es mit den nötigen Verweisen zu kennzeichnen (vgl. Kardorff, 2006, S.78). Der rechtlichen Seite kommt somit eine besondere Bedeutung zu, da erstellte Texte, Bilder etc. geistiges Eigentum darstellen, als schützenswert erachtet werden und die Rechte der Verfasserin oder dem Verfasser vorbehalten sind bzw. sein sollten. Dabei sind zwei Aspekte zu berücksichtigen, die geschützt werden müssen. Zum Einen die ideellen Interessen der Verfasserin oder des Verfassers an ihrem/seinem Werk, die unter das Urheberrecht fallen und zum Anderen die ökonomischen Aspekte, also die wirtschaftlichen Investitionen, die zur Entstehung des Werkes oder dessen Vermarktung getätigt wurden. Diese Rechte werden durch das Copyright geschützt und liegen oft auch nicht bei der/dem UrheberIn sondern z.B. einem Verlag. Trotz der bestehenden Gesetze zum Schutze dieser Rechte, werden sie im Internet oft verletzt und geben der Möglichkeit im Internet eigene Werke zu publizieren einen üblen Beigeschmack. Ähnlich ist es mit persönlichen Daten z.B. aus Personenprofilen, die vielfältig missbraucht werden können. Das liegt besonders daran, dass es kaum Hürden für die Erstellung eines Online-Accounts gibt und man anonym bzw. unter Angabe einer beliebigen Identität im Netz agieren kann (Alby, 2007). Mit dieser fiktiven Identität ist es nun leicht möglich anderen Menschen durch z.B. Identitätsdiebstahl, Rufschädigung, Mobbing oder Cyber-Stalking zu schaden. Auf diese Weise können auch problematische Inhalte ins Netz gelangen, sei es dass sie nicht der Wahrheit entsprechen oder auch dass jemand in der Ausdrucksweise über die Stränge

schlägt. Userinnen und User müssen demnach auch die Fähigkeit besitzen die Inhalte im Internet auf ihren Wahrheitsgehalt oder ihre Wissenschaftlichkeit bewerten zu können. Diese Fähigkeit fällt unter den Begriff Medienkompetenz (s.3.5.6.). Ein weiteres Problem, das die Weiterentwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien hervorgebracht hat ist, dass sich Privatleben und professionelles Leben zunehmend vermischen. Während man früher nur persönlich oder telefonisch innerhalb der Arbeitszeiten am Arbeitsplatz erreichbar war und sich das darauf professionelle Leben beschränkte, ist man heute oft zu jeder Tages- und Nachtzeit über Handy, E-Mail, Social-Network-Dienste etc. erreichbar und Privatleben und professionelles Leben lassen sich nur noch schwer trennen. Eine aktuelle Studie fand dies belegend heraus, dass bis zu 85% der Berufstätigen auch in ihrer Freizeit für Kollegen, Chefs und Kunden per Mail, Handy etc. erreichbar sind. Umgekehrt nutzen aber auch 43% der Berufstätigen das Internet während der Arbeitszeit für private Zwecke (BITKOM, 2010).

3.5.6. Medienkompetenz als Schlüsselfähigkeit zur Nutzung des Internets

Die rasanten Veränderungen der Informations- und Kommunikationstechnologien und der Medienlandschaft, sowie die damit verbundenen Anforderungen an die Rezipienten, setzen einige Fähigkeiten voraus dieser Entwicklung zu begegnen und Medien und deren Inhalte entsprechend der eigenen Ziele und Bedürfnisse zu nutzen (vgl. Baacke, 1997). Diese Fähigkeiten zur Aneignung von Medien sind gebündelt unter dem Begriff Medienkompetenz. Medienkompetenz ist ein Begriff der von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern ganz unterschiedlich operationalisiert wird und eine einheitliche Darstellung noch offen lässt. Schorb z.B. operationalisiert Medienkompetenz in drei Bereiche, nämlich Medienwissen, -bewerten und -handeln (Schorb, 2001). Eine andere Einteilung, auf die hier näher eingegangen werden soll, nimmt Baacke vor, der Medienkompetenz in die vier Bereiche Medienkritik, -bewertung, -nutzung und -gestaltung unterteilt. Mit Medienkritik ist die Analyse problematischer gesellschaftlicher Vorgänge (z.B. Medienkonzentration) gemeint, sowie die Auswirkungen auf das persönliche Handeln. Außerdem umfasst Medienkritik auch eine ethische Dimension, die das

eigene Handeln und Denken sozialverantwortlich ausrichtet. Die Medienkunde setzt sich zusammen aus instrumentell-qualifikatorischen Fähigkeiten, wie dem Bedienen der neuen Geräte und rein informativem Wissen über heutige Medien und Mediensysteme. Mediennutzung teilt sich in zwei Dimensionen: zum Einen die interaktive und zum Anderen die rezeptive. Der vierte Bereich nach Baacke, die Mediengestaltung, umfasst innovative und kreative Formen eigener Medienproduktion (Baacke, 1997). Im weiteren Verlauf dieser Arbeit werde ich die Operationalisierung nach Baacke aufgreifen und für die Entwicklung eines Erhebungsinstrumentes nutzen, jedoch möchte ich mich nur auf digitale Medien beziehen. Deshalb wird im Folgenden der Begriff Digital-Kompetenz bzw. Computerkompetenz verwendet.

4. Zwischenfazit

In den vorangegangenen Punkten wurde deutlich, dass das Arbeiten in Netzwerken zwei Seiten hat. Einerseits kann es den Akteurinnen und Akteuren viele Vorteile/Gewinne bringen und ermöglicht es Ziele zu erreichen, die man alleine ohne Netzwerk nicht erreichen könnte, andererseits sind damit auch Voraussetzungen und Herausforderungen verbunden. Eine Voraussetzung, die besonders für *PrevNet* zutrifft, ist die Aktivität der Akteurinnen und Akteure. Sie sind der Motor des Netzwerks, da der Informationswert und damit die Attraktivität und der Nutzen des Portals abhängen von der Aktivität/Partizipation der Mitglieder. Auch wenn der Aufbau des Netzwerkes gelungen ist, Funktionen und Verantwortlichkeiten geklärt sind und das Management arbeitet, nutzt dies nichts, wenn nicht aktive Netzwerkakteurinnen und -akteure vorhanden sind, die das Netzwerk aufrechterhalten. Diese können aber nur aktiv werden, wenn sie die in 3.5.6. dargestellten Mittel und Fähigkeiten mitbringen, die es erfordert, um in Online-Netzwerken zu agieren. Steigende Zahlen an Internetuserinnen und -usern zeigen, dass viele Menschen diese Fähigkeiten besitzen oder bereit sind sie zu erlernen, jedoch gibt es auch noch immer viele, die dies nicht sind. Die junge Generation wächst mit dem Internet auf und kann sich, wie schon erwähnt, auch kein Leben ohne Internet mehr vorstellen. Ich denke auch, dass sich bald kaum jemand mehr diesem Medium entziehen kann, da inzwischen so viele alltägliche

Tätigkeiten darüber abgewickelt werden können und die Nutzung des Internets auch in vielen Berufen unumgänglich geworden ist. Dennoch variieren die Fähigkeiten mit dem Internet umzugehen momentan in der Gesellschaft noch sehr stark und dies sollte meiner Meinung nach auch berücksichtigt werden, wenn man eine Zielgruppe, wie die Fachkräfte der Suchtprävention, über das Internet vernetzen möchte. Was kann man von ihnen erwarten oder voraussetzen ohne jemanden aufgrund von fehlenden Mitteln oder Fähigkeiten auszuschließen oder wie muss das Online-Netzwerk beschaffen sein, damit es von den Fachkräften der Suchtprävention gemäß der Zielsetzung genutzt werden kann und wird? Demnach ist dann auch zu überprüfen, ob die Zielsetzung der Mitglieder bzw. ihre Motivation *PrevNet* zu nutzen übereinstimmen mit dem der Projektverantwortlichen. Wenn *PrevNet* vor sechs Jahren den Bedürfnissen der Akteurinnen und Akteure an ein Online-Netzwerk entsprochen hat, könnte die Weiterentwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien sowie die der persönlichen Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet dazu geführt haben, dass sich die Bedürfnisse der Akteurinnen und Akteure und ihre Motivation dieses oder andere Internetangebote zu nutzen verändert haben. Eine andere Herausforderung der Netzwerkarbeit ist die Steuerung bzw. das Qualitätsmanagement und damit auch die Evaluation von Netzwerken. Auf der einen Seite wird im Vergleich zu Organisationen der offene Charakter und die nonhierarchischen Strukturen als Besonderheit und Vorteil von Netzwerken beschrieben, jedoch machen diese Besonderheiten es auch schwer Netzwerke mit bewährten Methoden aus Organisationen zu steuern. Das klassische Controlling z.B. als Überprüfung von Kosten, Qualität etc. reicht nicht aus um den Netzwerkprozess als Betrachtungsgröße zu bearbeiten, der, um nur einige Beispiele zu nennen, Motivation, Engagement, Vertrauenssituation, Wissensaustausch und Transparenz umfasst. D.h. es ist eine Erweiterung um Beobachten, Reflektieren und Neuformulieren von Hypothesen nötig (vgl. BfU, 2002). Diesen Herausforderungen möchte ich in den nächsten Abschnitten begegnen, indem ich in Anlehnung an ein theoretisches Modell zur Internetnutzung ein Befragungsinstrument entwickle, das die Evaluation des *PrevNet* bzw. die Untersuchung der Akteursperspektive ermöglicht.

5. Theorie der Internetnutzung

Zur Erklärung und Untersuchung der Internetnutzung wurden in der Vergangenheit in unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen ganz verschiedene Theorien aufgestellt. Für die Evaluation des *PrevNet* bzw. die empirische Untersuchung der Internetnutzung durch Akteurinnen und Akteure der Suchtprävention möchte ich an dieser Stelle zurückgreifen auf ein theoretisches Modell bzw. einen Ansatz, der aus der Medienwirkungsforschung und genauer gesagt, der Publikums- und Gratifikationsforschung, stammt und einen geeigneten fundierten, medientheoretischen Hintergrund bietet.

5.1. Der Nutzenansatz

Der Nutzenansatz in der Medienwirkungsforschung, der auch mit dem Begriff „Nutzen- und Belohnungsansatz“ beschrieben wird, wurde schon in den 40er Jahren entwickelt, aber in den 70ern erneut aufgegriffen (Slawinski, 2005) Dieser Ansatz beschäftigt sich mit der Fragestellung: „Was machen die Menschen mit den Medien?“ und steht dem lange die Wissenschaft beschäftigenden Wirkungsansatz mit der Frage: „Was machen die Medien mit den Menschen?“ gegenüber. Der Nutzenansatz geht von einem aktiven Publikum aus, welches die Medien zur Bedürfnisbefriedigung nutzt. Diese zu befriedigenden Bedürfnisse nennt man „Gratifikationen“ (Schenk, 2007: S.651f., Bonfadelli, 2004a, S.168f.). Demzufolge kann die Mediennutzung, also die Gründe, warum sich Menschen bestimmten Medien zuwenden, über Motive und Bedürfnisse erklärt werden, die im Nutzen- und Belohnungsansatz in den Mittelpunkt gerückt werden. In den 70er Jahren haben Katz et al. den Nutzenansatz mit folgende Annahmen gekennzeichnet:

- das Publikum der Massenmedien ist aktiv, besitzt Zielstrebigkeit und Eigeninitiative und stellt Erwartungen an die Massenmedien,
- die Rezipientin oder der Rezipient bestimmt durch seine Zuwendung zu bestimmten Medien, ob es zu Kommunikationsprozess kommt oder nicht,
- Massenmedien konkurrieren nicht nur untereinander, sondern auch mit anderen Quellen der Bedürfnisbefriedigung (auch funktionale Alternativen),

- die Rezipientinnen und Rezipienten kennen ihre Bedürfnisse, die sie veranlassen bestimmte Medien zu nutzen und können dies äußern,
- Handlungen sind gesteuert durch eine Kosten-Nutzen-Kalkulation der Rezipientinnen und Rezipienten und folgen eigenen Kategorien, also wie, sie selbst ihre Nutzung der Medien verstehen.

