

dpr

**DIGITAL
PUBLISHING
REPORT**

DIGITAL-PUBLISHING-REPORT.DE

*Sonderheft
Bibliotheken
2022*

Magazin für Medien, Marketing & Technologie

ISSN 2512-9368



Von Eulen und Fake Huntern

Wie Bibliotheken mit cleveren
Aktionen und Ideen punkten

Smart City und Smart Citizen

Denkanstöße – Bibliotheken als
Missing Link

Bibliotheken im Portrait

Spannendes aus Frankfurt, Köln,
München, Blutenburg

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

inzwischen liegt schon die vierte Ausgabe unseres “Sonderhefts Bibliotheken” vor Ihnen – und leider auch schon die dritte Ausgabe, die im Schatten der Covid-Pandemie steht. Noch immer finden viele Veranstaltungen nicht oder jedenfalls nicht physisch statt, noch immer sind Arbeitsalltag und Kundenverkehr geprägt von FFP2-Masken und einem generellen Unwohlsein. Und in den sozialen Netzwerken berichten auch Bibliothekarinnen und Bibliothekare vermehrt von Anfeindungen durch Quer- und Nichtdenker, die sie in ihrer Arbeit behindern oder ihnen zumindest Lebensqualität rauben.

Wir wollten trotzdem nicht schon wieder ein Schwerpunkt-Heft zur Pandemie vorlegen, daher scheint das Thema eher indirekt durch: In den vielen Portraits kleiner und großer Bibliotheken, in Veranstaltungshinweisen und -nachberichten.

Unser Eindruck ist: Bibliotheken machen das Beste aus der Situation – und nutzen die Pandemie, um neue, digitale und hybride Ansätze für alle Bereiche ihrer Arbeit zu entwickeln. Sie fragen zum Beispiel: Wie sorgt man durch ein virtuelles Pub-Quiz für mehr Kommunikation zwischen Mitarbeiter*innen? Wie lassen sich Schüler*innen mit einer hybriden Zauberschule unterhalten – und an den Lebensort Bibliothek heranführen? Wie bringt man Jugendliche dazu, auch in einer aufgeheizten Debattenatmosphäre mediale Inhalte kritisch einzuordnen und Fake News (leichter) zu erkennen?

Angereichert wird das Heft wie immer durch einige “Blicke über den Tellerrand”, z.B. auf



Steffen Meier, Journalist, Gründer und Herausgeber des DIGITAL PUBLISHING REPORT.



Dennis Schmolk, Projektmanager im Legal-Tech-Bereich, Experte für digitalen Nachlass, Mitherausgeber des Sonderhefts Bibliotheken. Web: dennisschmolk.de

Phänomene wie künstliche Intelligenz, “Metaverses”, Influencer als Marke und den Einsatz von TikTok.

Ein kleiner Lektüretipp zum Abschluss: Die IFLA hat unter librarymap.ifla.org eine interaktive Karte bereitgestellt, auf der Sie diverse statistische Daten zur Welt der Bibliotheken (im wörtlichen Sinne) finden. Oder wussten Sie schon, dass es etwa 2,6 Millionen Büchereien auf der Welt gibt, davon etwa 380.000 mit Internetanschluss. (Und wenn Sie nicht mehr so genau wissen, was die IFLA ist: Gucken Sie doch mal in unser Bibliotheken-Glossar im Heft, in dem wir diverse Akronyme und Eigennamen der Bibliothekswelt entschlüsseln.)

Last not least: natürlich ist die Erstellung eines so umfangreichen Sonderhefts niemals die Leistung Einzelner – sie wäre vollkommen undenkbar ohne die Unterstützung all unserer Autor*innen, Tipgeber*innen, Insider*innen und Co. Daher möchten wir ihnen allen an dieser Stelle ganz herzlich Danke sagen! Das Sonderheft Bibliotheken ist und bleibt ein Projekt und ein Produkt von der Community für die Community.

Daher freuen wir uns auch, wie gehabt, jederzeit über Input und Ideen für das nächste Sonderheft, das 2023 erscheinen wird – gerne per Mail an redaktion@digital-publishing-report.de.

Bleiben Sie gesund!

Steffen Meier

und

Dennis Schmolk

INHALT

WWW.DIGITAL-PUBLISHING-REPORT.DE

- 5** Bibliotheken. Anregende Orte der Begegnung
- 8** Ausschreibung für die Auszeichnung „Bibliothek des Jahres 2022“
- 10** Kurzportrait der Stadtbibliothek Stuttgart
- 14** Social Media: TikTok im Trend
- 17** Bibliotheken digital und physisch für Menschen sichtbar machen
- 21** Wenn Zauberer, Poltergeister und elektronische Eulen ihr fröhliches Unwesen treiben
- 25** Auf effizienten Einkauf getrimmte Erwerbungs-systeme ...
- 29** Aus der Werkstatt der Münchner Stadtbibliothek: Unser erstes digitales Pubquiz
- 34** Kurzportrait der Stadtbücherei Frankfurt am Main
- 40** Kurzportrait der Stadtbibliothek Köln
- 41** Film ab – das Social Media Studio macht es möglich: Neues Angebot der Stadtbibliothek Köln
- 45** Ohren Auf: digitale Hörbücher in Bibliotheken sind ein Publikumserfolg
- 48** Social Media: Influencer sind die neuen etablierten Marken
- 52** Auf eigene Faust. Wie die Pandemie das neue Lernen lehrt
- 55** Digital - mobil - vernetzt
- 59** Wie kann man die Bearbeitung von APC's erleichtern?
- 65** FakeHunter. Falschmeldungen auf der Spur
- 69** Was ist AI? Wovon sprechen wir, wenn wir von Künstlicher Intelligenz sprechen?
- 74** Neue Formen, neue Konzepte. Die neuen Standorte der Münchner Stadtbibliothek

Impressum

Das Sonderheft Bibliotheken ist eine jährlich erscheinende Sonderpublikation des DIGITAL PUBLISHING REPORT. Herausgeber und V.i.S.d.P.: Steffen Meier. Redaktion: dpr / Postfach 12 61 / 86712 Nördlingen. Redaktion: Dennis Schmolk. Art Direction & Layout: Carina Drost. ISSN zugeteilt vom Nationalen ISSN-Zentrum für Deutschland: Digital publishing report ISSN 2512-9368
Bildquellen: Alle Bildrechte sind entweder in den Artikeln direkt vermerkt oder liegen bei den Autoren.

INHALT

WWW.DIGITAL-PUBLISHING-REPORT.DE

- 79** Kurzportrait der Internationalen Jugendbibliothek
- 82** Glossar. Institutionen, Netzwerke & Events
- 85** Die Bibliothek als Missing Link zwischen Smart Citys und Smart Citizen?!
- 90** „Wäre Fortnite ein Reiseziel, wäre es eines der beliebtesten Ziele auf dem Planeten“. Das Metaversum und seine Auswirkungen auf unsere digitale Zukunft
- 95** Prozesse – der unterschätzte Stern am Erfolgshimmel
- 99** „Toyotismus“ in der Bibliothek? Worauf sich Bibliotheken einstellen müssen, wenn sie sich auf „Lean Management“ einlassen





Bibliotheken

**Anregende Orte der
Begegnung**

Städte und Gemeinden sind Orte für Menschen. Sie befinden sich in einem Prozess der beschleunigten Transformation, der die geänderten Bedürfnisse und Erwartungen der Menschen in den Blick nehmen muss.

Für eine am Gemeinwohl orientierte Weiterentwicklung bedarf es dazu öffentlicher Orte und Räume, die unterschiedliche Nutzergruppen ansprechen, die einladend wirken sowie verschiedene Nutzungsmöglichkeiten anregen und ermöglichen.

Bibliotheken leisten als verlässliche Partner einen wesentlichen Beitrag zur erfolgreichen Gestaltung dieser Veränderungen. Selbst in einem Wandlungsprozess begriffen, stellen sie dabei die Menschen und ihre geänderten Bedürfnisse in den Mittelpunkt ihrer Veränderungsstrategien. Neben dem gleichberechtigten Zugang zu qualitativ hochwertigen Informationen, der offenen Wissensvermittlung und dem weiterhin gefragten Ausleihmodell von physischen und digitalen Medien öffnen sie ihre Räume für einen anregenden Aufenthalt und die kreative Nutzung durch alle Menschen.

Viele Bibliotheken laden ihre Nutzerinnen und Nutzer ein, ihre Bibliothek selbst mitzugestalten: gemeinsam entwickeln sie neue Bereiche oder ganze Zweigstellen. Dazu gehören auch Maker Spaces oder Repair-Cafés, in denen mit und ohne neue Technologien in Projekten gearbeitet wird. Dort können sie auch ihr Wissen einbringen, indem sie Vorträge und Workshops anbieten.

Orte der kulturellen Begegnung

Öffentliche Bibliotheken sind Orte der kulturellen Begegnung von Menschen aus allen Generationen und Milieus. Sie genießen eine hohe Akzeptanz in der Bevölkerung und pflegen eine an Respekt orientierte Kommunikationskultur. Die Zahl von jährlich 125 Millionen Besuchen zeigt, welch großes Potential zeitgemäß ausgestattete Bibliotheken in unserer Gesellschaft haben. Bibliotheken sind frei zugängliche und konsumfreie öffentliche Orte und in ländlichen Regionen häufig die einzige Kultureinrichtung in ihrer Gemeinde. Ihre wachsende Bedeutung zeigt sich auch an der steigenden Aufenthaltsdauer, die mit neuen Raumkonzepten unterstützt wird.

Wie alle Kultur- und Bildungseinrichtungen erhöhen Bibliotheken die Lebensqualität der Menschen in ihrem Umfeld. Als für alle zugängliche Treffpunkte mit möglichst wohnortnahe Zugang, angenehmer Atmosphäre und sicherlich noch zu erweiternden, familienfreundlichen Öffnungszeiten tragen sie zum sozialen Zusammenhalt bei. Bibliotheken stellen ihre Räume für den Dialog zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen bereit und bereichern so die Gesellschaft. Ihre vielfältigen Angebote für Menschen mit unterschiedlichem kulturellen Hintergrund unterstützen offene Begegnungen, fördern Toleranz und kulturelle Integration.

Viele Bibliotheken ergreifen Maßnahmen, um ihre Funktion als „Dritter Ort“ zu stärken und sich gezielt mit anderen Institutionen, Personen oder Vereinen zu vernetzen. Dabei setzen sie auf zivilgesellschaftliche

Akteure, die beispielsweise in der Sozialarbeit, der Seniorenarbeit oder im Klimaschutz aktiv sind. Gemeinsam mit diesen Partnern entwickeln sie Angebote für die Kommune und erarbeiten gute Beispiele für einen ökologisch, ökonomisch und sozial bewussten Alltag.

Orte der digitalen Teilhabe

Die Pandemie hat den Bedarf eines großen Teils der Bevölkerung nach digitaler Unterstützung und digitalen Angeboten unterstrichen. Durch ihre Strategien zur digitalen Teilhabe wirken Bibliotheken gezielt der digitalen Spaltung der Gesellschaft entgegen. Sie ermöglichen allen Bürgerinnen und Bürgern den Zugang zu Informationen, Wissen und Kultur auch in digitaler Form. Daher bauen sie ihre digitalen Angebote konsequent aus. Sie integrieren in ihre Angebote E-Books und E-Zeitschriften, Hörspiele und das Streamen von Filmen ebenso wie digitale Fortbildungs- und Sprachlernangebote. Ziel ist es, einen umfassenden Zugang zu allen Inhalten unabhängig vom Medienformat zu bieten. Dabei richtet sich ihr Medienangebot in erster Linie an den lokalen Bedürfnissen der Menschen einer Gemeinde oder einer Stadt aus, aber auch an Standortfaktoren oder lokalen Kooperationspartnern.

Der Zugang zu modernen Kommunikationsmitteln sowie zu digitalen Inhalten ist unerlässlich, um am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben. Auch unter dem Aspekt des Datenschutzes wächst das Bedürfnis nach sicheren und nicht-kommerziellen Einrichtungen in der digitalen Medienwelt. Öffentliche Bibliotheken bieten ihren

Nutzerinnen und Nutzern einen sicheren Zugang zu modernen Kommunikationsmitteln wie PCs oder Tablets. Zu ihrem Angebot gehören außerdem Kurse zum Kennenlernen neuer Technologien sowie kostenfreie Lernsettings mit entsprechender flexibler Ausstattung.

Orte der kulturellen Bildung

Bibliotheken sind auch starke Akteure der kulturellen Bildung. Sprach- und Leseförderung gehört zu ihren Kernaufgaben. Sie tragen mit ihrer vielfältigen Programm- und Veranstaltungsarbeit wie Lesungen, Autorengesprächen, Schreibwerkstätten, Vorträgen, Konzerten oder Diskussionen essenziell zum kulturellen Leben in vielen Kommunen bei. Vor allem Kindern und Jugendlichen soll der niedrigschwellige Zugang zu Literatur eröffnet werden, um der wachsenden Bildungsungleichheit in unserer Gesellschaft entschieden entgegenzuwirken. Innovative, oft analog-digitale Formate unterstützen dabei die selbstgesteuerte, kreative Auseinandersetzung von Kindern und Jugendlichen mit Literatur, aber auch mit Musik oder Filmen.

Hinzu kommt noch die Vermittlung technischer Grundlagen, der sichere Umgang mit Sozialen Medien sowie die Recherche und Bewertung von digitalen Inhalten. Die bibliothekspädagogische Arbeit bereitet Informationen seriös auf, stärkt demokratische Werte und hilft Fake News sowie Hass und Hetze zu erkennen. Unabhängig von Lehrplänen, aber oft in Kooperation mit Bildungseinrichtungen, ermöglicht die Bibliothek die selbstgesteuerte Aneignung von Wissen und Fertigkeiten.

Um Städte und Gemeinden auch an Sonntagen zu beleben, setzt sich der Deutsche Bibliotheksverband seit langem dafür ein, dass kommunalen Bibliotheken die Öffnung auch am Sonntag ermöglicht werden sollte, so dass sie als attraktive Begegnungs- und Aufenthaltsorte mit einem vielfältigen Veranstaltungsprogramm für Kinder, Jugendliche und Familien zu deren Lebensgestaltung beitragen.

Die Entwicklung einer Bibliothek hängt immer auch von den lokalen Gegebenheiten und Bedürfnissen der Menschen ab. Die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse muss bei unterschiedlichen gesellschaftlichen Ausgangslagen trotzdem handlungsleitend sein. Deshalb brauchen alle Bibliotheken eine adäquate technische, räumliche, finanzielle und personelle Ausstattung.

Mit politischer und finanzieller Unterstützung können die mehr als 9.000 Bibliotheken zeitgemäße Angebote für ihre Nutzerinnen und Nutzer weiter ausbauen und wesentlich zur Belebung von Städten und Gemeinden beitragen. Für die Städte und Gemeinden bedeutet die konsequente Einbeziehung der Bibliotheken bei der Gestaltung zukunftsorientierter Lebensverhältnisse, dass Bürgerinnen und Bürgern der ungehinderte Zugang zu Informationen und Wissen, Teilhabe in jeglicher Hinsicht und demokratischer Austausch in einer lebendigen Gesellschaft ermöglicht wird.

Autorin



Barbara Schleihagen ist seit 2006 Bundesgeschäftsführerin des Deutschen Bibliotheksverbandes e.V. (dbv) mit mehr als 2.100 Mitgliedern. Nach Studium des Bibliothekswesens und einem Master in „Management of Library and Information Services“ war sie einige Jahre in der auswärtigen Kulturpolitik (British Council, EBLIDA, IFLA) tätig. Neben ihren Aktivitäten für den internationalen Verband IFLA ist sie die deutsche Vertreterin im NAPLE-Forum, dem Zusammenschluss europäischer nationaler Behörden für Öffentliche Bibliotheken, stellvertretende Vorstandsvorsitzende der „Stiftung Lesen“ sowie stellvertretende Beiratsvorsitzende der „Stiftung Digitale Chancen“.

Foto © Stiftung Lesen / Sascha Radke

Ausschreibung für die Auszeichnung „Bibliothek des Jahres 2022“ – Innovationen für die digitale Welt sowie für die Auszeichnung „Bibliothek des Jahres 2022 in kleinen Kommunen und Regionen“

Der Deutsche Bibliotheksverband e.V. (dbv) und die Deutsche Telekom Stiftung verleihen am 24. Oktober 2022 – dem „Tag der Bibliotheken“ – zum 23. Mal den Preis „Bibliothek des Jahres“ am Ort des Preisträgers. Die Auszeichnung „Bibliothek des Jahres“ ist der einzige nationale Bibliothekspreis in Deutschland. Es wird ebenfalls erneut die Auszeichnung „Bibliothek des Jahres 2022 in kleinen Kommunen und Regionen“ verliehen.

- Mit der Auszeichnung „Bibliothek des Jahres“ soll ein Beitrag zum Image der Bibliotheken in der digitalen Welt geleistet werden.
- Die Auszeichnung würdigt Bibliotheken aller Sparten und Größen.
- Ausgezeichnet wird vorbildliche und innovative Bibliotheksarbeit unter Nutzung von digitalen Angeboten und Services, auch in Teilbereichen¹.
- Die Auszeichnung soll Motivation der Bibliotheken im Wettbewerb um Qualität und Innovation sein.

- Der Preis ist mit 20.000 Euro dotiert.
- Vorschlagsberechtigt sind die Sektionen, Landesverbände und Kommissionen des dbv sowie die Jurymitglieder. Eine Eigenbewerbung ist ebenfalls möglich. Bewerbungen können wiederholt eingereicht werden.

Für die Auszeichnung der Bibliothek sind maßgebend:

- Qualität und Innovation der bibliothekarischen Arbeit
- Darstellung ihrer Konzeption oder Strategie
- kreativer Einsatz von digitalen Möglichkeiten
- Zukunftsorientierung
- nachhaltige Wirkung
- attraktiven Serviceleistungen
- medienwirksame Öffentlichkeitsarbeit
- überregionales/internationales Engagement
- (lokale, regionale, internationale) Vernetzung
- Qualität der Bewerbungsunterlagen

Der Preisträger wird von einer unabhängigen Jury gewählt.

Sie besteht aus den folgenden stimmberechtigten Mitgliedern:

- Vertretung der Bundesregierung

- Vertretung der Kultusministerkonferenz
- Vertretung des Deutschen Städtetages
- Vertretung der Deutsche Telekom Stiftung
- Vertretung des Dachverbandes Bibliothek & Information Deutschland
- Präsident des Deutschen Bibliotheksverbandes e.V. (dbv)
- zwei Mitglieder des Bundesvorstandes des Deutschen Bibliotheksverbandes e.V. (dbv)

Die Jury, der bis zu zwei weitere Mitglieder ohne Stimmrecht angehören können (u.a. Bundesgeschäftsführerin des dbv ex officio), trifft ihre Entscheidung über die beim dbv eingereichten Vorschläge auf der Grundlage von Bewerbungen und nach Möglichkeit von Ortsbesichtigungen. Mitglieder des Bundesvorstandes und des Präsidiums des Deutschen Bibliotheksverbandes können bei der Preisvergabe nicht berücksichtigt werden. Bewerbungen sind erst in dem Jahr möglich, das der aktiven Vorstands- oder Präsidiumstätigkeit folgt.

Die Preisverleihung erfolgt am Ort der ausgezeichneten „Bibliothek des Jahres“.

¹ Gemeint sind besonders vorbildliche und innovative Teilbereiche einer Bibliothek (z.B. Zweigstelle, Abteilung, Veranstaltungsarbeit, Bibliothek und Bildung, Integration, Informationskompetenz u.a.)



Zum dritten Mal wird auch die Auszeichnung **„Bibliothek des Jahres in kleinen Kommunen und Regionen“** für vorbildliche und innovative Bereiche einer Bibliothek vergeben.

- Mit der Auszeichnung „Bibliothek des Jahres in kleinen Kommunen und Regionen“ soll ein Beitrag zum Image der Bibliotheken in den kleinen Kommunen und Regionen geleistet werden.
- Die Auszeichnung würdigt Bibliotheken aller Sparten in Städte und Gemeinden mit bis zu 50.000 Einwohnern.
- Ausgezeichnet wird vorbildliche und innovative Bibliotheksarbeit auch in Teilbereichen (z.B. Veranstaltungsarbeit, Bibliothek und Bildung, Integration, Informationskompetenz u.a.)
- Die Auszeichnung soll Motivation der Bibliotheken im Wettbewerb um Qualität und Innovation sein.
- Der Preis ist mit 7.000 Euro dotiert.
- Vorschlagsberechtigt sind die Sektionen, Landesverbände und Kommissionen des dbv sowie die Jurymitglieder. Eine

Eigenbewerbung ist ebenfalls möglich. Bewerbungen können wiederholt eingereicht werden.

Eine Bewerbung kann nur einmal in einer der beiden Kategorien „Bibliothek des Jahres“ oder „Bibliothek des Jahres in kleinen Kommunen und Regionen“ eingereicht werden. Doppelbewerbungen sind nicht zulässig. Die Jury behält sich bei entsprechender Eignung vor, die Kategorie der Bewerbung zu ändern.

Wichtige Termine

Einreichung von Vorschlägen bis zum 31.03.2022

Preisverleihung am 24.10.2022

Die Vorschlagsberechtigten für die Auszeichnung „Bibliothek des Jahres“ – entweder die Bibliotheksleitungen selbst, die Vorsitzenden der Sektionen, Landesverbände und Kommissionen des dbv oder die Jurymitglieder – füllen bitte ausschließlich den elektronischen Bewerbungsbogen aus, der auf der Website des dbv unter folgendem Link zu finden ist: <https://www.bibliotheksverband.de/bibliothek-des-jahres>

Zusätzliche Dokumente können dort ebenfalls hochgeladen werden.

Die Vorschlagsberechtigten für die Auszeichnung „Bibliothek des Jahres in kleinen Kommunen und Regionen“ – entweder die Bibliotheksleitungen selbst, die Vorsitzenden der Sektionen, Landesverbände und Kommissionen des dbv oder die Jurymitglieder – füllen bitte ausschließlich den elektronischen Bewerbungsbogen „Bibliothek des Jahres in kleinen Kommunen und Regionen“ aus, der auf der Website des dbv unter folgendem Link zu finden ist: <https://www.bibliotheksverband.de/bibliothek-des-jahres-kleinen-kommunen-und-regionen>. Zusätzliche Dokumente können dort ebenfalls hochgeladen werden.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Barbara Schleihagen Bundesgeschäftsführerin Tel.: 0 30/644 98 99 12
E-Mail: schleihagen@bibliotheksverband.de
www.bibliotheksverband.de

Stadtbibliothek Stuttgart

Steckbrief

Name:

Stadtbibliothek Stuttgart

Ort: Stuttgart

Typ: Leihbibliothek

Standard-Leihfrist eines Buchs:

4 Wochen

Träger:

Landeshauptstadt Stuttgart

Größe:

Zentralbibliothek „Stadtbibliothek am Mailänder Platz“, 18 Stadtteilbibliotheken, zwei Bibliotheksbusse

Medien: 1.126.138 Medien,

davon 833.592 Bücher

BesucherInnen vor Corona:

rund 3.5 Millionen (2019)

Stellen: 200,35

Website:

www.stadtbibliothek-stuttgart.de

Social Media:

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[YouTube](#)

Wer besucht Ihre Bibliothek und warum?

Alle, aber wir beschreiben unsere Zielgruppen wie folgt:
Menschen, die nach Informationen und Inspiration suchen, sich fortbilden möchten, bestimmte Interessen haben, in einer besonderen Lebensphase sind – sie recherchieren in unseren Pressedatenbanken und Nachschlagewerken, nutzen Online-Tutorials für ihre Weiterbil-

dung, besuchen unsere Veranstaltungen, lesen sich in ein Thema ein und nutzen die vielfältigen Kulturangebote.

Menschen, die neu in Stuttgart sind – sie lernen in Tandems die deutsche Sprache und bringen anderen ihre Sprache bei, sie finden vielfältige Lernmaterialien, aber auch Bücher und Zeitungen in ihrer eigenen Sprache, außerdem viele Freizeittipps rund um Stuttgart und die Region.

„In der Bibliothek hat meine Familie Wertschätzung und Respekt erfahren. Die Bücherei hat uns geholfen, die deutsche Sprache zu lernen. Sie ist für uns zu einem Stück Heimat geworden.“ Das schrieb uns ein Bürger, der vor vielen Jahren mit seiner Familie nach Stuttgart kam und sich in diesem Land zunächst fremd fühlte.

Familien – in den Kinderbibliotheken wird vorgelesen und gespielt, sie gehen auf Entdeckungsreise, Bücher, Spiele, Filme werden ausgewählt und dann machen sie sich mit leuchtenden Augen und „fetter Beute“ auf den Weg nach Hause.

Kinder(gruppen) – In Führungen, Vorlesestunden, Workshops und AutorInnenlesungen begegnen sie Literatur, sammeln Informationen, lernen alles über die Nutzung der unterschiedlichen Medien, haben Erfolgserlebnisse beim Schreiben und Illustrieren ihrer eigenen Bücher und werden fantasievoll in ihrer Kreativität gefördert.

Jugendliche bzw. Jugendgruppen – Sie erhalten Unterstützung bei Referaten und anderen Schulischen Aufgabenstellungen, Anregungen für ihre Freizeitgestaltung, verbringen gemeinsame Zeit bei Workshops, die ihren Interessen und Bedürfnissen entsprechen.

Menschen mit Zeit – sie finden hier einen Ort, den sie konsumfrei nutzen können, an dem sie Anregungen und Ansprache finden, an dem sie einfach Zeit verbringen können.

Welchen Zweck/welche Aufgabe hat die Stadtbibliothek Stuttgart?

Wir versorgen die Stuttgarter Bürgerinnen und Bürger in erster Linie mit Literatur und Informationen.



Galeriesaal der Stadtbibliothek am Mailänder Platz. Foto: martinlorenz.net

Dieses Angebot ist frei von kommerziellen Interessen und folgt keinen Algorithmen noch werden irgendwelche Daten gespeichert. Zudem sind die Bibliotheken reale Orte: Wir unterstützen die Menschen bei ihrer Medien-, Lese- und Lernbiographie, fördern das menschliche Miteinander im Stadtzentrum und wohnortnah im Stadtteil. Wir ermöglichen gesellschaftliche Partizipation und bieten Raum für Begegnungen und Erfahrungen.

In einem Satz: Wofür braucht man Bibliotheken und Büchereien?

Bibliotheken mit ihrem reichhaltigen Angebot in den Bereichen Bildung und Kultur sind der Kitt, der die Gesellschaft zusammenhält, weil sie alle im Blick haben und niemanden ausschließen – auch in der Pandemie versuchen sie, die kulturelle Teilhabe zuverlässig zu ermöglichen, indem sie Services wie Lieferdienste, Abholservices und vieles mehr anbieten.

Inwiefern hat die Covid-Pandemie Ihre Arbeit verändert?

Uns war es ein Anliegen, in der unsicheren Zeit der Pandemie ein verlässliches und beständiges Angebot zu entwickeln, das unabhängig von Veränderungen in der Corona-Verordnung bestehen bleiben konnte. So wurden telefonische Beratungstermine für Schülerinnen und Schüler eingerichtet, während bereits an der Logistik für einen Medien-Abholservice gearbeitet wurde. Dieser wurde dann Mitte April 2020 umgesetzt und wird seitdem durchgehend angeboten. Fast zeitgleich startete der Lieferservice für Menschen, die in Quarantäne, vulnerabel oder nicht mobil waren. Die Plattformen in unserer eBibliothek wurden massiv ausgebaut und ein auf zwei



Neue Stadtteilbibliothek in Stuttgart-Heslach. Foto: Günther Marsch

Monate beschränkter kostenloser Testausweis dafür eingeführt. Die Kinderbibliotheken kreierten Mitmachkonzepte, virtuelle BilderbuchShows und Aktionen-to-go sowie Experimente, Lesungen und Theater auf dem neuen YouTube-Kanal. Die Themenwoche edYo!cation zur Hiphop-Kultur setzte die Junge Bibliothek ebenfalls mit Videotutorials um und auch für das Festival der Buchkinder Stuttgart hieß es „Bildschirm an!“ statt „Vorhang auf!“. Um auch in dieser Zeit ein Ort der Kultur und Künste zu sein und Künstlerinnen und Künstler finanziell unterstützen zu können, wurde auch das Veranstaltungsprogramm für Erwachsene in den digitalen Raum übertragen. In Livestreams und Podcasts erlebte das Publikum Experimentelles und Etabliertes, Innovatives und Exzellentes wie beispielsweise den „Stuttgarter Lyrik-Cast in Farbe“.

Welche Events veranstalten Sie – und welche sind am beliebtesten?

Vor Corona waren unsere Familientage sehr beliebt. In allen Ecken gab es etwas zum Mitmachen,

Anschauen, Ausprobieren, Gestalten, Lernen, Zuhören und Stauen. Zum zehnjährigen Bestehen der Stadtbibliothek am Mailänder Platz im Oktober 2020 wollten wir wieder so einen Erlebnistag für Klein und Groß anbieten, mit Angeboten rund um das Geburtstagshaben, die Zahl 10 und die Farbe Blau (die Bibliothek leuchtet im Dunkeln blau). Leider war die Pandemie noch in vollem Gange. Wir konnten uns eine Umsetzung unter Hygienebedingungen einfach nicht vorstellen. Stattdessen haben wir ein Alternativprogramm mit Balkonkonzert organisiert. Die Mitmachaktionen wurden als liebevoll gestaltete Aktionstüchchen zum Mitnehmen umgesetzt. Diese Aktionstüchchen erfreuen sich bei Jung und Alt großer Beliebtheit und werden auch in unseren Stadtteilbibliotheken herausgegeben.

Angebote, die wir beim Familientag im Programm gehabt hätten, wären beispielsweise unsere Cryptopartys zusammen mit dem Chaos Computer Club Stuttgart, das Repair Café, Technik-Workshops mit der Initiative

Tinkertank, Schreib- und Druck-Werkstätten der Buchkinder Stuttgart, BilderbuchShows, Vorlesen mit LesepatInnen des Leseohren e.V. und SchauspielerInnen, die Klassiker der Weltliteratur zum Besten geben. Diese Programmpunkte werden seit Jahren sehr gut besucht.

Wir legen bei der Gestaltung unseres Programms einen Schwerpunkt auf die Förderung von Lesekompetenz und „digitaler Lesekompetenz“. Lesekompetenz zu fördern, ist seit jeher eine der Hauptaufgaben von Bibliotheken, nicht nur bei Kindern. Mit dem Einzug der digitalen Techniken war es erforderlich, diese Lesekompetenz zu erweitern. Unter dem Begriff „digitale Lesekompetenz“ schauen wir unter die glänzenden Medienoberflächen, thematisieren die Nutzungsqualitäten und Auswirkungen der digitalen Medien sowie die gesellschaftlichen und persönlichen Konsequenzen. Medien- und Recherchekompetenz, Datenschutz, Privatsphäre und Sicherheit im Netz sind Themen, die wir gemeinsam mit einem Netzwerk von spezialisierten Partnern in interaktiven Angeboten vermitteln. Zudem ermöglicht die Präsentation von Netzkunst, Netzliteratur und GameArt neue und unkonventionelle Perspektiven, regt zur Diskussion an und bietet Denkanstöße und Anregungen zur Auseinandersetzung mit der digitalen Kultur.

Wie finanziert sich die Stadtbibliothek Stuttgart?

Die Stadtbibliothek Stuttgart ist in kommunaler Trägerschaft. Für einzelne Projekte werben wir zusätzlich Fördergelder ein. Beispiele hierfür sind die Projekte „Mobile Jugendarbeit im Europaviertel“ oder „Der Stuttgarter Lyrik-Cast in Farbe“.



Stadtbibliothek am Mailänder Platz, leuchtet blau. Foto: Markus Christ

Was würden Sie verändern, wenn Sie das doppelte Budget zur Verfügung hätten?

Wir würden auch die Öffnungszeiten unserer Stadtteilbibliotheken auf sechs Tage die Woche ausdehnen (in der Stadtbibliothek am Mailänder Platz öffnen wir von Montag bis Samstag von 9 bis 21 Uhr), mit ausreichend Personal, sodass qualitativ hochwertige Beratung und bibliothekspädagogische Programme zuverlässig gewährleistet werden können.

Was ist Ihre Lieblings-Anekdote zum Thema „Menschen begegnen sich in der Bibliothek“?

