
Umfrage zur Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit mit den Angeboten und Services der Universitätsbibliothek (UB) und Zentralbibliothek (ZB)

Quantitative Online-Umfrage der aktuellen und zukünftigen Kundinnen und Kunden der UB und ZB

**gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung
Dr. Andrea Umbricht, Projektleiterin
Nadia Egloff, Data Analyst
Zürich, 17. November 2023**

Ausgangslage und Zielsetzung

Ausgangslage

Mit dem Abschluss der Phase I des Projekts «Aufbau Universitätsbibliothek» (AUB) wurde auf Anfang 2022 die Universitätsbibliothek (UB) der Universität Zürich gegründet. Sie ist eine Zusammenführung der ursprünglichen Fakultäts- und Institutsbibliotheken sowie der Hauptbibliothek.

Der Schwerpunkt der Phase II liegt in der Weiterentwicklung zwischen UB und ZB mit der Vision «Bibliothek für die Universität Zürich» einen exzellenten Service aus einer Hand für die Nutzenden anzubieten.

Im Projektauftrag des AUB wurde festgehalten, dass 2023 eine Evaluation des bibliothekarischen Angebots vorzunehmen ist.

Zielsetzung

Das Ziel der Evaluation ist eine Rückmeldung und Bewertung der UB und ZB aus Sicht der Nutzenden und potenziellen Nutzenden zu erhalten, um damit gezielte Verbesserungen in verschiedenen Produktfeldern zu identifizieren und entsprechende Massnahmen zu entwickeln.

Die Evaluation orientiert sich am Produktportfolio der Bibliotheken. Im Detail geht es darum, ob die bestehenden Angebote und Services bekannt sind, sie genutzt werden und ob die Nutzenden damit zufrieden sind.

Fragestellungen

Mit der Umfrage sollen Antworten auf folgende Fragestellungen gewonnen werden:

- **Assoziationen mit UB und ZB:** Was kommt den Befragten in den Sinn, wenn Sie an die Universitätsbibliothek Zürich (UB) oder an die Zentralbibliothek Zürich (ZB) denken?
- **Bekanntheit und Nutzung von Angeboten:** Welche Angebote und Services kennen und nutzen die Befragten? (gestützte Abfrage von Angeboten und Services a.-i.)
- **Zufriedenheit mit Angeboten:** Wie zufrieden sind die Befragten mit den Angeboten und Services der UB und ZB, die sie schon genutzt haben? (Angebote und Services a.-i.)
- **Themen für Veranstaltungen:** Welche Themen würden sich die Befragten für Veranstaltungen wünschen?
- **Nutzung von Bibliotheken:** Welche Bibliothek haben die Befragten in den letzten 12 Monaten mindestens einmal vor Ort genutzt?
- **Gesamtzufriedenheit mit UB und ZB:** Wie zufrieden sind die Befragten mit UB und ZB insgesamt?
- **Schlussbemerkung:** Was möchten uns die Befragten sonst noch mitteilen?

Angaben zur Untersuchungsanlage

Grundgesamtheit:	Aktuelle und potenzielle Kundinnen und Kunden der UB und ZB
Methodik:	Online-Umfrage <u>UZH/Balgrist/Kispi</u> Versand von Einladungs-/Remindermails durch gfs-zürich mit personalisierten Links Rücklauf: 7% (UZH-Studierende: 7%, UZH-Mitarbeitende: 5%) <u>Careum/PUK/USZ</u> Versand von Einladungsmails durch Careum/PUK/USZ mit offenen Links <u>ZB</u> Teilnahme mit offenen Links: Flyer an Veranstaltungen (n=370), Website ZB (n=34), Direktansprache/Bildschirm am Schalter (n=5), Flyer/Kleber an Arbeitsplätzen (n=1)
Stichprobe:	2304 Interviews (gewichtet)
Sprachen:	Deutsch und Englisch
Befragungszeitraum:	13.9. bis 25.10.2023
Vertrauensintervall:	Bei n = 2304 und 50%; +/- 2.0% (Wahrheit liegt zwischen 48.0% und 52.0%)

Gewichtung

Es haben nur wenige Mitarbeitende der Spitäler teilgenommen ($n < 100$) und diese Antworten werden aufgrund ihrer geringen Anzahl nicht gewichtet. Beim ZB-Publikum wird ebenso auf eine Gewichtung verzichtet, da die Verteilungen in der Grundgesamtheit nicht bekannt sind. Einzig bei den UZH-Studierenden und UZH-Mitarbeitenden kann eine Gewichtung gemäss Personal- und Studierendenstatistik vorgenommen werden. Die 1'337 Antworten der UZH-Studierenden werden um ca. 10% hochgewichtet, die 746 Antworten der UZH-Mitarbeitenden um ca. 10% heruntergewichtet.

	UZH-Angehörige		Spitäler/Partnerinstitutionen						ZB-Publikum		
Funktion	UZH-Studierende	UZH-MA	Kispi MA	Balgrist MA	USZ MA	PUK MA	Careum-Studierende	Careum MA	Andere Biblio.nutzende ohne Forsch.hintergr.	Andere Biblio.nutzende mit Forsch.hintergr.	Studierende anderer Hoch-/Fachhochschule
Grundgesamtheit	27'895 (74%)	9'953 (26%)	2'648	1'103	8'529	2'531	2'723	295	unbekannt	unbekannt	unbekannt
Ungewichtete Stichprobe	1'337 (64%)	746 (36%)	8	3	28	45	10	3	167	148	90
Gewichtete Stichprobe	1'490 (73%)	559 (27%)	8	3	26	44	10	3	167	147	88

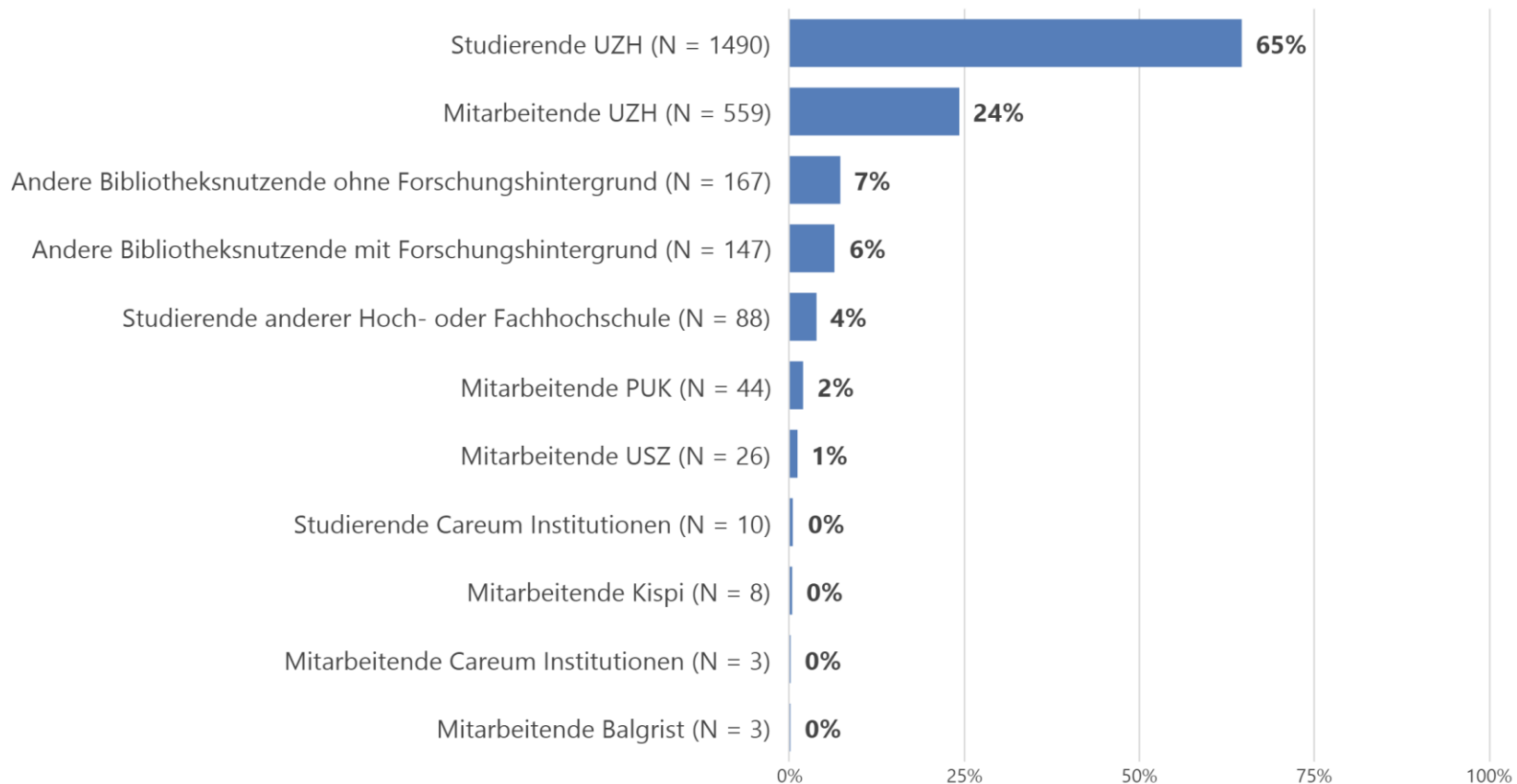
Hinweis zu den Folien

- Die Antworten jeder Frage des Fragebogens werden anhand einer Total-Auswertung grafisch aufbereitet. Zusätzlich wird bei den Fragen 2, 3 und 6 die Subgruppe «Funktion» (gleichbedeutend wie Akteursgruppe) dargestellt. Weitere Subgruppenunterschiede (z.B. Fakultät, Studienabschluss) können dem Tabellenband entnommen werden. Selten wird im Chartreport auch auf Werte von Subgruppen verwiesen, die nicht grafisch dargestellt sind, sondern nur dem Tabellenband entnommen werden können (z.B. Doktoranden, Professor:innen, MA aus dem Bereich Pflege/Therapien/MTTB).
- Grafiken mit Wertungen sind rot (negative Aussagen) und blau (positive Aussagen) dargestellt.
- Durch das Reduzieren von Nachkommastellen können Rundungsdifferenzen auftreten. Das bedeutet, dass die Summe der in der Grafik dargestellten einzelnen Antwortkategorien, nicht immer 100 Prozent ergibt, sondern auch mal 99 oder 101 Prozent möglich sind (fiktives Beispiel: ja: 20%, eher ja: 20%, eher nein: 20%, nein: 30%, weiss nicht: 9%; = Total 99%).
- Die Stichprobengrösse definiert die Sicherheit der Resultate. Es muss zudem berücksichtigt werden, dass für jede Subgruppe, für welche Aussagen gemacht werden, im Minimum 30 Antworten vorliegen müssten, da ab dieser Anzahl das Antwortverhalten in eine Normalverteilung übergeht, was Voraussetzung für statistisches Arbeiten ist. Wenn in den Folien eine Subgruppe weniger als 30 Antworten enthält, so vermerken wir dies mit einem entsprechenden Hinweis oder aber wir verzichten bei manchen Fragen auf die Visualisierung der Subgruppe.

Stichprobenbeschreibung

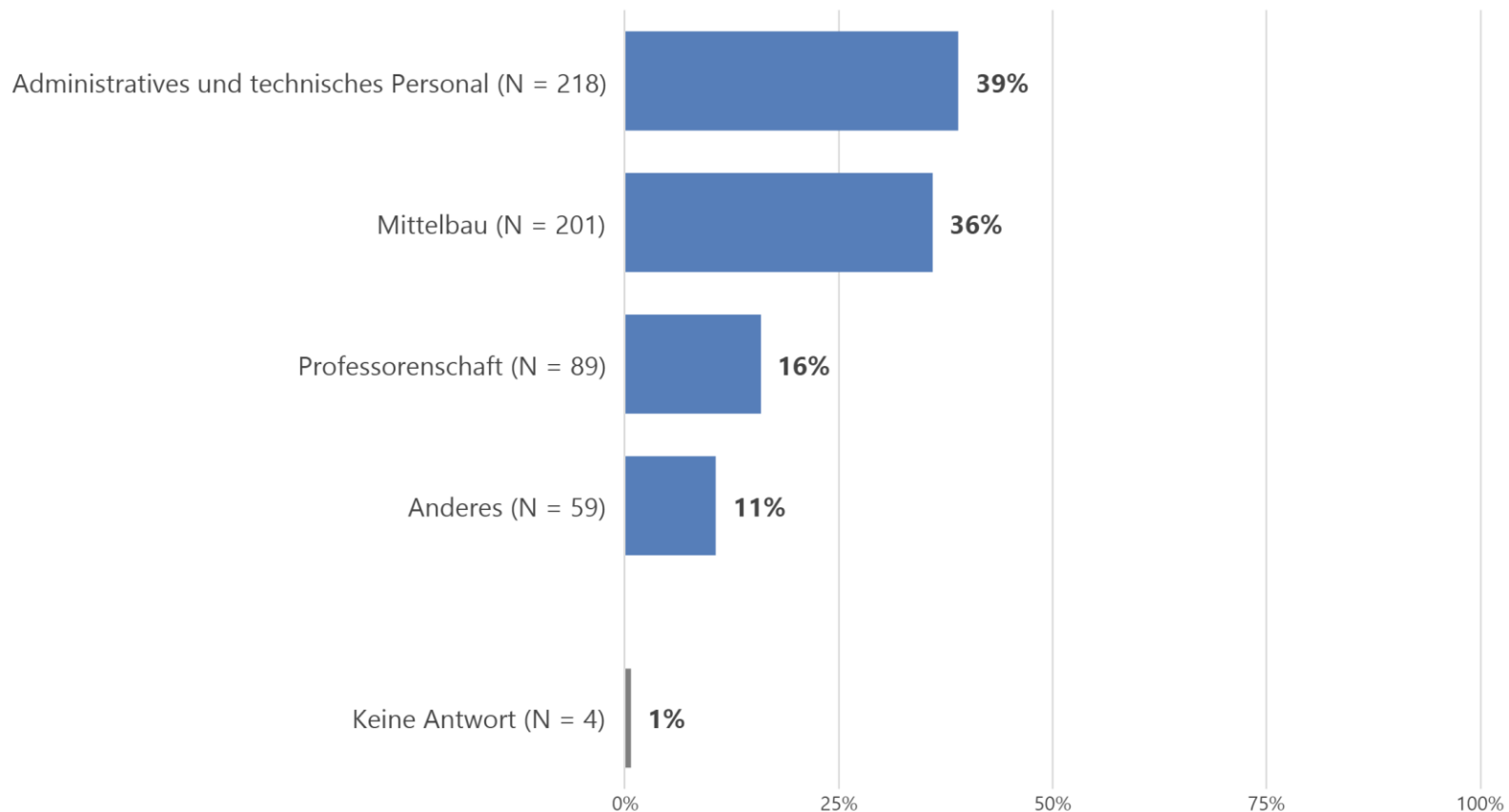
Was trifft auf Sie zu?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N = 2304



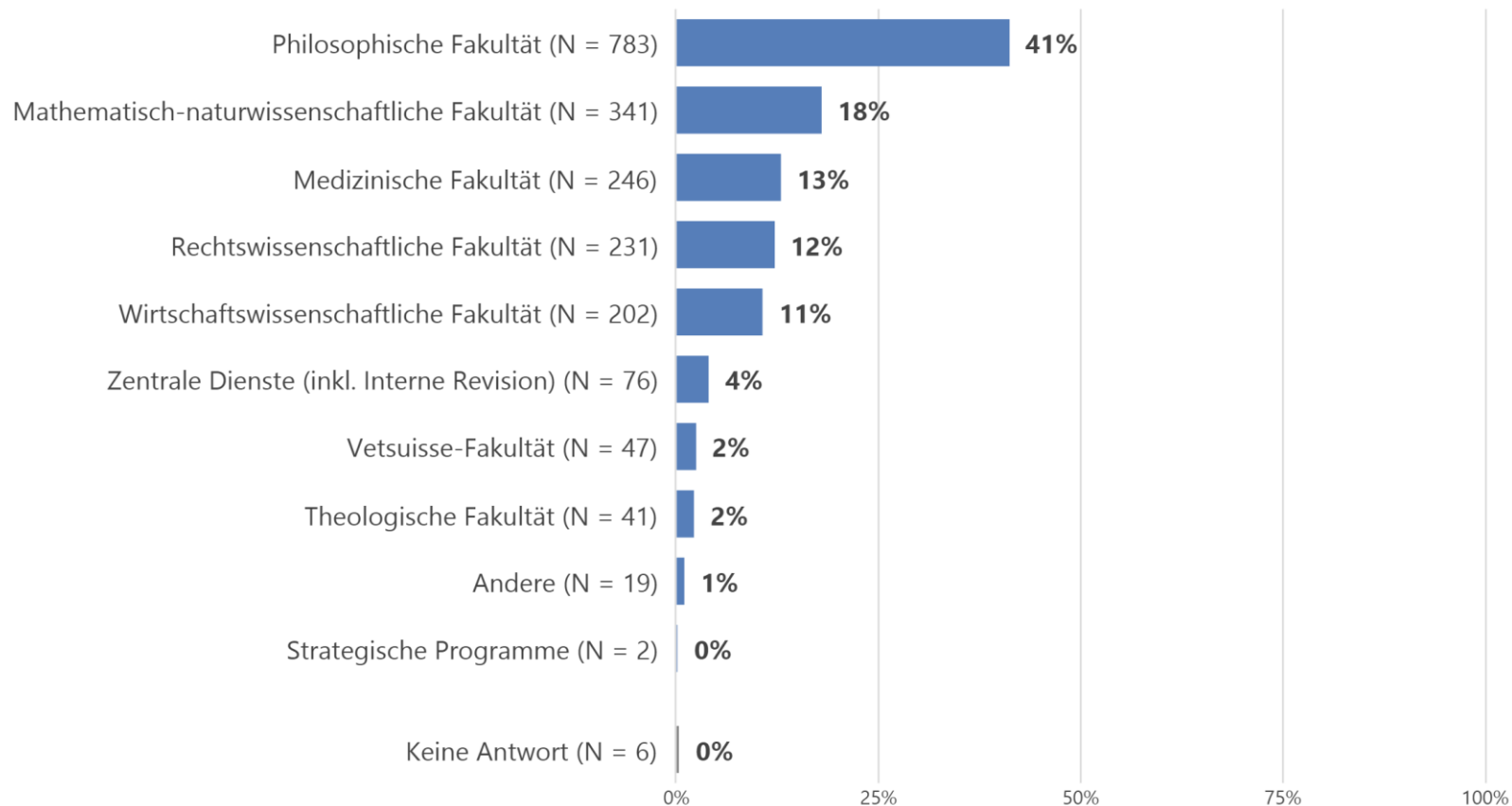
Welcher Mitarbeitengruppe gehören Sie an?

Filter: Falls Mitarbeitende UZH, Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N = 559



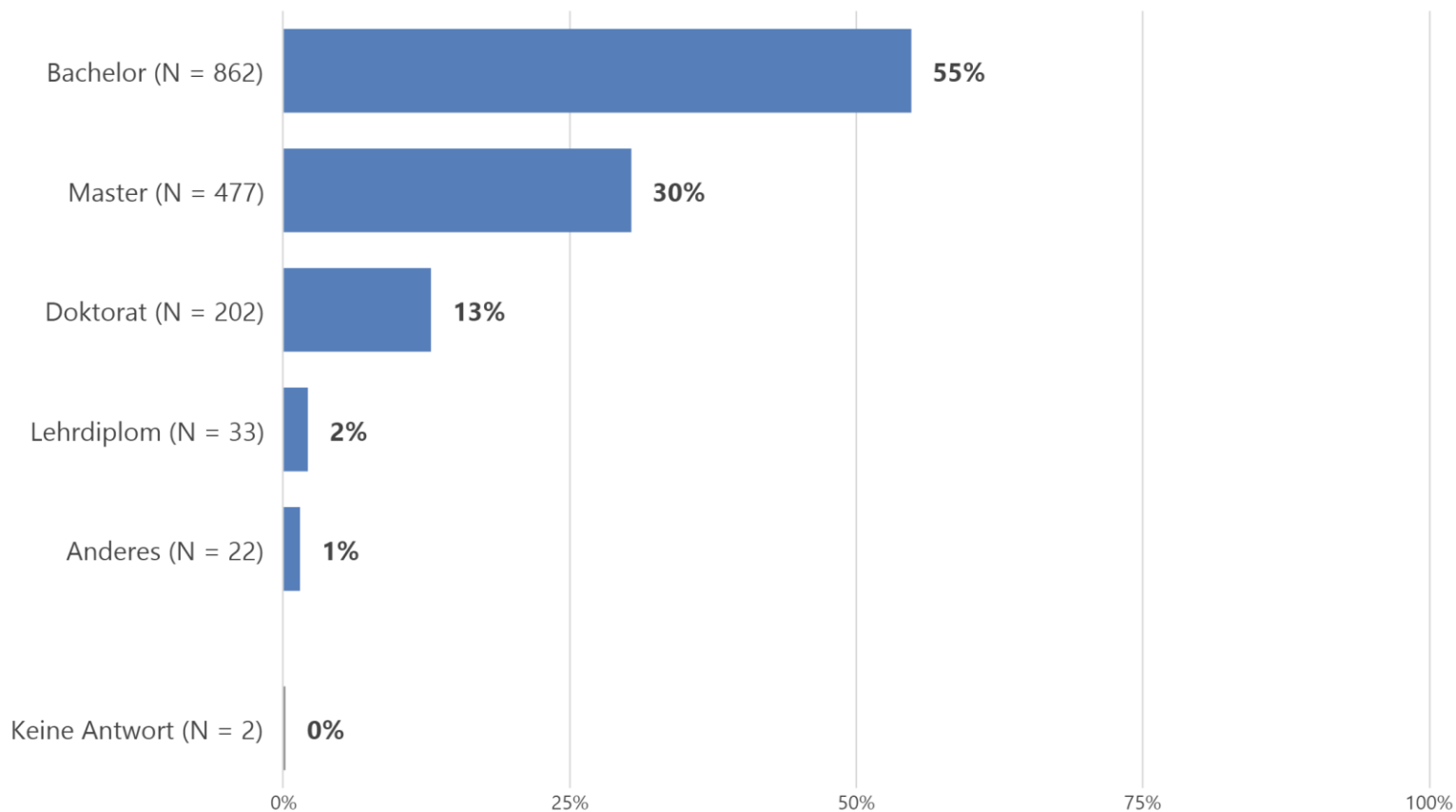
An welcher/welchen Fakultät/en studieren/arbeiten Sie?

Filter: Wenn Mitarbeitende und/oder Studierende UZH, Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N = 1901



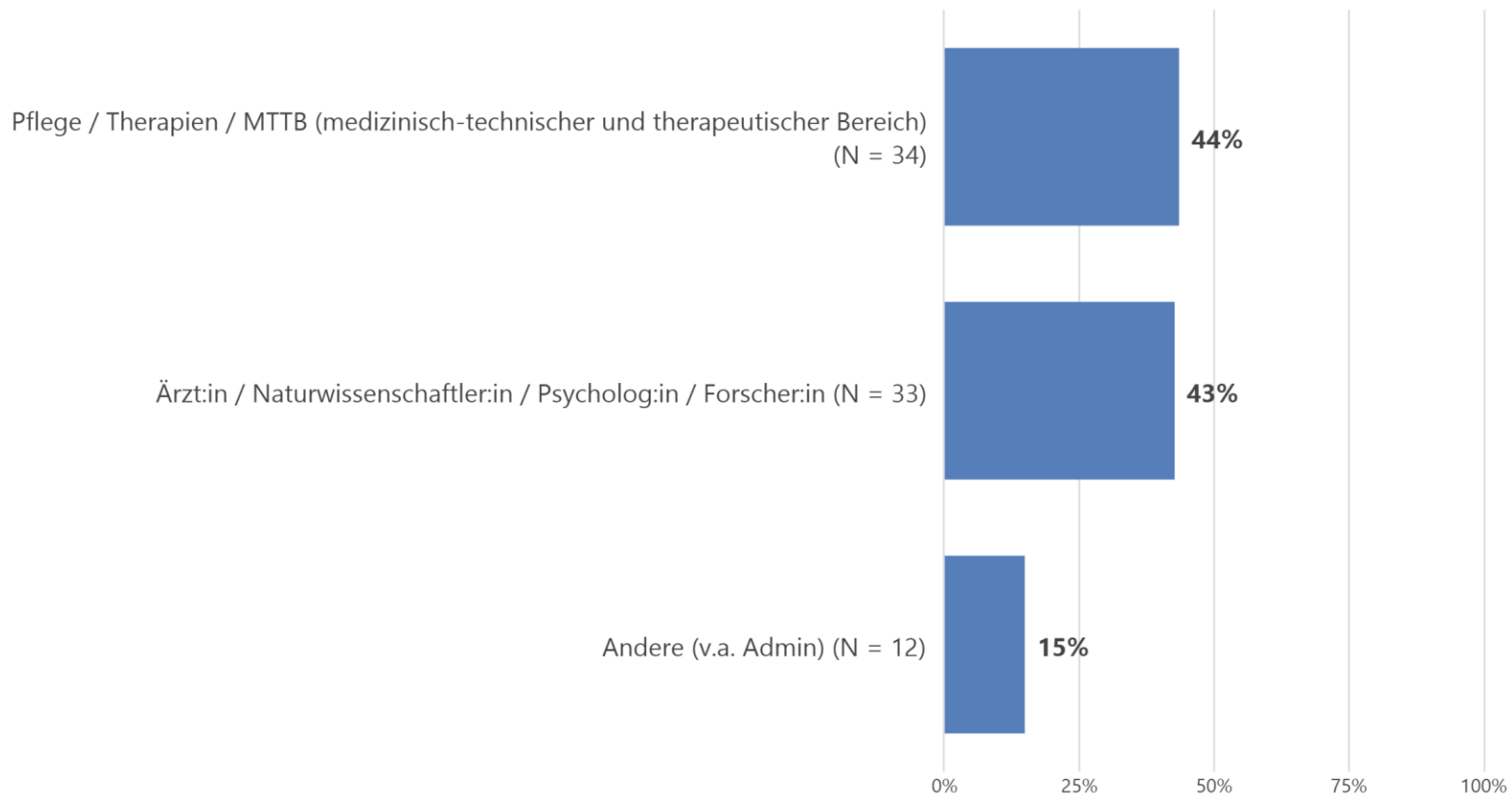
In welchem Studium befinden Sie sich?

Filter: Falls Studierende UZH oder andere Hoch- oder Fachhochschule, Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N = 1572



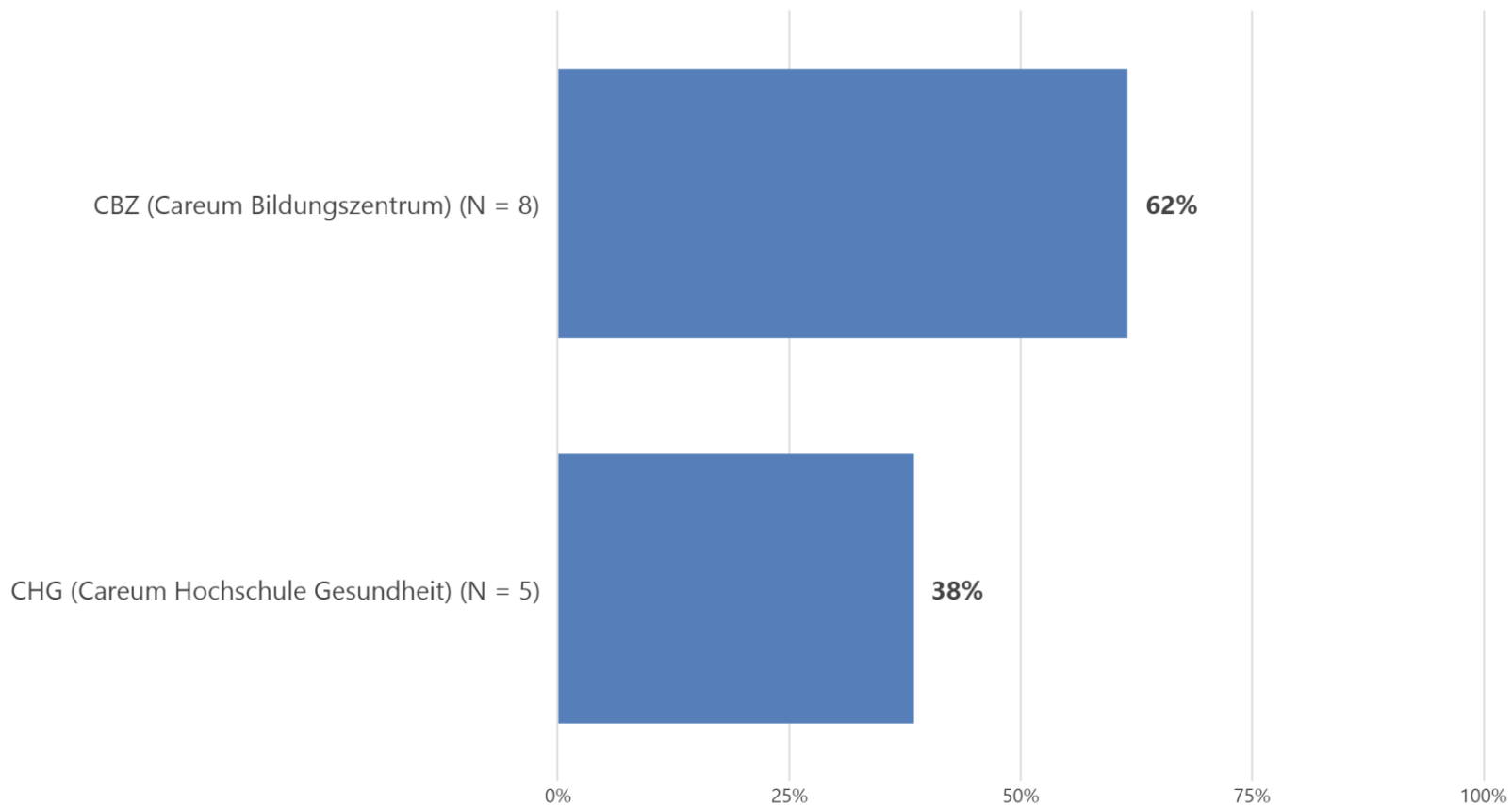
Was ist Ihre Funktion?

Filter: Falls Mitarbeitende USZ / Kispi / PUK / Balgrist, Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N = 78



Welcher Gruppe gehören Sie an?

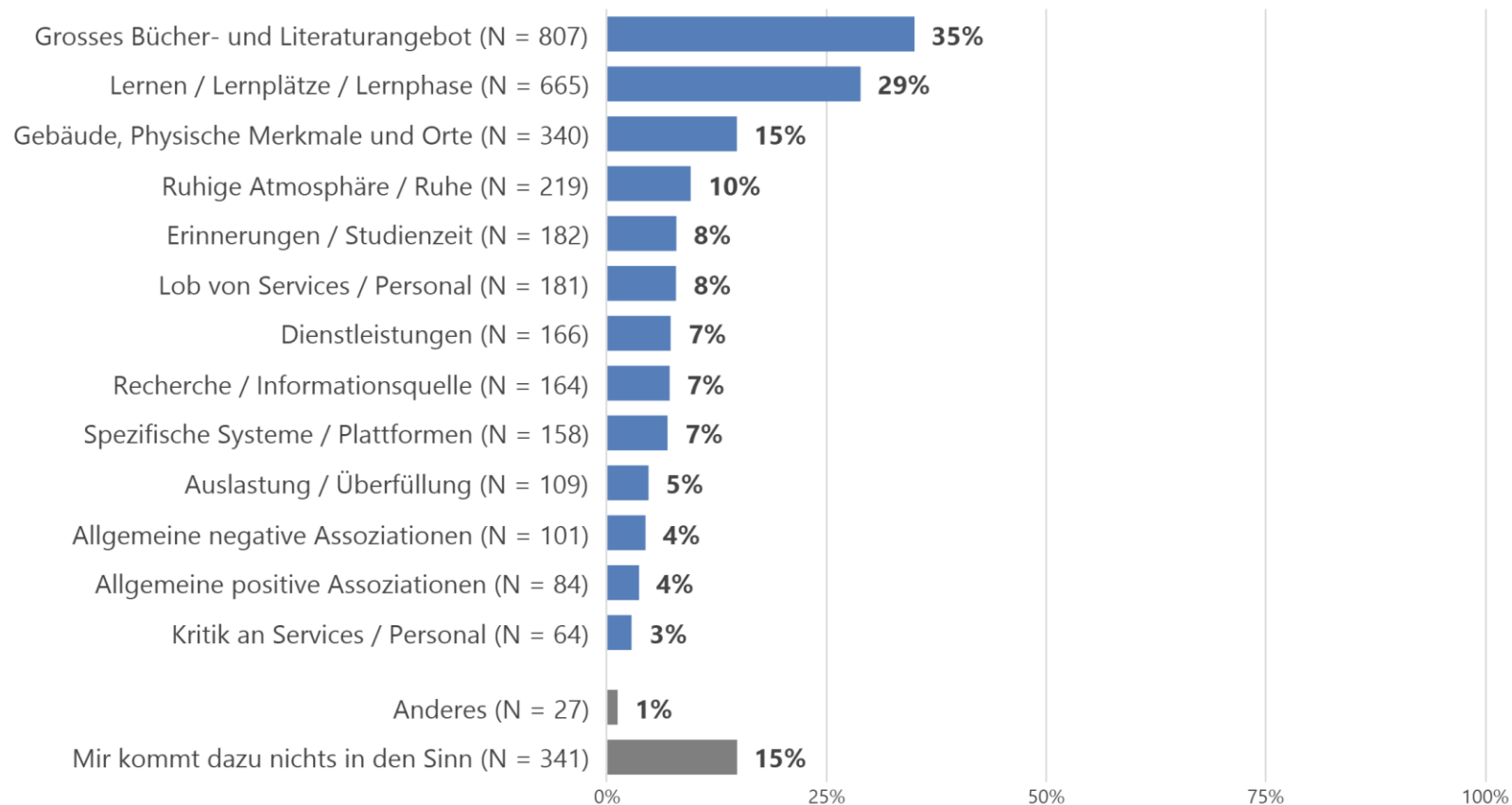
Filter: Careum Institutionen, Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N = 13



Assoziationen mit UB und ZB

Was kommt Ihnen als erstes in den Sinn, wenn Sie an die Universitätsbibliothek Zürich (UB) oder an die Zentralbibliothek Zürich (ZB) denken?

Angaben in Prozent, offene Frage - codiert, Mehrfachnennungen möglich, N = 2304



Assoziationen mit UB und ZB

Über ein Drittel der Befragten bringt die UB und ZB mit dem grossen Bücher- und Literaturangebot (35%) in Verbindung. Knapp drei von zehn Personen kommen Lernen/Lernplätze/Lernphasen (29%) in den Sinn. Jede siebte Person assoziiert mit UB und ZB bestimmte Gebäude, physische Merkmale und Orte (15%) und jede zehnte Person spricht die ruhige Atmosphäre/Ruhe (10%) an. Etwas weniger häufig werden Erinnerungen/Studienzeit (8%), Lob von Services/Personal (8%), Dienstleistungen (7%), Recherche/Informationsquelle (7%) oder spezifische Systeme/Plattformen (7%) genannt. Erst danach, auf zehnter Position, folgen negative Äusserung wie Auslastung/Überfüllung (5%), allgemeine negative Assoziationen (4%) oder Kritik an Services/Personal (3%). Jeder siebten Person kommt dazu nichts in den Sinn (15%).

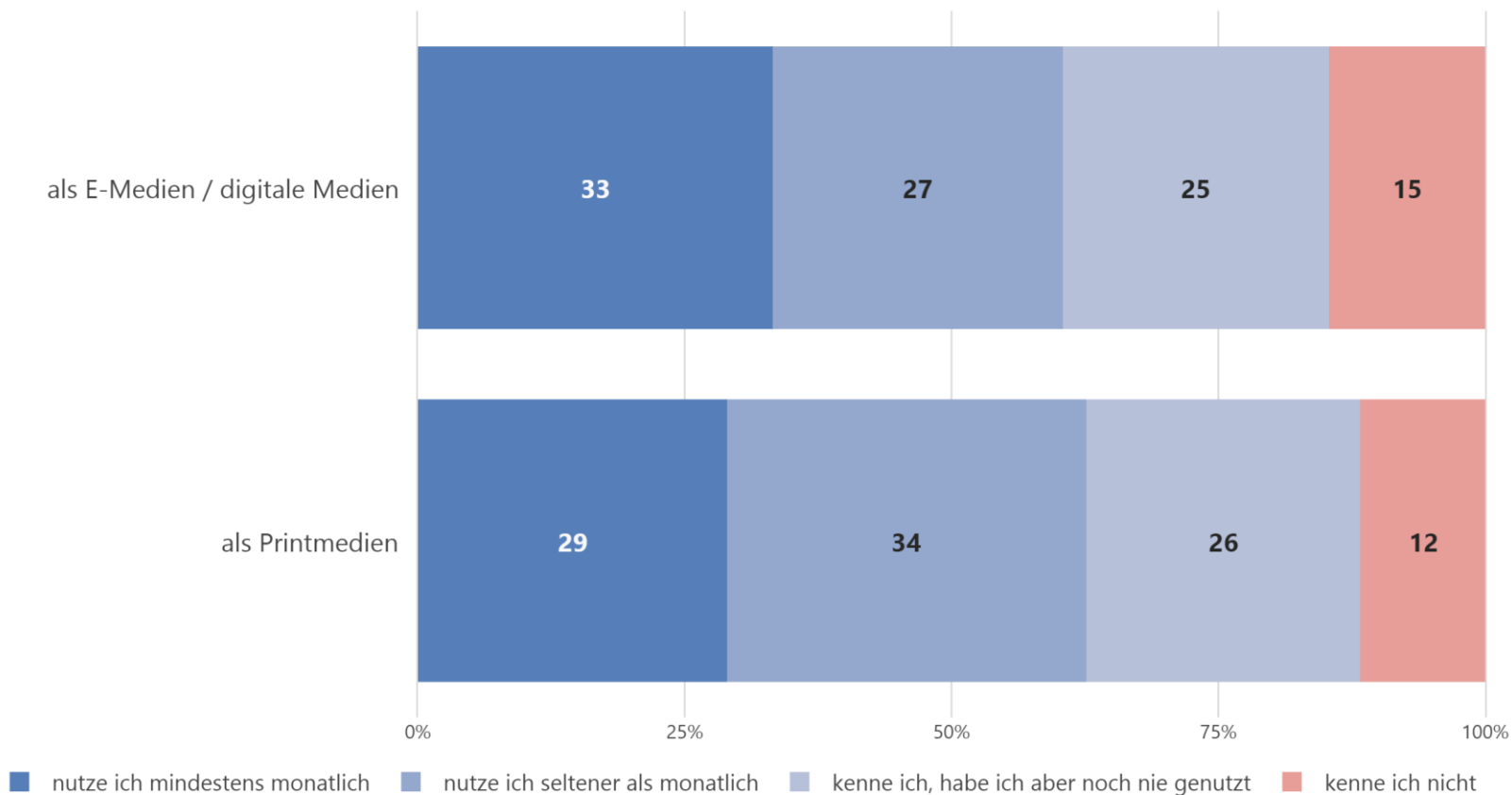
Unterschiede in den Subgruppen

Generell bringen die Studierenden die UB und ZB häufiger mit Lernen/Lernplätze/Lernphasen oder auch mit Auslastung/Überfüllung in Verbindung als die UZH-Mitarbeitenden oder die Mitarbeitenden der Spitäler. Den Mitarbeitenden kommt häufiger nichts zu UB und ZB in den Sinn als den Studierenden. Dem ZB-Publikum kommt das grosse Bücher- und Literaturangebot noch etwas häufiger in den Sinn als den Vergleichsgruppen und sie streichen auch allgemein positive Assoziationen häufiger heraus.

Bekanntheit von Angeboten und Services

a) Kennen und nutzen Sie unseren Informationsbestand (z.B. Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Spezialsammlungen)?

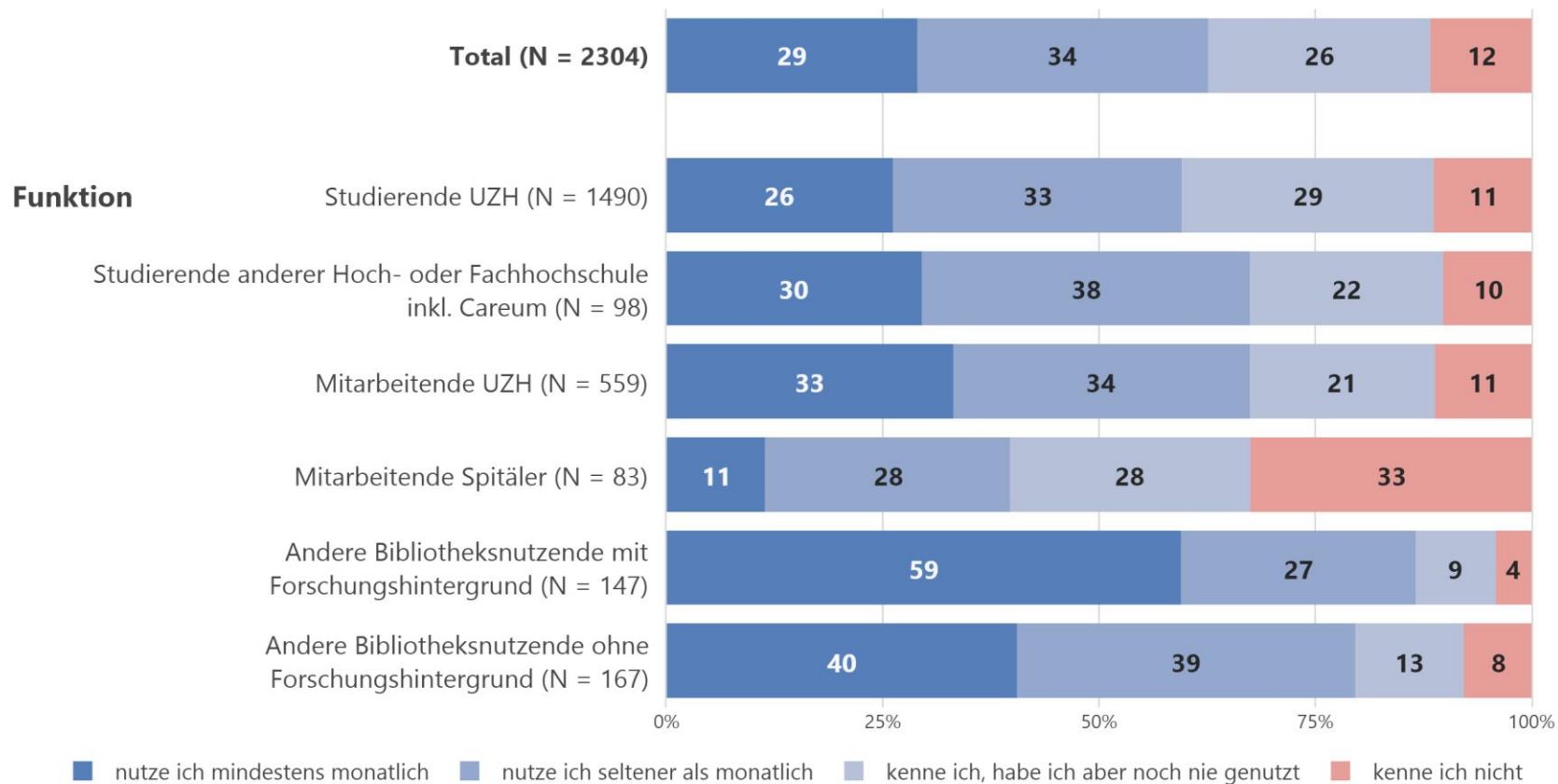
Angaben in Prozent, N = 2304



a) Kennen und nutzen Sie unseren Informationsbestand (z.B. Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Spezialsammlungen)?

Printmedien

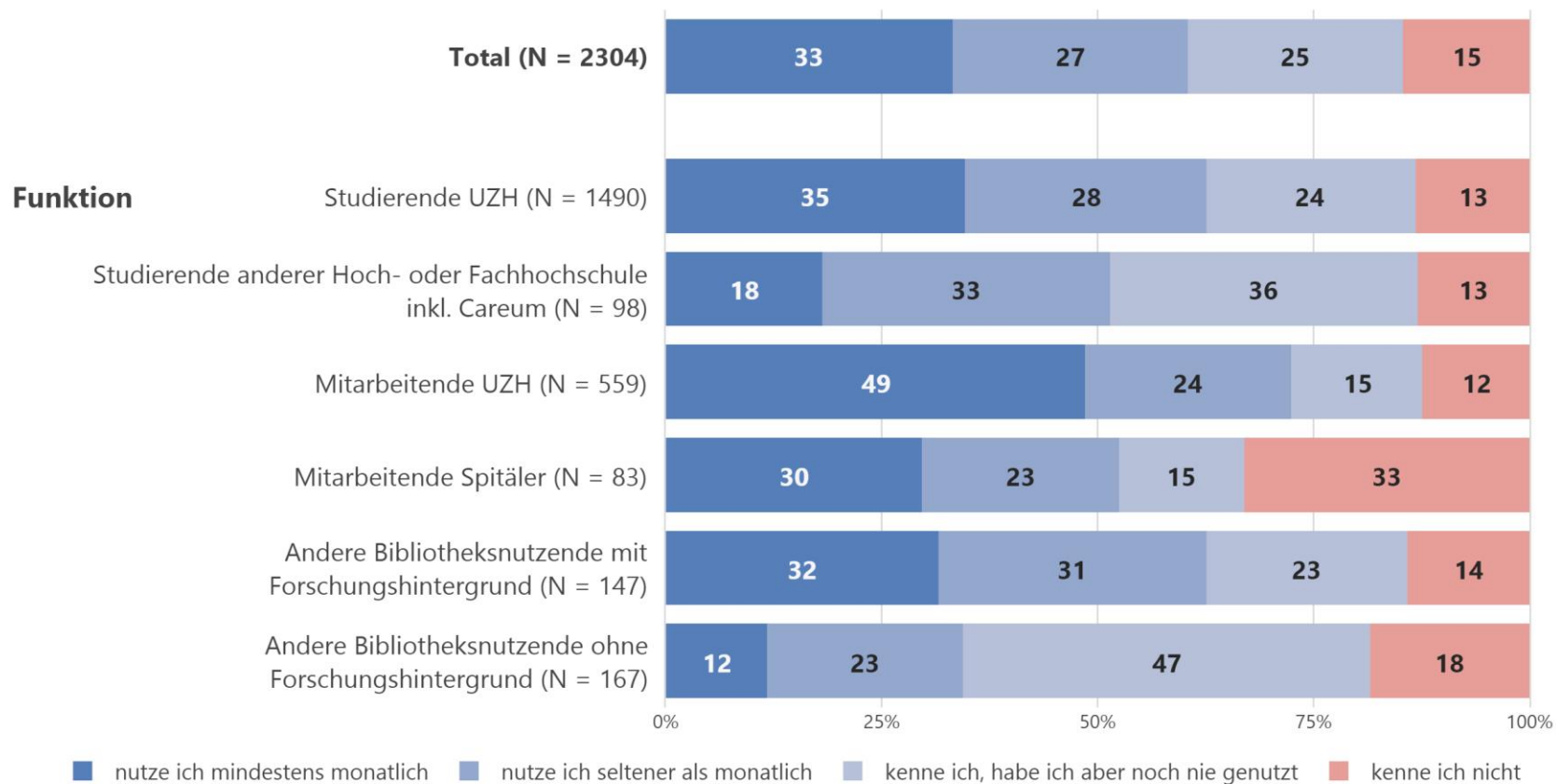
Angaben in Prozent, N = 2304



a) Kennen und nutzen Sie unseren Informationsbestand
(z.B. Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Spezialsammlungen)?