(Schenk 2007; Meyen 2004; Slawinski 2005)

Der Nutzenansatz wurde wie kaum ein anderer kritisiert, da u.a. schon die Definition der Begriffe Bedürfnis und Motivation aufgrund einer ganzen Reihe verschiedener Motivationstheorien schwierig ist (Meyen, 2004, S.15f.). Dennoch wurde dieser Ansatz von verschiedenen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern weiterentwickelt und es entstanden erweiterte Modelle, wie z.B. in den 70er Jahren das GS/GO- Modell nach Palmgreen. In diesem Modell werden die gesuchten („Gratifications Sought“, GS) und die als Folge dieses Erlebnisses tatsächlich erhaltenen Gratifikationen („Gratifications Obtained“, GO) voneinander unterschieden und durch den Erwartungs- und Belohnungsansatz erweitert (Palmgreen und Rayburn II, 1985, S. 63).

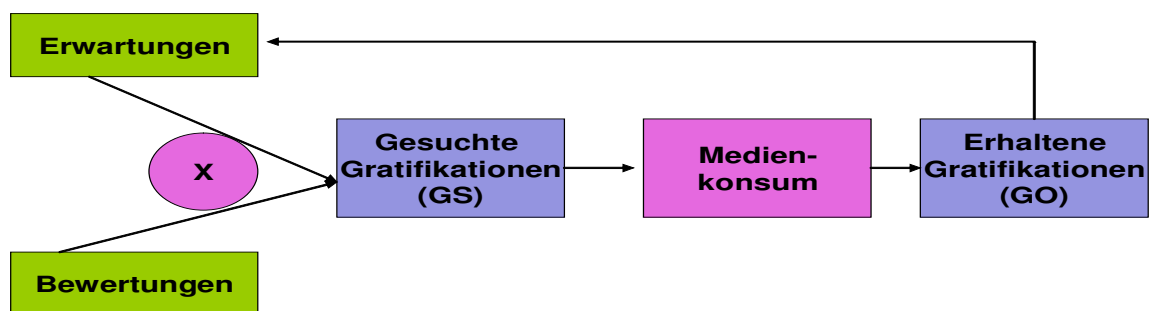


Abbildung 2: eigene Darstellung des GS/GO- Modell nach Palmgreen (Palmgreen und Rayburn II, 1985, S. 64)

Nach diesem Modell hat die Rezipientin oder der Rezipient spezifische Erwartungen („Beliefs“) an ein Medienobjekt X, dass es die gesuchten Gratifikationen erfüllen kann, und bewertet, welche Gratifikationen er mit dem Medienobjekt X suchen kann. Die Mediennutzung wird demnach beeinflusst aus dem Produkt von Erwartungen und Bewertungen. Die Nutzung des Medienobjekts X führt dann zu der Wahrnehmung von bestimmten erhaltenen Gratifikationen. Diese wiederum steuern durch einen Rückkopplungsprozess die individuelle Wahrnehmung der mit der Gratifikation verbundenen Eigenschaften von Medien (Schenk, 2007, S.681f.).

Durch die Erweiterung des Nutzen- und Belohnungsansatzes und Gegenüberstellung von GS und GO lässt sich überprüfen, inwiefern die gegenwärtigen Angebote den Bedürfnissen und Wünschen der Rezipienten entsprechen oder der Status quo eventuell verändert und angepasst werden muss. Als Funktion der Diskrepanz zwischen GS und den Gratifikationen, die Rezipientinnen und Rezipienten durch die Zuwendung zu einem bestimmten Medium im Vergleich zu konkurrierenden Medien zu erhalten glauben, ergibt sich die Medienwahl. Rezipientinnen und Rezipienten entscheiden sich für die Medien, bei denen die Diskrepanz am geringsten ist bzw. sie die meisten Gratifikationen erhalten. Eine große Gratifikationsdiskrepanz kann umgekehrt aber auch die Ursache für die Vermeidung bestimmter Medien sein. Mit diesem Modell lässt sich demnach die Publikumsselektivität differenziert erfassen (Schenk, 2007, S.681f.). Die meisten Gratifikationstheorien und Studien beziehen sich jedoch auf die Printmedien, Rundfunk und Fernsehen und greifen noch nicht die vielfältigen Technologien der neuen Medien wie des Internets auf. Um dieses Modell auf die Internetnutzung und damit ein interaktives Medium anwenden zu können fehlen meiner Meinung nach einige wichtige Aspekte, die die Selektivität beeinflussen. Wie schon in Punkt 1.8.5. erwähnt werden für die Nutzung des Internets einige Fähigkeiten von den Rezipientinnen und Rezipienten verlangt und es müssen auch technische Voraussetzungen erfüllt sein. Genau diese Aspekte hat 2005 Slawinski in einem erweitertem GS/GO-Modell mit Blick auf das Internet aufgeführt. Sie nimmt Bezug auf die Modelle von Schenk, Drabczynski und Wenner und integriert einzelne Aspekte dieser Arbeiten in ein erweitertes Palmgreen-Modell. Aus Schenks Modell verwendet Slawinski die sozialen und psychologischen Ursprünge, die er Bedürfnissen zuschreibt, und von Drabczynski

greift sie die von ihr 1982 entwickelte Idee auf, dass für die Nutzung neuer Technologien auch die individuellen Informationszugriffsmöglichkeiten berücksichtigt werden müssen. Slawinski bezeichnet diese in ihrem Modell als technische Voraussetzungen. Des Weiteren fügt sie in Anlehnung an Wenner in das Modell persönliche Fähigkeiten als beeinflussenden Faktor für die Internetnutzung ein. Ihr Modell ist nun komplexer und leistet eine fundierte medientheoretische Einbettung der Internetnutzung.

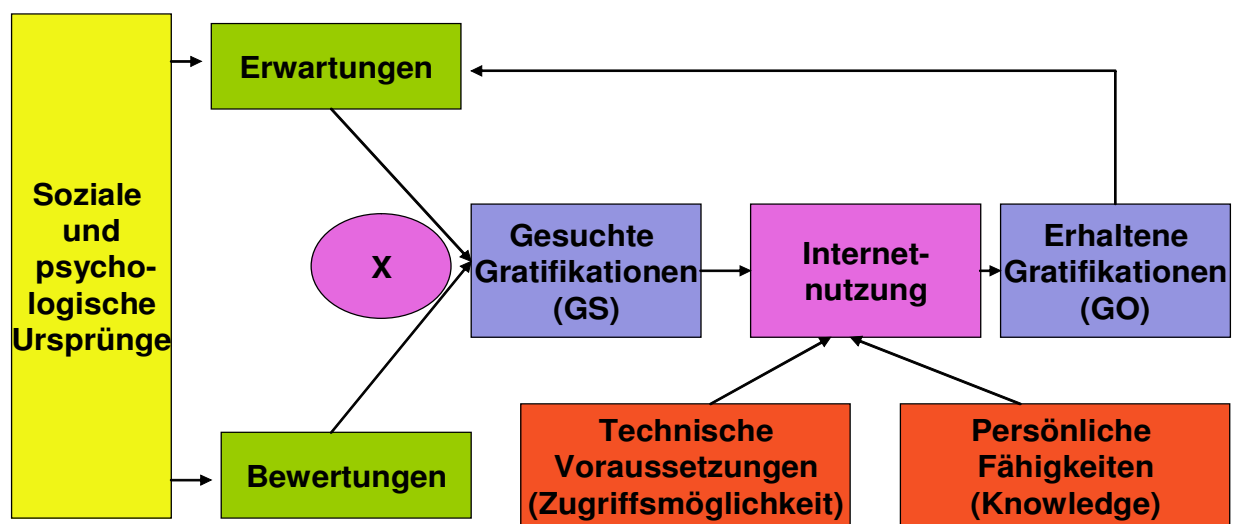


Abbildung 3:eigene Darstellung des erweiterten GS/GO- Modell nach Slawinski angelehnt an Palmgreen

In diesem Modell beeinflussen die sozialen und psychologischen Ursprünge neben der erhaltenen Gratifikation die Erwartungen und Bewertungen bzgl. einer Internetpräsenz X. Die Möglichkeiten und der Umfang, in dem das Internet genutzt werden kann, hängen nach diesem Modell ab von den technischen Voraussetzungen und den persönlichen Fähigkeiten der NutzerInnen (Slawinski, 2005).

6. Evaluation des *PrevNet*

Die folgende Untersuchung teilt sich in vier Abschnitte. Im ersten Abschnitt greife ich auf die Daten und Ergebnisse von den Evaluationen der Nutzung des *PrevNet* zurück, die seit Beginn des Projekts mittels einer speziell entwickelten Software durchgeführt wurden und analysiere deren Veränderungen im Verlauf der letzten drei Jahre. Die Ergebnisse sollen erste Anhaltspunkte geben, ob und wie sich die allgemeine Nutzung des *PrevNet* entwickelt hat. Im zweiten Abschnitt werden Kosten und Nutzen der *PrevNet*-Nutzung und im dritten einige mögliche Alternativen zu *PrevNet* aufgezeigt, da diese nach dem Modell nach Slawinski, welches den theoretischen Rahmen für die Untersuchung darstellt, Faktoren sind, die die Nutzung des *PrevNet* beeinflussen könnten und für die weitere Untersuchung relevant sind. Mit diesem Hintergrundwissen folgt die eigentliche quantitative Studie mit der Entwicklung eines neuen Instruments zur Befragung der Mitglieder.

6.1. Analyse der Ergebnisse vergangener Nutzungsevaluationen

Die Nutzung bzw. Seitenaufrufe der einzelnen Rubriken, wurde seit 2005 mittels einer serverseitigen Standardsoftware *Websuxxes* anonymisiert erfasst. Dies umfasst die Art der Nutzung (z.B. interaktiv), die Entwicklung des Einstellens und Abrufens von Informationen, bezogen auf die einzelnen Rubriken, aber auch Kommunikationsmuster lassen sich mit Hilfe der Software ermitteln, d.h. wie UserInnen gegenseitig in Kontakt treten und sich der Informationsfluss und die Kooperationsbeziehungen entwickeln. In der folgenden Abbildung werden die Veränderungen der Zugriffshäufigkeit im Zeitraum 2007-2009 dargestellt. Auf die Daten aus den Jahren 2005 und 2006 wurde bewusst verzichtet, da die Zugriffsdaten im Laufe der Jahre von den Suchmaschinenzugriffen „bereinigt“ wurden und somit nicht vergleichbar sind.

