



Bibliotheken sichtbar machen

Der 8. Bibliotheksleitertag am 9. Oktober 2012
in der Nationalbibliothek Frankfurt am Main

Stephanie König

Die lichtdurchfluteten, gläsernen Räumlichkeiten der Nationalbibliothek in Frankfurt am Main stellten genau die richtige Location dar für den 8. Bibliotheksleitertag, zu dem das Team von OCLC am 9. Oktober 2012 eingeladen hatte. Denn die Tagung – von OCLC selbst als „Herzensangelegenheit“ bezeichnet – beschäftigte sich mit der Sichtbarkeit von Bibliotheken und richtete sich mit ihrem Programm gezielt an Bibliothekarinnen und Bibliothekare. Davon waren mehr als 100 gekommen. Im Fokus der Betrachtungen stand die Frage nach der örtlichen, politischen und technischen Sichtbarkeit, um eine Bibliothek für die Öffentlichkeit anziehend zu machen. Welche Möglichkeiten sollte man nutzen, um die physische Präsenz zu optimieren und das Profil für etwaige Förderer und kommunale Entscheidungssträ-

ger attraktiv zu gestalten? Und wie kann eine Bibliothek zukünftige technische Möglichkeiten rund um ihre Dienstleistungen ausnutzen? Dies waren einige der diskutierten Fragen. Den Anfang auf dem Rednerpult machte die Direktorin der Hamburger Bücherhallen Hella Schwemer-Martienßen. In ihrem Beitrag *Wir sind dort, wo die Menschen sind* stellte sie die unterschiedlichen Bereiche und Projekte dar, die den Bücherhallen dauerhafte Präsenz garantieren sollen.

Alles eine Frage des Geldes

Den Bücherhallen Hamburg stehen jährlich 3,5 Millionen Euro Medientat zur Verfügung. Eine stolze Summe, mit der sich einige Ideen zielgerichtet umsetzen lassen. Fünf wichtige Präsentationsflächen wollen die Bücherhallen für sich nutzen. Un-

ter anderem den kommunalen politischen Raum, den Stadtraum, das Internet, die Netzwerke und die Fachöffentlichkeit. Einmal im Jahr werden in den Jahresberichten der Bücherhallen Ziele definiert, Arbeitsberichte vorgestellt oder Mitarbeiter portraitiert. Beim so genannten „Politiker Inhouse“ bekommen Politiker die Möglichkeit, Einblicke in die Struktur des Betriebes zu erlangen, Einladungen zu wichtigen Anlässen, wie zum Beispiel die Verleihung des Max-Brauer-Preises, festigen das Bild einer kompetenten Organisation im politischen und kommunalen Umfeld. Durch Weihnachtsgrüße und Accessoires schaffen die Bücherhallen einen Wiedererkennungswert in der öffentlichen Wahrnehmung ebenso Plakatkampagnen wie „City-Light“. Zum 111. Jubiläumswort wurde gezielt auch den Kindern einiges geboten.

Zusammen mit der größten privaten Buchhandelskette der Stadt, Heymann, wurde ein Promotionsbus angeschafft, der fortan auf Stadtteilen fest oder zu wichtigen Anlässen zum Einsatz kommt. Ein weiteres Highlight war die Livestream-Lesung der Bestseller Autorin Cornelia Funke – über 2000 Kinder lauschten begeistert. Um im Netz auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Interessen eingehen zu können, ist das Angebot im Kundenbereich auf der Homepage breit gefächert. Durch die virtuelle Ansprechpartnerin INA sollen aber alle User kompetent beraten werden. In allen Präsentationsbereichen setzen die Bühnen Hamburg auf Persönlichkeit. Frau Schwemer-Martienßen betonte immer wieder die Notwendigkeit einer Identifikation – eine Bibliothek müsse zu einem Ort der Begegnung und des Engagements werden. Sie müsse Unterstützer für Bildung und in sozialen Brennpunkten sein. Ein Ort, an dem man sich wohl fühlt, an dem man gerne seine Freizeit verbringt. Ein Café oder eine Snackbar gehörten demnach genauso in jede gute Bibliothek, wie die Möglichkeit eines Sonntagsbesuchs mit der Familie. Hier und auch in vielen anderen Bereichen, die die Präsenz einer Bibliothek fördern, wie zum Beispiel Social Media oder das ehrenamtliche und kommunale Engagement, liege noch viel Arbeit, die es sich lohnt anzupacken. Es sei auch nötig, immer weiter in die Zukunft zu denken – denn die Nutzererwartungen gehen deutlich in die elektronische Richtung.