E-Medien/digitale Medien

Angaben in Prozent, N = 2304



a) Bekanntheit und Nutzung des Informationsbestandes (z.B. Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Spezialsammlungen)

Bekanntheit: Den Informationsbestand als E-Medien/digitale Medien kennen 85%, jenen als Printmedien 88%.

Nutzung: Je rund drei Fünftel der Befragten haben die E-Medien/digitale Medien (60%) oder die Printmedien (63%) schon genutzt. Rund ein Drittel nutzt die E-Medien/digitalen Medien (33%) oder die Printmedien (29%) mindestens monatlich.

Unterschiede in den Subgruppen

E-Medien/digitale Medien

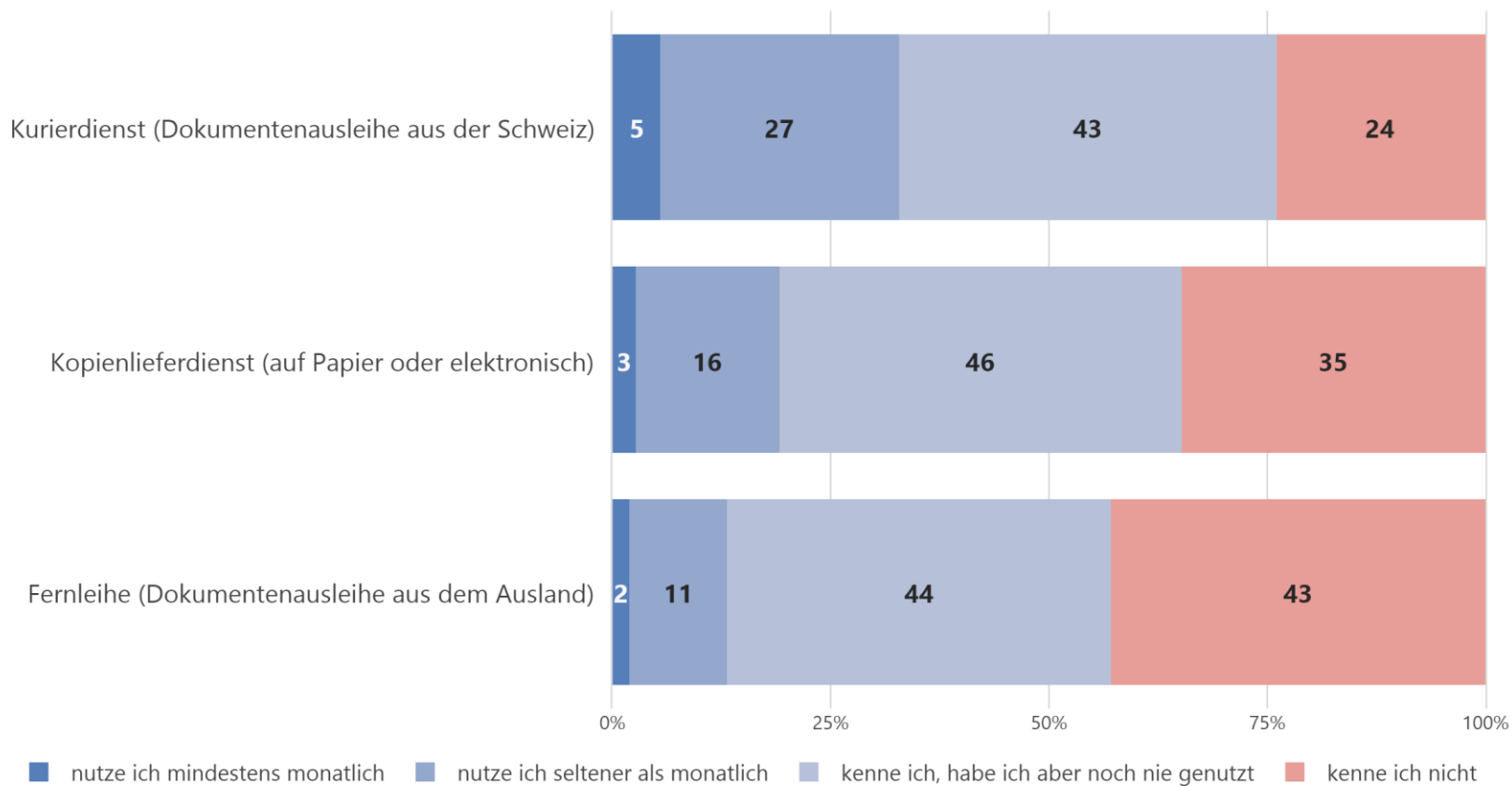
Die UZH-Mitarbeitenden (insb. die Professorenschaft und der Mittelbau), aber auch die UZH-Studierenden (insb. der Theologischen und Philosophischen Fakultät) nutzen die E-Medien/digitalen Medien häufiger als die Vergleichsgruppen. Die Bekanntheit des Informationsbestandes als E-Medien/digitale Medien ist bei den Mitarbeitenden der Spitäler am tiefsten.

Printmedien

Das ZB-Publikum mit und ohne Forschungshintergrund nutzt die Printmedien des Informationsbestandes häufiger als die Vergleichsgruppen. Vor allem die Studierenden und Mitarbeitenden der Theologischen, Rechtswissenschaftlichen und Philosophischen Fakultät nutzen dieses Angebot. Die Bekanntheit des Informationsbestandes als Printmedien ist bei den Mitarbeitenden der Spitäler am tiefsten.

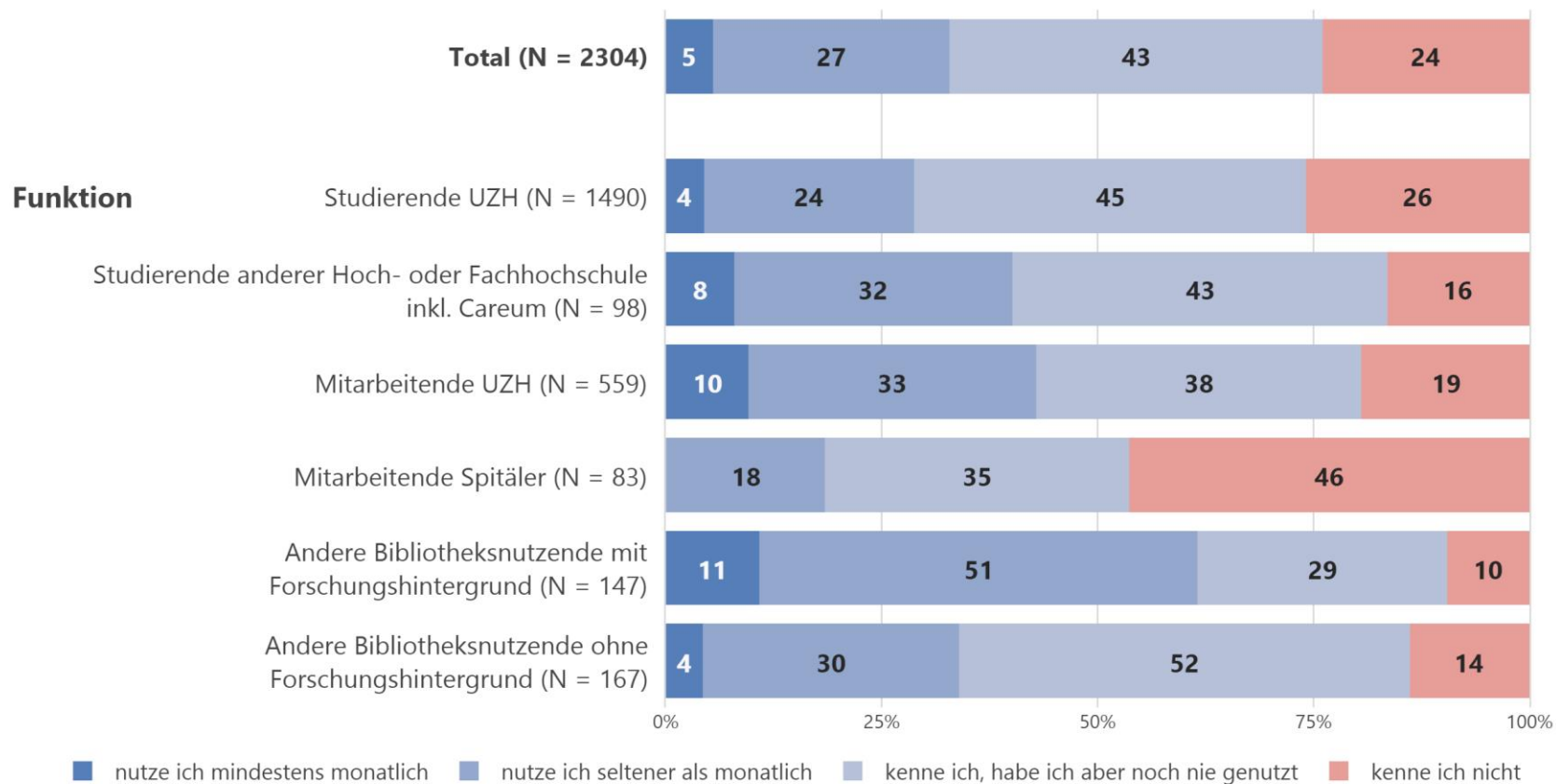
b) Welche der folgenden Services kennen und nutzen Sie?

Angaben in Prozent, N = 2304



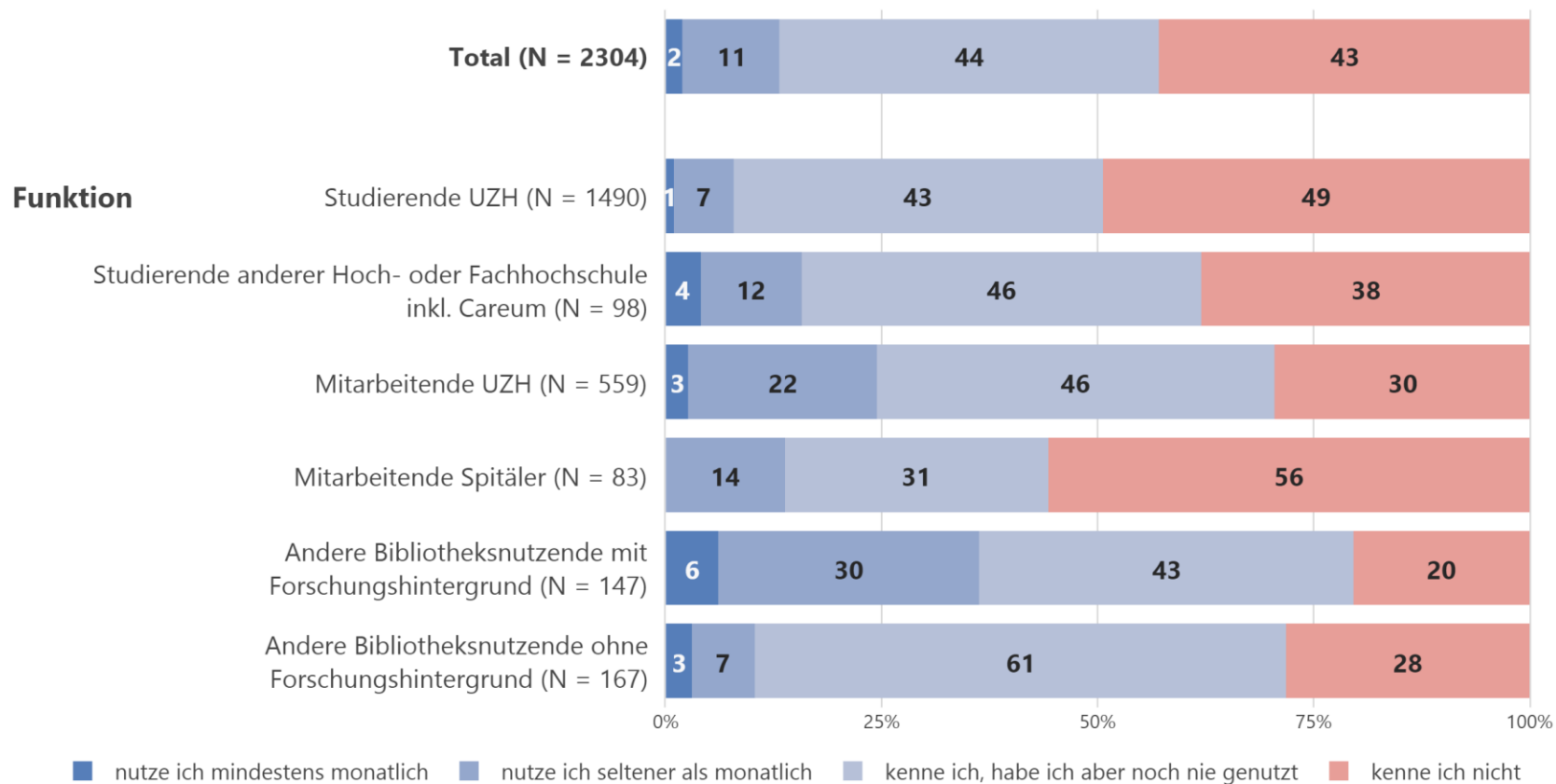
b) Welche der folgenden Services kennen und nutzen Sie? Kurierdienst (Dokumentenausleihe aus der Schweiz)

Angaben in Prozent, N = 2304



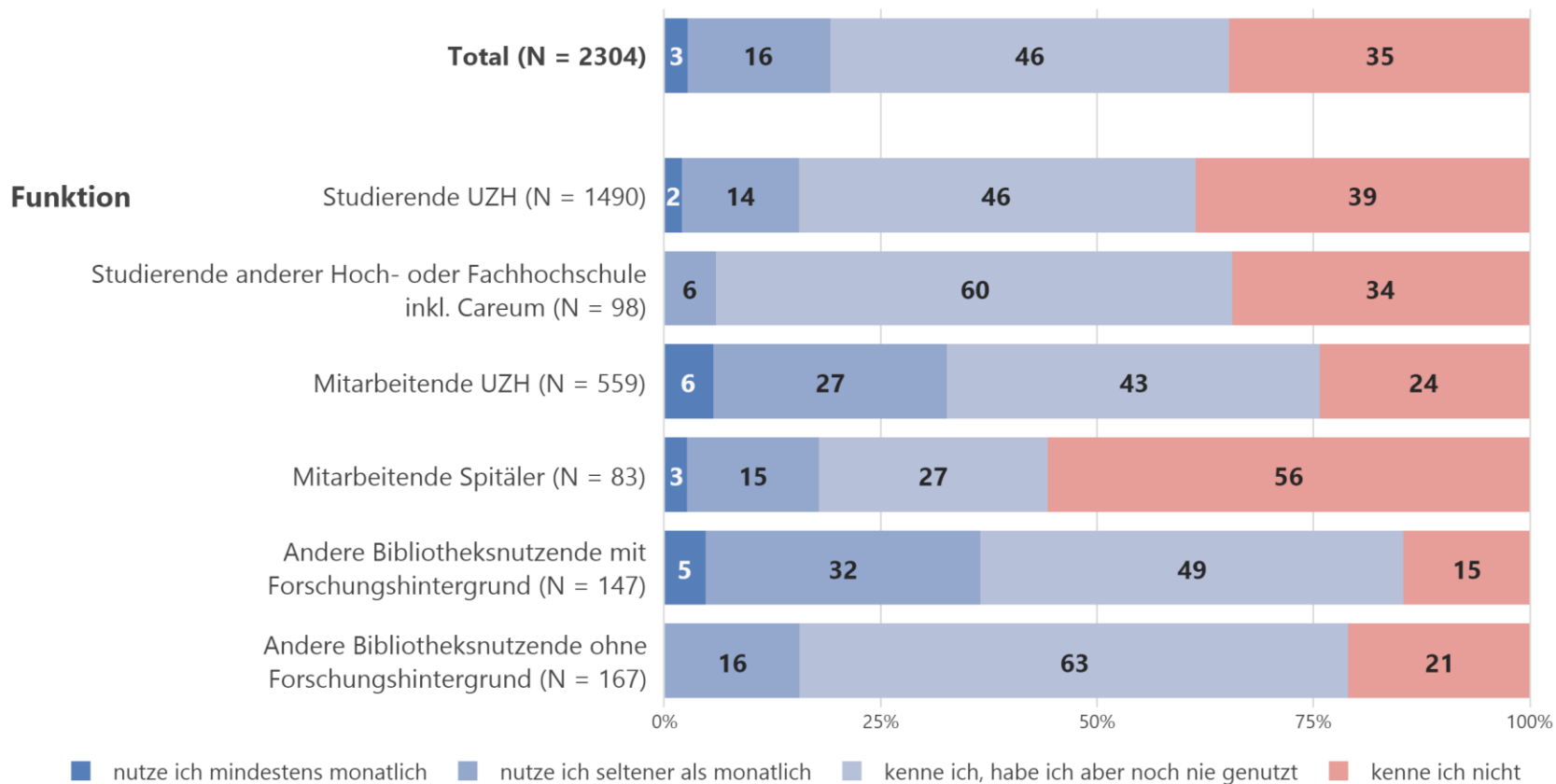
b) Welche der folgenden Services kennen und nutzen Sie? Fernleihe (Dokumentenausleihe aus dem Ausland)

Angaben in Prozent, N = 2304



b) Welche der folgenden Services kennen und nutzen Sie? Kopienlieferdienst (auf Papier oder elektronisch)

Angaben in Prozent, N = 2304



b) Bekanntheit und Nutzung von Kurierdienst, Kopienlieferdienst und Fernleihe

Bekanntheit: Von den drei abgefragten Services ist der Kurierdienst am bekanntesten (76%), gefolgt vom Kopienlieferdienst (65%) und der Fernleihe (57%).

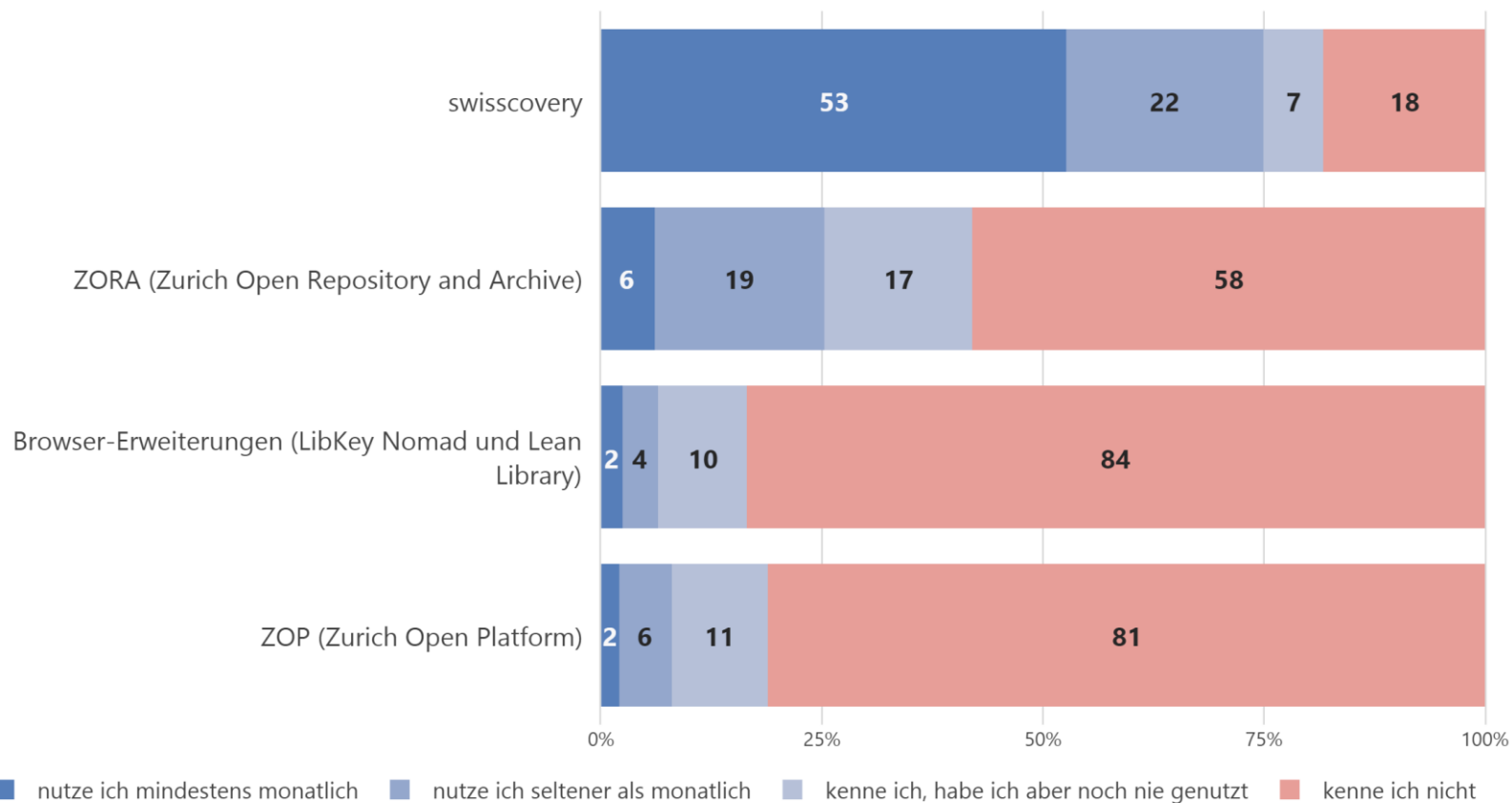
Nutzung: Jede dritte befragte Person nutzt den Kurierdienst (32%), 5% davon mindestens monatlich. Jede fünfte Person nutzt den Kopienlieferdienst (19%), 3% davon mindestens monatlich. Jede achte Person nutzt die Fernleihe (13%), 2% davon mindestens monatlich.

Unterschiede in den Subgruppen

Alle drei Dienste werden am häufigsten von den UZH-Mitarbeitenden und dem ZB-Publikum mit Forschungshintergrund genutzt. Die Bekanntheit und die Nutzungshäufigkeit ist bei den Mitarbeitenden der Spitäler (insb. im Bereich Pflege/Therapien/MTTB) am tiefsten und auch bei den UZH-Studierenden (insb. bei den Fakultäten Wirtschaft, Medizin, Vetsuisse, Mathematik-Naturwissenschaft) tiefer als bei den Vergleichsgruppen.

c) Welche der folgenden Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen kennen und nutzen Sie?

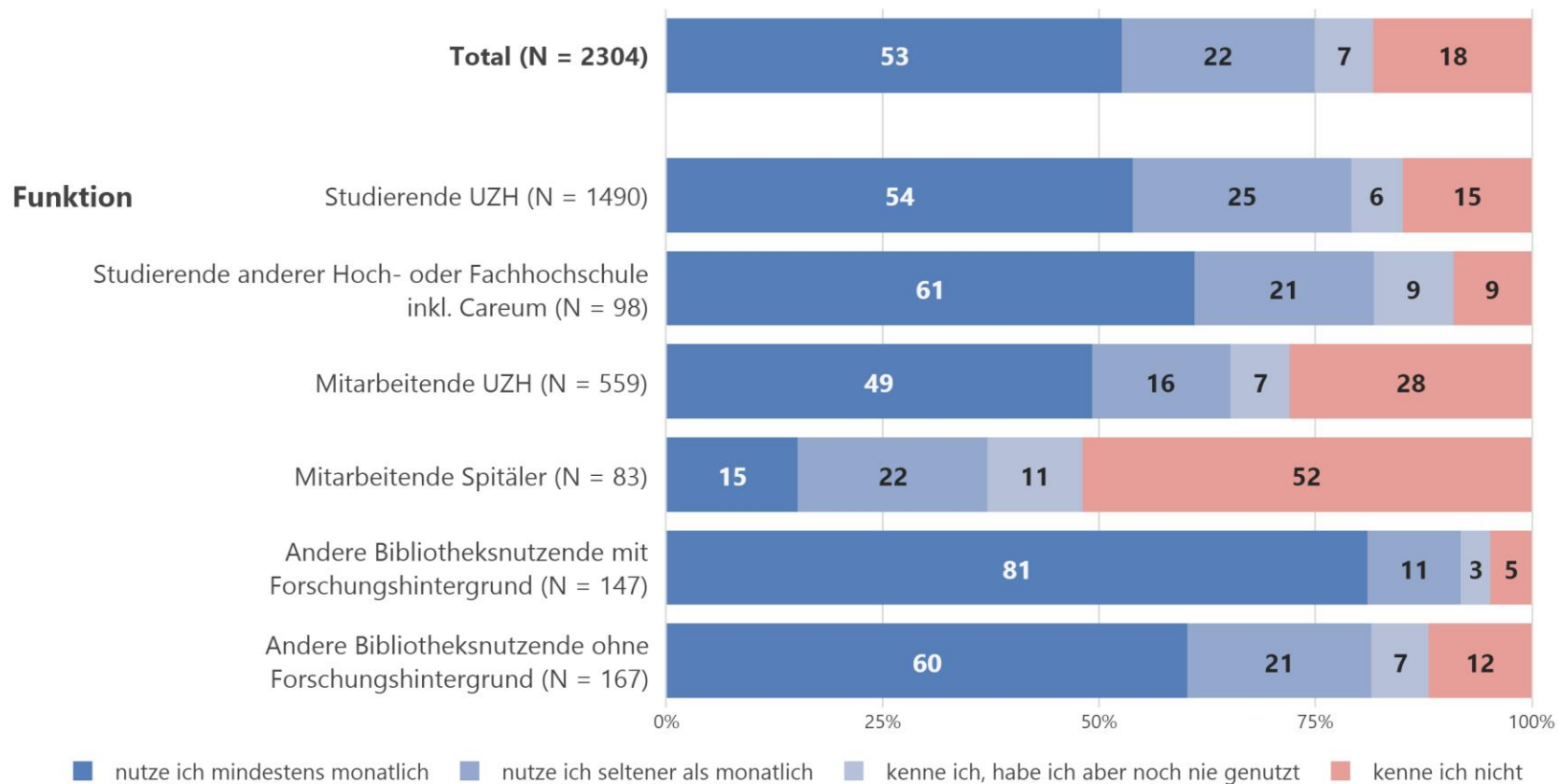
Angaben in Prozent, N = 2304



c) Welche der folgenden Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen kennen und nutzen Sie?

swisscovery

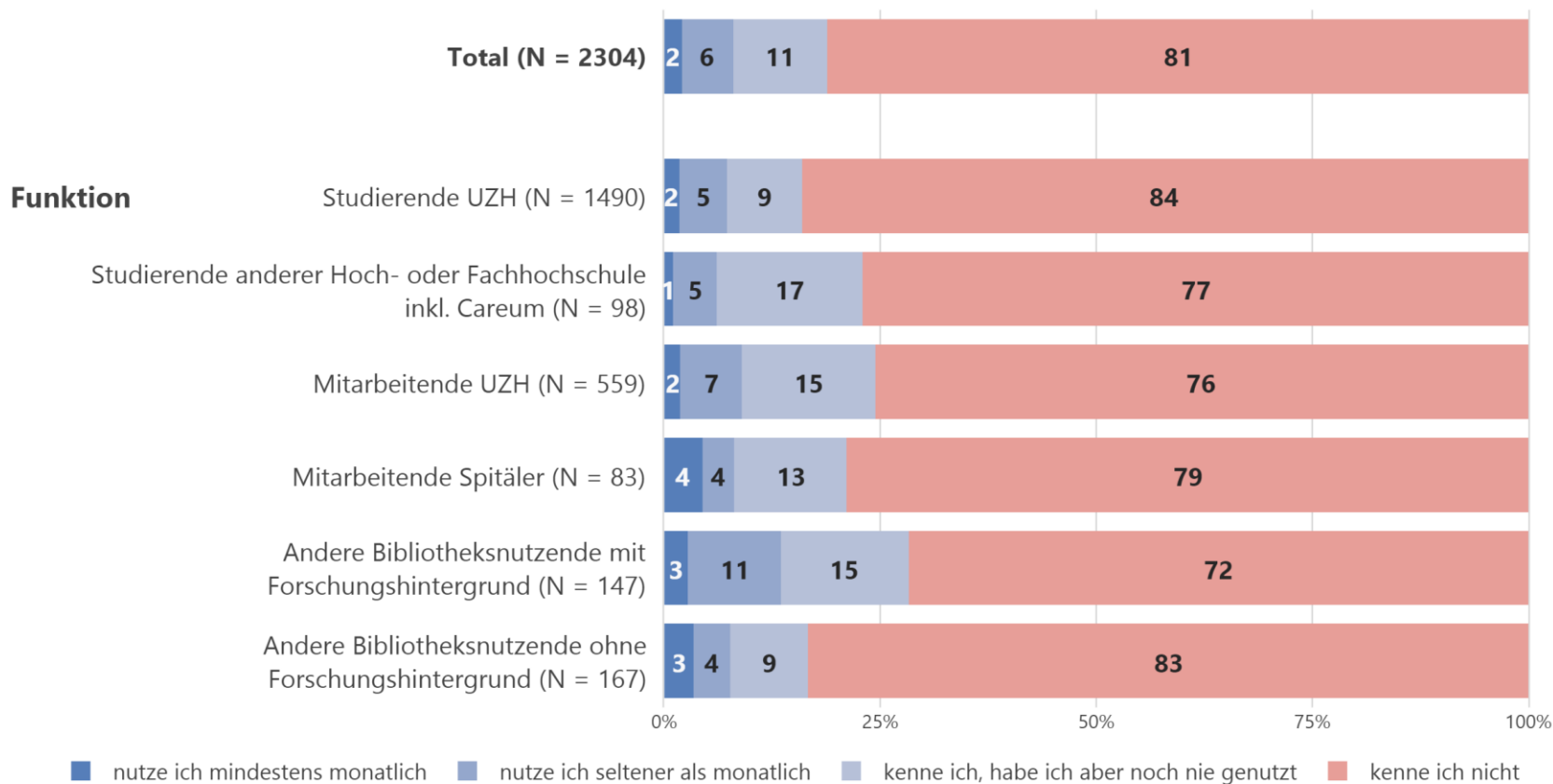
Angaben in Prozent, N = 2304



c) Welche der folgenden Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen kennen und nutzen Sie?

ZOP (Zurich Open Platform)

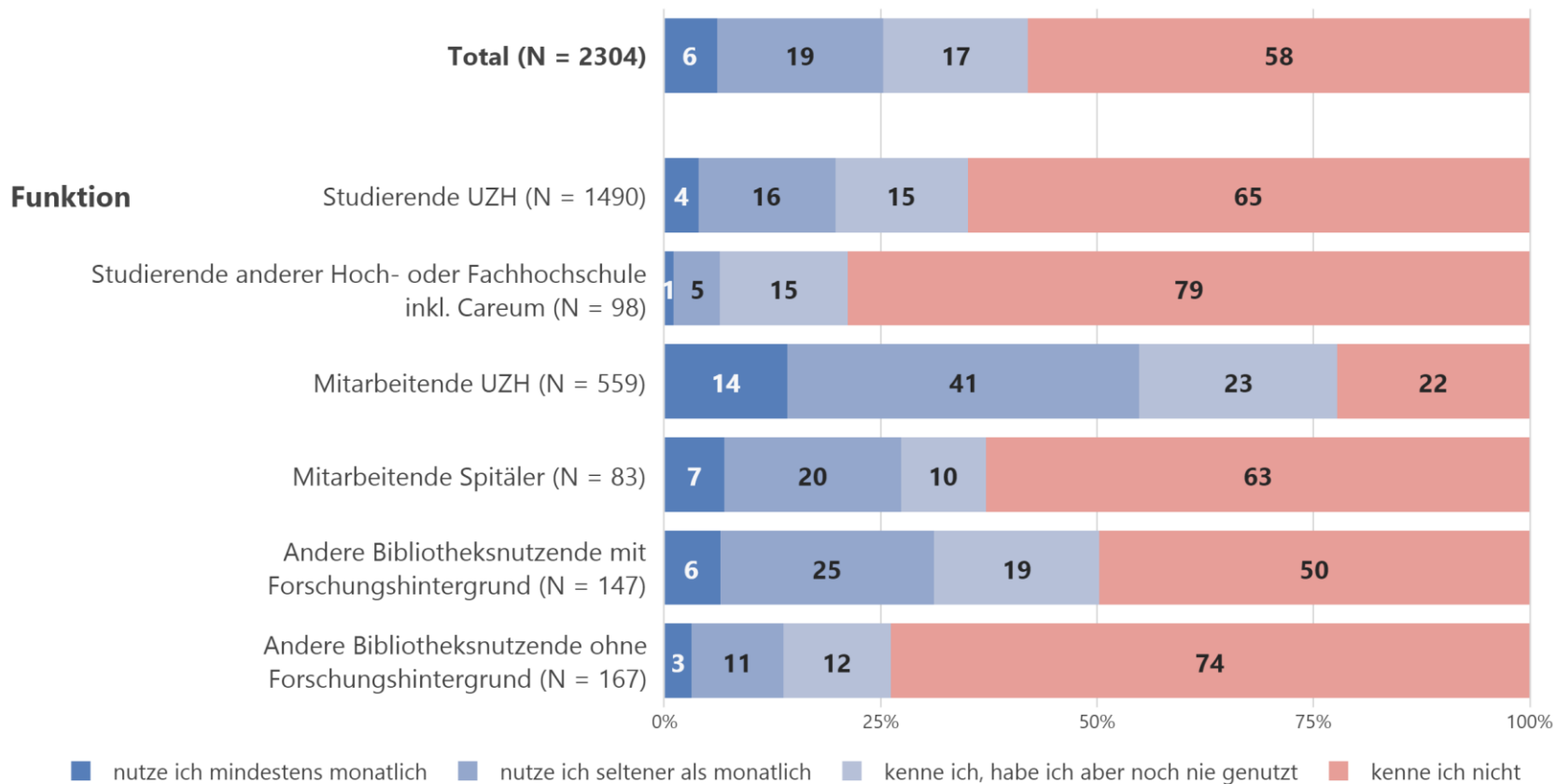
Angaben in Prozent, N = 2304



c) Welche der folgenden Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen kennen und nutzen Sie?

ZORA (Zurich Open Repository and Archive)

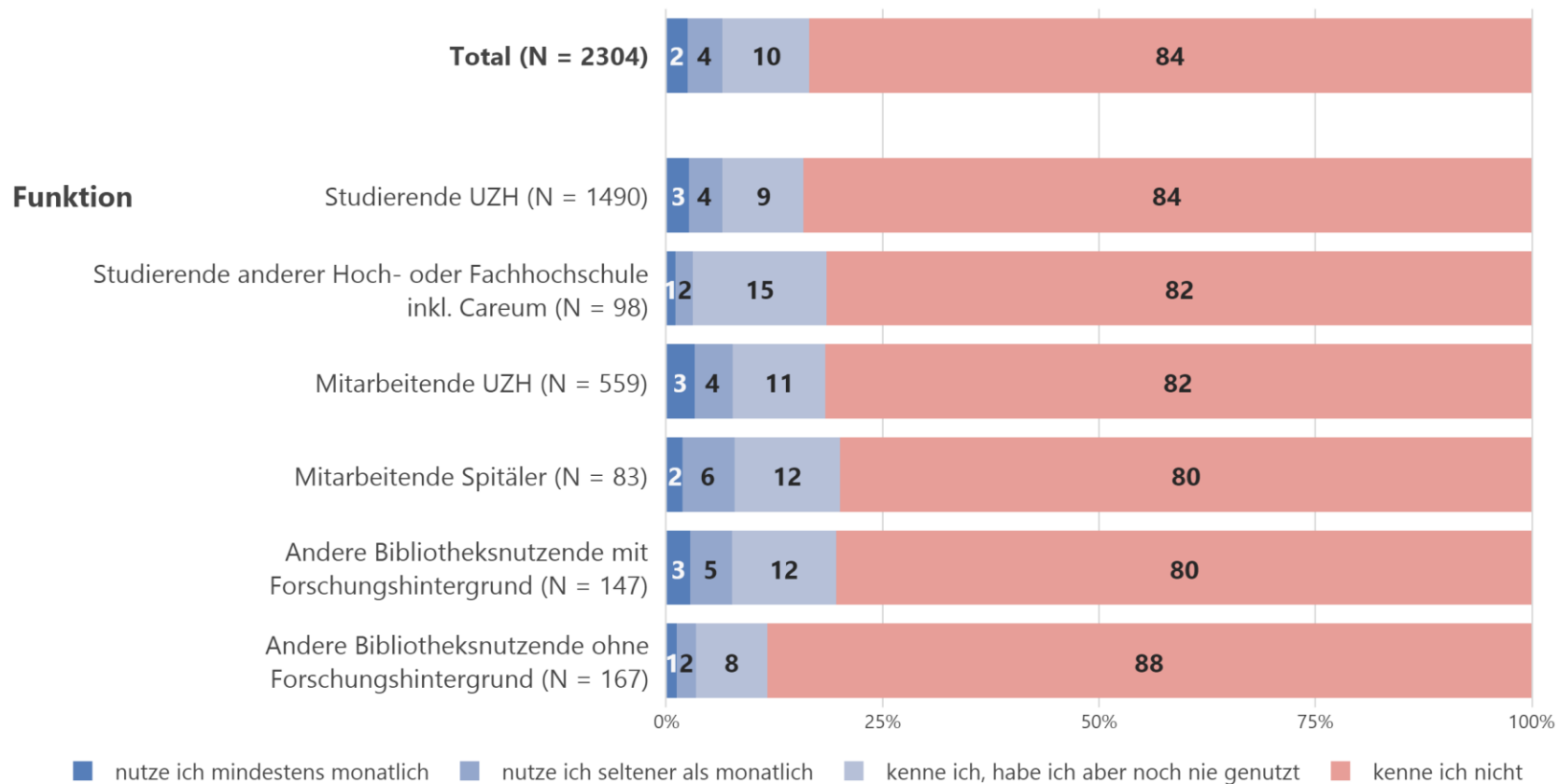
Angaben in Prozent, N = 2304



c) Welche der folgenden Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen kennen und nutzen Sie?

Browser-Erweiterungen (LibKey Nomad und Lean Library)

Angaben in Prozent, N = 2304



c) Bekanntheit und Nutzung von Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen

Bekanntheit: Mit Abstand am bekanntesten ist swisscovery (82%). Vier Fünftel der Befragten kennen diese Plattform. Deutlich weniger bekannt ist ZORA (42%), welche zwei Fünftel kennen. In etwa gleich bekannt sind ZOP (19%) und die Browser-Erweiterungen (LibKey Nomad und Lean Library) (16%).

Nutzung: swisscovery wurde von drei Viertel der Befragten schon genutzt (75%; 53% mindestens monatlich, 22% seltener als monatlich). ZORA wurde von einem Viertel der Befragten bereits genutzt (25%; 6% mindestens monatlich, 19% seltener als monatlich). ZOP wurde von 8% (2% mindestens monatlich, 6% seltener als monatlich) und die Browser-Erweiterungen von 6% (2% mindestens monatlich, 4% seltener als monatlich) schon genutzt.

Unterschiede in den Subgruppen

swisscovery

Die Plattform swisscovery wird am häufigsten vom ZB-Publikum mit Forschungshintergrund benutzt (81% mindestens monatlich), gefolgt von den Studierenden anderer Hoch-/Fachhochschulen (61% mindestens monatlich) und dem ZB-Publikum ohne Forschungshintergrund (60% mindestens monatlich). Zum Vergleich dazu nutzen Mitarbeitende der Spitäler swisscovery nur selten (15% mindestens monatlich). Personen der Theologischen, Rechtswissenschaftlichen und Philosophischen Fakultäten nutzen swisscovery stärker als jene der Fakultäten Wirtschaft, Medizin, Vetsuisse, Mathematik-Naturwissenschaft oder der Zentralen Dienste.

ZORA

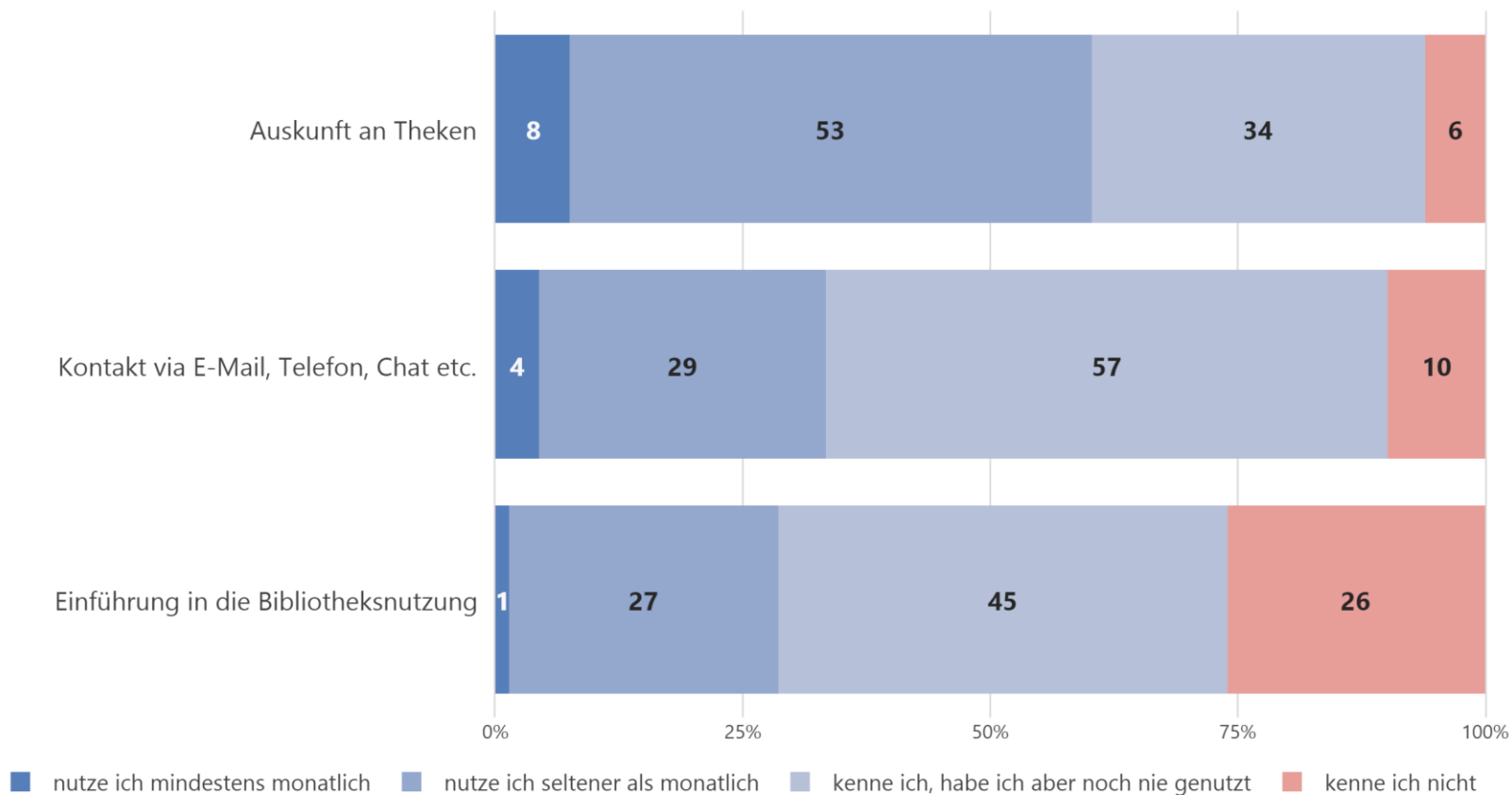
ZORA wird von den UZH-Mitarbeitenden am häufigsten benutzt (14% mindestens monatlich, 41% seltener als monatlich), gefolgt vom ZB-Publikum mit Forschungshintergrund (6% mindestens monatlich, 25% seltener als monatlich).

ZOP und Browser-Erweiterungen

ZOP und die Browser-Erweiterungen werden von den UZH-Studierenden und vom ZB-Publikum ohne Forschungshintergrund weniger häufig genutzt als von den Vergleichsgruppen.

d) Welche der folgenden Informationsangebote kennen und nutzen Sie während der Servicezeit?

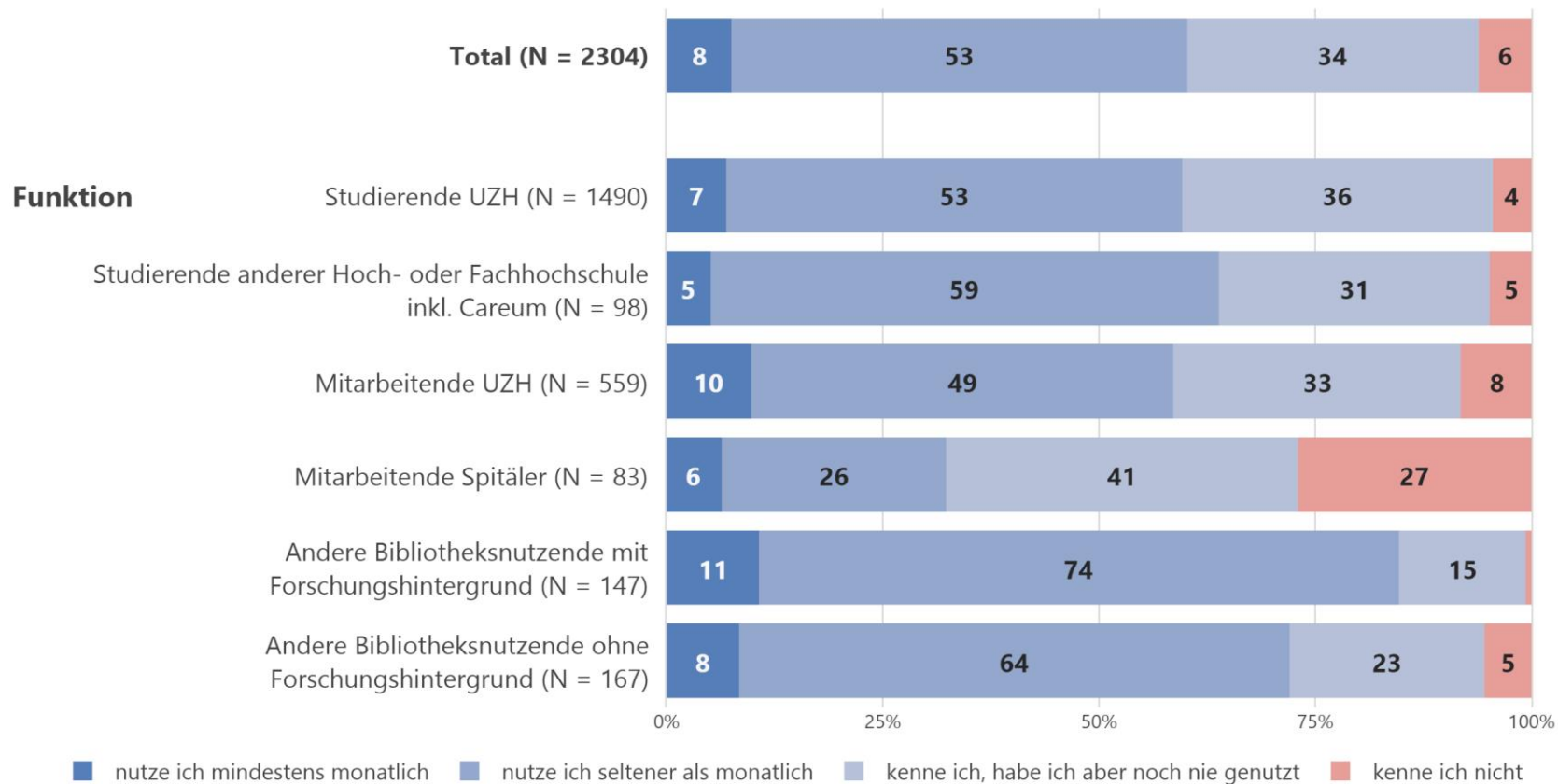
Angaben in Prozent, N = 2304



d) Welche der folgenden Informationsangebote kennen und nutzen Sie während der Servicezeit?