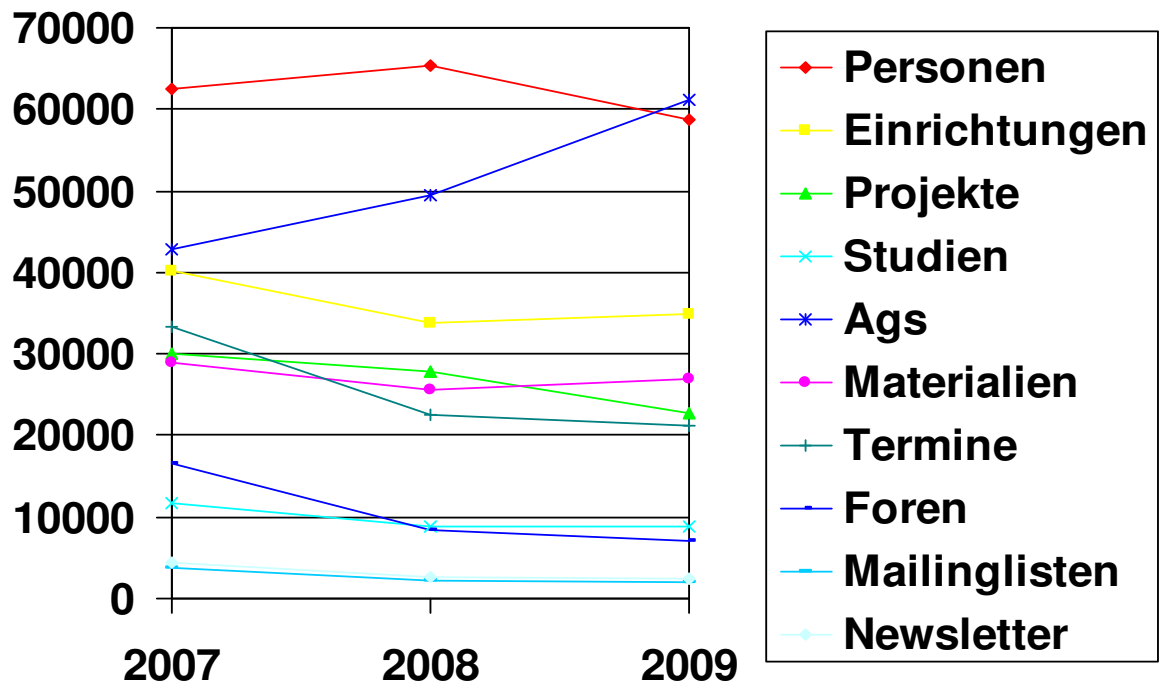


Abbildung 4: eigene Darstellung der PrevNet -Zugriffshäufigkeiten auf alle Rubriken (Gass, 2007-2009)

An der Abbildung wird deutlich, dass alle Rubriken außer den AGs in ihrer Nutzung abnehmen. Hauptsächlich aufgerufen werden die Rubriken Personen, AGs und Einrichtungen. Die Häufung der Seitenaufrufe bei Personen und Einrichtungen ist auch der Bedingung geschuldet, dass jedes Mitglied zur Aufnahme in das Netzwerk ein Personen- und Einrichtungsprofil erstellen muss. AGs und damit der interaktive Bereich ist die am häufigsten genutzte Rubrik und die Einzige, in der die Nutzungshäufigkeit zunimmt. Ein Großteil der Nutzung der AGs geht aber auch von den Koordinatorinnen und Koordinatoren, sowie der Lenkungsgruppe aus, die diese zur Planung, Steuerung und Kommunikation untereinander nutzen. Ansonsten wird zumeist in den AGs und auch den Foren gelesen und nur wenige Teilnehmerinnen und Teilnehmer stellen eigene Inhalte ein. Dies deckt sich mit der 90-9-1 Faustregel nach Nielsen. Diese besagt für die statistische Verteilung von Rollen in Online-Communities, dass 90 % der Userinnen und User reine LeserInnen sind, 9% beteiligen sich gelegentlich durch Einstellung von Inhalten und nur 1% arbeitet regelmäßig mit (Ebersbach et al., 2006, S.185). Da das Portal aber erst durch das stetige Einstellen von Inhalten

dynamisch wird und wächst, ist eine solche einseitige statt reziproke Kooperationshaltung problematisch und gefährdet den Netzwerkerfolg. Am wenigsten genutzt werden die Rubriken, die besonders dem kommunikativen Austausch dienen, wie Mailinglisten, Newsletter und Foren. Es lässt sich außerdem feststellen, dass seit 2005 fast unverändert nur ca. ein Drittel (29 -33%) aller Zugriffe auf das Portal eingeloggt passiert. Natürlich können auch Mitglieder uneingeloggt auf die Seite zugegriffen haben, jedoch können sie so nicht aktiv tätig gewesen sein, sondern haben „nur“ die Datenbank genutzt. Die Datenbankfunktion ist demzufolge die Anwendung, die den größten Nutzen für die UserInnen darstellt. Die Datenbank wächst auch seit 2004 kontinuierlich weiter, und somit gibt es aktive Mitglieder, jedoch wird auf die Rubriken Studien, Projekte und Termine immer weniger zugegriffen. Nur bei den Materialien ist nach einem Zugriffsrückgang in 2008, 2009 wieder ein Anstieg der Zugriffshäufigkeit zu verzeichnen. Besonders das Interesse an Terminen und Projekten sinkt sehr stark ab und somit scheinen diese evtl. keine nützlichen Informationen für die UserInnen mehr zu liefern.

6.2. Kosten-Nutzen-Abwägung

Nach dem Slawinski- Modell bzw. dem Nutzenansatz ist die Handlung der Rezipientinnen und Rezipienten, also die Zuwendung zu einem bestimmten Medium, gesteuert durch eine Kosten-Nutzen-Kalkulation und deshalb sollen an dieser Stelle die Kosten und der Nutzen der Zuwendung zu *PrevNet* gegenübergestellt werden. Die aufgeführten Punkte wurden abgeleitet aus den vorherigen Abschnitten dieser Arbeit.

Kosten:

- Zeitaufwand für das Erstellen von Inhalten sowie deren Aktualisierung
- Fähigkeiten das Portal zu nutzen muss vorhanden sein
- Zeitaufwand durch Doppeleingaben, wenn z.B. andere Länderportale bestehen
- Vertrauen in das Netzwerk und die Mitglieder, dass alle das gleiche Ziel verfolgen und aktiv zum Erfolg beitragen

- Mitgliedschaft ist erforderlich zur Nutzung des interaktiven Bereichs
- Technische Voraussetzungen müssen erfüllt sein
- Diebstahl von Wissen ist möglich
- Persönliche Daten müssen preisgegeben werden, Anonymität nicht möglich
- Eigenverantwortung für erstellte Inhalte
- Schwierigkeiten der virtuellen Kommunikation
- Ein gewisser Grad an Medienkompetenz (Medienwissen und –bewerten) ist nötig
- Sicherheitsstandards müssen eingehalten werden wie
Passwortveränderung 1x/Jahr

Nutzen:

- Möglichkeit zu Publizieren
- Förderung der Expertenkommunikation
- Gemeinsame Ressourcennutzung und damit Einsparung (Technik, Wissen, Finanzen, Materialien etc.)
- Bundesweite Präsentation von „Produkten“
- Zugriff zu aktuellen Informationen
- Aufbau neuer Kontakte und damit Gewinn an Sozialkapital
- Anlage eines Social Software Profils (=Visitenkarte)
- Zugriff auf eine umfangreiche fachspezifische Datenbank
- Möglichkeit der Nutzung von *PrevNet* als Projektmanagementinstrument
- Doppelentwicklungen von Projekten werden vermieden
- Das gemeinsame Arbeiten mit Kollegen über weite Distanzen ist möglich
- Wenig Hierarchie im Netzwerk d.h. auf Augenhöhe mit anderen Fachkräften arbeiten
- Bund und Länder werden vernetzt
- Erfolgreiche Projekte werden bekannt

6.3. Alternativen zu den *PrevNet*-Anwendungen

Der Nutzenansatz legt als eine weitere Annahme zugrunde, dass Massenmedien untereinander, aber auch mit anderen Alternativen der Bedürfnisbefriedigung

konkurrieren, deshalb möchte ich für die Anwendungen, die *PrevNet* bietet alternative Anwendungen aufführen, die das Internet hervorgebracht hat und die evtl. mit *PrevNet* konkurrieren könnten.

Wie in Punkt 5.3.5. schon beschrieben gibt es neben *PrevNet* eine Vielzahl an verschiedenen Communities, die oder deren Anwendungen eine Konkurrenz darstellen könnten. Es ist unmöglich diese hier alle zu beschreiben, jedoch lassen sich anhand ihres Aufbaus vier Prototypen identifizieren, nach denen die vielen verschiedenen Communities eingeteilt werden können.

a) Blogs sind eine Art Tagebuch oder persönliches Journal. Chronologisch sortierte, tagesaktuelle Themen, werden von meistens Einzelpersonen im World Wide Web veröffentlicht. Durch die Vernetzung einzelner Blogs entsteht die Gemeinschaft. Diese Anwendung wäre eine Alternative zu *PrevNet*, um an aktuelle Informationen zu kommen und auch zu der Möglichkeit zu Publizieren, da jeder einen Blog schreiben und damit Themen seiner Wahl veröffentlichen kann (Alby, 2007, S.22f.).

b) Wikis fokussieren auf das kollaborative Schreiben von Texten. Die/der einzelne AutorIn ist kaum erkennbar, im Mittelpunkt steht der von der Community gemeinsam erstellte Inhalt. Diese Anwendung stellt eine Alternative zu den AGs und der Nutzung als Projektmanagementinstrument dar, mittels derer gemeinsam Dokumente und Inhalte bearbeitet werden können (Alby, 2007, S.90).

c) Social Sharing ist die Bezeichnung für eine Gruppe von objektzentrierten Anwendungen, die der Bereitstellung oder dem Tausch von digitalen Inhalten wie z.B. Videos oder Bildern dienen. Diese Anwendung könnte alternativ genutzt werden um Materialien der Suchtprävention, wie Videos, Flyer etc zu tauschen.

d) Social-Network-Dienste werden genutzt, um Beziehungsnetzwerke aufzubauen oder zu pflegen. Diese Möglichkeit bietet *PrevNet* auch, jedoch haben andere solcher Social-Network-Dienste wie z.B. *Facebook* mehrere Millionen Mitglieder zu denen die Möglichkeit besteht eine Beziehung aufzubauen und *PrevNet* „nur“ ca.1300(2011)(vgl. Ebersbach et al., 2008, Alby, 2007, S.90f.).

Als Alternativen für die *PrevNet* Datenbank können Suchmaschinen und andere Datenbanken genannt werden. Das Suchmaschinenverzeichnis www.suchmaschinen-online.de z.B. führt 600 verschiedenen Suchmaschinen auf, in die man beliebige Suchbegriffe eingeben kann und nicht selten tausende Antworten erhält. Gibt man z.B. bei GOOGLE den Suchbegriff: suchtpräventive

Projekte ein, erhält man ungefähr 1.250.000 Ergebnisse. Auch spezielle Personensuchmaschinen gibt es, wie z.B. Yasni. Aktuelle Studien könnte man z.B. über *PubMed* und viele andere Datenbanken einsehen. Eine weitere Alternative zu *PrevNet* sind die eigenen Portale der einzelnen Bundesländer. So z.B. gibt es in Berlin das Portal zur Fachstelle für Suchtprävention im Land Berlin http://www.berlin-suchtpraevention.de/front_content.php, die genau wie *PrevNet* auch Materialien, Publikationen und Termine zur Verfügung stellt.

6.4. Quantitative Studie

Im Folgenden werden die Wahl des Forschungsdesigns, der Erhebungsmethode und des Stichprobenansatzes beschrieben sowie die in den Forschungshypothesen auftretenden Begriffe operationalisiert. Des Weiteren wird das Erhebungsinstrument entwickelt und einem Pretest unterzogen.