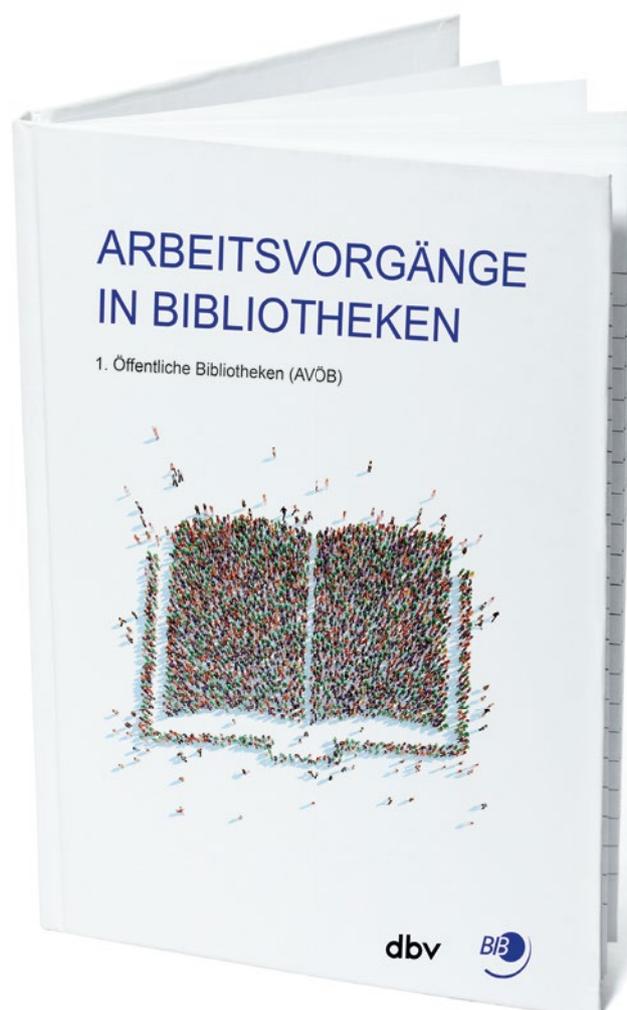
Ein Mann und eine Frau begegneten sich im achten Obergeschoss

der Bibliothek bei den Kunstbüchern. Sie kamen über Ausstellungen und Kunst ins Gespräch. Sie hatten sich nie zuvor gesehen. Seitdem trafen sie sich seitdem regelmäßig in der Bibliothek, besuchten gemeinsam Ausstellungen und beschlossen schließlich zu heiraten. Da wir in der Bibliothek auch über ein standesamtliches Trauzimmer verfügen, heirateten sie natürlich bei uns und machten ihre Hochzeitsfotos vor der Kulisse des Galeriesaals und natürlich vor den Regalen mit den Kunstbüchern.

IHR PERSÖNLICHES ARBEITSEXEMPLAR JETZT BESTELLEN!

Das Standardwerk für die Erstellung von Stellenbeschreibungen und Stellenbewertungen in Öffentlichen Bibliotheken.

Das neue Werk führt mehr als 160 Arbeitsvorgänge und ihre Anforderungen in 14 Arbeitsbereichen öffentlicher Bibliotheken auf. Außerdem werden die jeweils erfüllten Tätigkeitsmerkmale und die zugehörigen Entgeltgruppen – nach der derzeit gültigen Entgeltordnung – erfasst. Ergänzt werden diese durch Grundlagenwissen zum Thema Eingruppierung, Stellenbeschreibung und Stellenbewertung.



.....
bestellung@abomanagement.de

Softcover ISBN: 978-3-00-066947-7

Ringbuch ISBN: 978-3-00-066948-4

Preis: 29,95 Euro zzgl. 5 Euro Versandpauschale



TikTok im Trend

Sechs Insider-Tipps, wie Unternehmen die Plattform erfolgreich nutzen können

Schon seit längerer Zeit wird TikTok nicht mehr ausschließlich für Lip-Sync-Performances genutzt. Auf TikTok kann sich jeder schnell verbreiten, egal wie bekannt oder unbekannt er war. Davon können auch Unternehmen profitieren und in Kontakt mit ihren Zielgruppen treten, um Feedback zu erhalten.

International anerkannter Fachmann auf diesem Gebiet ist Louis Victor. Er ist Designer, Autor, Graffiti-Künstler und er erstellt Content auf Instagram und TikTok. Seit mehr als zehn Jahren ist er Experte im Bereich Design, unter anderem für Social Media und hat schon vielen Unternehmen zum Erfolg geholfen.

Das richtige Format - alle Videos im Hochformat posten

Was bis vor wenigen Jahren für anspruchsvolle Kameraleute noch verpönt gewesen ist, wird Tatsache. Sollte bei Beginn der Produktion feststehen, dass der Content hochkant benötigt wird, sollte man in einem solchen auch produzieren. Der Vorteil ist die volle Auflösung und ein zusätzlicher Bildausschnitt bei gleicher Brennweite. Noch dazu stimmt bei der Herstellung das Bild der Kamera mit dem direkten Output überein. Mit hochkant in 4K-Auflösung hat man auch die Möglichkeit den Ausschnitt des Bildes nachträglich zu justieren.

Natürlich ist es auch möglich bereits vorhandenes Filmmaterial in die jeweiligen Formate zu bringen. Wer seinen Nutzern das bestmögliche Erlebnis bieten möchte, sollte sich vor der Herstellung über das Output-Format Gedanken machen, und das auf jeden Fall bei der Herstellung zu berücksichtigen, um den Mehrauf-

wand im Schnitt besser einkalkulieren zu können.

Die passende Musik - die Videos mit Sounds oder Musik unterlegen

Nimmt man bei TikTok ein Lip-Sync-Video auf, hat man Zugriff auf einen umfangreichen Katalog mit Songs, die man im Hintergrund des Beitrags abspielen kann. Auch wenn die Wahl an Songs bei TikTok nicht gering ist und viele bekannte und neue Titel zur Wahl stehen, so fragt sich der Nutzer vielleicht, wie kann man bei TikTok eigene Musik nutzen?

Wer früher schon eine ältere Version von TikTok angewendet hat, der kennt noch die Funktion, mit der man eigene Songs hinzufügen und in einem Video verwenden konnte. Dazu musste man in der Auswahl auf die Karte „Meine

Sounds“ wechseln und konnte eigene Songs im MP3-Format wählen und ein Video unterlegen. Mittlerweile ist das nicht mehr machbar, weil die Karte „Meine Sounds“ aus der App entfernt wurde.

Das emotionale Level - lustig, spannend, unterhaltsam, lehrreich oder emotional

Packende Videos haben oftmals gemeinsame Kriterien: Sie erzählen Geschichten, ziehen die Betrachter in ihren Bann und regen zu Diskussionen an.

Videoformat: Vertikale Beiträge funktionieren auf TikTok optimal, ebenso wie Beiträge, die länger als nur einige Sekunden dauern.

Videountertitel: Ab und zu ist eine packende Bildunterschrift ebenso fesselnd wie die Inhalte. Man sollte den Platz in den Untertiteln nutzen, um Kontext zu ergänzen und mehr über ein Video zu vermitteln.

Kreative Effekte, Spracheffekte und Sound: Ob Freeze, Voice-Over oder ein Duett - kreative Effekte und Videotools können Inhalte zum Leben erwecken.

Videos regelmäßig posten - mindestens einmal täglich

Damit die Leser ihr Interesse nicht verlieren ist es wesentlich kontinuierlich zu posten. Zu empfehlen ist ein Beitrag jeden Tag, wobei erfolgreiche TikTok-Betreiber sogar zwei bis drei Clips täglich einstellen. Achten Sie darauf, dass Sie die Beiträge in möglichst guter Qualität herzustellen. Sie sollten eine höhere Auflösung aufweisen und nicht verpixelt oder undeutlich sein. Auch die Teilnah-



me an TikTok-Challenges kann die Reichweite erhöhen und zu mehr Fans verhelfen.

Hashtags erkennt man an dem davorstehenden Symbol „#“. Sie sollten stets passende Hashtags zu den Beiträgen suchen. Auf diese Art und Weise lassen sich Beiträge einer Kategorie am besten sammeln und können bei einer Suchanfrage besser aufgefunden werden. Besonders beliebte Hashtags sind ein probates Mittel, um rascher von anderen TikTok-Nutzern aufgefunden zu werden.

Des Weiteren stehen beim TikTok Sharing auch Messaging Apps im Zentrum. Facebook Messenger, WhatsApp, Snapchat und SMS sind in den Sharing-Dialog eingebaut. Der Fokus von Instagram, Inhalte als Geschichte oder Instagram Direktnachricht zu teilen, ist bei TikTok nur eine von vielen Möglichkeiten.

Challenges - eigene Ideen umsetzen und kreativ sein

Eine weitere Besonderheit auf TikTok sind die beliebten -Challenges. Challenges sind eine Chance, aber inspirieren auch dazu die Ideen von anderen zu kopieren. Solltest du dennoch an Challenges teilnehmen, achte darauf, welche auszuwählen, die zu dir bzw. deinem Unternehmen auch passen.

Unter einem besonderen Hashtag wird zu einem Wettbewerb aufgerufen, an dem sich TikTok-Nutzer beteiligen. Das Challenge-Format kann dabei unterstützen, auf TikTok Reichweiten aufzubauen und die Markenbekanntheit zu steigern. Über die Suchfunktion können Sie durch aktuelle Challenges suchen und Inspiration sammeln.

TikTok-Videos - auch auf anderen Plattformen

Sharing innerhalb von Facebook und Instagram verstärkt die Plattform. Beiträge sollen sich auf der eigenen Plattform entsprechend weiterverbreiten und dort auch verbleiben. Beim TikTok Sharing geht es um die Verbreitung von Inhalten auf anderen Plattformen, um so die Sichtbarkeit des Mediums entsprechend zu verstärken. Beide Ansätze weisen Vor- und Nachteile auf und stehen auch für zwei verschiedene Philosophien.

TikTok setzt stark auf die Verbreitung von Inhalten in anderen Kanälen. Dabei geht es nur darum einen Link zum TikTok Beitrag zu teilen, sondern den Inhalt an sich zu teilen. Auf diese Weise können Inhalte geladen, im Format Gif exportiert, oder als Live-Foto gespeichert werden. Besonders die Möglichkeit TikTok Videos abzuspeichern, sorgt für große Verbreitung auf weiteren Kanälen.

Zum Beispiel auf Instagram. Dort gibt es einige Accounts, die TikTok Videos betreuen. Auf YouTube sieht es ähnlich aus. Auch dort gibt es viele Kanäle, mit Best of TikTok Videos.

Fazit

TikTok ist etwas verrückt, sehr schnell und definitiv ein Netzwerk, das man so bisher nicht kannte. Aber ohne Zweifel steht es für kreativen Input, Abwechslung und Diversität. Interessant ist auch der Newsroom, den man auf so einem Network nicht erwartet. Dort findet sich ein Blog zu Kooperationen, besonderen Aktionen und weiteren Nachrichten rund um das Netzwerk.

Besonders die Hashtag-Challenges von TikTok sind ein

besonderes Instrument mit höchster User Einbindung auf dem Social-Network-Markt. Wir haben also ein interessantes Netzwerk, mit starken Werbeformaten und jeder Menge Spaß.

Autor



Louis Victor ist Designer, Buchautor, Content Creator auf Instagram und Tiktok und Master of Arts, im wörtlichen sowie akademischen Sinne. Seit über zehn Jahren ist er Experte im Bereich Design, unter anderem für Social Media und hat bereits vielen Unternehmen zum Erfolg verholfen. Louis Victor hat klein angefangen und sich Stück für Stück zum Erfolg gearbeitet, heute sitzt er im Bewertungsteam des CCI, weil er seiner Leidenschaft für Design gefolgt ist.



Bibliotheken digital und physisch für Menschen sichtbar machen

75 Jahre ekz: Von gedruckten Buch-Angebotslisten zu Empfehlungen für den Bestandsaufbau mit künstlicher Intelligenz (KI)

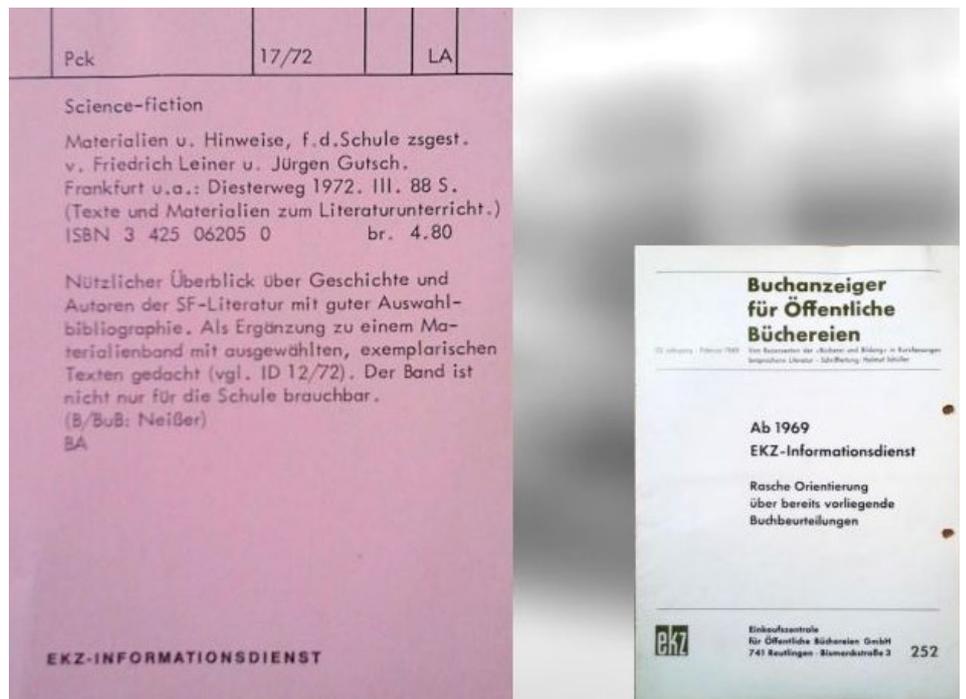
Bibliotheken für die Menschen sichtbar zu machen – dafür setzt sich die ekz seit 75 Jahren ein. Als „Einkaufszentrale für öffentliche Büchereien GmbH“ startete sie am 26. Februar 1947 mit 21 Angestellten in der Reutlinger Wilhelmstraße. Nach gedruckten Buch-Angebotslisten kamen in den 1950er-Jahren Werbeplakate und erste Bibliotheksmöbel dazu. Heute ist die ekz-Gruppe mit ihren circa 300 Mitarbeiter*innen und einem Jahresumsatz von rund 73 Millionen EUR aus der Bibliothekswelt nicht mehr wegzudenken.

Der 75. Geburtstag der ekz ist ein besonderes Jubiläum. Doch was genau ist denn das Besondere am Reutlinger Bibliotheksspezialisten? Geschäftsführer Dr. Jörg Meyer nennt vor allem eine Tatsache: Bereits seit ihrer Gründung bietet die ekz als Komplettanbieter nahezu alles an, was Bibliotheken von damals und heute benötigen. „Diese praxisorientierten Produkte und Dienstleistungen sind möglich, weil die ekz von Anfang an auf qualifizierte Fachkräfte gesetzt hat. Sie verstehen die Bibliotheksarbeit und entwickeln stetig neue Services, die Bibliotheken in ihrem eigenen Fortschritt unterstützen.“ Dazu gehören die beiden Shops Medienwelten und Bibliotheksausstattung, der Informationsdienst (ID) zur Marktsichtung, der heute auch in digitaler Form auf den Medienwelten der ekz angeboten wird, die ganzheitliche Planung von Bibliotheken – vom Konzept bis zur Schlüsselübergabe – sowie digitale Dienstleistungen und Hardware der ekz-Tochterunternehmen.

Bild vorherige Seite: Die komplett von der ekz neu eingerichtete Stadtbücherei Coesfeld



„Rechnungszimmer“ aus den Anfangsjahren der ekz



1969 erscheint erstmals der „ekz-Informationsdienst“ für öffentliche Bibliotheken

Bibliotheken sind wichtige Einrichtungen für Städte und Gemeinden, die neben dem Zugang zu Medien für vielfältige Bildungs- und Veranstaltungsangebote stehen. Sie sind Orte zum Wohlfühlen mit hoher Aufenthaltsqualität, zum Austausch mit anderen in offenen oder strukturierten Formaten, zum Arbeiten, Lernen oder einfach, um „Mensch

zu sein“. Das erkennen immer mehr Unterstützer*innen. Auch die ekz setzt sich für die Entwicklung von Bibliotheken zu solchen „Dritten Orten“ ein. „Zukünftig werden Bibliotheken also ihre physische und digitale Präsenz – und dadurch ihre Marke – stärken und so noch sichtbarer für die Bürger*innen werden“, ist sich Meyer sicher.

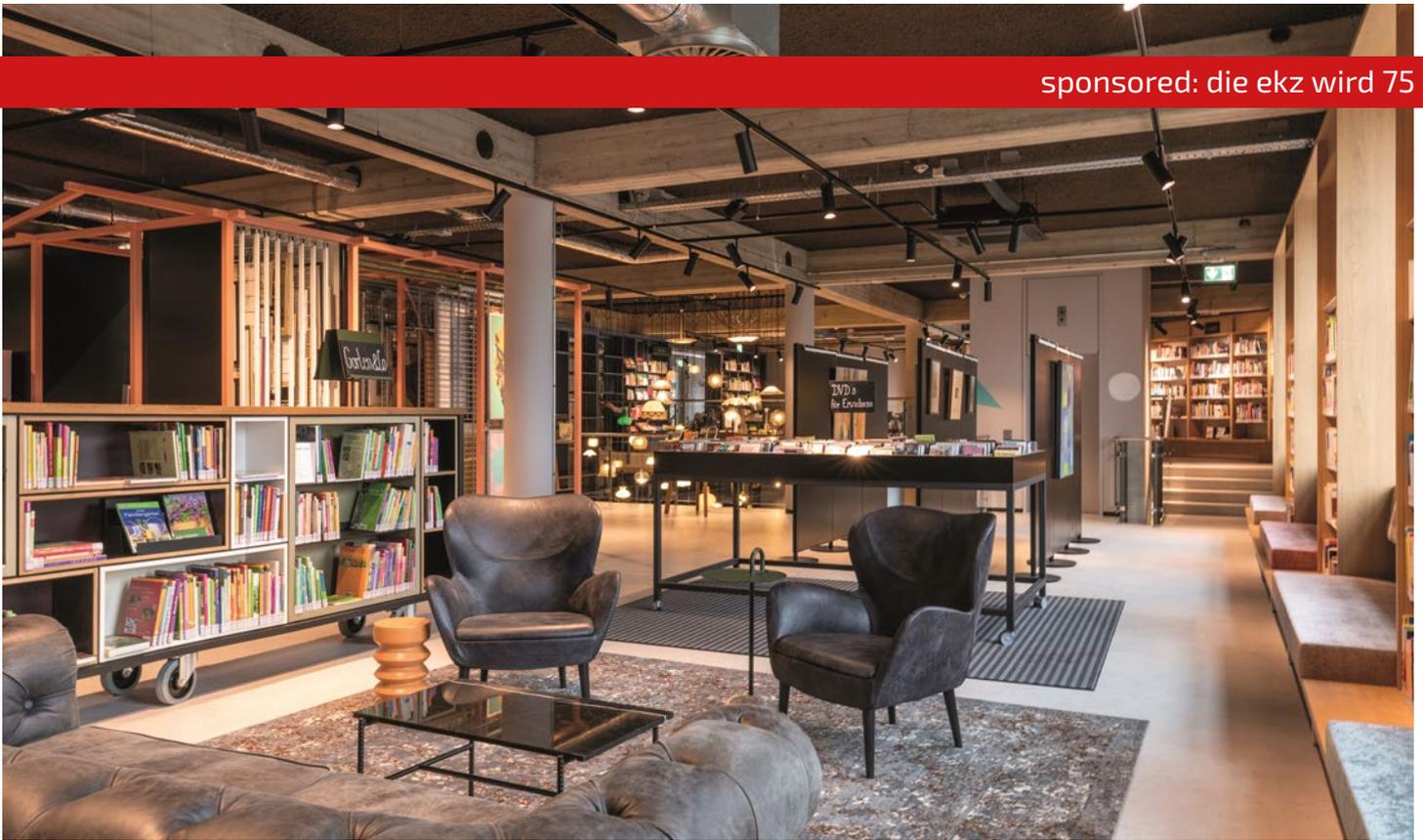
Historische Daten

- 1947** Gründung der ekz als „Einkaufszentrale für öffentliche Büchereien GmbH“ am 26. Februar in Reutlingen: 21 Mitarbeiter*innen, erster Firmensitz in der oberen Wilhelmstraße
- 1952** Neubau Firmensitz in der Bismarckstraße 3
- 1969** Erstmals erscheint der „ekz-Informationssdienst“ (ID)
- 1976** Berufsverband Information Bibliothek (BIB), Deutscher Bibliotheksverband (dbv) und ekz gründen „Lektoratskooperation“ als Rezensionssdienst für Bibliotheken
- 1999** Neuer Name: „ekz.bibliotheksservice GmbH“
- 2000** Gründung der österreichischen ekz-Niederlassung in Salzburg
- 2001** Gründung der französischen ekz-Niederlassung in Haguenau (heute in Bischwiller)
- 2005** ekz-Tochterunternehmen divibib GmbH und EasyCheck GmbH & Co. KG
- 2007** Onleihe startet mit vier Pilotbibliotheken
- 2009** Übernahme von NORIS Medienverpackungen
- 2011** Eröffnung der weltweit beachteten Stadtbibliothek Stuttgart, eines der größten Einrichtungsprojekte der ekz
- 2014** Deutschlands erste OpenLibrary der ekz-Tochter EasyCheck in Hamburg-Finkenwerder
- 2016** Die neue Unternehmenstochter LMSCloud GmbH startet mit webbasiertem Bibliotheksmanagementsystem auf Open-Source-Basis
- 2017** Partnerschaften mit dem Bibliothekslieferanten DEMCO und dem Borromäusverein e. V., Dachverband der Katholischen Öffentlichen Büchereien (KÖB)
- 2018** Autocheck Systems B.V. wird Teil der ekz-Gruppe
- 2019** Onleihe-App mit neuem Digital-Rechtemanagement (DRM)
Neugründung Team Stonepark: Als Generalunternehmer koordiniert das Mitglied der ekz-Gruppe komplette Inneneinrichtungen
- 2020** Autocheck Systems B.V. übernimmt die HSBIB und kann als Partner von Automatisierungslösungen die itrack-Software nun besser erweitern
Die Bonner borro medien GmbH kommt als weitere Tochter zur ekz-Gruppe
Rekordzugriffe bei der Onleihe während der Corona-Lockdowns
- 2021** Projekte Team Stonepark: Stadtbibliothek Langenfeld sowie Bibliothek und Zeugenarchiv im „Dokumentationszentrum Flucht, Vertreibung und Versöhnung“ in Berlin
Autocheck Systems und HSBIB werden ekz.benelux und statten die Bibliothek im belgischen Menen aus
Konzeption und Planung der ekz für Co-Working-Space an der Nürtinger Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU)

Bei der ekz-Gruppe arbeiten heute circa 300 Menschen, Umsatz: rund 73 Millionen EUR

Dabei fördert die ekz die Weiterentwicklung und Digitalisierung von Bibliotheken vor allem durch Konzepte, an denen Bürger*innen, Mitarbeiter*innen und Entscheider*innen aktiv beteiligt sind – und entwickelt so Planungskonzepte für eine angenehme Atmosphäre, optimale Raumnutzung und neue Arbeitsformen wie Maker- oder Co-Working-Spaces. Außerdem unterstützt die ekz die 17 Ziele für Nachhaltigkeit der UN – und Jörg Meyer ist stolz darauf, was das Unternehmen hier bereits erreicht hat: „Wir betreiben aktives Umweltmanagement, nutzen in Reutlingen Strom aus erneuerbaren Energien, setzen beim Versand auf umweltfreundliche Materialien und arbeiten daran, Lieferketten noch nachhaltiger zu machen. Mit Team Stonepark – ekz-Tochter und Generalunternehmer – können Gemeinden sogar den gesamten Innenausbau komplett regeln lassen.“

Auch auf digitaler Ebene hat die ekz ihre Angebote stetig weiterentwickelt. Mit der ekz-Tochter EasyCheck bietet sie beispielsweise Open-Library-Lösungen, damit die schönen neuen Bibliotheksräume lange geöffnet bleiben. Öffnungszeiten bis 70 Stunden pro Woche sind so auch für kleine Bibliotheken denkbar. Die LMSCloud, ein weiteres Tochterunternehmen, ermöglicht mit dem Open-Source-System Koha eine flexible Verwaltung von Prozessen – ganz ohne den Aufwand einer eigenen IT-Infrastruktur – und bietet einen OPAC, mit dem Leser*innen die Medien einfach entdecken können. Zusätzlich entwickelt die ekz seit einiger Zeit Systeme, die durch künstliche Intelligenz (KI) Empfehlungen für den Bestandsaufbau oder zum Lesen geben. Bislang kommt diese KI nur im Shop Medienwelten zum Einsatz. „In Zukunft wollen wir



Die neu eingerichtete Stadtbibliothek Langenfeld – komplett von der ekz-Tochter Team Stonepark als Generalunternehmer gestaltet

diese Empfehlungen aber auch in anderen digitalen Systemen der ekz-Gruppe nutzen“, sagt Johannes Neuer, Bibliothekarischer Direktor der ekz.

Gleichzeitig arbeitet das Unternehmen unter dem Namen „ekz-Gruppe 2030: Wir machen Bibliothek einfach“ seit etwa zwei Jahren mit allen Mitarbeiter*innen daran, die Nutzerzentrierung der internen und externen Prozesse zu stärken. Dabei werden sie von der Knowledge Foundation der Reutlingen University (KFRU) begleitet. Diese bietet wissenschaftsbasierte Beratung und Coaching mit Lehrenden. In der ekz gestalten Mitarbeiter*innen aus allen Bereichen diesen Prozess im Tagesgeschäft, aber auch in Projektgruppen mit. „Ich sehe das als eine wichtige Investition in die Zukunft, damit die ekz weitere 75 Jahre erfolgreich bleibt“ so Meyer.

Auch im Jubiläumsjahr hat die ekz viel vor: Intern arbeiten Mitarbeiter*innen und Führungs-

kräfte gemeinsam an einer nutzerfreundlicheren Oberfläche der Webshops, mit der Kund*innen physische und digitale Medien sowie Bibliothekszubehör aus einer Quelle recherchieren und bestellen können. Außerdem erhält die ekz-Tochter divibib ein neues Backend-System für die Onleihe, um diese Plattform weiter zu verbessern. „Parallel dazu arbeite ich mit dem divibib-Team an einer komplett neuen Oberfläche: der Onleihe 3.0“, erzählt Meyer. „Hierbei binden wir von Anfang an Nutzer- und Nichtnutzer*innen in den agilen Prozess mit ein und stellen damit sicher, dass sich die Onleihe-Apps einfach bedienen lassen. Besonderen Wert legen wir auf die barrierearme Umsetzung, damit möglichst viele Menschen Zugang zur Onleihe haben.“

Gemeinsam mit den Mitarbeiter*innen feiert die gesamte ekz-Gruppe im Spätsommer den 75. Geburtstag, aber auch für ihre Kund*innen hat sie im Jubilä-

umsjahr einiges anzubieten – im Rahmen der aktuellen Möglichkeiten. Dr. Jörg Meyer und Johannes Neuer freuen sich besonders darauf, auf dem Leipziger Bibliothekskongress oder bei “Chancen 2022” in der neuen Zentralbibliothek in Düsseldorf auf Erfolge anzustoßen, Danke zu sagen und darüber zu sprechen, wie die ekz und ihre Kund*innen die Zukunft von Bibliotheken gemeinsam gestalten können.

Meyer blickt positiv in die Zukunft und wünscht sich, dass die ekz trotz Pandemie weiter daran arbeiten kann, Bibliotheken zum zentralen Ort für Menschen in ihren Kommunen zu machen: „Dank unserer digitalen Systeme haben alle überall die Möglichkeit, Medien zu nutzen. Aber gerade heute ist die Gemeinschaft von Menschen wichtiger denn je. Eben diesen Austausch wünsche ich uns in der Bibliotheksbranche – und ich freue mich, vielen Mitstreiter*innen persönlich zu begegnen.“



Wenn Zauberer, Polter- geister und elektronische Eulen ihr fröhliches Unwesen treiben

**Wie die Stadtbibliothek Weinheim mit einer
Bibliotheca Somnia zum Magneten für Kinder
wurde**

Bibliotheken sind auch ein Bezugspunkt für Kinder. Vielerorts finden regelmäßig Aktionen für sie statt, etwa während der Schulferien. Die Corona-Pandemie zwang und zwingt zu einem kreativen Umgang mit Events – in Weinheim wurde zum Beispiel eine träumende Bibliothek erfunden. Elisabeth Ebel und Anna Sonnenfeld von der Stadtbibliothek Weinheim bekamen sogar schon Preise für ihre Bibliotheca Somnia, eine digitale Schule für Hexerei und magische Künste, die als Reaktion auf die Absage aller Veranstaltungen für Kinder ins Leben gerufen wurde.

Wie kamen Sie auf die Idee, in Weinheim eine solche Aktion zu starten?

Die Covid-19-Pandemie machte all unseren Plänen einen Strich durch die Rechnung. Am 17. März 2020 musste die Stadtbibliothek für den Regelbetrieb schließen, an Veranstaltungen vor Ort war überhaupt nicht mehr zu denken. Die Wahl zwischen untätig auf eine Besserung zu hoffen oder uns etwas ganz Neues auszudenken, fiel uns nicht schwer. Wir wussten schnell, dass wir unsere Kinderveranstaltungen nicht sang- und klanglos ausfallen lassen konnten. Eine Alternative musste her und es musste etwas sein, mit dem wir die Kinder zu Hause erreichten, denn zu uns konnten sie ja nicht mehr kommen.

Da wir beide riesige Harry Potter-Fans sind und die Geschichte von J.K. Rowling auch bei den Bibliothekskindern immer besonders gut ankommt, wussten wir schnell, was genau wir machen wollten: Wir nahmen das Beste aus Harry Potter: eine Zaubererschule, die wir Bibliotheca Somnia – die träumende



Elisabeth Ebel absolvierte bereits ihre Ausbildung zur Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste in der Stadtbibliothek Weinheim. Seit 2010 führt sie Kinderveranstaltungen für alle Altersklassen durch.



Anna Sonnenfeld studierte in Darmstadt und arbeitet seit 2017 als Bibliothekarin in der Stadtbibliothek Weinheim. Sie ist zuständig für das Kindermedienlektorat und Bibliothekseinführungen.

Bibliothek – nannten, und die es den Kindern ermöglichte, selbst Zauberschüler zu werden. Wir wollten mit ihnen abwechslungsreiche und spannende Abenteuer erleben und ihnen selbst unter Pandemiebedingungen dank Internet und eigener Website ein Gruppenzugehörigkeitsgefühl bieten.

Wie genau lief die Aktion ab?

Die Grundidee sollte ja eine Zaubererschule, ganz ähnlich wie Hogwarts sein. Natürlich in Weinheim, getarnt als Stadtbibliothek – was hervorragend zur Geschichte unseres Hauses passte, denn früher war das Gebäude einmal eine Schule gewesen. Wir erinnern uns, wie sehr wir als Kinder selbst auf unseren Hogwarts-Brief gewartet hatten und was wir uns gewünscht hätten: Von einer unentdeckten magischen Familiengeschichte über die Auswahl unseres “Hauses”, beruhend auf unserem Charakter, bis hin zum Erleben unseres eigenen Abenteuers.

Wir wollten jedem Kind eine magische Rolle ermöglichen, in der es sich wiederfindet, und als die es dann mitspielt. Dazu gehörte ein magischer Name, der am besten aus ungewöhnlichsten Wortkombinationen bestehen sollte und ein Persönlichkeitstest, in dem wir nicht nur Vorlieben wie Lieblingsfarben, -geschöpfe und -zauber abfragten, sondern auch schon einen Überblick über die vorhandenen Harry Potter-Kenntnisse erlangen wollten.

Unsere Zielgruppe bestand aus Kindern, die bereits lesen konnten, also ab 7 Jahren, und die Lust hatten, sich kreativ in ein magisches Abenteuer einzubringen. Wir wollten, dass alle Kinder

mitspielen konnten – Harry Potter-Kenntnisse waren natürlich von Vorteil, aber nicht zwingend notwendig.

Eine Geschichte war schnell erdacht: Mysteriöse Vorkommnisse in der Bibliotheca Somnia machten nämlich den Präsenzunterricht unmöglich. Das war die große Gemeinsamkeit mit dem realen Leben der Kinder. Von der Pandemie hatte man in unserer Zauberergemeinschaft von Weinheim zwar auch schon gehört, aber es gab noch ganz andere Gründe, warum die Kinder von zuhause rätseln, lernen und zaubern mussten. Es sollte drei Phasen geben, eingebettet in viele verschiedene Aufgaben: Zuerst wusste niemand was wirklich los war, nicht einmal die Professoren. Man vermutete Streiche vom hauseigenen Poltergeist und Sabotage durch andere Schulen. Dann spitzte sich die Lage zu und der Bösewicht musste identifiziert werden. Schließlich ging es darum, Peter Grindelmord, einen ehemaligen Schüler, festzusetzen.