Auskunft an Theken

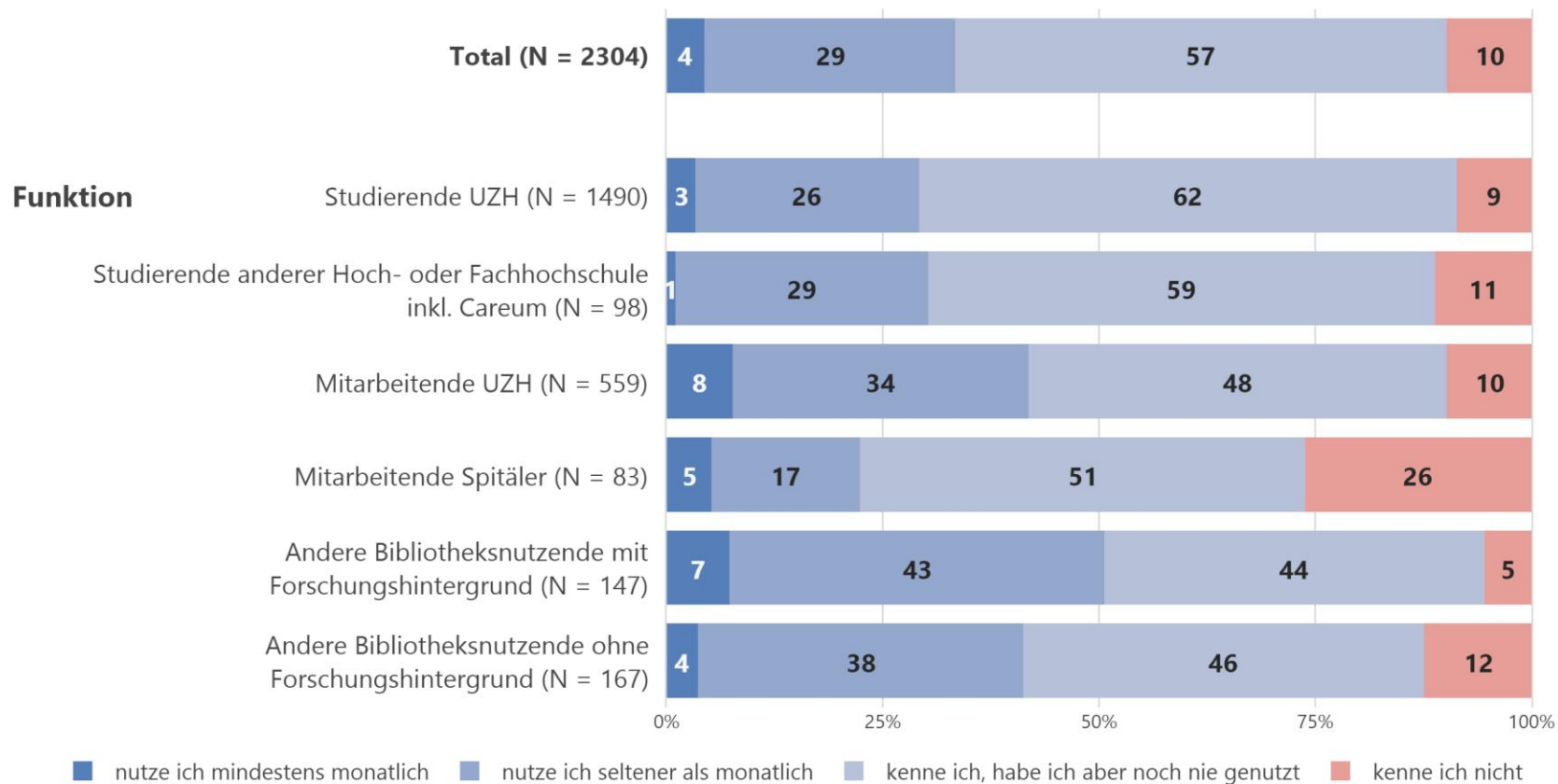
Angaben in Prozent, N = 2304



d) Welche der folgenden Informationsangebote kennen und nutzen Sie während der Servicezeit?

Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat etc.

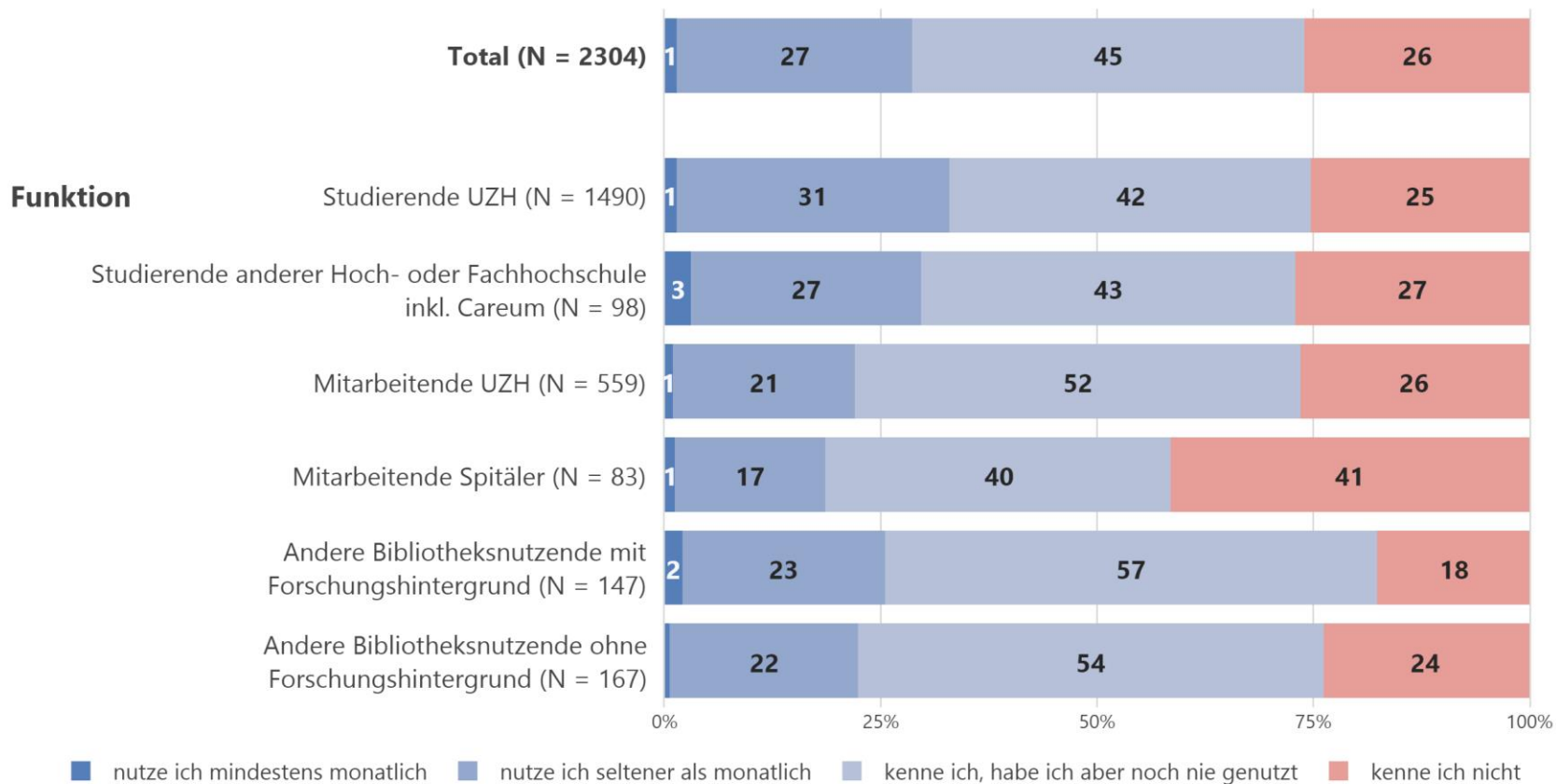
Angaben in Prozent, N = 2304



d) Welche der folgenden Informationsangebote kennen und nutzen Sie während der Servicezeit?

Einführung in die Bibliotheksnutzung

Angaben in Prozent, N = 2304



d) Bekanntheit und Nutzung von Informationsangeboten während der Servicezeit

Bekanntheit: Von den drei abgefragten Informationsangeboten während der Servicezeit ist die Auskunft an Theken am bekanntesten (94%). Leicht weniger bekannt ist der Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat, etc. (90%). Am wenigsten bekannt ist die Einführung in die Bibliotheksnutzung, doch auch diese kennen drei Viertel der Befragten (74%).

Nutzung: Die Auskunft an Theken ist nicht nur am bekanntesten, sondern wird auch am häufigsten genutzt (61%; 8% mindestens monatlich, 53% seltener als monatlich). Rund jede dritte Person hatte bereits Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat, etc. (33%; 4% mindestens monatlich, 29% seltener als monatlich). Eine Einführung in die Bibliotheksnutzung hat gut jede vierte Person schon bekommen (28%; 1% mindestens monatlich, 27% seltener als monatlich).

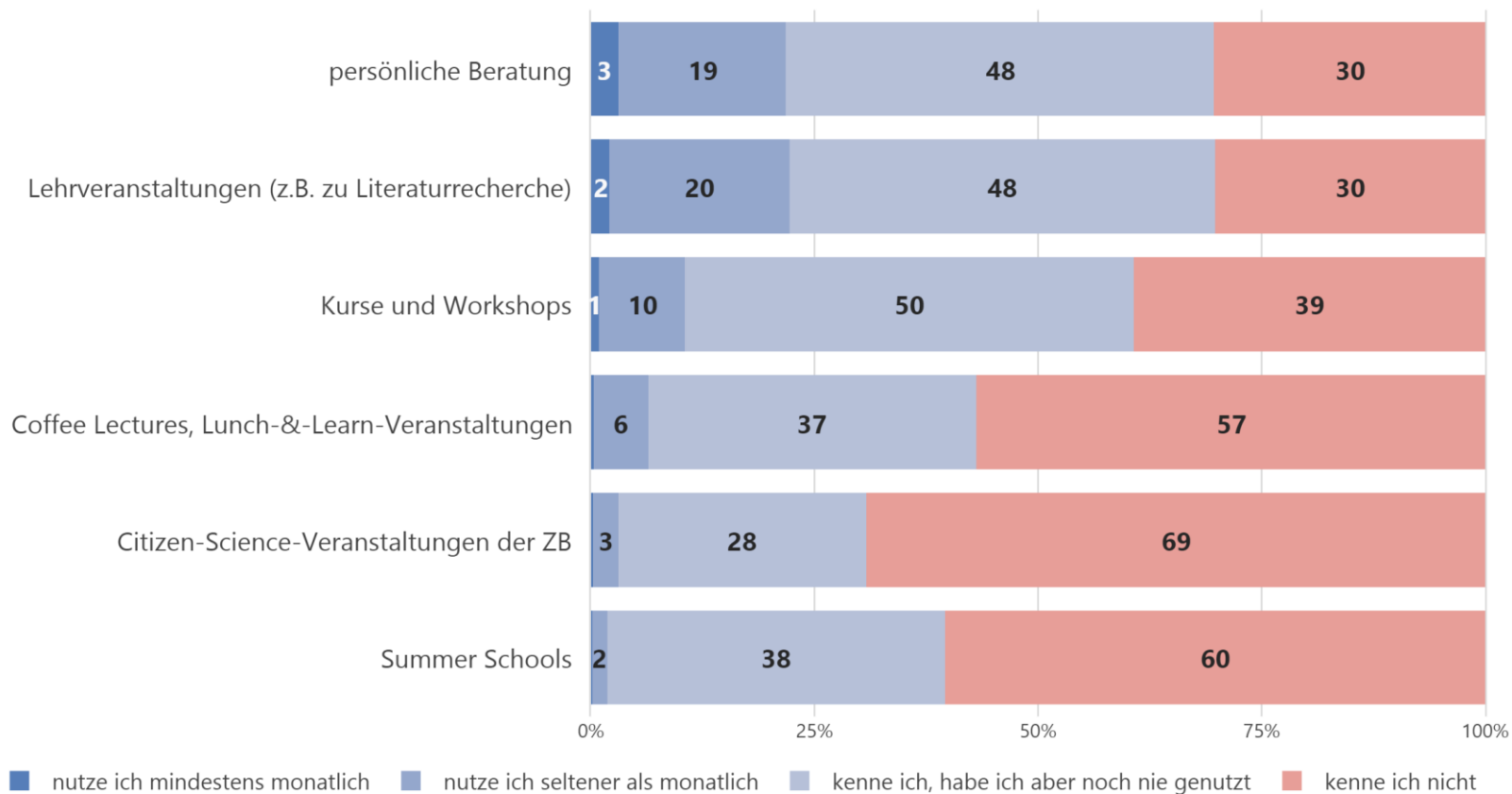
Unterschiede in den Subgruppen

Die Bekanntheit und die Nutzungsintensität ist bei allen Akteursgruppen ähnlich hoch, einzig bei den Mitarbeitenden der Spitäler liegen Bekanntheit und Nutzung deutlich tiefer (insb. bei den Mitarbeitenden im Bereich Pflege/Therapien/MTTB).

Am häufigsten genutzt wird die Einführung in die Bibliotheksnutzung von den UZH-Studierenden (32%; 1% mindestens monatlich, 31% seltener als monatlich).

e) Welche der folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angebote kennen und nutzen Sie?

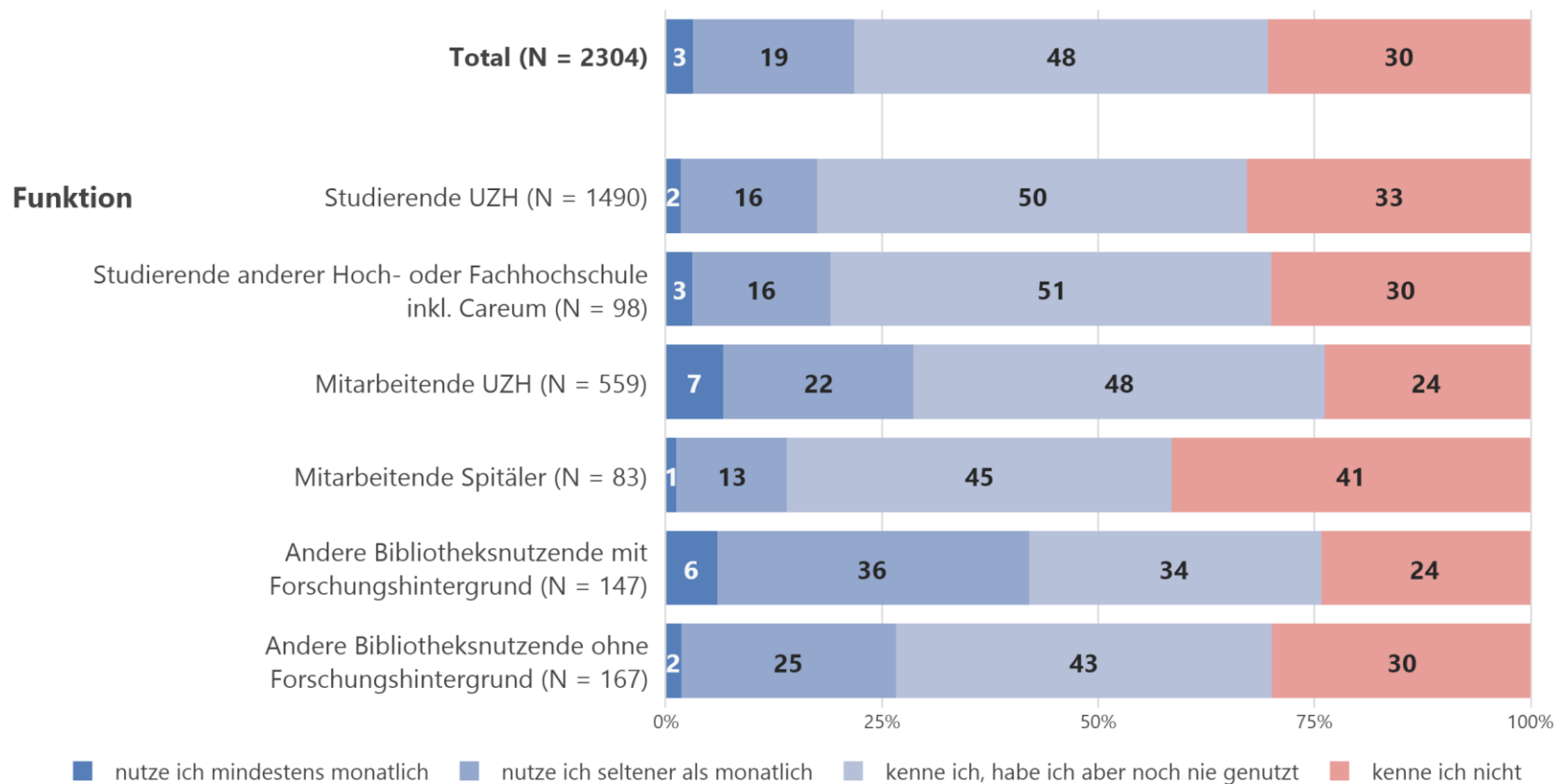
Angaben in Prozent, N = 2304



e) Welche der folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angebote kennen und nutzen Sie?

Persönliche Beratung

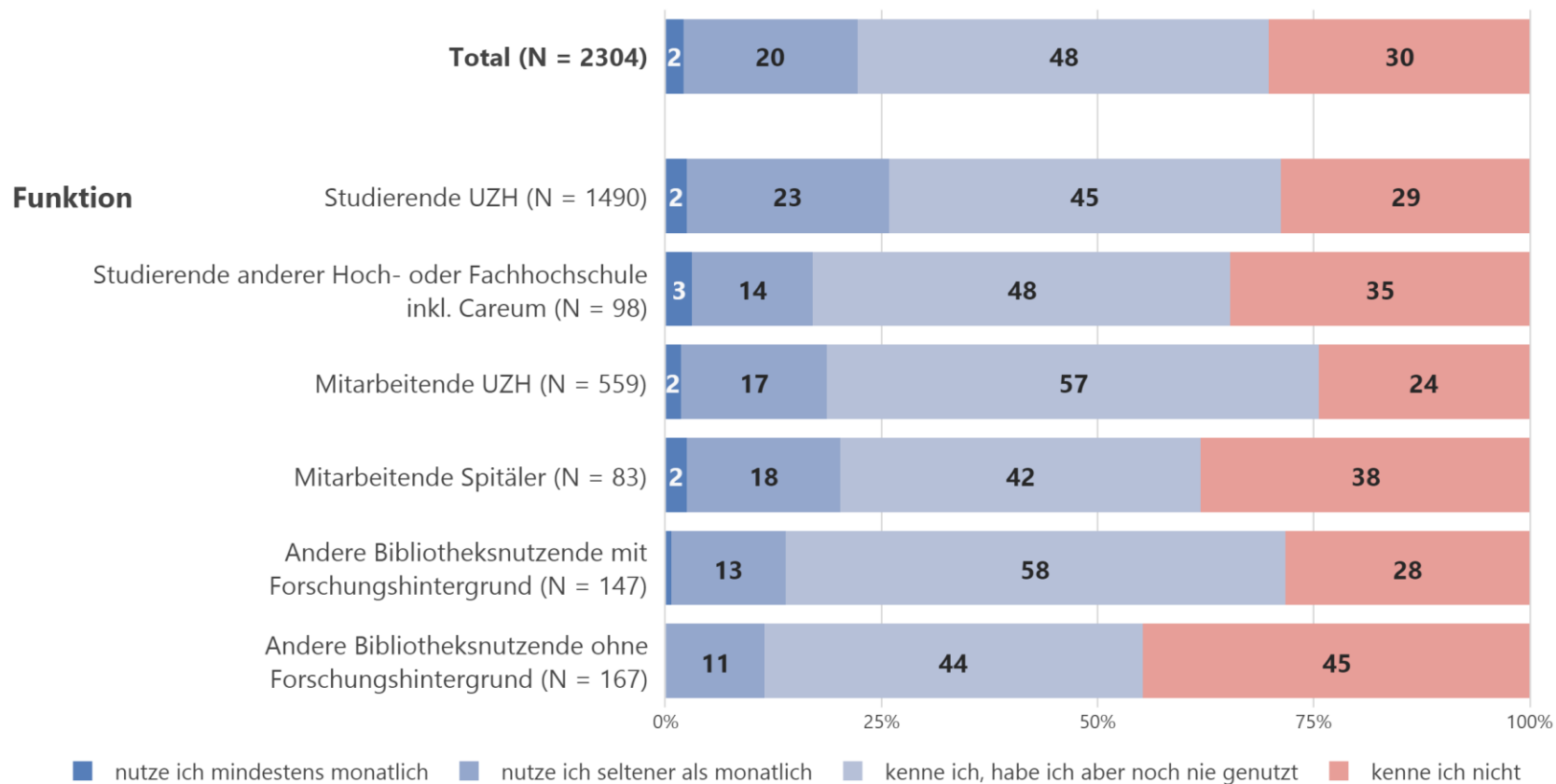
Angaben in Prozent, N = 2304



e) Welche der folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angebote kennen und nutzen Sie?

Lehrveranstaltungen (z.B. zu Literaturrecherche)

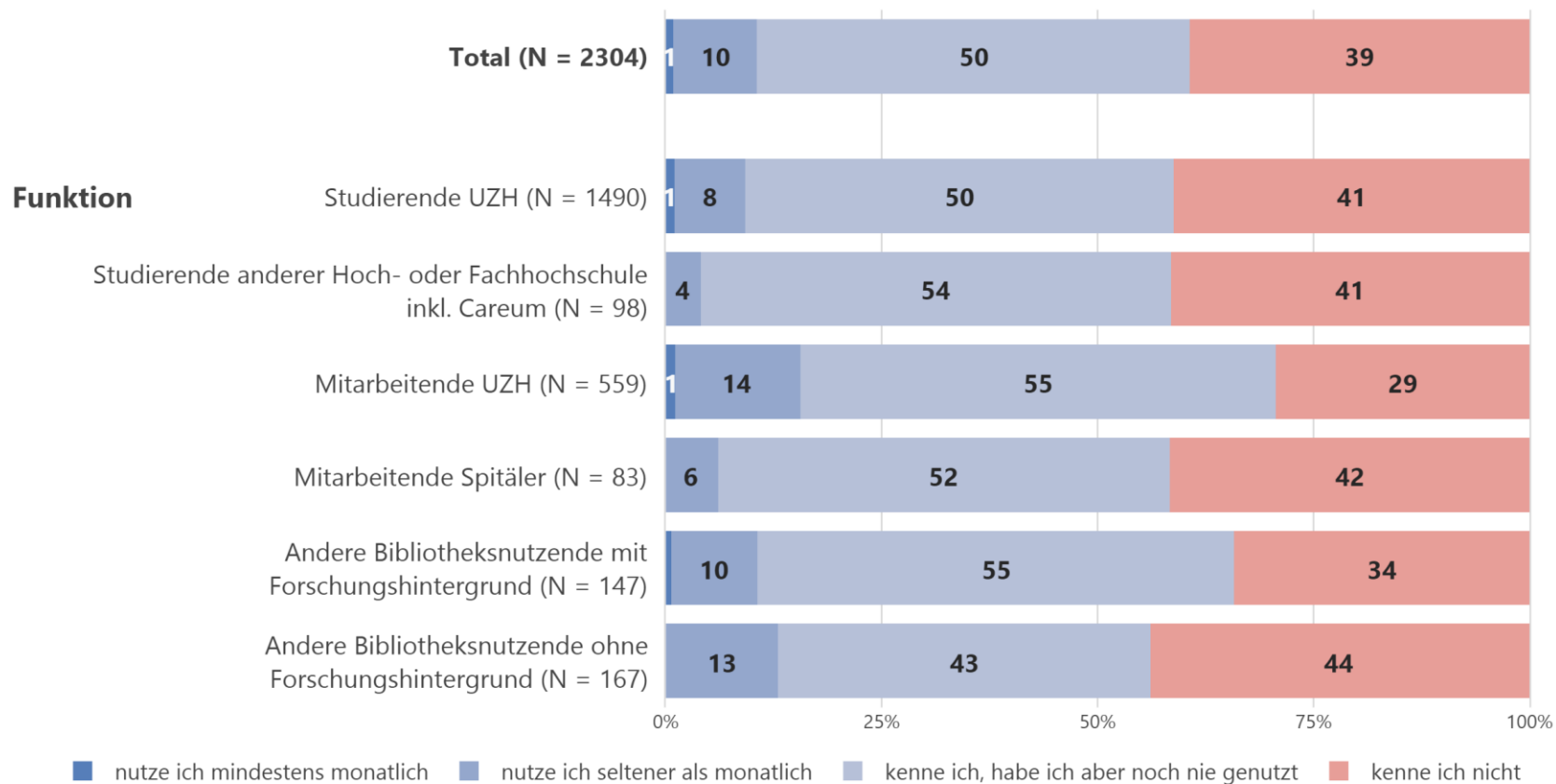
Angaben in Prozent, N = 2304



e) Welche der folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angebote kennen und nutzen Sie?

Kurse und Workshops

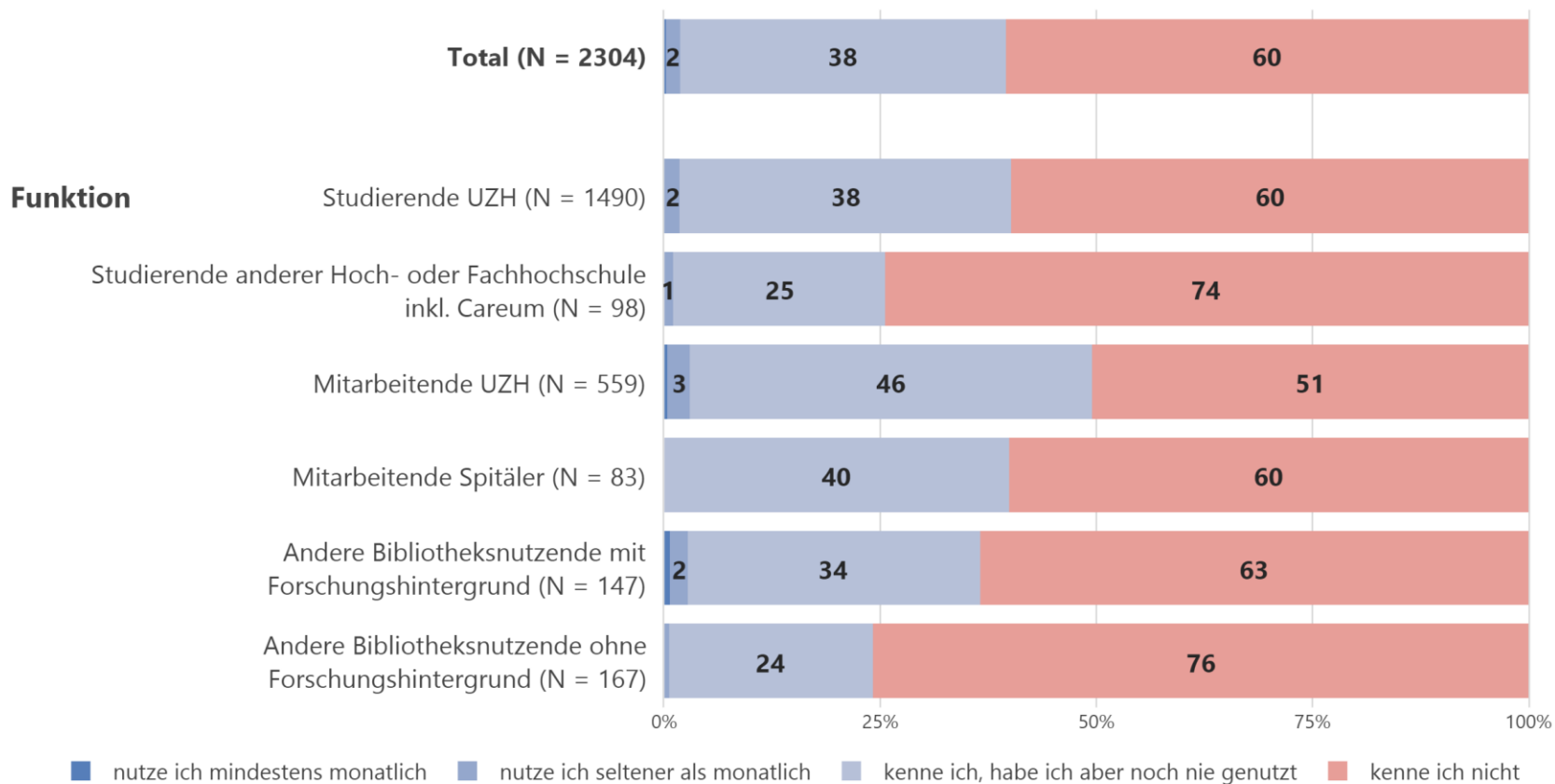
Angaben in Prozent, N = 2304



e) Welche der folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angebote kennen und nutzen Sie?

Summer Schools

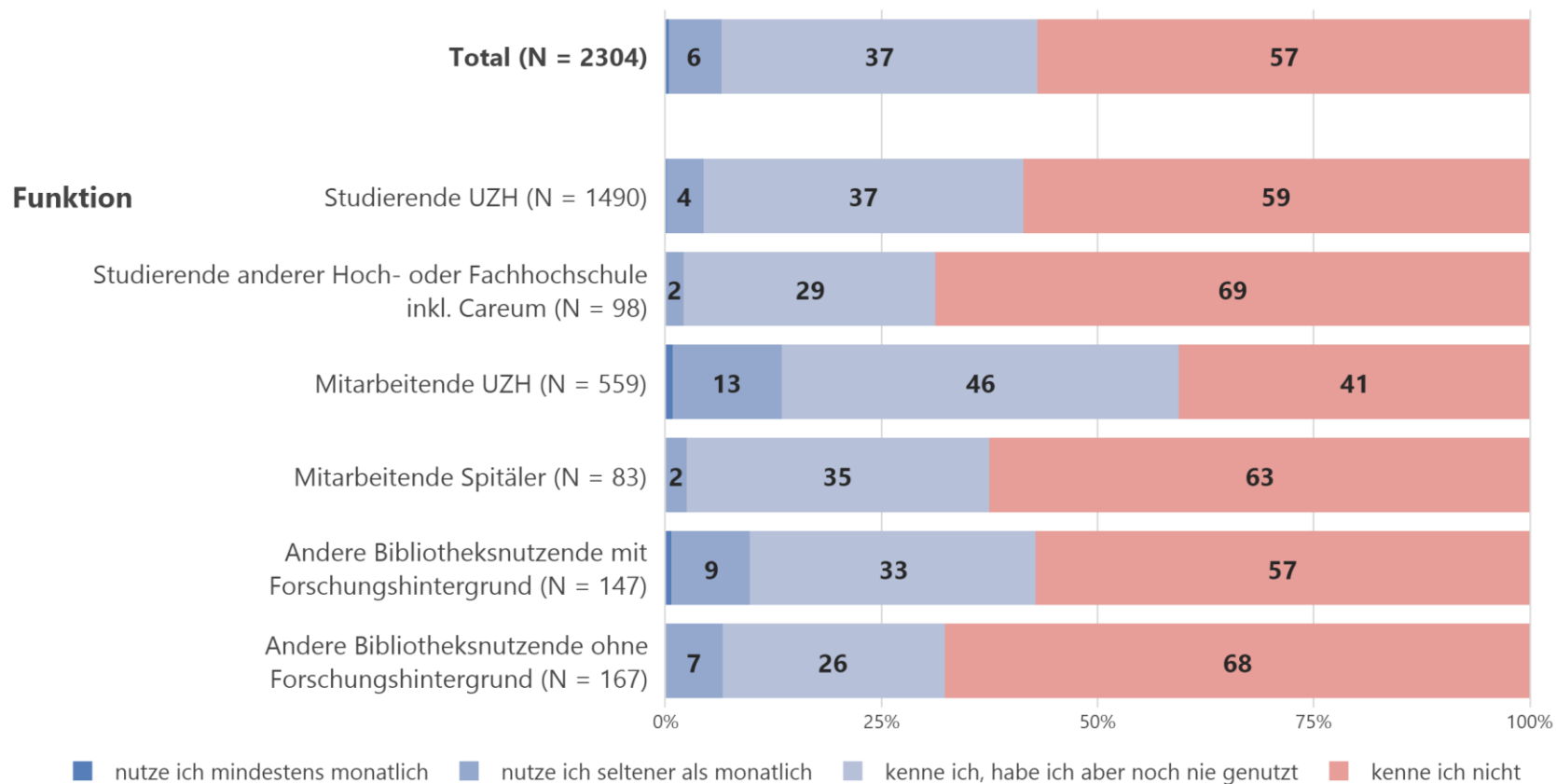
Angaben in Prozent, N = 2304



e) Welche der folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angebote kennen und nutzen Sie?

Coffee Lectures, Lunch-&-Learn-Veranstaltungen

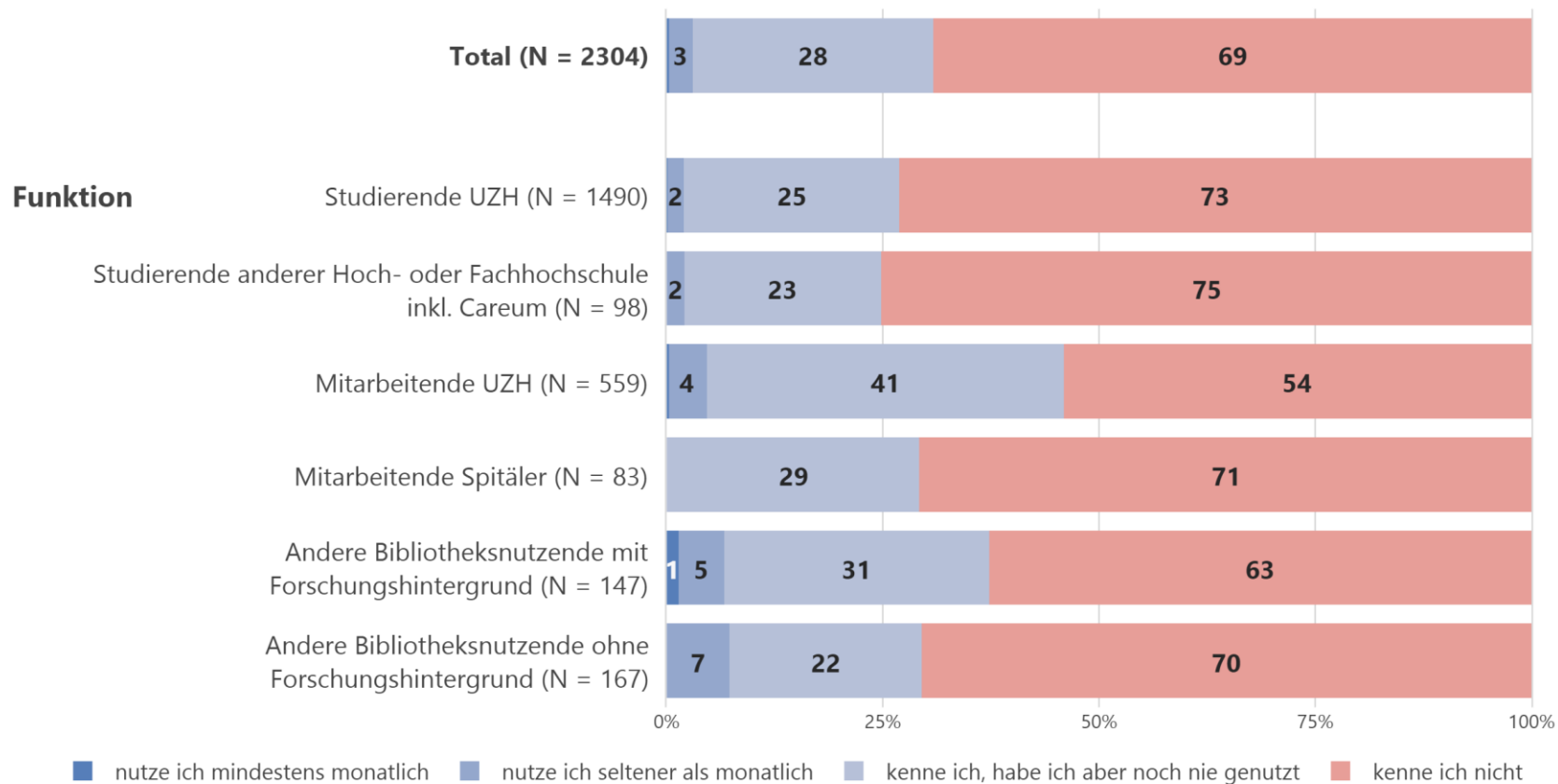
Angaben in Prozent, N = 2304



e) Welche der folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angebote kennen und nutzen Sie?

Citizen-Science-Veranstaltungen der ZB

Angaben in Prozent, N = 2304



e) Bekanntheit und Nutzung von Beratungs- und Kurs- und weiteren Angeboten

Bekanntheit: Von den abgefragten Beratungs- und Kursangeboten sind die persönliche Beratung und die Lehrveranstaltungen (z.B. zu Literaturrecherche) am bekanntesten. Je sieben von zehn Personen kennen diese (70%). Etwas weniger bekannt sind Kurse und Workshops (61%). Weniger als die Hälfte der Befragten kennen Coffee Lectures, Lunch-&-Learn-Veranstaltungen (43%), Summer Schools (40%) oder Citizen-Science-Veranstaltungen (31%).

Nutzung: Je ein Fünftel hat bereits eine persönliche Beratung in Anspruch genommen oder eine Lehrveranstaltung gesucht (22%). Jede neunte Person hat einen Kurs oder Workshop besucht (11%). Seltener wurden Coffee Lectures, Lunch-&-Learn-Veranstaltungen (6%), Citizen-Science-Veranstaltungen (3%) oder Summer Schools (2%) genutzt.

Unterschiede in den Subgruppen

Persönliche Beratung

Persönliche Beratungen werden primär von UZH-Mitarbeitenden und vom ZB-Publikum mit Forschungshintergrund genutzt.

Lehrveranstaltungen

Lehrveranstaltungen werden am häufigsten von UZH-Studierenden besucht, hauptsächlich von jenen der Theologischen oder Philosophischen Fakultät. Für die Teilnehmenden der Befragung scheint der Unterschied zwischen "Lehrveranstaltungen" und "Kursen und Workshops" unklar zu sein, zumal die Lehrveranstaltungen grundsätzlich nur für Studierende der UZH zugänglich sind.

Kurse und Workshops

Am häufigsten werden Kurse und Workshops von den UZH-Mitarbeitenden und vom ZB-Publikum ohne Forschungshintergrund genutzt.

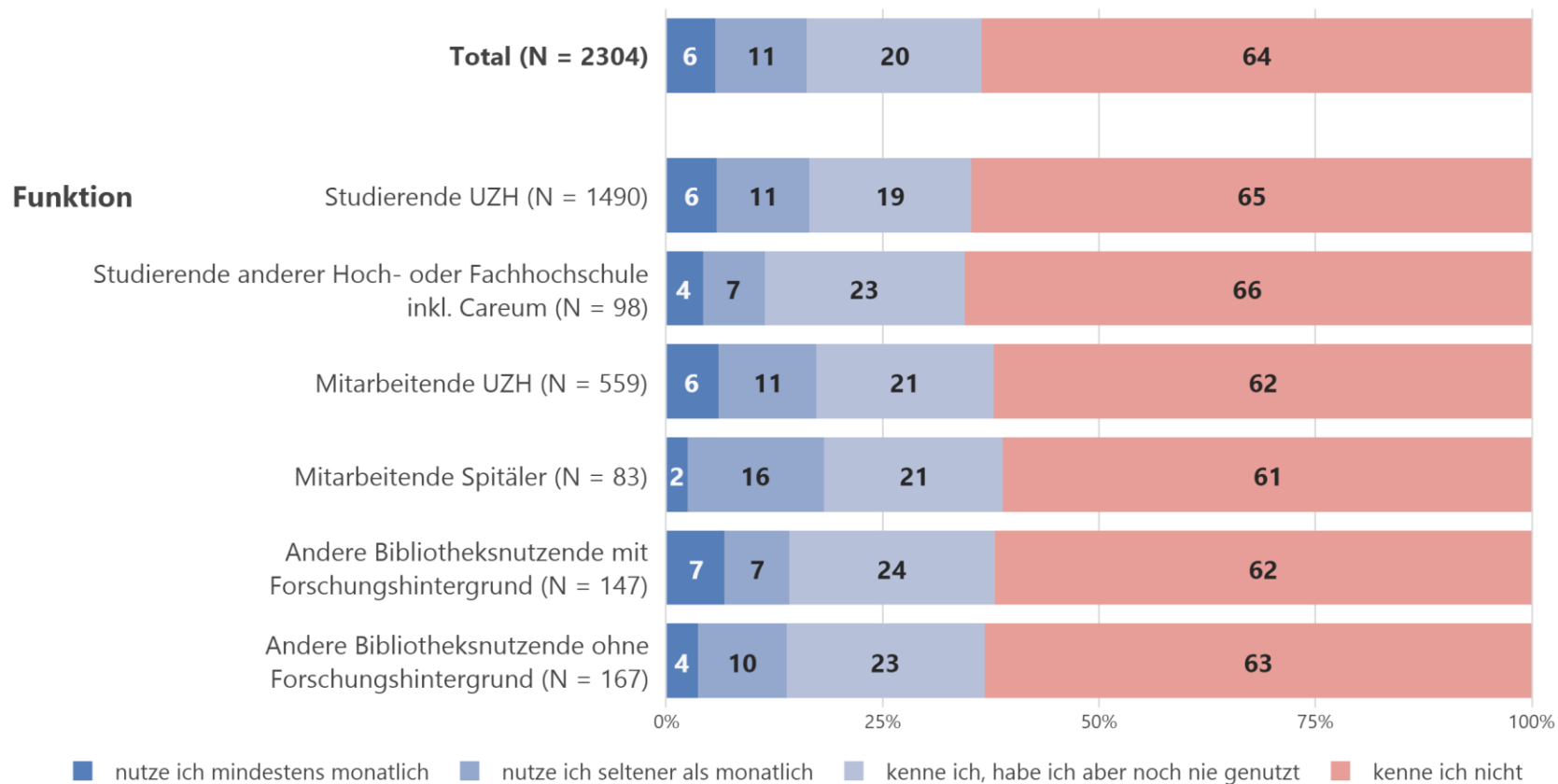
Summer School, Coffee Lectures, Lunch-&-Learn-Veranstaltungen und Citizen-Science-Veranstaltungen

Diese Angebote werden am häufigsten von den UZH-Mitarbeitenden genutzt. Auch das ZB-Publikum mit Forschungshintergrund hat Interesse an diesen Angeboten.

f) Kennen und nutzen Sie folgendes Angebot der Auftragsrecherche?

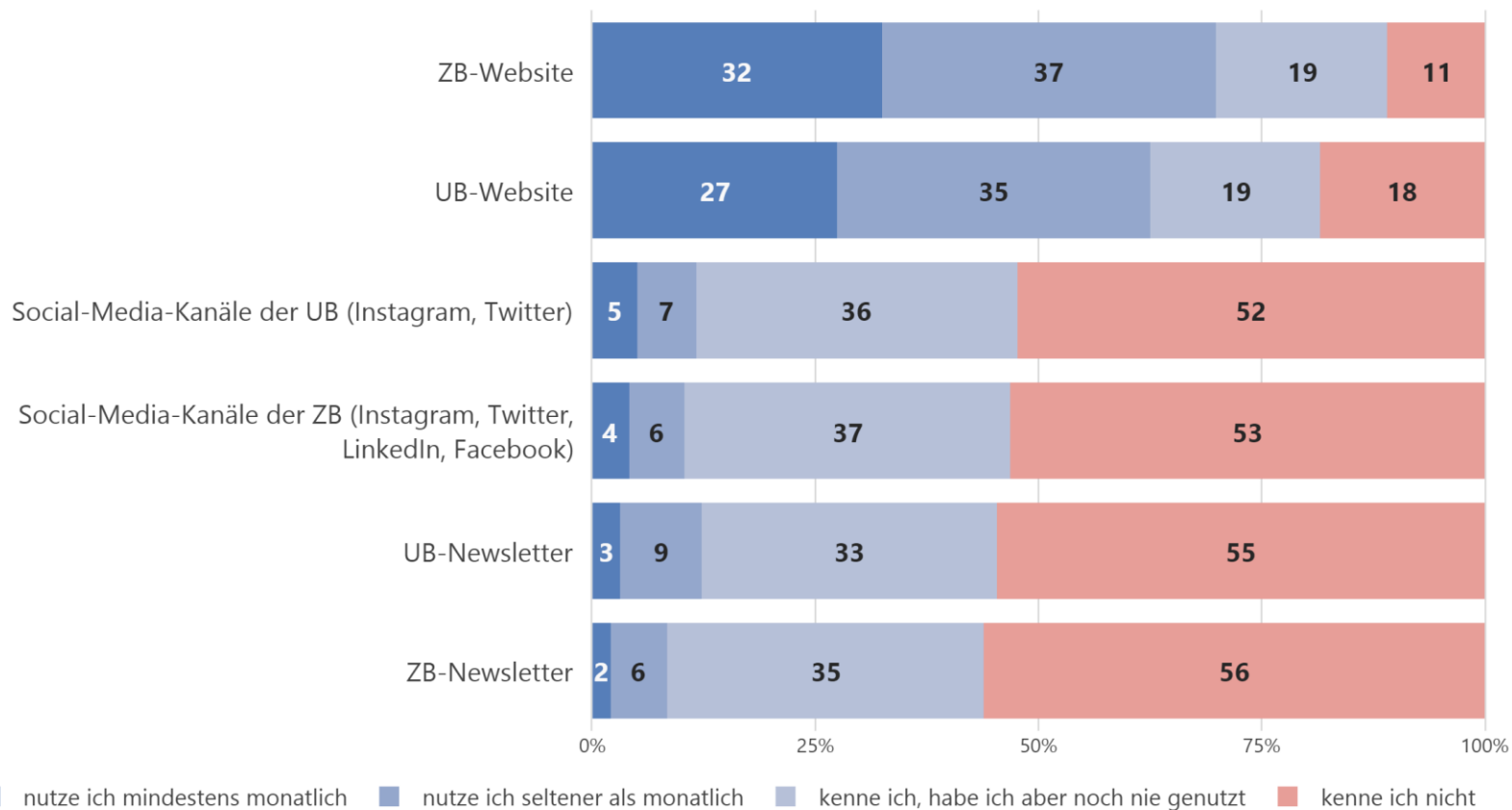
Datenbanksuche im Auftrag

Angaben in Prozent, N = 2304



g) Welche elektronischen Informationskanäle kennen und nutzen Sie?