6.4.1. Wahl der quantitativen Forschungsmethoden

6.4.1.1. Quantitative Forschungsmethoden allgemein

Quantitative Erhebungen eignen sich besonders bei deduktivem Vorgehen, etwa einer Hypothesenprüfung, wie ich sie hier vornehme (Paier, 2010, S.19). Grundlage für die empirische Untersuchung ist die Theorie der Gratifikationsforschung. Die Hypothesen werden aus dem theoretischen Modell nach Slawinski deduziert. Diese Theorie stellt die Sichtweise der Rezipientinnen und Rezipienten in den Vordergrund und setzt ein aktives Publikum voraus. Dies korrespondiert mit der Wahl der Befragung als Erhebungsmethode, da diese ebenfalls die Aktivität der Rezipientinnen und Rezipienten im Wiedergeben ihrer Sicht voraussetzt.

6.4.1.2. Die Methode Fragebogen

Für die Befragung wird ein standardisierter Fragebogen schriftlich von den Mitgliedern beantwortet. Dieser erreicht die Mitglieder auf postalischem Weg, da Erfahrungen aus 2006 und 2007, als standardisierte Fragebögen für einen

Useabilitytest und Nachbefragung online beantwortet werden sollten, zeigten, dass daran zu wenige Personen teilnahmen (damals N54) um repräsentative Ergebnisse erwarten zu können. Des Weiteren stellt die schriftliche Befragung eine relativ kostengünstige Methode dar, um in kurzer Zeit mit wenig Personalaufwand eine große Menge zu befragender Personen zu erreichen. Zwar fehlt eine Kontrollperson, die das richtige Ausfüllen der Fragebögen sicherstellen könnte, jedoch entfallen auch Fehlerquellen, wie sie z.B. durch eine Interviewerperson entstehen könnten (Atteslander, 2006, S. 147, Mayer, 2008, S.100)

6.4.2. Wahl des Forschungsdesigns und der Stichprobe:

Für die Untersuchung wähle ich ein Querschnittsdesign, da die Datenerhebung nur zu einem Zeitpunkt durchgeführt werden soll und nur Auskunft geben soll über die aktuelle Situation zum Erhebungszeitpunkt. Für die Stichprobe wird eine Zufallsstichprobe gewählt, da die Grundgesamtheit, alle *PrevNet*- Mitglieder bekannt ist. Sie sind alle mit einer Kontaktadresse verzeichnet und somit kann eine Listenauswahl über ein einstufiges Auswahlverfahren getroffen werden, bei der die Auswahlwahrscheinlichkeit für alle Elemente der Grundgesamtheit identisch größer als null ist (vgl. Meyer, 2008, S.61). Die Stichprobe soll ein Drittel der aktuell (März 2011) über 1200 *PrevNet*- Mitglieder umfassen. Aus der Liste der alphabetischen sortierten Nachnamen der *PrevNet*- Mitglieder wird somit jeder Dritte angeschrieben, um an der Befragung teilzunehmen.

6.4.3. Forschungsfrage:

In 5.1. habe ich das erweiterte GS/GO-Modell aus der Gratifikationsforschung vorgestellt. Die dort aufgeführten Aspekte werden in Relation gebracht und auf die *PrevNet*- Nutzung angewendet. In Anlehnung an die Kernfrage der Gratifikationsforschung, die lautet: „Was machen die Menschen mit dem Internet“, muss die Frage hier lauten: „Was machen die Mitglieder mit *PrevNet*? Welche Bedürfnisse möchten und vor allem können sie mit der Nutzung des *PrevNet* befriedigen? Spezifischer lautet die zentrale Forschungsfrage: Was motiviert die Mitglieder des Online-Netzwerkes *PrevNet* dieses zu nutzen?

6.4.4. Forschungshypothesen

H1: Je positiver die Kosten-Nutzen-Analyse für ein Mitglied ausfällt, desto größer ist die Motivation *PrevNet* zu nutzen

H2: Ob die Kosten-Nutzen-Abwägung positiv oder negativ ausfällt, hängt ab von den technischen Voraussetzungen und der Internetkompetenz der Mitglieder

6.4.5. Operationalisierung

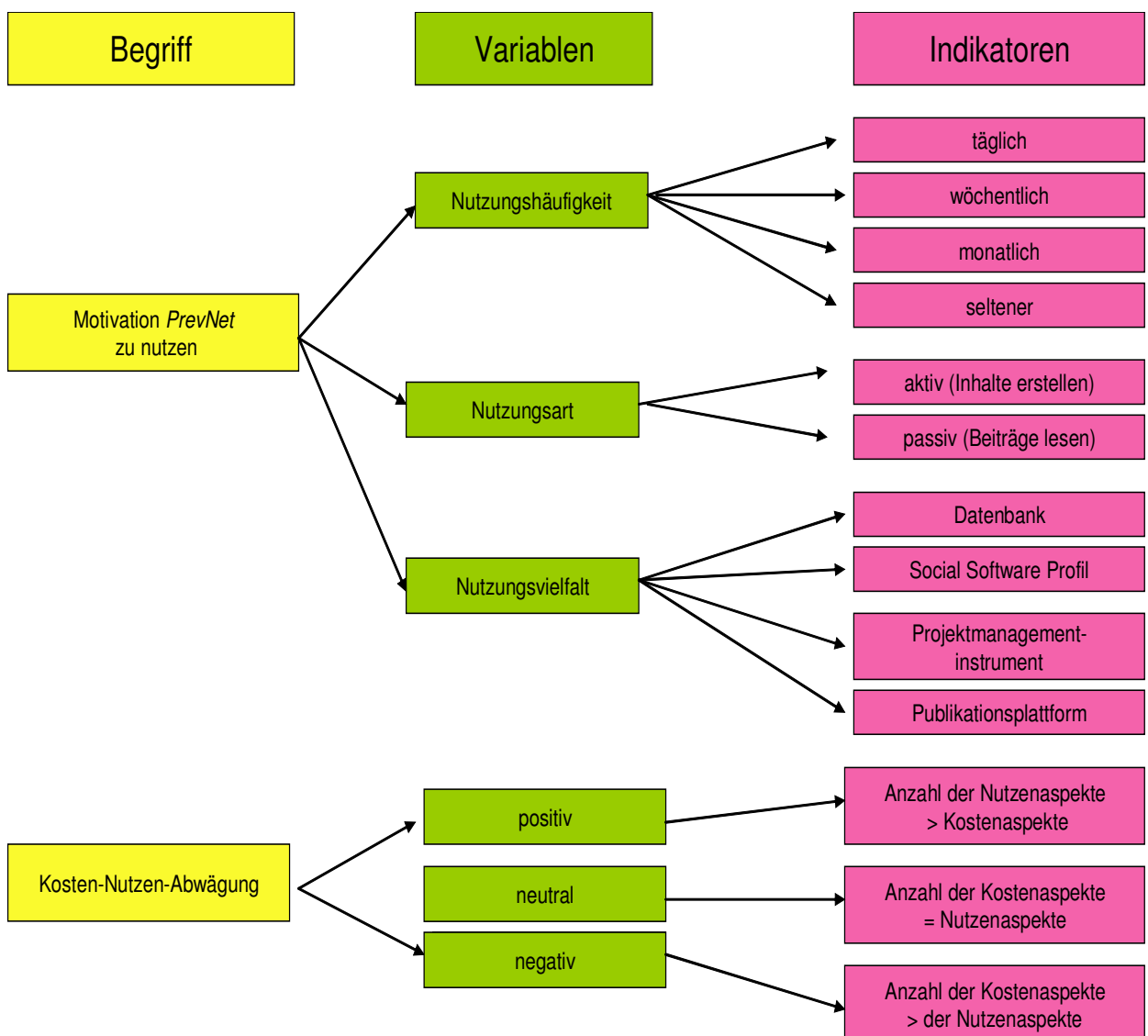


Abbildung 5a: eigene Darstellung der Operationalisierung

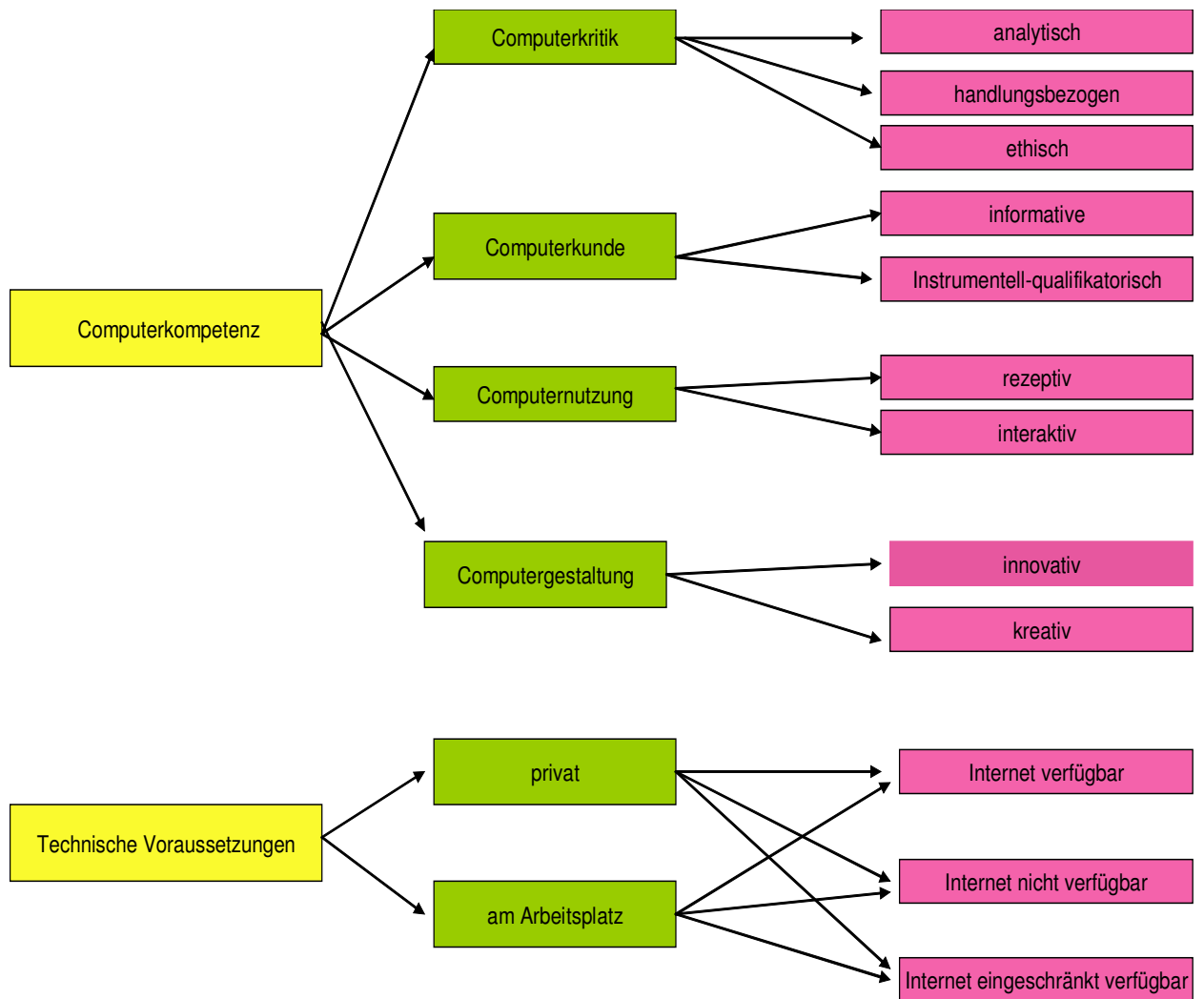


Abbildung 5b: eigene Darstellung der Operationalisierung

Die Abbildung zeigt die in den Prüfungshypothesen verwendeten Begriffe. Diese theoretischen, abstrakten Begriffe wurden in einem ersten Schritt als Variablen in ihre unterschiedlichen Bedeutungsdimensionen unterteilt. Diese Variablen sind aber noch nicht empirisch erfassbar, beobachtbar oder erfragbar. Um sie aber einer Messung zugänglich zu machen, wurden sie in einem weiteren Schritt in Indikatoren übersetzt, die wiederum Vorschriften/Regeln zur Messung der Variablen darstellen. Die Indikatoren werden im weiteren Verlauf in den Fragebogen eingearbeitet. Dies geschieht in ganz unterschiedlicher Weise, z.B. werden einige der Indikatoren direkt als Fragen formuliert oder andere werden verwendet, um Aussagen vorzugeben, zu denen die Befragten dann den Grad der

Zustimmung angeben sollen. Die Operationalisierung wird in dem folgenden Punkt 7 detailliert beschrieben.