Zu dieser Grundidee einer Zaubererschule mit Escape Game- und Krimielementen kamen dann unsere Überlegungen hinzu, wie wir das alles überhaupt bewerkstelligen wollten. Die kontaktlose Form der Kommunikation per Email hat sich natürlich angeboten. Zusätzlich wollten wir eine Möglichkeit für die Kinder schaffen, jederzeit ihre eigenen Punkte, die Hauspunkte und alle nötigen Informationen einzusehen. Dafür eignete sich besonders eine eigens erstellte Website. Neben den Regeln und der Geschichte der Schule sollten dort auch die teilweise sehr kreativen Lösungen der Kinder gesammelt werden, damit das Zugehörigkeitsgefühl gestärkt wird. Nachdem die Ent-

scheidung für elektronische Eulen und ein magisches schwarzes Brett gefallen war, planten wir den schwierigsten und auch unvorhersehbarsten Punkt unserer Idee: Seit Beginn der Pandemie war Weinheims Innenstadt wie ausgestorben und als Freunde von Kombinationsangeboten – analog und digital gemischt – wollten wir die Kinder auch aus ihren Wohnungen holen und ihnen etwas anbieten, das eben nicht nur vor dem Bildschirm stattzufinden hatte. Gerade, wenn sie schon stundenlang durch Homeschooling zuhause festsäßen.

Unser Haus mag schön und groß sein, aber die Möglichkeiten von außen etwas zu verstecken sind nach zwei oder drei Aufgaben auch schon erschöpft. Wir überlegten also, wie wir unsere bisherigen Kooperationspartner wie Volkshochschule, Museum und Buchhandlungen mit einbeziehen konnten. Betreten durften die Kinder ja keine dieser Einrichtungen, für sie galten die gleichen Regeln wie für uns.

Schaufenster, Zäune, Bäume und Schilder – wir entschieden uns, alles, was von außen sichtbar war, in unsere Planung mit einzubeziehen. Wir wollten jedes Geschäft und jede Einrichtung, die Lust und Ideen hatte, mitmachen lassen. Unser Ziel war es, die digitalen Zuhause-Aufgaben mit den vor-Ort-Aufgaben in der Stadt abwechseln zu lassen. Bei 11 geplanten Wochen mit insgesamt 36 Aufgaben ein aufwendiges Projekt.

Wie viele Kinder nahmen teil?

Es hatten sich rund 70 Kinder in der Bibliotheca Somnia angemeldet. Mit dieser Begeisterung hatten wir nicht gerechnet. Da wir

das ganze Projekt nur zu zweit betreuten, bedeutete das eine Menge Überstunden für uns. Insgesamt wurden über 1500 elektronische Eulen empfangen, die beantwortet und benotet werden wollten. Da wir genauso begeistert waren wie die Kinder, fühlte es sich mehr nach Spaß als nach Arbeit an.

Wie war denn die Resonanz in Weinheim seitens teilnehmender Geschäfte, der Eltern und der Öffentlichkeit?

Teilweise wurden unsere Aufgaben zum Familienevent. Oft hörten wir, dass auch die Eltern fleißig bastelten oder an den Rätseln knobelten. Das war für uns sowohl Bestätigung als auch Motivation.

Damit die Kinder auch aus dem Haus kamen, schlossen wir uns ja mit den Weinheimer Geschäften zusammen. Wir durften in Weinheimer Schaufenstern magische Gegenstände oder Rätsel verstecken, die von den Kindern gefunden werden mussten. Auch hier achteten wir darauf, dass die Aufgaben unabhängig von Öffnungszeiten erledigt werden konnten. So wurde vermieden, dass sich viele Menschen auf kleinem Raum trafen. Einige Geschäfte waren so begeistert, dass sie sich eigene Aufgaben ausdachten, für die anderen haben wir das übernommen. Für die Geschäfte war es eine tolle Werbung und wir konnten die verschiedenen Orte nutzen, um ganz Weinheim mit Magie zu füllen.

Gab oder gibt es in anderen Städten ähnliche Aktionen oder Nachahmer?

Wir hatten einige Nachfragen zum Konzept, von tatsächlichen Nachahmern haben wir aber nichts mitgekriegt.

Werden Sie diese Aktion auch weiterhin fortsetzen? Auch wenn wir die Pandemie hinter uns haben?

Aufgrund des Erfolgs starteten wir im Jahr 2021 das 2. Schuljahr in der Bibliotheca Somnia. Nach dem Feedback des 1. Schuljahres konzipierten wir das zweite Jahr über einen längeren Zeitraum. Dieses Mal ging das Schuljahr ein halbes Jahr, dafür hatten die Schüler jeweils eine Woche Zeit, die Aufgaben zu lösen. Da die Kinder wieder in die Schule gehen durften, beschränkten wir uns mehr auf Aufgaben, die sie bequem von zuhause aus erledigen konnten.

Es gab eine neue Geschichte und neue Zauberehrliche. Die Kinder, die schon 2020 dabei waren, wurden zu Zweitklässlern, die Neuen zu Erstklässlern. Wir nutzten teilweise die Aufgaben des ersten Schuljahres für die 1. Klasse und dachten uns für die 2. Neue aus. Es wurden deutlich mehr Rät-

sel und Logik-Aufgaben gestellt und es mussten mehr kreative Schreibaufgaben erledigt werden.

Da die Corona-Zahlen im Sommer 2021 sehr niedrig waren, konnten wir endlich auch eine Vor-Ort-Veranstaltung durchführen. Die Veranstaltung fand als Wettbewerb statt, der in der Bibliothek ausgetragen wurde. Für die Kinder, die am Veranstaltungstag nicht dabei sein konnten, gab es zusätzlich digitale Aufgaben. Es machten Kinder mit, die schon lange Teil der Bibliotheca Somnia waren, aber auch neue Kinder waren dabei. Wir waren überrascht, wie viele Neulinge unbedingt noch einsteigen wollten!

Die Kinder und wir fanden es sehr schön, sich dann auch mal live sehen zu können. Wir dekorierten die Bibliothek und verkleideten uns als Hauslehrer. Die Schülerinnen und Schüler

mussten im Team für ihre Häuser Aufgaben und Rätsel lösen um den „Magicis Artibus Bellum“ zu gewinnen. Dazu erhielt jedes Haus einen magischen Spiegel (ein Tablet), der sie durch die einzelnen Aufgaben führte.

Es mag uns nicht mehr in dem Ausmaß wie zu den „Corona-Ferien“ möglich sein, aber wir wollen Bibliotheca Somnia auf jeden Fall weiterführen und besser mit unseren Vor-Ort-Veranstaltungen kombinieren. Je mehr Schuljahre wir hinter uns haben, desto mehr wächst unser Aufgaben-Portfolio, aus dem wir schöpfen können. Wir haben also weniger Vorbereitungszeit und können uns in diesem Jahr wieder mehr auf die Geschichte konzentrieren. Achtung Spoiler: 2022 wird ein habgieriger Zauberer in der Bibliotheca Somnia einen alten Fluch auslösen, den nur unsere mutigen Kinder gemeinsam brechen können!





Auf effizienten Einkauf getrimmte Erwerbungs-systeme ...

Moritz Hodde über Approval Plans, redaktionell gepflegte Katalogdaten, Machine Learning und den Datenaustausch im gegenwärtigen Fachmedienhandel mit Bibliotheken

Sie bieten den Fachmedienhändlern Approval Plan Systeme für das Geschäft mit Bibliotheken an. Was ist das Besondere daran?

Moritz Hodde: Das Besondere an unseren Approval Plan Systemen, die man mit „Bestellvorschlagslisten“ übersetzen könnte, liegt in der Art der Konfiguration eines Erwerbungsprofils anhand einer Vielzahl von Kriterien. In aller Regel besteht ein Bestellbudget für einen bestimmten Fachbereich, sodass der thematische Filter, das „Fachgebiet“, zumeist das Hauptkriterium im Zusammenhang eines Erwerbungsprofils bildet. Aber auch andere Kriterien wie Verlag, Erscheinungstermin, Medienart und Ausschluss von Standing Orders etc. erlauben es, einen Approval Plan so zu hinterlegen, dass Bibliothekaren nur noch Titel zur Erwerbung vorgeschlagen werden, die sie genuin interessieren. Daher ist auch eine Massenoperation wie „Alle Titel in den Warenkorb legen“ eine sehr häufig genutzte Funktion auf diesen Systemen, die gleichermaßen von Bibliothekslieferanten (z. B. EBSCO, Delivros Orell Füssli) oder Bibliotheksdienstleistern (z. B. ekz, hzb) genutzt werden. Es geht eben darum, den Einkaufs- bzw. Erwerbungsprozess effizient und dennoch „informiert“ zu organisieren.

Was passiert denn, nachdem ein Erwerbungsbibliothekar „alle Titel in den Warenkorb gelegt hat“, wie Sie sagen?

Moritz Hodde: Dann sind es Schnittstellen, welche für die Auftragsübermittlung zum Händler einerseits und andererseits für die Synchronisierung der Bestellung mit dem lokalen Erwerbungs-system sorgen. Wichtig in diesem Zusammenhang ist auch



Moritz Hodde, Jahrgang 1969, hat ein Studium der Philosophie und Geschichte an der LMU München abgeschlossen. Nach seiner Tätigkeit als Dozent machte er sich mit seinem Unternehmen NEWBOOKS selbständig. Seit vielen Jahren gestaltet er den innovativen Wandel im B2B Geschäft mit Bibliotheken, Firmen und Behörden und ist für zahlreiche Novitätendienste und Einkaufslösungen im deutschsprachigen Buchhandel verantwortlich.

immer die parallel zur Bestellung erfolgende Bereitstellung von MARC21-Datensätzen. Hier und da werden auch noch Daten im MAB-Format benötigt, aber der Bedarf an MARC21-Daten ist deutlich größer. Falls ein Bibliothekslieferant einen eigenen MARC21-Service aufsetzen möchte, haben wir auch Titelredaktionssysteme, die dabei helfen, Daten manuell anzureichern. Das Mehr oder Weniger an Informationen, das von Seiten der Bibliothek gefordert wird, steuert also, ob ein solcher MARC21-Editor und eine manuelle Nachbearbeitung vorhandener Daten benötigt wird oder nicht. Im Falle des barrierefreien Approval Plan Systems

„ELi:SA“ zum Beispiel, das wir für das Hochschulbibliothekszentrum des Landes Nordrhein-Westfalen und den Bibliotheksverbund Bayern entwickelt haben, können Bibliothekare nicht nur Neuerscheinungen sichten und auswählen, sondern über vielfältige Konfigurationsmöglichkeiten Regeln zur automatisierten Belegung von Bestellfeldern definieren. Dies führt dann im Ergebnis zu automatisierten Datenflüssen zwischen ELi:SA und den jeweils im Einsatz befindlichen Bibliothekssystemen Aleph, SISIS oder Alma. Daraufhin werden dann die in ELi:SA vorbereiteten Bestellungen an die jeweiligen Fulfillmentpartner bzw. Bibliothekslieferanten überstellt.

Wer sorgt denn für die Qualität der zugrundeliegenden Katalogdaten?

Moritz Hodde: Um die Qualitätssicherung bei Import von Novitäten und Backlist sicherzustellen, verfügen wir über eine eigene Katalogredaktion. Diese reichert die Daten mit Klassifikationen - natürlich auch mit der Standard-Klassifikation Thema - an und verschlagwortet diese. Den wenigsten Buchhändlern ist wohl bewusst, dass ein großer Teil der gesamten Buchtitel im deutschsprachigen Raum von unserer Redaktion nach Thema geschlüsselt wurde und wird. Nicht nur über unseren eigenen Newbooks-Buchkatalog mit ca. 3 Mio. Einträgen, sondern auch über das VLB und Barsortimentskataloge erhalten sie die von uns redaktionell vergebenen Thema-Anreicherungen über den jeweiligen Datenfeed oder in Form von White Label Shops oder anderen gemanagten Systemen. Seit der Einführung von Thema durch EDItEUR unterstützt unsere Redaktion Verlage aller Größenordnungen darin, ihre Backlist



- und fortlaufend auch die Novitäten - mit Thema-Klassifikationen und wichtigen Schlagworten anzureichern. Dies tun wir in Form von Einzelprojekten, nicht nur mit Wissenschafts- und Fachverlagen, sondern auch mit Verlagen zu den Bereichen Belletristik, Regionaltitel, Sport, Hobbies, Reiseführer, Kochbücher etc.

Ist denn die Thema-Klassifikation allein ausreichend für das Bibliotheksgeschäft?

Moritz Hodde: Die Thema-Klassifikation allein reicht nach unserer Erfahrung nicht aus. Grundsätzlich ist nach den Klassifikationen zu unterscheiden, die im Handel bzw. im Bibliothekswesen gebräuchlich sind. Wie bei den Formaten - ONIX im Handel (EDItEUR) und MARC21 für die Bibliotheken (Library of Congress) - haben wir auch hinsichtlich der

Klassifikations-Schemata noch auf lange Sicht disparate Welten. Insgesamt kommt es aber auf den Verwendungszweck an. Wir staten unsere Systeme je nach Bedarf mit Thema, BIC, BISAC oder auch mit unserer eigenen Newbooks-Systematik für die Themenprofilierung aus oder wir erstellen bibliothekarische Standards wie etwa Library of Congress Classifications (LCC bzw. LCSH). Auch einige große Verlage wie Springer Nature oder Plattformen wie de Gruyter Online und die Nomos eLibrary lassen die Daten von uns mit den jeweils führenden Klassifikationen bzw. mit Schlagworten anreichern. Beide genannten Plattformbetreiber verfügen über jeweils ca. 30 Partnerverlage bzw. Imprints - da gibt es jede Menge Arbeit für eine „Werkbank“ wie unsere Katalogredaktion und die Ergebnisse werden nicht zuletzt von den Bibliotheken goutiert.

Und was ist mit den wichtigen internationalen Publikationen, insbesondere aus dem anglo-amerikanischen Raum?

Moritz Hodde: Hierzu haben wir eine Kooperation mit BDS (Bibliographic Data Service) geschlossen. Genau wie wir legt BDS großen Wert auf die redaktionelle Verarbeitung von Katalogdaten und reichert diese mit den beschriebenen Handels- und Bibliotheksstandards an. BDS verfügt meines Wissens über die größte und zugleich qualitativ hochwertigste bibliographische Datenbank für englischsprachige Publikationen im internationalen Buchhandel und ist der zentrale Dienstleister zum Beispiel für die British Library aber auch für Händler wie Blackwell's. Mehr als 25 Mio. vollständig angereicherte und redaktionell klassifizierte Titel umfassen Print-Titel und

E-Books, Hörbücher, Film, Musik und Videospiele. Wir bei Newbooks nutzen dies natürlich, um die Datenstämme von Newbooks und BDS zusammenzuführen, um unseren Buchhandelskunden eine vollständige und – wie aus dem Einsatz von Katalogredaktionen bei beiden Partnern ersichtlich – qualitätsgesicherte Katalog-Datenbank zu erzeugen. Wenn der Händler die Daten nicht als Rohdaten lizenziert, so stehen sie ihm einschließlich einer eigenen Zeitschriften-Datenbank in unseren SaaS-Lösungen „Newbooks.biz“ oder eben im „Approval Plan System“ zur Verfügung. Das ist das Konzept: Vorab integrierte, vollständige und umfassend angereicherte Katalogdaten des In- und Auslands in den auf effizienten Einkauf getrimmten Systemen Approval Plan und Newbooks.biz für die B2B-Kunden aus Bibliotheken, Firmen und Behörden.

Arbeiten Sie wirklich ausschließlich redaktionell bei der Anreicherung von Metadaten oder kommen auch smarte Tools zum Einsatz?

Moritz Hodde: Wir arbeiten als Katalogdatenspezialisten und als Branche in der Infosphäre. Und als Individuen leben wir in einer Informationsgesellschaft. Da können wir uns nicht von den Entwicklungen abkoppeln, sondern müssen uns im Gegenteil mit dem fundamentalen Konzept von Information theoretisch und praktisch in Form von Anwendungen auseinandersetzen. Und dies gerade, weil dieses Konzept unsere Praxis im Verlagswesen immer schon anleitet. Wir arbeiten also redaktionell, wenn es um die Endabnahme von Ergebnissen geht. Diese werden aber auch durch Tools zur Ermittlung von aussagekräftigen Begriffen

unterstützt. Wir erhalten jeden Tag Zehntausende von Neu- und Änderungsmeldungen, ohne smarte Tools ginge dies gar nicht. Gemeinsam mit einem weiteren Kooperationspartner SHI haben wir mit dem Produkt „CAKE“ einen Machine Learning Ansatz realisiert, der mithilfe unseres Newbooks-Stichwortindex automatisiert Schlagworte ermittelt. Einige Verlage nutzen dieses Tool bereits auch für ihre eigenen Zwecke.

Ist das dann die schöne neue Welt der künstlichen Intelligenz?

Moritz Hodde: Nein. Metadaten sind Informationen und Informationen sind ihrem Status nach „relational“ bzw. „kontextabhängig“. Wenn wir zum Beispiel eine Definition von Lebensmittel geben müssten, dann würden wir zunächst fragen, welches Lebensmittel für wen? Gras ist nämlich nichts für den Tiger und die Kuh verschmählt das Steak. Informationen sind also primär für ein intelligentes Gegenüber gemacht, das den Kontext semantisch herstellt bzw. verstehend nachvollzieht. Das bedeutet aber auch, dass wir in unserer Kommunikation mit Kunden die „intelligenten Agenten“ bleiben, da Computer über keinerlei intrinsische Intelligenz verfügen und da es nach wie vor wir menschliche Akteure sind, die den Bedeutungszusammenhang herstellen bzw. moderieren. Da, wo sie es nicht tun, in Call Centern, ist die Frustration der Kunden hoch. Smarte Tools, auch unser Tool „CAKE“ sind ihrem Status nach rein syntaktisch organisiert und ihre Operationen sind syntaktisch definiert. Die menschliche Intelligenz verlangt aber nach mehr als Syntax, sie verlangt nach Semantik, was in unserem Falle ein Redakteur

aus Fleisch und Blut ist, der die Informationen für ein menschliches Gegenüber mit einer ebenfalls intrinsischen Intelligenz aufbereitet. Wir bedienen uns der Technologie eben nur, um die Unübersichtlichkeit der Inhalte zu sichten und unserem Gegenüber, dem Kunden, Orientierung durch das Dickicht der Informationen zu geben. Dies soll auch der Approval Plan mit seinen Bestellvorschlägen leisten.



Software & Katalogdaten für die Buchbranche

Erhältliche Kataloge
 NEWBOOKS Katalog (3 Mio. Titel)
 BDS Katalog (ca. 25 Mio. englischsprachige Titel)
 Zeitschriften-Datenbank

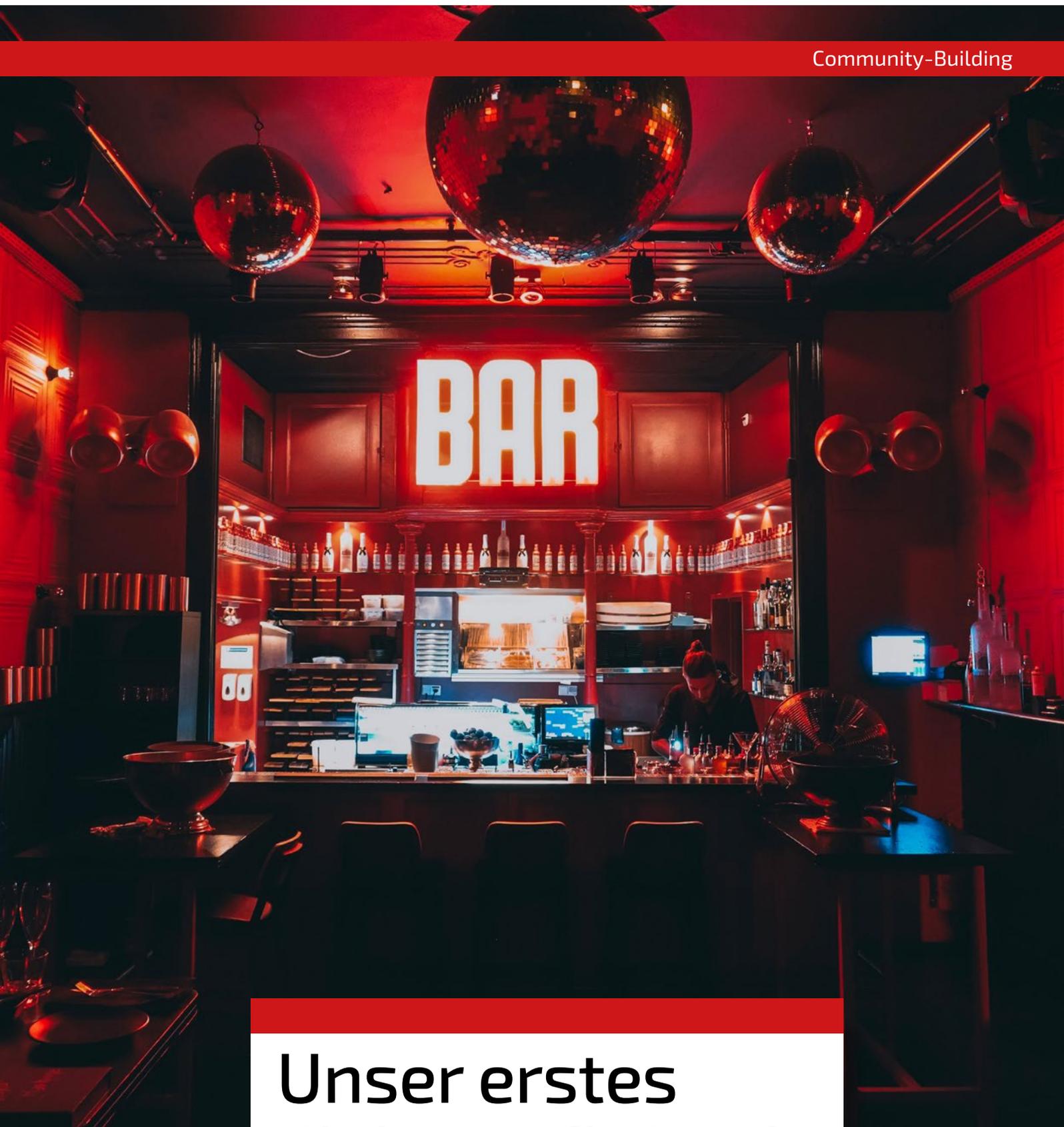
Metadaten Services
 Redaktionelle Klassifikation & Verschlagwortung
 CAKE (automatisierte Verschlagwortung)
 MARC21-Editor
 DNB-Pflichtexemplarlieferung

E-Procurement
 Newbooks.biz (inklusive Approval Plan)
 eProc Premium

Novitätendienste
 Premium Approval Plan System
 Novitäten-Newsletter
 Newsletter für Verlage
 Digitale Vorschau für Verlage

Web-Entwicklung
 Webshops & Portale
 Mitarbeitershops für Verlage
 VLB-TIX

ONIX Engines
 ONIX Importsystem (2.1 und 3.0)
 ONIX Exportsystem (2.1 und 3.0)



Unser erstes digitales Pubquiz

**Aus der Werkstatt der Münchner
Stadtbibliothek**

Wer mehrere Wochen auf dem Land in England verbringt, der landet unweigerlich früher oder später mitten in einem Pubquiz. Da will man, nur so ein Beispiel, Montagabend noch schnell etwas Essen gehen in der einzigen Kneipe am Ort – und findet dort ein überraschend volles Haus vor, wird herzlich begrüßt von allen Seiten und vom Barkeeper in die Regeln dieses Abends eingeführt: An einem Pubquiz kann man alleine oder – besser und üblich – als Team teilnehmen, es gibt mehrere Runden mit jeweils etwa zehn Fragen zu verschiedenen Wissensgebieten, das Siegerteam gewinnt am Ende eine Flasche Prosecco oder ähnliches. Der Erlös des Abends – die Teilnahmegebühr beträgt kaum je mehr als zwei, drei Pfund – geht üblicherweise an eine lokale (oder wenigstens: britische) Wohltätigkeitsorganisation.

An Quiznight-Abenden finden sich gefühlt alle Bewohner*innen des Dorfs im Pub ein, an jedem Tisch ein Rateteam, darunter die Dorfteenieclique, der Seniorenclub, die Nachbarsfamilie. Nach jeder Frage des Quizmasters wird an den Tischen leise getuschelt – und zwischen den Tischen liebevoll hin und her gepiesackt.

Wer also begreifen will, wie local communities funktionieren, der kann bei einem Pubquiz Einiges lernen: über die Bildung von Gemeinschaft im Dialog, über spielerische Wissensvermittlung und -sicherung sowie über den Wert von Vielfalt und Diskurs im lokalen Alltag. Bei einem Pubquiz kann man by the way nicht nicht mitmachen: Freilich darf man an diesen Abenden auch ‚nur‘ etwas essen im Pub und spart sich damit sogar die Teilnahmegebühr. Aber die Kirmes-Stimme des Quiz-



masters lässt sich nunmal nicht überhören, und so kommt man kaum umhin, auch am eigenen Tisch die eine oder andere Frage zu debattieren. „Whether you are on holiday or a local resident, everyone is welcome. Come and have a drink and test your knowledge, it’s great fun.“ heißt es auf der Webseite von The Rising Sun Inn in Portmellon, wo ich mein erstes Pubquiz erleben durfte. Und wirklich jedes Wort davon ist wahr.

Als wir in der Münchner Stadtbibliothek überlegten, wie wir die letzte Führungskräfterunde des Jahres 2021 gestalten könnten, war mithin schnell klar: Wir machen ein Pubquiz. Natürlich digital. Und das ging so:

Zuerst galt es, ein Organisationsteam für alle anfallenden Aufgaben zu bilden. Da das Pubquiz eine Überraschung sein sollte, akquirierten wir unter strenger Geheimhaltung etwa 20 Kolleg*innen aus dem „Mittelbau“. Ein Teil davon kümmerte sich um Fragen und Antworten, eine andere Gruppe schrieb den Ablaufplan für die zweistündige Webex-Sitzung. Zwei Kolleginnen übernahmen die Ko-Moderation, ein Dutzend weitere fungierten als Quizmaster*innen. Denn darin bestand die erste digitale Hürde: Wie bringen wir die Fragen gleichzeitig in die einzelnen Teilgruppen?

Die Führungskräfterunde der Münchner Stadtbibliothek besteht aus etwa 70 Mitarbeitenden, sodass wir mit zehn bis zwölf Teams rechneten, die sich allerdings nicht selbst formieren sollten – dafür hätte die Zeit nicht gereicht –, sondern zufällig von unserem Videokonferenztool Webex in Teilgruppensitzungen verschoben wurden. Webex bietet zwar die Möglichkeit, Nachricht-

ten in die Teilgruppen zu senden, doch dieses Vorgehen schien uns zu unsicher: Woher wissen wir, ob die Nachricht gut ankommt, sofort bemerkt und lange genug eingeblendet wird? Was machen wir, wenn es in den Teilgruppen zu technischen Problemen kommt? Senden wir im regelmäßigen Drei-Minuten-Takt, auch wenn manche Fragen sich deutlich schneller beantworten lassen als andere? Letztendlich entschieden wir uns, in jede Teilgruppe einen Moderator bzw. eine Moderatorin zu senden, der/die die Fragen via Präsentation einblendet, auf die Zeit achtet und darüber hinaus die Antworten der Gruppe sowie die zugehörigen Punkte notiert. Nach jeder Runde traf sich das gesamte Plenum im Hauptraum wieder, wir fragten bei den Moderator*innen die Punkte der einzelnen Teams ab und verkündeten das aktuelle Ranking. Und ab in die nächste Runde ... Auch die Namen der Teams, die im Original-Pubquiz naturgemäß von diesen selbst gewählt werden, haben wir aus Zeitgründen vorab bestimmt. Die Idee, unsere Teams nach Plätzchen-sorten zu benennen, entstand in vorweihnachtlicher Laune, erwies sich aber als herrliche Entscheidung – weil’s einfach zu charmant zu sehen und zu hören war, wie die Team-Moderator*innen zu Hochform aufliefen, als es galt, die Leistungen ihrer Teams zu präsentieren. Gewonnen haben am Ende übrigens die Zimtsterne.

Da wir keinen langen Abend zur Verfügung hatten, sondern zwei Stunden, planten wir drei Runden à 20 Minuten und à sechs Fragen. Aufgrund eines technischen Problems zu Beginn gab es ein paar Minuten Verzögerung, und just jene paar Minuten haben wir am Ende überzogen. Will sagen: Die Planung ging auf. Drei

Minuten pro Frage ist in einem digitalen Pubquiz ein guter Richtwert, auch weil dem Team – wie beim Original – am Ende jeder Runde ein wenig Zeit bleibt, um noch einmal über die Fragen zu schauen, die man nicht oder womöglich nicht richtig beantworten konnte. Zeitlich knapp wurde es bei uns jedenfalls in keiner Gruppe.

Die drei Runden trugen die Überschriften „I like to move it“, „How much is the fish?“ und „Bird on a Wire“, in der ersten ging es um Bewegung, in der zweiten um harte Fakten, in der dritten um Technik und Digitales. Jede Runde war ähnlich aufgebaut. Es begann stets mit Allgemeinwissen – neue Sportarten bei den Olympischen Spielen, Jugendwort des Jahres, Amtseinführung Joe Biden – und endete bei Spezialwissen über die Münchner Stadtbibliothek: Wie viele Kolleg*innen sind 2021 neu dazu gekommen, wie viele haben uns verlassen (27/41)? Wie viele Vor-Ort-Besuche verzeichnete die Münchner Stadtbibliothek im dritten Quartal 2021 (571.020)? Wie viele Wahlhelfer*innen stellte die Münchner Stadtbibliothek bei der Bundestagswahl (ca. 50)? Wie viele Klicks verzeichnete die Intranetseite der Münchner Stadtbibliothek in der Woche vom 22. bis 28. November 2021 (6.727)? Bei manchen Fragen boten wir Multiple-Choice-Antworten an, bei anderen musste das Team die Antwort allein finden. Handys und Internet waren – wie beim Original-Pubquiz – freilich verboten, hätten aber beim Spezialwissen vermutlich ohnehin wenig geholfen. Und genau dieses Wissen war uns auch das wichtigere. Denn mit dem Pubquiz wollten wir nicht nur den Führungskräften einen entspannten und hoffentlich unterhaltsamen Vormittag be-

scheren (was zweifellos im Vordergrund stand), sondern zudem auf wieder einmal andere Weise das Gespräch, die Reflexion über die Münchner Stadtbibliothek und deren Erfahrungen im Jahr 2021 in Gang bringen. Das scheint beides geglückt zu sein, und daher gehen am Ende noch a few special thanks to The Rising Sun Inn, Portmellon, and The Three Crowns, Brinkworth/Chippenham.

Autorin



Katrin Schuster studierte Germanistik und arbeitete anschließend zehn Jahre als freie Literatur- und Medienkritikerin. Für die Bayerische Staatsbibliothek konzipierte sie das Literaturportal Bayern, das sie bis 2014 redaktionell betreute. Von 2015 bis 2020 war sie verantwortlich für die digitale Kommunikation, seit April 2020 ist sie Referentin der Direktion der Münchner Stadtbibliothek.

BID 8. Bibliothekskongress

#FreiräumeSchaffen

31.05. – 02.06.2022 | Leipzig



Der 8. Bibliothekskongress findet vom 31. Mai bis 2. Juni 2022 im CongressCenter Leipzig statt.

Unter dem Motto **#FreiräumeSchaffen** lädt Bibliothek & Information Deutschland (BID) zur Auseinandersetzung mit aktuellen Herausforderungen und wichtigen Zukunftsfragen des Bibliotheks- und Informationssektors ein.

Der Kongress wird als Präsenzveranstaltung mit digitalen Elementen (Livestream) durchgeführt.

Partnerland des 8. Bibliothekskongresses ist die Tschechische Republik.

Auf ein Wiedersehen in Leipzig!

Anmeldung: www.bid-kongress-leipzig.de

BID
BIBLIOTHEK &
INFORMATION
DEUTSCHLAND



AUF DER SUCHE
NACH EINEM LÄCHELN?

UND EINER
RFID-LÖSUNG?

Die NexGeneration immer im Visier!

Deine Community erwartet einfache, nachhaltige

SELBSTVERBUCHUNG . RÜCKGABE . SORTIERUNG .
OPEN LIBRARY . APP . ROBOTER . RFID-KONZEPTE .