Angaben in Prozent, N = 2304



f) Bekanntheit und Nutzung der Angebote der Auftragsrecherche

Bekanntheit: Jede dritte befragten Person weiss, dass man eine Datenbanksuche in Auftrag geben kann (37%).

Nutzung: 6% geben eine solche mindestens monatlich in Auftrag, 11% nutzen dieses Angebot seltener als monatlich. Jede fünfte Person kennt zwar das Angebot (20%), hat es aber noch nie in Anspruch genommen.

Unterschiede in den Subgruppen

Bekanntheit und Nutzung der Auftragsrecherche sind in allen Akteursgruppen ähnlich hoch. Am häufigsten wird sie von der Professorenschaft in Auftrag gegeben. 15% der Professor:innen nutzen diesen Service mindestens monatlich und 17% seltener als monatlich.

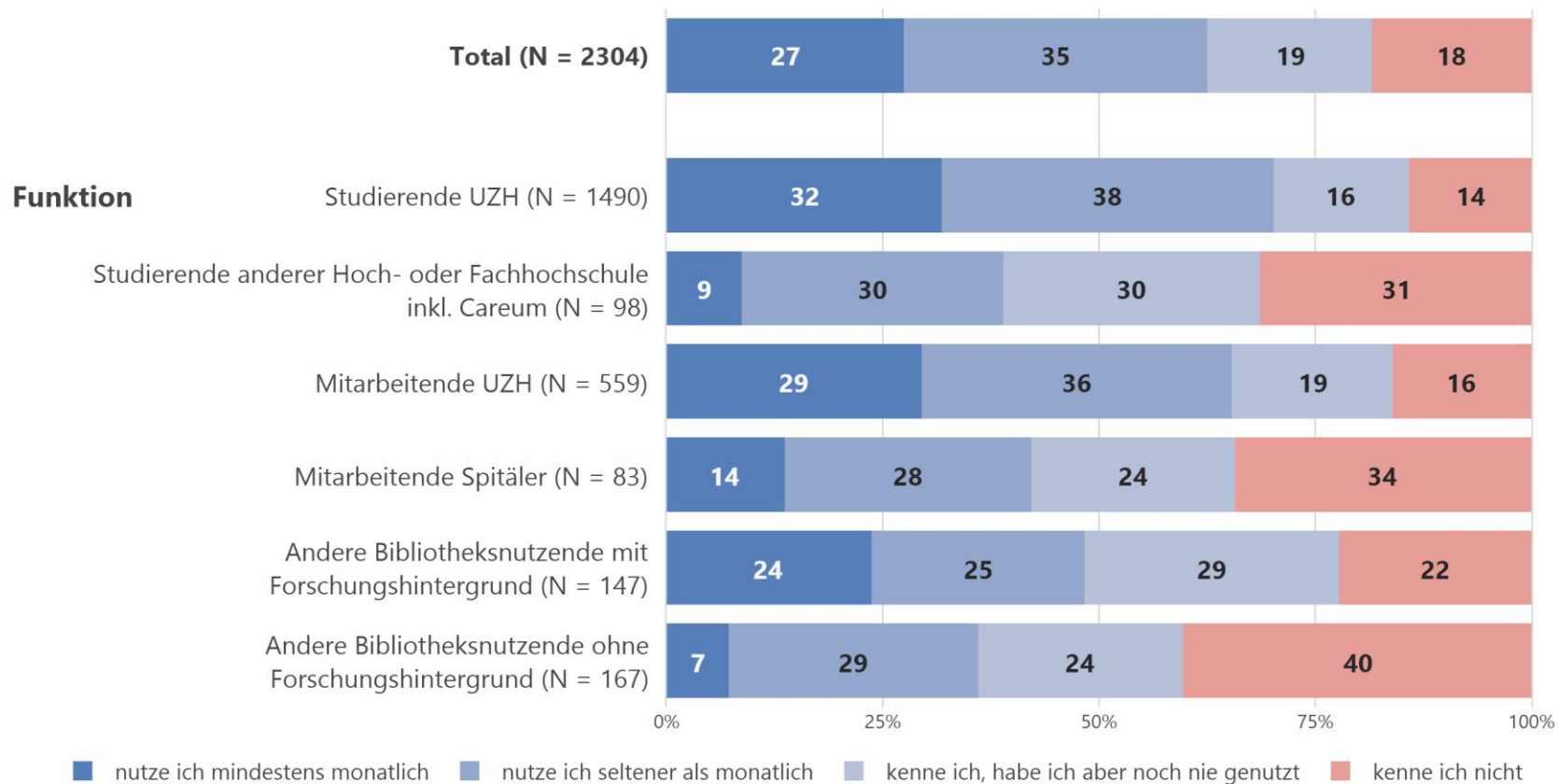
Zusatz

Diese Angaben sind nicht mit der Anzahl tatsächlich in Auftrag gegebener Recherchen (50-100 pro Jahr) kongruent. Es ist also anzunehmen, dass von den befragten hier auch andere Datenbanksuchen unter dieser Frage verstanden wurden.

g) Welche elektronischen Informationskanäle kennen und nutzen Sie?

UB-Website

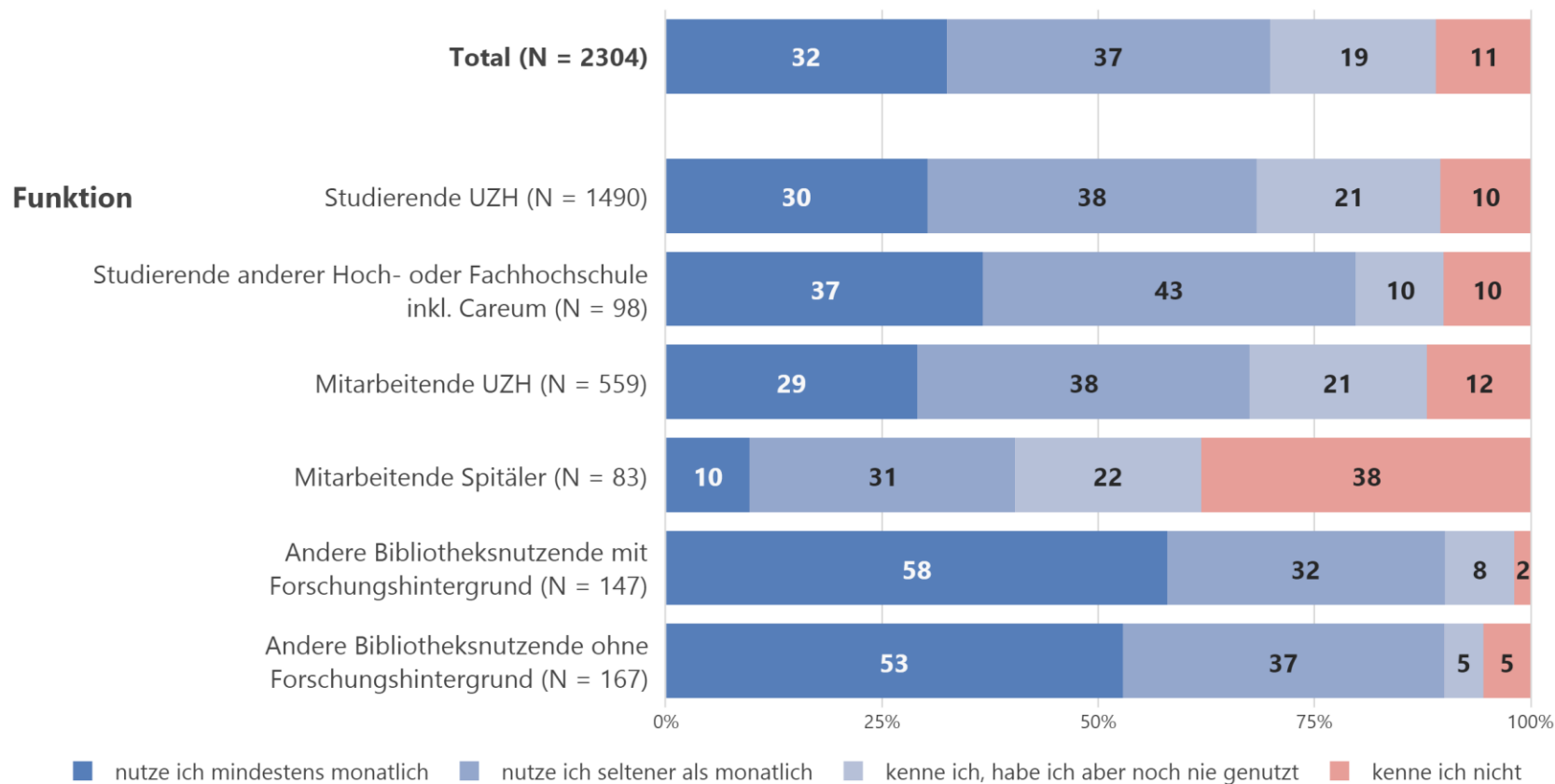
Angaben in Prozent, N = 2304



g) Welche elektronischen Informationskanäle kennen und nutzen Sie?

ZB-Website

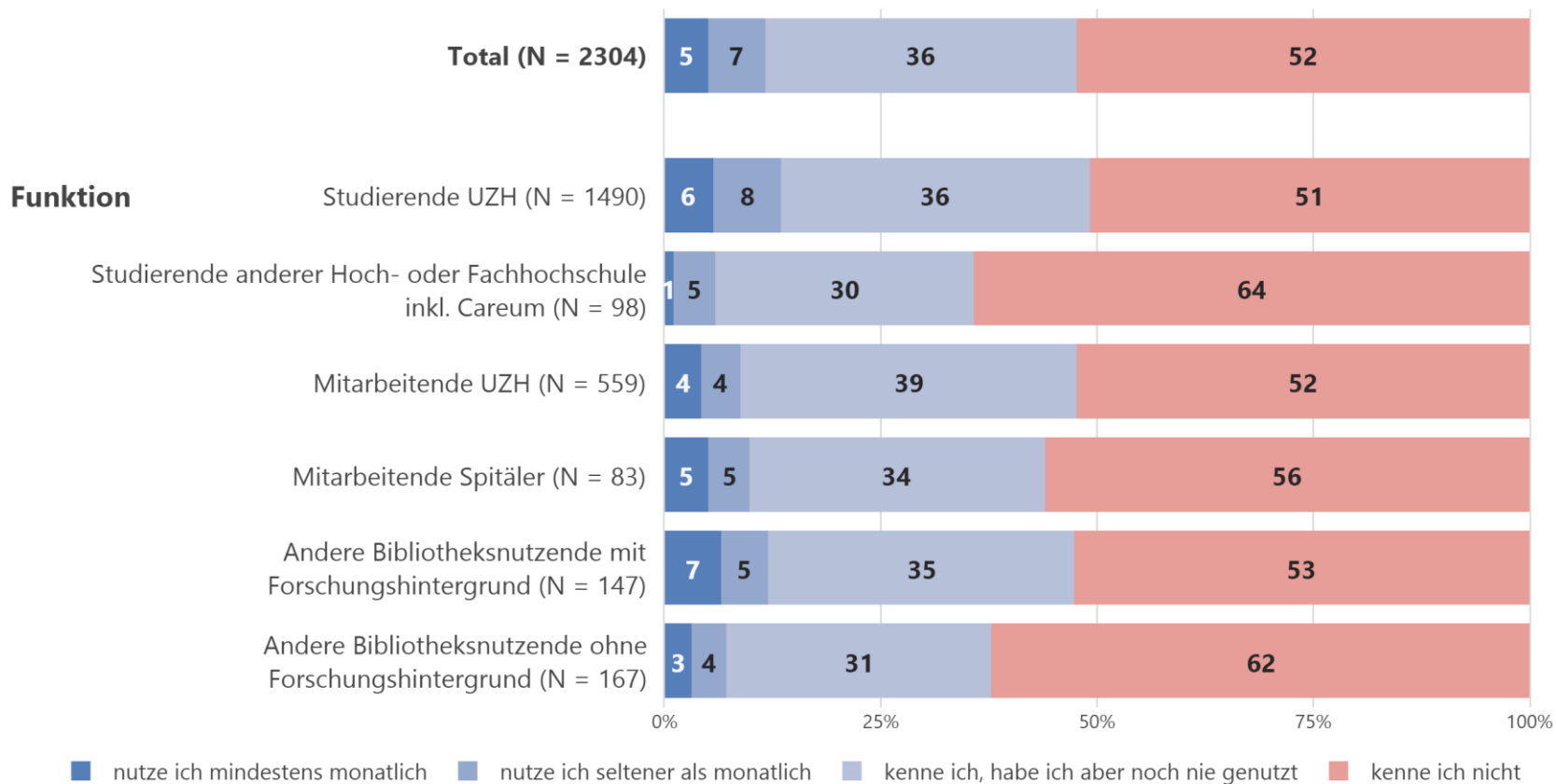
Angaben in Prozent, N = 2304



g) Welche elektronischen Informationskanäle kennen und nutzen Sie?

Social-Media-Kanäle der UB (Instagram, Twitter)

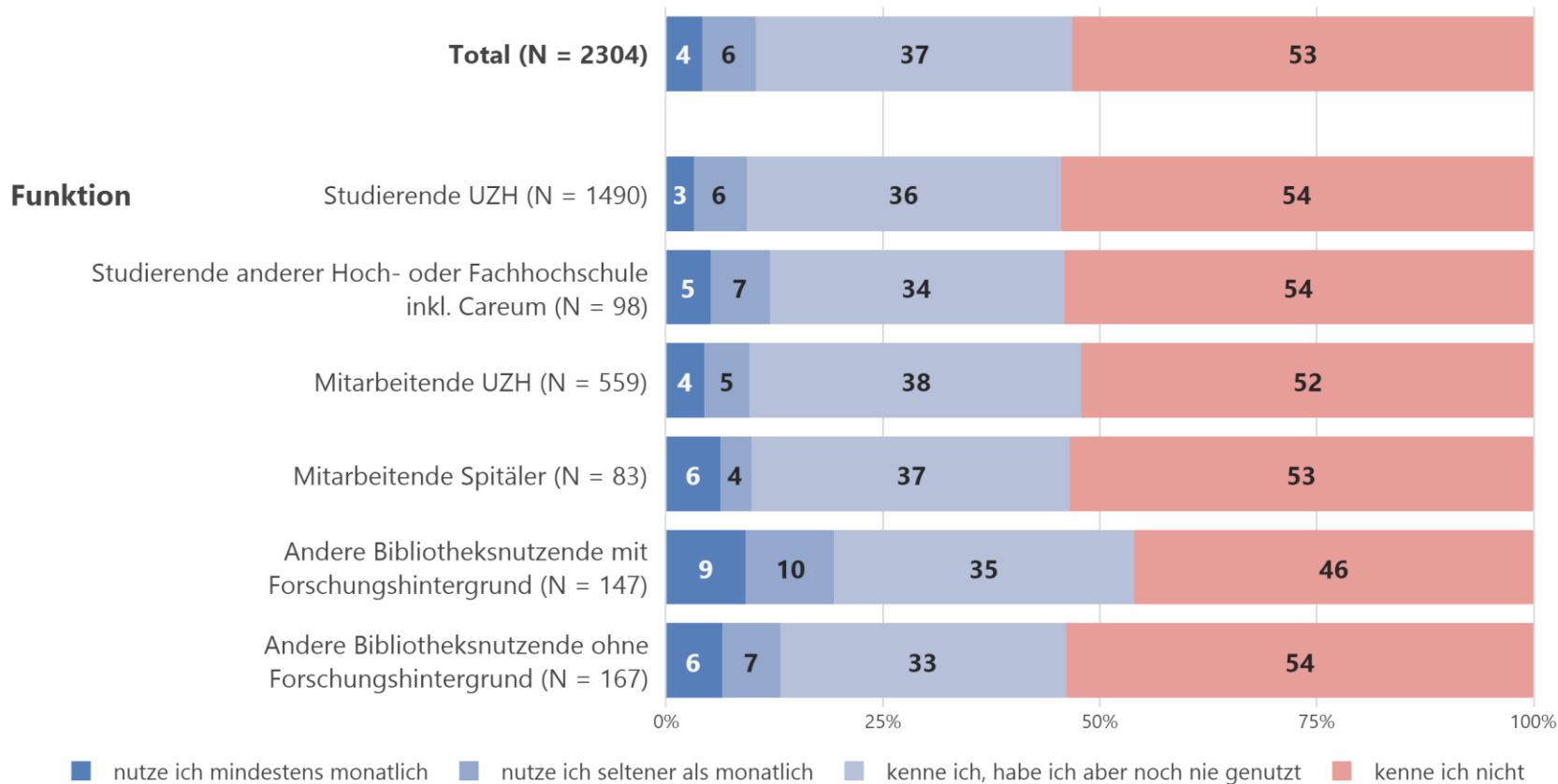
Angaben in Prozent, N = 2304



g) Welche elektronischen Informationskanäle kennen und nutzen Sie?

Social-Media-Kanäle der ZB (Instagram, Twitter, LinkedIn, Facebook)

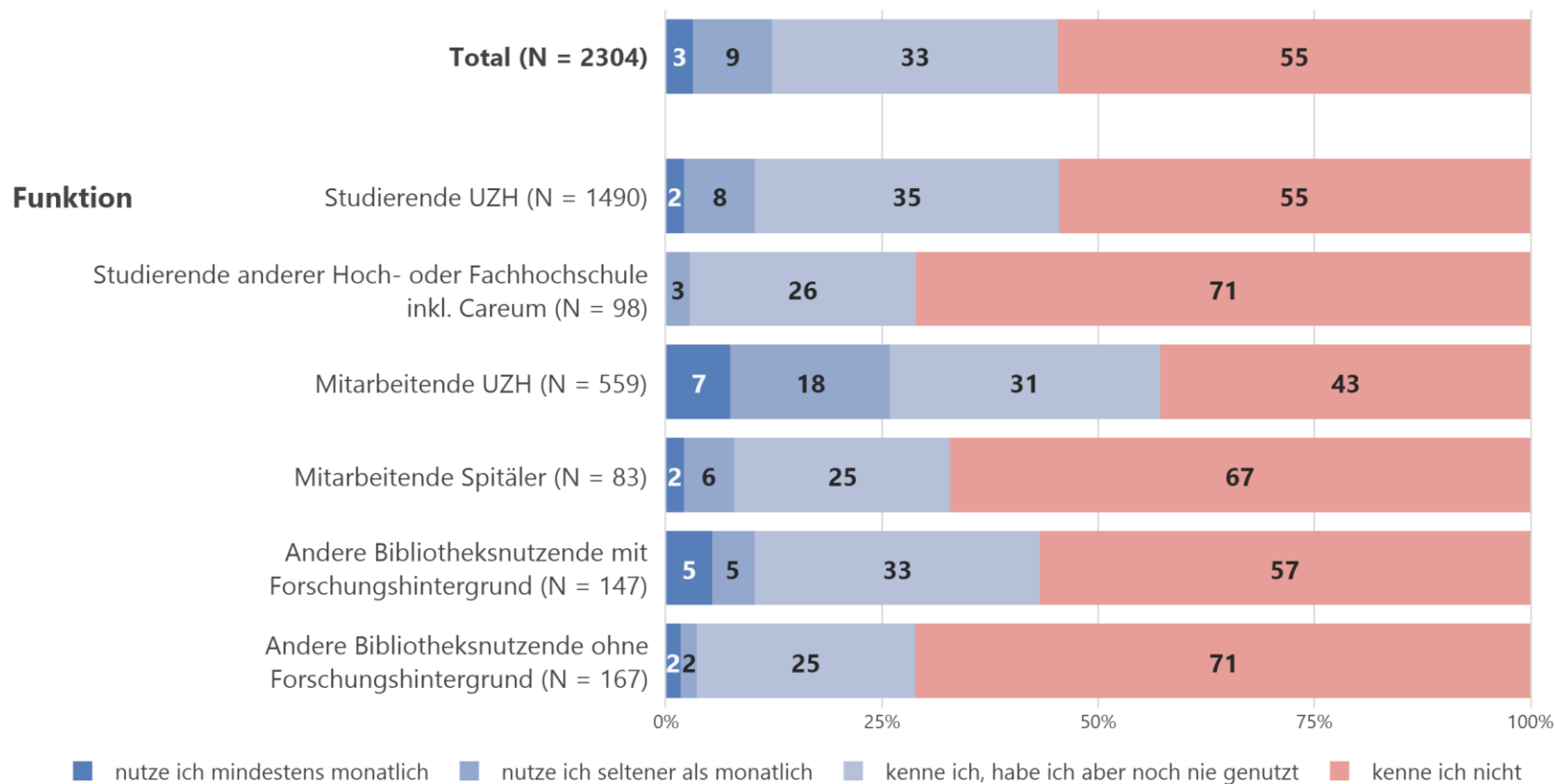
Angaben in Prozent, N = 2304



g) Welche elektronischen Informationskanäle kennen und nutzen Sie?

UB-Newsletter

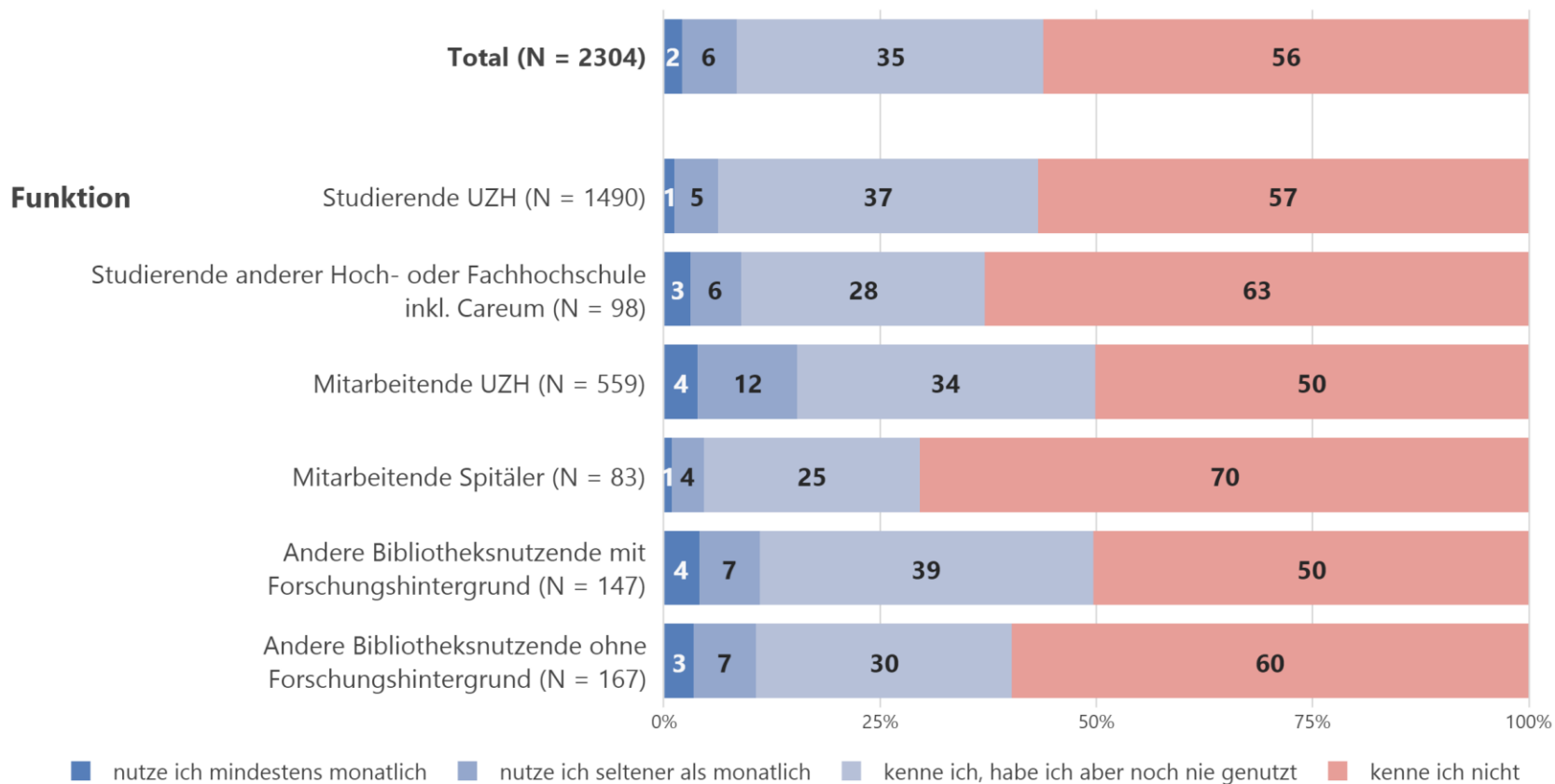
Angaben in Prozent, N = 2304



g) Welche elektronischen Informationskanäle kennen und nutzen Sie?

ZB-Newsletter

Angaben in Prozent, N = 2304



g) Bekanntheit und Nutzung von elektronischen Informationskanälen

Bekanntheit: Der bekannteste elektronische Informationskanal ist die ZB-Website (89%), gefolgt von der UB-Website (82%). Die anderen Kanäle kennen weniger als die Hälfte der befragten Personen (Social-Media-Kanäle der UB: 48%; Social-Media-Kanäle der ZB: 47%; UB-Newsletter: 45%; ZB-Newsletter: 44%).

Nutzung: Die ZB-Website wird von über zwei Drittel der Befragten genutzt (69%; 32% mindestens monatlich, 37% seltener als monatlich). Knapp ein Drittel hat die UB-Website schon genutzt (62%; 27% mindestens monatlich, 35% seltener als monatlich). Die anderen Kanäle werden deutlich weniger oft genutzt, nämlich von zwischen 8% und 12% der Befragten.

Unterschiede in den Subgruppen

Websites

Die ZB-Website wird vom ZB-Publikum (mit oder ohne Forschungshintergrund: je 90%) am häufigsten genutzt.

Die UB-Website wird von den UZH-Angehörigen (Studierende: 70%; MA: 65%) am häufigsten aufgerufen sowie vom ZB-Publikum mit Forschungshintergrund (49%).

Social-Media-Kanäle

Die Social-Media-Kanäle der UB werden am häufigsten von den UZH-Studierenden und vom ZB-Publikum mit Forschungshintergrund genutzt.

Die Social-Media-Kanäle der ZB werden am häufigsten vom ZB-Publikum mit Forschungshintergrund genutzt.

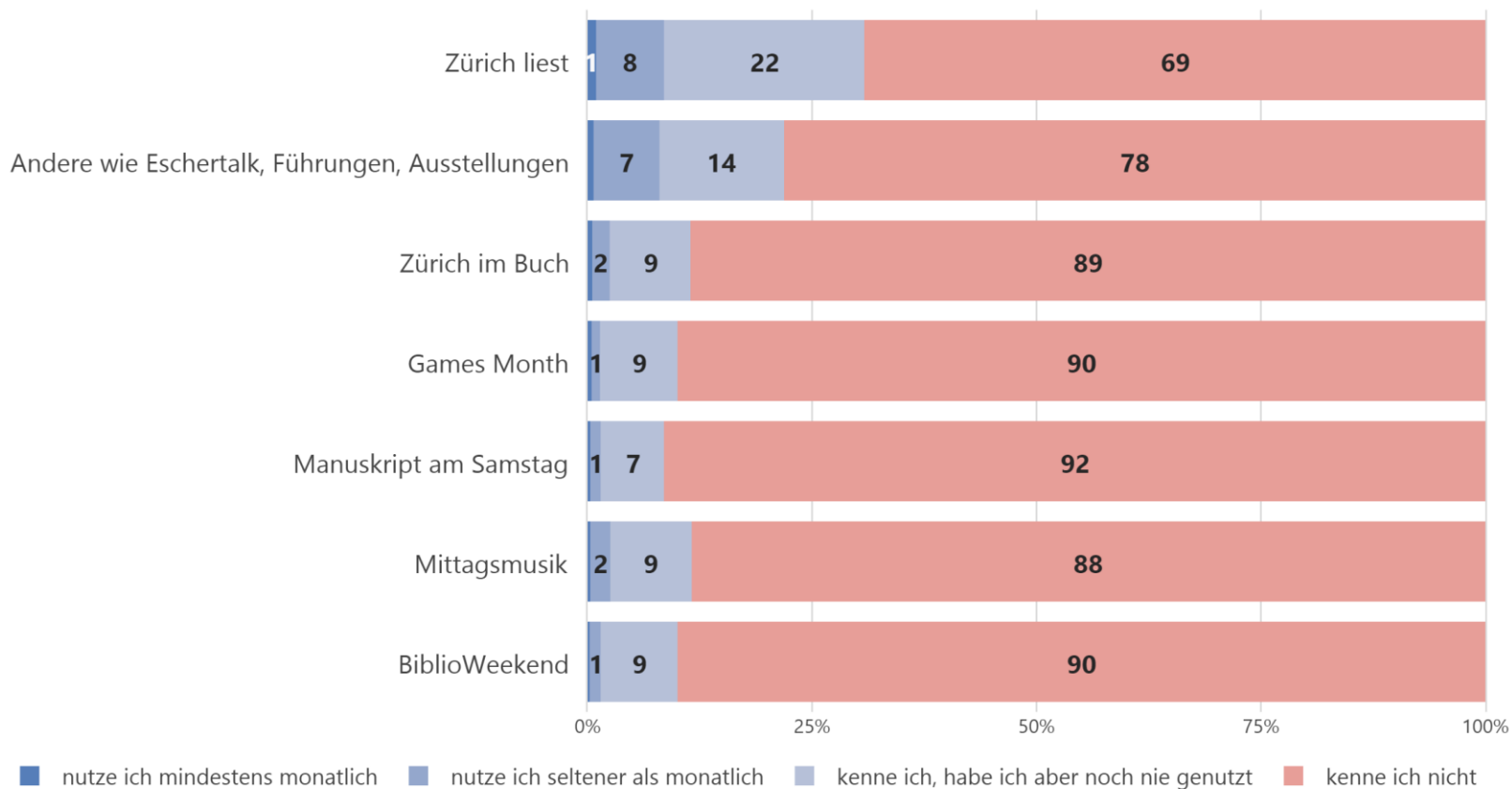
Newsletter

Den UB-Newsletter abonnieren am häufigsten die UZH-Mitarbeitenden und UZH-Studierenden sowie das ZB-Publikum mit Forschungshintergrund.

Den ZB-Newsletter nutzen am häufigsten die UZH-Mitarbeitenden und das ZB-Publikum mit Forschungshintergrund.

h) Welche der folgenden Publikumsveranstaltungen kennen und besuchen Sie?

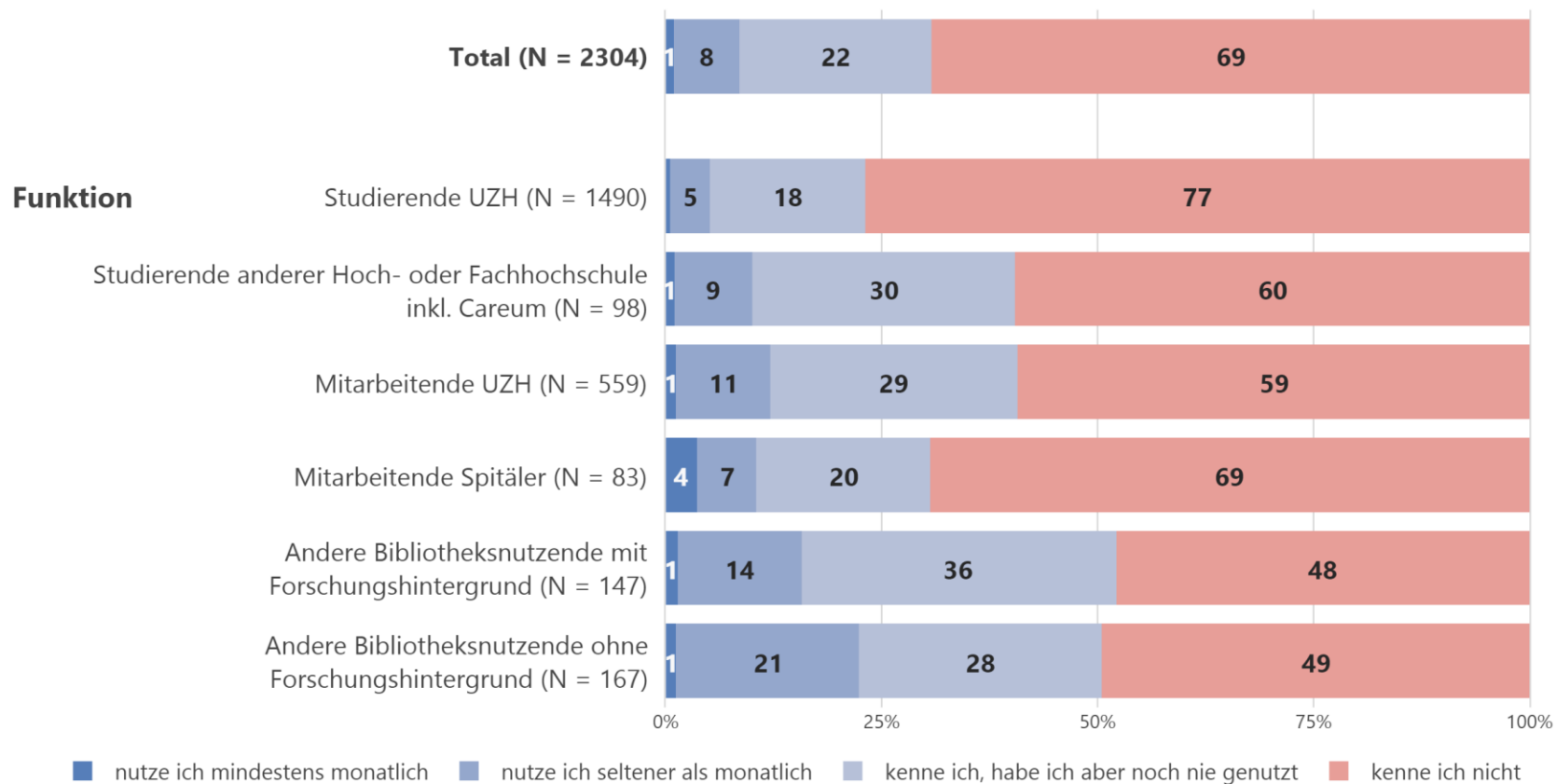
Angaben in Prozent, N = 2304



h) Welche der folgenden Publikumsveranstaltungen kennen und besuchen Sie?

Zürich liest

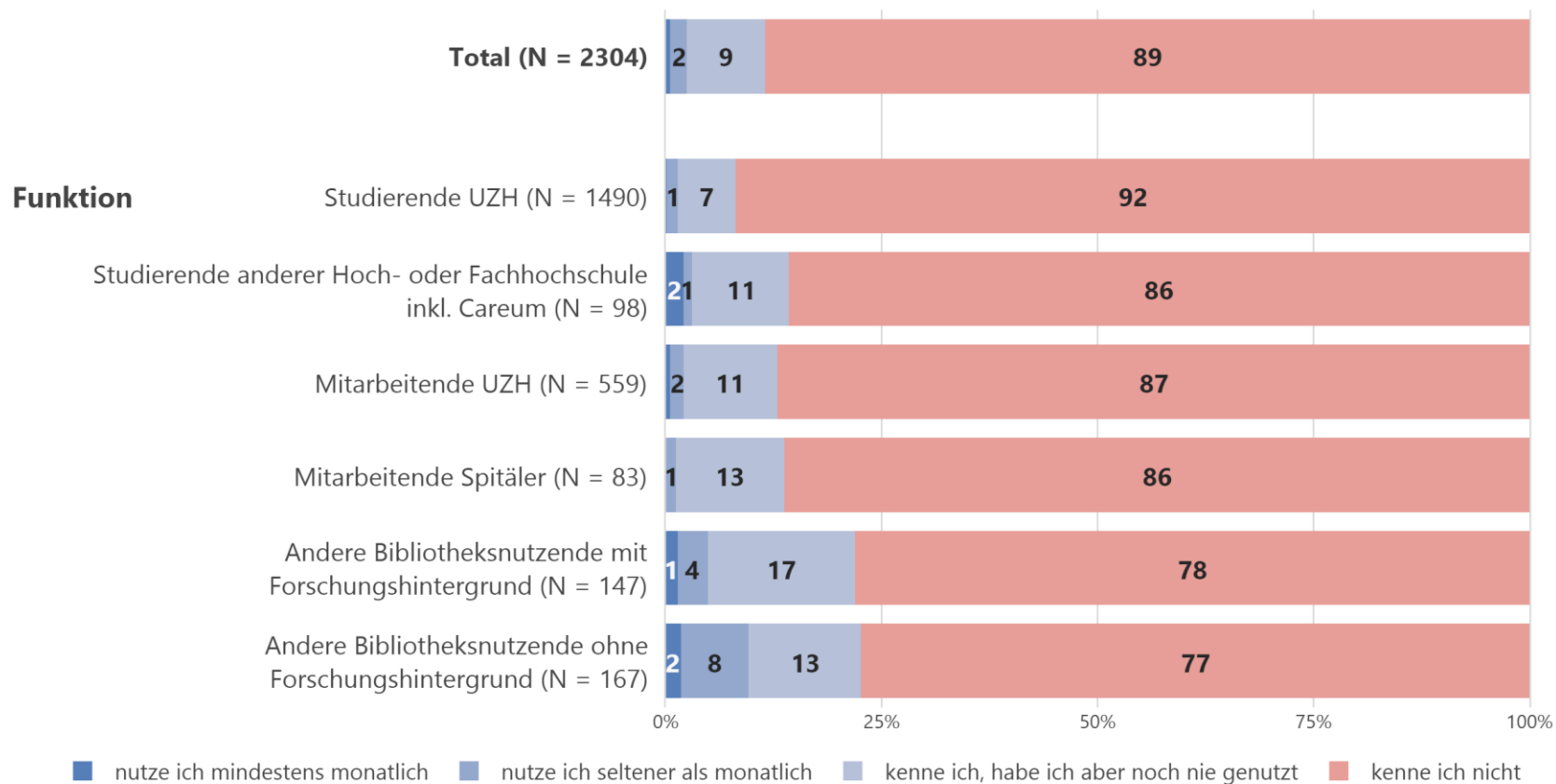
Angaben in Prozent, N = 2304



h) Welche der folgenden Publikumsveranstaltungen kennen und besuchen Sie?

Zürich im Buch

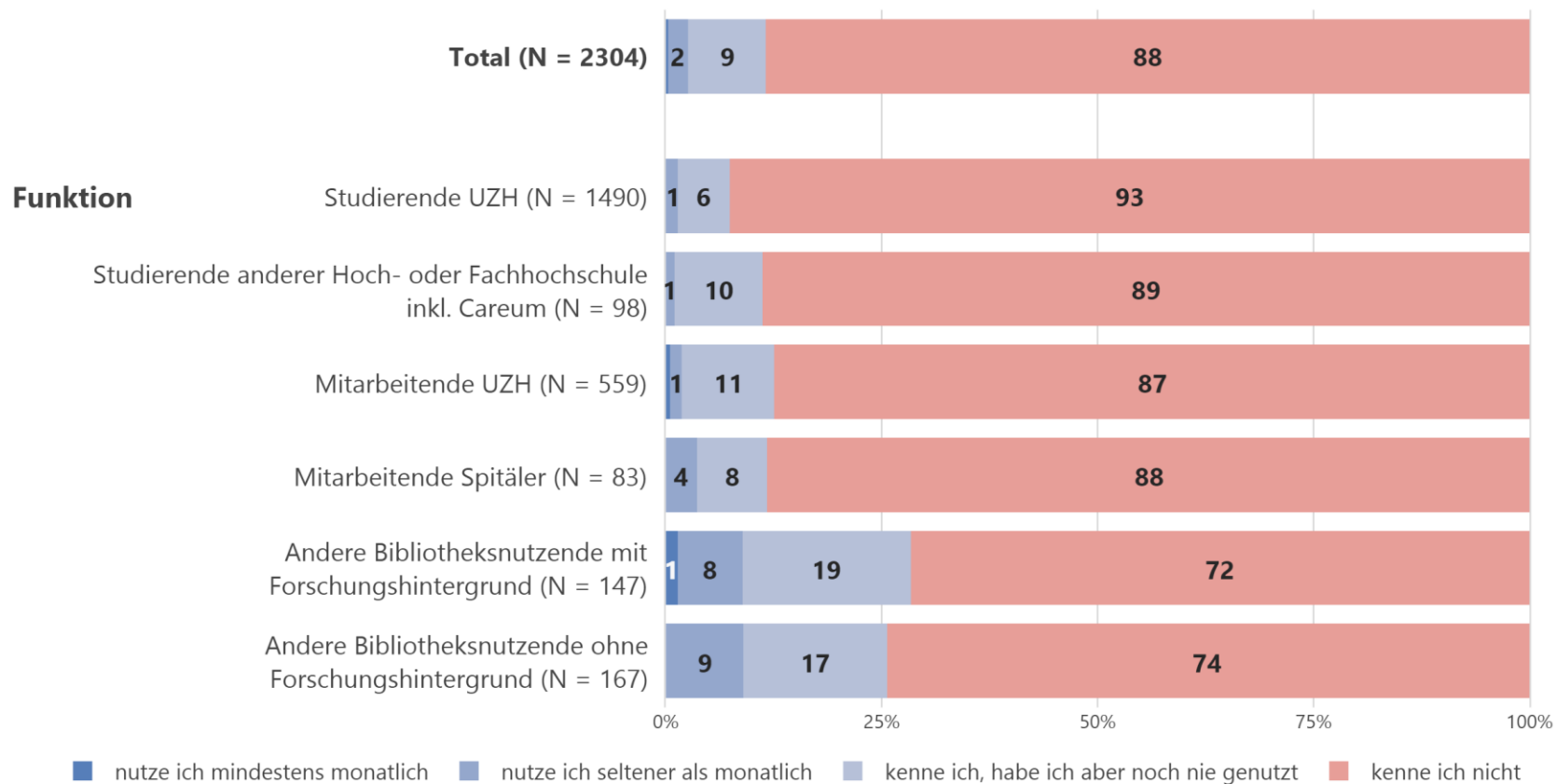
Angaben in Prozent, N = 2304



h) Welche der folgenden Publikumsveranstaltungen kennen und besuchen Sie?

Mittagsmusik

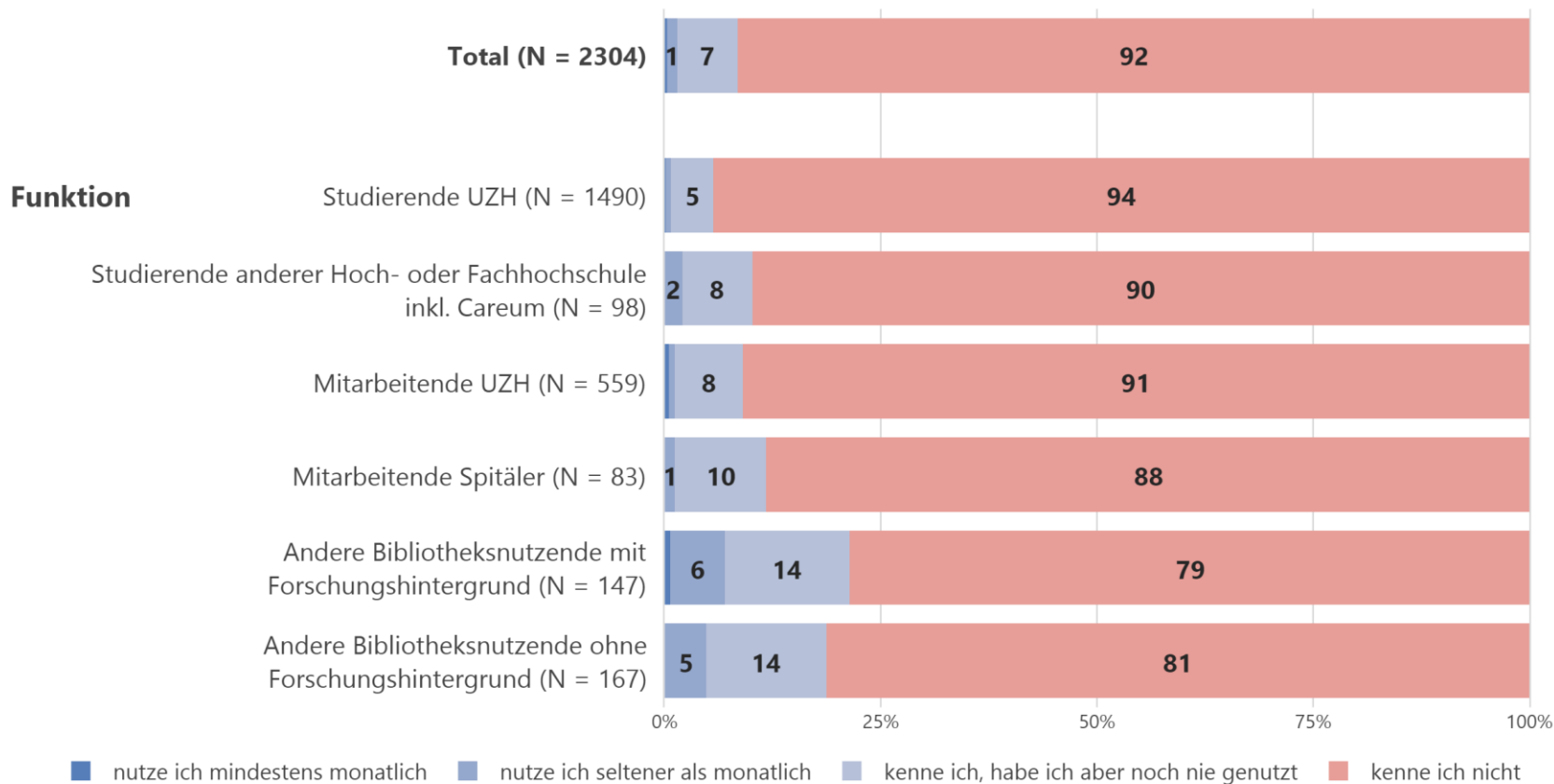
Angaben in Prozent, N = 2304



h) Welche der folgenden Publikumsveranstaltungen kennen und besuchen Sie?

