

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Vorwort | 9 |
| | |
| I Vorgaben und Anlage der Studie..... | 11 |
| 1 Abstract..... | 11 |
| 2 Vorgaben | 12 |
| 3 Anlage der Studie | 13 |
| | |
| II Forschungsansatz..... | 15 |
| 1 Vorbemerkung | 15 |
| 2 Der kommunikationsanalytische Rahmen | 15 |
| 3 Diffusion von Neuerungen und Verbreitungsbarrieren..... | 21 |
| 4 Neuerungen im Sport und ihre spezifischen Bedingungen..... | 23 |
| 5 Informationsverhalten – Handeln in Entscheidungssituationen | 24 |
| 6 Grundlagen der Informationsversorgung und des Informationsbedarfs | 28 |
| 7 Informationsversorgung und Informationsbedarf der Trainer | 32 |
| 8 Zwischen Kooperation und Konkurrenz – Wissensaustausch im Trainerberuf..... | 38 |
| 9 Können, Wissen, Handeln | 42 |
| 10 Der Wissensbedarf von Trainern und der Informationsgehalt von Quellen..... | 47 |
| | |
| III Methoden | 53 |
| 1 Der Aufbau der Studie | 53 |
| 2 Expertengespräche..... | 55 |
| 3 Tagebuchstudie | 57 |
| 4 Fragebogenstudie..... | 58 |
| 4.1 Der Fragebogen..... | 58 |
| 4.2 Die Zielgruppe | 61 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 4.3 | Versand und Rücklauf..... | 61 |
| 4.4 | Gruppenspezifische Auswertungen..... | 63 |
| 5 | Angebotsanalysen..... | 65 |
| IV | Die Informationslandkarte aus der Sicht der Trainer..... | 71 |
| 1 | Zeitbudget und Informationstätigkeiten..... | 71 |
| 2 | Information als Erfolgsfaktor..... | 74 |
| 3 | Die Informationslandkarte..... | 76 |
| 4 | Informationsbedarf..... | 78 |
| V | Kommunikationsformen der Informations- und Wissensvermittlung..... | 89 |
| 1 | Direkter Kommunikationsaustausch..... | 89 |
| 2 | Die aktive Informations- und Wissensgenerierung..... | 90 |
| 3 | Informations- und Wissensgenerierung in Lehr- und Lernformen..... | 92 |
| 4 | Medienspezifische Kommunikationsformen..... | 96 |
| VI | Verbreitung von Neuerungen und Verbreitungsbarrieren..... | 111 |
| 1 | Die Verbreitung durch die Wissenschaft..... | 111 |
| 2 | Die Verbreitung durch Institutionen und Verbände..... | 116 |
| 3 | Die Verbreitung in kommunikativen Netzwerken..... | 118 |
| 4 | Die Verbreitung durch visuelle Medien – nicht genutzte Informationsressourcen..... | 130 |
| 5 | Die Rolle der „Change Agents“..... | 131 |

| | | |
|-------------|---|------------|
| VII | Das Informationsverhalten der Trainer im Detail – biographische und strukturelle Parameter | 133 |
| 1 | Die Zielgruppe der befragten Trainer | 133 |
| 2 | Arbeitszeit und Tätigkeiten | 140 |
| 3 | Der Zugang zu Fachinformationen..... | 143 |
| 4 | Ausgaben für Informationsangebote und Materialien | 146 |
| 5 | Gruppenspezifische Unterschiede..... | 147 |
| 5.1 | Parameter | 147 |
| 5.2 | Betreuungsleistungen..... | 149 |
| 5.3 | Sportartspezifische Parameter..... | 155 |
| 5.4 | Trainerspezifische Parameter | 159 |
| VIII | Trainerspezifische Informationsangebote aus qualitativer und quantitativer Sicht..... | 167 |
| 1 | Verbandsangebote | 167 |
| 2 | Internetangebote | 175 |
| 3 | Zeitschriftenangebote | 182 |
| IX | Zusammenfassung der Studie..... | 191 |
| 1 | Ergebnisse..... | 191 |
| 2 | Empfehlungen..... | 194 |
| | Literaturverzeichnis | 201 |
| | Anhang..... | 213 |
| A | Presseinformation zur Pressekonferenz vom 19. September 2008..... | 213 |
| B | Liste der ausgewerteten Zeitschriften..... | 216 |
| C | Fragebogen | 219 |