Wir gehen einen spannenden Schritt weiter.
Bleibe mit uns in Verbindung!

www.nexbib.com



+49 7121 15 998 60

info-de@nexbib.com

nexbib
your library company

Stadtbücherei Frankfurt am Main

Steckbrief

Name:

Stadtbücherei Frankfurt am Main

Ort: Frankfurt am Main

Typ (Präsenz/Leihbib):

Leihbibliothek

Standard-Leihfrist eines Buchs:

4 Wochen

Träger: Stadt Frankfurt am Main

Größe: 18 Bibliotheken, Fahrbibliothek, Verbund von 118 Schulbibliothek, 800.000 Medien (Öffentliche Bibliotheken), 1.37 Millionen Besuche (Öffentliche Bibliotheken in 2019), 192 Mitarbeiter*innen

Website:

www.stadtbuecherei.frankfurt.de

Social Media:

Facebook

Instagram

YouTube

Wer besucht Ihre Bibliothek und warum?

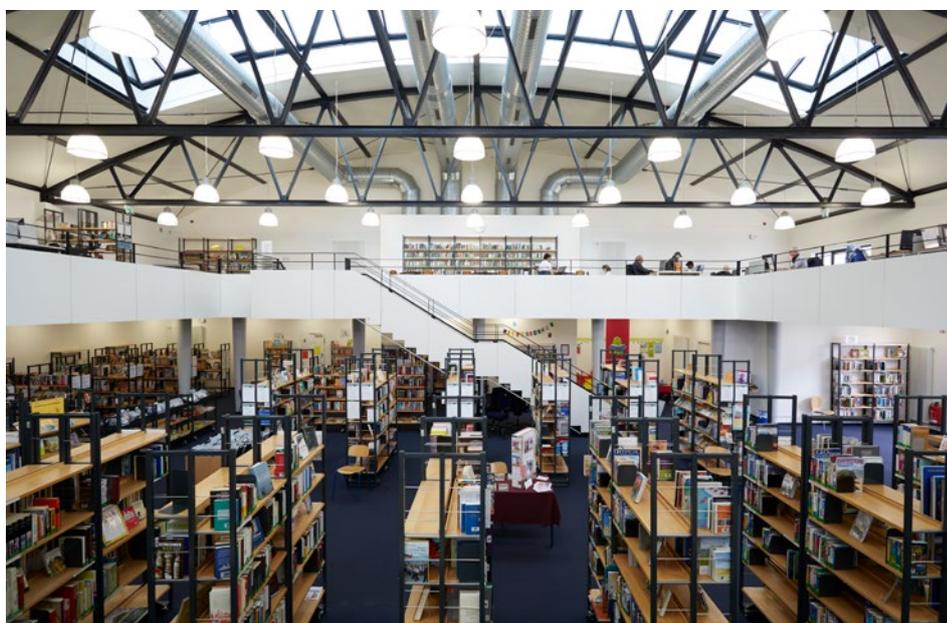
Frankfurt am Main ist die Metropole der kurzen Wege. Eine Stadt, in der Menschen aus 180 Nationen leben. Der Flughafen, Banken und Hochhäuser oder das Museumsufer, die Buchmesse und Goethe: Zwischen Kapital und Hochkultur ist die Stadtbücherei Frankfurt am Main für die Bürgerinnen und Bürger da – und zwar für alle.

Die Zentralbibliothek mit Musikbibliothek im Herzen der Stadt ist die größte Anlaufstelle für

Lesende, Lernende, Musikliebhaber*innen oder Neuankömmlinge. In den Stadtteilen machen Kinder und Jugendliche rund 50 % unserer aktiven Leserinnen und Leser aus. Eine Frankfurter Spezialität ist die Schulbibliothekarische Arbeitsstelle | sba. Ihre Kund*innen sind die Frankfurter Schüler*innen, Lehrende und Ehrenamtliche, die sich in Schulbibliotheken engagieren. Die sba organisiert einen wachsenden Verbund von zurzeit 118 Schulbibliotheken und steht für professionelle, qualitätsvolle Schulbibliotheksarbeit vom Medienbestand und seiner Vermittlung bis zu den Öffnungszeiten. Sie berät auch Schulen außerhalb ihres Verbundes, bietet zertifizierte Schulungen für Ehrenamtliche, organisiert stadtweite Leseaktionen und ist eine wichtige Playerin in der Frankfurter Bildungslandschaft. 2018 wurde die Stadtbücherei für das Angebotssegment der Schulbibliothekarischen Arbeitsstelle als „Bibliothek des Jahres“ ausgezeichnet.

Auch die für Bibliotheken als schwierig definierte Zielgruppe der Jugendlichen ist bei uns gut eingebunden. Bereits seit 18 Jahren organisiert die Stadtbücherei –

unterstützt von den Lions Clubs, dem Drogenreferat der Stadt und der Buchmesse – die „JungeMedienJury“. Hier beurteilen Jugendliche Bücher, Comics & Mangas, Filme und Games. Dazu gibt es passende Ausflüge in die Frankfurter Kreativ- und Kulturszene. Karlson, Mitglied der Comic- und Manga-jury 2021, fand die JMJ so gut, dass er sein Schülerpraktikum bei der Stadtbücherei absolviert: „Die inhaltliche Auseinandersetzung mit Medien ist für mich sehr, sehr aufregend. Bei der JMJ kann ich meinen Enthusiasmus mit anderen teilen.“ Und Wilma, die schon zweimal dabei war, erklärt: „Einige meiner Lieblingsmedien habe ich nur der JMJ zu verdanken.“ Mit der „Frankfurt Dream Academy“ haben wir zudem ein mobiles Angebot für junge Menschen zwischen 14 und 18 Jahren erprobt. Die Idee, gemeinsam mit Jugendlichen, die bisher noch keinen Bezug zur Stadtbücherei haben und eher bildungsfern sind, Zugänge zu den Kompetenzen des 21. Jahrhundert zu erarbeiten (4C/4K-Modell der OECD), wurde von der Kulturstiftung des Bundes im Rahmen ihres Programms „hochdrei – Stadtbibliotheken verändern“ großzügig gefördert.



Für Neubürger*innen und Deutschlernende bieten wir besondere Services. In der „Internationalen Bibliothek“ findet man Deutschkurse mit CD, Grammatik- und Übungsbücher, Wörterbücher und leichte Lesestoffe. Viele Zugewanderte und Sprachlehrende nutzen unser Angebot zum Deutschlernen und -lehren. Gleichzeitig finden Neuankömmlinge in der Bibliothek Literatur und tagesaktuelle Medien in vielen Sprachen. Geflüchtete erhalten unbürokratisch einen kostenlosen Bibliotheksausweis. Interkulturelle Bibliotheksarbeit baut schließlich keine Einbahnstraßen, sondern Brücken. Kurze Wege und einfacher Zugang – für uns als öffentliche Einrichtungen bedeutet das immer, Angebote auch barrierefrei zu gestalten. Dazu gehören die Blindenarbeitsplätze im Erdgeschoss der Zentralbibliothek mit Text-Scanner, Braille Zeile und einer Sprachausgabe genauso wie Texte in einfacher Sprache.

Welchen Zweck/welche Aufgabe hat die Stadtbücherei?

Die Stadtbücherei Frankfurt am Main versteht sich als ein demokratischer Treffpunkt für eine diverse, lebhafte und kreative Stadtgesellschaft. Unsere Schwerpunkte sind Leseförderung und Robotics, Medienbildung, Schulbibliotheksarbeit und Interkulturelle Bibliotheksarbeit.

Als Öffentliche Bibliothek stehen wir für eine Vielzahl an Veranstaltungen im Bereich der Leseförderung und Medienbildung. Ob Bilderbuchkino, erstes Lesen, aktives Lernen, kritischer Umgang mit Literatur, Filmen und Spielen oder der Einstieg in neue Kommunikationstechnologien: Die Stadtbücherei stellt dafür nicht nur die Räume und Medien zur Ver-

fügung, sie bietet auch ein reiches Spektrum medienpädagogischer Angebote für alle Altersgruppen, für Kita und Schule. Die kreative Integration digitaler Medien in die Bibliothekspädagogik bereichert das Programm durch Formate wie #iPÄD, oder die Teilnahme am Kindersoftwarepreis TOMMi.

Um an der modernen Informationsgesellschaft teilzuhaben, ergänzen sich die klassische Lese- und die innovative Medienkompetenz. Das ist auch der Ansatz unseres generationsübergreifenden Programms „Robotics & Coding“. Wir widmen uns dem Thema verstärkt seit 2019, und möchten hier den Diskurs über die Zukunft nicht mehr nur mit Büchern, sondern mit Technik zum Anfassen beleuchten. Mit Ada, einem kleinen humanoiden NAO-Roboter, können Besucherinnen und Besucher eine erste Begegnung mit dem Thema erleben. Die Roboterdame, die mit ihrem Namen an die Mathematikerin und frühe Informatik-Pionierin Ada Lovelace erinnert, wird von zwei Handhabungsrobotern (Dobot) und vielen Lernrobotern für Kinder begleitet. Schulen können sich letztere über die Schulbibliothekarische Arbeitsstelle für den Einsatz im Unterricht ausleihen. Dass sich neue Technik und die Kunst des Lesens nicht ausschließen, sondern perfekt ergänzen, zeigt „Roboter hört mit! - LautLesen 4.0“. Das Projekt verbindet klassische Elemente mit technischer Innovation. Kinder lesen Ada vor, beantworten ihr Fragen zum Text und erhalten Einblicke in die Funktionsweise eines Roboters. Die Aktion fördert das LautLesen, das verstehende Lesen und das Technikverständnis. Neben offenen Veranstaltungen arbeiten wir in diesem Projekt mit dem Diakonischen Werk für Frankfurt und Offenbach zusammen und ermögli-

chen geflüchteten Kindern positive Leseerfahrungen. Entwickelt wurde das Projekt in Zusammenarbeit mit dem RoboticLab des Studiengangs Telematik der Technischen Hochschule Wildau. Von der Stiftung Lesen und der Commerzbank-Stiftung wurde es 2021 mit dem Deutschen Lesepreis in der Kategorie „Herausragende Leseförderung mit digitalen Medien“ ausgezeichnet.

Die Zusammenarbeit mit professionellen Partnern ist uns gerade im neuen Bereich des Digitalen wichtig. Eine enge Zusammenarbeit besteht auch mit der Hochschule Darmstadt. Gemeinsam mit dem Verein Deutscher Ingenieure vermittelt die Stadtbücherei in der TechnoTHEK in verschiedenen Formaten Wissen und erlebbare Zugänge zu Naturwissenschaft und Technik. Das erfolgreiche Angebot richtet sich an Kinder, Schulen und Schulbibliotheken.

In einem Satz: Wofür braucht man Bibliotheken und Büchereien?

Jede und Jeder, der sich und die Welt verstehen möchte, findet in der Bibliothek all das Wissen, die in Schrift gegossenen Erfahrungen und Gefühle, die es dazu braucht.

Was kann man bei Ihnen außer Büchern, Filmen, CDs und anderen "klassischen" Medien ausleihen?

Tonies, Games und Comics sind im Kinder- und Jugendsegment beliebt. Die Musikbibliothek hält einen gut sortierten Bestand an Noten bereit. Ein großer Erfolg ist die 2021 eingeführte Bibliothek der Dinge, die in Frankfurt „Zeusch für Eusch“ heißt. Vom Waffeisen über die Bohrmaschine bis zu Musikinstrumenten und Aufnahmeequipment steht eine große Auswahl an praktischen Gegenständen zur Ausleihe bereit.



Wir öffnen Räume. Und Horizonte. Foto: Alexander Habermehl, CP Stadtbücherei Frankfurt am Main



Bibliothek des Jahres. Foto: Martin Rüffer CP Stadtbücherei Frankfurt am Main



Zeusch für Eusch. Foto: Sebastian Wilke, CP Stadtbücherei Frankfurt am Main



Foto: Alexander Habermehl



Foto: Benjamin Esche



Diskussionforum. Foto: Stadtbücherei Frankfurt am Main



Stark nachgefragt sind die digitalen Medienangebote, allem voran die Onleihe, PressReader und das Streamingportal filmfreund. Die digitalen Zugriffe machen zurzeit rund ein Drittel der Gesamtausleihen aus. Die Zahl der reinen Online-Nutzerinnen und -Nutzer hat sich in den letzten zwei Jahren verdoppelt. Für Bibliotheksdirektorin Dr. Sabine Homilius ist die Veränderung im Nutzungsverhalten nicht nur in Corona begründet: „Gesellschaft verändert sich. Und damit verändert sich auch die Lebenslage unserer Zielgruppen. Darauf müssen Bibliotheken flexibel und schnell reagieren und passende Angebote schaffen.“

Welche Events veranstalten Sie (unter Normalbedingungen und jetzt in der Pandemie) – und welche sind am beliebtesten?

Mit unseren Bibliotheken in den Stadtteilen sind wir ein wichtiger Raum für die lokale Kultur, das Stadtteilleben und das Miteinander. Dr. Sabine Homilius betont die wichtige gesellschaftliche Funktion von Bibliotheken: „Bibliotheken sind viel mehr als Ausleihstationen für Medien und Wissensspeicher. Kein anderer Kulturraum bringt Menschen mit so unterschiedlichen Lebensweisen, kulturellen Hintergründen und Interessen zusammen wie eine attraktive Stadtbibliothek. Sie sind lokaler Treffpunkt, schaffen Vernetzung und stärken das soziale Miteinander. Sie sind „Möglichkeitsräume“ für die Stadtgesellschaft.“

Neben dem medienpädagogischen Programm für Kinder und Jugendliche fanden vor Corona im Jahr über 400 Lesungen, Infoabende und Diskussionsrunden statt. In vielen Bibliotheken unterstützt von engagierten Fördervereinen, denn gerade in den Stadtteilen sind die

Bibliotheken wichtige Kulturorte für aktuelle Debatten, den neusten Stadtteilkrimi oder gemeinsame Lesestunden und Spieleabende. Ein echter Publikumsmagnet für Jung und Alt waren die öffentlichen Auftritte der Roboterdame Ada, die in Corona nicht mehr möglich sind. Aktuell bieten wir Programmierkurse mit Ada für zu Hause an. Auch unsere „LeseKreise“ und „Shared Reading“ sind in den digitalen Raum umgezogen, denn in der Pandemie wird die Veranstaltungsarbeit je nach Situation ausgesetzt. Ausnahme sind die Veranstaltungen für Kindergruppen und Schulklassen, die als Bildungsangebote anderen Regularien unterliegen.

Mit „TauschBars“, Taschentausch-Stationen und einer SaatgutBibliothek konnten wir in Corona Akzente für mehr Nachhaltigkeit setzen. Die Aktionen finden großen Zuspruch: „Ihr seid großartig!“ oder „Nachhaltigkeit, Top Daumen hoch“ – so lesen sich die Kommentare auf Facebook. Neue Freunde findet die Stadtbücherei Frankfurt auch immer in der engen Vernetzung mit stadtweiten Veranstaltungen, Initiativen und Institutionen wie dem Frankfurter Kinderbüro, der Verbraucherzentrale oder der Buchmesse. Ob „Frankfurt liest ein Buch“, „Stadt der Kinder“, „Bürger-Universität“, „Woche der Nachhaltigkeit“ oder die „Tage des Exils“ – Öffentliche Bibliotheken und Schulbibliotheken tragen die Themen in die Stadtteile und Schulen hinein.

Wie finanzieren Sie sich?

Wir sind eine Öffentliche Bibliothek in kommunaler Trägerschaft. Unser Jahresentgelt beträgt 20 € für erwachsene Leser*innen. Kinder und Jugendliche leihen bis zur Vollendung des 18. Lebensjahrs bei

uns kostenlos aus. Highlight-Aktionen im Kinder- und Jugendbereich werden von langjährigen Partnern wie der Stiftung der Frankfurter Sparkasse, den LionsClubs, Bildungspate e. V. oder dem Verein Deutscher Ingenieure unterstützt.

Bei aktuellen Förderausschreibungen in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Bibliotheksverband e. V. können wir uns immer wieder gut positionieren. Im Rahmen des Förderprogramms „WissensWandel. Digitalprogramm für Bibliotheken und Archive innerhalb von Neustart Kultur“ des Deutschen Bibliotheksverbands realisieren wir zurzeit zwei Leuchtturmprojekte. Mit „Main.Klang – Das Digitale Studio“ wird in der Musikbibliothek ein Communityorientiertes Angebot geschaffen, das dazu einlädt, die digitale Musikproduktion kennenzulernen, zu experimentieren und sich auszutauschen. Mit dem Projekt „Mobile Medienbildung? Mega!“ stellt die Schulbibliothekarische Arbeitsstelle I sba der Stadtbücherei die Digitalisierung von Lehr- und Lernangeboten in den Mittelpunkt. Das sba-Programm unterstützt Schulen darin, die Möglichkeiten digitaler Medien am Beispiel der Stadtbücherei praktisch zu vermitteln, und wirkt der Digitalen Spaltung entgegen

Was würden Sie verändern, wenn Sie das doppelte Budget zur Verfügung hätten?

Wir würden wohl einen starken Fokus auf den Umbau und die räumliche Neukonzeption unserer Liegenschaften legen. Im Verlauf der letzten 15 Jahre haben sich die Interessen und Bedürfnisse der Nutzer*innen und damit verbunden auch die Idee von Bibliothek gravierend geändert und hochdynamisch weiterentwickelt. Biblio-

theke fungieren in der heutigen Stadtgesellschaft vor allem als „öffentliche Wohnzimmer“. Diese Transformation von Bibliotheken zu modernen Bildungs- und Begegnungsorten muss sich auch in ihrer Raumkonzeption niederschlagen. Mit Blick auf die Folgen der Pandemie und eine zunehmende Spaltung der Gesellschaft muss der Ort Bibliothek in dieser Funktion gestärkt werden, denn kein anderer Kulturraum bringt Menschen mit so unterschiedlichen Lebensweisen, kulturellen Hintergründen und Interessen zusammen wie eine attraktive Stadtbibliothek.

Aber auch ohne ein doppeltes Budget geht es voran: Im Jahr 2022 können wir zwei sanierte und neukonzeptionierte Bibliotheken in den Stadtteilen wiedereröffnen. Das Thema der Open Library ist in Planung. Und im Koalitionsvertrag der Frankfurter Stadtregierung ist der Neubau einer attraktiven Zentralbibliothek als politischer Wille festgehalten.

Falls Sie Social-Media-Kanäle betreiben: Wofür und was bringen sie (sowohl zur brancheninternen Vernetzung als auch zur Kommunikation mit Ihrem Publikum)?

In den Sozialen Medien präsentiert die Stadtbücherei Hintergrundinformationen, Bilder, kleine und große Neuigkeiten sowie musikalische Inspirationen. Ein Team von Kolleg*innen postet regelmäßig auf Facebook, Instagram YouTube und Spotify. Uns ist es wichtig, die Menschen hinter der Stadtbücherei zu zeigen. Neben Anekdoten und Einblicken kommunizieren wir aber auch die „harten Fakten“: Öffnungszeiten, Corona-Regeln oder die Winterpause – und können so viele Menschen schnell informieren. Social Media hat sich zu überhaupt zu einem wichtigen

Kommunikationskanal mit den Kundinnen und Kunden entwickelt, dafür steht auch die steigende Zahl an Fragen und Kommentaren, die die Stadtbücherei über Facebook & Co erreichen.

Hat bzw. hatte die Covid-Pandemie Auswirkungen auf Ihre Arbeit?

Die Covid-Pandemie hat auf jeden Menschen und jede Institution Auswirkungen. Bei uns waren es: Schließungen von Bibliotheken, die Organisation von Medienbestell-Services, Öffnungen unter wechselnden Bedingungen und zurückgehende Besuchszahlen. Dazu kommt die veränderte interne Neuorganisation, die zeitweise nur das Arbeiten in festen Teams erlaubte, Homeoffice befördert und Videokonferenzen etabliert. Heute gehen wir sehr flexibel mit den wechselnden Situationen um, und das Kollegium experimentiert mit digitalen Formaten. Ein wichtiger Schritt für die Stadtbücherei und ihre Besucherinnen und Besucher: Seit Sommer 2021 können sich Interessierte komplett online anmelden. Ein Service, der in Frankfurt sehr gut ankam, spontan viele Neuanmeldungen generierte und im Jahr 2022 mit der Online-Verlängerung komplettiert wird.

Wo sehen Sie Ihre Bibliothek oder Bücherei in der Zukunft?

Wie die Bibliothek der Zukunft aussieht? Unsere Bibliotheksdirektorin Dr. Sabine Homilius beantwortet diese Frage mit einem Appell zur stetigen reflektierten Neuausrichtung: „Zu den rasanten Veränderungen der Medienwelt muss sich die Institution Stadtbücherei neu positionieren. Die Digitalisierung stellt dabei eine besondere Herausforderung dar und birgt Chancen, die herauszuarbeiten sind. Die Bedeutung von Bibliotheken als

öffentliche Wissens- und Begegnungsräume wird wachsen.“ Dem vollen Bibliotheksalltag setzt die Stadtbücherei Frankfurt deshalb eine bewusste Reflexion entgegen. Sie befindet sich in einem partizipativen Strategieprozess, der alle Mitarbeitenden einbezieht. Bibliotheksleiterin Dr. Sabine Homilius erläutert den Prozess: „Ziel ist es, die Stadtbücherei im gesellschaftlichen Kontext, im Kontext eines sich verändernden Medien- und Informationsmarktes und Nutzungsverhaltens der Bürgerinnen und Bürger, zukunftsfähig zu halten.“ Gemeinsam ist das Haus auf eine Reise gegangen, hat gewachsene Arbeitsfelder auf ihre Relevanz in der Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts geprüft, innovative Ansätze, Entwicklungspotentiale und Ideen zu neuen Formen der Zusammenarbeit produktiv verwoben. Im Jahr 2022 wird die zukünftige Gesamtstrategie von der Erarbeitung in die Praxis überführt. Keine Frage, es bleibt spannend bei der Stadtbücherei Frankfurt am Main – auf allen Ebenen.

Bibliotheken in Bewegung

Mit uns bleiben Sie flexibel.

Gemeinsam
für Ihre
Bibliothek

Hugendubel Fachinformationen

Ihr kompetenter und verlässlicher Partner
im Bibliotheksgeschäft.



Was uns wichtig ist?

Effizienz durch hohe Qualitätsstandards
in Verbindung mit Individualität.

Unser Angebot

- Lieferung aller Medien aus dem In- und Ausland
- Lieferung von Katalogdaten im Format Marc 21
- Ausleihfertige Medienbearbeitung (Folieren, Etiketten ...)
- Aufbau Ihres bibliothekarischen Medienbestands über Standing Order und Neuerscheinungsdienste
- Fort- und Weiterbildungsangebote

Sprechen Sie uns an.
Wir freuen uns auf Sie!

 bib@hugendubel.info

 www.hugendubel.info

Stadtbibliothek Köln

Steckbrief

Name:

Stadtbibliothek Köln

Ort: Köln

Träger: Stadt Köln

Größe:

2,5 Millionen Besucher*innen;
2,8 Millionen digitale
Besucher*innen

Website:

<https://www.stadtbibliothek-koeln.de>

Welche digitalen Angebote bietet die Bibliothek?

E-Books in deutscher und englischer Sprache, E-Learning, Vokabeltrainer für Schüler, Tausende von Tageszeitungen im Online-Zugriff, Film- und Musikstreaming, Rosetta-Stone zum Sprachen lernen, Tiger Books für Kinder, Datenbanken wie LexisNexis oder Statista und noch einiges mehr

Welchen Zweck/welche Aufgabe haben Sie?

Die Bibliothek ist ein nicht-kommerzieller, für jedermann zugänglicher Ort mit hoher Aufenthaltsqualität. Hier kann man lernen, Menschen treffen, Dinge ausprobieren, Workshops besuchen oder Kaffee trinken.

In einem Satz: Wofür braucht man Bibliotheken und Büchereien?

Bibliotheken sind ein wichtiger Ort für den sozialen Zusammenhalt in

unseren Städten und bieten freien Zugang zu Bildung und Wissen.

Worin sehen Sie Ihre Aufgabenstellung für die Zukunft?

Gesellschaftliche Teilhabe, Demokratie, Digitalisierung, Klima und Nachhaltigkeit sind wesentliche Fragestellungen für uns. Dabei reagieren wir aktiv auf gesellschaftliche Entwicklungen – und werden Teil des Diskurses. Die Leseförderung von klein auf ist natürlich ein Dauerthema.

Welche neuen Angebote hat die Stadtbibliothek?

In der Bibliothek kann man neben Medien auch Musikinstrumente ausleihen, aber auch VR-Brillen, Konsolenspiele, Klimamessgeräte oder MINT-Gegenstände wie Miniroboter oder Teleskope. Es gibt vor Ort zum Ausprobieren den Nao-Roboter, Overlock-Nähmaschinen, einen Konzertflügel oder Geräte zum Digitalisieren von Schallplatten und VHS-Kassetten.

Was ist das neueste Angebot?

Wir haben ein Social Media Studio eröffnet (s. Praxisbericht). Dort kann man mit hochwertigem Equipment eigene Filme oder Podcasts erstellen – die Nutzung ist kostenlos. Zur Einführung bieten wir auch Workshops an, ansonsten ist es zur selbständigen Nutzung ausgelegt.

Welche Trends sehen Sie für Bibliotheken?

Podcasting und Audiobooks, Künstliche Intelligenz (KI), Augmented und Virtual Reality – physische und digitale Räume verschmelzen weiter. Events und neue Kontaktpunkte: virtuelles Publikum und In-Game-Erlebnisse.

Schulungen und Tools: Gamification und Förderung des Wohlbefindens, Do-it-yourself-Innovationen.

Inwiefern hat die Covid-Pandemie Ihre Arbeit verändert?

Wir haben während des Lockdowns unsere digitalen Angebote für alle Kölner*innen zugänglich gemacht und so auch zahlreiche Neukund*innen gewonnen. Außerdem haben wir die Mediennutzung über Click & Collect ermöglicht – und natürlich den Bestand an E-Medien, besonders E-Books, noch stärker ausgeweitet. Kurz: Wir sind noch digitaler geworden und haben eigenen Content produziert.

Welche Events veranstalten Sie?

MINT-Workshops aller Art, Sprachförderprogramme, VR- und 3D-Druck-Workshops, Science Slams, Programme zur Leseförderung jeglicher Art, Workshops, Lesungen und interaktive Programme zum Thema Quellenkompetenz und Fake News, Vorlesen mit dem Lesehund Rudi und vieles mehr.

Was würden Sie verändern, wenn Sie das doppelte Budget zur Verfügung hätten?

Noch mehr Programme anbieten und dazu weitere Mitarbeitende und Medienpädagogen engagieren.

Auf welchen Social Media Kanälen sind Sie aktiv?

Facebook, Twitter, Instagram, Youtube und wir haben auch einen Blog. Wir berichten je nach Zielgruppe des Kanals über Programme, Trends, witzige Begebenheiten und aktuelle Fragestellungen.

Antworten: Dr. Hannelore Vogt, Direktorin der Stadtbibliothek Köln.



Film ab – das Social Media Studio macht es möglich

Neues Angebot der Stadtbibliothek Köln

Der Makerspace der Kölner Stadtbibliothek hat Zuwachs bekommen. In einem professionell ausgestatteten Aufnahme-Studio, dem Social Media Studio, können in Eigenregie hochwertige Videos und Podcasts erstellt werden – kostenlos, unkompliziert und in einer schicken Ambiente.

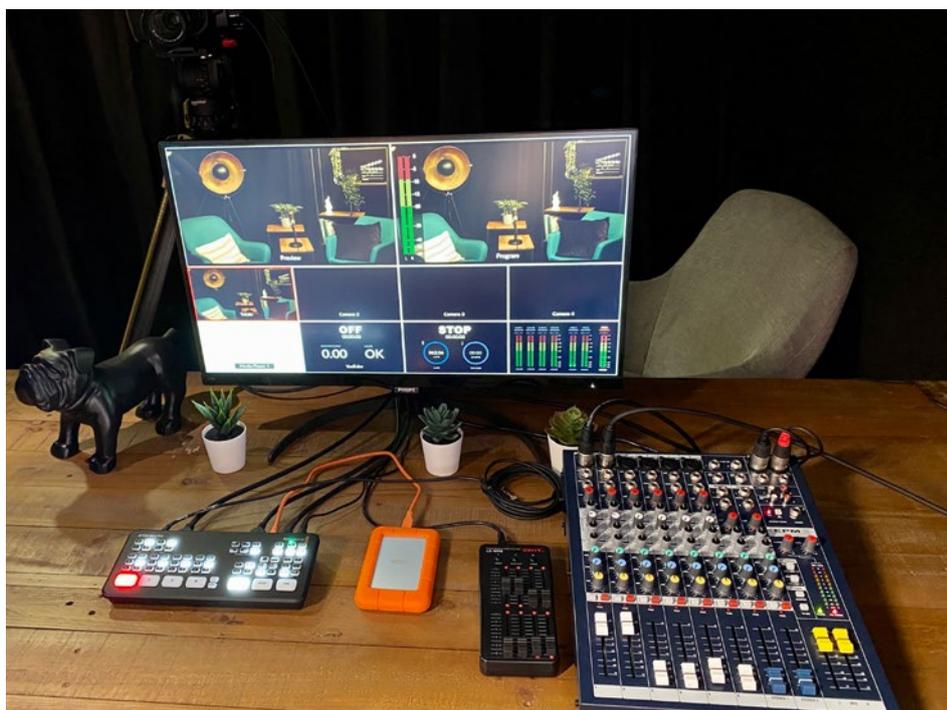
YouTuberinnen und YouTuber wie Mai Thi Nguyen-Kim oder Rezo haben die Medienlandschaft nachhaltig verändert. Nicht nur bringt die Videoplattform Akteure der Zeitgeschichte hervor, die öffentliche Diskurse prägen, auch unser Konsumverhalten ändert sich. Und vor allem: Die Grenzen zwischen Konsum und Produktion verschwimmen schon lange – zunehmend auch im Video-Sektor.

Die Stadtbibliothek Köln begleitet diesen Medienwandel aktiv. In der Zentralbibliothek gibt es nun ein Aufnahme-Studio, das jedem Bibliotheksmitglied ab 16 Jahren kostenfrei zur Verfügung steht. Interessierte können dort selbständig Videos und Audioinhalte in einem abgegrenzten und diskreten Raum aufnehmen und schneiden. Das Social Media Studio enthält professionelles Equipment: Hochauflösende Kameras, erstklassige Mikrofone, hochwertige Beleuchtung und ergonomische Steuerelemente – daneben Deko- und Verkleidungsgegenstände. Eine Nachbearbeitung des Materials kann direkt vor Ort erfolgen. Ein dicker, schallschluckender und feuerfester Vorhang aus Molton schirmt den Raum ab.

Die ganze High-Tech soll dabei nicht überfordern: Das Studio ist so konzipiert, dass eine Aufnahme mit möglichst

wenig Aufwand verbunden ist – die Ausstattung ist bereits präzise für die Räumlichkeiten und Lichtverhältnisse justiert. Möglich werden Profi-Videos fast per Knopfdruck vor einer stilvollen Kulisse. Zusätzlich gibt es (meist kostenlose) Workshops zur Nutzung des Equipments, die Bibliothek möchte dabei aber auch zur Auseinandersetzung mit aktuellen Themen anregen.

Die Stadtbibliothek Köln bleibt mit dem neuen Studio ihrer Makerspace-Logik treu: Aufwändige und kostspielige Technologien werden in einem nicht-kommerziellen Rahmen angeboten. Das Social Media Studio ist somit Teil des bestehenden Makerspace-Konzepts und repräsentiert dessen Leitlinien wie Information und Bildung als Kernaufgaben, offener





Zugang für jedermann, offene Wissensvermittlung, Förderung von Übernahme von Verantwortung des Einzelnen, Provider von Infrastruktur, Netzwerker bzw. Provider von Kontakten und Kursangeboten..

Für das Studio wurden ein klar strukturiertes Handout sowie Video-Tutorials für den Do-it-Yourself Einsatz entwickelt. Partner war eine Kölner Agentur, die auch bei der Einrichtung des Studios beraten und unterstützt hat. Die Buchung der Termine findet über das hauseigene Buchungssystem easy2book statt. Das Team findet alle relevanten Punkte zu Buchung und Handhabung in einem Wiki.

Für die Videoherstellung gelten die offiziellen YouTube-

Richtlinien. Außerdem dürfen an der zur Verfügung gestellten Hard- und Software keine eigenmächtigen Änderungen vorgenommen und nur Software gemäß §14 JuSchG USK benutzt werden. Ein gültiger Bibliotheksausweis ist Voraussetzung für die Nutzung. Die Nutzungsvereinbarung kann gleich bei der Buchung online mit ausgefüllt werden.

Putting the social into Social Media – erste Workshops und Veranstaltungen

Neben der individuellen Nutzung gibt es auch Workshops – die erste Reihe lief unter dem Titel Putting the Social Into Social Media. Das Workshop-Programm läuft mit unter dem Label „Makerspace“, denn das steht nicht

nur für einen einzelnen Raum, sondern für eine Philosophie des eigenen Tuns.