Manuskript am Samstag

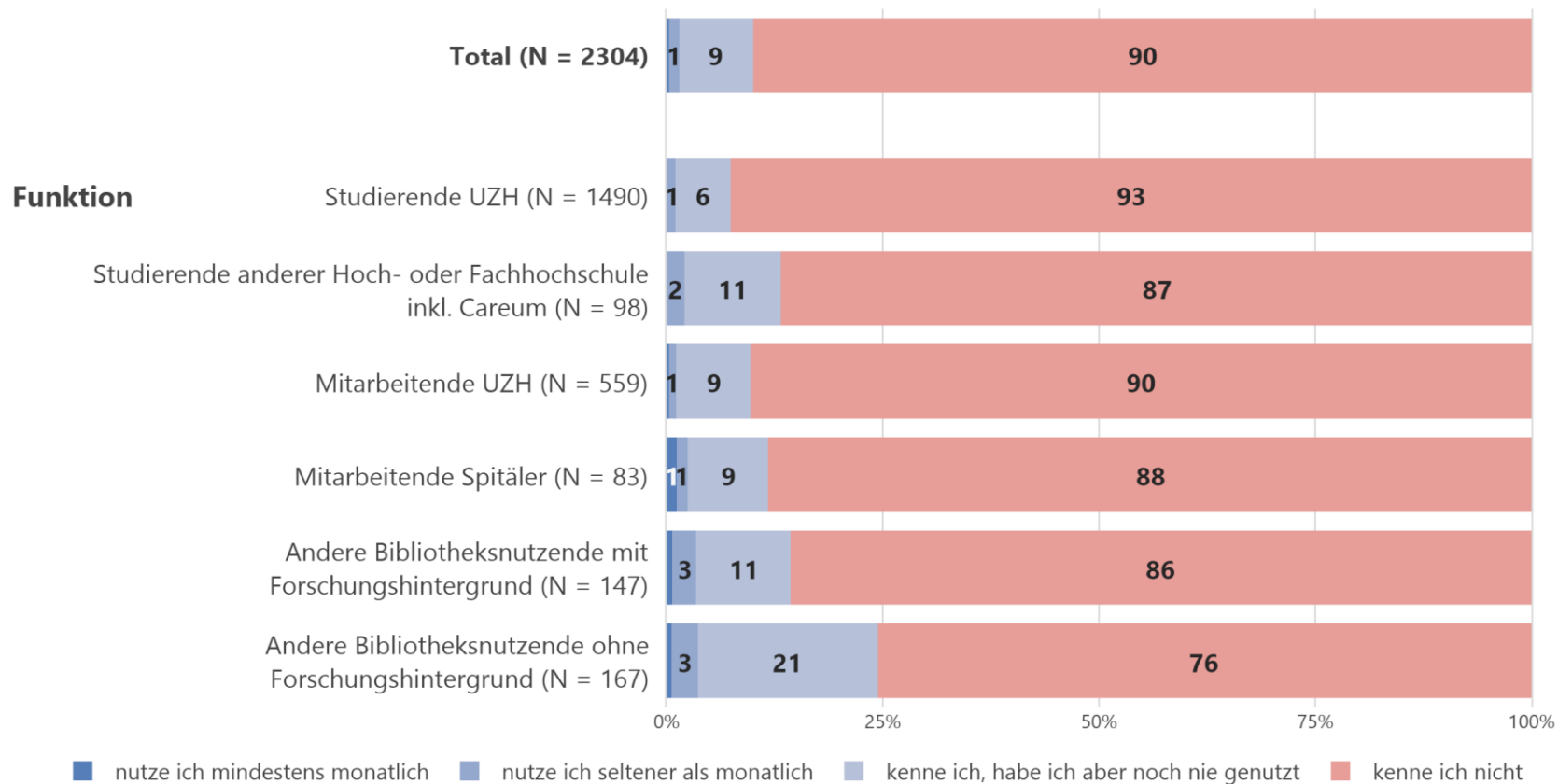
Angaben in Prozent, N = 2304



h) Welche der folgenden Publikumsveranstaltungen kennen und besuchen Sie?

BiblioWeekend

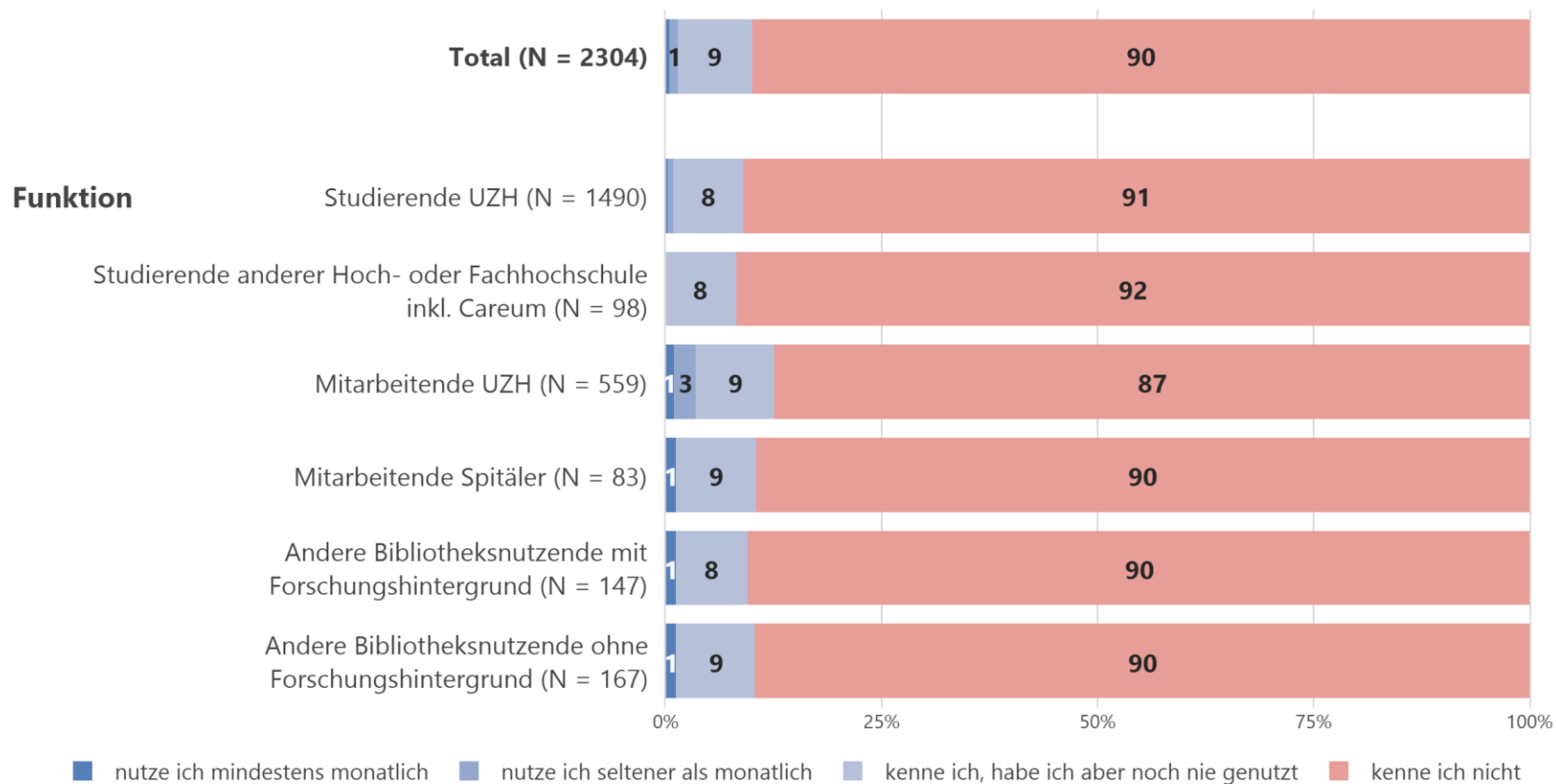
Angaben in Prozent, N = 2304



h) Welche der folgenden Publikumsveranstaltungen kennen und besuchen Sie?

Games Month

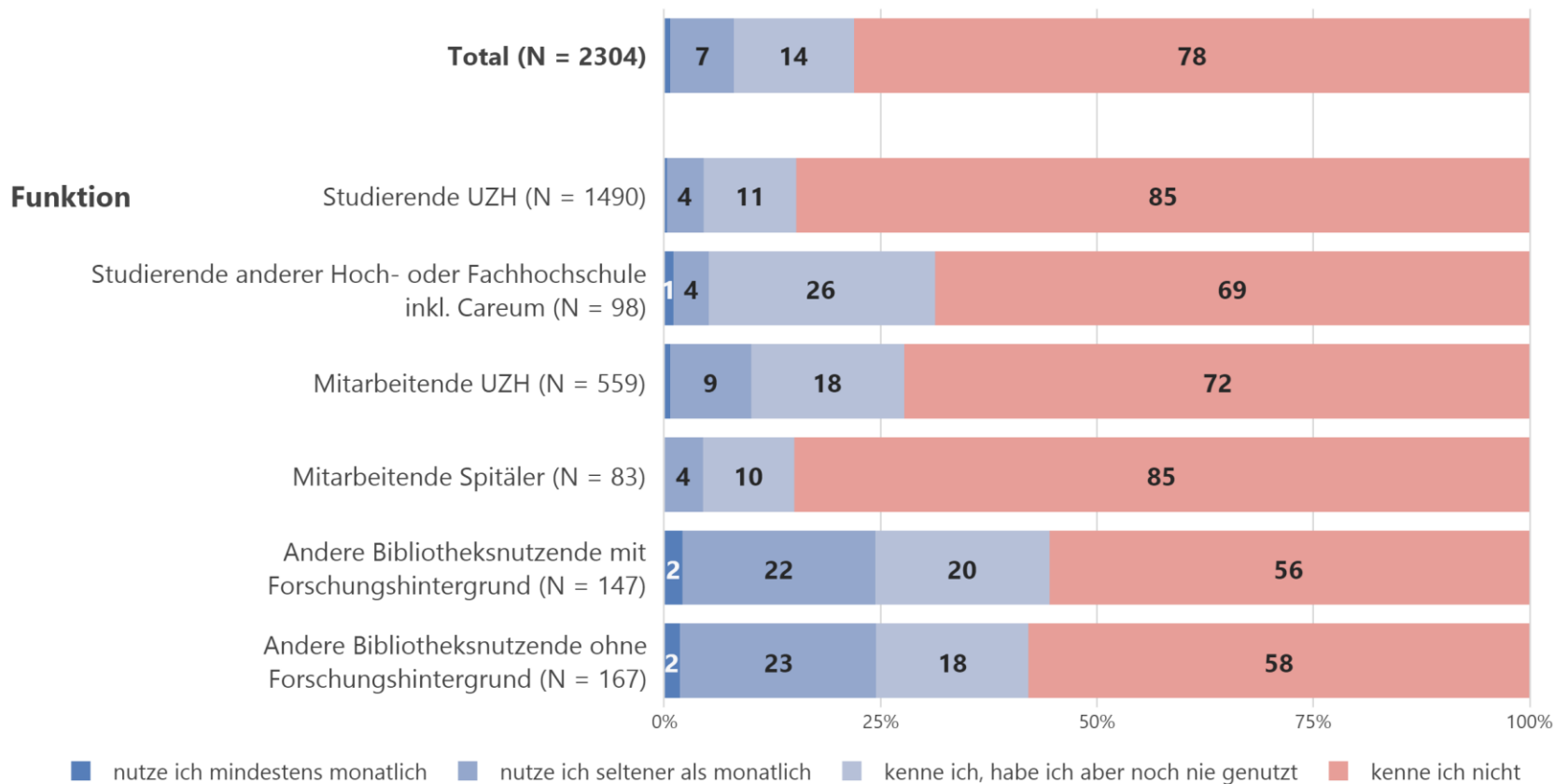
Angaben in Prozent, N = 2304



h) Welche der folgenden Publikumsveranstaltungen kennen und besuchen Sie?

Andere wie Eschertalk, Führungen, Ausstellungen

Angaben in Prozent, N = 2304



h) Bekanntheit und Nutzung von Publikumsveranstaltungen

Bekanntheit: Die bekannteste Publikumsveranstaltung ist Zürich liest (31%). Danach folgen Publikumsveranstaltungen wie Eschertalk, Führungen, Ausstellungen (22%). Die restlichen abgefragten Publikumsveranstaltungen sind rund jeder zehnten Person bekannt (Mittagsmusik: 12%; Zürich im Buch: 11%; BiblioWeekend: 10%; Games Month: 10%; Manuskript am Samstag: 8%).

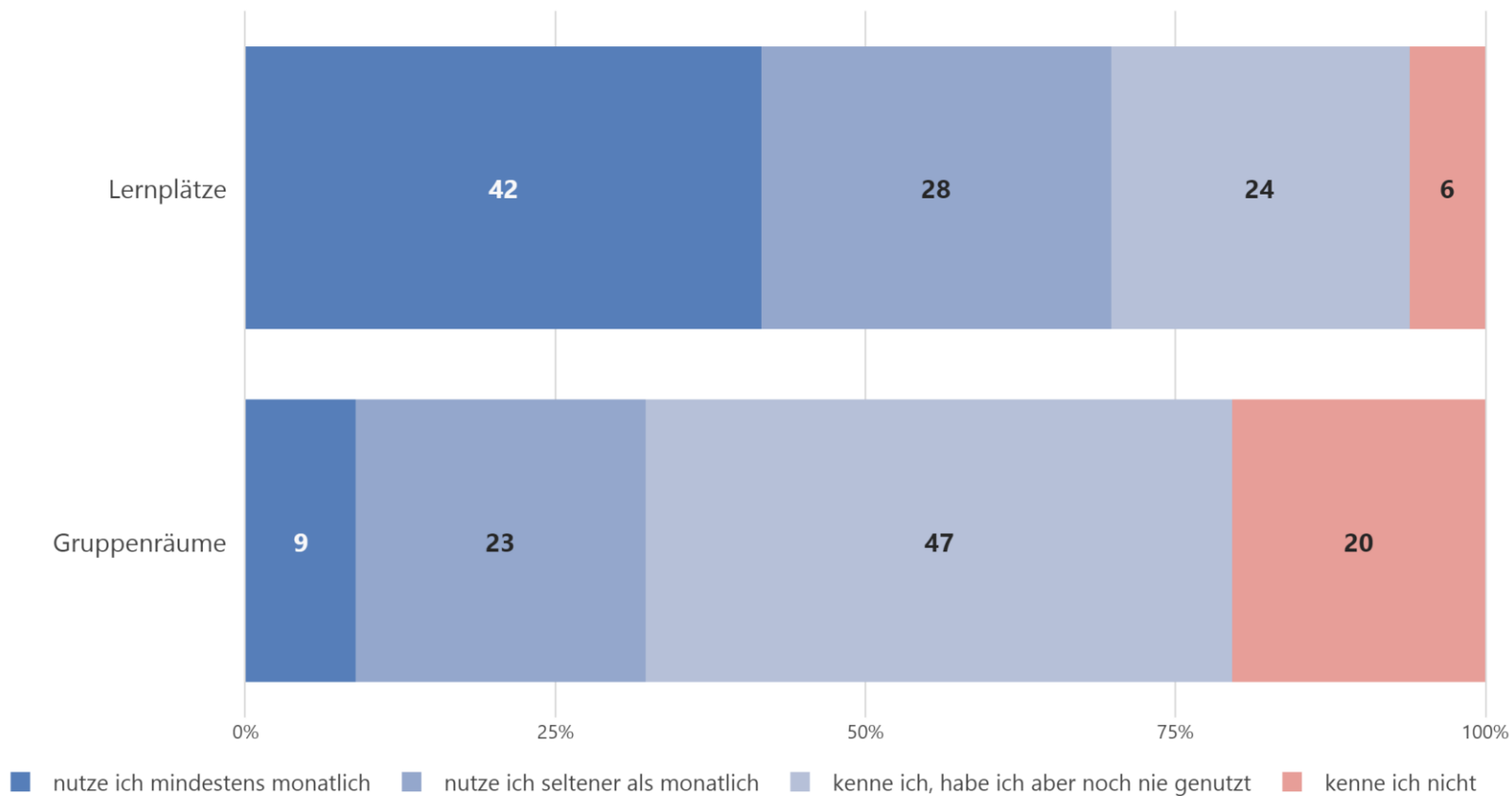
Nutzung: Zürich liest (9%) hat bereits jede elfte Person besucht und jede zwölfte Person hat an Publikumsveranstaltungen wie Eschertalk, Führungen, Ausstellungen (8%) teilgenommen. Die weiteren Publikumsveranstaltungen haben 2% oder weniger bereits einmal besucht.

Unterschiede in den Subgruppen

Die abgefragten Publikumsveranstaltungen sind bei den UZH-Studierenden am wenigsten bekannt und beim ZB-Publikum hingegen am bekanntesten. Einzig bei Games Month zeigen sich keine Subgruppenunterschiede.

i) Welche der folgenden Raumangebote kennen und nutzen Sie?

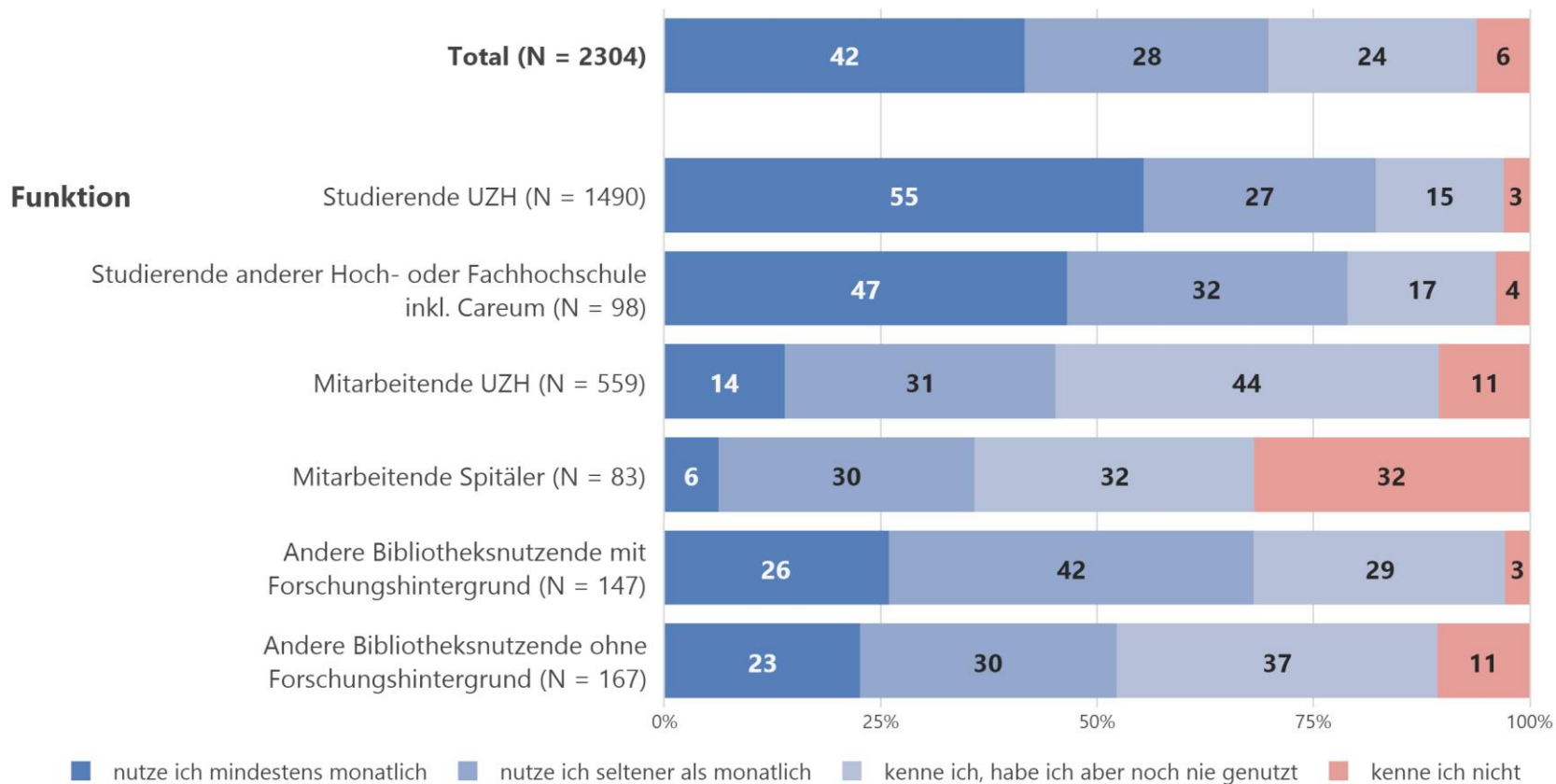
Angaben in Prozent, N = 2304



i) Welche der folgenden Raumangebote kennen und nutzen Sie?

Lernplätze

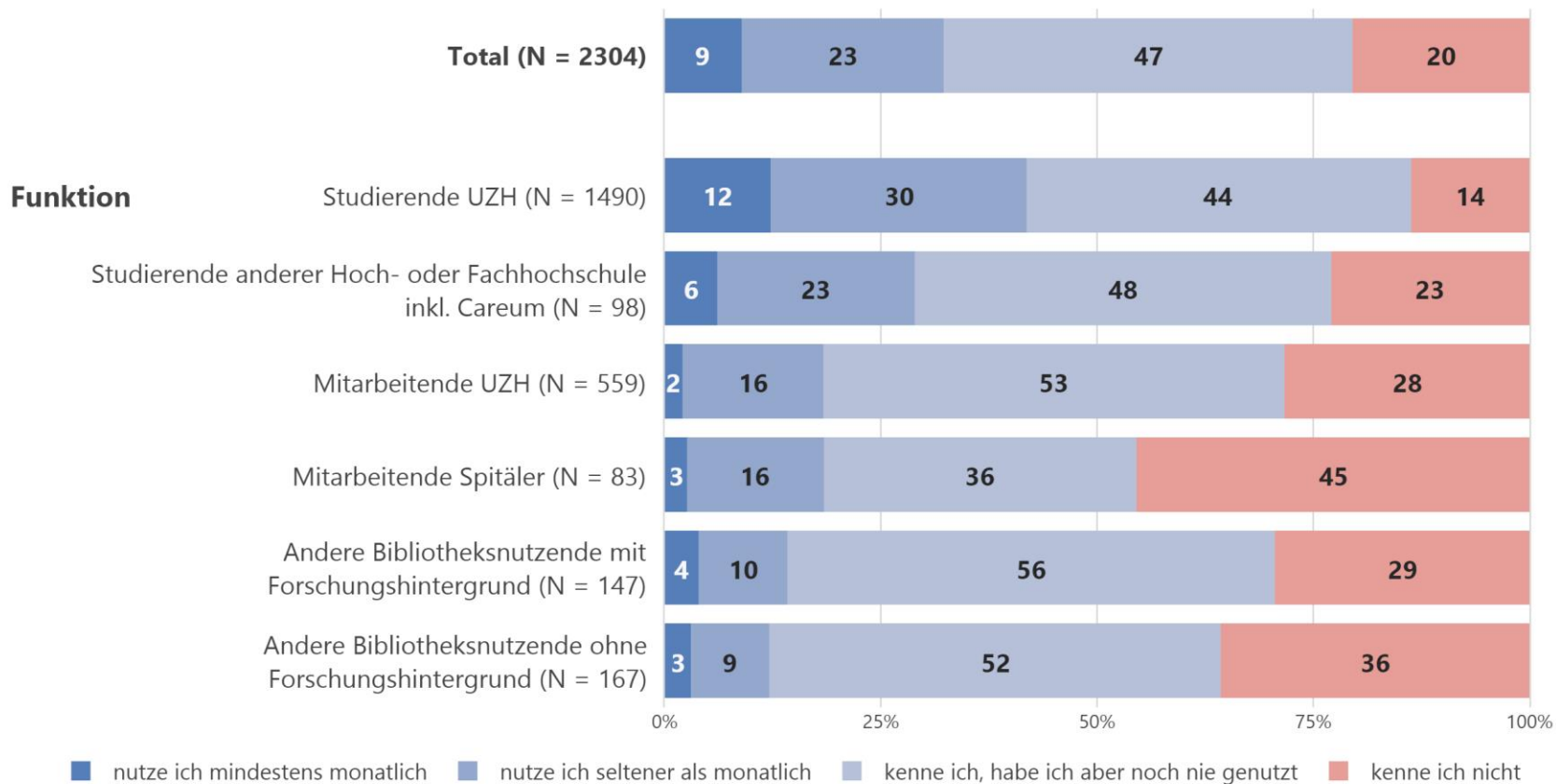
Angaben in Prozent, N = 2304



i) Welche der folgenden Raumangebote kennen und nutzen Sie?

Gruppenräume

Angaben in Prozent, N = 2304



i) Bekanntheit und Nutzung von Raumangeboten

Bekanntheit: Die Lernplätze sind weitaus bekannter als die Gruppenräume. Fast alle Befragten kennen die Lernplätze (94%). Vier Fünftel kennen auch das Angebot der Gruppenräume (80%).

Nutzung: Sieben von zehn Befragten (70%) haben Lernplätze schon benutzt. 42% nutzen sie sogar mindestens monatlich. Die Gruppenräume hat jede dritte Person schon genutzt (32%). 9% nutzen sie mindestens monatlich.

Unterschiede in den Subgruppen

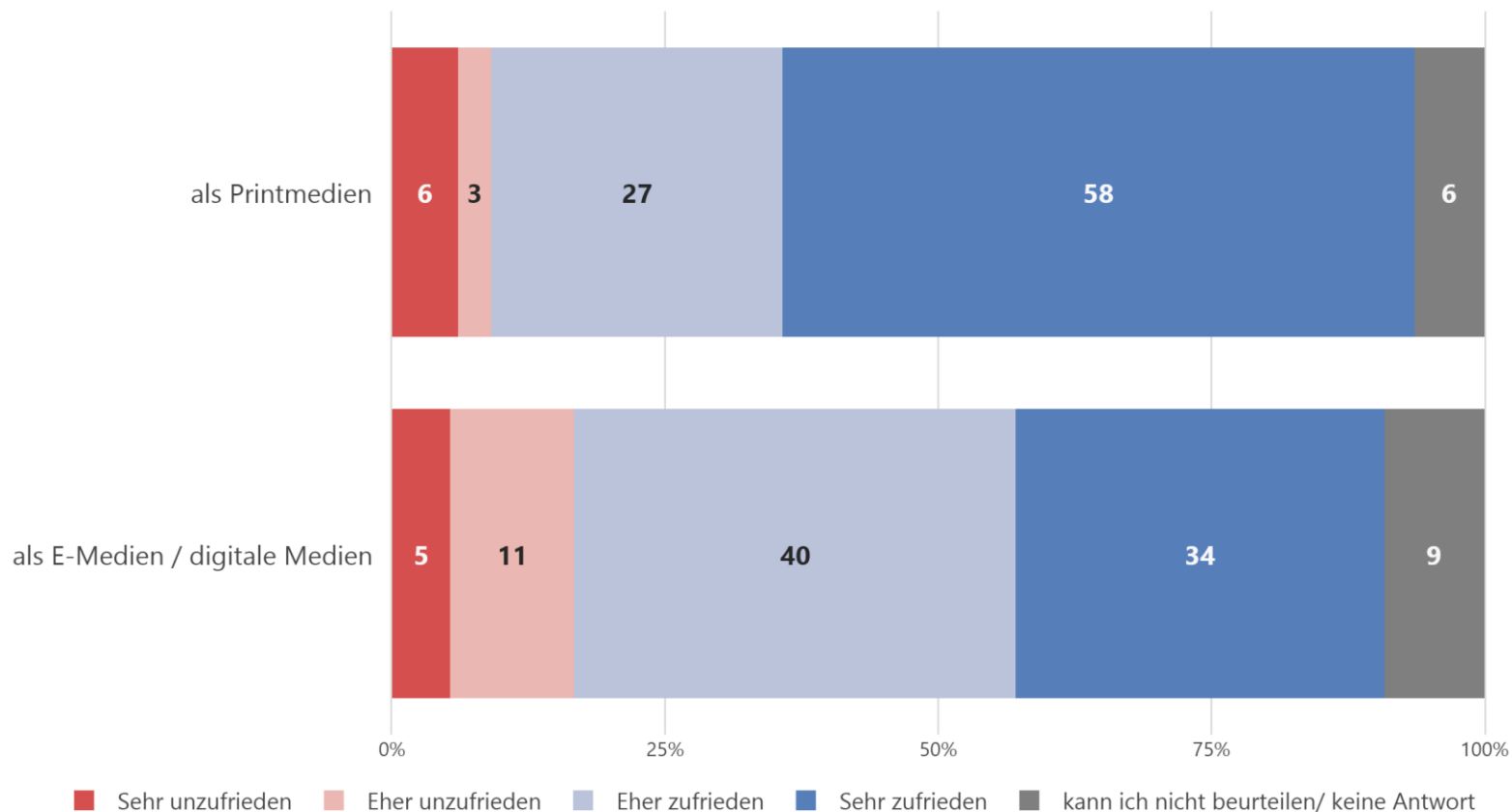
Sowohl die Lernplätze als auch die Gruppenräume werden am häufigsten von den UZH-Studierenden und von Studierenden anderer Hoch- oder Fachhochschulen benutzt.

Die Mitarbeitenden der Spitäler kennen dieses Angebot weit weniger gut als die Vergleichsgruppen.

Zufriedenheit mit Angeboten und Services

a) Wie zufrieden sind Sie mit unserem Informationsbestand (z.B. Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Spezialsammlungen)?

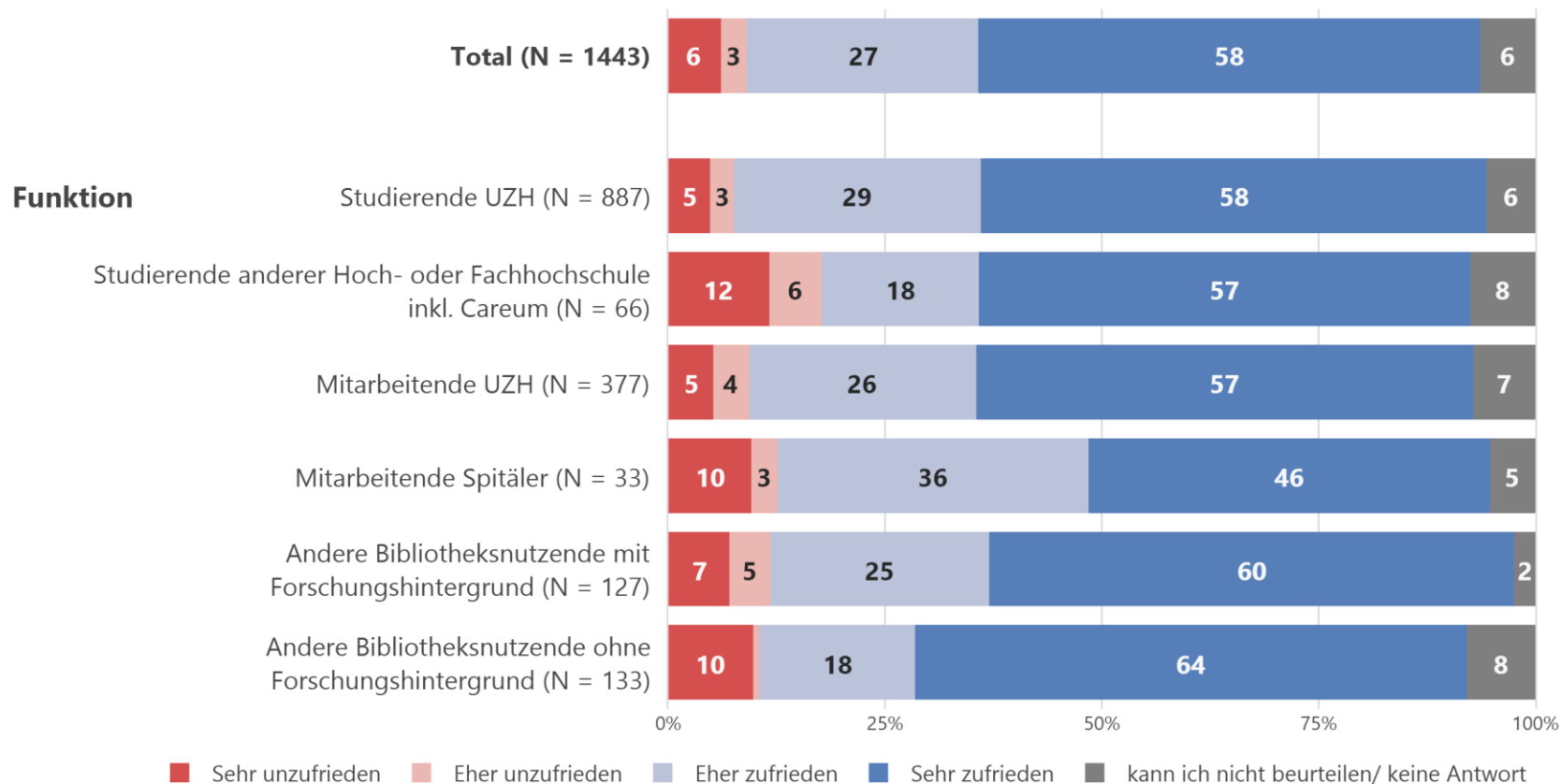
Filter: Nur abgefragt, falls Angebot schon genutzt («nutze ich mindestens monatlich» oder «nutze ich seltener als monatlich» bei Frage 2A-I angegeben wurde), Angaben in Prozent, N = 1393–1443



a) Wie zufrieden sind Sie mit unserem Informationsbestand (z.B. Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Spezialsammlungen)?

Printmedien

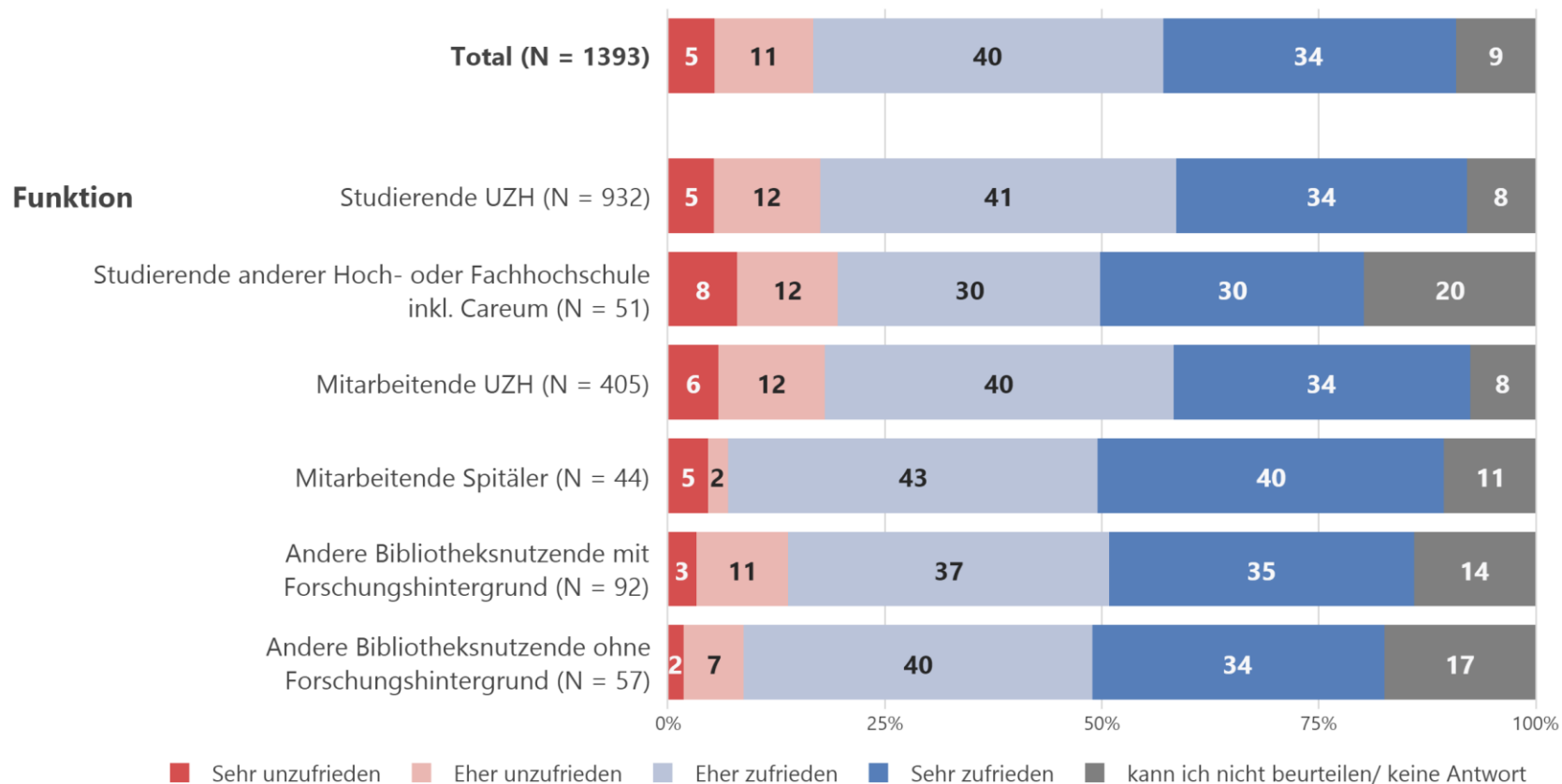
Angaben in Prozent, N = 1443



a) Wie zufrieden sind Sie mit unserem Informationsbestand (z.B. Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Spezialsammlungen)?

E-Medien/digitale Medien

Angaben in Prozent, N = 1393



a) Zufriedenheit mit dem Informationsbestand (z.B. Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Spezialsammlungen)

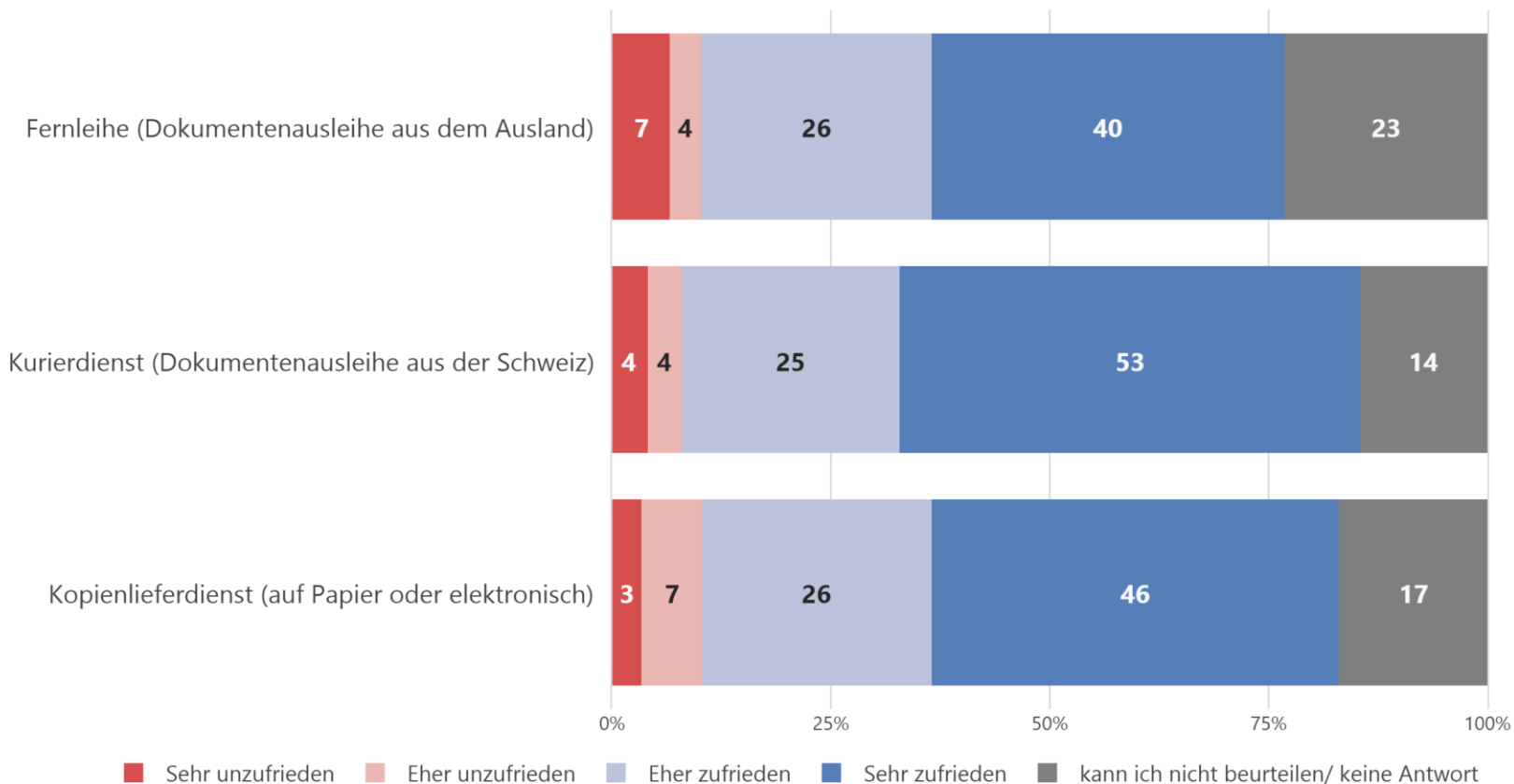
Bei Personen, die den Informationsbestand zumindest schon benutzt haben, ist die Zufriedenheit damit **sehr hoch**. Die Zufriedenheit mit den Printmedien ist noch deutlich höher (85%; sehr zufrieden: 58%; eher zufrieden: 27%) als jene mit den E-Medien/digitalen Medien (74%; sehr zufrieden: 34%; eher zufrieden: 40%).

Unterschiede in den Subgruppen

Die Zufriedenheit mit dem Informationsbestand verhält sich in den verschiedenen Akteursgruppen generell recht ähnlich. Mitarbeitende und Studierende der Rechtswissenschaftlichen Fakultät sind mit den E-Medien/digitalen Medien etwas unzufriedener als die Vergleichsgruppen.

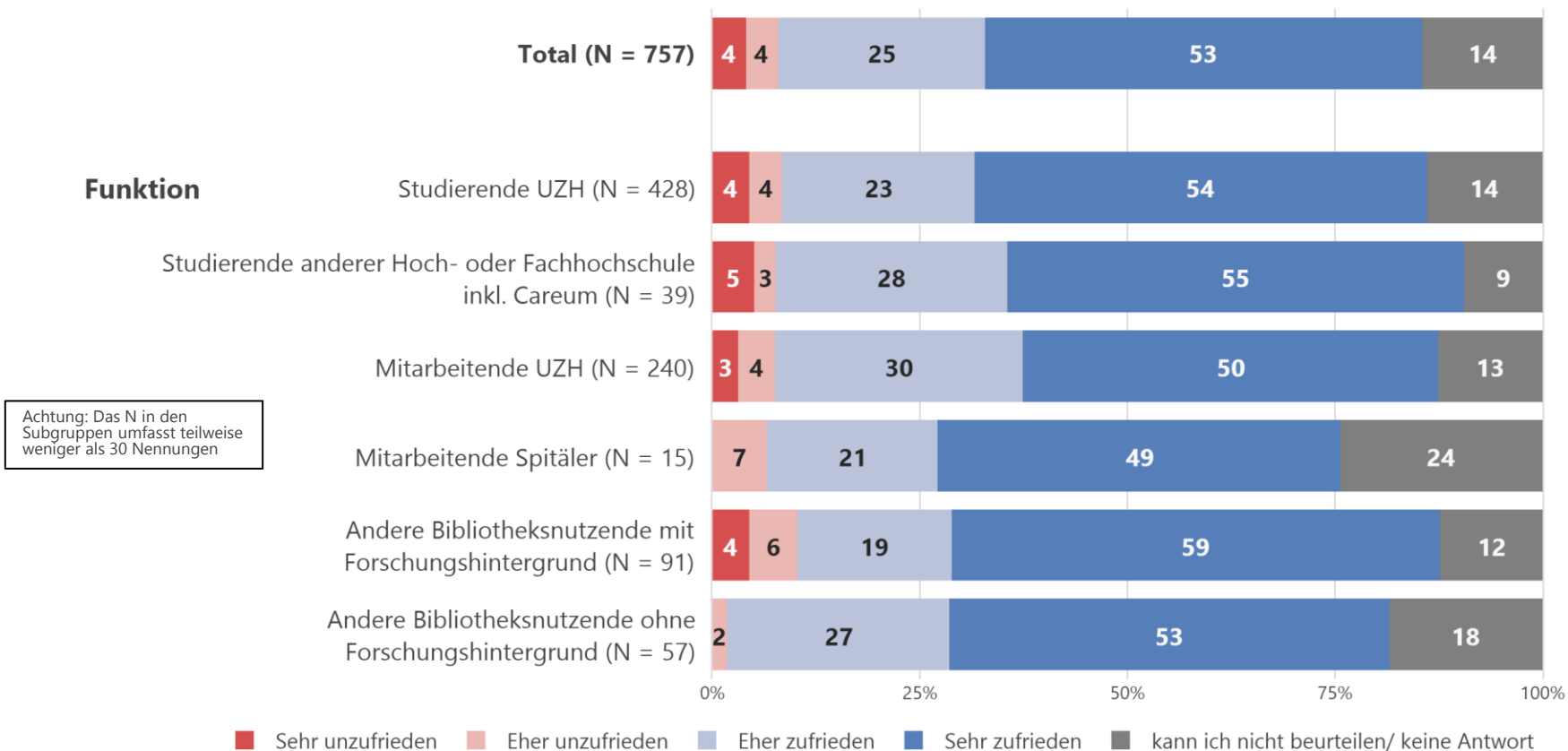
b) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Services?