7. Der Fragebogen

Der Fragebogen besteht aus fünf Elementen.

1. Das Anschreiben, welches die Befragten darüber informiert, wer die Befragung durchführt, warum die Untersuchung durchgeführt wird und welches Interesse der Befragte selbst an der Beantwortung des Fragebogens haben könnte. Um die Ausfälle niedrig zu halten, wird im Anschreiben auch darauf hingewiesen, dass ein Freiumschlag für die Rücksendung des Fragebogens beiliegt (Atteslander, 2006, S. 147, Kirchhoff et al., S.29, Mayer, 2008, S.99).
2. Eine attraktive Titelseite, als Blickfang, der die Aufmerksamkeit der potenziellen Befragungspersonen wecken und ihre Bereitschaft zum Ausfüllen des Fragebogens erhöhen soll. Außerdem sind darauf wichtige Informationen, wie der Titel der Umfrage, Name und Anschrift der durchführenden Institution sowie Ansprechpartner für eventuelle Rückfragen angegeben (Porst, 2009, S.14, Kirchhoff et al., S.29)).
3. Die Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens, um der Befragungsperson ihre Aufgabe zu verdeutlichen und wichtige Aspekte, wie die Anonymität und Datenschutz anzusprechen.
4. Der Hauptteil mit den auszufüllenden Fragen. Er ist gegliedert in sieben Themenblöcke, um die Befragungspersonen von Thema zu Thema leiten zu können und Gedankensprünge zu vermeiden. Im Ersten wurde mittels allgemeinen Fragen das „Eis gebrochen“ und zum Thema hingeführt (Mayer, 2008, S.95). Zudem bot es sich an, in die „Eisbrecherfrage“ die Indikatoren für die technische Voraussetzung einzuarbeiten bzw. abzufragen und so gleichzeitig schon die ersten informativen Antworten zu erhalten (vgl. Diekmann, 2006, S.414). Im zweiten Block werden die Indikatoren der „Motivation *PrevNet* zu nutzen“ verwendet. Die Nutzungsvielfalt und –häufigkeit werden gemeinsam mittels einer 6-Punkte-Skala abgefragt, die alle Nutzungsmöglichkeiten aufzählt und die Befragungsperson soll auf einer Skala von „nie“ bis „sehr oft“ angeben, wie häufig sie die jeweiligen Möglichkeiten nutzt. Bei dieser, wie auch den folgenden Skalen im Fragebogen habe ich mich

für 6-Punkte-Skalen entschieden, um eine „Fluchtkategorie“ (Porst, 2009, S.81) zu vermeiden und Meinungslose zu einer positiven oder negativen Stellungnahme zu „zwingen“ (Diekmann, 2006, S.405). Zudem habe ich mich für endpunktbenannte Skalen entschieden, um so für die Datenauswertung die Voraussetzungen für ein sehr hohes Skalenniveau zu schaffen. Durch die endpunktbenannten Likert-Skalen kann ich so tun, als wären die Abstände zwischen den einzelnen Punkten gleich groß und schaffe damit das Niveau einer Intervall-Skala (Porst, 2009, S. 73). Außerdem habe ich für nicht-verbalisierte Skalen entschieden, da eine angemessene Verbalisierung bei sechs Punkten oft schwierig ist bzw. wie Porst es ausdrückt, es dabei leicht zu einem „fahrlässigen oder vorsätzlichen Missbrauch der deutschen Sprache“ (Porst, 2009, S.72) kommt. Eine verbalisierte Skala ist überwiegend auch ordinalskaliert, da sich eine Rangordnung der Antwortmöglichkeiten erkennen lässt. Dies hätte für die Auswertung der Daten die Konsequenz, dass man weniger Analysen anstellen kann als bei einer Intervall-Skala. Um die Erfassung der Daten zu erleichtern, beginnen die Skalen von links nach rechts mit dem verbal niedrigsten Skalenpunkt und können somit auch von links nach rechts mit der niedrigsten Zahl beginnend verkodet werden (Porst, 2009, S.88). Außerdem entspricht dieses auch der europäischen Leserichtung. Im dritten Block werden die Kosten und Nutzen der *PrevNet*- Nutzung abgefragt. Dafür habe ich die in 6.2 erarbeiteten Aspekte als Aussagen bzw. Itembatterien formuliert. Die Befragungspersonen sollen auf einer 6-Punkte-Likertskala bewerten, welche Relevanz die jeweilige Aussage für sie bzw. ihre *PrevNet*-Nutzung hat. Im vierten Block wurden wieder Itembatterien gebildet, die auf einer 6-Punkte-Likert-Skala bewertet werden sollen. Ich möchte in dem Abschnitt sowohl die Computerkritik als auch die Computergestaltung der Befragungspersonen ermitteln. Dafür habe ich fünf Aussagen formuliert, die einen kompetenten (bezogen auf die Computerkritik und –gestaltung) Umgang mit dem Computer widerspiegeln sollen, wie z.B. „Im Internet werde ich sehr kreativ (Fotobücher, Videoclips etc. erstellen)“ und fünf Aussagen, die einen weniger kompetenten oder unsicheren Umgang mit dem Computer angeben wie z.B. „Ständig wird etwas neues erfunden Blogs, Wikis, Apps, ich schaffe es gar nicht da so schnell mitzukommen“. Neben der Bedeutung der positiven und negativen Aussagen für die Auswertung, wird mit dieser Vorgehensweise

außerdem das Response-Set, also ein systematisches Antwortmuster der Befragten verhindert (Diekmann, 2005, S. 387). Der fünfte Block beschäftigt sich mit der Computernutzung. Ich habe verschiedene Internetanwendungen aufgeführt, zu denen die Befragten angeben sollen, wie oft sie diese innerhalb eines Monats nutzen. Es werden fünf Antwortkategorien von „gar nicht“ bis „öfter“ (als 30 mal) vorgegeben. Der sechste Block ist ein Wissensquiz mit Hilfe dessen ich die Computerkunde der Befragten ermitteln möchte. Das Quiz wurde als Instrument zur Medienkompetenzmessung vom Grimme- Institut entwickelt und auf der Internetseite www.media.nrw.de/quiz veröffentlicht. Es ist ein validiertes Instrument und mit Genehmigung der Staatskanzlei NRW darf ich Elemente draus für diese Arbeit verwenden. Ich habe daraus zwölf leicht abgewandelte Fragen übernommen, die mit drei Antwortmöglichkeiten versehen sind. Die Befragten werden gebeten nur die richtige Antwort anzukreuzen. Als vierte Antwortmöglichkeit habe ich zusätzlich eine „ich weiß nicht“ Kategorie hinzugefügt, um den Anspruch von disjunkten Antwortkategorien zu erfüllen. Im siebten und letzten Block werden sowohl soziodemographische Daten, wie Geschlecht, Alter, Bildungsstand, als auch zwei Fragen zur beruflichen Tätigkeit abgefragt, die für die folgenden Datenanalysen relevant sein werden. Der Fragebogen schließt mit einer Danksagung für die Teilnahme und einen Abschnitt, in dem die Befragten die Möglichkeit haben, jenseits von vorgegebenen Antwortkategorien, frei Ihre Meinung zum Fragebogen zu äußern oder Fragen zu stellen (Mayer,2008, S.97).

5. Ein Dankeschön, um die Motivation zur Teilnahme an der Befragung zu erhöhen. Es handelt sich dabei um eine Lotterie an der die Befragten automatisch teilnehmen, wenn sie den ausgefüllten Fragebogen mit ihrer Lotteriemarke vor Ablauf der Rücksendefrist an das Büro für Suchtprävention zurückschicken. Sie erhalten damit die Chance eine Eintrittskarte für den 17. Kongress Armut und Gesundheit in Berlin zu gewinnen. Dies ist ein bekannter Kongress, der für die PrevNet- Mitglieder von Interesse sein könnte und soll ein Ansporn sein an der Befragung teilzunehmen.

Im gesamten Fragebogen habe ich mich für geschlossene Fragen entschieden, mit dem Ziel einer standardisierten Befragung, d.h. möglichst gleiche

Befragungsbedingungen für alle Befragungspersonen zu schaffen (Porst, 2009, S.80). Außerdem habe ich mich bei der Entwicklung der Fragen für den Fragebogen an die „Faustregeln“ gehalten, die sich in jedem gängigen Lehrbuch der Sozialwissenschaften (z.B. Diekmann 2005; Porst 2009, Atteslander 2006, Paier 2010, Mayer, 2008) wieder finden lassen. Dazu zählen das Vermeiden von hypothetischen, langen und komplexen Fragen, doppelten Stimuli, Suggestivfragen, Verneinungen und Unterstellungen. Des Weiteren habe ich darauf geachtet einfache, eindeutige Begriffe zu verwenden oder ggf. unklare Begriffe zu definieren. Die Fragen habe ich möglichst einfach und konkret formuliert und Informationen abgefragt, die eindeutigen zeitlichen Bezug haben und mutmaßlich von jeder Befragungsperson beantwortet werden können. Es wurden zudem erschöpfende und disjunkte Antwortkategorien verwendet und ein einheitliches und meiner Meinung nach ansprechendes Layout gestaltet.

8. Pretest

Der Pretest dient dazu das Erhebungsinstrument auf seine Tauglichkeit zu testen. In erster Linie soll überprüft werden, ob die Fragen von den Befragten angenommen, verstanden (pragmatisch und semantisch) und vor Allem beantwortet werden. Des Weiteren soll der Pretest ermitteln, mit welcher Dauer für die Befragung gerechnet werden muss und ob die Fragen verständlich und eindeutig gestellt sind. Außerdem soll er Aufschluss darüber geben, ob die gegebenen Antworten auf die Fragen ausreichende Varianz aufweisen, um darauf aufbauend Datenanalysen durchführen zu können.