Gemeinsam mit der „Fachstelle Jugendmedienkultur NRW“ hat das Bibliotheksteam ein medienpädagogisches Konzept gestaltet. Unter Anleitung von erfahrenen Medienprofis können Jugendliche die Produktion von audiovisuellem Content zu gesellschaftlich relevanten Themen erlernen. So standen im ersten Veranstaltungsblock beispielsweise folgende Themen auf dem Programm:

- #Bookstagram – Instagram-Produktion zum Thema Literatur
- Use Your Voice – Talkshow zum Thema Interkulturalität
- Good news, bad news, fake news – YouTube-Produktion

Autorin



Dr. Hannelore Vogt ist Direktorin der Stadtbibliothek Köln, die 2015 den nationalen Bibliothekspreis „Bibliothek des Jahres“ erhielt, genauso wie die Stadtbücherei Würzburg, die sie davor leitete. Der Kölner Kulturrat zeichnete sie 2016 als „Kulturmanagerin des Jahres“ aus. Sie verfügt über ein Diplom in Bibliothekswissenschaft, einen Masterabschluss im Fach Kulturmanagement und hat im Bereich Kulturmarketing promoviert. 2019 wurde sie vom Dachverband der Bibliotheksverbände (BID) „für ihr innovatives Denken und Handeln“ mit der Karl-Preusker-Medaille, der höchsten Auszeichnung im deutschen Bibliothekswesen, ausgezeichnet. Diese wird an Personen verliehen, die den Kultur- und Bildungsauftrag des Bibliothekswesens in herausragender Weise fördern und unterstützen.

Sie ist weltweit als Referentin für Bibliotheksmarketing, Kundenorientierung, Innovationsmanagement, und Personalentwicklung tätig.

Foto Copyright: Stadtbibliothek Köln

- zu „Falschmeldungen“
- We Need To Talk – Audiofeature zum Thema LGBTQIA+
 - Language Matters – YouTube-Produktion zum Thema Sprache.

Die Workshops bestehen aus jeweils zwei Blöcken à drei Stunden, die an zwei aufeinander folgenden Tagen stattfinden. Parallel dazu wurden die Auszubildenden der Stadtbibliothek geschult, die künftig als Junior Experten eigene Programme betreuen werden. Laufend werden neue Workshopinhalte entwickelt, zum Beispiel zum Sprachenlernen für Schülerinnen und Schüler im Rahmen des Projekts WissensWandel. Vor dem offiziellen Start gab es natürlich auch interne Trainingsmodule zu Themen wie „Social Media Beiträge, Audio- und Videobeiträge gestalten und vertreiben“.

Das Studio eignet sich in der bibliothekarischen Praxis auch gut für die Aufzeichnung von Veranstaltungen und für Live-Streams. Den Auftakt bildete ein Youtube-Livestream mit Dieter Kosslick, dem langjährigen Chef der Berlinale. Im Studio der Stadtbibliothek erzählte er über seine Liebe zum Film, seine abenteuerlichen Erlebnisse mit den Stars der Kinowelt, wie es um die Zukunft der Filmbranche bestellt ist und warum er überzeugt ist, dass Filme die Welt verändern können. Über Youtube hatte die Veranstaltung eine enorme Reichweite. Flankiert wurde der Start des Social Media Studios auch von einer großräumigen, im ganzen Stadtgebiet verteilten Plakatkampagne in Zusammenarbeit mit der Pressestelle der Stadt und der städtischen Wirtschaftsförderung. Informationen zum Social Media



Studio und den Programmen sind unter folgenden Links zu finden:

<https://www.stadt-koeln.de/artikel/71186/index.html>

<https://www.youtube.com/watch?v=VFYQbO8he2A>

<https://www.facebook.com/watch/?v=848868756035183>



Ohren Auf: digitale Hörbücher in Bibliotheken sind ein Publikumserfolg

Bibliotheken und Leser profitieren von OverDrive's technisch ausgereiftem App Libby und dem größten deutschsprachigen Hörbuchangebot

In den letzten Jahren immer beliebter geworden. Immer mehr Leute begeistern sich für digitale Hörbücher – auch in Deutschland. Bibliotheken, die auf diesen Trend aufspringen und aktiv eine Hörbuchsammlung aufbauen und pflegen, holen diese Investition schnell wieder herein.

Der allgemeine Anstieg der Nutzung von Hörbüchern ist untrennbar mit der Flexibilität und Freiheit verbunden, die das Format den Nutzenden bietet. Sie können mehrere Dinge gleichzeitig tun, so wie Sport treiben, kochen oder putzen, und dazu eine Geschichte anhören. Die Fähigkeit zum Multitasking, so zeigen Umfragen, ist eine der treibenden Kräfte hinter der Nutzung von Hörbüchern. Dazu kommt, dass Hörbücher tragbar sind und die Menschen sie überall anhören können, auch beim Sport, auf dem Weg zur und von der Arbeit und während langer Autofahrten.

OverDrive ist die führende digitale Plattform für Bibliotheken. Sie bietet einen Katalog von über 300.000 fremd- und 46.000 deutschsprachigen Hörbüchern, mehr als jede andere Lese-App auf dem Markt. Unser umfangreicher Katalog bietet Lesenden den größtmöglichen Zugang zu Hörinhalten weltweit. Wenn Bibliotheken in Hörbuchinhalte über OverDrive investieren, stellen sie ihren Nutzenden nicht nur einen großen Katalog von Hörbüchern zur Verfügung, sondern vermeiden auch die zeitaufwändige Verwaltung eines physischen Bestands. Viele der OverDrive-Tools funktionieren automatisch. Auch unsere Auswahl an Ausleihmodellen machen es Bibliotheken einfach, Budget und Sammlung zu verwalten. Aktiviert eine Bibliothek den RTL-Modus (Recommend



to Library, der Bibliothek empfehlen), so kann ein Nutzender Anschaffungen vorschlagen, und sie kann einen entsprechenden automatisierten Warenkorb für sich einrichten. Dies garantiert der Bibliothek, dass sie die Hörbücher beschafft, welche ihre Nutzenden wollen.

Die Hörerfahrung ist ebenfalls wichtig: Unsere preisgekrönte Lese-App Libby liefert erstklassiges Hörvergnügen. Eine Hörbuchsammlung mit OverDrive bringt deutschen Bibliotheken eine zufriedener Leserschaft. Gleichzeitig ersparen sie sich Geld und Enttäuschung beim Kundensupport, weil Libby einfach besser funktioniert und höhere Bewertungen hat als andere Lese-Apps auf dem Markt. Mit Libby lassen sich Hörbücher einfach für den Offline-Zugang herunterladen und können vor dem Fälligkeitsdatum zurückgegeben werden, falls der Nutzende früher fertig ist. In diesem Fall ist ein Buch rascher wieder für andere verfügbar, kann früher an mehr Nutzende verliehen werden und hilft dadurch der Bibliothek, mehr Kosten einzusparen.

Immer mehr deutsche Bibliotheken, unter anderem in Berlin, Hamburg und Hannover, kaufen deutsche Hörbücher von OverDrive und profitieren dank zufriedener Kundschaft und Investitionen, die sich schneller auszahlen. Schließen Sie sich diesen Bibliotheken an und bieten Sie noch heute digitale Hörbücher von OverDrive an.

Autorin



Claudia Weissman ist Vice President, Global Libraries & Education bei OverDrive, der weltweit führenden digitalen Leseplattform für Bibliotheken und Schulen. Das globale Team arbeitet mit Bibliotheken in über 80 Ländern, um Lesern Zugang zu digitalen Medienprodukten wie Hörbüchern, eBooks, Filmen und Magazinen zu verschaffen. Frau Weissman leitet die Expansion von OverDrive in internationalen Märkten, insbesondere in Europa und Asien und ist verantwortlich für den Aufbau eines wachsenden Netzwerks lokaler Niederlassungen und hat einen Rechtswissenschaftlichen Abschluss der Universität Hamburg.

Kontakt:
cweissman@overdrive.com

Mehr Auswahl mit dem größtem digitalen Katalog von OverDrive.



Der Katalog von OverDrive umfasst über 100.000 fremdsprachige und über 45.000 deutschsprachige Hörbücher, über 330.000 eBooks, tausende von Zeitschriften, Comics und Online Kursen sowie Streaming Media. Mit OverDrive können Sie Ihren Lesern endlich bieten, was Sie verdienen und erhalten mehr für Ihr Geld.

Unsere kostenlose Libby App ermöglicht übergreifendes Lesen auf mehreren Geräten, Apple Carplay and Android Auto, frühzeitige Rückgabe von Hörbüchern, Titel offline zu nutzen, Zugang auf den umfangreichsten Katalog und vieles mehr. Libby funktioniert einfach und funktioniert gut.

Das meiste aus Overdrive machen:

- Bewerben Sie Ihre Hörbücher auf der Homepage, in der Bibliothek und online
- Kuratieren Sie Ihre ausgewählten Titel auf der Homepage, auf Ihren Kinderseiten und in Sonderkategorien
- Wählen Sie aus mehreren Lizenzmodellen und machen Sie das Beste aus Ihrem Budget
- Richten Sie einen Vormerker-Warenkorb ein, um stark nachgefragte Hörbuchtitel zu verwalten
- Nutzen Sie den Vormerker-Manager und setzen Sie Obergrenzen bei deren Erreichen automatisch weitere Exemplare oder Lizenzen nachgekauft werden
- Informieren Sie Leser über die vorzeitige Rückgabemöglichkeit von ausgeliehenen Titeln

Unser Angebot beinhaltet kostenloses Marketing Material, 24h Kundendienst und deutschsprachige Kontakte, die Ihr Team bei der Beschaffung und Kuratierung unterstützen! Wir helfen gerne.



münchner
stadtbibliothek

 emu
eMedien Unterfranken

 Bücherhallen Hamburg



 VOBB
WIR BRINGEN MEDIEN IN BEWEGUNG

Stadt
Bibliothek
Bremen


OverDrive[®]

Besuchen Sie company.overdrive.com/public-libraries/overdrive-dach,
um mehr über die Partnerschaft mit OverDrive zu erfahren.



Influencer sind die neuen etablierten Marken

Der Kampf um Aufmerksamkeit – wie Influencer den etablierten Marken immer mehr Konkurrenz machen

Als ich den Begriff „Influencer“ vor 20 Jahren zum ersten Mal in einem Buch von Robert B. Cialdini entdeckte, ahnte ich nicht im Geringsten, welche Rolle dieses Wort und vor allem das beschriebene Prinzip in Zukunft für mich und uns alle im Marketing einnehmen würde. Bereits 2007 wusste Mark Zuckerberg, worauf es zukünftig ankommt, um die Mechanismen sozialer Netzwerke erfolgreich für Marketing und Werbung gezielt zu nutzen:

„People influence people, nothing influences people more than a recommendation from a trusted friend. A trusted referral influences people more than the best broadcast message. A trusted referral is the Holy Grail of advertising.“

Es geht also um Menschen und deren Beziehungen. Und um eine tragende Säule des Sozialen und Zwischenmenschlichen: Vertrauen. Als soziale Wesen sind wir von Geburt an darauf angewiesen, anderen Menschen – mehr oder

weniger – Vertrauen zu müssen. Überlebenswichtig ist für uns zunächst die Mutter, dann der Vater und die Familie, später folgen Freunde, Bekannte, Kollegen und das Umfeld usw., die auf uns Einfluss nehmen. Wir alle erleben und erlernen diesen Prozess immer wieder aufs Neue. Mal zu unserem Guten, mal weniger ...

Was hinzugekommen ist, dass seit ca. 2007 dieser Prozess auf Basis von technologischen Entwicklungen in völlig neue, bis dato unbekannte Dimensionen in unser Leben und dessen Beziehungen, die Gesellschaft und Wirtschaft, vorgestoßen ist. WYSIWYG bekommt in diesem Kontext eine neue Dimensionen und wird immer mehr zur Normalität. Täglich sehen und hören wir Menschen in den verschiedensten Apps und auf Plattformen, die uns an ihrem Leben teilhaben lassen. Oder die wir gar auf die ein oder andere Art und Weise in unser Leben lassen. Vor Kaufentscheidungen studieren und analysieren wir Online-Bewertungen, um die bestmögliche

Entscheidung zu treffen. Beides geschieht und stellt uns durchaus zufrieden, obwohl wir wissen, dass die Realität oftmals eine andere ist. Die heutige globale Nutzung sozialer Netzwerke, allen voran Instagram, TikTok und YouTube, hat deshalb einen wesentlichen Anteil an dieser Entwicklung - und das wird noch lange so bleiben. Was genau bedeutet das für die Zukunft von Marken und Unternehmen? Drei Thesen und mögliche Lösungsansätze:

Das knappe Gut „Aufmerksamkeit“ wird noch kostbarer, je mehr der Medienkonsum, die Informationsgeschwindigkeit und das Leistungsangebot zunehmen. Um zukünftig im intensiven, globalen Wettbewerb bestehen zu können, sind ein unverkennbares, klares Profil und eine einzigartige Positionierung entscheidend. Genauso wichtig ist dann die stringente und effektive Kommunikation der beiden Botschaften. Zudem müssen die Menschen in den Unternehmen ihre digitale und emotionale Kompetenz auf- und



ausbauen, um die Beziehungen zu den unterschiedlichsten Interessensgruppen effizient managen zu können.

Influencer stehen oftmals zwischen Marken und deren bisherigen Kunden – sei es als Makler, Verkäufer oder in anderen Rollen. Gleichzeitig verfolgen alle beteiligten Partner in diesem Spiel eigene Interessen. Das Gebot der Stunde lautet daher Kooperation! Eine hohe Kunst, vor allem in Deutschland, die viele Unternehmen und Beeinflusser erst noch richtig lernen werden. Da der Kuchen nicht unendlich wächst, muss dieser eben neu und anders verteilt werden.

Ein Schritt in die für Marken überlebenswichtige Richtung ist dazu ein Wandel in der Betrachtung ihrer Stakeholder: weg von „Zielgruppen“ und hin zu „Beziehungsgruppen“. Menschen haben Beziehungen zu Marken und Unternehmen, selbst wenn diese zunächst unbewusster oder latenter Natur sind. Selbst ein nicht aktiver Interessent kann schnell zu einem treuen oder ablehnenden Marktteilnehmer werden, der wiederum Einfluss auf Familie, Freunde und Kollegen hat.

„Freund oder Feind?“, das ist hier die Frage! Was vielleicht nach Shakespeare klingt, ist jedoch vielmehr die Erkenntnis, dass Influencer sich zu Creators entwickeln. Sie erschaffen sich ihre eigene Markenwelt im Wettbewerb der Beziehungen gegen die etablierten Marken. Mit eigenen Produkten, Labels oder zunächst Produktlinien mit Markenartikeln, bei denen ihr Name als Markierung deutlich erkennbar ist. Dennoch gilt wie in der Tragödie, der eine kann (noch) nicht ohne den anderen existieren. Profitierten bisher

die großen Brands als Auftraggeber von der Verbindung zwischen Influencer und Follower, beobachten wir seit einiger Zeit, dass Marken immer mehr dem Risiko der Austauschbarkeit unterliegen, wenn die reichweitenstarken Prominenten ihr Urteil treffen. Das Rennen ist also noch längst nicht entschieden, und es bleibt abzuwarten, welche Beziehung das Publikum in Form von Konsumenten präferieren wird.

Alle über einen Kamm scheren?

Erwähnt man 2021 das Wort „Influencer“ in Gesprächen, haben die meisten sehr schnell ein konkretes Bild vor Augen, nicht immer ein positives. Hierbei reden wir jedoch defacto nur über eine sehr kleine Gruppe, die oftmals einer größeren medialen Aufmerksamkeit unterliegt. Wir sollen daher nicht den Fehler begehen, von dieser kleinen Gruppe auf uns alle (potenziellen) Influencer zu schließen!

In Zukunft müssen wir im Marketing und Management lernen, besser zu verstehen, dass und wie jeder Mensch, in den unterschiedlichsten Rollen und Situationen zu den verschiedensten Anlässen, ein Beeinflusser ist oder sein kann. Und wie jeder von uns als Influencer, ohne dass uns das in der Vergangenheit immer so bewusst oder von uns derart beabsichtigt war, auf sein Umfeld wirkt. Ob in der realen oder digitalen Welt, ob als Kunde, Mitarbeiter oder Berater. Genau das ist der Kern dessen, was Cialdini bereits 2001 in seinem Buch als Erster beobachtet und beschrieben hat. Es ist an der Zeit, den Blick über den Tellerrand zu hinaus zu richten und die Menschen, ihr Verhalten sowie ihre Beziehungen genauer unter die Lupe zu nehmen.

Autor



Rüdiger Frankenberger ist Gründer der STOIKA e.K. Consult, die sich auf Strategie-, Marketing- und Marken-Beratung in DACH spezialisiert haben. Er verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb und ist als Lehrbeauftragter/Dozent an mehreren Hochschulen und Akademien tätig. Seine beruflichen Stationen waren u. a. internationale IT- und Tech-Konzerne sowie Werbeagenturen und europaweit tätige Marketing-Dienstleister. Der studierte Betriebswirt verfügt über zwei Masterabschlüsse der Universität Basel (CH) in Marketing und absolvierte an der European Business School das Aufbaustudium „General Management (EBS)“. Mit seinem neuen Projekt „bookfluencer“ bietet er Influencer*innen und Creators neue Lösungen zur Vermarktung eigener Produkte an.



Unglaublich vielfältig.

Medien werden immer digitaler. Ihre Bibliothek auch.

Werden Sie mit uns zum dynamischen Dienstleister für Ihre Studierenden und Lehrenden. Wir unterstützen Sie bei der Erwerbung, Verwaltung und Nutzung von Medien durch:

- + **verlagsübergreifende Beratung** durch ein spezialisiertes Vertriebsteam
- + **hohe Transparenz** bei der Erwerbung von digitalen und gedruckten Medien
- + **schnelle Verfügbarkeit** von allen elektronischen Medien – egal ob per Pick & Choose, über Ebook Central, im E-Book-Paket oder als Open-Access-Titel
- + **individuell konfigurierbare Tools** wie das Schweitzer Connect oder den Schweitzer Neuerscheinungsdienst mit Approval Plan
- + **fair kalkulierte Dienstleistungen** wie den Zeitschriftenkonsolidierungsservice
- + **zuverlässigen Lieferantendatenimport**
- + **exklusive Partnerschaften** beispielsweise zur Videostreaming-Plattform **Kanopy** in DACH und BENELUX

Sie möchten uns noch besser kennenlernen?

https://www.youtube.com/watch?v=MPK_yUROhQg



Schreiben Sie uns gerne:
academic@schweitzer-online.de
www.schweitzer-online.de

schweitzer
Fachinformationen

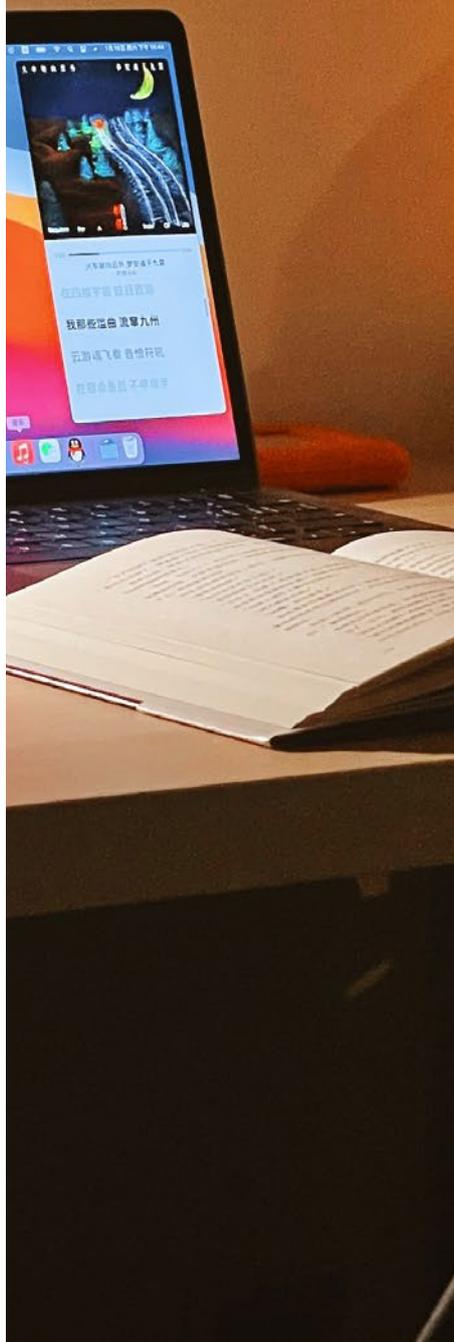
Auf eigene Faust

**Wie die Pandemie das neue
Lernen lehrt**

Bis zum März 2020 war in der Münchner Stadtbibliothek selten hysterische Eile geboten, wenn eine Information unter die Leute gebracht werden musste. Seit Covid-19 den institutionellen Alltag beherrscht, ist das anders: Bevor man noch die neueste Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung (veröffentlicht gegen 21.00 Uhr, gültig ab 0.00 Uhr) zu Ende gelesen hat, klingeln in den Filialen bereits die Telefone; Nutzer*innen fragen nach den Folgen der neuen Vorgaben für ihren Besuch oder beschwerten sich (weitgehend anlasslos) darüber. An der Tür kontrollieren die Kolleg*innen die Nach- und Ausweise von Kundinnen und Kunden: Wer ist geimpft und wie oft? Wer ist genesen und wie lang? Wer ist beides und in welcher Reihenfolge? Und überhaupt: Welche Abstände müssen Unter-14-jährige einhalten, die nicht demselben Hausstand angehören? Die Antworten auf all diese Fragen kann ein Mensch unmöglich im Kopf behalten – was ohnehin nicht sinnvoll ist, denn sie ändern sich andauernd, manchmal sogar mehrmals täglich.

In den vergangenen zwei Jahren hat die Krisenkommunikation der Münchner Stadtbibliothek deshalb viele Formen durchlaufen, schriftliche und mündliche, exklusive und inklusive, lexikalische und nachrichtliche, Push- und Pull-Varianten: ein Live-Crashkurs in Sachen Wissensmanagement, wie es ihn ohne die vielfältigen Effekte einer viralen Atemwegserkrankung kaum gegeben hätte.

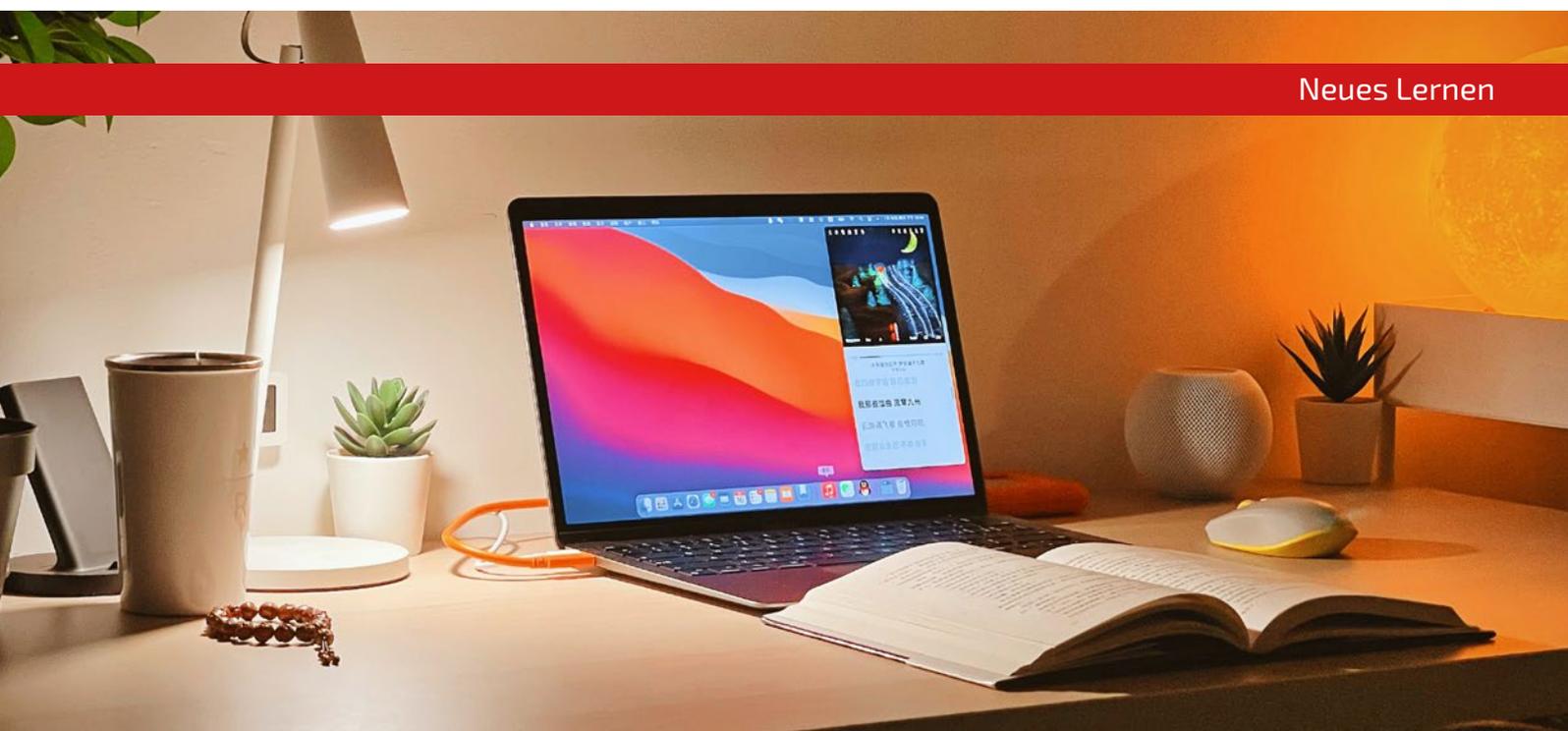
Erstes Learning: Man muss die richtige Antwort nicht kennen, aber man muss wissen, wo man sie findet. Eine Folge davon war eine Kurskorrektur der internen Corona-Kommunikation: Zu den Mails



an alle Mitarbeitenden gesellte sich ein Newsblog, in dem weiterführende Links, juristische Hintergründe oder Zusammenfassungen publiziert werden und der den tagesaktuellen Stand der Dinge abbilden soll (quasi ein bürokratisches Tagebuch der Pandemie). Vorgaben wiederum, die sich verfestigen, werden dafür mit einem Eintrag im unserem Arbeitshilfen-Wiki belohnt. (Schon die Form einer Information deutet bekanntlich deren anzunehmende Qualität an.)

Daraus ergab sich bald das zweite Learning: Pull-Kommunikation braucht Zeit, in jedem Sinne. Sie macht eine Menge Arbeit und es wird eine Weile dauern, bis sie sich etabliert hat. Mehr informative Eigeninitiative von Mitarbeitenden einzufordern, ist nicht schwer; die richtigen Bedingungen dafür zu schaffen dagegen sehr. Auch die Münchner Stadtbibliothek befindet sich deshalb noch mittendrin in diesem Change-Prozess.

Im Dezember des vergangenen Jahres haben wir mit dem Relaunch unserer Intranetseite einen wichtigen Schritt getan. Die ausgewucherte Navigation wurde auf vier Einstiege reduziert: Organisation, Kommunikation, News und Arbeitshilfen. Die Startseite nimmt ihren Leser*innen drei Fragen aus dem Mund: Was gibt es Neues in der Münchner Stadtbibliothek? Wie funktioniert die Münchner Stadtbibliothek? Wie kommuniziert die Münchner Stadtbibliothek? Basiswissen also, so dass sich die Seite nun gut auch fürs Onboarding eignet. Spezialwissen wiederum – etwa über Öffentlichkeitsarbeit oder Fortbildungen – gibt es in den Arbeitshilfen und in den „Arbeitsräumen“. Letztere haben ein enormes



Potential, zu Wissenshubs und Lernräumen zu avancieren. Denn auch diese Frage steht im Raum, wenn man über Wissensmanagement nachdenkt: Wie sieht das Lernen der Zukunft in der Münchner Stadtbibliothek aus? Wie erreichen wir unser Ziel, eine lernende Institution zu sein?

Die Corona-Pandemie hat allen Mitarbeitenden auf je eigene Weise eine harte Lektion in Sachen Agilität erteilt. Immer wieder gibt es neue Vorgaben und immer wieder entsteht die Notwendigkeit, diese Vorgaben nicht nur richtig zu verstehen, sondern sie zudem an die Situation vor Ort anzupassen und zugleich möglichst getreu umzusetzen. Design Thinking am lebenden Objekt sozusagen – und damit die beste Schule für alles, was noch auf die Münchner Stadtbibliothek zukommt. Denn unsere großen Themen – Digitalisierung, Diversität, Partizipation – stellen alle Mitarbeitenden vor ganz ähnliche Herausforderungen wie die Corona-Pandemie: Sie überfordern mit Informationsvielfalt; ihre Bedeutung wandelt sich gefühlt wöchentlich; um die Meinungshoheit werden teils erbitterte Kämpfe gefochten und tradierte

Autoritäten in Frage gestellt. Damit Schritt zu halten, ist selbst für eine Bibliothek, die sich mit Wissensordnungen auskennt, alles andere als einfach – auch weil just jene Wissensordnungen in der Diskussion stehen.

Wie also vermittelt man agiles Wissen? Und wie die Agilität des Wissens? Klassische Frontalfortbildungen werden dafür zweifellos nicht ausreichen. Also heißt es: herumprobieren. In der Münchner Stadtbibliothek wurden in den vergangenen Jahren so viele neue Austauschformate erfunden wie wohl nie zuvor, und auch die Landeshauptstadt München, zu der wir gehören, legt sich ins Zeug mit „DigiChats“, eLearning-Angeboten oder einer Reihe „Digitale Talente“. Nun lernen alle miteinander: Welche Formate eignen sich für was und in welchem Format lerne oder lehre ich persönlich am besten? Welche Inhalte fordern die körperlicher Präsenz und welchen nutzt die digitale Nahsicht? Was kann man sich allein erarbeiten und wie weit reicht das individuelle Verständnis?

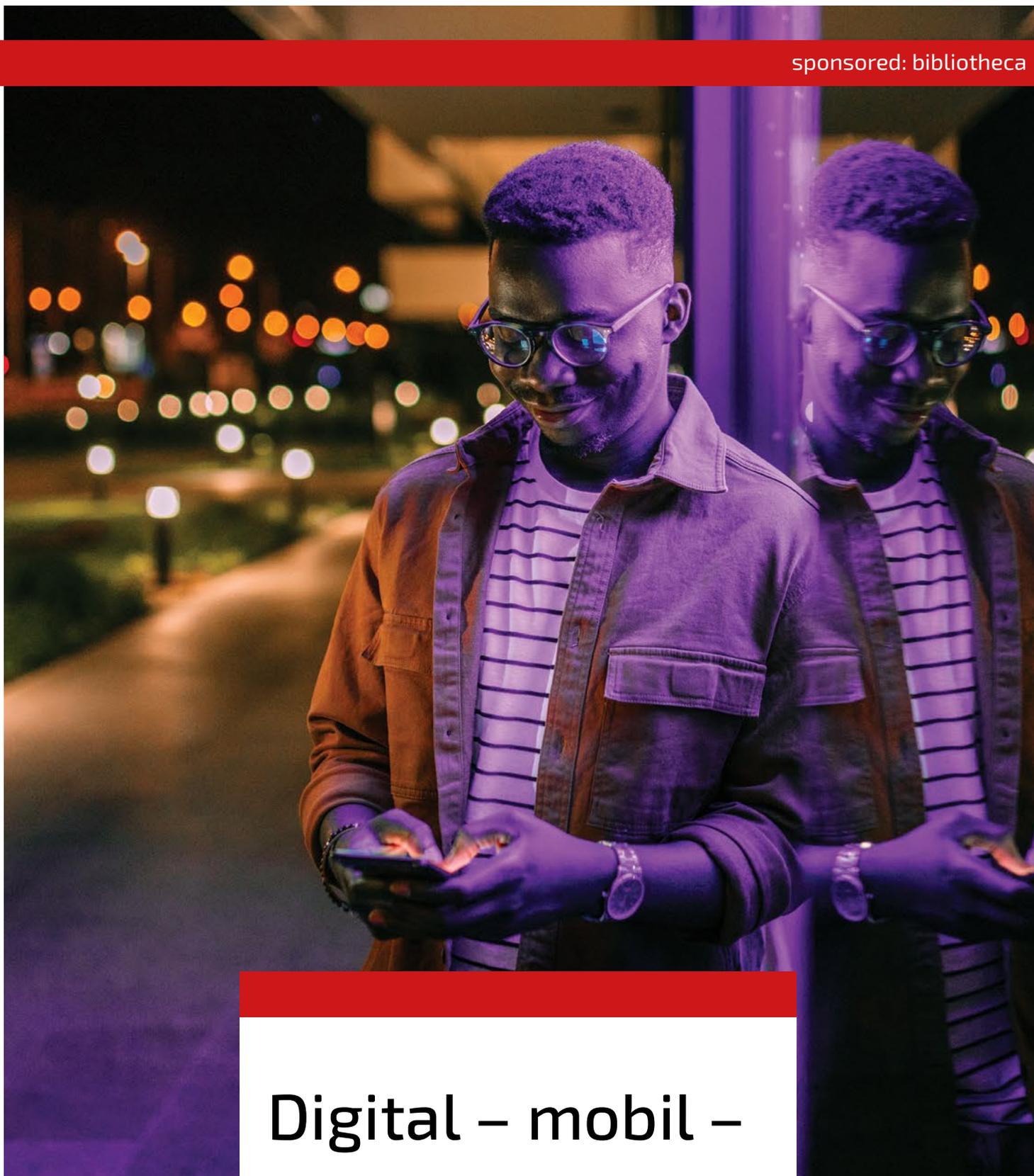
Auf eigene Verantwortung, auf eigene Faust und vor allem zum eigenen Nutzen zu lernen:

Das hat uns ein Virus namens Covid-19 gelehrt. Wir sollten es besser nicht so schnell verlernen. Fortsetzung folgt also.