Filter: Nur abgefragt, falls Angebot schon genutzt («nutze ich mindestens monatlich» oder «nutze ich seltener als monatlich» bei Frage 2A-I angegeben wurde), Angaben in Prozent, N = 303–757



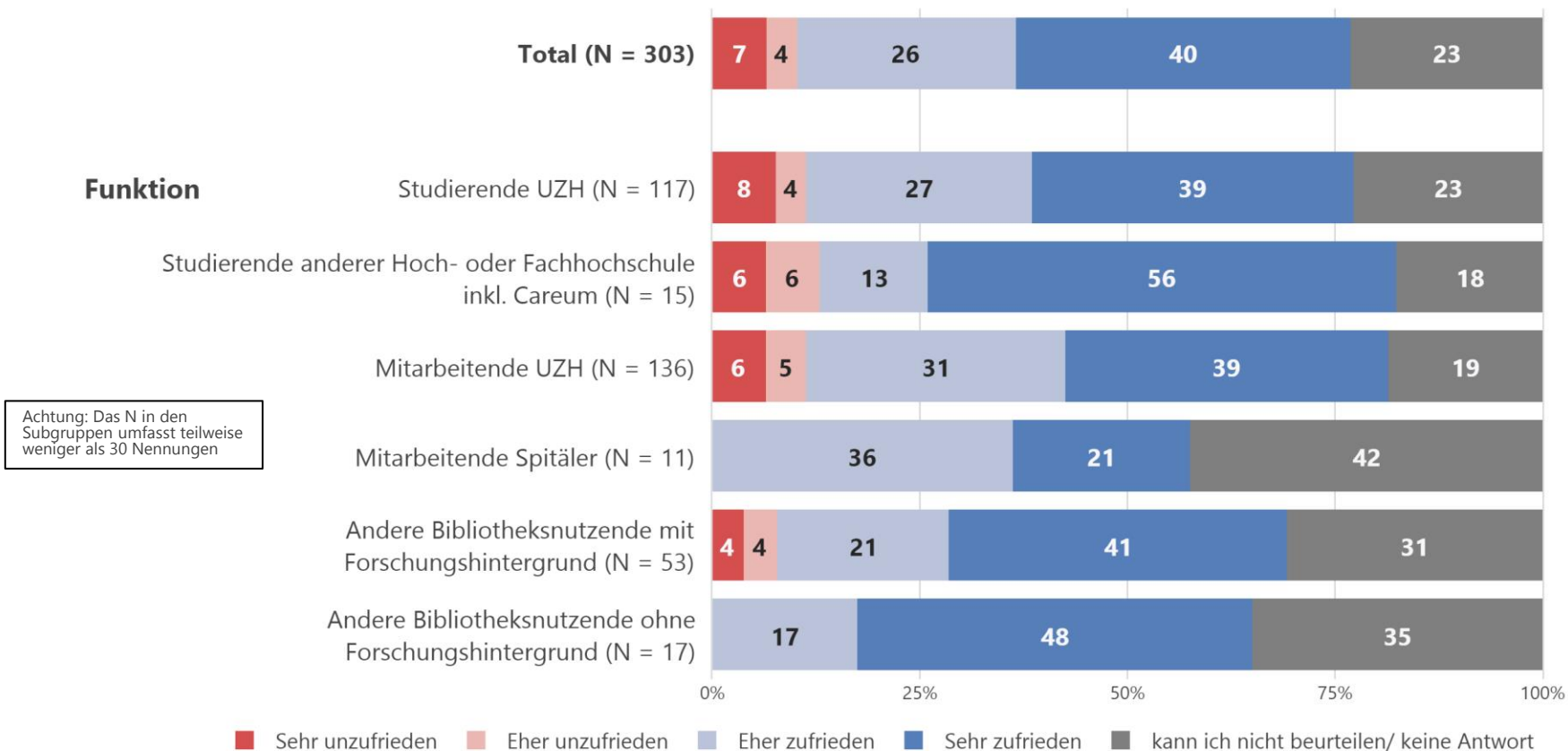
b) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Services? Kurierdienst (Dokumentenausleihe aus der Schweiz)

Angaben in Prozent, N = 757



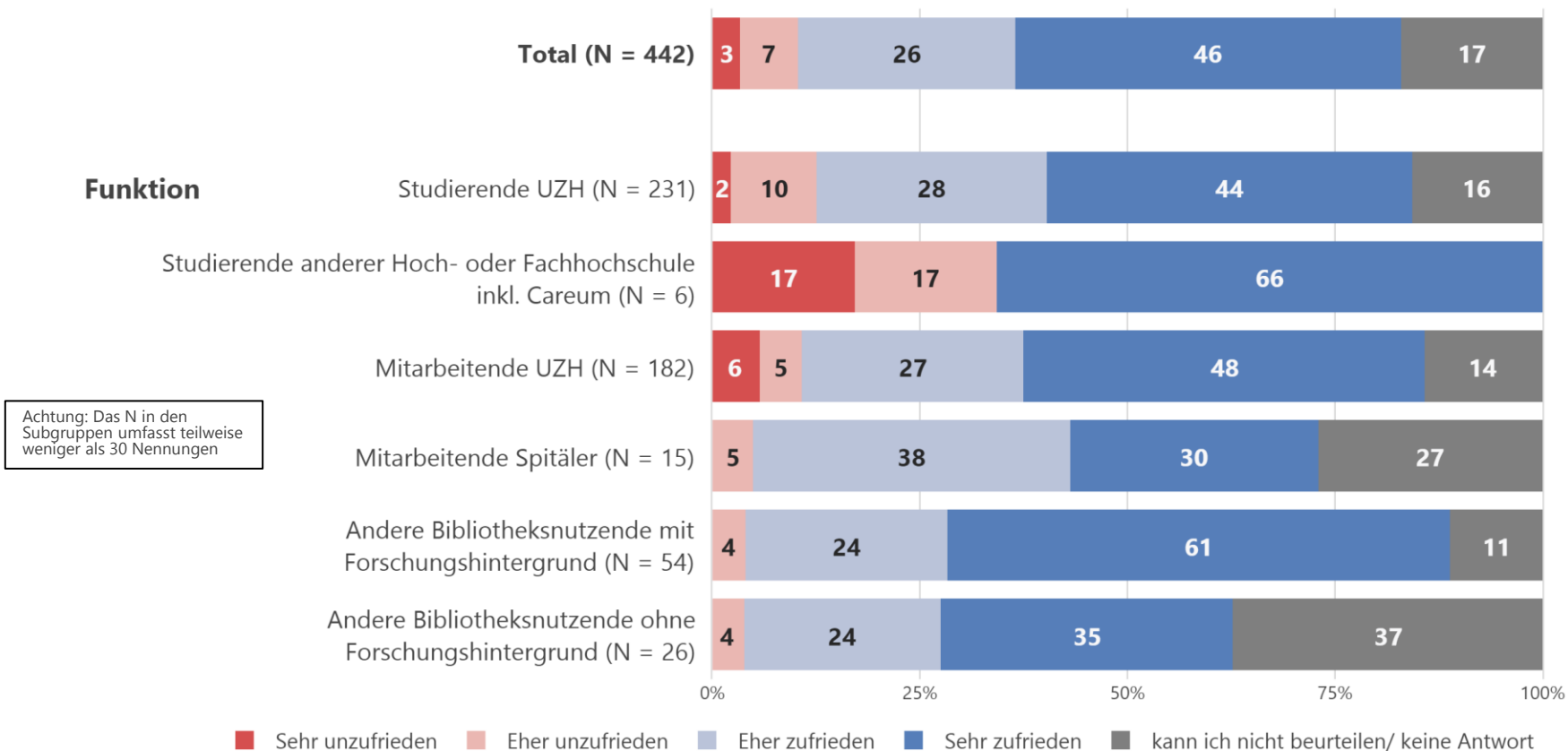
b) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Services? Fernleihe (Dokumentenausleihe aus dem Ausland)

Angaben in Prozent, N = 303



b) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Services? Kopienlieferdienst (auf Papier oder elektronisch)

Angaben in Prozent, N = 442



b) Zufriedenheit mit Kurierdienst, Kopienlieferdienst und Fernleihe

Die Zufriedenheit ist **sehr hoch** bei Personen, die die Services Kurierdienst (78%; sehr zufrieden: 53%; eher zufrieden: 25%), Kopienlieferdienst (72%; sehr zufrieden: 46%; eher zufrieden: 26%) und Fernleihe (66%; sehr zufrieden: 40%; eher zufrieden: 26%) zumindest schon einmal benutzt haben.

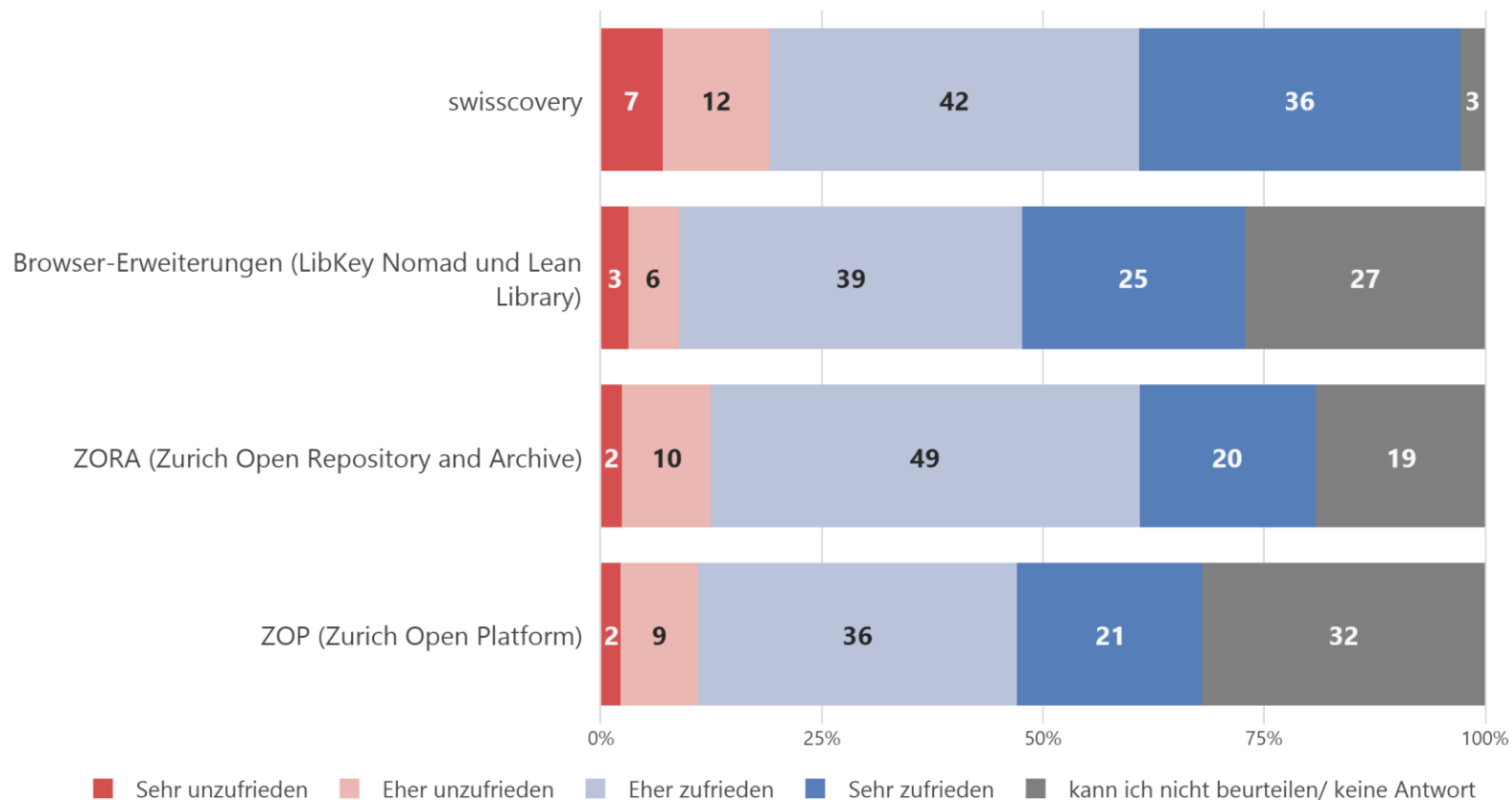
Rund ein Viertel bis ein Siebtel der Befragten fühlen sich ausser Lage eine Beurteilung abzugeben.

Unterschiede in den Subgruppen

In den Subgruppen gibt es betreffend dieser drei Services keine signifikanten Unterschiede.

c) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen?

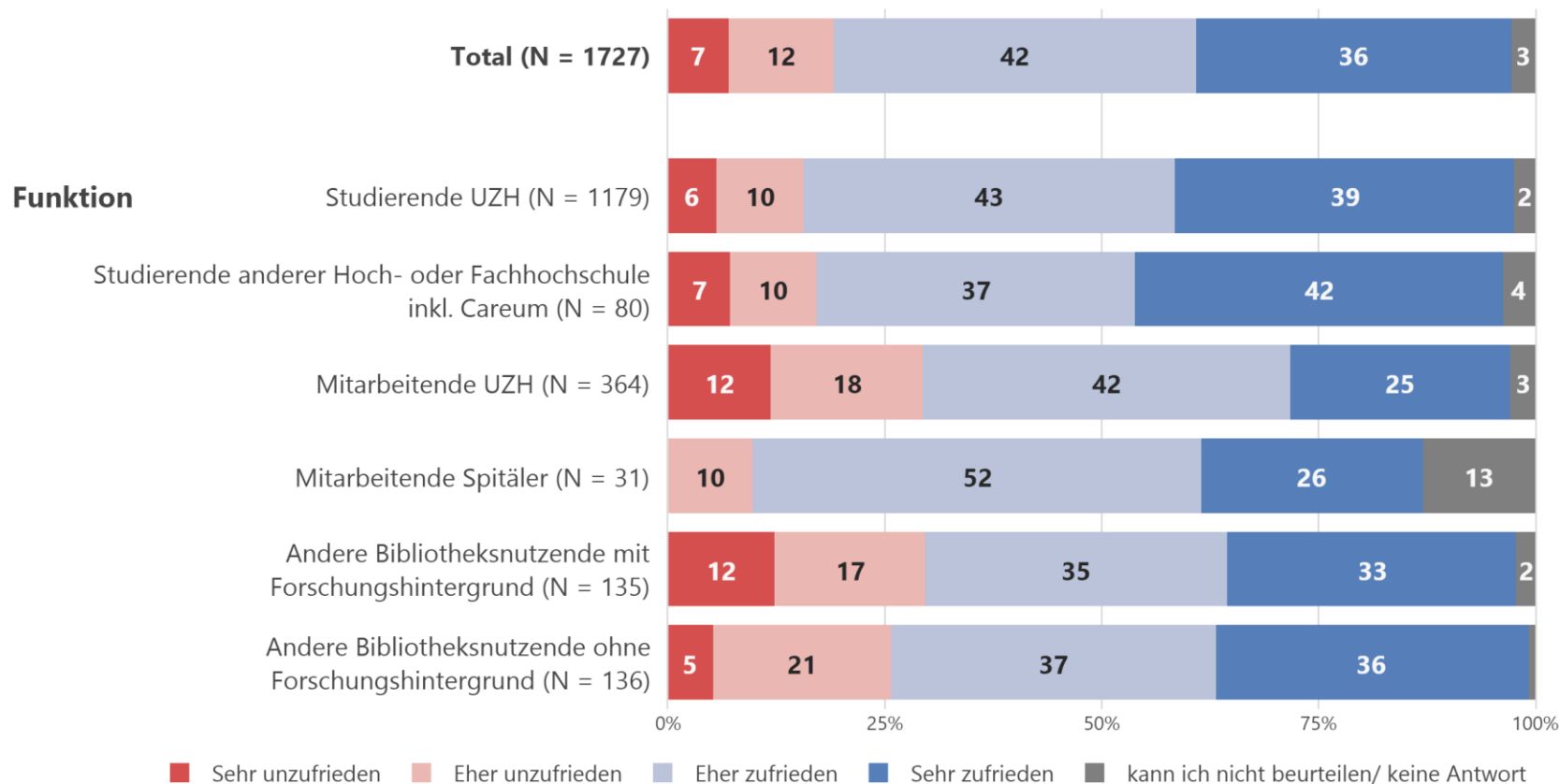
Filter: Nur abgefragt, falls Angebot schon genutzt («nutze ich mindestens monatlich» oder «nutze ich seltener als monatlich» bei Frage 2A-I angegeben wurde), Angaben in Prozent, N = 148–1727



c) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen?

swisscovery

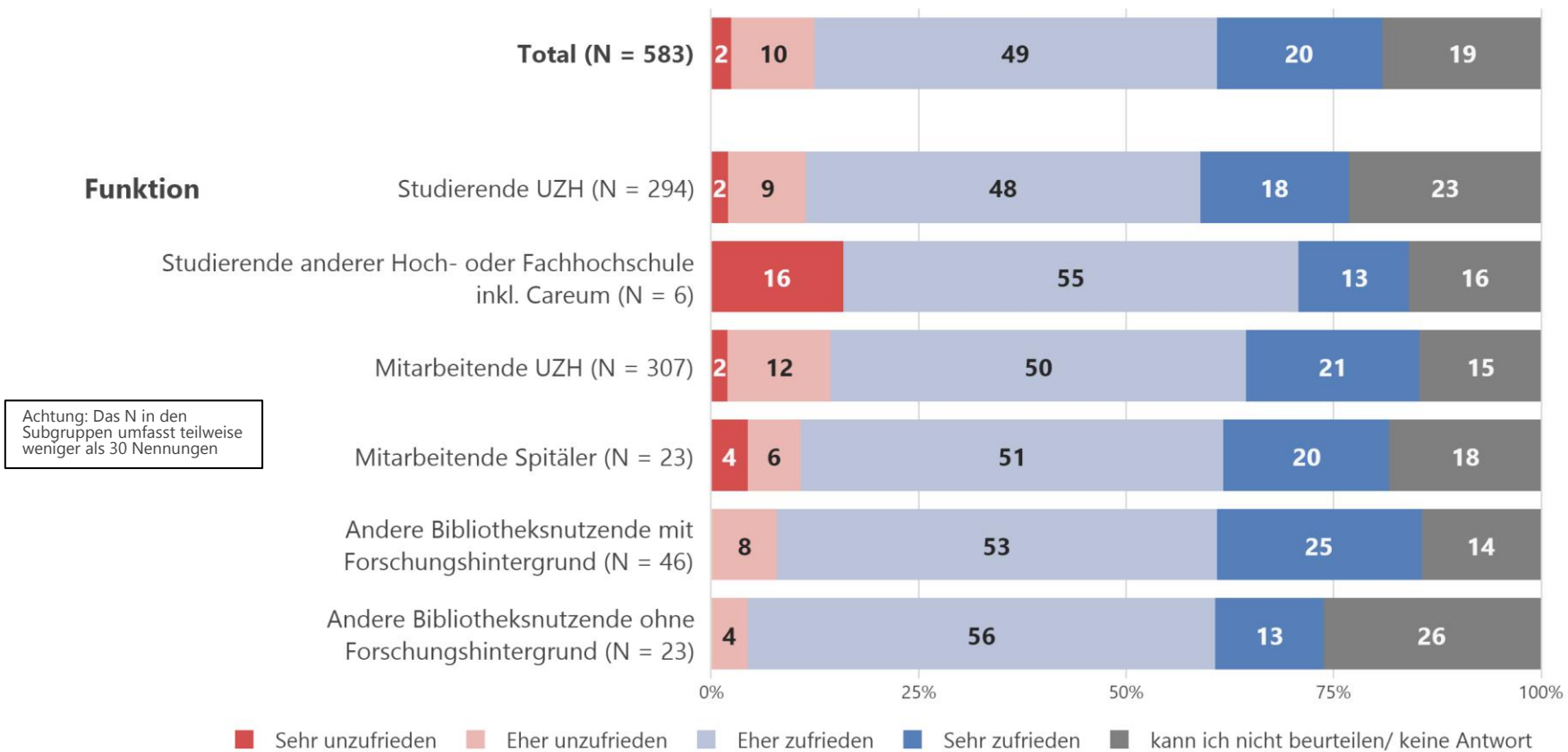
Angaben in Prozent, N = 1727



c) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen?

ZORA (Zurich Open Repository and Archive)

Angaben in Prozent, N = 583



c) Zufriedenheit mit Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen

Bei Personen, welche die Online-Suchmöglichkeiten und Plattformen zumindest schon einmal benutzt haben, ist die Zufriedenheit **relativ hoch**. Die Anteile für eher zufrieden sind aber bei allen vier abgefragten Services grösser als jene für sehr zufrieden: swisscovery (78%; sehr zufrieden: 36%; eher zufrieden: 42%), Browser-Erweiterungen (64%; sehr zufrieden: 25%; eher zufrieden: 39%), ZORA (69%; sehr zufrieden: 20%; eher zufrieden: 49%) und ZOP (57%; sehr zufrieden: 21%; eher zufrieden: 36%).

Bei swisscovery sind 7% sehr unzufrieden und 12% eher unzufrieden. Fast jede fünfte Person (19%), die swisscovery schon genutzt hat, ist demnach unzufrieden mit dem Angebot.

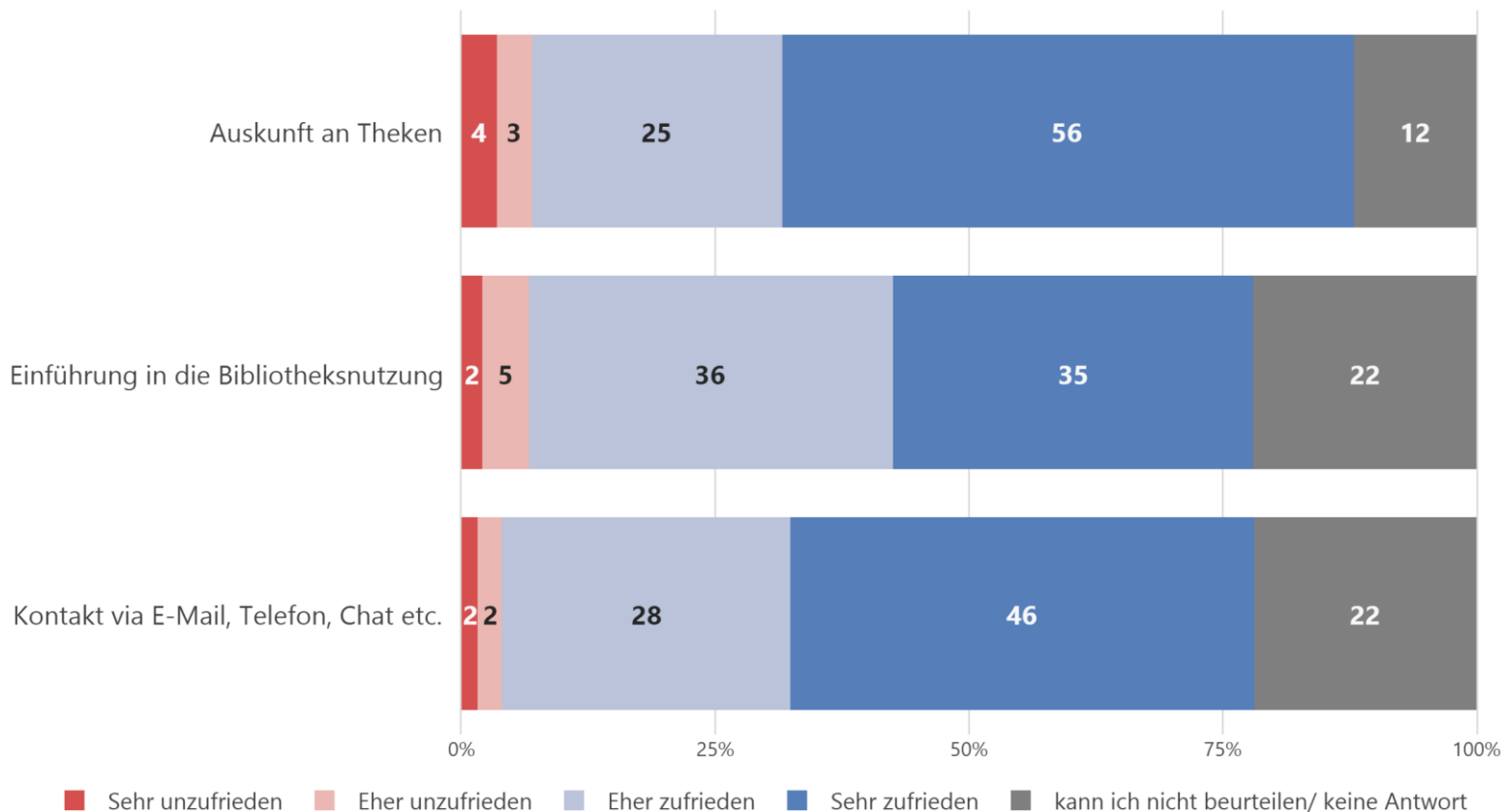
Unterschiede in den Subgruppen

Die UZH-Mitarbeitenden (30%; 12% sehr unzufrieden; 18% eher unzufrieden), die Doktoranden (32%; 13% sehr unzufrieden; 19% eher unzufrieden) und das ZB-Publikum mit Forschungshintergrund (29%; 12% sehr unzufrieden; 17% eher unzufrieden) sind mit swisscovery deutlich unzufriedener als die Vergleichsgruppen.

Da sowohl ZOP (N=184) als auch die Browser-Erweiterungen (N=148) nur von wenigen Personen genutzt werden, konnte die Zufriedenheitsfrage nur wenigen Personen gestellt werden und die Anzahl Antworten pro Subgruppe fallen bei diesen beiden Services teilweise deutlich unter 30 Nennungen. Aus diesem Grund wird hier auf eine Darstellung nach Subgruppen verzichtet.

d) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Informationsangeboten während der Servicezeit?

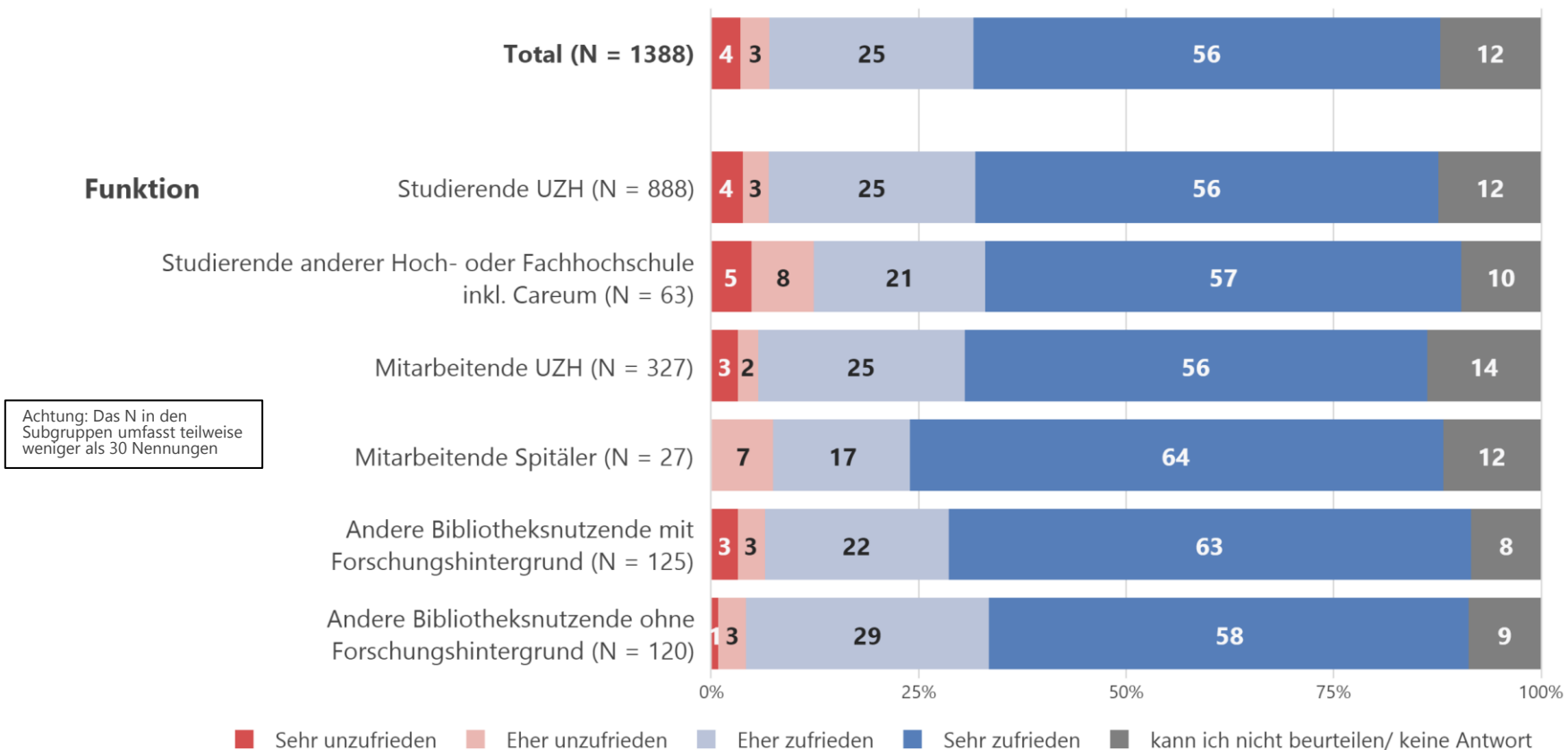
Filter: Nur abgefragt, falls Angebot schon genutzt («nutze ich mindestens monatlich» oder «nutze ich seltener als monatlich» bei Frage 2A-I angegeben wurde), Angaben in Prozent, N = 659–1388



d) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Informationsangeboten während der Servicezeit?

Auskunft an Theken

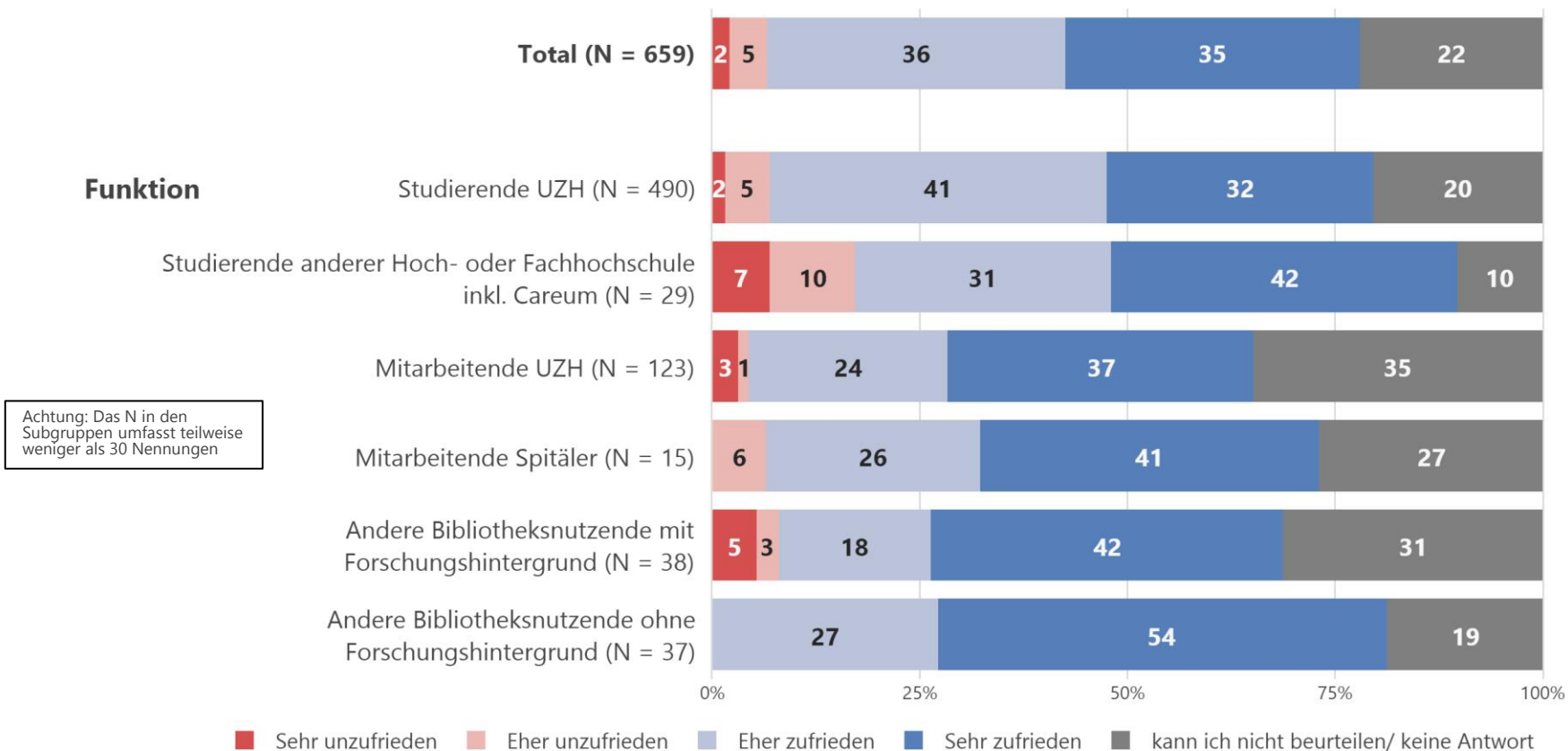
Angaben in Prozent, N = 1388



d) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Informationsangeboten während der Servicezeit?

Einführung in die Bibliotheksnutzung

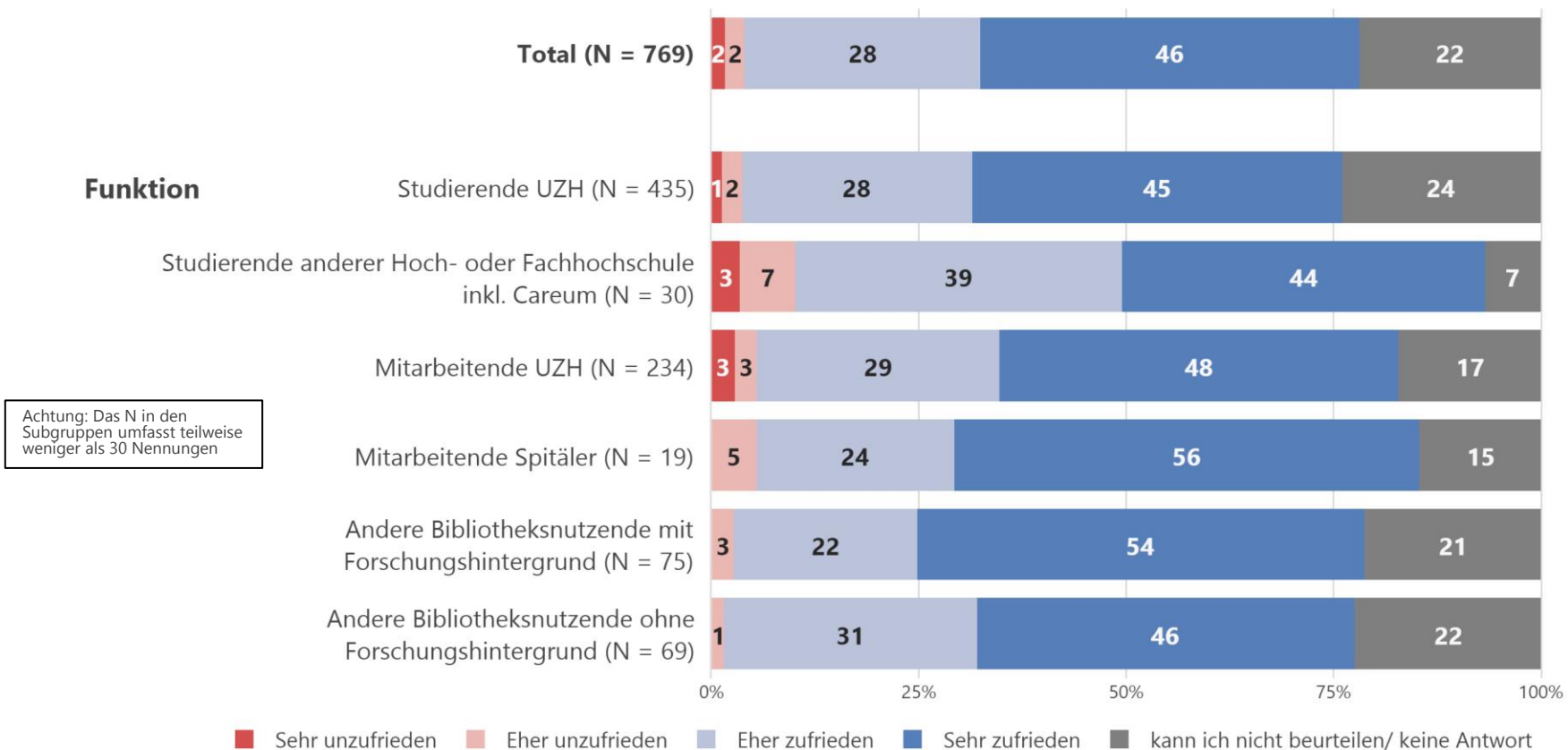
Angaben in Prozent, N = 659



d) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Informationsangeboten während der Servicezeit?

Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat etc.

Angaben in Prozent, N = 769



d) Zufriedenheit mit Informationsangeboten während der Servicezeit

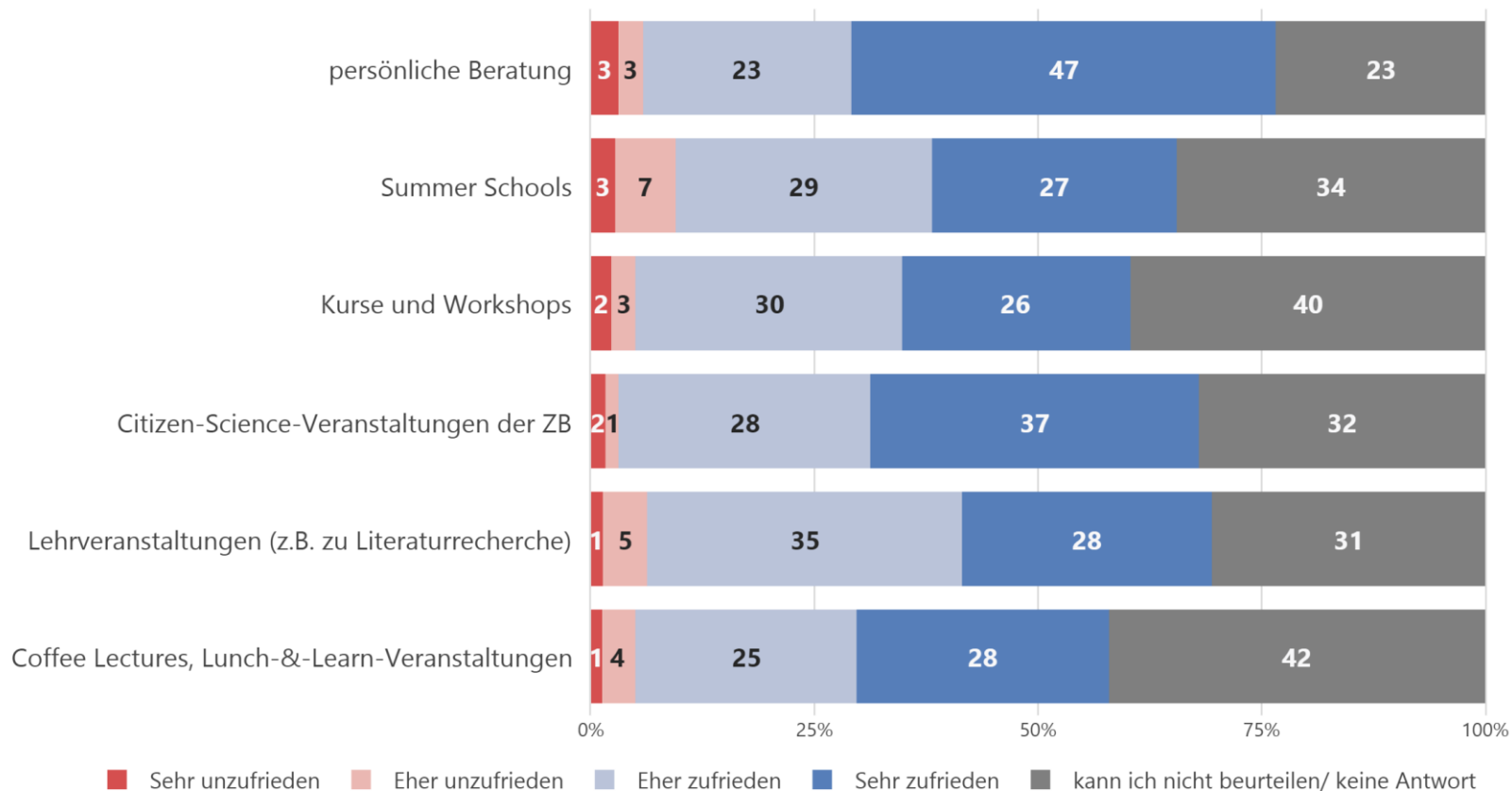
Bei Personen, die Informationsangebote während der Servicezeit zumindest schon einmal benutzt haben, ist die Zufriedenheit **hoch** bis **sehr hoch**. Bei der Auskunft an Theken und auch beim Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat etc. sind die Anteile für sehr zufrieden klar grösser als jene für eher zufrieden: Auskunft an Theken (81%; sehr zufrieden: 56%; eher zufrieden: 25%), Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat etc. (74%; sehr zufrieden: 46%; eher zufrieden: 28%). Bei der Einführung in die Bibliotheksnutzung sind diese Anteile für sehr und eher zufrieden ausgeglichen, die Zufriedenheit insofern leicht tiefer, aber noch immer auf hohem Niveau (71%; sehr zufrieden: 35%; eher zufrieden: 36%).

Unterschiede in den Subgruppen

Mit der Auskunft an Theken sind Professor:innen unzufriedener als die Vergleichsgruppen.

e) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angeboten?

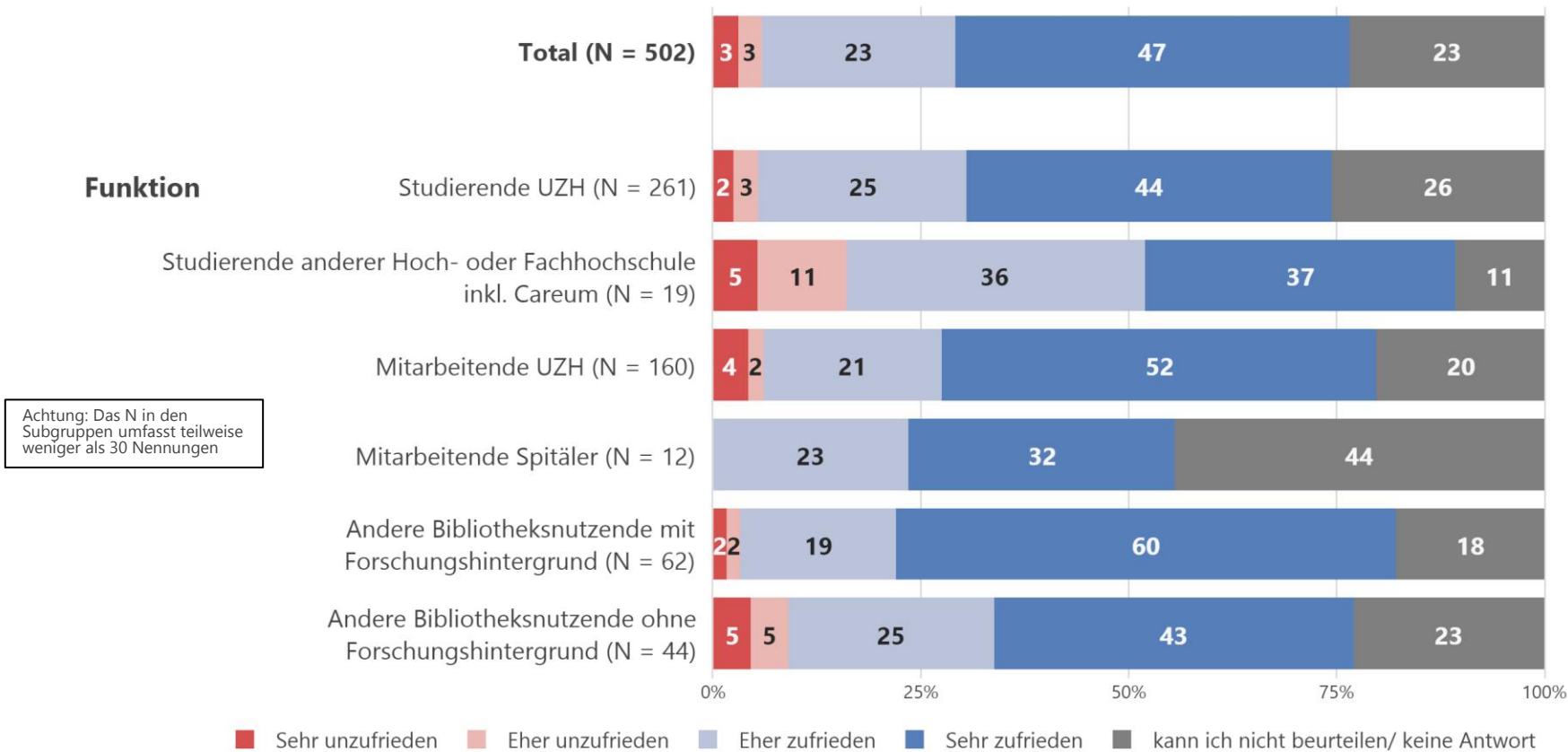
Filter: Nur abgefragt, falls Angebot schon genutzt («nutze ich mindestens monatlich» oder «nutze ich seltener als monatlich» bei Frage 2A-I angegeben wurde), Angaben in Prozent, N = 42–512



e) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angeboten?

Persönliche Beratung

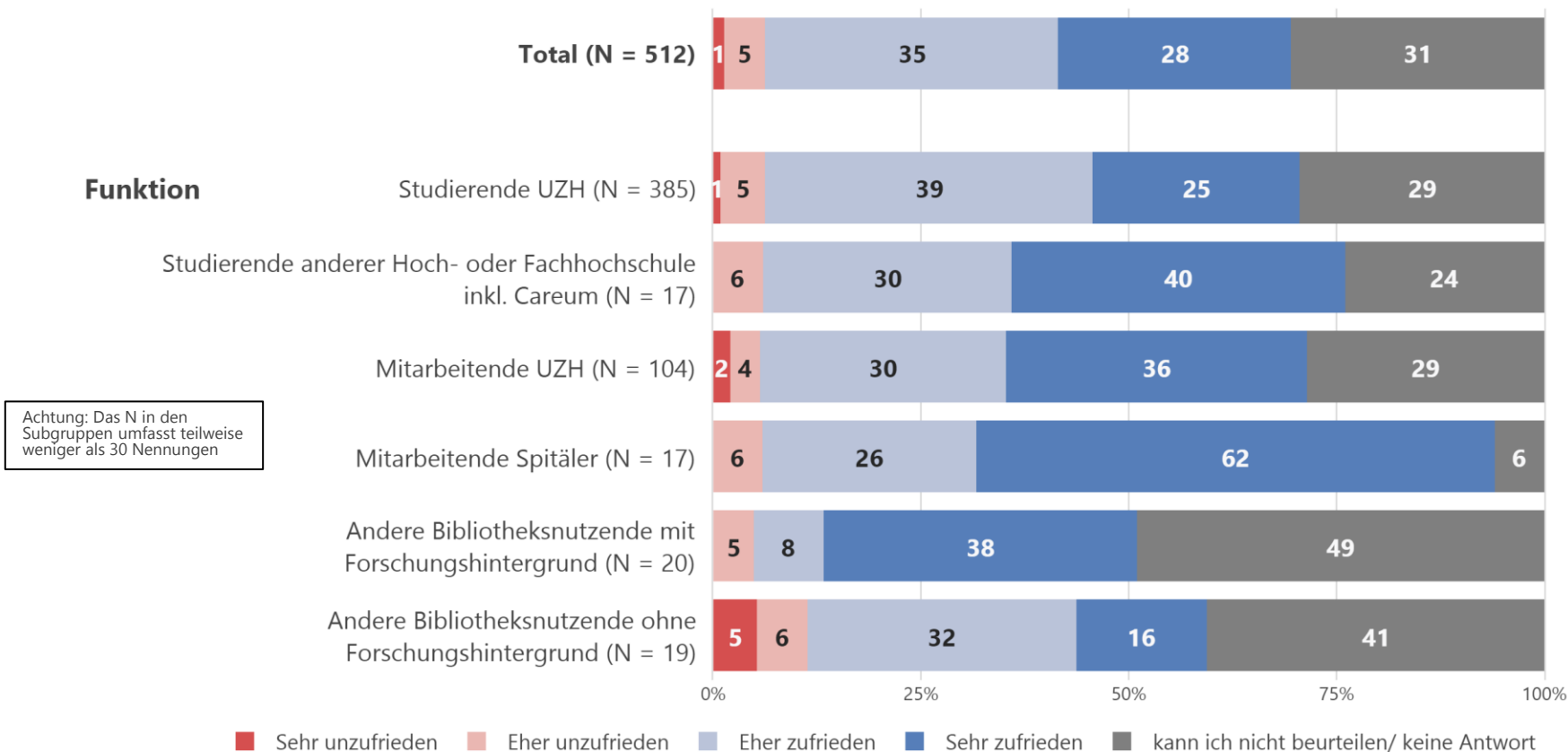
Angaben in Prozent, N = 502



e) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angeboten?