Der Pretest wurde drei Mal durchgeführt. Im ersten Durchlauf wurde der Fragebogen an zehn Kommilitoninnen und Kommilitonen sowie Kolleginnen und Kollegen ausgeteilt. Diese sollten angeben, ob ihnen das Layout gefällt, sie die Fragen verstehen und beantworten können, ob es schwer verständliche Fragen gibt, ob die Anweisungen verständlich sind und die Texte gut lesbar sind. Ergebnis war, dass am Layout bzw. der Formatierung einiges verändert werden musste. Für die Optik und um die Punkte der Antwortkategorien leichter den Aussagen zuordnen zu können, musste der Zeilenabstand bei zweizeiligen Aussagen verringert werden. Außerdem waren anfangs teilweise zwei Themenblöcke auf

einer Seite und so gab es Brüche, die eliminiert wurden, indem jeder Themenblock auf jeweils eine DIN-A 4 verteilt und der gesamte Fragebogen großzügiger angelegt wurde. Im zweiten Durchlauf wurde der Fragebogen elf PrevNet- Usern vorgelegt. Sie sollten angeben, ob sie tatsächlich alle Fragen beantworten können, die Fragen verständlich sind, die Antwortkategorien erschöpfend und disjunkt sind oder ob ihnen sonst noch etwas auffällt. Dabei fiel auf, dass es besser sei, das „Dankeschön“ mit der Möglichkeit zur Teilnahme an der Lotterie, welches sich anfangs auf der zweiten Seite direkt hinter dem Anschreiben befand, doch lieber als Anlage ans Ende zu setzen, um Befragungspersonen, die auch ohne Lotterie gewillt sind an der Befragung teilzunehmen, nicht mit langen Texten zu langweilen und von der Befragung abzuhalten. Im zweiten Themenblock gab es die Antwortmöglichkeit „Ich nutze Dotsys“, welche als unklar beurteilt und in „Ich nutze die Informationen zu Dotsys“ verändert wurde. Des Weiteren erwiesen sich einige Antwortkategorien nicht als disjunkt. So konnten sich einige Befragungspersonen nicht in den Antwortmöglichkeiten zu der Frage „In welchem Bereich der Prävention sind Sie tätig?“ wieder finden, obwohl es eine „Sonstige“ -Kategorie gab. Auf Wunsch der Befragten wurde „Stadtteil“, „Prävention allgemein“ hinzugefügt und zusätzlich die Möglichkeit für eine Mehrfachnennung genannt. Im Quiz gab es anfangs auch nur drei Antwortmöglichkeiten, welche sich nicht als disjunkt erwiesen und so wurde die „Ich weiß nicht“ -Kategorie hinzugefügt. In Block fünf wurde zudem die Antwortmöglichkeit „Anbieten und speichern von Musik“ erweitert auf „Anbieten, Speichern und Hören von Musik“. Des Weiteren war die Reihenfolge der Antwortmöglichkeiten zum Bildungsabschluss: „Keiner“, „Hauptschule“, „mittlere Reife“, „Abitur“ „Studium“ ungünstig, da jemand, der ein Studium absolviert hat, evtl. der Reihenfolge nach „Abitur“ ankreuzt, da sie/er dies besitzt und dann aber nicht weiter liest, dass es noch die Kategorie Studium gibt. Damit wäre die Frage nach dem höchsten Bildungsabschluss verzerrt. Die Reihenfolge der Antwortkategorien wurde umgedreht, so dass der höchste Bildungsabschluss „Studium“ am Anfang steht und der niedrigste „keiner“ am Ende. Außerdem waren die Skalenendpunkte mit „gar nicht relevant“ und „relevant“, „stört mich gar nicht“ und „stört mich“ sowie „stimme nicht zu“ und „stimme zu“ benannt, welche nicht beide Extreme abdecken. Die positiven Enden wurde somit zu: „sehr relevant“, „stört mich sehr“ und „stimme voll zu“ verbessert. Auch eine unklare Fragestruktur in Block vier wurde entdeckt, die von „Das

Internet wird völlig überbewertet, ich finde nicht, dass man es haben muss“ in „Das Internet wird völlig überbewertet, ich muss es nicht unbedingt haben“ geändert werden musste. Der überarbeitete Fragebogen wurde im dritten Befragungsdurchlauf an neunzehn *PrevNet*-Mitglieder ausgeteilt, mit der Bitte ihn auszufüllen und zusätzlich zu notieren, wie viel Zeit sie dafür benötigen. In diesem Durchlauf wollte ich überprüfen, ob alle Antwortkategorien genutzt werden und der Fragebogen ausreichende Varianz spätere Analysen aufweist. Dies hat sich bestätigt. Die Zeit, die die Befragten benötigten, um den Fragebogen auszufüllen reichte von 8- 14 Minuten.

9. Diskussion

Wie jedes Messinstrument hat auch die schriftliche Befragung mittels Fragebogen ihre Vor- und Nachteile, die hier zur Diskussion kommen sollen. So z.B. gilt die schriftliche Befragung in üblicher Praxis der Umfrageforschung als Verfahren zweiter Wahl, da die Ausschöpfungsquote als niedrig und die Datenqualität als gering eingestuft wird (vgl. Atteslander, 2006, S. 153). Dem zu begegnen habe ich jedoch wie in Punkt 7 beschreiben, einige Anreize (Freiumschatz zur Rücksendung des Fragebogens sowie die Teilnahmeoption an einer Lotterie) geschaffen, um die Ausschöpfungsquote möglichst zu erhöhen. Dies ist auch Voraussetzung, um eine Repräsentativität der Befragung zu gewährleisten, die durch eine zu geringe Rücklaufquote in Frage gestellt werden müsste (Mayer, 2008, S.100). Um der nachgesagten schlechten Datenqualität schriftlicher Befragungen zu begegnen bzw. die Aussagekraft und den Informationsgehalt der Daten zu verbessern, habe ich dafür gesorgt dass ein hohes Messniveau im Fragebogen besteht (meistens Intervallskalen-Niveau), da sich alle statistischen Verfahren nach dem Messniveau richten (Mayer, 2008, S.71). Dennoch hat die schriftliche Befragung auch Nachteile, die nicht behoben werden konnten, so z.B. ist die Befragungssituation nicht kontrollierbar. Die Antworten der Befragten könnten von anderen Personen beeinflusst werden oder der Fragebogen könnte gar von einer anderen Person, als der zu befragenden ausgefüllt werden. Auch steht der Befragungsperson keine/kein InterviewerIn zur Seite, die/der bei komplizierten Fragen erklärende Hilfestellung leisten könnte. Dies kann dazu

führen, dass Fragen missverstanden oder evtl. gar nicht ausgefüllt werden (Atteslander, 2006, S.147). Auf der anderen Seite können durch das Fehlen einer Interviewerin oder eines Interviewers auch keine Interviewerfehler gemacht werden, d.h. sie/er kann nicht durch ihr/sein Erscheinungsbild bzw. persönliche Wünsche oder Meinungen etc. die Befragungspersonen beeinflussen. Mit diesem Aspekt ist zudem die Objektivität bzw. die Durchführungsobjektivität der Messung, als eines der Gütekriterien zur Überprüfung von Forschungsmethoden gegeben. Neben der Durchführungsobjektivität wird in der quantitativen Forschung auch noch die Forderung nach der Auswertungs- und Interpretationsobjektivität gestellt, die durch den weitestgehend standardisierten Fragebogen erfüllt ist (Mayer, 2008, S.89). Auch das Gütekriterium der Zuverlässigkeit (Reliabilität) ist mit dem vorgestellten, standardisierten Fragebogen gegeben, da ausschließlich geschlossenen, klar formulierten Fragen verwendet wurden, die bei wiederholter Messung unter gleichen Bedingungen mit hoher Wahrscheinlichkeit gleiche Ergebnisse erzielen würden. Die Überprüfung der Gültigkeit (Validität) als drittes Gütekriterium ist zum Teil sehr aufwendig und kann im Zuge dieser Arbeit mit Ausnahme des Quiz, welches ein bereits validiertes und veröffentlichtes Instrument darstellt, nicht vollständig überprüft und nachgewiesen werden.

10. Fazit

Im Verlauf dieser Arbeit wurden die Besonderheiten von Online-Netzwerken und die daraus resultierenden Herausforderungen für deren Evaluation dargestellt. Die Sicht der Netzwerkakteure hat sich als ein entscheidendes Beurteilungskriterium für eine Evaluation des *PrevNet* erwiesen. Die vorgestellte Methode der Befragung mittels schriftlichen Fragebogen eignet sich gut, um gezielt die „Schlüssel-Indikatoren“ für die Motivation der Netzwerkakteurinnen und –akteure, nämlich das Verhältnis von Nutzen zu Aufwand unter Berücksichtigung ihrer Computerkompetenzen abzufragen und die Forschungshypothesen zu prüfen. Zudem ist die Befragung einfach zu handhaben, bindet die Netzwerkakteurinnen und –akteure direkt ein und schafft einen kurzen Überblick über ihre Gesamteinschätzung des Online- Netzwerks *PrevNet*. Die Stichprobe stellt einen verkleinerten Ausschnitt der Grundgesamtheit dar und es sind somit

repräsentative Ergebnisse zu erwarten. Die Ergebnisse der Befragung werden Aufschluss über die Qualität des Netzwerkes aus Sicht der Userinnen und User geben, ggf. Veränderungen in der *PrevNet*- Nutzung oder Problemlagen und daraus resultierenden Handlungsbedarf aufzeigen und so zu einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess beitragen.

Literaturverzeichnis

Aderhold, J. (2004). Unterschied von Netzwerk und Organisation, Netzwerkkonstitution und Potentialität. In Deutsches Jugendinstitut e.V. – Reader zur Fachtagung „Konzepte und Strategien der Netzwerkarbeit“. Retrieved 25.02.2011, from

Aderhold, J. (2009). Selektivitäten des Netzwerks im Kontext Hybrider Strukturen und systemischer Effekte. In R. Häußling (Hrsg.), Grenzen von Netzwerken (S. 183-208). Wiesbaden: VS Verlag

Alby, T. (2007). Web 2.0: Konzepte, Anwendungen, Technologien. München: Carl Hanser Verlag (2. Aufl.)

Atteslander, P. (2006). Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: Erich Schmidt Verlag

Baacke, D. (1997). Medienkompetenz. Tübingen: Niemeyer Verlag

BfU Beratungsbüro für Umwelt- und Unternehmensentwicklung (2002). „Wissenschaftliche Begleitforschung, Moderation und Coaching regionaler Netze auf dem Gebiet neuer Nutzungsstrategien.“ Retrieved 28.02.2011, from <http://www.netzwerk-kompetenz.de/download/kapitel9.pdf>

BITKOM- Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (2010). „Connected Worlds“ Wie Lebens- und Technikwelten zusammenwachsen. Retrieved 03.03.2011, from http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Connected_Worlds_Extranet.pdf

Bommes, M./ Tacke, V. (2006). Das Allgemeine und das Besondere des Netzwerkes. In B. Hollstein / F. Straus (Hrsg.), Qualitative Netzwerkanalyse (S. 37- 62). Wiesbaden: VS Verlag

Bonfadelli, H. (2004). Medienwirkungsforschung I: Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz: UVK (3.Aufl.)

Bourdieu, P. (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In R. Kreckel (Hrsg.), Soziale Ungleichheiten (Sonderband 2 der sozialen Welt S. 183- 198). Göttingen: Schwartz.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (2004-2011). Das Netzwerk www.prevnet.de. Retrieved 12.03.2011, from <http://www.prevnet.de/portal/all/neues/ueberblick>

Bunz, M. (2008). Die Geschichte des Internet - Vom Speicher zum Verteiler. Berlin: Kulturverlag Kadmos.

Castells, M. (2000). The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell (2. Aufl.).

Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology, 94, 95- 120.