Autorin



Katrin Schuster studierte Germanistik und arbeitete anschließend zehn Jahre als freie Literatur- und Medienkritikerin. Für die Bayerische Staatsbibliothek konzipierte sie das Literaturportal Bayern, das sie bis 2014 redaktionell betreute. Von 2015 bis 2020 war sie verantwortlich für die digitale Kommunikation, seit April 2020 ist sie Referentin der Direktion der Münchner Stadtbibliothek.



Digital – mobil – vernetzt

**Ein rundes Bibliothekserlebnis
für alle**

Modernisieren Sie Ihre Bibliothek mit digitalen Lösungen

Durch die Digitalisierung und zunehmende Vernetzung der Gesellschaft sind auch Bibliotheken gefordert, ihre Services zu modernisieren und auf eine breitere Basis zu stellen. Allein der Boom für digitale Medien und die vermehrte virtuelle Kommunikation während der Pandemie sind klare Signale: Unsere Gesellschaft ist spontan bereit, neue Technologien zu nutzen und erwartet auch von Bibliotheken eine entsprechende Flexibilität und passende moderne Angebote. Insofern sind ganzheitliche

Konzepte, die den Besucher:innen ein attraktives und vielschichtiges Bibliothekserlebnis ermöglichen, schlicht überzeugend: Dazu gehören Selbstbedienung, personalfreie und verlängerte Öffnungszeiten, Apps sowie der Einsatz von privaten Smartphones und die Vernetzung von analogen und digitalen Services. Ideal ist es, wenn die Technologien für all diese Bedürfnisse als ganzheitliche Lösung harmonisch und pflegeleicht zusammenspielen. Bibliothecas open+ Lösung ist dabei ein zentraler Bestandteil dieser nahtlos agierenden Systemlandschaft.



Kundennahe Öffnungszeiten

Warum nicht schon um 8 Uhr morgens den Frühaufstehern und bis abends 22 Uhr den Nachteulen Einlass gewähren? Die Öffnung und Nutzung der Bibliothek, räumlich als auch zeitlich, ist heute wichtiger denn je. Nicht zuletzt handeln Bibliotheken wirtschaftlich, wenn ihre hochwertige Ausstattung und ihre vielfältigen Angebote maximal lang zur Verfügung stehen. Ziel ist es, zu öffnen, wenn die Bürger:innen Zeit haben, das heißt über die besetzten Servicezeiten hinaus.

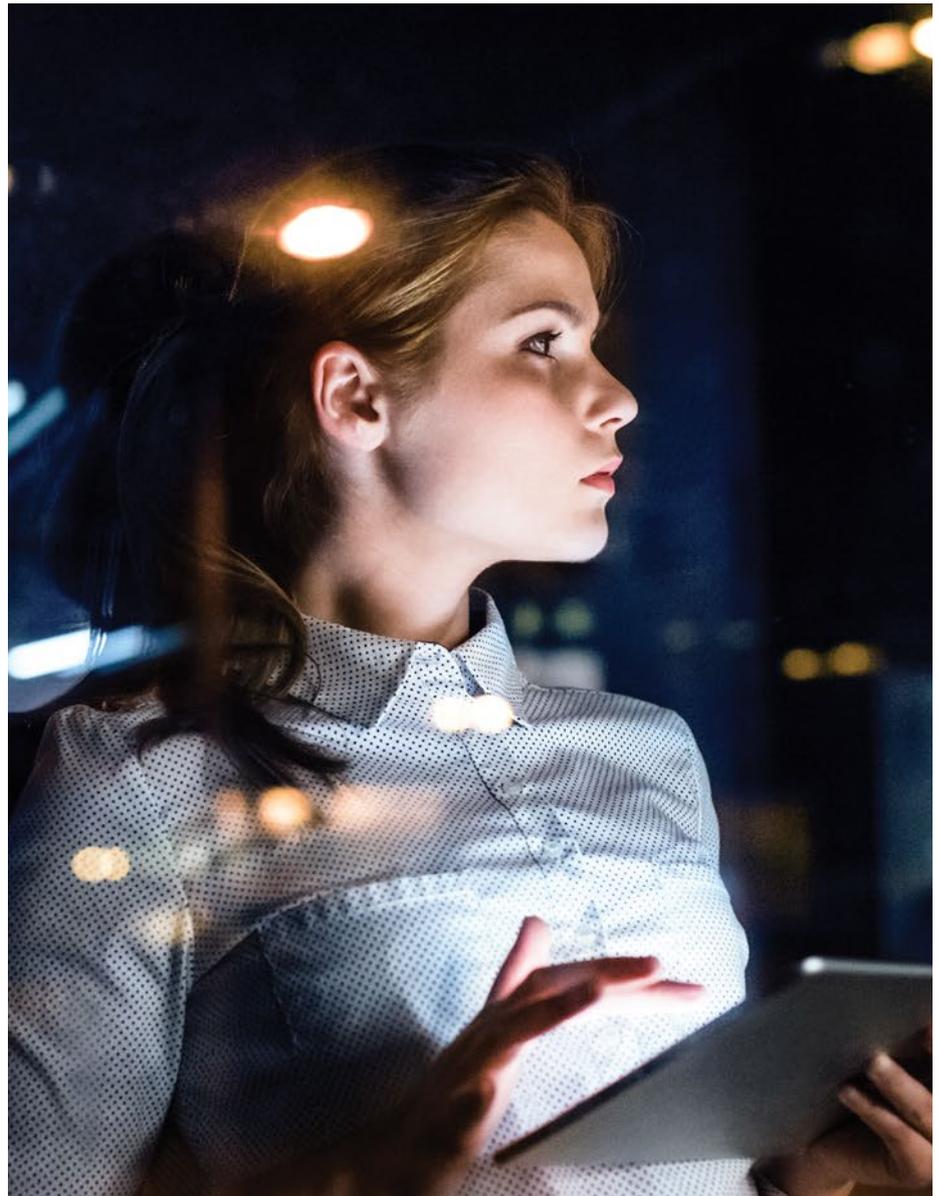
Um den Open Library Modus auch zu Zeiten der Pandemie sicher und funktional zu gestalten, hat Bibliothecas Entwicklerteam rasant mit neuen open+ Add-ons nachgelegt. Diese Module optimieren den etablierten open+ Betrieb, können aber auch unabhängig von open+ access, der bekannten Kernlösung, die den personalfreien Betrieb regelt, eingesetzt werden. Ein zuverlässiges Besucherzählungs- und Kommunikationssystem stellt auch während der unbesetzten Zeiten sicher, dass sich nicht zu viele Besucher:innen gleichzeitig in den Räumen aufhalten. Die tatsächliche Raumauslastung wird in Echtzeit über Bildschirme kommuniziert. Abstandsregeln können somit leichter eingehalten werden. Zudem können mit den neuen open+ Modulen Besuchszeiten bequem im Vorfeld reserviert werden, um bei limitiertem Einlass oder termingesteuertem

Click & Collect Wartezeiten zu vermeiden. All dies sorgt in Coronazeiten für ein sicheres Wohlbefinden, deckt aber auch langfristig den Bedarf an benutzerfreundlichen Anwendungen und liefert aussagekräftige Besucherstatistiken.

Apps modernisieren das Bibliothekserlebnis

Laut einer Statistik von adjust wurden im ersten Quartal 2020 um 38 Prozent mehr Apps im Bereich Bildung/Lernen installiert als im Vorjahresquartal. Die Anzahl der Sessions mit diesen Apps ist um rund 40 Prozent gewachsen. Unsere Smartphone-Gesellschaft sehnt sich nach Lösungen, die mit wenigen Klicks zum Ergebnis führen. Demzufolge ist der Einsatz von Apps für jegliche Kommunikation zwischen Bibliothek und Nutzer:innen zukunftsweisend. Bibliothecas Lösungen bedienen diesen Trend perfekt: Die cloudLibrary App erlaubt eine kontaktlose Medienausleihe mit dem eigenen Mobiltelefon am Bücherregal. Darüber hinaus ermöglicht die App ein intuitives Verwalten des Benutzerkontos und bietet einen umfassenden Überblick über ausgeliehene, reservierte und fällige Medien. Sowohl analoger und digitaler Medienbestand kann mit wenigen Klicks verlängert werden. Packlisten und automatische Push-Benachrichtigungen erleichtern das Leben jeder Familie.

Doch die App kann noch mehr, wenn sie für das Lesen digitaler



Inhalte genutzt wird: Ein fortschrittlicher Reader verwandelt das Schmökern am Tablet oder Smartphone in ein unterhaltsames und komfortables Leseerlebnis. So hebt beispielsweise die interaktive Vorlesefunktion die jeweils vorgelesenen Wörter hervor und unterstützt die Kinder spielerisch beim Lesenlernen. Das gesamte Leseerlebnis kann kinderleicht nach eigenen Vorlieben gestalten und die gewünschte Konfiguration bezüglich Typo (einschließlich Open Dyslexic und Large Font), Zeilenhöhe,

Ränder, Wort- und Buchstabenabstände abgespeichert werden.

Im Mai 2020 hat Bibliotheca eine neue ComicsPlus App in ihr Programm aufgenommen, die über 20.000 englischsprachige Comics, Mangas und Graphic Novels bereithält. Die Titel können von mehreren Lesern gleichzeitig ausgeliehen werden, so dass Vormerkungen redundant sind. Nicht nur Schüler:innen können auf diese Weise ihre Englischkenntnisse verbessern.

Rundum einfach, modern und bequem

Bibliotheken haben Bedürfnisse und Wünsche ihrer Community stets im Blick. Technologien, die ein komfortables, zeitgemäßes Benutzererlebnis und eine direkte Kundenkommunikation ermöglicht, verschaffen dem Personal zusätzliche Freiräume, um diesen Kundenfokus noch besser zu realisieren. Wenn all diese Technologien ein rundes Gesamtsystem bilden, sozusagen ein digitales Ökosystem aus nahtlos integrierten Lösungsmodulen, dann sorgt dies für zuverlässige, geschmeidige Systemabläufe bei zugleich modularer Flexibilität. Kurzum: Der Weg ist gebahnt für eine komfortable Selbstbedienung, flexible Öffnungszeiten, moderne digitale Angebote, intuitive Apps bis hin zu praktischen Bezahlungsfunktionen und

aussagekräftigen Statistiken. Bibliotheca möchte mit seinen Technologien und Weiterentwicklungen den digitalen Wandel im Interesse der Bibliotheken und ihrer Communities vorantreiben. Nachhaltigkeit und Datensicherheit sind dabei grundlegende Faktoren, die

maßgeblich mit dem Antrieb kontinuierlich innovative Lösungen zu entwickeln verknüpft sind. Klar ist: Die Digitalisierung und vernetzte Technologien werden nur dann zum Gewinn, wenn sie unser Leben erleichtern und Prozesse verbessern.

BI D22 8. BIBLIOTHEKS KONGRESS LEIPZIG 2022

Wir freuen uns sehr, dass der 8. Bibliothekskongress in Leipzig stattfinden wird. Begeben Sie sich mit uns auf eine Zeitreise und erfahren Sie, was das Motto "FreiräumeSchaffen" konkret in der Praxis bedeuten könnte. Lassen Sie uns ins Gespräch kommen, wir freuen uns darauf!

Folgen Sie uns:

www.facebook.com/smartlibrariesD

www.twitter.com/smartlibrariesD

www.youtube.com/smartlibrariesD

www.linkedin.com/company/bibliotheca/





Wie kann man die Bearbeitung von APC's erleichtern?

**Oable – die Management Lösung für Bibliotheken
von Knowledge Unlatched**

■ Einführung

Publizieren im Open Access gewinnt weiter an Dynamik, und immer mehr Institutionen, Bibliotheken und Verlage übernehmen Open-Access-Modelle. In einigen Märkten ist der Trend weiter fortgeschritten als in anderen. In Europa und anderswo sind Forschungsstipendien häufig an die Verpflichtung zur Open-Access-Veröffentlichung der Ergebnisse gebunden. In ihrer US Faculty Survey 2019 berichtete Ithaka S+R, dass die Mehrheit der befragten Fakultätsmitglieder ihre Unterstützung für einen vollständigen Ersatz von Subskriptionspublikationen durch Open Access zum Ausdruck brachte. Auch Daten von Plattformen wie lens.org und eigene Berechnungen von Knowledge Unlatched zum Publikationsvolumen von Zeitschriftenartikeln haben gezeigt, dass im Jahr 2020 der Gesamt-Output von Open-Access-Artikeln das Volumen der Paywall-Inhalte zahlenmäßig übertroffen hat und voraussichtlich weiter schneller wachsen wird.

Mit diesem außergewöhnlichen Wachstum in den letzten Jahren sind jedoch auch weitere Herausforderungen im Open-Access-Ökosystem entstanden. Der Open-Access-Markt ist insgesamt deutlich komplexer geworden, da Bibliotheken und Verlage in diesem neuen Umfeld einen für beide Seiten vorteilhaften Ansatz für den Übergang zu Open Access Modellen ausarbeiten. Dabei werden verschiedene Arten von Geschäftsmodellen mit vielen Arten von Vereinbarungen und Prozessen entwickelt. Die Zunahme an Komplexität wird durch eine Vielzahl dieser unterschiedlichen transformativen Vereinbarungen („Read-and-Publish deals“) verursacht. Darüber hinaus hat die

Bibliothek je nach den beteiligten Verlagen sehr individuelle Vereinbarungen mit unterschiedlichen Kriterien für unterschiedliche Verlage. Aber auch die Verlage selbst haben eigene Arbeitsabläufe, Richtlinien und Systeme, die es bei der Bearbeitung der Open Access Publikationen in diesen „transformativen Vereinbarungen“ zu berücksichtigen gilt.

Komplexitätsmanagement für APCs als zentrale Herausforderung

Während transformative Vereinbarungen einen großen – und wachsenden – Teil des Open-Access-Publizierens ausmachen, bleibt auch die Bezahlung von Bearbeitungsgebühren für einzelne Artikel ein sehr wichtiges Modell für Bibliotheken und wissenschaftliche Einrichtungen, um die Forschung weiter zu öffnen. Für Bibliothekar:innen ist die Bearbeitung der APCs (Article Processing Charges) in traditionellen Systemen oft jedoch frustrierend, da häufig Emails, Excels und andere manuelle Tools unabhängig voneinander verwendet werden.

Der APC-Bearbeitungsprozess für eine Bibliothek startet bei den Forschenden, die sicherstellen müssen, dass für eine Open Access Publikation auch die entsprechenden Fördermittel der Universität durch die Bibliothek zur Verfügung stehen. Typischerweise müssen die Forschenden eine solche Förderung beantragen. In vielen Fällen bedeutet dies einfach, eine E-Mail an das Open-Access-Team oder den Bibliothekskontakt zu schreiben. In einigen Bibliotheken ist diese Anwendung bereits strukturierter und es gibt Formulare auf den Webseiten der jeweiligen wissen-

schaftlichen Einrichtung, um solche Anfragen zu vereinheitlichen und zu bündeln. Der Einreichungsprozess ist wahrscheinlich der am wenigsten problematische Schritt im Arbeitsablauf. Jedoch kann hier die Anzahl der Prüfungen eines solchen Antrages durch die Bibliothek sehr zeitaufwändig sein, um zentrale Fragen dieses Antrages zu überprüfen: Ist diese:r Forscher:in derzeit an unserer Universität/Institution tätig? Wird der Forscher:in nicht anders drittmittelfinanziert? Ist die beantragte Lizenz angesichts unserer OA-Förderungsanforderungen überhaupt zulässig? All diese Compliance-Prüfungen verursachen zeitaufwändige Prozesse für einen einzelnen Antrag und führen häufig zu einem ziemlichen Hin und Her in der Kommunikation zwischen der Forscher:in und dem Open-Access-Team der Bibliothek.

Sobald ein Antrag genehmigt und der Artikel zur Veröffentlichung angenommen wurde, sendet der Verlag die Rechnung an die Bibliothek. APC-Rechnungen sind oft nicht korrekt, es fehlen wichtige Informationen oder sie sind einfach fehlerhaft. Und wenn eine Bibliothek hunderte von APC-Rechnungen von unterschiedlichen Verlagen pro Jahr verarbeiten muss, ist der Zeit und Ressourcenaufwand für die vollständige Bearbeitung und Zahlung erheblich. Wenn es dann zwangsläufig zu Zeitverzögerungen bei der Bearbeitung und Bezahlung solcher Rechnungen kommt, werden von den Verlagssystemen Mahnungen an die Autor:innen versendet, was bei diesen offensichtlich zu überraschten und unangenehmen Reaktionen gegenüber dem Open-Access-Team führt – dieses wiederum wartet darauf, dass das

Finanzteam mit der Bestellung fortführt. Infolgedessen sind Bibliotheken mit dem aktuellen Prozess unzufrieden und benötigen eine strukturelle Änderung, um die Geschwindigkeit der Veröffentlichung und Bezahlung zu erhöhen und die Erfahrung für die Wissenschaftler:innen in diesem Prozess zu verbessern.

Die Bibliotheksgemeinschaft sucht nach Lösungen

Um diese Herausforderungen zu bewältigen, versuchen Bibliotheken, das Management von Open Access zu vereinfachen, indem Silos beseitigt, Prozesse standardisiert und Arbeitsabläufe optimiert werden. Knowledge Unlatched hat in den letzten 2 Jahren in enger Zusammenarbeit mit der globalen Bibliotheksgemeinschaft eine Lösung für diesen zentralen „pain point“ für Bibliotheken entwickelt. Oable (www.oable.org) wurde im April 2021 eingeführt und hat mittlerweile elf Kunden auf der ganzen Welt - davon drei im deutschsprachigen Raum - , die aktiv mit dieser Lösung an ihren Open-Access-Management-Workflows arbeiten, um Prozesse und Arbeitsabläufe zu optimieren.

Hiermit unterstützt Oable die beiden wichtigsten Workflows innerhalb von Bibliotheken zur Verwaltung von Open-Access-Artikelprozessgebühren (APC), entweder im Rahmen einer Transformationsvereinbarung mit einem Verlag oder durch die Verwaltung einer individuellen Artikelanfrage ihrer Forscher:innen, die vom Open-Access-Fonds der Universität unterstützt werden sollen. Alles in einem Workflow und einem Dashboard über die Verlage hinweg, dies ist das Versprechen von Oable.



Oable: die neue Art, OA-Fonds zu verwalten

Das Antragsformular der Wissenschaftler:innen

Oable stellt ein APC-Antragsformular zur Verfügung, das speziell für die individuellen Bedürfnisse der Kund:innen entwickelt und gestaltet wurde (es ermöglicht auch die Integration bestehender Formulare). Es wurde eine Single-Sign-On-Schnittstelle mit den Authentifizierungssystemen der Universität (wie z.B. Shibboleth oder OpenAthens) entwickelt, die die nur einmalige Anmeldung der Wissenschaftler:innen über verschiedene Systeme hinweg ermöglicht. Mit dieser Funktion werden besonders die Datenschutzrichtlinien oder Anforderungen der Forscher:innen zur Datensicherheit erfüllt, da personenbezogene Daten hinter einer sicheren, passwortgeschützten „Firewall“, aufbewahrt werden. Darüber hinaus muss die Fakultät kein neues Profil erstellen und man kann sich problemlos als Wissenschaftler:in nur einmal im Universitätssystem anmelden. Anträge, die über das Formular eingehen, werden direkt strukturiert, um die weiter nachgelagerten Prozesse der Bearbeitung zu unterstützen.

Oable Workflow-Lösung

Wenn die APC-Antragsdaten in das Oable-System eingehen, treten sie in eine Workflow-Lösung ein, in der das OA-Team die Compliance-Prüfungen einfach verwalten und die Anfragen innerhalb dieses Systems genehmigen oder auch ablehnen kann. Sobald ein Artikel genehmigt wurde, geht automatisch eine E-Mail-Benachrichtigung – gestaltet, gebrandet und formuliert, wie die Kund:in dies möchte, an den Forscher:in,

die ihn darüber informiert, ob die Förderung genehmigt oder abgelehnt wurde. Im letzteren Fall mit einer entsprechenden Begründung dafür.

Die weitere Kommunikation mit der Forscher:in zur individuellen APC-Anfrage und eventuellen Förderbewilligung durch die Bibliothek kann dann über das Oable-System abgewickelt und auch gespeichert werden, um immer über den jeweiligen Stand dieses Antrages auf dem Laufenden zu bleiben. Wenn die genehmigte Anfrage dann bei der Forscher:in eingeht, wird er oder sie gebeten, den Verlag darüber zu informieren, dass diese Genehmigung und Zahlung (ganz oder teilweise) von der Bibliothek übernommen wird und dass die Rechnung an Knowledge Unlatched adressiert und gesendet wird. Dieser Arbeitsschritt reduziert den Aufwand der Rechnungsbearbeitung mit vielen unterschiedlichen Einzelrechnungen über die Verlage hinweg für die Wissenschaftler:innen aber auch die bearbeitende Bibliothek in erheblichem Maße.

Der Deposit Account Service

Ein wesentlicher Effizienzgewinn, den Oable bietet, liegt in der zentralen Verwaltung der APC-Rechnungen über einen sogenannten „Deposit Account Service“. Dieser Service ermöglicht es Einrichtungen, die erhebliche Komplexität von Zahlungen von APCs über den „long tail“ von manchmal nur wenigen Einzelrechnungen von Artikeln vieler verschiedener, oft kleinerer Verlage, besser zu verwalten. Kund:innen dieses Service zahlen einfach einen vereinbarten Betrag vorab als Guthaben auf ihr Oable-Konto ein. Sobald ein Artikel von der Bibliothek in



Oable zur Finanzierung genehmigt wurde, werden die Kosten für diesen Artikel automatisch von diesem Konto abgebogen. Die Bearbeitenden können dabei jederzeit überprüfen, wieviel Geld noch auf dem Konto ist. Zudem sehen sie auf einen Blick auf dem Dashboard in Oable, was und wann über alle Verlage hinweg bezahlt wurde, und können dann hierzu sehr einfach strukturierte Berichte über Oable erstellen.

Wenn das Depot aufgebraucht ist, kann die Kund:in dies ganz einfach nach den eigenen Bedürfnissen, dem Budget oder anderen Anforderungen wieder aufladen. Somit erhält die Bibliothek nur am Anfang eine Rechnung von Knowledge Unlatched oder Missing Link, dem Vertriebspartner für die DACH Region, um das Konto mit Geld aufzufüllen und im Weiteren nur dann, wenn das Anfangsguthaben aufgebraucht ist und eine Aufladung erforderlich ist. In allen anderen Fällen übernimmt Knowledge Unlatched als Dienstleister vollständig die Zahlungsabwicklung mit den jeweiligen Verlagen.

APC-Management: Vorher, nachher und zukünftig

Mit dem Oable APC Management Service haben Institutionen und oder Bibliotheken Zugriff auf eine Lösung, die es ihnen erlaubt, ihre täglichen Arbeitsprozesse bei der Bearbeitung von APCs zu strukturieren, und nachgelagerte Prozesse in den Systemen einer wissenschaftlichen Einrichtung zu unterstützen. Zusammen mit dem „Deposit Account Service“ ist es nicht mehr erforderlich, einzelne APC-Rechnungen zu bearbeiten und diese für die Zahlung durch die Finanzabteilung oder andere Abteilungen innerhalb der Biblio-

thek auszurichten. Stattdessen ermöglichen die vorausbezahlten Mittel eine schnelle Zahlung durch Knowledge Unlatched an die Verlage und machen Mahnungen bei verspäteten Zahlungen an die Fakultät und die Wissenschaftler:innen überflüssig.

Bibliotheken und Forschungseinrichtungen bewegen sich in eine Richtung moderner Optimierungskonzepte, von denen viele Vereinfachung, Rationalisierung und Konsolidierung beinhalten. Der Trend geht hin zur Schaffung und Verwaltung größerer, miteinander verbundener Ökosysteme. Dabei ist die Interoperabilität von Daten ein Schlüsselement, um stärker auf „end-to-end“ ausgerichtete Lösungen im gesamten Veröffentlichungs- und Verwaltungs-ökosystem bei der Bearbeitung von Open Access Publikationen zuzusteuern. Dabei wird zweifelsfrei die Bibliothek als bester und zentraler Ort im Herzen der Universität zum Bearbeiten dieser Prozesse angesehen. Wie in diesem Artikel aufgezeigt, ist diese Verwaltung jedoch sehr komplex und aufwändig und erfordert, bei den weiter steigenden Anzahl an Open Access Publikationen, weitere Investitionen in die Bibliotheksinfrastruktur.

In diesem sich wandelnden Ökosystem ist das Open-Access-Managementsystem Oable von Knowledge Unlatched eine kompetente Lösung, um Open Access Prozesse einfacher zu machen und Institutionen dabei zu helfen, die Komplexität der APC-Verwaltung effektiver und effizienter gestalten zu können, um die Vision einer offenen Forschung und Wissenschaft in eine Open-Access-Welt besser unterstützen zu können.

Autoren



Dr. Olaf Ernst, CSO (Chief Solution Officer), KnowledgeUnlatched

Dr. Olaf Ernst ist seit nunmehr 20 Jahren in der Medien- und Verlagsindustrie aktiv. Nachdem er an der Universität Jena in Betriebswirtschaftslehre promoviert hatte, startete er 2001 seine Karriere in der Medienbranche bei der Bertelsmann AG. Danach absolvierte er leitende Management- und Führungsfunktionen in der digitalen Produktentwicklung und Produktmanagement als auch im Vertrieb und Marketing bei den global agierenden Verlagen Springer in Heidelberg und IOP Publishing in England. Im Oktober 2020 ist Dr. Olaf Ernst dann bei KnowledgeUnlatched, einem führenden, innovativen start-up im Open-Access-Markt, als Chief Solution Officer (CSO) eingestiegen. Im April 2021 erfolgte dann der erste Produktlaunch in diesem neuen Geschäftsfeld von KU mit der Workflow-Softwarelösung „Oable“, die Bibliotheken die Bearbeitung und Verwaltung von Transformationsvereinbarungen und individuellen APCs erleichtert.



Max Mosterd, Head of Product for Oable, KnowledgeUnlatched

Max Mosterd ist derzeit der Produkt Owner für Oable - eine von KnowledgeUnlatched entwickelte Workflow-Lösung, die Bibliotheken beim Open-Access-Management unterstützt. Max Mosterd ist seit 10 Jahren in der akademischen Verlagsbranche tätig und hat Anfang 2013 sein eigenes Start-up-Unternehmen in diesem Bereich gegründet. In den letzten sechs Jahren war er bei KnowledgeUnlatched als Head of Operations and Analytics tätig. Zu diesem Zweck hat er die technische Infrastruktur von KnowledgeUnlatched maßgeblich entwickelt - einschließlich analytischer und Workflow orientierter Lösungen im Open Access Publikationsmarkt. Darüber hinaus ist er als Open-Access-Berater tätig und hat an Forschungsprojekten für die britische Regierung zur Open-Access-Buchpolitik im Jahr 2018 und zur Open-Access-Zeitschriftenpolitik des UKRI im Jahr 2020 mitgewirkt.



Open Access
Journal Management

Institutional APC Management - Made Simple



Contact:
contact@oable.org



FakeHunter

**Falschmeldungen auf
der Spur**

Mit „Die FakeHunter“ haben die Büchereizentrale Schleswig-Holstein und die Aktion Kinder- und Jugendschutz Schleswig-Holstein ein Planspiel entwickelt, um Jugendliche für Fake News zu sensibilisieren.

Wie kamen Sie auf die Idee, Jugendlichen den Umgang mit Informationen und vor allem Fake News beizubringen?

Andreas Langer: Die Idee zu den FakeHuntern kam uns bereits 2016, als meine Kollegin Kathrin Reckling-Freitag und ich nach einem Projektgespräch beim Mittagessen saßen und darüber sprachen, wie viele Unwahrheiten und Falschmeldungen gerade über die geflüchteten Menschen in Deutschland im Netz kursierten und teils viral gingen. Dagegen wollten wir etwas tun und vor allem jungen Menschen beibringen, nicht sofort alles zu glauben, was man im Netz oder auch in Social Media liest.

Was uns im Laufe der Zeit immer klarer wurde: Gerade in den Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen gibt es viele Influencer*innen, die Informationen teilen, nur um damit irgendeine Form von Profit zu generieren. Diesen Zusammenhang wollten wir deshalb auch schon jungen Menschen vermitteln: Irgendjemand hat etwas davon, dass du diese Information aufgeregt und unhinterfragt weitergibst. Natürlich werden da Nachrichten, Bilder oder Stories aufgeblasen, umgedichtet oder gar erfunden. So funktioniert es ja auch in der „Erwachsenen-Welt“, nur eben in deutlich größerem Rahmen.



Andreas Langer ist Diplom-Medienpädagoge und bei der Büchereizentrale Schleswig-Holstein Ansprechpartner für die Bereiche Medienpädagogik, Medienbildung und Jugendmedienkultur. Er berät und unterstützt unter anderem Bibliotheken bei der Entwicklung und Durchführung von innovativen medienpädagogischen Projekten und Angeboten. Bundesweite Projekte wie „Die FakeHunter“ der Büchereizentrale Schleswig-Holstein oder die Veranstaltungen „Eltern-LAN“ und „Eltern/Pädagogen online“ der Bundeszentrale für politische Bildung wurden von und mit ihm entwickelt.

Wer ist an der Aktion beteiligt, sind auch Schulen mit dabei?

Andreas Langer: FakeHunter und FakeHunter Junior sind Projekte, die sich in erster Linie an Schulen richten. Bibliotheken als Bildungspartner von Schulen führen das jeweilige Projekt dann mit den Klassen in der jeweiligen Bibliothek vor Ort, mittlerweile aber auch digital durch. Ursprünglich war von uns mal geplant, nur Bibliotheken in Schleswig-Holstein für die Durchführung des Projektes auszubilden. Aufgrund unzähliger Anfragen aus ganz Deutschland und dem deutschsprachigen Ausland entschieden wir uns dann aber sehr schnell dazu, die Fortbildungen an von uns ausgebildete Multiplikator*innen in den anderen Bundesländern weiterzugeben und somit ein großes und einzigartiges Netzwerk für das Projekt zu schaffen. Mittlerweile wurden die FakeHunter auch in Arabisch und Lettisch übersetzt und werden an deutschen Schulen in Shanghai und Peking durchgeführt. Auch in Kairo und Seoul gibt es mit dem Goethe Institut die Möglichkeit, die FakeHunter zu nutzen.

Welche Altersgruppen haben Sie dabei im Fokus?

Andreas Langer: Die FakeHunter junior richten sich an Kinder in der vierten und fünften Klasse. Aufgrund der vielfältigen Leistungsstände der Klassen ist dies aber individuell zwischen Bibliothek und Schule abstimmbare. Es kann also durchaus vorkommen, dass auch dritte Klassen oder sechste Klassen sich mit der junior-Variante auseinandersetzen.

Das ursprüngliche FakeHunter-Projekt ist für Schüler*innen ab der siebten Klasse geeignet und wird bis in die Oberstufe



genutzt. Auch hier ist das Projekt in Umfang und Tiefe flexibel gehalten, so dass sich durchaus auch sechste Klassen mit dem Projekt und dem Thema auseinandersetzen können.

Wie kann man sich eine solche „Jagd“ vorstellen?