Bibliotheken ja, aber bitte Online

Norbert Weinberger, Geschäftsführer OCLC Deutschland, beschäftigte sich in seinem Beitrag *Sichtbarkeit im Internet – Bibliotheken digital vernetzen* mit drei Aspekten: Was erwarten Bibliotheken und Nutzer von der digitalen Zukunft? Wie funk-

tiert eine Sichtbarkeit im Netz? Und warum macht das Vernetzen überhaupt Sinn?

Die Ergebnisse aus der Befragung der deutschen Mitgliedsbibliotheken spricht eine deutliche Sprache. 71 % der Befragten erwarten, dass die Nutzung von Online-Bibliotheken zunehmen wird. Priorisiert werden vor allem lizenzierte elektronische Sammlungen, was bedeutet, dass Bibliotheksservices dort angeboten werden müssen, wo der Benutzer sie auch erwartet. Fakt sei doch, dass eine wissenschaftliche Suche heute größtenteils außerhalb der Bibliothek stattfindet – Google wird dem Bibliotheks OPAC vorgezogen. Zukünftig geht es darum, die Sichtbarkeit der Bibliotheken im Netz über ihren eigenen Internetauftritt hinaus zu verbessern und eine Verknüpfung herzustellen mit den meistfrequentierten Informationsplattformen wie Amazon, Facebook oder Google. Die Lösung für das Problem meint OCLC mit der WebScale Strategie WorldCat.org gefunden zu haben, eine Website, die eine gemeinsame Internetpräsenz für Bibliotheken darstellt, Benutzer aus anderen Internetplattformen weiterleitet und lokale Inhalte und Werte bewirbt. Ziel ist es, auf den meistbesuchten Internetseiten dauerhaft präsent zu sein und Partnerschaften mit führenden Suchmaschinen einzugehen. Mit der Verlinkung „finding in a library“ wird der Nutzer dann ganz unproblematisch auf die verbindlichen Bibliotheksinhalte verwiesen.

Beschränkung auf das Wesentliche

Auf WorldCat.org findet der Nutzer nur die wichtigsten Informationen, wie den Autor, die Sprache, den Verlag, eine Kurzfassung und Rezensionen. Die Plattform bietet aber auch über die Grundinformationen hinaus Services für die Weiterentwicklung im multimedialen Raum. Inter-

aktion- und Personalisierungstools machen Bibliotheken langfristig internettauglich. Nutzer können ein Profil anlegen, personalisierte Medienlisten führen oder eigene Bewertungen zu einem Titel abgeben. Die technischen Voraussetzungen sind gegeben, der Prozess der Weiterentwicklung noch lange nicht abgeschlossen.

Alles Engagement der kleineren und auch größeren Bibliotheken steht und fällt allerdings mit der Voraussetzung ihrer Nutzung; eine Problematik, die durchaus ihre Gründe hat, was Barbara Lison, die Direktorin der Stadtbibliothek in Bremen und Vorstandmitglied des dbv, den Teilnehmern mit ihrem Beitrag *Wie sehen die Nichtnutzer uns Bibliotheken* zu vermitteln versuchte. Der Beitrag bezog sich auf die so genannte „Nichtnutzerstudie“ von 2011, in der mittels Telefonbefragung 1300 Personen zwischen 14 und 75 Jahren zu ihrer Motivation, bzw. Nicht-Motivation der Bibliotheksnutzung interviewt wurden. Barbara Lison präsentierte Möglichkeiten, ehemalige Nutzer wieder für sich zu gewinnen. Der Wunsch nach erweiterten Öffnungszeiten, nach attraktiveren Räumlichkeiten und einer Cafeteria ist bei den Nicht-Mehr-Nutzern weit verbreitet und scheint durchaus berechtigt, wenn die zukünftige Bibliothek zeitgemäß, flexibel und ein Ort der Begegnung werden möchte.