Deindl, C. (2005). Soziale Netzwerke und soziales Kapital- Einfluss auf Lebenszufriedenheit und Vertrauen. Retrieved 01.03.2011, from <http://www.suz.uzh.ch/ages/pages/PAGES-05.pdf>

Diekmann, A. (2006). Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

Ebersbach, A. / Glaser, M./ Heigl R. (2008). Social Web. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Gass, J. (2007). PrevNet Jahresbericht. Retrieved 28.02.2011, from <http://www.preynet.de/portal/brd/arbeitsgruppen/dokumente/15/546/1800>

Gass, J. (2008). PrevNet Jahresbericht. Retrieved 28.02.2011, from <http://www.preynet.de/portal/brd/arbeitsgruppen/dokumente/15/546/1799>

Gass, J. (2009). PrevNet Jahresbericht. Retrieved 28.02.2011, from <http://www.preynet.de/portal/brd/arbeitsgruppen/dokumente/15/546/2579>

Gefer, A. (2006). This is your space. The Mew scientist, 191(2569), 50-51.

Godau, M./ Ripanti, M. (2008). Online -Communitys im Web 2.0. Göttingen: Business Village

Gomez, S. (2006). „Konvergenz der Medien unter besonderer Berücksichtigung neuer Sendeformate im Fernsehen“. Universität Karlsruhe. Retrieved 28.02.20011, from <http://digbib.ubka.uni-karlsruhe.de/volltexte/documents/3113>

Häußling, R. (2009) (Hrsg.). Grenzen von Netzwerken. Wiesbaden: VS Verlag

Herzig, B. (2009) (Hrsg.). Medienkompetenz und Web 2.0. Wiesbaden: VS Verlag

Hollstein, B./ Straus, F. (Hrsg.), Qualitative Netzwerkanalyse. Wiesbaden: VS Verlag

Holzer, B. (2006). Netzwerke. Bielefeld: transcript Verlag.

Jansen, D. (2003): Einführung in die Netzwerkanalyse: Grundlagen, Methoden, Forschungsbeispiele. Opladen: Leske + Budrich.

Kardorff v. E. (2006). Virtuelle Gemeinschaften- Eine neue Form der Vergesellschaftung. In B. Hollstein/F. Straus(Hrsg.), Qualitative Netzwerkanalyse (S. 63- 98). Wiesbaden: VS Verlag

Kirchhoff, S / Kuhnt, S. / Lipp, P. / Schlawin, S. (2003). Der Fragebogen: Grundlagen, Konstruktion und Auswertung. VS Verlag (3. Aufl.)

- Meyen, M. (2004). Mediennutzung. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft
- Mayer, H.O. (2008). Interview und schriftliche Befragung: Entwicklung, Durchführung, Auswertung. München:Oldenbourg
- Paier, D.(2010). Quantitative Sozialforschung. Eine Einführung. Wien: Facultas.wuv
- Palmgreen, P. / Rayburn II, J.D. (1985). An Expectancy- Value Approach to Media Gratification. In:K. Rosengren /L. Wenner /P. Palmgren: Media Gratification Research. Beverly Hills 1985. S. 19-34
- Porst, R. (2009). Fragebogen: Ein Arbeitsbuch, Wiesbaden: VS Verlag (2. Aufl.)
- Rosengren, K. / Wenner, L. / Palmgren, P.: Media Gratification Research. Beverly Hills 1985. S. 19-34
- Schenk, M. (2007). Medienwirkungsforschung, Tübingen: Mohr Siebeck (3.Aufl.)
- Schmid-Egger, C. / Krüll, C. (2009). Networking mit Xing, Facebook & Co. München: Beck
- Schorb, B. (2001). „Medienkompetenz- Was ist das eigentlich?“ Retrieved 06.03.2011, from http://mediamanual.at/mediamanual/themen/.pdf/kompetenz/36_Schorb.pdf
- Slawinski, N. (2005). Das Internet hören und fühlen- Eine qualitative Studie zur “Barrierefreie Informationstechnik– Verordnung– BITV” am Beispiel von blinden Schülern. Ruhr- Universität Bochum. Retrieved 04.03.2011, from http://www.barrierefreies-webdesign.de/download/magisterarbeit_slawinski.pdf
- Straus, F. (2004). Netzwerktypen und Netzwerkstrategien- Eine Einführung in die Netzwerkperspektiven. In Deutsches Jugendinstitut e.V. – Reader zur Fachtagung „Konzepte und Strategien der Netzerkarbeit“. Retrieved 08.03.2011, from
- Weber, M. (1980). Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie (orig. 1921- 1922), Tübingen: Mohr Siebeck (5. Aufl.)
- World Health Organisation (2011). „Ottawa-Charta zur Gesungheitsförderung, 1986“. Retrieved 06.03.2011, from http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0006/129534/Ottawa_Charter_G.pdf

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und nur die angegebenen Hilfsmittel genutzt habe. Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Datum

Martina Bliefenich

Anhang



Frau Mustermann
Musterstraße 200
2000 Hamburg

Büro für Suchtprävention
Repsoldstr.4
20097 Hamburg

Liebes PrevNet- Mitglied,

Wir möchten Sie bitten, etwa zehn Minuten Zeit zu erübrigen, um sich an einer Mitgliederbefragung zu beteiligen.

PrevNet wurde entwickelt, um die Akteurinnen und Akteure der Suchtprävention, also auch Sie, zu vernetzen.

Damit dies gelingt, ist es für uns besonders wichtig zu wissen, was Sie brauchen und was Ihnen hilft, um sich zu vernetzen.

PrevNet ist ein internetbasiertes Netzwerk, und da sich in den letzten Jahren im Internet sehr viel entwickelt hat, es viele neue Anwendungen, aber durchaus auch Gefahren gibt, möchten wir wissen, wie Sie allgemein mit dem Internet umgehen. Was finden Sie gut oder schlecht und wie sehr beschäftigen Sie sich überhaupt mit dem Internet? Das soll uns helfen herauszufinden, wie wir PrevNet weiterentwickeln können, damit es Ihren Wünschen und Bedürfnissen an ein internetbasiertes Netzwerk entspricht. Gibt es Optionen, die es Ihnen erleichtern würden PrevNet zu nutzen oder gibt es vielleicht etwas, dass Sie an PrevNet stört? Um diese Fragen zu klären, brauchen wir Ihre Unterstützung und würden uns über Ihre Antworten sehr freuen.

Der beiliegende Fragebogen ist anonym und die Bestimmungen des Datenschutzes werden eingehalten. Sie wurden aus einer zufälligen Stichprobe aller PrevNet Mitglieder gezogen und angeschrieben. Falls Sie Fragen haben, richten Sie diese bitte an die oben genannte Adresse. Damit für Sie keine Portokosten entstehen, haben wir Ihnen einen Freiumschlag beigelegt und möchten Sie bitten, darin Ihren ausgefüllten Fragebogen bis zum 31.04 2011 an uns zurückzuschicken.

Als kleines Dankeschön und Aufwandschädigung für Ihre Mithilfe, haben wir uns eine Überraschung ausgedacht, die im Anhang beschrieben wird.

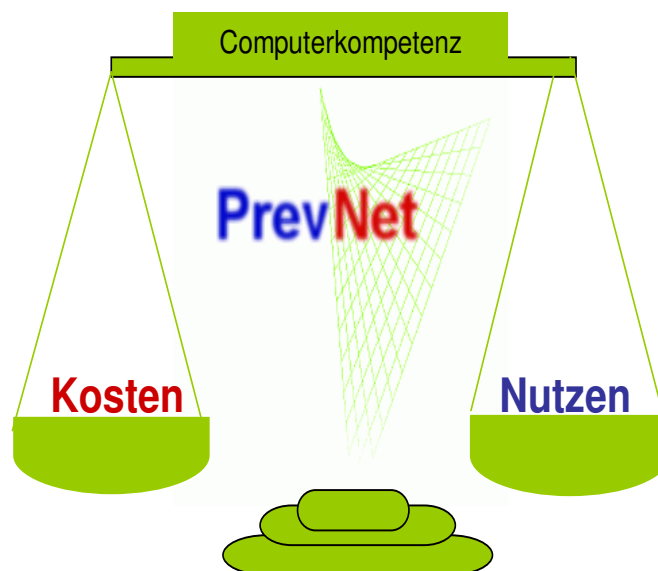
Vielen Dank im Voraus.

Mit freundlichen Grüßen

Martina Bliefenich
(Projektkoordination)



Wem es nützt, der nutzt es!?!














Mitgliederbefragung

zur Evaluation des PrevNet aus Mitgliederperspektive

Projektverantwortung:
Martina Bliefernich

Büro für Suchtprävention
Repsoldstraße 4
20097 Hamburg
040/2849918-0
Email: bfs@suchthh.de

Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens

1. Beantworten Sie die Fragen der Reihe nach.
2. Kreuzen Sie bitte für jede Frage nur eine Antwort deutlich sichtbar an.
z.B. Welche Farbe hat die Sonne?
grün  *gelb*  *rot* 
Oft werden Sie auch gebeten auf einer Skala von... bis... zu antworten. Auch dann kreuzen Sie bitte nur eine Antwort (einen Punkt) an.
z.B. nie      *sehr oft* 
3. Falls Sie eine Antwort korrigieren müssen, nehmen Sie die Korrektur deutlich sichtbar vor.
z.B. ja  *nein* 
4. Wenn Sie als Antwortmöglichkeit nur eine Linie _____ vorgestellt bekommen, können Sie darauf frei antworten.
5. Es gibt in dieser Untersuchung keine richtigen oder falschen Antworten, nur Ihre persönliche Antwort ist richtig und wichtig für uns.
6. Bitte antworten Sie aufrichtig – diese Untersuchung ist kein Leistungstest und Anonymität wird garantiert.
7. Die Untersuchung dient lediglich Forschungszwecken und hat keine individuellen Konsequenzen für die Versuchspersonen.
8. Der Datenschutz wird gewährleistet.
9. Falls Sie Fragen kommentieren oder bei bestimmten Fragen ausführlicher antworten möchten, können Sie dies auf der letzten Seite tun.
10. Falls Sie Fragen zum Fragebogen haben können Sie uns gerne anrufen.
Projektverantwortung:
Martina Bliefertich
Telefon: 040/2849918-21 (9- 17 Uhr)
Email: bliefertich@gmx.de

1. Beginnen wir also mit einigen allgemeinen Fragen zu Computern und dem Internet.

	<i>nein</i>	<i>ja, aber nicht für mich allein</i>	<i>ja</i>
Haben Sie bei sich zu Hause Zugang zu einem Personal Computer (PC)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haben Sie bei sich zu Hause Zugang zum Internet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haben Sie an Ihrem Arbeitsplatz Zugang zu einem PC?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haben Sie an Ihrem Arbeitsplatz Zugang zum Internet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Fragen zu Ihrer PrevNet-Nutzung

Wie lange sind Sie schon Mitglied bei PrevNet ? < 1 Jahr 1-2 Jahre 3-4 Jahr länger

Wie oft loggen Sie sich bei PrevNet ein ? täglich wöchentlich monatlich seltener

**Welche der PrevNet-Angebote nutzen Sie hauptsächlich?
Bitte bewerten Sie auf einer Skala von „nie“ bis „sehr oft“!**



































































	<i>nie</i>					<i>sehr oft</i>
Ich nutze PrevNet als Datenbank, um Personen, Materialien, Projekte etc. zu finden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich stelle selbst Projekte, Materialien etc. ein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich arbeite in Arbeitsgruppen mit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich unterhalte mich in Foren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich verschaffe mir einen Überblick über die Suchtprävention anderer Bundesländer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich informiere mich über aktuelle Termine (Tagungen etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich nutze die PrevNet Mailinglisten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich nutze die Informationen über Dotsys bei PrevNet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Fragen zu Ihrer Bewertung von Kosten und Nutzen der Netzwerkteilnahme (Mitgliedschaft)

3 a) Nutzen

Im folgenden werden einige Aspekte aufgeführt, die den Nutzen der Netzwerkteilnahme ausmachen könnten. Welche der Aspekte sind für Sie relevant ?


























































Bitte bewerten Sie auf einer Skala von „gar nicht relevant“ bis „sehr relevant“!

	gar nicht relevant						sehr relevant
Ich habe Zugriff auf eine umfangreiche fachspezifische Datenbank							
Ich kann neue Kontakte knüpfen (Gewinn an Sozialkapital)							
Die Expertenkommunikation wird gefördert							
Ich kann mich, meine Einrichtung, Projekte etc. bundesweit präsentieren							
Doppelentwicklungen von Projekten, Materialien etc. werden vermieden, wenn sie über PrevNet bundesweit bekannt werden							
Ressourcen werden gemeinsam genutzt (Technik, Wissen etc.)							
Ich habe Zugriff auf aktuelle Termine der Suchtprävention							
Ich kann AGs gründen und PrevNet als Projektmanagementinstrument nutzen							
Ich kann online mit KollegenInnen über weite Distanzen kooperieren							
Bund und Länder werden vernetzt							
Es gibt wenig Hierarchie im Netzwerk, man arbeitet auf Augenhöhe mit anderen Experten							

3 b) Kosten

Im folgenden werden einige Aspekte aufgeführt, die die Kosten der Netzwerkteilnahme ausmachen könnten. Welche der Aspekte sind für Sie relevant ?