Andreas Langer: In beiden Varianten sind die teilnehmenden Schüler*innen im Laufe der Story dazu aufgefordert, sich auf unseren Portalen mit verschiedenen Blog- oder Zeitungsartikeln auseinanderzusetzen. Sie lernen Werkzeuge wie z.B. die Bilder-Rückwärtssuche kennen, erfahren, was es bringt, das Impressum zu prüfen, und ordnen Artikel auf einer Zeitschiene ein. Mit diesen Hilfsmitteln untersuchen sie dann systematisch die Artikel auf Hinweise, die darauf hindeuten, dass es sich hier vielleicht um Fake News handelt. Dann wird im Plenum über die Ergebnisse diskutiert, ob ein

Artikel oder sein Inhalt glaubwürdig erscheint oder nicht. Am Ende erhalten alle das FakeHunter-Zertifikat.

Wie waren Ihre Erfahrungen mit den Schülern und Schülerinnen?

Andreas Langer: Ich kann hier nur von meinen Erfahrungen aus jeweils einer handvoll Pilotveranstaltungen berichten, die wir durchgeführt haben. Diese waren durchweg positiv. Bei der Juniorvariante hatten die Kinder sichtlich Spaß daran, bei der Aufklärung der Geschichte zu helfen und ein bisschen Detektiv spielen zu können. In der Variante für die Großen kamen häufig auch private Fragen auf. Das Thema beschäftigt Kinder und Jugendliche gleichermaßen, auch wenn es in ihrer Lebenswelt dann nicht zwangsläufig Zeitungsartikel oder Blogbeiträge sein müssen, mit denen sie sich befassen. Die erlernten Werkzeuge lassen sich ganz einfach im persönlichen

Leben anwenden, nämlich dann wenn man z.B. eine unglaubliche Nachricht von jemandem geschickt bekommt oder ein verändertes Bild von jemandem irgendwo im Netz auftaucht. Ziel des Projektes ist nicht, dass alle Teilnehmenden die fünf Prüfwerkzeuge im Anschluss auswendig können. Wichtiger ist, dass sie Nachrichten, welcher Form auch immer, bei einem unguuten Gefühl kritisch hinterfragen.

Das Einordnen von Fakten und Fake News wird gesamtgesellschaftlich zu einer immer wichtigeren Aufgabe. Soll das Konzept „Die Fake Hunter“ noch ausgebaut werden?

Andreas Langer: Es ist inzwischen eine Art Gemeinschaft der FakeHunter-Bibliotheken entstanden, die das Planspiel ständig weiterentwickeln und an die aktuellen Bedingungen anpassen. So haben z.B. Bibliotheken rein digitale Online-Varianten entwickelt oder Ideen für die Oberstufe ergänzt.



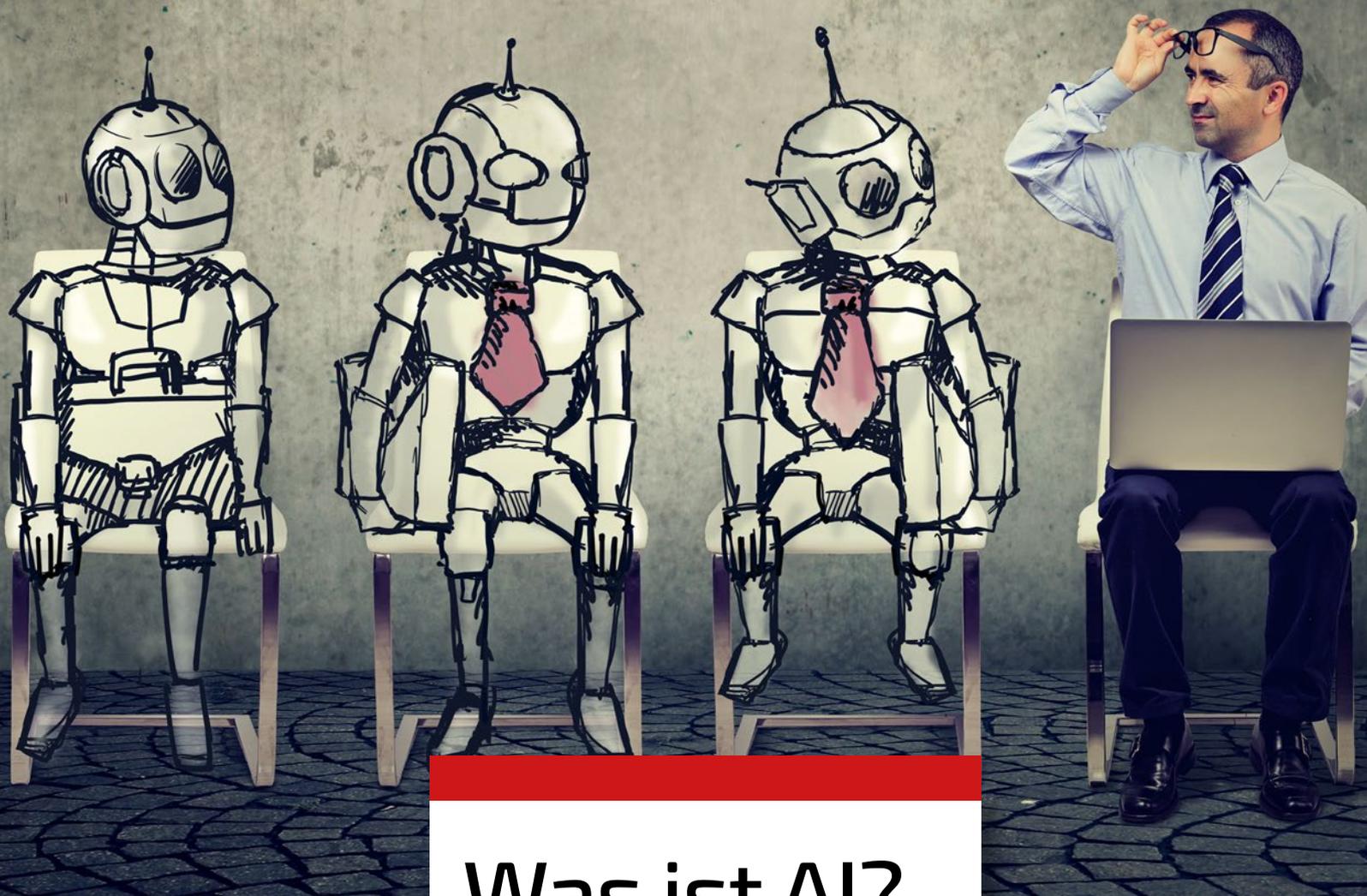
#FreiräumeSchaffen

6 Themenkreise für die Bibliothek
von heute und morgen.

- >> Bibliotheken –
Freiräume der Demokratie
- >> Die Bibliothek als Dienstleisterin:
Handlungsspielräume strategisch nutzen
- >> Personal:
Erfolgsfaktor Unternehmenskultur
- >> Leben, Lernen, Arbeiten:
Raum geben und pädagogisch handeln
- >> Content:
Vom Umgang mit Inhalten und Daten
- >> Digitalität:
Verschränkung von digitaler und
analoger Wirklichkeit

Informieren und diskutieren in Leipzig!

Programm & Anmeldung:
www.bid-kongress-leipzig.de



Was ist AI?

Wovon sprechen wir, wenn wir von Künstlicher Intelligenz sprechen?

Was ist eigentlich «künstlich» an der Künstlichen Intelligenz? Gibt es die eine AI, und wenn nein, wie werden die einzelnen AI-Begriffe voneinander abgegrenzt? Und welche Daten sind wichtig und richtig, welche Datenquellen gibt es?

Was sind überhaupt Daten? Und muss jeder Code-Editoren beherrschen, muss jeder lernfähige Programme entwickeln können? Muss man das alles gar nicht wissen? Nur anwenden? Und wie lernt eigentlich eine Maschine? Kann sie alles lernen? Wo sind die Grenzen?

Etabliert wurde der Begriff «Künstliche Intelligenz» 1956 vom amerikanischen Informatiker Marvin Minsky. Der Begriff ist insofern nicht eindeutig definierbar, da es an einer genauen Definition von «Intelligenz» mangelt. Außerdem wird der Begriff heute oft synonym für maschinelles Lernen verwendet.

AI bedeutet, dass man der «Maschine» nicht mehr fest einprogrammiert, wie sie Aufgaben ausführen soll. Sondern sie lernt auf der Basis von Daten und Algorithmen, wie sie eine Aufgabe optimal lösen kann. Das geschieht durch permanentes Experimentieren und Trainieren.

AI-Programme haben zwei wesentliche Eigenschaften: Erstens Autonomie, also die Fähigkeit, Aufgaben in komplexen Umgebungen ohne ständige Anleitung durch einen Benutzer auszuführen. Und zweitens: Anpassungsfähigkeit. Die Fähigkeit, die eigene Leistung zu verbessern, indem man aus der Erfahrung lernt.

Mithilfe dieser Eigenschaften sind AI-Programme viel flexibler und anpassungsfähiger. Sie helfen dem Menschen in der Interaktion

mit dem Computer. Denn nun kann dieser sich auf die Menschen einstellen, anstatt anders herum.

Einordnung: Wie sich Mensch und Maschine unterscheiden

Künstliche und menschliche Intelligenz sind nicht miteinander vergleichbar. Für Menschen ist es normalerweise kein Problem, eine Tasse auf einem Tisch zu greifen, sie an den Mund zu führen und einen Schluck Kaffee daraus zu genießen. Die Bewegung und der Griff nach

AI ist ein Teilgebiet der Informatik, das sich mit der Automatisierung intelligenten Verhaltens und dem maschinellen Lernen befasst.

der Tasse werden durch eine genau geplante Steuerung von verschiedensten Muskelpartien ausgeführt, die sich in einer bestimmten Reihenfolge kontrahieren und entspannen. Der Druck, mit dem wir die Tasse greifen, ist ebenfalls genau

abgestimmt, da wir die Tasse nicht zerstören möchten. Wir führen die Tasse zum Mund, riechen, pussten, um uns nicht zu verbrennen, schmecken, schlucken, empfinden. Was uns leicht erscheint, kann für Roboter oder maschinelle Lernsysteme eine nahezu unlösbare Aufgabe darstellen. Jeder einzelne Aspekt muss gelernt, vertieft, mit anderen koordiniert werden. Selbst für eine banale Sache, wie Kaffee trinken.

Die menschliche Intelligenz umfasst ein breites Spektrum von Fähigkeiten, wie logische, räumliche und emotionale Kognition. Egal, ob der Obstverkäufer um die Ecke oder der Wissenschaftler im Labor, sie alle benötigen kognitive Fähigkeiten, wie Arbeitsgedächtnis, Aufmerksamkeit, strategische Planung, abstrakte Argumentation, das Kategorisieren von Informationen und Mustererkennung, um die Welt und ihre Aufgaben jeden Tag zu verstehen und sie erfolgreich zu meistern.

Obwohl Computer Menschen vielleicht bei komplexen Rechenaufgaben um Längen schlagen oder bei automatisierbaren Aufgaben eine ungeschlagene Geschwindigkeit erreichen, ist ihre Kompetenz (etwa beim Generalisieren von gelernten Fähigkeiten) in vielen anderen Bereichen heute noch sehr begrenzt und eher mit denen einer Ameise vergleichbar. AI ist ein Dachbegriff für viele Berechnungs- und Automatisierungstechniken. Man unterscheidet zwischen ANI (Artificial Narrow Intelligence) und AGI (Artificial General Intelligence):

ANI – Artificial Narrow Intelligence

ANI ist eine Form der AI, die sich darauf konzentriert, eine eng beschriebene Aufgabe zu erfüllen. Diese Form der AI ist heute die



Künstliche Intelligenz: eine Einordnung

vorherrschende in verfügbaren Anwendungen. Sie löst Aufgaben in bestimmten, klar definierten Bereichen, wie zum Beispiel Spracherkennung oder Bilderkennung.

AGI – Artificial General Intelligence

Allgemeine AI oder Künstliche Allgemeine Intelligenz (AGI) bezieht sich auf eine Maschine, die jede intellektuelle Aufgabe bewältigen kann, vergleichbar mit der menschlichen Intelligenz. AGI liegt derzeit (noch) im Bereich der Science-Fiction. In den letzten 50 Jahren gab es trotz aller Bemühungen keine nennenswerten Fortschritte.

Systematisch trainieren. Wie Maschinen lernen

Bevor wir uns genauer anschauen, auf welche verschiedenen Arten eine Maschine neue Fähigkeiten lernen kann, müssen wir grundsätzlich verstehen, wie ein maschineller Lernprozess abläuft, um am Ende ein Resultat zu liefern.

Der Lernprozess lässt sich gut mit einem vertrauten Beispiel illustrieren: dem Kochen einer Suppe. Das ist natürlich nur eine stark vereinfachte Darstellung, repräsentiert aber die grundlegende Vorgehensweise beim maschinellen Lernen. Wir beginnen mit der Aufgabe. Wir wollen eine Suppe ko-

chen. Daraus leitet sich das weitere Vorgehen ab – Zutaten, Rezeptur, Zubereitung.

1. Als erstes brauchen wir Zutaten. Im Falle des Machine Learnings (ML) sind das die Daten, mit der wir unser Modell füttern werden. Neben den Zutaten könnten dies auch beispielsweise Vorlieben oder Allergien unserer Gäste sein, die wir berücksichtigen müssen.

2. Die Algorithmen bilden die Regeln, die Schritt-für-Schritt Anleitung, also unser Rezept, wie die Zutaten in welcher Reihenfolge miteinander verarbeitet/kombiniert werden.

3. Die Kochutensilien, um die Zutaten nach dem Rezept zubereiten zu können, sind unsere Hardware, unsere Ressourcen, ohne die sich unsere Zutaten nicht verarbeiten lassen würden. Für maschinelles Lernen sind das in der Regel Grafikprozessoren (GPUs), die große Datenmengen verarbeiten und unsere Modelle berechnen können.

4. Das Training, das auch jeder gute Koch braucht, um mit der Zeit besser zu werden und ein schmackhaftes Resultat liefern zu können, bildet die Grundlage für jedes ML-System.

5. Das trainierte ML-Modell, in unserem Fall der Koch, weiß, wie all die vorher genannten Elemente miteinander kombiniert werden müssen.

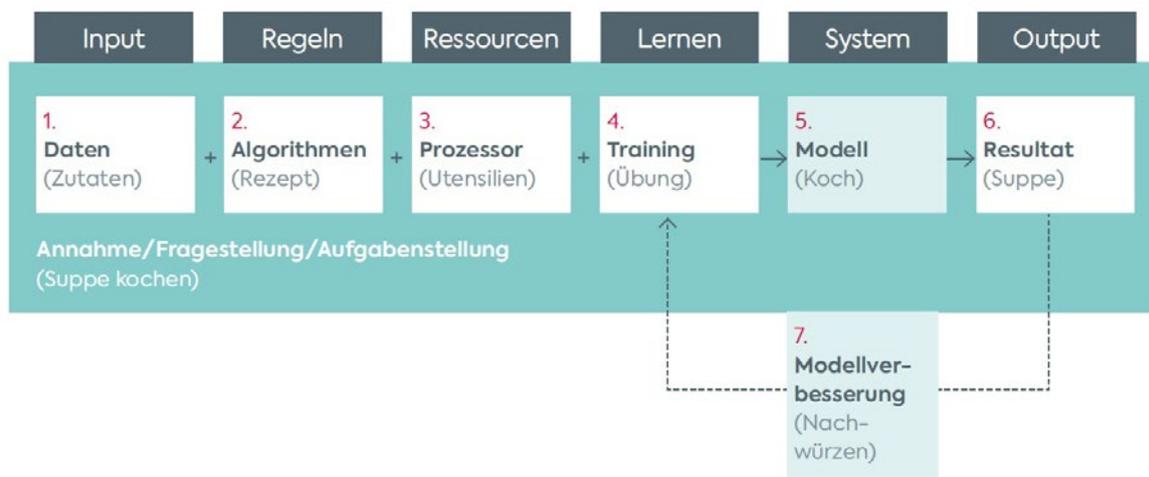
6. Hier kommen Zutaten, Rezepte, Utensilien und Training zusammen, um am Ende unsere perfekte Suppe zu kreieren, unseren Output.

7. Jeder Koch muss seine Gerichte am Ende abschmecken, um sicherzustellen, dass sie auch wirklich schmecken. Das Nachwürzen repräsentiert das Nachtrainieren, die Iteration unseres Trainingsmodells. Dadurch liefert es über die Zeit immer bessere Ergebnisse, die Suppe wird zur Meisterleistung.

Ein Kind braucht nur eine einzige Katze zu sehen, um zu lernen, was eine Katze ist. Eine Maschine braucht Zehntausende von Bildern, um ein Objekt akkurat bestimmen zu können. Absichten zu erkennen ist ebenfalls sehr schwierig für eine AI. Wenn ein Mensch beispielsweise die Hand ausstreckt, kann dies mehrere Bedeutungen haben. Anhalten, weil eine Gefahr lauert, per Anhalter fahren oder mit dem Fahrrad abbiegen.

Diese Absichten zu interpretieren ist für ein Machine-Learning-Modell deshalb so schwierig, weil häufig nicht eine genügend große Masse an Daten vorliegt. Dazu fehlt meist auch das Kontextverständnis.

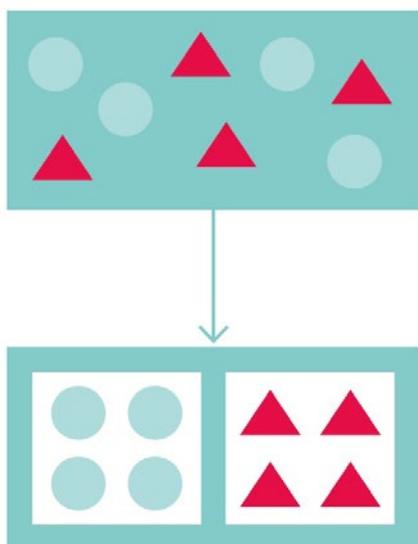
Beim maschinellen Lernen geht es um die Wissenschaft – man könnte schon fast sagen: Kunst –, Computer so zu programmieren, dass sie von Daten lernen können, um zu Ergebnissen zu kommen. Dazu bauen ML-Algorithmen statistische Modelle,



Der ML-Prozess im Überblick. Das Beispiel Suppe kochen zeigt, wie Maschinen lernen.

die auf sogenannten Trainingsdaten basieren. Diese dienen den Algorithmen als eine Art Anleitung, eine Blaupause, damit sie verstehen, was richtig und was falsch ist.

Je mehr Daten über die Zeit ins System eingespeist werden, desto stärker wird die Leistung dieser Modelle. Das bedeutet, dass die Modelle nicht einfach nur die Daten «auswendig» lernen, um sie dann wiederzugeben, sondern lernen, Muster in den Daten zu erkennen und sie da-



Supervised Learning: Das ML-Modell lernt Dateninhalte zu gruppieren und Vorhersagen zu erstellen.

durch zu verallgemeinern und auf neue Situationen zu übertragen.

Die Grundlage des Maschinentrainings

Das Besondere bei Machine-Learning-Modellen ist, dass sie den Weg, wie sie Daten interpretieren und ein Ergebnis produzieren, selbst entwickeln. Ein ML-Modell kann dabei mehrere Algorithmen enthalten und auf unterschiedliche Weise lernen beziehungsweise trainiert werden. Wir konzentrieren uns hier auf die drei gängigsten Lernarten.

1. Supervised Learning (SL)
2. Unsupervised Learning (UL)
3. Reinforcement Learning (RL)

Beim Supervised Learning lernt ein Programm nach und nach Zusammenhänge und kann Bilder, Musik, Gesichter oder (in der Medizin) auch Tumore erkennen. Damit ein Computerprogramm das alles erkennen kann, braucht es eine Beschreibung. Das kann zum Beispiel eine zu einem Röntgenbild gehörende Diagnose sein. Ist sie nicht vorhanden, muss sie von Hand erstellt werden. In jedem Fall muss der Inhalt eines Bildes in der Beschreibung präzise klassifiziert werden.

Sätze werden beispielsweise in grammatikalische Elemente zerlegt und als Artikel, Substantiv und Verb beschriftet, Verkehrsschilder in Stopp, Vorfahrt achten und Tempo 30 klassifiziert.

Auf diese Weise kann das Programm den Zusammenhang erlernen. Wird das Ergebnis von Menschen bewertet und neues Trainingsmaterial hinzugefügt, wird die Qualität nach und nach immer besser.

SL ist die am häufigsten eingesetzte Art von maschinellem Lernen, da es die meisten Business und Use Cases betrifft. Wenn die Daten gelabelt sind, kann die Maschine recht schnell trainiert werden und so Ergebnisse liefern. Wichtig: Beim SL definiert man



Unsupervised Learning: Das ML-Modell sucht selbständig nach Mustern in großen Datenmengen.

einen Input A, also Daten, und gibt dem Algorithmus vor, wie der Output B aussehen soll.

Beim Unsupervised Learning geht es darum, Muster oder «Interessantes» in einer großen Datenmenge zu finden, ohne dass vorgegeben wird, was genau gesucht wird. Es wird ein Input A hineingegeben, ohne zu definieren, was B sein soll – im Gegensatz zum Supervised Learning. Dadurch sind deutlich weniger vorab «gelabelte» Daten nötig.

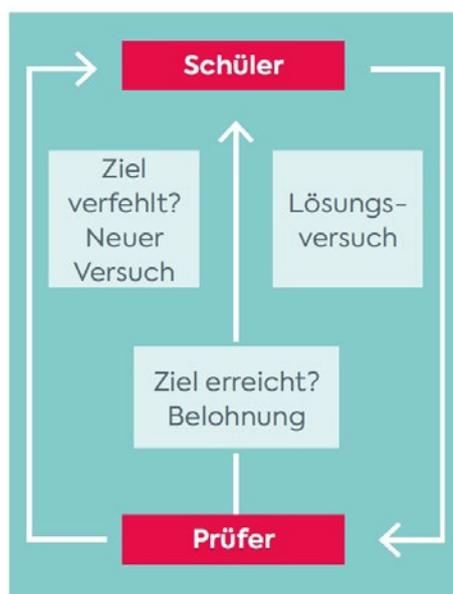
UL gilt als die große Hoffnung der ML Research Community, da es dem Lernen des menschlichen Gehirns vergleichbar ist. Ein Mensch muss beispielsweise nicht erst 1000 Autos gesehen haben, bevor er sagen kann, was ein Auto ist. Sobald er einmal eines oder wenige mehr gesehen hat, kann er das Konzept Auto auf andere Fahrzeuge übertragen und diese als Autos identifizieren.

Reinforcement Learning funktioniert dagegen ähnlich, wie das Trainieren eines Hundes. Man lässt den Hund alles Mögliche tun und belohnt oder «bestraft» ihn. So lernt der Hund mit der Zeit, wovon mehr gewünscht ist, wodurch die Belohnung zu erwarten ist und welches Verhalten unerwünscht ist, was also keine Belohnung zur Folge hat.

Reinforcement Learning wird vermehrt in der Fertigung angewendet. In der konventionellen Fertigung würde die Maschine zeitgesteuerte Verfahrensschritte durchführen. Durch den Einsatz von RL werden diese Maschinen anpassungsfähig. Sie können auf neue Bedingungen reagieren und sich nun laufend selbst korrigieren. Das funktioniert auch im Gesundheitswesen. Reinforce-

Deep Learning

Der Begriff hat nichts mit den Lernarten zu tun. Er basiert auf dem Konzept von «Neuronalen Netzen», sie sind dem Netz echter Neuronen in unserem Gehirn nachempfunden. Es ist also die Beschreibung einer technischen Architektur. Hier sind viele Verarbeitungsebenen hintereinander angeordnet – daher die Bezeichnung «tief» («deep»). Deep Learning kann bei allen oben angeführten Lernarten eingesetzt werden.



Reinforcement Learning: Zwei Modelle, Schüler und Prüfer, treten gegeneinander an. Der «Schüler» versucht dabei, durch Trial and Error das beste Ergebnis zu liefern. Der «Prüfer» beurteilt, ob das gewünschte Ergebnis erreicht ist. Durch die Belohnung lernt der «Schüler», den besten Lösungsweg zu ermitteln.

ment Learning wird beispielsweise verwendet, um herauszufinden, welche Art von Diagnose bei bestimmten Medikamenten am besten funktioniert, durch Trial and Error in Simulationen.

Einfach gesagt: Die Maschine probiert Sachen aus, schaut sich das Ergebnis an und entscheidet dann, wie sie weitermachen und ob sie weitermachen will. Das hat sich bewährt. Die Robotik wäre beispielsweise ohne RL undenkbar. Daher wird die Bedeutung dieses Feldes stark zunehmen. Vor allem wird RL bei Tests von autonomen Fahrzeugen verwendet. Ein Simulationstraining mit RL ist beim Training von autonomen Fahrzeugen seit einiger Zeit Standard. Mit jeder neuen Trainingssituation werden die bereits vorhandenen «Belohnungen» berücksichtigt und das System dadurch optimiert. Man schult die Maschine so lange mit einem Belohnungssystem in der simulierten Umgebung, bis sie gut genug ist, um wenige bis keine Fehler mehr zu machen.

Hier gibt es allerdings einen Haken. Das Problem ist, dass Simulationen genau das sind: Simulationen. Nichts aber kann unsere Welt genau nachahmen. Wenn es auch nur einen kleinen Unterschied zwischen der Testumgebung und der realen Welt gibt, funktioniert das Modell möglicherweise nicht in dieser neuen Umgebung. Hier kommt es letztlich auf die Simulationsqualität an. Je genauer sie die Realität wiedergibt, desto besser. Außerdem kann bei sicherheitskritischen Themen, wie autonomen Fahrzeugen, nicht auf Tests in der echten Welt verzichtet werden.

Dieser Text wurde dem Buch „The AI Toolbook. Mit Künstlicher Intelligenz die Zukunft sichern: Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Macher, Entscheider und Innovatoren“ von Alessandro Brandolisio, Michael Leitl, Karel J. Golta entnommen. Murmann Verlag 2021.



Neue Formen, neue Konzepte

**Die neuen Standorte der
Münchner Stadtbibliothek**

Intensive Zeiten liegen hinter der Münchner Stadtbibliothek. Im Herbst 2021 eröffnete sie innerhalb von einer Woche drei Bibliotheken an ganz verschiedenen Orten in München. Die Stadtbibliothek Am Gasteig – die Zentrale der Münchner Stadtbibliothek – wurde im Sommer vergangenen Jahres aufgrund einer Generalsanierung geschlossen. Während der Sanierungszeit können sich Bibliotheksnutzer*innen nicht nur auf die zwei neuen Interimsstandorte im HP8 und im Motorama freuen. In den Umzugskisten befanden sich zudem frische Ideen, neue Veranstaltungen und kreative Mitmachangebote für alle. Neben den beiden großen Interimsstandorten wurde mit der bibBox die wohl kleinste Bibliothek Münchens vor der Tür der Stadtbibliothek Bogenhausen eröffnet, die ebenfalls zurzeit umgebaut wird. Dort können Kund*innen Medien selbstständig ausleihen und abgeben – für Überraschungen und Experimente an allen drei neuen und sehr unterschiedlichen Bibliotheksstandorten ist gesorgt!

Musik, Sprache und lebenslanges Lernen – die Stadtbibliothek im HP8

Die erste Interimsbibliothek der Zentrale zog in den Stadtteil Sendling in den Gasteig HP8 - das Interims Gelände des Kulturzentrums Gasteig. Seit 8. Oktober 2021 ist die denkmalgeschützte Halle E, eine ehemalige Industriehalle aus rotem Backstein, Quartier der Münchner Stadtbibliothek und zugleich Foyer für Besucher*innen des Konzertsaaes Isarphilharmonie der Münchner Philharmoniker, der sich direkt nebenan befindet. Auf circa 1.800 Quadratmetern bietet die neue Bibliothek eine Fülle an Medien mit den Themenschwerpunkten Musik, Sprache

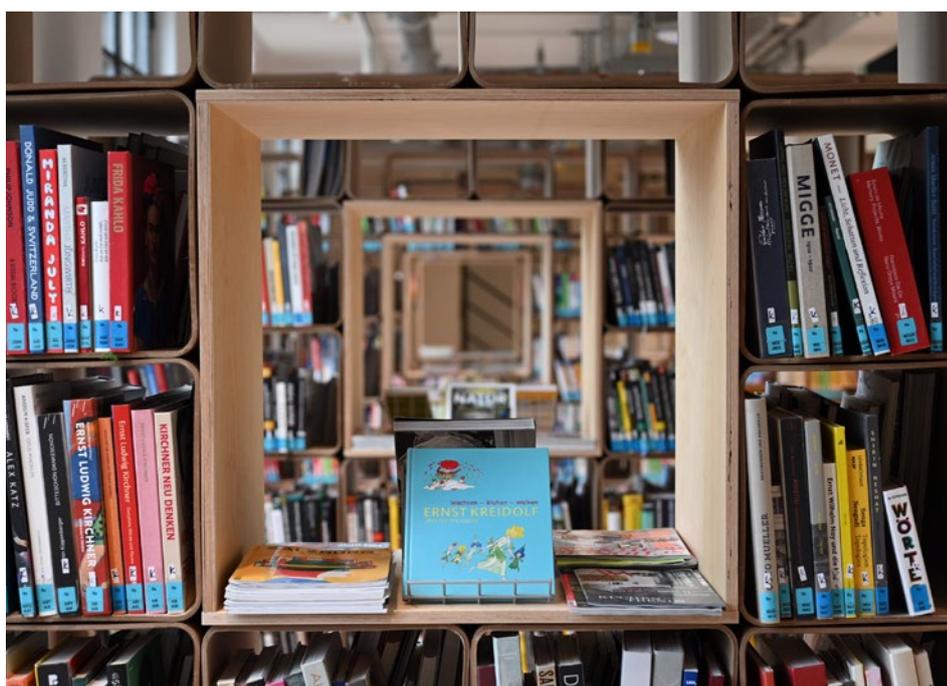
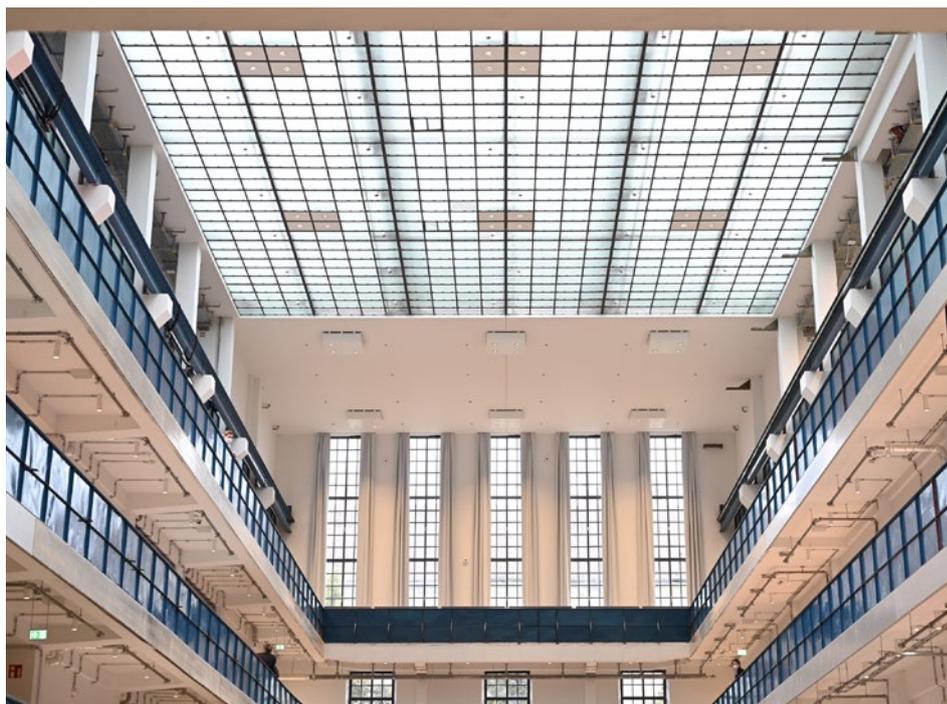
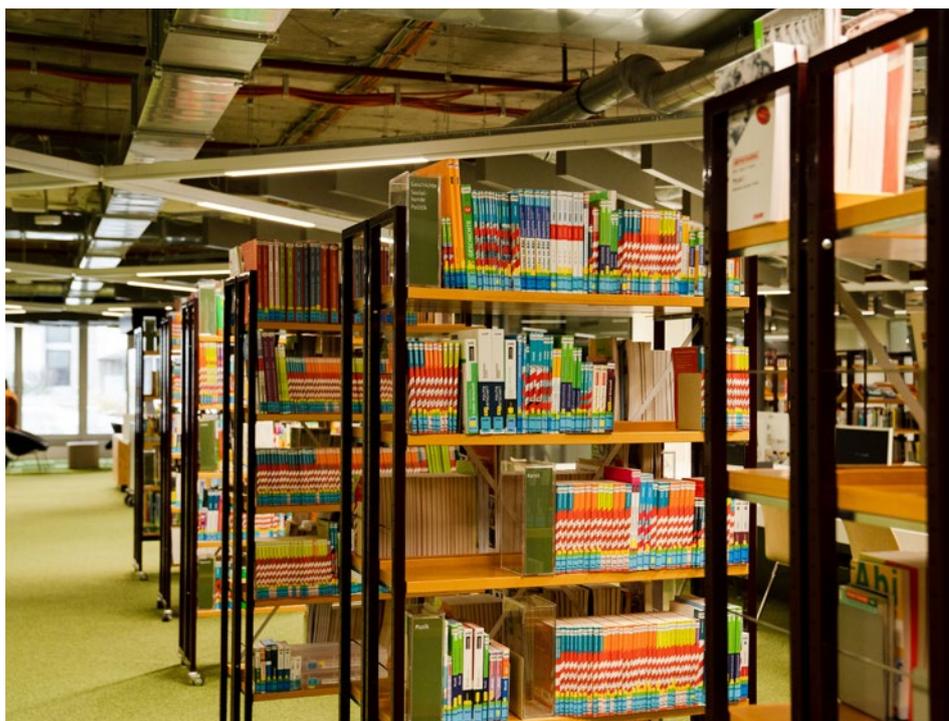
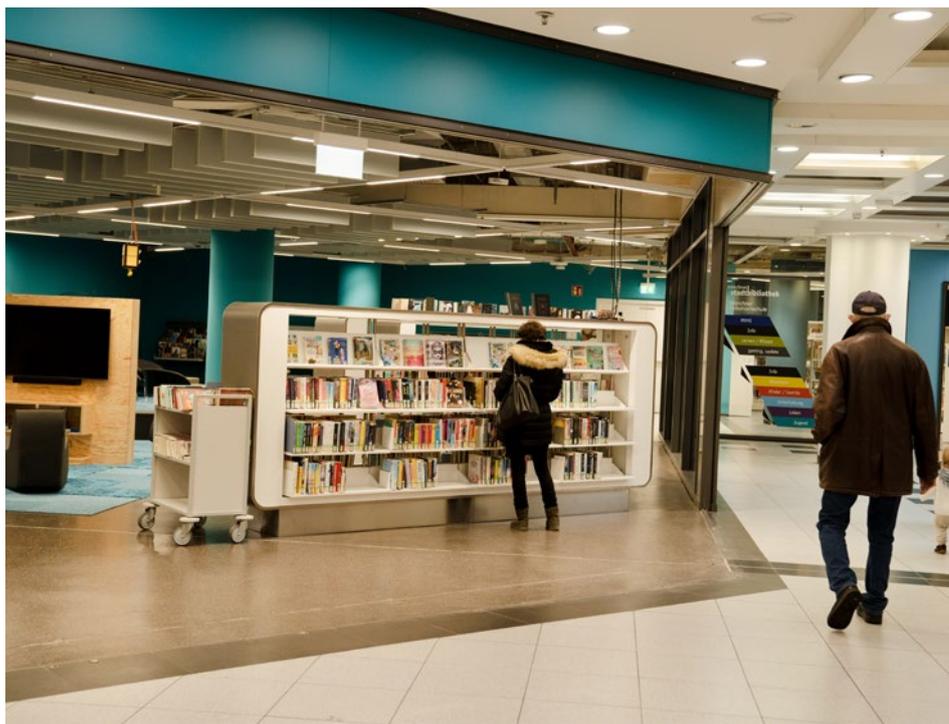


Bild vorherige Seite: bibBox. Copyright: Münchner Stadtbibliothek / Constantin Lischke.