Lehrveranstaltungen (z.B. zu Literaturrecherche)

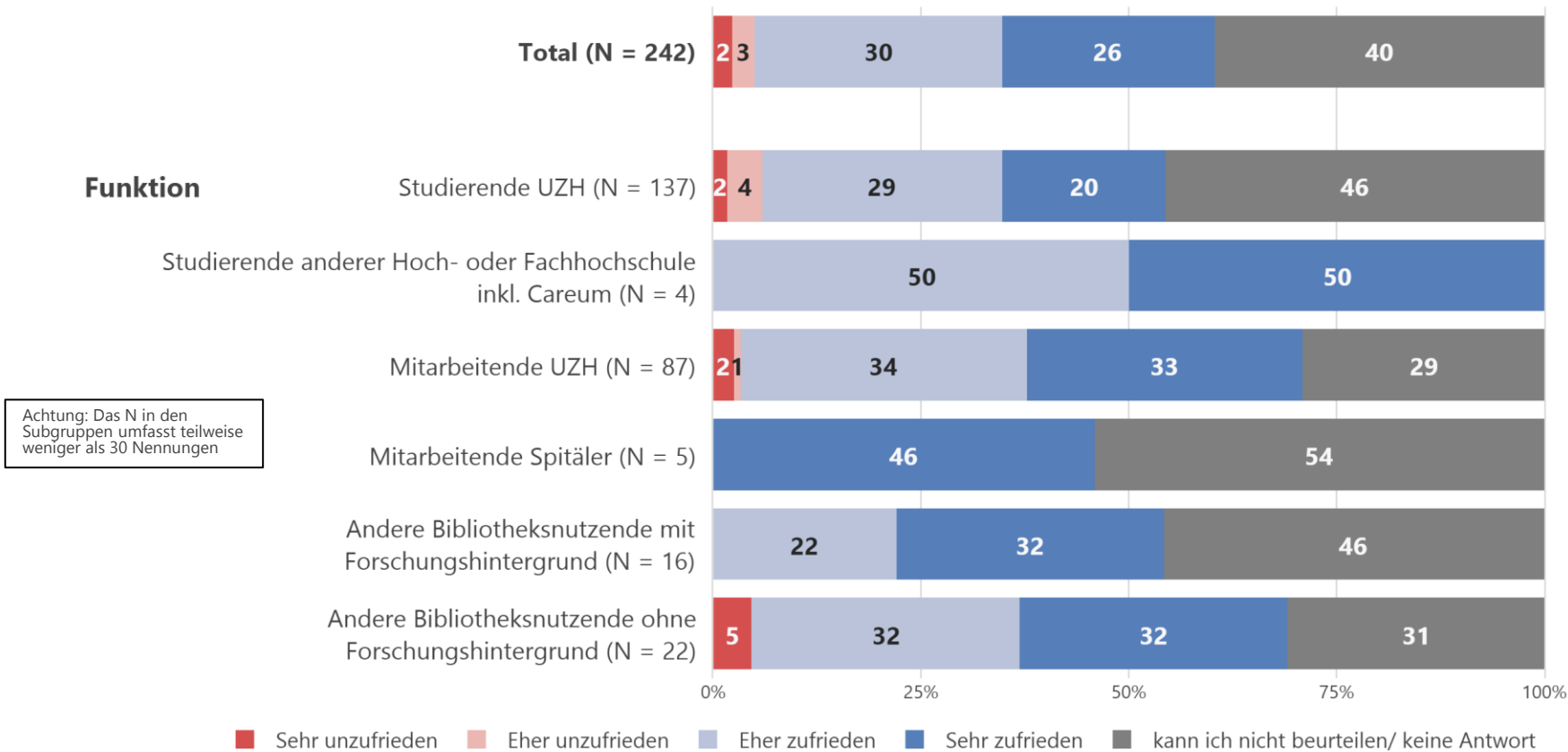
Angaben in Prozent, N = 512



e) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Beratungs- und Kurs- und weiteren Angeboten?

Kurse und Workshops

Angaben in Prozent, N = 242



e) Zufriedenheit mit Beratungs- und Kurs- und weiteren Angeboten

Bei Personen, die Beratungs- und Kurs- und weitere Angebote zumindest schon einmal in Anspruch genommen haben, ist die Zufriedenheit **hoch** bis **sehr hoch**. Bei der persönlichen Beratung und auch bei Citizen-Science-Veranstaltungen der ZB sind die Anteile für sehr zufrieden klar grösser als jene für eher zufrieden: persönliche Beratung (70%; sehr zufrieden: 47%; eher zufrieden: 23%), Citizen-Science-Veranstaltungen der ZB (65%; sehr zufrieden: 37%; eher zufrieden: 28%).

10% sind mit den Summer Schools nicht zufrieden (10%; sehr unzufrieden: 3%; eher unzufrieden: 7%).

Ganz allgemein sind die Anteile für kann ich nicht beurteilen (zwischen 31–42%) ausser bei der persönlichen Beratung (23%) recht gross.

Unterschiede in den Subgruppen

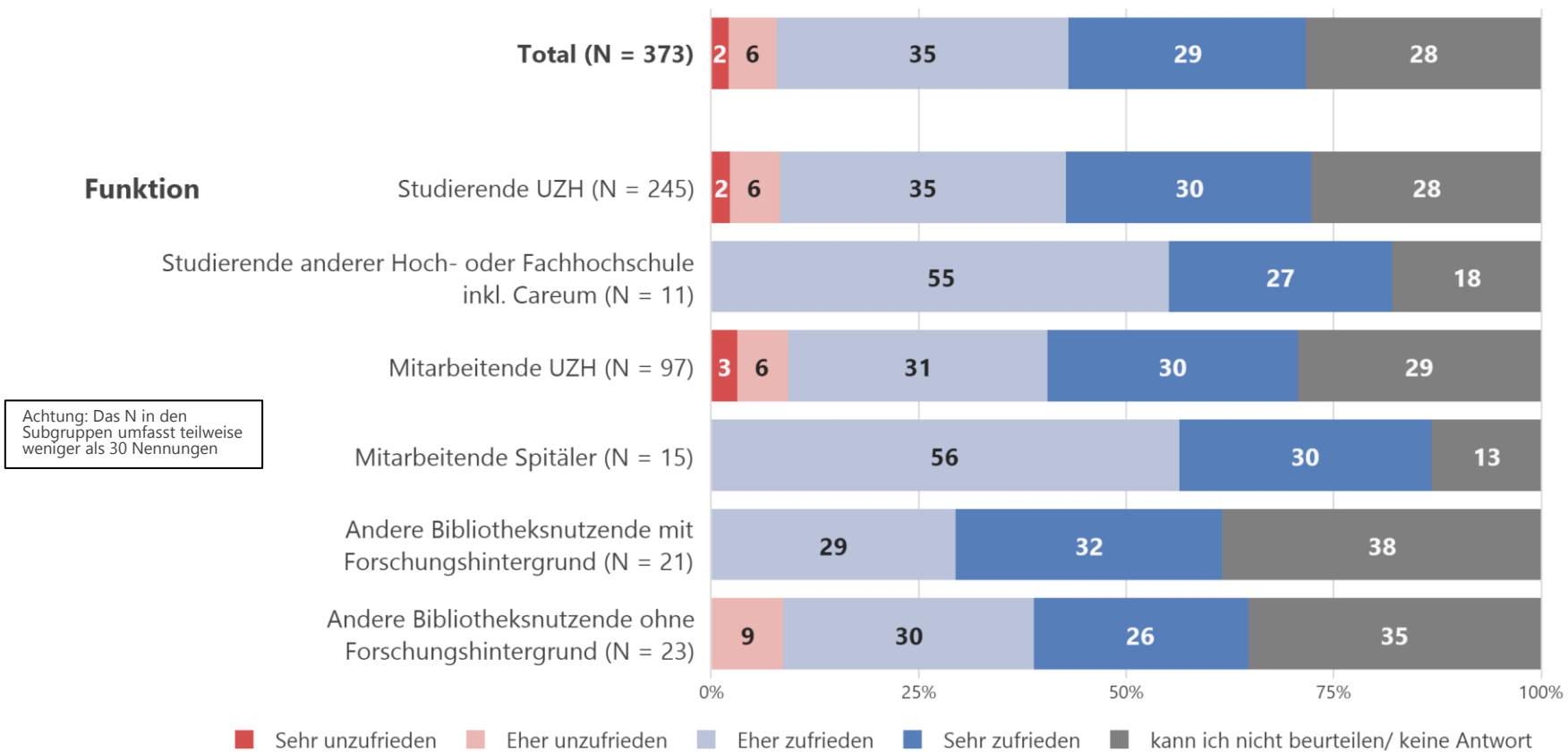
Mit den Lehrveranstaltungen (z.B. zu Literaturrecherche) sind die Mitarbeitenden der Spitäler zufriedener als die Vergleichsgruppen. Die Fallzahlen sind aber gering.

Da Summer Schools (N=42), Citizen-Science-Veranstaltungen der ZB (N=70) und Coffee Lectures, Lunch-&-Learn-Veranstaltungen (N=149) nur von wenigen Personen genutzt werden, konnte die Zufriedenheitsfrage nur wenigen Personen gestellt werden und die Anzahl Antworten pro Subgruppe sind teilweise deutlich unter 30 Nennungen. Aus diesem Grund wird bei den oben genannten drei Angeboten auf eine Visualisierung nach Subgruppen verzichtet.

f) Wie zufrieden sind Sie mit folgendem Angebot der Auftragsrecherche?

Datenbanksuche im Auftrag

Angaben in Prozent, N = 373



f) Zufriedenheit mit der Datenbanksuche im Auftrag

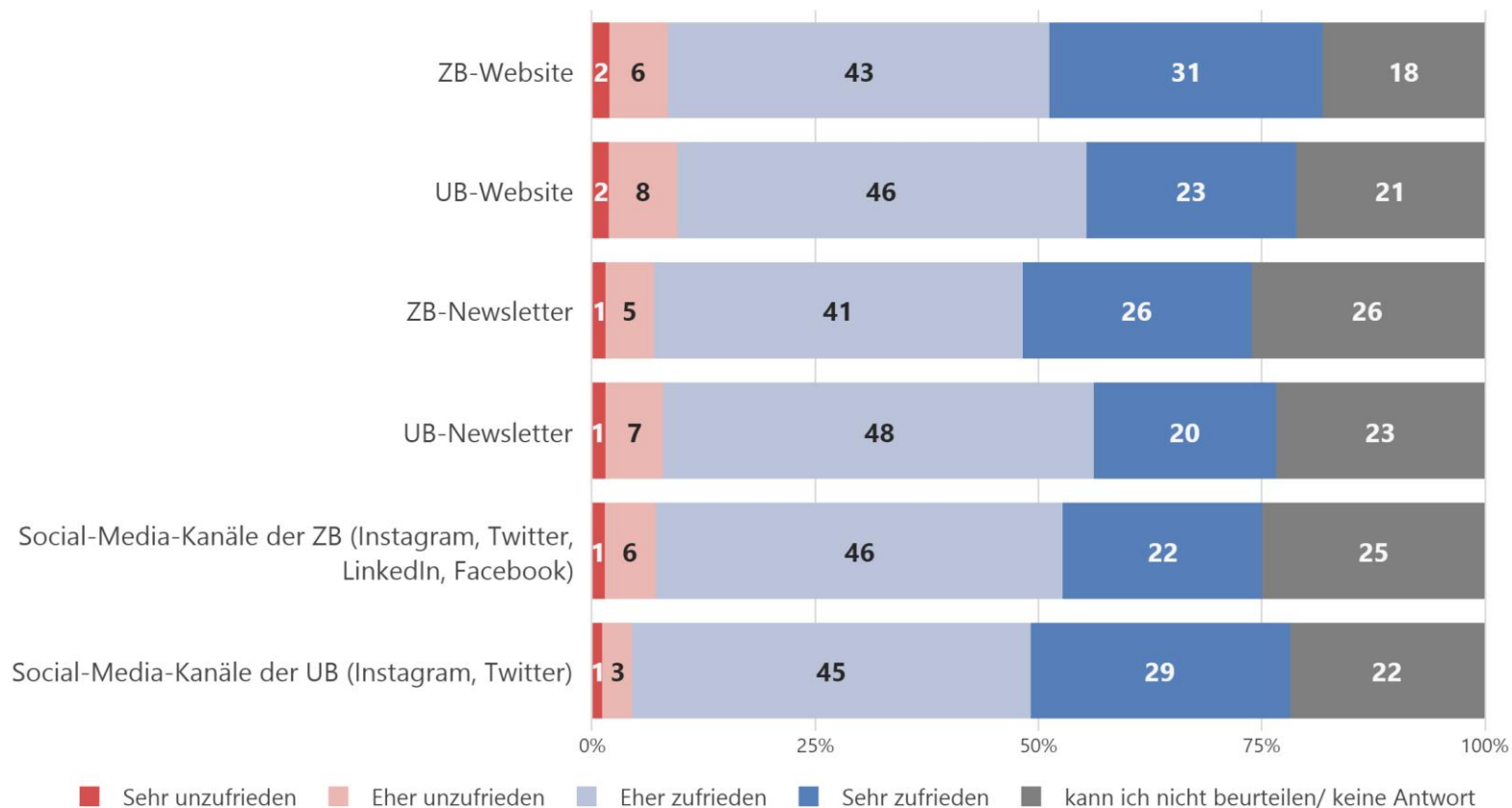
Bei Personen, die eine Datenbanksuche im Auftrag zumindest schon benutzt haben, ist die Zufriedenheit **relativ hoch** (64%; sehr zufrieden: 29%; eher zufrieden: 35%). Eine Minderheit ist nicht zufrieden (8%; sehr unzufrieden: 2%; eher unzufrieden: 6%). Das restliche Viertel kann die Frage nicht beurteilen (28%).

Unterschiede in den Subgruppen

In den Subgruppen gibt es betreffend Datenbanksuche im Auftrag keine signifikanten Unterschiede.

g) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden elektronischen Informationskanälen?

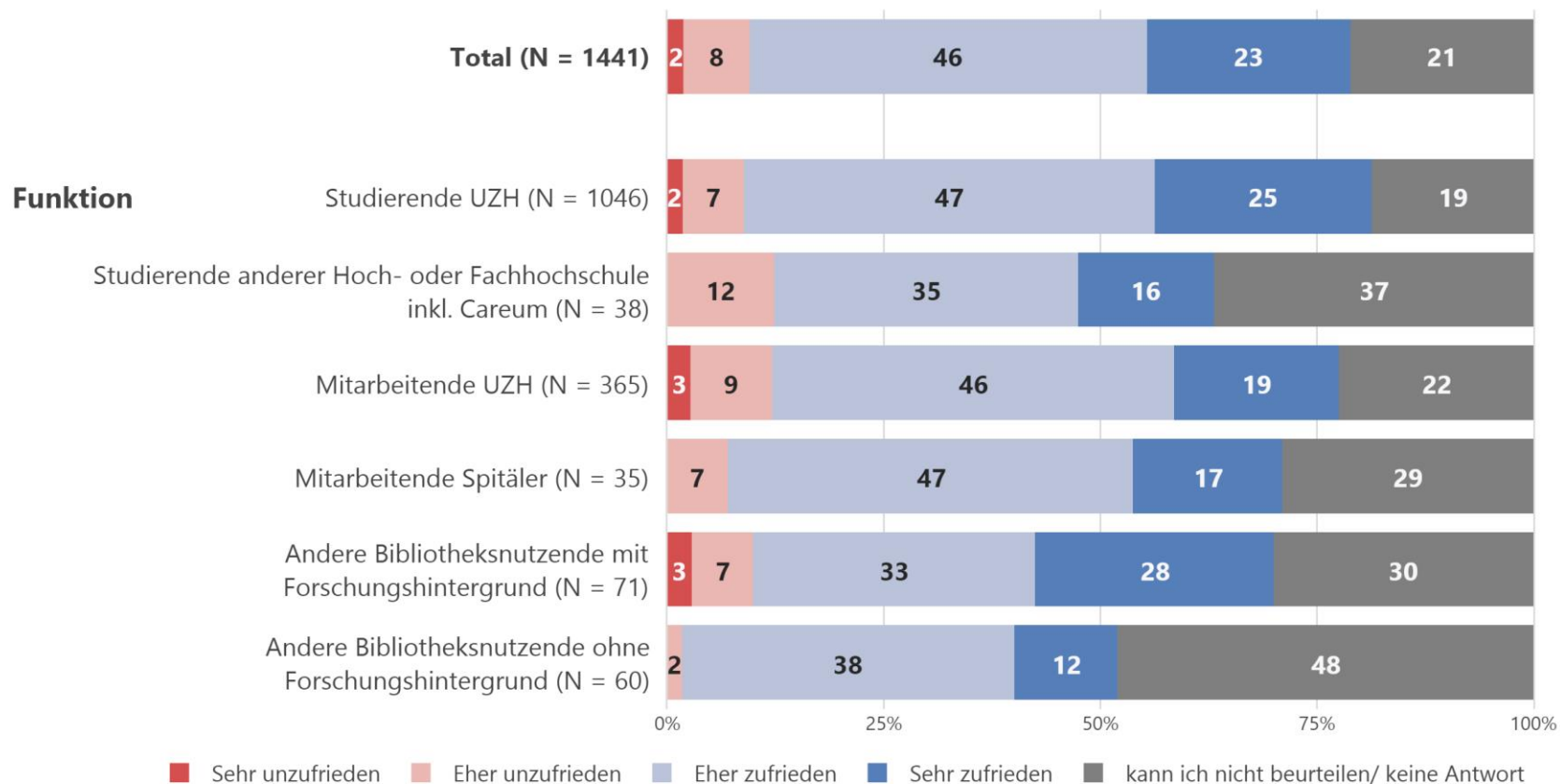
Filter: Nur abgefragt, falls Angebot schon genutzt («nutze ich mindestens monatlich» oder «nutze ich seltener als monatlich» bei Frage 2A-I angegeben wurde), Angaben in Prozent, N = 194-1610



g) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden elektronischen Informationskanälen?

UB-Website

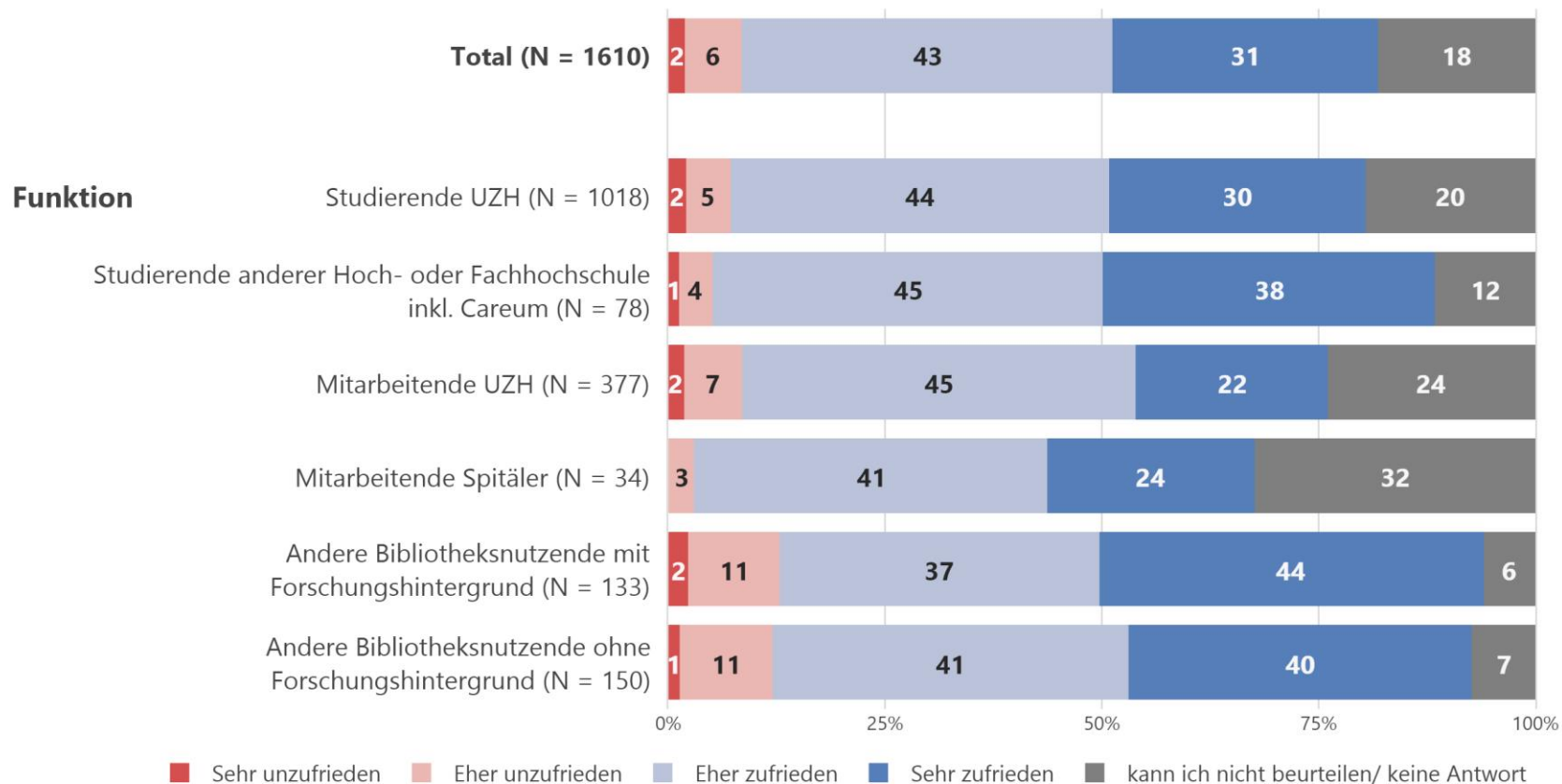
Angaben in Prozent, N = 1441



g) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden elektronischen Informationskanälen?

ZB-Website

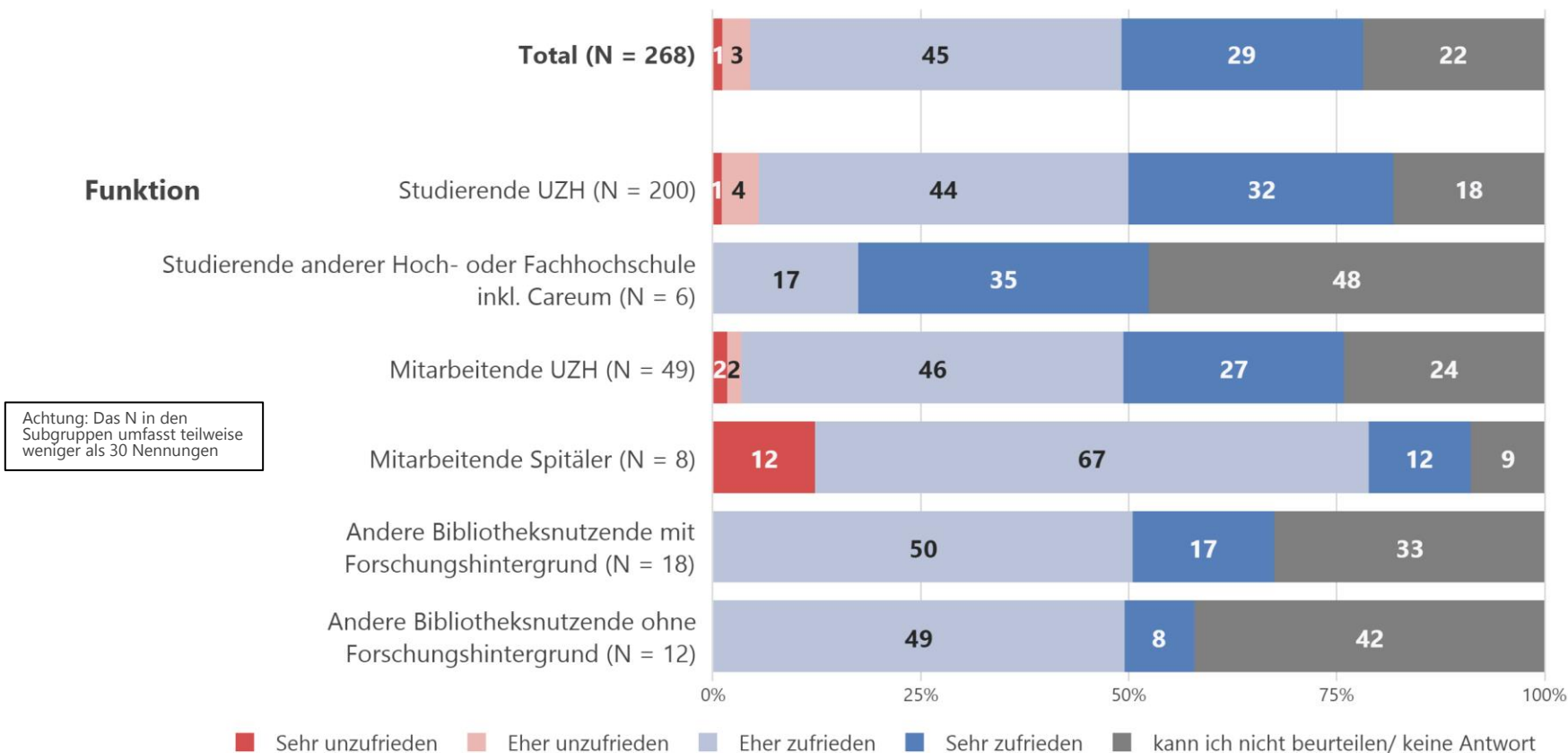
Angaben in Prozent, N = 1610



g) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden elektronischen Informationskanälen?

Social-Media-Kanäle der UB (Instagram, Twitter)

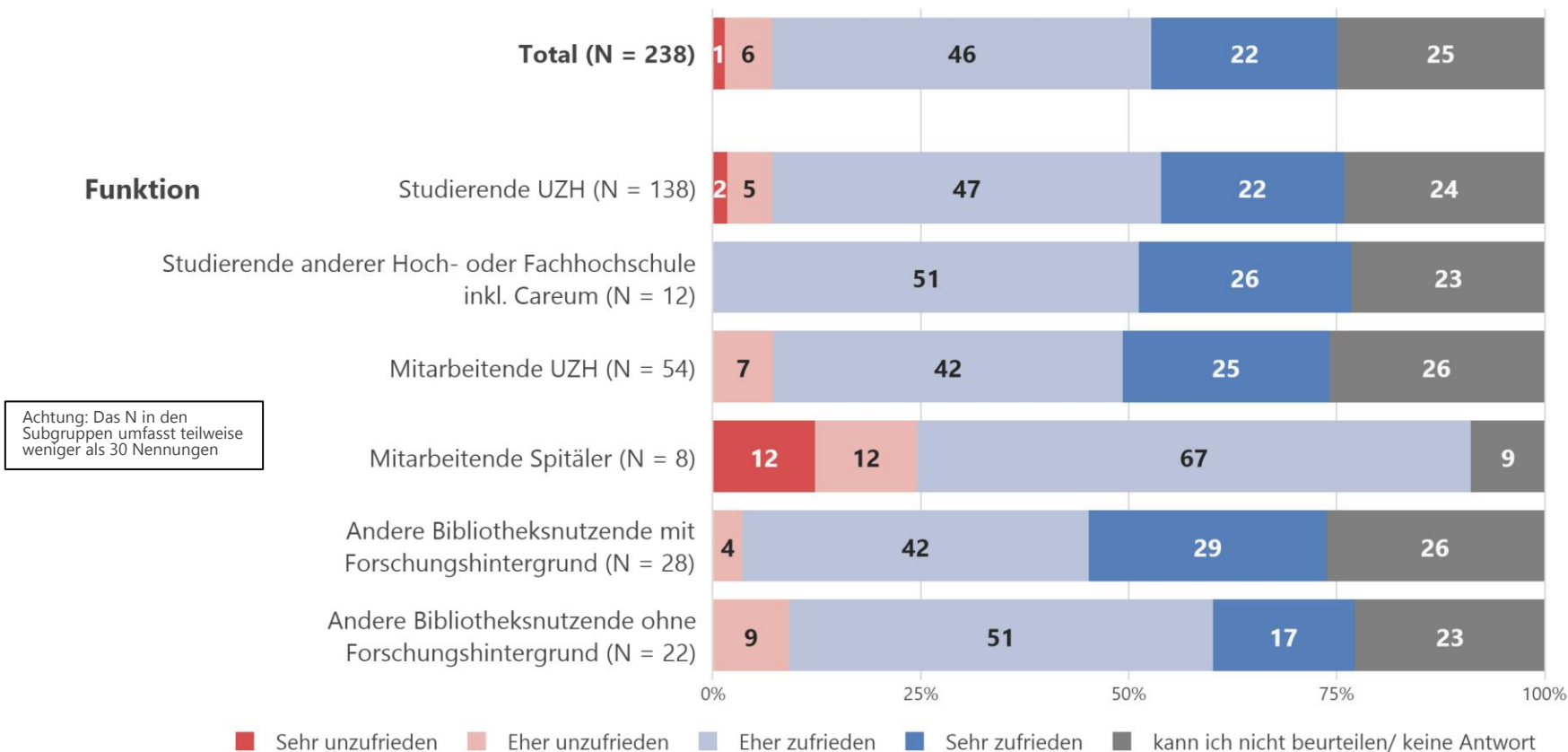
Angaben in Prozent, N = 268



g) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden elektronischen Informationskanälen?

Social-Media-Kanäle der ZB (Instagram, Twitter, LinkedIn, Facebook)

Angaben in Prozent, N = 238



g) Zufriedenheit mit elektronischen Informationskanälen

Bei Personen, die elektronische Informationskanäle zumindest schon einmal benutzt haben, ist die Zufriedenheit **relativ hoch**. Bei allen diesen Kanälen sind die Anteile für eher zufrieden grösser als jene für sehr zufrieden. Die Zufriedenheitswerte variieren bei allen elektronischen Informationskanälen zwischen 67% und 74%.

Die Unzufriedenheit schwankt je nach Informationskanal zwischen 4% und 10%. Am höchsten ist die Unzufriedenheit bei der UB-Website (10%), jedoch auf tiefem Niveau.

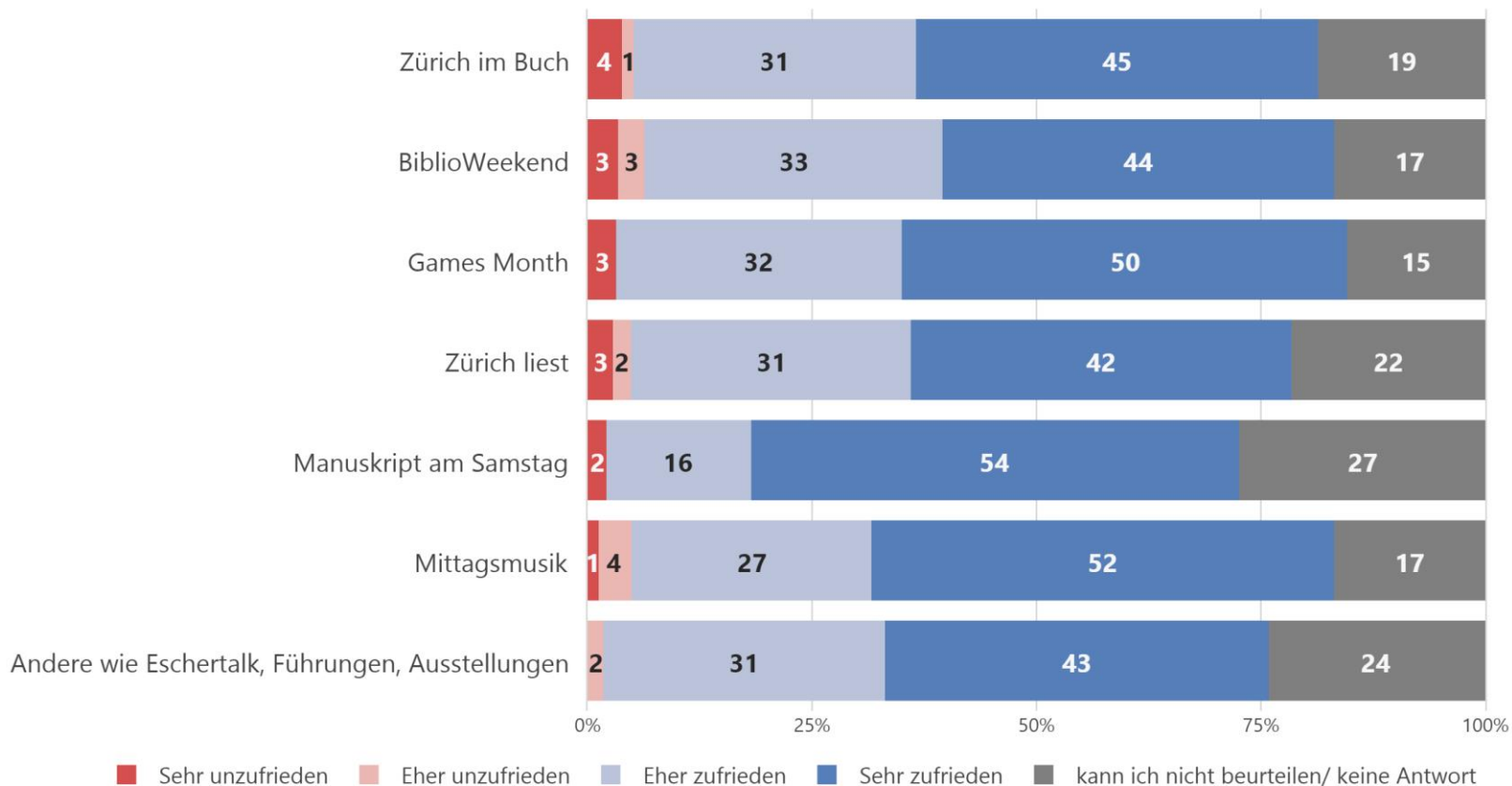
Unterschiede in den Subgruppen

Betreffend der ZB-Website sind die Studierenden der UZH und anderer Hoch- oder Fachhochschulen sowie das ZB-Publikum zufriedener als etwa die UZH-Mitarbeitenden oder die Mitarbeitenden der Spitäler.

Da der ZB-Newsletter (N=194) und der UB-Newsletter (N=282) nur von wenigen Personen genutzt werden und die Anzahl Antworten pro Subgruppe teilweise deutlich unter 30 Nennungen sind, wird bei den Newslettern auf eine Darstellung nach Subgruppen verzichtet.

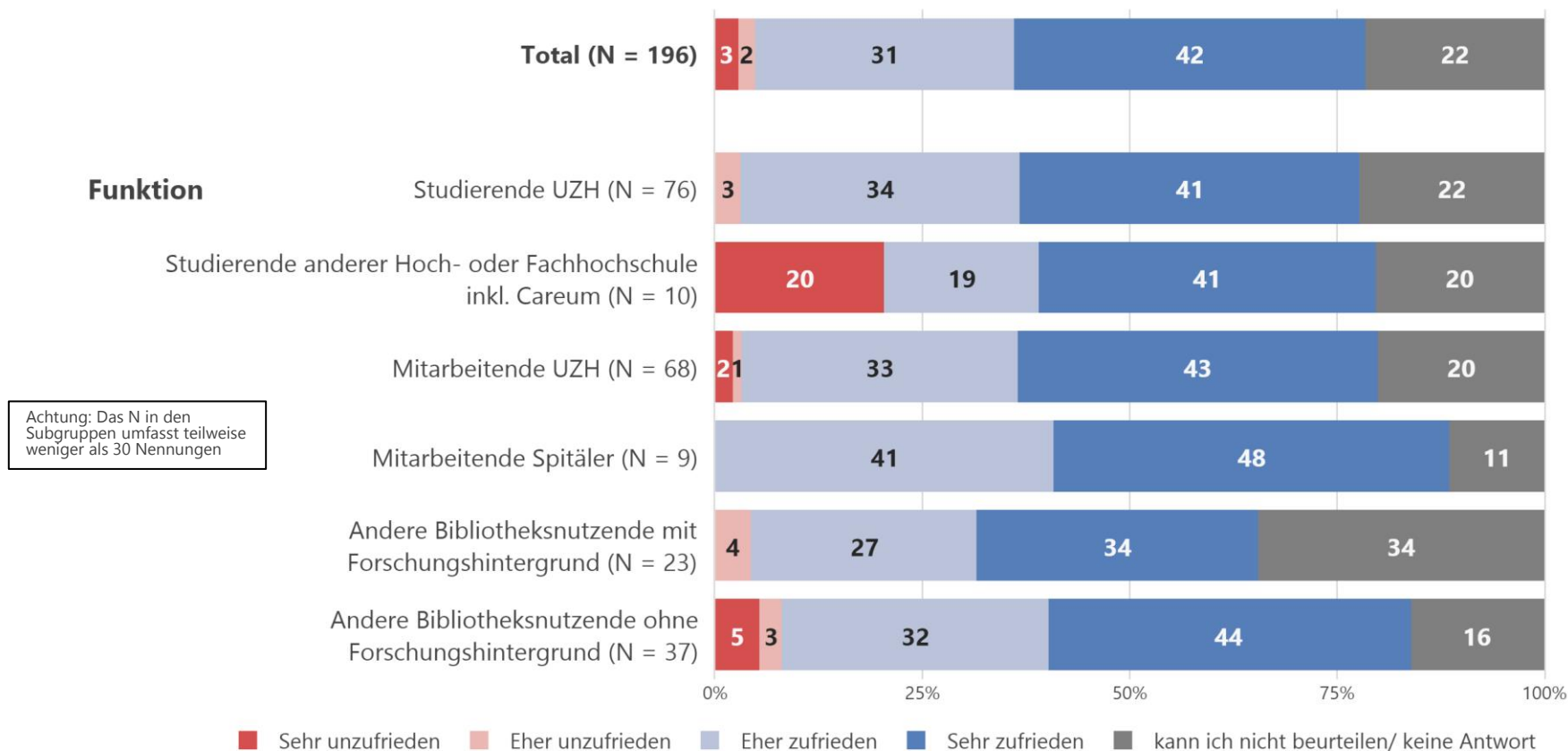
h) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Publikumsveranstaltungen?

Filter: Nur abgefragt, falls Angebot schon genutzt («nutze ich mindestens monatlich» oder «nutze ich seltener als monatlich» bei Frage 2A-I angegeben wurde), Angaben in Prozent, N = 32–196



h) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Publikumsveranstaltungen? Zürich liest

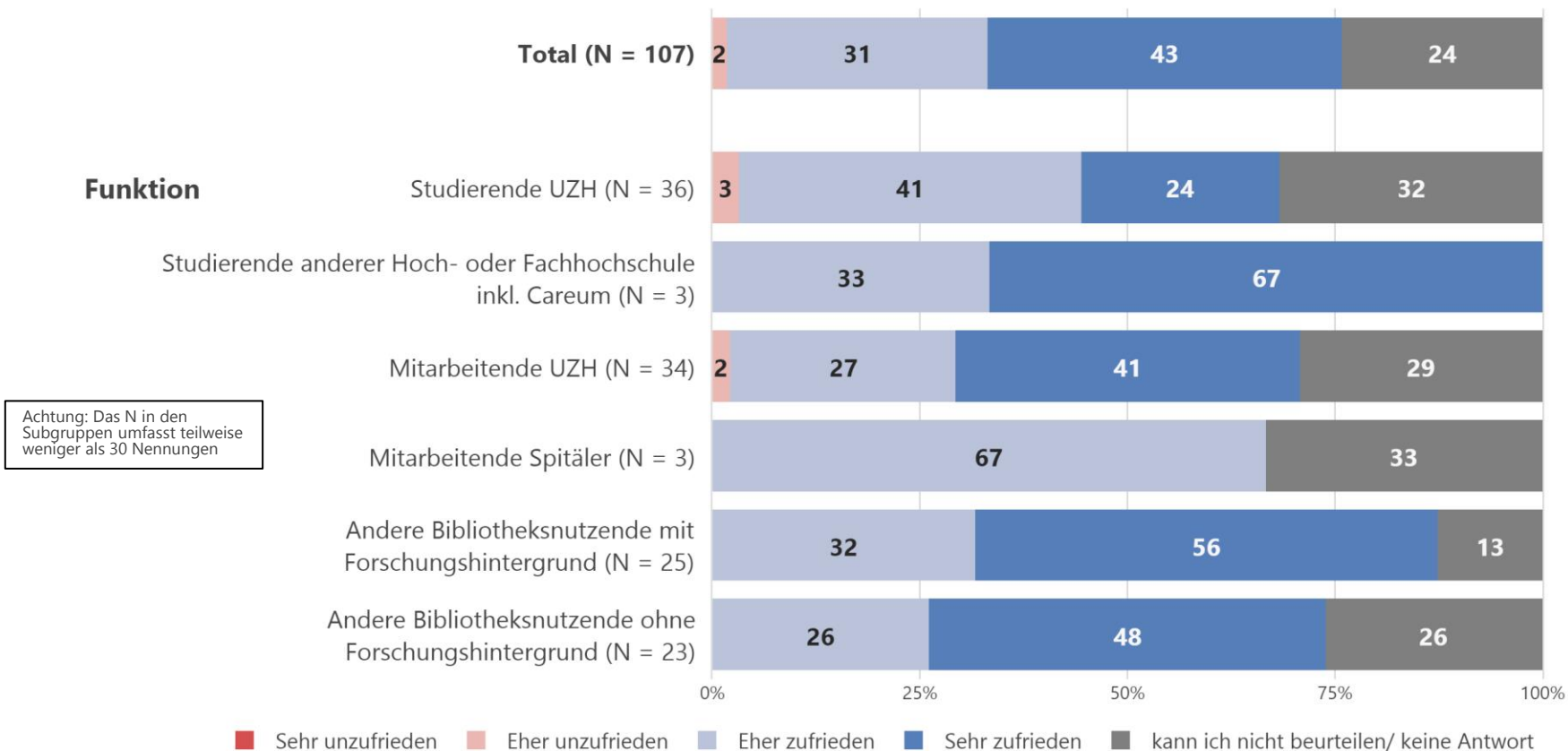
Angaben in Prozent, N = 196



h) Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Publikumsveranstaltungen?

Andere wie Eschertalk, Führungen, Ausstellungen

Angaben in Prozent, N = 107



h) Zufriedenheit mit Publikumsveranstaltungen

Bei Personen, die Publikumsveranstaltungen zumindest schon einmal besucht haben, ist die Zufriedenheit **äusserst hoch**. Bei allen Publikumsveranstaltungen sind die Anteile für sehr zufrieden grösser als jene für eher zufrieden. Die Zufriedenheitswerte variieren bei den Publikumsveranstaltungen zwischen 73% und 82%. Die Unzufriedenheit ist äusserst tief und schwankt gerade einmal zwischen 2% und 6%.

Ganz besonders zufrieden sind die Befragten mit dem Manuskript am Samstag (70%; sehr zufrieden: 54%; eher zufrieden: 16%). Auch die Mittagsmusik (79%; sehr zufrieden: 52%; eher zufrieden: 27%) und Games Month (82%; sehr zufrieden: 50%; eher zufrieden: 32%) schneiden sehr gut ab.

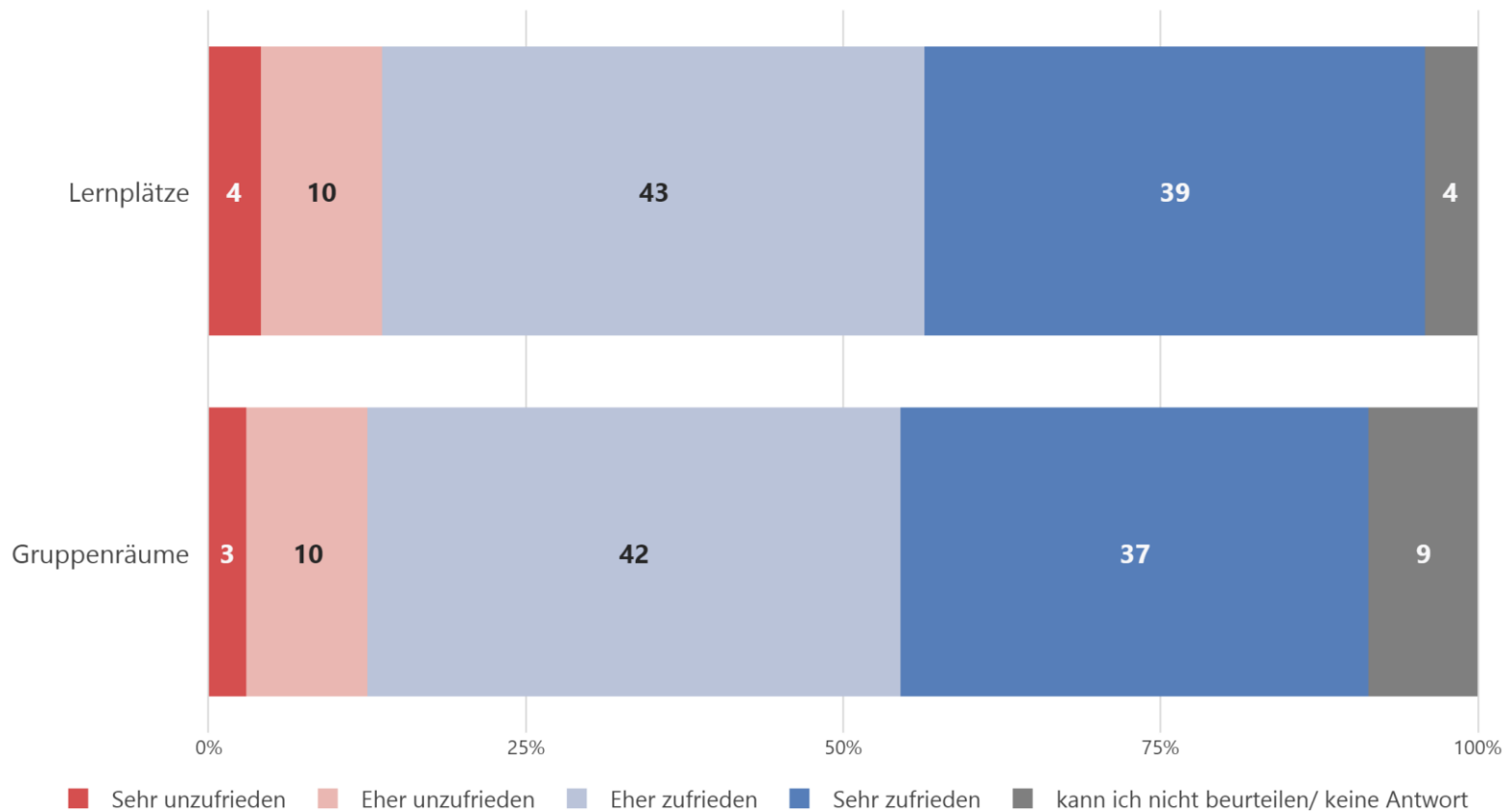
Unterschiede in den Subgruppen

Publikumsveranstaltungen wie Eschertalk, Führungen, Ausstellungen finden insbesondere beim ZB-Publikum Anklang.

Da Mittagsmusik (N=59), Zürich im Buch (N=56), BiblioWeekend (N=34), Manuskript am Samstag (N=34) und Games Month (N=32) nur von wenigen Personen genutzt werden, konnte auch die Zufriedenheitsfrage nur wenigen Personen gestellt werden und die Anzahl Antworten pro Subgruppe fallen manchmal deutlich unter 30 Nennungen. Von daher wird bei diesen Publikumsveranstaltungen auf eine Darstellung nach Subgruppen verzichtet.

i) Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Raumangeboten?