Bitte bewerten Sie auf einer Skala von „stört mich gar nicht“ bis „stört mich sehr“!

	stört mich gar nicht					stört mich sehr
Für die Mitgliedschaft musste ich persönliche Daten preisgeben						
Damit das Netzwerk funktioniert müssen die Mitglieder, also auch ich, aktiv sein und Informationen einstellen						
Ich muss darauf vertrauen, dass die anderen Mitglieder auch aktiv sind und das Netzwerk so am Leben halten						
Ich muss darauf vertrauen, dass die Einträge der anderen Mitglieder aktuell und richtig sind						
Ich bin eigenverantwortlich für meine Inhalte und muss diese aktualisieren (Zeitaufwand)						
Für die Nutzung von PrevNet brauche ich einige Computerkompetenzen (z.B. das Hochladen von Dateien)						
Virtuelle Kommunikation (z.B. Mails) ist schwierig und kann zu Missverständnissen führen, da Mimik, Gestik etc. fehlen						
Meine Projekte/Materialien könnten kopiert/geklaut werden						
Um im interaktiven Bereich zu arbeiten, muss ich mich immer erst mit Passwort einloggen						
Ich muss ins Internet, um PrevNet zu nutzen						
Ich muss 1x im Jahr mein Passwort erneuern						

4. Fragen zu Computerkompetenzen

Wir möchten Sie in diesem Abschnitt nicht testen oder beurteilen (der Fragebogen ist anonym), sondern wir möchten nur die durchschnittliche Sicherheit der Akteure der Suchtprävention im Umgang mit dem Computer und Internet ermitteln, um PrevNet dem anzupassen zu können. Wir freuen uns deshalb über Ihre ehrlichen Antworten.





























































Im folgenden finden Sie eine Liste mit Aussagen. Wir möchten gerne wissen, ob Sie diesen Aussagen zustimmen oder nicht.

Bitte geben Sie den Grad Ihrer Zustimmung an auf einer Skala von „stimme nicht“ zu bis „stimme voll zu“ !

	stimme nicht zu					stimme voll zu
Das Internet ist ein nötiges Übel, dass ich für meinen Beruf nutzen muss						
Das Internet ist eine Bereicherung, ich finde auf jeder Frage eine Antwort						
Seitdem in den Medien über Datenmissbrauch im Internet berichtet wird, gehe ich sehr vorsichtig mit meinen Daten um						
Flugtickets buchen, Restaurants finden, Pizza bestellen, das Internet macht alles einfacher für mich						
Das Internet hilft mir mit anderen Menschen zu kommunizieren						
Durch das Internet schaffe ich mehr in weniger Zeit						
Ständig wird was neues erfunden Blogs, Wikis, Apps, ich schaffe es gar nicht da so schnell mitzukommen						
Im Internet werde ich sehr kreativ (Fotobücher, Videoclips etc. erstellen)						
Was im Internet steht, sollte man nicht blind glauben, da kann ja jeder veröffentlichen was er will						
Das Internet wird völlig überbewertet, ich muss es nicht unbedingt haben						

5. Fragen zu Ihrer Computernutzung

Wie oft nutzen Sie das Internet für die folgenden Anwendungen innerhalb eines Monats?

	gar nicht	1-10 mal	11-20 mal	21-30 mal	öfter
Einkaufen (incl. Suche nach Produkten ohne Kauf)					
E-Mails					
Beteiligung an Chats oder online Foren					
Lernmedium (E-learning Module, Studienprogramme)					
Anbieten, Speichern oder Hören von Musik					
Sich über News und Events informieren					
Entertainment (Spiele spielen, Filme gucken)					
Datenbank für alles (Fahrpläne, Adressen etc.)					
Andere Meinungen einholen (z.B. Buch- oder Restaurantkritiken)					
Soziale Netzwerke (Facebook, studiVZ etc.)					
Verfassen von Blogs					
Erstellen von Wikis					

6. Computerquiz (auch hier werden Sie natürlich nicht bewertet, es bleibt anonym)

Es werden Ihnen immer vier Antwortmöglichkeiten vorgestellt.

Bitte kreuzen Sie nur die aus Ihrer Sicht richtige Antwort an!

Was ist das Internet?

- Elektronisch verbundene globale Rechnernetzwerke
- Ein Großrechner in den USA, der weltweit Computer mit Daten versorgt
- Eine Satellitenanlage, die Daten speichert und versendet
- Ich weiß nicht

Bilder, Musik und Texte im Internet...

- unterliegen dem Urheberrecht
- dürfen grundsätzlich in eigenen Websites verwendet werden
- sind gemeinfrei, d.h. sie gehören allen
- Ich weiß nicht

Der Name des Absenders einer E-Mail in meinem Postfach ist mir persönlich bekannt.

Welche Aussage ist richtig?

- Die E-Mail ist ganz sicher von meinem Bekannten, denn er kann sie nur über sein persönliches E-Mail-Postfach verschickt haben
- Der Absender kennt mein Passwort, um mein Postfach zu öffnen
- Eine Person kann eine E-Mail unter anderem Namen nur dann verschicken, wenn diese den Zugang zum jeweiligen Postfach kennt
- Ich weiß nicht

Ist es möglich mithilfe des Einsatzes von Suchmaschinen alle Inhalte im Internet aufzufinden?

- Nur ein Bruchteil der Inhalte ist über Suchmaschinen auffindbar
- Bei gekonntem Einsatz von Suchmaschinen sind alle Inhalte auffindbar
- Nur kommerzielle Inhalte sind über Suchmaschinen auffindbar
- Ich weiß nicht

Welche Anwendung benötige ich, um die Seiten des WWW sehen und nutzen zu können?

- Eine Suchmaschine ●
- Einen Browser ●
- Eine Bildbearbeitungsprogramm ●
- Ich weiß nicht ●

Was sind bekannte Anwendungen des Web 2.0?

- Wikis und Weblogs ●
- Browser und Provider ●
- Emoticons und Netiquette ●
- Ich weiß nicht ●

Was ist ein Download?

- Das Anschauen von Bild- und Tondateien im Internet ●
- Das Anlegen von Lesezeichen im Internet ●
- Das Herunterladen von Dateien und Programmen aus dem Internet ●
- Ich weiß nicht ●

Was versteht man unter Instant Messaging?

- Besonders schnelle E-Mails ●
- Ein Dienst, der es ermöglicht, mittels einer Software in Echtzeit mit anderen Teilnehmern über das Internet zu kommunizieren ●
- Eine Rückbestätigung nach Erhalt einer Nachricht ●
- Ich weiß nicht ●

Welches der folgenden Geräte ist kein mobiles Speichermedium?

- Memorycard ●
- USB-Stick. ●
- PC-Arbeitsspeicher ●
- Ich weiß nicht ●

Worüber gelangen häufig Schadprogramme auf den eigenen Rechner?

- Abspielen gekaufter CDs ●
- Unbedachtes Öffnen von E-Mail-Anhängen ●
- Verwendung von Textverarbeitungssoftware ●
- Ich weiß nicht ●

Was versteht man unter Emoticons?

- Gesprochene Gefühlsäußerungen in Chats ●
- Tierbilder im Internet, die animiert werden können ●
- Zeichenfolgen, die in schriftlicher elektronischer Kommunikation Stimmungs- und Gefühlszustände ausdrücken ●
- Ich weiß nicht ●

Was ist eine Firewall?

- Eine Software zur Blockierung unerwünschter jugendgefährdender Inhalte ●
- Eine Schutzvorrichtung zur Verhinderung eines Kabelbrandes ●
- Ein Programme, das vor unberechtigten Zugriffen von außen auf den Computer schützt ●
- Ich weiß nicht ●

7. Zum Abschluss noch einige Fragen zu Ihrer Person

In welchem Bundesland sind Sie tätig
bzw. sind Sie bei PrevNet angemeldet? _____

Welches Geschlecht haben Sie?
weiblich männlich

Wie alt sind Sie? _____ Jahre

In welchem Bereich der Prävention sind Sie tätig (Mehrfachnennung möglich)?

Jugendhilfe Suchthilfe Schule Kita Suchtprävention allgemein
Betriebliche Prävention Familie Stadtteil Sonstige _____

Welches ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

Studium Fachhochschulreife/Abitur mittlere Reife Hauptschule kein Abschluss

Damit sind wir am Ende unserer Befragung. Haben Sie noch Fragen oder Anmerkungen zum Thema oder zur Befragung selbst oder möchten Sie uns evtl. noch etwas mitteilen? Dann können Sie dies hier gerne tun.

Vielen herzlichen Dank für Ihre Mithilfe!!!

Unser Dankeschön *Mitmachen und Gewinnen*

Liebes PrevNet-Mitglied,

wie angekündigt möchten wir gerne Ihren Aufwand für das Ausfüllen des Fragebogens entschädigen und Sie als kleines Dankeschön an unserer Verlosung teilnehmen lassen.

Die/der GewinnerIn der Verlosung erhält eine Eintrittskarte für den 17. Kongress Armut und Gesundheit in Berlin und zwei Übernachtungen im nahe gelegenen Hotel Schöneberg. Der genaue Termin steht noch nicht fest, jedoch findet der Kongress meistens am ersten Freitag und Samstag im Dezember im schönen Rathaus Schöneberg statt.



Rathaus Schöneberg
(Quelle: Berlin.de)



Armut und Gesundheit Logo
(Quelle: Gesundheit Berlin-Brandenburg e.V.)



Hotel Schöneberg
(Quelle: hotel.de)

Alles was Sie tun müssen ist, die beiden Lotteriemarken (eine rote und eine blaue Marke) am unteren Rand dieser Seite abzutrennen, eine davon sicher Zuhause zu verwahren und die Andere mit ihrem ausgefüllten Fragebogen an uns zurückzuschicken. Aus allen eingegangenen, anonymen Lotteriemarken wird nach Ablauf der Rücksendefrist (31.04.2011) eine Marke gezogen und die Gewinnerzahl auf der PrevNet-Startseite bekannt gegeben. An der Zuhause verwahrten Marke können Sie erkennen, ob Sie gewonnen haben und sich ggf. beim PrevNet-Team melden, dann erhalten Sie Ihren Gewinn.

593

593