Bibliotheken nutzen wie die Straßenbahn

Erstaunlich, dass trotz des digitalen Zeitalters 29 Prozent der über 14-jährigen die Angebote öffentlicher Bibliotheken nutzen. Die neuen digitalen Medien lassen sich aber keinesfalls wegdenken und genau dort liegt das große Potenzial für Bibliotheken. Insbesondere jüngere Menschen erwarten von einer Bibliothek ein Angebot an Hörbüchern, Online-Ausleihe oder E-Books. Die Umsetzung ist mit erheblichen Neu-

investitionen und einer Erhöhung des Medienetats verbunden, eine Tatsache, die die Möglichkeiten in den hauptamtlich geleiteten öffentlichen Bibliotheken stark begrenzt. Nichtsdestotrotz werden die Bibliotheken weitere Maßnahmen zur Nutzergewinnung in die Wege leiten müssen, um eine dauerhafte Präsenz zu erhalten. „Kleine Schritte, aber entscheidend ist die Erkennbarkeit der Richtung“, formulierte Frau Lison treffend zum Ende ihres Vortrags. Im Vergleich zu Skandinavien, wo „Bibliotheken genutzt werden wie die Straßenbahn“, sei Deutschland in Bezug auf eine selbstverständliche Integration der Bibliothek in den Lebensalltag noch weit entfernt. Hier gilt es, über den Tellerrand zu schauen, um die Bibliothek zu einem „kommunalisierten Raum“ zu entwickeln.

Die letzten beiden Tagungsbeiträge beschäftigten sich mit der Imagekampagne der amerikanischen OCLC „geek-the-library“ und der Gewinnung von potentiellen Förderern für Bibliotheken.

Christian Hasiewicz stellte in seinem Beitrag *Was sehen sie?* die amerikanische Imagekampagne „geek-the-library“ vor. Diese Kampagne stellt die Nutzer einer Bibliothek in den Vordergrund. Unterschiedliche Menschen beschreiben auf Plakaten, für was sie eine Leidenschaft haben, auf was sie „stehen“ (to geek). Ziel der Kampagne war es nicht, die Leistungen der Bibliothek zu bewerben, son-

dern in erster Linie die unterschiedlichen Angebote einer Bibliothek mit der Individualität der Menschen zu verknüpfen. In Anbetracht des positiven Effektes der Kampagne, wurde eine internationale Arbeitsgruppe gebildet mit dem Ziel, Bibliotheken im deutschsprachigen Raum insgesamt sichtbar zu machen. Die Arbeitsgruppe beschäftigt sich mit einem Schlüssel zu einer neuen Kommunikationsidee. Ausgangspunkt ist das individuelle Erleben des Menschen in einer Bibliothek. Mit diesem Ansatz wird OCLC das erste Konzept einer ähnlichen Kampagne für Deutschland finanzieren.

Schlussendlich ist eine Umsetzung der verschiedenen Anregungen und Ideen zur Förderung der allgemeinen Präsenz und zur Steigerung der Attraktivität einer Bibliothek nur mit den entsprechenden finanziellen Mitteln möglich. Um die Tagung abzurunden gab es von der Verlagsleiterin des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen Benita von Behr konkrete Hilfestellungen zu den Fragen: Wie finde ich zu meiner Idee passende Stiftungen? Wie gehe ich bei der Recherche und Kontaktaufnahme am besten vor? Oder: Was für Projekte finden Stiftungen überhaupt interessant? Neben Basiswissen zum allgemeinen Stiftungswesen informierte Frau von Behr über die richtige Recherche und die Vernetzungsmöglichkeiten, die Bibliotheken auf der Suche nach dem richtigen Förderer zur Verfügung stehen.

Einige Regeln sind zu beachten

Stiftungen wollen in der Regel zeitlich begrenzt und projektbezogen fördern. Sie wollen ein Innovationsmotor sein und Nachhaltigkeit erzielen. Sie wollen mit einbezogen werden und nicht ausschließlich als Geldgeber gesehen werden. Bibliotheken sollten sich gut informieren, um eine Stiftung zu finden, die wirklich zu ihrem Profil passt. Die Referentin betonte, dass ein großer Aufwand und viel Geduld nötig seien, bis eine Stiftung für ein bestimmtes Projekt gewonnen werden kann. Ein Aufwand, dessen Mühe sich aber lohnt, wenn die Bibliothek auch in Zukunft Teil des öffentlichen Lebens bleiben soll.

In den rund sechs Stunden der Tagung mangelte es jedenfalls nicht an Ideen und Anregungen, zukünftige Projekte für die eigene Bibliothek weiterzuentwickeln. Der gemeinsame Austausch wurde außerdem durch eine Round-Table-Diskussion am Ende der Vorträge unterstützt und durch die Ideengalerie, in der sich die Teilnehmer in den Pausen zusätzlich informieren konnten. Ein gelungener Tag in schönem Ambiente. ■



Stephanie König
Dinges & Frick GmbH
Wiesbaden
s.koenig@dinges-frick.de

www.b-i-t-online.de