



BIBLIOTHEKSWORKSHOP

Informations- und Literaturrecherche

Grundfragen der Recherche

› Man unterscheidet 2 Grundarten der Recherche

1. Formale Recherche z.B. Nach bestimmten Autoren, Buch- und Zeitschriftentiteln, bestimmte Fachaufsätze

2. Thematische Recherche z.B. Inhaltliche Suche nach bestimmten Themen und Fragestellungen

Merke:

- › Es gibt keinen Königsweg der Recherche, da immer eine Abhängigkeit vom Thema, Aktualität, Zeitvorgabe, Umfang der Arbeit, Tiefe der Recherche etc. besteht
- › In der Praxis immer Mischformen und häufiges Nachrecherchieren notwendig

Grundlegende Strategien

1. Vor der Recherche

- › Zeitmanagement beachten
- › Quellenlage klären (Bücher, Zeitschriftenaufsätze, ebooks, Statistiken etc.)
- › Zugänglichkeiten und Erreichbarkeit klären (Bibliothek vor Ort, Katalogauswahl, Öffnungszeiten, Recherche von zuhause über OpenVPN, persönlicher Login, accounts etc.)

Zur Übung nehmen wir das Thema "virales Marketing"

- › Was ist das überhaupt ? Definieren und Abgrenzen
- › Welche Begriffe gibt es dazu ? unterschiedliche Schreibweisen, verwandte Begriffe, Synonyme und Unter- und Oberbegriffe beachten

2. Recherche Einstieg

- › Thema definieren und abgrenzen
- › Begriffe finden und abgrenzen
- › **Ziel:** Schlagwörter und Stichwörter für eine inhaltliche Suche finden

Hilfe durch

- Lexika / Wörterbücher / Enzyklopädien z.B. [Marketing Lexikon von Gabler](#)
- Handbücher / Lehrbücher / Standardwerke
- Internetrecherche – Initiativrecherche bei google und Wikipedia

z.B. [Wikipediaeintrag zum viralen Marketing als Einstieg nutzen](#)
formaler Einstieg, Literaturangaben verwenden, Begriffe finden

Merke

- › Schneeball-Prinzip anwenden – zitierten Quellen folgen
- › Kryptobibliographien (versteckte Bibliographien) nutzen
- › Die gesamte Suche dokumentieren (ev. Literaturverwaltungssysteme nutzen) - gefundene Begriffe notieren

3. Begriffsklärungen

- › Unterschied (Titel-)Stichwort - Schlagwort
- › Was ist kontrolliertes und normiertes Vokabular (GND, Thesaurus)
- › Schlagwortverzeichnisse in Katalogen
- › Ober- Unterbegriffe, verwandte Begriffe Synonyme, fremdsprachliche Bezeichnungen
 - Heißt es Metzger oder Fleischer ? Heißt es Apfelsine oder Orange ?
 - Schreibt man ebook oder E-Book ? Was ist B2B ? Was ist CI ?

Heißt es “virales Marketing” oder “viral Marketing” ? Was gibt es für Ober- und Unterbegriffe, umgangssprachliche Begriffe

- › Bibliothekssystematik z.B. Lokale Systematik oder RVK im WebPac

Gibt es Systemstellen zum viralen Marketing ?

4. Konkrete Recherche im WebPac

Grundtechniken der Suche

- › Einfache Suche - Freitext
- › Erweiterte Suche (Expertensuche) über feste Felder: Personenfeld (Autor, Herausgeber, Mitarbeiter), Impressum (Verlag, Ort, Jahr) oder Schlagworte und Stichworte
- › verknüpfte Suche: und / oder / und nicht (Boolsche Operatoren)
- › trunkeierte Suche mit Trunkierungszeichen (wildcards, jokers) „*“ – Rechts – links - Mitte
- › Einstieg über Schlagwörter
- › Einstieg über die Systematik
- › Sucheinschränkungen: z.B. Medientyp oder zeitliche Einschränkung

Welche Titel zum viralen Marketing kann man im Katalog finden ?

Wie kommt man dann weiter ?

5. Finde ich alles im Katalog ?

Exkurs – unselbständige Literatur

Definition

- › Artikel in Fachzeitschriften und Zeitungen
- › Beiträge in Sammelwerken, einzelne Kapitel in Lehrbüchern
- › Definitionen in Lexika und Enzyklopädien

Unselbstständige Literatur wird immer unter Nennung der übergeordneten bibliographischen Einheit zitiert

z.B.

Franz-Rudolf Esch, Kai Harald Krieger und Kristina Strödter: "Durchbrechen des Gewohnten durch Below-the-Line-Kommunikation" **in: Manfred Bruhn, Franz-Rudolf Esch, und Tobias Langner (Hg.): Handbuch Kommunikation: Grundlagen, innovative Ansätze, praktische Umsetzungen.** Gabler Verlag, Wiesbaden 2009, S. 85-106, ISBN 978-3-8349-0377-8.z.B.

6. Wo und Wie finde ich Fachaufsätze ?

Vorteil von Fachaufätzen – komprimierte spezielle und aktuelle Information

Datenbankinformationssystem DBIS

- › Funktionen, Ampelsystem etc.?
- › Verschiedene Typen von Datenbanken
 - › Referenzdatenbanken z.B. IBZ [SW viral marketing](#)
 - › Faktendatenbanken z.B Statista
 - › Volltextdatenbanken z.B WISO

6. Wo und Wie finde ich Fachzeitschriften ?

- › Welche Fachzeitschriften hat die HdM? [Sigelsuche in der ZDB](#)
- › Was gibt es in Print – was gibt's in digitaler Form?
- › Gibt es Kernzeitschriften, die ich kennen muss ?

Recherche in ZDB und EZB

z.B. Zeitschriften zum Marketing

Zeitschrift „Direkt Marketing“ – Verbindung zur EZB und DBIS

7. Kritische Literaturlauswahl und Bewertung

- › **Quantitativ** und **qualitativ** angemessen Literaturlauswahl
- › **Aktualität** der Quellen beachten – z.B. aktuelle Auflage verwenden
- › **Verlässlichkeit** und **Zitierbarkeit** der Quellen beachten
- › Wert und Relevanz der Quelle beachten: wissenschaftliche Publikation vs **populärwissenschaftliche** Publikation (z.B. Problem Hochschulschriften)
- › **Beschaffbarkeit** der Quelle beachten (Kosten, Dauer, Aufwand)

8. Was mache ich wenn ich gar nicht finde ?

- › **Suche ausweiten** – regionale und internationale Kataloge nutzen
z.B. Stuttgarter Portal oder KVK
- › **Kontakte** zu Experten, Verbänden und Organisationen suchen
- › Spezialbibliotheken finden (SSG-Bibliotheken und WEBIS)

Last but not least:

Den Bibliothekar ihres Vertrauens kontaktieren

Bei allen Fragen und Problemen steht ihnen das Bibliotheksteam jederzeit zur Verfügung