



ZBW
MEDIATALK

QUICK GUIDE BIBLIOTHEKARISCHES TREND-MONITORING FÜR OPEN SCIENCE

*So können Bibliotheken das Trend-Monitoring mit
begrenzten Ressourcen organisieren*

Die Welt der Forschung befindet sich im rasanten Wandel, in erster Linie vorangetrieben durch Open Science: Ob Open Access, Open Research Data, Open Educational Resources und Altmetrics – auf vielen Feldern gibt es beinahe täglich neue Entwicklungen zu vermelden. Wie können Bibliotheken auf dem Laufenden bleiben? Und wie schaffen sie es, kurzfristige Trends von nachhaltigen Entwicklungen zu unterscheiden? Diese Handreichung soll einen schnellen Überblick zum Trend-Monitoring bieten.

I. DER WORKFLOW DES TREND-MONITORINGS

Trends finden und erkennen

1. Augen auf!

Halten Sie die Augen offen: Alles, was einem im täglichen Leben über den Weg läuft, könnte eine Innovation sein, und verwirklichte Innovationen stellen Spuren zu Trends dar. Speziell Innovation der Unternehmenswelt sollten hier im Fokus des Interesses stehen. Denn was Forschende und andere Bibliotheksnutzerinnen und -nutzer bei Unternehmen beobachten, das prägt ihre Erwartungen und wird auf Bibliotheken und andere Open-Science-Förderer transferiert. Was ein Unternehmen als Innovation auf den Markt bringt, stellt zudem eine Wette auf die Zukunft dar, die es aufgrund seiner Kundenkenntnisse abschließt. Diese gesammelte Weisheit der Crowd mit ihren Wetten auf die Zukunft können Sie für sich nutzen. Da in Innovationen Informationen über Trends verdichtet sind, ist es schlichtweg einfacher und effizienter sie zu beobachten, als das Verhalten von Kundinnen und Kunden.

2. Selbst offen sein

Alleine die Augen offen zu halten, genügt aber nicht; auch Offenheit im Kopf ist gefordert, um Open-Science-Chancen zu entdecken. Jedenfalls sollte eine Innovation nicht gleich als Quatsch abgetan werden, sondern es sollte überlegt werden, warum es diese Innovation wohl gibt, wie sie sich auf Kundenerwartungen auswirken wird und wie sie sich auf die eigene Branche übertragen ließe. Auch scheinbar bizarre Nischeninnovationen könnten wertvolle Hinweise liefern und sollten nicht ignoriert werden. Denn sie können auch bei Nutzerinnen und Nutzern mit weniger extremen Wünschen zu einer Verlagerung ihrer Erwartungen führen.

3. Setzen Sie nicht auf einzelne Innovationen – bilden Sie Cluster

Eine beobachtete einzelne Innovation bildet alleine aber noch keinen Trend! Es gilt, Cluster von mehreren Innovationen zu bilden, um sie zu identifizieren. Auffällige Konsum- und Social-Media-Entwicklungen prägen besonders stark die Erwartungshaltung von Nutzerinnen und Nutzern, auch in Bezug auf Open Science. Trends sind von kurzlebigen Hypes abzugrenzen: Was wir tun, ist ein Trend. Wie wir es tun, kann eine Modeerscheinung sein. Trends entstehen, wenn externer Wandel neue Möglichkeiten eröffnet, grundlegende menschliche Bedürfnisse auf neue Art und Weise zu befriedigen. Das spezifische Angebot, das die Menschen nutzen, kann allerdings eine Modeerscheinung sein. Wenn einzelne Innovationen scheitern, spricht dies nicht gegen die Wirksamkeit des Trends, sondern kann verschiedenste Ursachen haben.