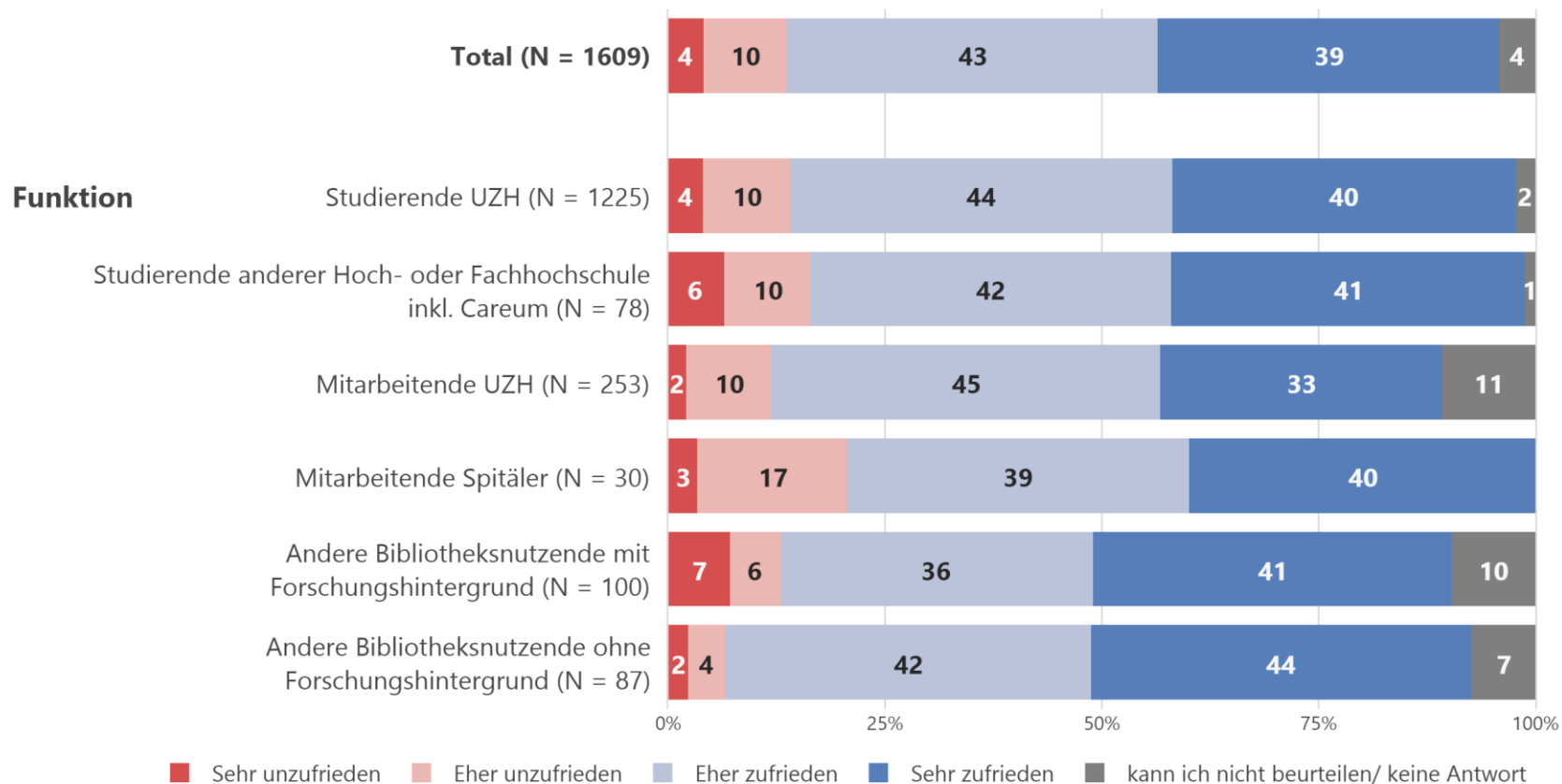
Filter: Nur abgefragt, falls Angebot schon genutzt («nutze ich mindestens monatlich» oder «nutze ich seltener als monatlich» bei Frage 2A-I angegeben wurde), Angaben in Prozent, N = 734–1609



i) Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Raumangeboten?

Lernplätze

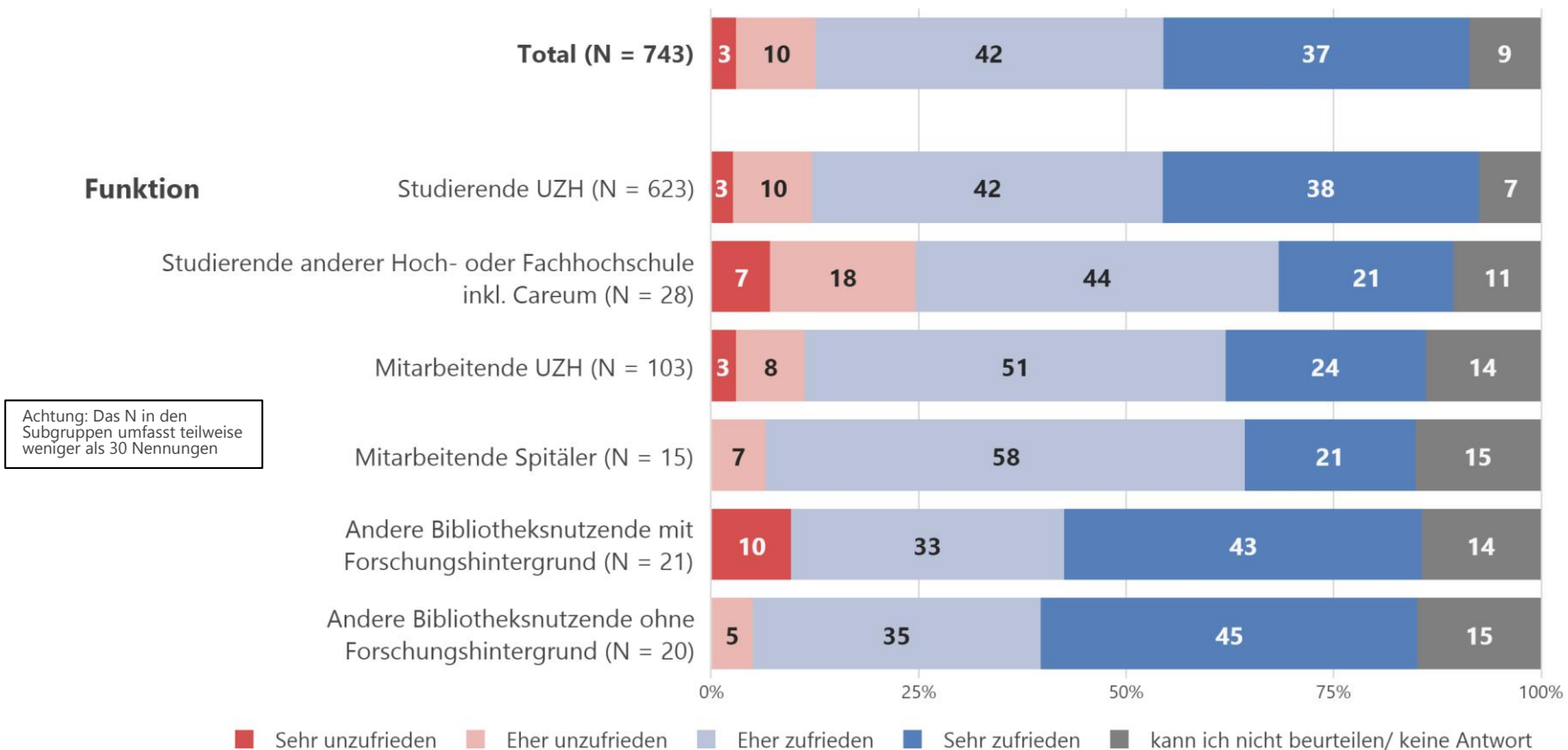
Angaben in Prozent, N = 1609



i) Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Raumangeboten?

Gruppenräume

Angaben in Prozent, N = 743



i) Zufriedenheit mit Raumangeboten

Bei Personen, die die Raumangebote zumindest schon einmal benutzt haben, ist die Zufriedenheit **hoch**. Die Zufriedenheiten mit den Lernplätzen (82%; sehr zufrieden: 39%; eher zufrieden: 43%) sowie mit den Gruppenräumen (79%; sehr zufrieden: 37%; eher zufrieden: 42%) sind auf sehr ähnlichem Niveau. 14% sind mit den Lernplätzen und 13% mit den Gruppenräumen hingegen unzufrieden.

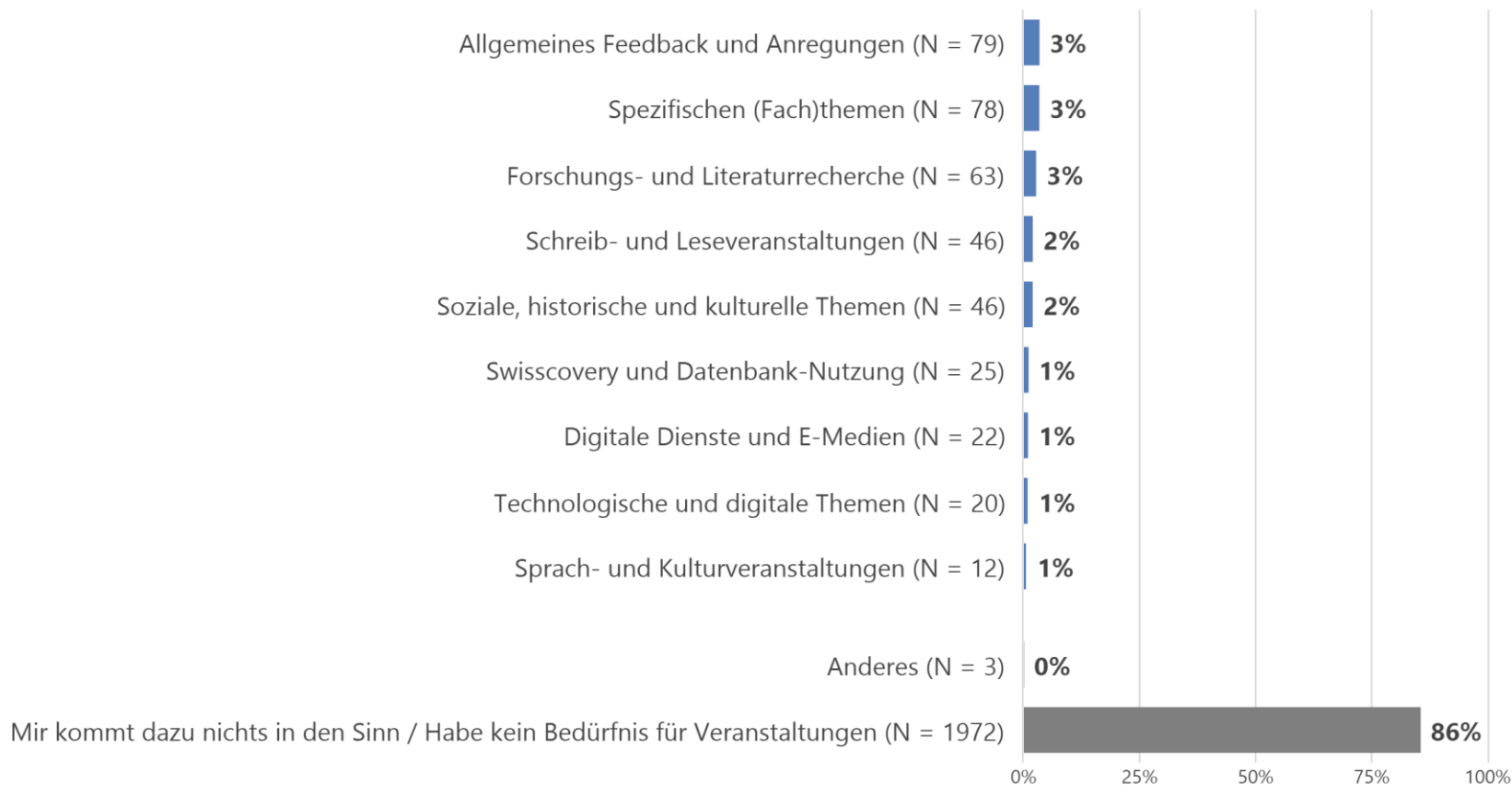
Unterschiede in den Subgruppen

Die Gruppenräume werden besonders bei UZH-Studierenden und beim ZB-Publikum geschätzt.

Veranstaltungsthemen

Welche Themen würden sie sich für Veranstaltungen wünschen?

Angaben in Prozent, offene Frage - codiert, Mehrfachnennungen möglich, N = 2304



Veranstaltungsthemen

Die Frage «Welche Themen würden Sie sich für Veranstaltungen wünschen?» wurde bewusst sehr offen gestellt. Entsprechend **vielseitig** fielen die Antworten auf die Frage aus.

Den allermeisten Befragten kamen jedoch keine weiteren möglichen Veranstaltungen in den Sinn oder aber sie gaben an, dass sie schlicht kein Bedürfnis für Veranstaltungen haben (86%).

Die übrigen Befragten gaben zum Teil sehr allgemeines Feedback und Anregungen (3%) an, was sich aber oftmals gar nicht auf Veranstaltungen bezog (z.B. Übersicht zu Lernplätzen, allgemeine Einführungen in die Bibliotheksnutzung, Verhaltensregeln in Bibliotheken, Infos zu Neubeschaffungen, keine Veranstaltungen sondern Konzentration auf das Kerngeschäft).

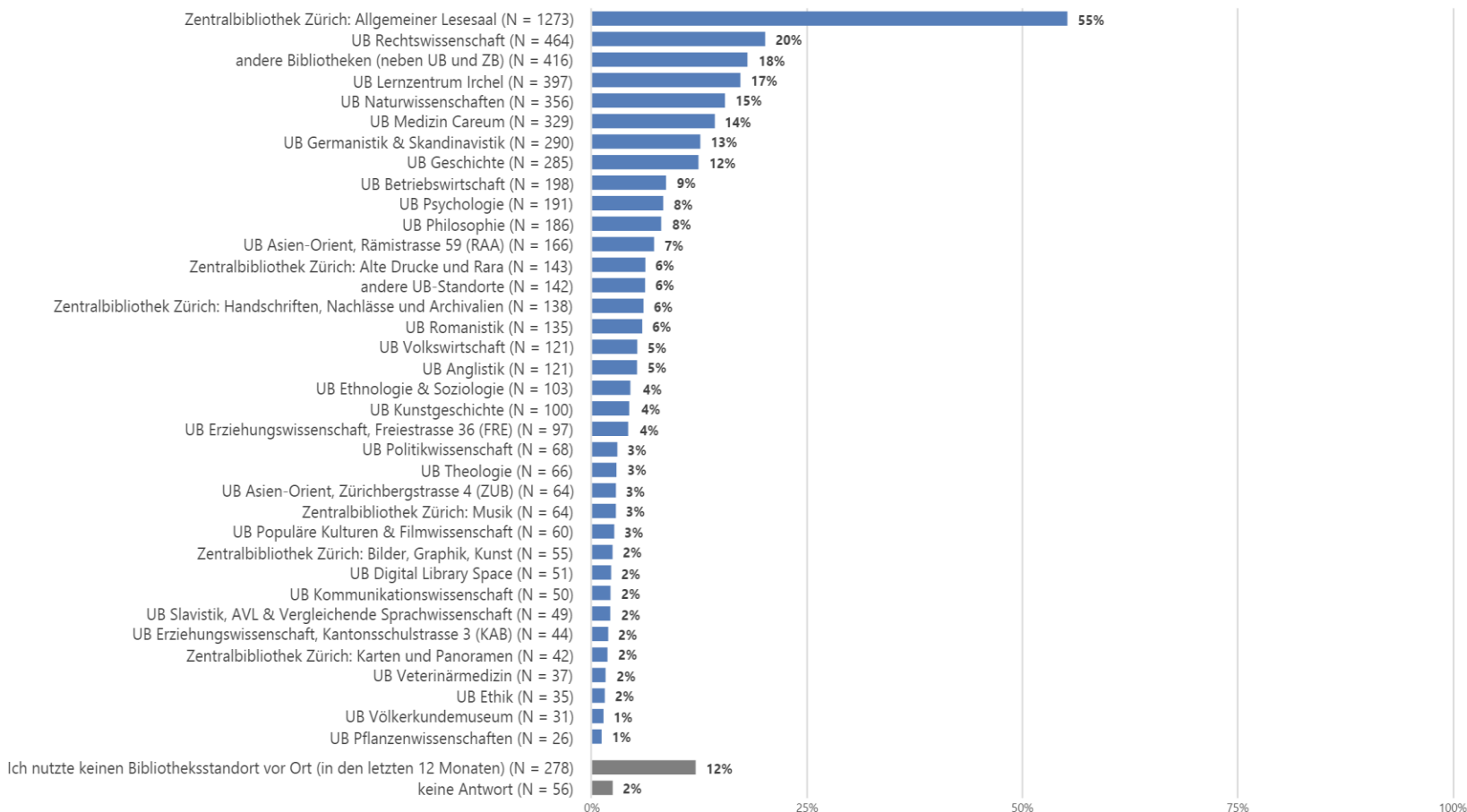
Es wurden aber auch spezifische (Fach)themen genannt (3%) (z.B. Paläographie, Citizens Science, Career, Erwerb von Soft Skills, Sustainability, Manga, Life Balance). Ausserdem wurde Forschungs- und Literaturrecherche (3%) (z.B. Recherche in Datenbanken, elektronische Literaturverwaltung, LaTeX), Schreib- und Leseveranstaltungen (2%) (z.B. Deutschkurse, English Book Clubs, Schreibworkshops) und soziale, historische und kulturelle Themen (2%) (z.B. queere Literatur, Hate Speech) thematisiert.

Jeweils weniger als 30 Personen nennen Swisscovery und Datenbank-Nutzung (1%), Digitale Dienste und E-Medien (1%) (z.B. Zugang und Download von E-Books), technologische und digitale Themen(1%) (z.B. KI), oder Sprach- und Kulturveranstaltungen (1%).

Bibliotheksnutzung

Welche Bibliothek haben Sie in den letzten 12 Monaten mindestens einmal vor Ort genutzt?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N = 2304



Bibliotheksnutzung

Mit Abstand am häufigsten genutzt wurde von den Befragten die Zentralbibliothek Zürich: Allgemeiner Lesesaal (55%). Über die Hälfte der Befragten hat diesen in den letzten 12 Monaten genutzt.

Jede fünfte Person hat die UB Rechtswissenschaft (20%) genutzt. Jede sechste Person besuchte in den letzten 12 Monaten auch andere Bibliotheken (neben UB und ZB) (18%). Ebenfalls grosser Beliebtheit erfreuen sich die folgenden Bibliotheken: UB Lernzentrum Irchel (17%), UB Naturwissenschaften (15%), UB Medizin Careum (14%), UB Germanistik & Skandinavistik (13%) und UB Geschichte (12%).

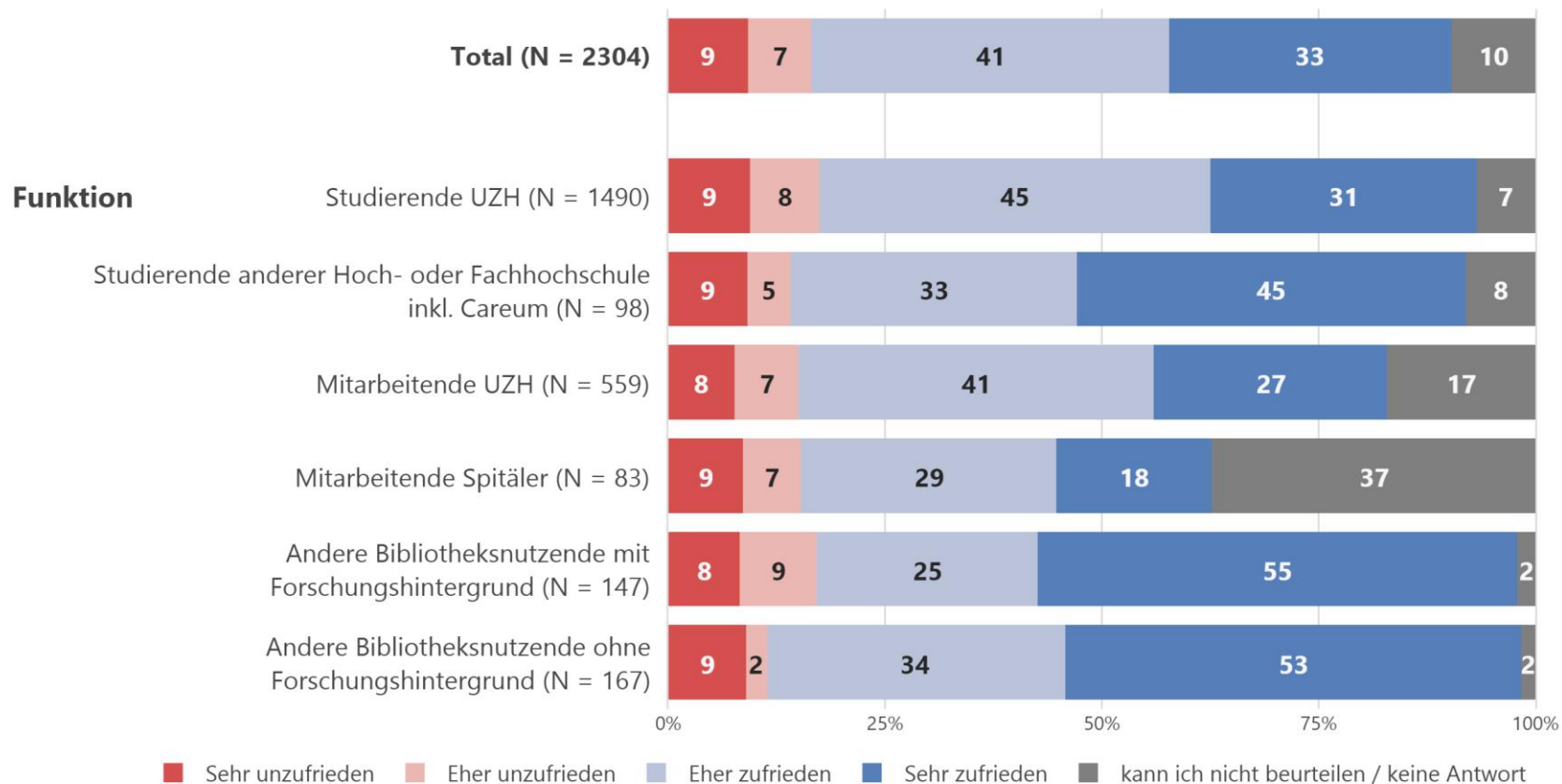
Die weiteren Räumlichkeiten der ZB werden seltener genutzt als der Allgemeine Lesesaal: Alte Drucke und Rara (6%), Handschriften, Nachlässe und Archivalien (6%), Musik (3%), Bilder Graphik, Kunst (2%), Karten und Panoramen (2%).

Jede achte Person hat in den letzten 12 Monaten keinen Bibliotheksstandort vor Ort genutzt (12%). Dieser Anteil ist bei den Mitarbeitenden der Spitäler (39%) und bei den UZH-Mitarbeitenden (24%) besonders gross.

Allgemeine Zufriedenheit mit UB und ZB

Wie zufrieden sind Sie mit UB und ZB insgesamt?

Angaben in Prozent, N = 2304



Allgemeine Zufriedenheit mit UB und ZB

Drei Viertel der Befragten sind mehrheitlich **zufrieden** mit UB und ZB (74%). Ein Drittel ist sehr zufrieden (33%) und zwei Fünftel sind eher zufrieden (41%).

Rund jede sechste Person ist unzufrieden mit UB und ZB (16%). Jede elfte Person ist sehr unzufrieden (9%) und jede vierzehnte Person eher unzufrieden (7%).

Jede zehnte Person gibt an, diese Frage nicht beurteilen zu können (10%).

Unterschiede in den Subgruppen

Am zufriedensten mit der UB und der ZB ist das ZB-Publikum, besonders jene Bibliotheksnutzenden ohne Forschungshintergrund (87%; sehr zufrieden: 53%; eher zufrieden: 34%), aber auch jene mit Forschungshintergrund (80%; sehr zufrieden: 55%; eher zufrieden: 25%). Bei diesen beiden Akteursgruppen ist der Anteil jener, die die Frage nicht beurteilen können, sehr klein (je 2%). Ebenfalls zufrieden sind die Studierenden anderer Hoch- und Fachhochschulen (78%; sehr zufrieden: 45%; eher zufrieden: 33%).

→ Die Tatsache, dass diese Akteursgruppen besonders zufrieden sind, hängt ein Stück weit auch mit der Methodik zusammen, zumal diese Befragten in der ZB vor Ort oder über die ZB-Website auf die Umfrage aufmerksam gemacht wurden. Sie haben somit ein grösseres Involvement als die UZH-Angehörigen oder die Mitarbeitenden der Spitäler, die über einen E-Mailversand zur Umfrage eingeladen wurden.

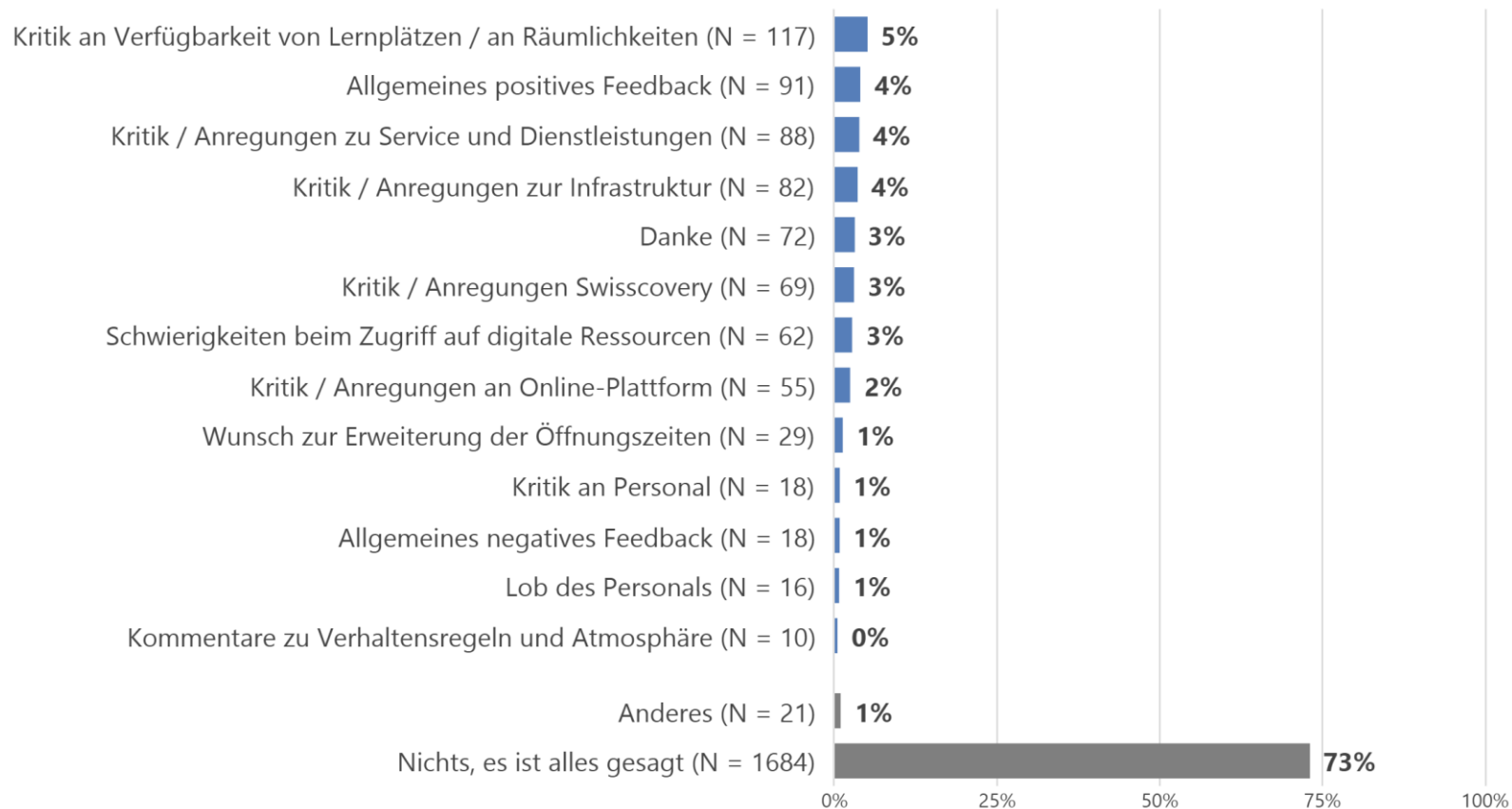
Von den Mitarbeitenden der Spitäler traut sich ein Drittel kein Urteil zu (37%) (insb. Mitarbeitende im Bereich Pflege/Therapien/MTTB: 50%). Auch bei den UZH-Mitarbeitenden ist dieser Anteil recht gross (17%) (insb. administratives und technisches Personal: 29%).

Der Anteil unzufriedener Personen ist über alle Akteursgruppen in etwa gleich gross (11%-17%).

Schlussbemerkung

Was möchten Sie uns sonst noch mitteilen?

Angaben in Prozent, offene Frage - codiert, Mehrfachnennungen möglich, N = 2304



Schlussbemerkung: Was sonst noch mitgeteilt werden wollte

Drei Viertel verzichten auf einen Schlusskommentar (73%).

Die häufigste Bemerkung, die hingegen gemacht wird, ist Kritik an der Verfügbarkeit von Lernplätzen/an Räumlichkeiten (5%). Zudem wird an dieser Stelle allgemeines positives Feedback gegeben (4%). Daneben gibt es Kritik/Anregungen zu Services und Dienstleistungen (4%). Die Schlusskommentare beinhalten auch Kritik/Anregungen zur Infrastruktur (4%), manche haben das Bedürfnis Danke zu sagen (3%) oder äussern Kritik/Anregungen zu swisscovery (3%). Ferner werden hier Schwierigkeiten beim Zugriff auf digitale Ressourcen (3%) geäußert oder aber Kritik/Anregungen an Online-Plattformen (2%).

Auf die weiteren Kategorien entfallen jeweils weniger als 30 Antworten.

Unterschiede in den Subgruppen

Die Kritik an der Verfügbarkeit von Lernplätzen/an Räumlichkeiten wird primär von den Studierenden geäußert. Kritik/Anregungen zu swisscovery wird stärker von den UZH-Mitarbeitenden, insbesondere vom Mittelbau, als von den UZH-Studierenden thematisiert.

Management Summary

Management Summary (1/6)

Assoziationen mit UB und ZB

Am häufigsten werden die UB und ZB mit dem grossen Bücher- und Literaturangebot (35%), mit Lernen/Lernplätzen/Lernphasen (29%), mit bestimmten Gebäuden, physischen Merkmalen und Orten (15%) oder mit ruhiger Atmosphäre/Ruhe (10%) in Verbindung gebracht.

- Die UB und ZB wird von den Befragten weit häufiger mit positiven oder neutralen Aspekten in einen Zusammenhang gestellt, als dass negative Äusserung wie Auslastung/Überfüllung (5%), allgemeine negative Assoziationen (4%) oder Kritik an Services/Personal (3%) thematisiert werden.
- Es scheint auch in Zeiten der Digitalisierung noch immer so zu sein, dass Personen bei Bibliotheken zuerst an Bücher, Literatur, Lernplätze, Gebäude, Orte denken; also an physische Gegenstände oder Räumlichkeiten. Digitale Aspekte werden spärlicher genannt. Eine alternative Interpretation könnte sein, dass Personen, die vor allem elektronische Medien nutzen, sich allenfalls weniger an der Umfrage beteiligt haben.

Management Summary (2/6)

Bekanntheit von Angeboten und Services

- a) Den **Informationsbestand** als Printmedien kennen **88%**, jenen als E-Medien/digitale Medien **85%**.
- b) Den **Service** Kurierdienst kennen **76%**, den Kopienlieferdienst **65%** und die Fernleihe **57%**.
- c) Die **Online-Suchmöglichkeit/Plattform** swisscovery kennen **82%**, ZORA **42%**, ZOP **19%** und die Browser-Erweiterungen (LibKey Nomad und Lean Library) **16%**.
- d) Von den **Informationsangeboten während der Servicezeit** kennen die Auskunft an Theken **94%**, den Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat, etc. **90%** und die Einführung in die Bibliotheksnutzung **74%**.
- e) Von den **Beratungs- und Kurs- und anderen Angeboten** kennen die persönliche Beratung **70%** und die Lehrveranstaltungen (z.B. zu Literaturrecherche) **70%**. Die Kurse und Workshops kennen **61%**. Klar weniger Personen kennen Coffee Lectures, Lunch-&-Learn-Veranstaltungen **43%**, Summer Schools **40%** oder Citizen-Science-Veranstaltungen **31%**.
- f) Beim Angebot der **Auftragsrecherche** wissen **37%** der Befragten, dass man eine Datenbanksuche in Auftrag geben kann.
- g) Von den **elektronischen Informationskanälen** kennen die ZB-Website **89%**, gefolgt von der UB-Website **82%**. Die anderen abgefragten Kanäle kennen weniger als die Hälfte der befragten Personen (Social-Media-Kanäle der UB: **48%**; Social-Media-Kanäle der ZB: **47%**; UB-Newsletter: **45%**; ZB-Newsletter: **44%**).
- h) Von den **Publikumsveranstaltung** kennen Zürich liest **31%** und andere wie Eschertalk, Führungen, Ausstellungen **22%**. Die restlichen abgefragten Publikumsveranstaltungen sind rund jeder zehnten Person bekannt (Mittagsmusik: **12%**; Zürich im Buch: **11%**; BiblioWeekend: **10%**; Games Month: **10%**; Manuskript am Samstag: **8%**).
- i) Von den **Raumangeboten** kennen fast alle die Lernplätze **94%** und vier Fünftel die Gruppenräume **80%**.

→ Am meisten Potenzial für eine Bekanntheitssteigerung sehen wir bei der Fernleihe, der Auftragsrecherche, den Social-Media-Kanälen, den Newslettern und den Publikumsveranstaltungen.

→ Die Bekanntheit der Angebote und Services ist bei den Mitarbeitenden der Spitäler am tiefsten.

Management Summary (3/6)

Nutzung von Angeboten und Services

- a) Beim **Informationsbestand** haben drei Fünftel die Printmedien (**63%**) und die E-Medien/digitale Medien (**60%**) schon genutzt. UZH-Mitarbeitende/-Studierende nutzen die E-Medien/digitalen Medien häufiger als die Vergleichsgruppen, das ZB-Publikum die Printmedien.
- b) Jede dritte Person hat den Kurierdienst (**32%**) genutzt, jede Fünfte den Kopienlieferdienst (**19%**) und jede Achte die Fernleihe (**13%**). Diese **Services** werden von den UZH-Mitarbeitenden und dem ZB-Publikum mit Forschungshintergrund am häufigsten genutzt.
- c) Von den **Online-Suchmöglichkeiten/Plattformen** wurde swisscovery von drei Vierteln genutzt (**75%**) (53% mindestens monatlich!). ZORA wurde von einem Viertel schon genutzt (**25%**), ZOP von **8%** und die Browser-Erweiterungen von **6%**. swisscovery wird vom ZB-Publikum und von Studierenden anderer Hoch-/Fachhochschulen häufiger genutzt als von den Vergleichsgruppen. ZORA wird von UZH-Mitarbeitenden häufiger genutzt.
- d) Von den **Informationsangeboten während der Servicezeit** wird die Auskunft an Theken am meisten genutzt (**61%**). Ein Drittel hat den Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat, etc. genutzt (**33%**) und ein Viertel die Einführung in die Bibliotheksnutzung (**28%**). Sie wird von UZH-Studierenden am häufigsten genutzt.
- e) Von den **Beratungs-, Kurs- und anderen Angeboten** hat ein Fünftel bereits eine persönliche Beratung (**22%**) genutzt oder eine Lehrveranstaltung (**22%**) besucht. Jede neunte Person hat einen Kurs oder Workshop besucht (**11%**). Seltener wurden Coffee Lectures, Lunch-&-Learn-Veranstaltungen (**6%**), Citizen-Science-Veranstaltungen (**3%**) oder Summer Schools (**2%**) besucht.
- f) Jede sechste Person (**17%**) hat angegeben, bereits einmal eine **Recherche in Auftrag** gegeben zu haben. Diese Zahl scheint sehr hoch im Vergleich zur tatsächlichen Nutzung.
- g) Von den **elektronischen Informationskanälen** wurde die ZB-Website von **69%** schon genutzt, die UB-Website von **62%**. Die restlichen Kanäle ZB-/UB-Social-Media-Kanäle und ZB-/UB-Newsletter haben zwischen **8%–12%** der Befragten schon einmal genutzt.
- h) Von den **Publikumsveranstaltungen** hat bereits jede elfte Person Zürich liest (**9%**) und jede zwölfte Person andere Veranstaltungen wie Eschertalk, Führungen, Ausstellungen (**8%**) besucht. Die weiteren Publikumsveranstaltungen haben 2% oder weniger bereits besucht. Die abgefragten Publikumsveranstaltungen sind bei den UZH-Studierenden am wenigsten bekannt und beim ZB-Publikum am bekanntesten.
- i) Von den **Raumangeboten** haben sieben von zehn Befragten die Lernplätze (**70%**) schon benutzt (42% mindestens monatlich!). Die Gruppenräumen hat jede dritte Person genutzt (**32%**). Sowohl Lernplätze als auch Gruppenräume werden am häufigsten von UZH-Studierenden und Studierenden anderer Hoch-/Fachhochschulen benutzt.

→ Potenzial für eine Nutzungssteigerung sehen wir bei den **Beratungs- und Kurs- und anderen Angeboten**. Die persönliche Beratung und auch Summer Schools, Coffee Lectures, Lunch-&-Learn-Veranstaltungen und Citizen-Science-Veranstaltungen scheinen v. a. bei UZH-Mitarbeitenden und bei ZB-Publikum mit Forschungshintergrund auf Interesse zu stossen. Innerhalb dieser Gruppen könnte man durch eine Bekanntheitssteigerung die Nutzung zu steigern versuchen. Die Kurse und Workshops sollte man am ehesten bei UZH-Mitarbeitenden und beim ZB-Publikum ohne Forschungshintergrund noch stärker beliebt machen.

→ Die **elektronischen Informationskanäle** (Social-Media und Newsletter) werden noch wenig genutzt, auch da gibt es Potenzial.

→ Die Bekanntheit der **Publikumsveranstaltungen** ist tief und damit zusammenhängend auch deren Nutzung.

→ Die Nutzungshäufigkeit der Angebote ist bei den Mitarbeitenden der Spitäler, besonders bei jenen aus dem Bereich Pflege/Therapien/MTTB, am tiefsten.

Management Summary (4/6)

Zufriedenheit mit Angeboten und Services

Wichtig: Im Folgenden beziehen sich die Anteile für die Zufriedenheit immer auf jene Personen, die das jeweilige Angebot **schon genutzt** haben.

- a) Beim **Informationsbestand** ist die Zufriedenheit mit den Printmedien (**85%**: sehr zufrieden: 58%; eher zufrieden: 27%) und den E-Medien/digitalen Medien (**74%**; sehr zufrieden: 34%; eher zufrieden: 40%) **sehr hoch**.
- b) Beim Kurierdienst (**78%**; sehr zufrieden: 53%; eher zufrieden: 25%), dem Kopienlieferdienst (**72%**; sehr zufrieden: 46%; eher zufrieden: 26%) und der Fernleihe (**66%**; sehr zufrieden: 40%; eher zufrieden: 26%) **sehr hoch**.
- c) Bei den **Online-Suchmöglichkeiten/Plattformen** ist die Zufriedenheit **relativ hoch**. Die Anteile für eher zufrieden sind bei allen vier abgefragten Services grösser als jene für sehr zufrieden: swisscovery (**78%**; sehr zufrieden: 36%; eher zufrieden: 42%), Browser-Erweiterungen (**64%**; sehr zufrieden: 25%; eher zufrieden: 39%), ZORA (**69%**; sehr zufrieden: 20%; eher zufrieden: 49%) und ZOP (**57%**; sehr zufrieden: 21%; eher zufrieden: 36%). Jede fünfte Person, die swisscovery schon genutzt hat, ist unzufrieden (19%; sehr unzufrieden: 7%; eher unzufrieden: 12%).
- d) Bei den **Informationsangebote während der Servicezeit** ist die Zufriedenheit **hoch** bis **sehr hoch**. Bei der Auskunft an Theken und beim Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat etc. sind die Anteile für sehr zufrieden klar grösser als jene für eher zufrieden: Auskunft an Theken (**81%**; sehr zufrieden: 56%; eher zufrieden: 25%), Kontakt via E-Mail, Telefon, Chat etc. (**74%**; sehr zufrieden: 46%; eher zufrieden: 28%). Bei der Einführung in die Bibliotheksnutzung sind die Anteile für sehr und eher zufrieden ausgeglichener, die Zufriedenheit also leicht tiefer, aber noch immer hoch (**71%**; sehr zufrieden: 35%; eher zufrieden: 36%).
- e) Bei den **Beratungs-, Kurs- und weiteren Angeboten** ist die Zufriedenheit **hoch** bis **sehr hoch**. Bei der persönlichen Beratung (**70%**; sehr zufrieden: 47%; eher zufrieden: 23%) und Citizen-Science-Veranstaltungen der ZB (**65%**; sehr zufrieden: 37%; eher zufrieden: 28%) sind die Anteile für sehr zufrieden klar grösser als jene für eher zufrieden. 10% sind hingegen mit den Summer Schools nicht zufrieden (10%; sehr unzufrieden: 3%; eher unzufrieden: 7%).
- f) Bei der **Datenbanksuche im Auftrag** ist die Zufriedenheit **relativ hoch** (**64%**; sehr zufrieden: 29%; eher zufrieden: 35%). Eine Minderheit ist nicht zufrieden (8%; sehr unzufrieden: 2%; eher unzufrieden: 6%).
- g) Bei den **elektronischen Informationskanälen** ist die Zufriedenheit **relativ hoch**. Bei allen Kanälen sind die Anteile für eher zufrieden grösser als jene für sehr zufrieden. Die Zufriedenheitswerte variieren zw. **67%–74%**, die Unzufriedenheit zw. 4%–10%. Am höchsten ist die Unzufriedenheit bei der UB-Website (10%).
- h) Bei den **Publikumsveranstaltungen** ist die Zufriedenheit **äusserst hoch**. Die Anteile für sehr zufrieden sind grösser als jene für eher zufrieden. Die Zufriedenheitswerte variieren zw. **73%–82%**, die Unzufriedenheit zw. 2%–6%. Ganz besonders zufrieden sind die Befragten mit dem Manuskript am Samstag (**70%**; sehr zufrieden: 54%; eher zufrieden: 16%). Auch die Angebote Mittagsmusik (**79%**; sehr zufrieden: 52%; eher zufrieden: 27%) und Games Month (**82%**; sehr zufrieden: 50%; eher zufrieden: 32%) schneiden sehr gut ab.
- i) Bei den **Raumangeboten** ist die Zufriedenheit **hoch**, sowohl mit den Lernplätzen (**82%**; sehr zufrieden: 39%; eher zufrieden: 43%) als auch mit den Gruppenräumen (**79%**; sehr zufrieden: 37%; eher zufrieden: 42%). 14% sind mit den Lernplätzen und 13% mit den Gruppenräumen hingegen unzufrieden.

→ Herauszufinden gilt es, warum Mitarbeitende/Studierende der Rechtswissenschaftlichen Fakultät mit den **E-Medien/digitalen Medien** unzufriedener sind.

→ Die nicht ganz so hohen Zufriedenheitswerte bei den **Online-Suchmöglichkeiten/Plattformen** zeigen Verbesserungspotenzial auf. Betreffend **swisscovery** sind die UZH-Mitarbeitenden (30%; 12% sehr unzufrieden; 18% eher unzufrieden), die Doktoranden (32%; 13% sehr unzufrieden; 19% eher unzufrieden) und das ZB-Publikum mit Forschungshintergrund (29%; 12% sehr unzufrieden; 17% eher unzufrieden) unzufriedener als die Vergleichsgruppen.

→ Die **UB-Website** liesse sich allenfalls weiterentwickeln, zumal 10%, derjenigen, die sie schon genutzt haben, damit unzufrieden sind.

Management Summary (5/6)

Veranstaltungsthemen

Den allermeisten Befragten kamen keine weiteren möglichen Veranstaltungen in den Sinn oder aber sie gaben an, dass sie kein Bedürfnis für Veranstaltungen haben (86%).

Wer trotzdem ein Veranstaltungsthema nannte, erwähnte spezifische (Fach)themen **(3%)** (z.B. Paläographie, Citizens Science, Career, Erwerb von Soft Skills, Sustainability, Manga, Life Balance). Zudem wurden Forschungs- und Literaturrecherche **(3%)** (z.B. Recherche in Datenbanken, elektronische Literaturverwaltung, LaTeX), Schreib- und Leseveranstaltungen **(2%)** (z.B. Deutschkurse, English Book Clubs, Schreibworkshops) und soziale, historische und kulturelle Themen **(2%)** (z.B. queere Literatur, Hate Speech) thematisiert.

Jeweils weniger als 30 Personen nennen Swisscovery und Datenbank-Nutzung **(1%)**, Digitale Dienste und E-Medien **(1%)** (z.B. Zugang und Download von E-Books), technologische und digitale Themen **(1%)** (z.B. KI) sowie Sprach- und Kulturveranstaltungen **(1%)**.

Management Summary (6/6)

Allgemeine Zufriedenheit mit UB und ZB

Drei Viertel der Befragten sind **zufrieden** mit UB und ZB (**74%**), was einem guten bis sehr guten Resultat entspricht. Ein Drittel aller Befragten ist **sehr zufrieden (33%)** und zwei Fünftel sind **eher zufrieden (41%)**.

Rund jede sechste Person ist **unzufrieden** mit UB und ZB (**16%**). Jede elfte Person ist **sehr unzufrieden (9%)** und jede vierzehnte Person **eher unzufrieden (7%)**.

Jede zehnte Person gibt an, diese Frage nicht beurteilen zu können (10%).

Am zufriedensten mit der UB und der ZB ist das **ZB-Publikum**, insbesondere jene Bibliotheksnutzenden ohne Forschungshintergrund (**87%**; sehr zufrieden: 53%; eher zufrieden: 34%), aber auch jene mit Forschungshintergrund (**80%**; sehr zufrieden: 55%; eher zufrieden: 25%). Ebenfalls sehr zufrieden sind die Studierenden anderer Hoch- und Fachhochschulen (**78%**; sehr zufrieden: 45%; eher zufrieden: 33%). → Dies hängt, wie auf Folie 117 bereits beschrieben, auch mit der Methodik zusammen.

Der Anteil **unzufriedener Personen** ist über alle Akteursgruppen in etwa gleich gross (**11%-17%**).

Von den Mitarbeitenden der Spitäler traut sich ein Drittel **kein Urteil** zu (37%), da sie wenig mit den Angeboten in Berührung kommen (v. a. Mitarbeitende im Bereich Pflege/Therapien/MTTB: 50%). Auch bei den UZH-Mitarbeitenden ist dieser Anteil erstaunlich gross (17%) (v. a. beim administrativen und technischen Personal: 29%).

Kontakt

gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung
Riedtlistrasse 9
8006 Zürich
www.gfs-zh.ch

Dr. Andrea Umbricht
044 360 40 27
andrea.umbricht@gfs-zh.ch

Nadia Egloff
044 360 40 22
nadia.egloff@gfs-zh.ch