4. Nutzen Sie Informationsquellen für die Trendbeobachtung

Informieren Sie sich systematisch über Trends. Dazu empfiehlt sich die Lektüre entsprechender Reports. Aber auch Open-Science-Veranstaltungen, Forschungsergebnisse, Crowdfunding-Websites sowie Vordenkerinnen und Zukunftsforscher sind Beispiele für Informationsquellen für das Trend-Monitoring. Im II. Teil dieses Quick Guides erhalten Sie eine Liste mit nützlichen Links, die sich gut für die einsteigende Recherche eignen.

Trends organisieren

5. Nutzen Sie eine Infrastruktur für das Trend-Monitoring

Es gilt die Trendinformationen so aufzubereiten, zu organisieren und zur Verfügung zu stellen, dass alle, für die sie wichtig sind, den Überblick behalten und jederzeit gut damit arbeiten können. Daher ist es sinnvoll, sie an zentraler Stelle zu sammeln. Dafür eignet sich beispielsweise ein Wiki. Vorteilhaft an einem Wiki wäre, dass Trends – beispielsweise in Tabellenform – im Überblick dargestellt werden können und auf einzelnen Unterseiten einzelne Trendthemen vertieft werden können. Auch die Sammlung in einem (Social) Intranet, in einem Blog oder per Plattform oder App ist denkbar, insbesondere, wenn deren Nutzung bereits etabliert ist.

6. Organisieren Sie Trendinformationen mit Köpfchen

Da es angesichts der Vielzahl an Trendinformationen schnell unübersichtlich wird, ist eine inhaltliche Gliederung sinnvoll. Zudem können Informationen über Veränderungen im Umfeld berücksichtigt werden, aus denen sich die Makrotrends ergeben. Diese Informationen sollten untergliedert werden. Dafür eignen sich beispielsweise das [PEST\(LE\)-Framework](#) oder Adaptionen davon mit einer Einteilung in die Cluster Political, Economic, Social, Technological, Legal, Environmental oder einer Einteilung in technologische, sozio-kulturelle, politisch-rechtliche, ökonomische, ökologische Faktoren. Denkbar wäre auch eine Untergliederung von Trends nach den verschiedenen Open-Science-Bereichen.

7. Unterscheiden Sie: Makro, Mega oder einfach nur Trend?

Ob etwas ein „Makrotrend“, ein „Megatrend“ oder etwa ein „Mikrotrend“ ist, ist nicht allgemeingültig definiert. Makrotrends oder Megatrends sind im Allgemeinen umfangreich, spiegeln tiefgreifende Umfeldveränderungen wider, bleiben über Jahre stabil und können in verschiedenen Gebieten angewendet werden. Ihnen lassen sich einzelne kleinere Trends unterordnen. Mega-/Makrotrends lassen sich auf zwei grundlegende Einflusskräfte zurückführen: ureigene menschliche Bedürfnisse und Wünsche auf der einen Seite und Umfeldveränderungen, wie etwa im Zusammenhang mit Open Science, auf der anderen Seite.

Trends zu Innovationen machen

8. Priorisieren Sie Trends – Setzen Sie Akzente

Um aus Trendinformationen konkrete Innovationen herauszuarbeiten, ist eine Priorisierung der Trends wichtig. Dabei sollte man sich darauf besinnen, was für die eigene Organisation wirklich wichtig ist, je nach ihren Zielen, Möglichkeiten, Ressourcen und ihrer Zukunftsvision:

- Welche Trends sind besonders relevant für uns?
- Welche Trends sollten wir anwenden?
- Jetzt oder später?

Die Auswahl der drei bis zehnielversprechendsten Trends kann beispielsweise durch einen [Consumer-Trend-Radar als Tool](#) unterstützt werden.

9. Prüfen Sie, welche Chancen ausgewählte Trends bieten

In Trends manifestieren sich menschliche Bedürfnisse und Wünsche. Prüfen Sie daher die relevantesten Trends auf ihre Innovationspotenziale für den Bereich Open Science:

- **Timing:** Selbst bei nicht mehr ganz neuen Trends ist man nicht zwangsläufig zu spät dran: Welche Anwendungsmöglichkeit gibt es heute für den Trend? Was erwarten Nutzerinnen und Nutzer heutzutage?
- **Standort:** Wie lässt sich der Trend für die lokalen Verhältnisse anpassen? Welche Nutzererwartungen bestehen vor Ort?
- **Branche:** Wie lässt sich der Trend aus anderen Branchen übertragen? Was erwarten Nutzerinnen und Nutzer von Bibliotheken?

10. Setzen Sie auf Tools und Formate zur Ableitung von Innovationspotenzialen

Für die systematische Arbeit mit Trends lässt sich beispielsweise eine Consumer Trend Canvas (etwa von [TrendWatching](#)) im Rahmen eines Innovationsworkshops gut einsetzen. In einem solchen Workshop kann entweder ein einzelner Trend zum Gegenstand gemacht werden, oder es werden unterschiedliche Trends parallel in Kleingruppen bearbeitet. Auch können verschiedene Trends kombiniert werden, um daraus Innovationsideen abzuleiten.

Neben Innovationsworkshops gehört die Einladung von Expertinnen und Experten für einen Vortrag zu einem Trendthema oder die Vergabe von Themen für Projekt- oder Abschlussarbeiten an Studierende zu den weiteren Optionen, um Innovationsideen herauszuarbeiten. Es könnte auch intern ein Trend des Monats ausgewählt werden, zu dem Kolleginnen und Kollegen Beispiele und Ideen finden. Oder es wird ganz praktisch an Open-Science-Innovationsideen im Rahmen eines Hack Days oder Hackathons gearbeitet.

II. EINSTIEGSQUELLEN FÜR DAS TREND-MONITORING

Regelmäßige Trendreports für Bibliotheken und das Wissenschaftssystem

- [Centrum für Hochschulentwicklung](#)
- [Hochschul-Bildungsreport 2022 Stifterverband](#)
- [Hochschulforum Digitalisierung](#)
- [Horizon Report 2023](#)
- [„Top Trends in Academic Libraries“ der Association of College and Research Libraries 2022](#)

Allgemeine Trend- und Technologie-Monitoring-Services

- [Gartner Hype Cycles](#)
- [J. Walter Thompson Intelligence Trend Reports](#)
- [Springwise](#)
- [Trendhunter](#)
- [TrendWatching](#)

Open-Science-Nachrichtenquellen

- [Helmholtz Open Science Newsletter](#)
- [LSE Impact Blog](#)
- [Open Access Tracking Project \(OATP\)](#)
- [rfii-Infoticker](#)
- [Science Geist](#)
- [The Scholarly Kitchen](#)
- [ZBW MediaTalk](#)

Open-Science-Podcasts

- [OpenAIRE-Podcast](#)
- [Open Science Radio](#)
- [The Road to Open Science](#)
- [ZBW-Podcast „The Future is Open Science“](#)

III. CHECKLISTE FÜR DAS TREND-MONITORING

| | | |
|--|--|---|
| Trends finden und erkennen | | ✓ |
| Wir halten im Alltag die Augen für Innovationen offen. | | |
| Wir achten darauf, dass wir im Kopf selbst offen sind. | | |
| Wir laufen nicht einzelnen Innovationen nach, sondern bilden Cluster. | | |
| Wir nutzen systematisch Informationsquellen für die Trendbeobachtung. | | |
| Trends organisieren | | |
| Wir nutzen eine Infrastruktur für das Trend-Monitoring. | | |
| Wir organisieren Trendinformationen inhaltlich sinnvoll. | | |
| Wir bilden eine Hierarchie der Trends: Makro, Mega oder einfach nur Trend? | | |
| Trends zu Innovationen machen | | |
| Wir priorisieren Trends. | | |
| Wir prüfen, welche Chancen ausgewählte Trends bieten. | | |
| Wir setzen auf Tools und Formate zur Ableitung von Innovationspotenzialen. | | |