Bilder diese Seite: Münchner Stadtbibliothek im HP8. Copyright: Münchner Stadtbibliothek / Marco Zielske.

und lebenslanges Lernen. Insgesamt befinden sich 60.000 Medien vor Ort. Wer hier noch nicht fündig wird, kann sich aber auch weitere Medien aus dem Magazin der Münchner Stadtbibliothek, das ebenfalls umgezogen ist, in die Bibliothek bestellen.

Im Lesecafé „Gaia Deli & News“ lässt es sich entspannt in einer Zeitung blättern oder einer Zeitschrift schmökern. Auch Filmfreund*innen kommen auf ihre Kosten, denn sie müssen in der Stadtbibliothek im HP8 weder auf die beliebten und bekannten in-



Stadtbibliothek im Motorama. Copyright: Münchner Stadtbibliothek / Priscillia Grubo.

ternationalen Filmreihen noch auf das Große Kinderkino verzichten – darüber hinaus werden weiterhin verschiedene Veranstaltungen und Mitmachangebote geplant.

Birgit Wimmer, Leiterin der Stadtbibliothek im HP8: „Die Stadtbibliothek im HP8 ist eine

Münchner Stadtbibliothek geworden, wie man sie bisher noch nicht kannte. Dank der deutlich erweiterten Open Library-Öffnungszeiten können Besucher*innen bis in den späten Abend auf den offenen Galerien verweilen. Ob gemeinsam oder allein, ob mit einem Buch, dem eigenen Laptop, zum Musik

hören im Sonic Chair oder zum Beobachten des Treibens in der Halle – da finden alle einen passenden Platz.“

Überraschen und inspirieren – das ist der Anspruch der Stadtbibliothek im HP8 – sowohl beim Medienbestand als auch bei Veranstaltungen und Services. So sollen die Besucher*innen am Rückgaberegal immer wieder nach neuen Kategorien die zurückgebrachten Medien einsortieren und auf den Galerien zwischen verschiedenen Themenwelten wechseln. Musikinteressierte können zudem an ePianos üben oder sich auf eine akustische Reise in einem Sonic Chair begeben. Im Musik-Lab können Musiker*innen mit verschiedenen Instrumenten ihre eigenen Songs aufnehmen. „Wir, das Team der Stadtbibliothek im HP8, freuen uns auf die Herausforderung, die dieser Anspruch mit sich bringt!“, so Birgit Wimmer.

Familie, Gaming und digitales Lernen – die Stadtbibliothek im Motorama

Die zweite Interimsbibliothek eröffnete in der Ladenstadt Motorama, einem Einkaufszentrum, das direkt gegenüber des Gasteig im Stadtteil Haidhausen zu finden ist – und nebenbei in den Achtziger Jahren als Autosalon eröffnet wurde. Mit der Zwischennutzung im Einkaufszentrum bietet die Münchner Stadtbibliothek als konsumfreier Ort ihren Besucher*innen ein völlig neues Erlebnis.

Es wird bunter in der Ladenstadt – im wahrsten Sinne des Wortes. Denn jeder Raum der Stadtbibliothek ist farblich anders gestaltet: Der Kinderbereich ist rot gefärbt, der Showroom ist in Gelb gehalten, der Jugendbereich ist türkis. So tauchen die Besu-



bibBox. Copyright: Münchner Stadtbibliothek / Constantin Lischke.

cher*innen nicht nur in unterschiedliche Farbwelten ein – sie können sich durch das Farbsystem auch besser orientieren. Seit 26. November 2021 ist die Bibliothek geöffnet.

Genau wie in der Stadtbibliothek im HP8 stehen auch im Motorama circa 60.000 Medien zum Ausleihen und zur Verwendung vor Ort bereit. Außerdem können auch hier alle anderen Medien aus dem gleichfalls umgezogenen Medien-Depot bestellt werden. Der Fokus liegt auf den Themen Familie, Gaming und digitales Lernen. Auf einer Fläche von circa 3.600 Quadratmetern präsentiert die neue Bibliothek ein großes Angebot für Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene sowie Belletristik, Sachliteratur und aktuelle Zeitungen und Zeit-

schriften – damit ist sie auch die aktuell größte Münchner Stadtbibliothek. Über Erdgeschoss und ersten Stock verteilt finden sich Flächen für Veranstaltungen und Mitmachangebote, Arbeitsplätze und PCs. Wie bereits im Gas-teig wird auch im Motorama das Europe Direct München vertreten sein und für Gespräche und Beratungen rund um Europa zur Verfügung stehen.

Besonderes Highlight ist das GameLab, in dem sich Neulinge und alte Hasen an Spielekonsolen messen können. Mit dem vielfältig ausgestatteten GameLab ist die Bibliothek ein Ort, der sich an eine heterogene Community mit einer besonderen Affinität für Games richtet. Dafür gibt es zum einen die richtige Ausstattung: Sechs der neuesten Konsolen

(Nintendo Switch, Playstation 5, Xbox Series S), Laptops und eine komplette eSports-Arena stehen zum Zocken bereit. Zum anderen bietet eine Medienwerkbank Zugang zu Techniken wie Virtual Reality, Coding und Robotik. Mit einer Green-Screen-Box können Interessierte professionelle Videos und Fotos vor einem austauschbaren Hintergrund aufnehmen und diese vor Ort bearbeiten. Rund um die Schlagworte Austausch, Testen und Turnier sind neuartige Formate geplant, um die Community aktiv anzusprechen, einzubinden und diese neue Zielgruppe für die Münchner Stadtbibliothek zu gewinnen. Und wer den Tag entspannt angehen möchte, kann sich in die Soundshower setzen und per Bluetooth Musik, Hörbüchern oder Podcasts lauschen.

“Ich freue mich auf die kommenden Jahre, in denen wir die Bibliothek der nächsten Generation entwickeln“, sagt Michaela Gemkow, Leiterin der Stadtbibliothek im Motorama.

■ *bibBox – die kleinste Bibliothek Münchens*

Neben den beiden Interimsbibliotheken der Münchner Zentrale betrat die Münchner Stadtbibliothek mit der sogenannten bibBox absolutes Neuland: Auf 15 Quadratmetern befindet sich seit Ende November 2021 im Stadtteil Bogenhausen die kleinste Selbstbedienungs-Bibliothek Münchens. Bei der bibBox handelt es sich um die Sonderanfertigung eines Containers mit bibliotheksgerechtem Innenausbau.

In die bibBox können Medien weitgehend kostenfrei bestellt und von dort ausgeliehen und zurückgegeben werden. Genau wie in anderen Filialen finden Besucher*innen auch hier Inspiration und Anregung: Eine kleine, aber feine Auswahl an neuen Büchern und anderen Medien lädt zum Stöbern ein. Die Vorderseite des Containers ist durchgehend verglast. Mit einer zusätzlichen überdachten Rampe ist die bibBox barrierefrei gestaltet. Die Tür kann mit einem gültigen Bibliotheksausweis geöffnet werden.

Die Kund*innen der Stadtbibliothek können ihre bequem von zuhause aus bestellten Medien an einem Verbuchungsterminal in der Box entleihen, wie sie es aus den Stadtbibliotheken gewöhnt sind. Auch bei der bibBox handelt es sich um eine Open Library: Die kleinste Bibliothek Münchens ist täglich von 7 bis 22 Uhr geöffnet.

Warum steht die bibBox in Bogenhausen? Die Stadtbibliothek Bogenhausen wird aktuell

umfangreich saniert. Die lange Umbauzeit möchte die Münchner Stadtbibliothek mit der bibBox überbrücken. Die bibBox wird aber nicht nur die Wartezeit auf die neu sanierte Stadtbibliothek Bogenhausen verkürzen, die 2022 wiedereröffnet werden soll. Sie hat noch einen weiteren Vorteil: Wird sie im Stadtteil Bogenhausen nicht mehr benötigt, kann die kleinste Bibliotheksfiliale Münchens auch an anderen Stellen eingesetzt werden und weiteren Interessierten einen einfachen Zugang zu Medien eröffnen.

■ *Open Library*

Bei allen drei Bibliotheken handelt es sich um sogenannte Open Libraries. Die Öffnungszeiten sind erweitert, und das Publikum kann die Bibliotheken auch außerhalb der Servicezeiten zum Arbeiten und zum Aufenthalt nutzen. Während die Bibliotheken geöffnet sind, können Medien via Selbstverbuchungsstationen ausgeliehen werden. Die Medienverbuchung und Sicherung funktioniert über RFID, eine Technologie, die die Münchner Stadtbibliothek schon seit über 15 Jahren nutzt. Darüber hinaus haben Besucher*innen die Möglichkeit, von früh morgens bis spät abends die Bibliothek als Treffpunkt zum Lernen, Lesen, Arbeiten, Austauschen und Entdecken zu nutzen. Als Open Library erhöht die Münchner Stadtbibliothek an allen drei Standorten die Ausleih- und Rückgabezeiten deutlich. Die Stadtbibliothek im HP8 hat täglich von 7 bis 23 Uhr geöffnet. Die bibBox öffnet jeden Tag um 7 Uhr und schließt um 22 Uhr. Die Öffnungszeiten der Stadtbibliothek im Motorama sind von Montag bis Samstag von 7 bis 22 Uhr.

■ *Am Puls der Zeit*

Das Themenangebot der Münchner Stadtbibliothek ist breit, bunt

und aktuell – und wird mit den Möglichkeiten der beiden Interimsbibliotheken im HP8 und Motorama sowie der bibBox noch vielfältiger. Der Umzug der zentralen Stadtbibliothek Am Gassteig bietet die Chance, an den Interimsstandorten neue Ideen und Experimente hinsichtlich des Medienbestands sowie des Veranstaltungsprogramms zu testen. Mit der bibBox kann die Münchner Stadtbibliothek zukünftig auch Münchner Stadtteile versorgen, in denen es (noch) keine eigene Bibliothek gibt und damit immer mehr Münchner*innen Zugang zu nahezu kostenlosen Medien ermöglichen. Mit diesen neuen Formen und neuen Konzepten kann die Münchner Stadtbibliothek die Bibliotheken der Zukunft gestalten.

Autorin



Isabella Kratzer (M.A.), geboren 1991, studierte Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Seit April 2021 arbeitet sie als Public Relations Managerin bei der Münchner Stadtbibliothek.

Internationale Jugendbibliothek

Steckbrief

Name: IJB

Internationale Jugendbibliothek

Ort: Schloss Blumenburg, München

Typ (Präsenz/Leihbib): Die Kinderbibliothek/KiBi in der IJB ist eine Leihbibliothek mit 30.000 Titeln in 20 Sprachen. Zu wissenschaftlichen Zwecken können alle Bestände der IJB im Lesesaal vor Ort in der Spezialbibliothek eingesehen werden (Präsenzbibliothek).

Standard-Leihfrist eines Buchs:

Die Leihfrist beträgt in der Regel 28 Kalendertage (20 Öffnungstage). Sie kann, sofern die Medien nicht vorgemerkt oder anderweitig benötigt werden, in der Regel frühestens am 15. Tag nach der Ausleihe, um weitere vier Wochen verlängert werden. Eine zweite vierwöchige Verlängerung ist möglich.

Träger: Die Internationale Jugendbibliothek ist eine Stiftung.
Weitere Informationen

Größe: Medien: Gesamtbestand: 660.000 (Stand: 11/2021).
Mitarbeiter:innen: z.Zt. 38 + ein Team an freien Literaturvermittler:innen.

Website:
www.ijb.de

Social Media:
[Instagram](#)
[Facebook](#)
[Twitter](#)
[YouTube](#)

Wer besucht Ihre Bibliothek und warum?

Sowohl Eltern mit ihren Kindern (Familien), Jugendliche, aber auch literaturinteressierte Erwachsene (Privatpersonen) zu den Erwachsenenveranstaltungen. Wissenschaftler, Literatur- und Sprachwissenschaftler, Künstler und Illustator:innen zu den Tagungen, zu Forschungszwecken sowie junge Studierende im Rahmen des internationalen Stipendiatenprogramms.

Welchen Zweck/welche Aufgabe hat die Internationale Jugendbibliothek?

Die Internationale Jugendbibliothek/IJB ist weltweit die größte Bibliothek für internationale Kinder- und Jugendliteratur. Sie wurde 1949 von Jella Lepman gegründet („Kinderbücher als Friedensboten“) und seither kontinuierlich zum international anerkannten Zentrum für Kinder- und Jugendliteratur ausgebaut.

Unsere Arbeit ist getragen von der Überzeugung, dass Kinder- und Jugendbücher ein unverzichtbarer Teil des kulturellen

Lebens einer Gesellschaft sind, den es zu bewahren, zu dokumentieren und zu vermitteln gilt. Dabei ist uns an der Förderung des internationalen Kulturaustausches und der kulturellen Bildung von Kindern und Jugendlichen besonders gelegen.

Dadurch, dass die IJB sowohl weltweit über den größten Bestand an Kinder- und Jugendliteratur verfügt (jährlich kommen ca. 10.000 neue Titel hinzu), und dazu die Forschung unterstützt (u.a. führt sie in Kooperation mit dem Auswärtigen Amt ein internationales Stipendiatenprogramm durch), und sich sehr in der Literaturvermittlung an Kindern und Jugendlichen engagiert (u.a. in Kooperation mit Schulen und außerschulischen Kulturpartnern) – ist sie tatsächlich die einzige ihrer Art: Die IJB ist Forschungszentrum und außerschulischer Bildungsort zugleich. Mit mehreren Publikationen im Jahr fördert sie das Verständnis für Kinderliteratur und unterstützt Bibliothekar:innen, Pädagog:innen, Erzieher:innen, Lektor:innen und Literaturvermittler:innen in ihrer Arbeit.



In einem Satz: Wofür braucht man Bibliotheken und Büchereien?

Um sich die Welt anhand von Literatur zur erschließen sowie zum internationalen, generationen-übergreifenden Kulturaustausch, zum gegenseitigen Verstehen.

Was ist der am häufigsten entliehene Titel aller Zeiten?

Diese Frage können wir nicht beantworten. Die Ausleihzahlen sind den Moden unterworfen; was noch vor 15 Jahren „Harry Potter“ war, ist jetzt vielleicht „Die Schule der magischen Tiere“ oder „Seawalkers“, für Kinder „Leo Lausemaus“ etc. Immer gut geht natürlich die Gattung Bilderbuch, in der Kinderbibliothek wie in der wissenschaftlichen Spezialbibliothek. Bei der Sekundärliteratur, die in den Lesesaal entliehen werden, sind es z.B. wissenschaftliche Werke der Kinder- und Jugendliteraturwissenschaftlerin Maria Nikolajeva.

Welche Events veranstalten Sie (unter Normalbedingungen und jetzt in der Pandemie) - und welche sind am beliebtesten?

Für Erwachsene wie Kinder finden regelmäßig Lesungen, (Schreib-) Workshops und Leseclubs statt. Für den wissenschaftlichen Austausch Fachtagungen, z.B. in 2/2022 eine zu Erich Kästner.

Besonders beliebt ist das Lesefest für internationale Kinder- und Jugendliteratur, das White Ravens Festival, das alle 2 Jahre mit ca. 10-14 Autor:innen und Illustrator:innen aus der ganzen Welt in Schloss Blumenburg stattfindet. Das White Ravens Festival ist das größte Flächenfestival für Literatur in Deutschland, d. h. die Autor:innen sind eine ganze Woche lang auf Lesereise in Bay-



ern unterwegs. Das Festival steht unter der Schirmherrschaft des Bayerischen Staatsministers für Wissenschaft und Kunst.

Wie finanziert sich die Internationale Jugendbibliothek?

Die Internationale Jugendbibliothek wird zu unterschiedlichen Anteilen aus Mitteln des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, des Bayerischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst und des Kulturreferats der Landeshauptstadt München institutionell gefördert. Das Auswärtige Amt finanziert seit vielen Jahren das Stipendiatenprogramm des Hauses.

Was würden Sie verändern, wenn Sie das doppelte Budget zur Verfügung hätten?

Wir würden das Team stark erweitern, mehr kosten- und personalintensive internationale Literaturprojekte mit Jugendlichen aus verschiedenen Ländern durchfüh-

ren und die bestehenden (derzeit nicht finanzierbare) Planungen für den baulichen Umbau und die Erweiterung der Bibliothek in Schloss Blutenburg in Angriff nehmen.

Falls Sie Social-Media-Kanäle betreibt: Wofür und was bringen sie (sowohl zur brancheninternen Vernetzung als auch zur Kommunikation mit eurem Publikum)?

Alle social media-Accounts der IJB dienen sowohl der internationalen Vernetzung (Branche/IBBY, Autor:innen und Illustrator:innen, Verlage und Kooperationspartner; Wissenschaftler und Stipendiat:innen), aber auch der in der deutschsprachigen Buchwelt (ebenso Kontakte wie die internationalen) sowohl vor Ort regional und lokal (Veranstaltungen).

Was ist Ihre Lieblings-Anekdote zum Thema "Menschen begegnen sich in der Bibliothek"?

Kleine Kinder, die noch nicht lesen

können, suchen sich Bücher aus allen Sprachen nach ihrer optischen Attraktivität aus. Neulich wollte ein Kind ein brasilianisches Bilderbuch mitnehmen. Auf die interessierte Frage an die Mutter: „Können Sie Portugiesisch?“ antwortete diese mit „Nein, aber das Buch gefällt meinem Kind“. Da das immer wieder vorkommt, können wir daraus nur schließen: Kinder sind alle von Natur aus polyglott.

Hat bzw. hatte die Covid-Pandemie Auswirkungen auf Ihre Arbeit?

Die Programmarbeit zur Literaturvermittlung an Kinder- und Jugendliche hat sich ins Digitale verlagert, d.h. Workshops, Autorenlesungen, Leseclubs u.a. haben in Lockdownzeiten online stattgefunden. Sowohl in Zusammenarbeit mit den Schulen als auch im Freizeitbereich. Seit 2020 finden viele Angebote nun sowohl analog als auch digital statt – meistens wird beides angeboten.

Fotos Copyright: IJB



Die Welt der Bibliotheken ist, gerade für Beobachter aus anderen Handelsstufen der Buchbranche, oft eine Buchstabensuppe. Für die Verlagsmitarbeiterin und den Buchhändler ist der Unterschied zwischen bid, bib, vdb und dbv meist erst auf den dritten Blick ersichtlich. Daher wagen wir hier den Versuch, ohne Anspruch auf Vollständigkeit die wichtigsten Akronyme aufzudröseln und wichtige Player, Verbände und Veranstaltungen kurz vorzustellen.

A

ASpB: Arbeitsgemeinschaft der Spezialbibliotheken (Verband)

Netzwerk von mehr als 400 verschiedenen Spezialbibliotheken in Deutschland und im Ausland. Zielsetzungen: Fortbildung, Information, Organisation von Auslandsaufenthalten.

B

BIB: Berufsverband Information und Bibliothek (Verband)

Berufsverband (Netzwerke, Lobbyarbeit, Fortbildungen). Mitglieder sind "Angestellte oder Beamte und Beamtinnen in wissenschaftlichen und kommunalen Bibliotheken, Hochschulen, Museen, Kanzleien und Verlagen".

Organisator des -> Bibliothekartags

Herausgeber der Fachzeitschrift „BuB – Forum Bibliothek und Information“.
bibchat (Netzwerk)

Unter dem TwitterAccount @BIB-ChatDE wollen sich Bibliotheken und Informationseinrichtungen im deutschsprachigen Raum künftig einmal monatlich austauschen.

BID: Bibliothek & Information Deutschland e.V. (Verband)

Dachverband der Institutionen- und Personalverbände des Bibliothekswesens.

Organisator des -> Bibliothekskongresses

Bibliothekartag (Event)

Jährliche Veranstaltung des -> VDB und des -> BIB. Besteht bereits seit 1900.

Bibliothekskongress (Event)

Regelmäßiger Kongress in Leipzig. Turnus: alle 3 Jahre; in diesen Jahren findet auch der -> Bibliothekartag in Leipzig statt. Veranstaltet vom -> BID.

Bibliothekslleitungstag (Veranstaltung)

Veranstaltung des -> OCLC

BSB: Bayerische Staatsbibliothek (Bibliothek)

Landesbibliothek des Freistaats Bayern, darüber hinaus "eine der bedeutendsten europäischen Forschungs- und Universalbibliotheken" mit einem Bestand von etwa

35 Millionen Medien.

BuB: BuB – Forum Bibliothek und Information (Zeitschrift)

Fachzeitschrift des -> BIB

D

dbv: Deutscher Bibliotheksverband (Verband)

Institutionenverband für alle hauptamtlich geleiteten Bibliotheken in Deutschland. Arbeitsfelder u.a. Leseförderung, Lobbyarbeit und Vernetzung. Mitglied im Dachverband -> BID.

DBS: Deutsche Bibliotheksstatistik (Datenbank)

Die Deutsche Bibliotheksstatistik (DBS) enthält alle wichtigen Daten zu Öffentlichen und Wissenschaftlichen Bibliotheken. <https://www.hbz-nrw.de/produkte/bibliotheksstatistik>

DNB: Deutsche Nationalbibliothek (Bibliothek)

Zentrale Archivbibliothek aller deutschsprachigen Medienwerke mit ca. 39 Millionen Medien.

G

GBV: Gemeinsamer Bibliotheksverbund (Verband)



Bibliotheksverbund der Länder Niedersachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern. Mitglied ist u.a. die -> SBB-PK.

I

IFLA: International Federation of Library Associations and Institutions (Verband)

Verband mit über 1700 institutionellen Mitgliedern (Bibliotheken, Arbeitskreise, Verbände) in ca. 155 Ländern. Das Hauptquartier liegt in Den Haag.

Deutsche Mitglieds-Institutionen im "Nationalkomitee der IFLA in Deutschland" (IFLA-NK) sind u.a. der Bibliotheksdachverband -> BID, der -> dbv, die Berufsverbände -> BIB und -> VDB, die Bibliotheken -> DNB, -> BSB, -> SBB-PK und SLUB sowie das Goethe-Institut und die Arbeitsgemeinschaft der Spezialbibliotheken (-> ASpB).

2021–23 ist Deutschland Präsidenschaftsland (Präsidentin: Barbara Lison, Leitende Bibliotheksdirektorin der Stadtbibliothek Bremen).

O

OCLC: Online Computer Library Center (Verband)

Gemeinnütziger Verband und Bibliotheksdienstleister mit ca. 15.000 Mitglieder in über 100 Ländern. Veranstalter des -> Bibliotheksleitungstags.

S

SBB-PK: Staatsbibliothek zu Berlin – Preussischer Kulturbesitz (Bibliothek)

Wissenschaftliche Universalbibliothek mit über 32 Millionen Medien. Einrichtung der Stiftung Preussischer Kulturbesitz.

V

VDB: Verein Deutscher Bibliothekare (Verband)

Berufsverbände
Veranstalter des -> Bibliothekartags

Geschäftsstelle – Universitätsbibliothek Erlangen-Nürnberg

Ihre Institution oder Veranstaltung ist wichtig, aber hier nicht gelistet? Das ist mit Sicherheit unser Fehler. Kontaktieren Sie uns einfach unter info@digital-publishing-report.de und wir nehmen Sie ins Glossar der kommenden Ausgabe auf.



Die Bibliothek als Missing Link zwischen Smart Citys und Smart Citizen?!

Denkanstöße zu einer möglichen Beteiligung

Mittlerweile ist ja alles smart: Der Grill auf dem Balkon, der Kühlschrank, die Uhr am Handgelenk und in immer mehr Wohnungen finden sich Alexa und Co, die auf Wunsch Musik spielen oder das Licht dimmen. Fast genauso lang gibt es Witze über Kühlschränke, die eigenständig immer die gleichen Nahrungsmittel bestellen, sobald diese aufgebraucht sind oder Szenarien, in denen die virtuellen Assistenten sich mehr als Lauscher an der Wand denn als stille Diener erweisen und persönliche Gespräche ohne Erlaubnis aufzeichnen.

Außerhalb des Smart Homes in einem größeren Rahmen, gibt es die Smart City. Sie verspricht Verkehr und Energieverbrauch intelligent zu steuern, dass im Gesundheitssystem die Ferndiagnose selbstverständlich sein wird und dass die Verwaltung einen Großteil ihrer Dienste online anbietet – in-

klusive der Partizipation der Bürgerinnen und Bürger. Aber nimmt die Smart City mit ihrem stark technologisierten Ansatz wirklich alle Bürgerinnen und Bürger mit? Nicht jede versteht die Idee hinter der Smart City, nicht jedem ist diese Idee geheimer ...

Der vorliegende Artikel gibt eine Übersicht über Beteiligungsmöglichkeiten von Bibliotheken bei Smart City-Projekten und bildet eine Brücke zur Publikation des zweiten Smart Libraries-Bandes, der sich u.a. mit dem Themen Smart Citys, Smart Citizens und Citizen Science beschäftigen wird. [1]

Wo sind bei diesen ganzen Überlegungen zur Smart City eigentlich die Bibliotheken? Bisher scheinen diese noch keine allzu große Rolle zu spielen, wenn von der Stadt der Zukunft die Rede ist. Aber welche (smarte) Rolle könn-

ten sie spielen? Wie könnten sie sich zusammen mit den Bürgerinnen und Bürger aktiv in die Gestaltung ihrer Umgebung einbringen? Wie könnten sie selbst ein aktiver Bestandteil einer Smart City werden?

Beginnen wir als erstes mit der Definition einer Smart Library: "Eine Smart Library zeichnet sich durch ein hohes Maß an Agilität aus. Durch ein strategisches Innovationsmanagement, den Rückgriff auf die ihr zur Verfügung stehenden Instrumente und die Anwendung partizipativer Methoden ist sie in der Lage Veränderungen anzunehmen und diese schnell und zu ihrem Vorteil umzuwandeln. Dieser Ansatz wird durch ein Personal unterstützt, welches auf verschiedene Methoden des Lernens zurückgreifen kann. Ebenso wie den Kundinnen stehen ihm dazu moderne (Informations-)Technologien zur Verfügung. Lernen und Austausch können sowohl vor Ort stattfinden als auch virtuell. Eine Smart Library spielt eine aktive Rolle bei Stadtentwicklungskonzepten wie der Smart City und ermuntert Bürgerinnen selbst zu Smart Citizens zu werden."

Während in der Definition zur Smart Library von 2019 noch Ort, Technik und Partizipation die Bestandteile einer Smart Library waren[2], wird in der Neufassung von 2021 die Agilität, das Innovationsmanagement und der Ort des Austausches hervorgehoben. Das gekonnte Zusammenspiel allein dieser drei Komponenten bildet eine gute Voraussetzung, um bei Smart City-Projekten dann selbst eine aktive Rolle zu spielen!

Widmen wir uns in einem nächsten Schritt der Definition der Smart City. Auf europäischer Ebene liest sich diese so: "A smart

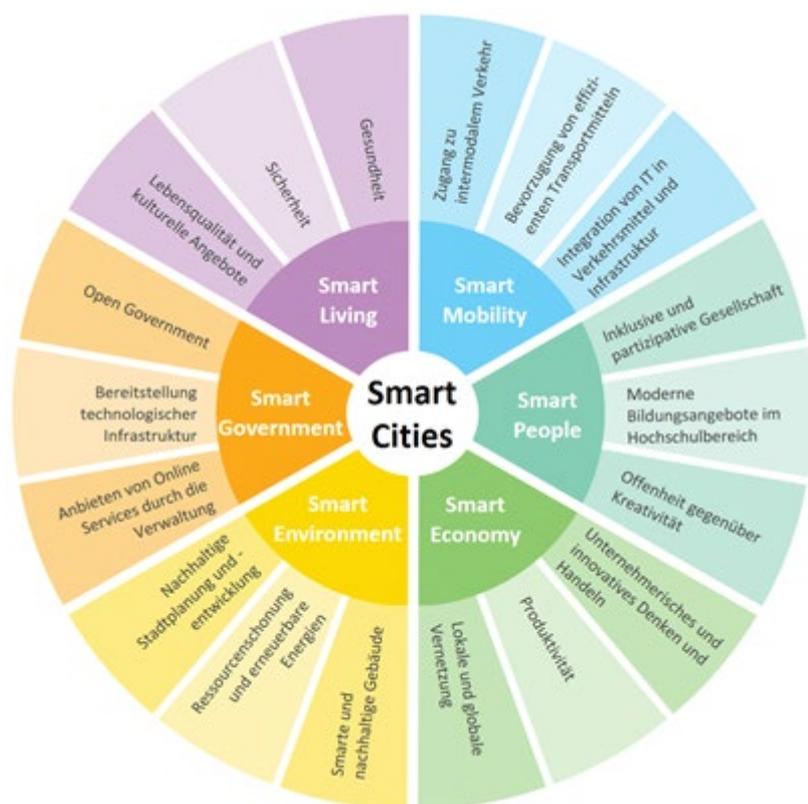


Abb. 1 Smart City-Wheel nach Cohen

city is a place where traditional networks and services are made more efficient with the use of digital solutions for the benefit of its inhabitants and business. A smart city goes beyond the use of digital technologies for better resource use and less emissions. It means smarter urban transport networks, upgraded water supply and waste disposal facilities and more efficient ways to light and heat buildings. It also means a more interactive and responsive city administration, safer public spaces and meeting the needs of an ageing population.”[3] Klingt auf den ersten Blick ganz schön techniklastig, oder?

Aber was bedeutet diese Definition nun für Städte, die zu Smart Cities werden wollen? Hierzu hat auf deutscher Ebene das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) eine Smart City Charta[4] herausgegeben. In ihr finden sich 4 zentrale Leitlinien, die richtungsweisend für zukünftige Smart-City-Projekte sind:

- Digitale Transformation braucht Ziele, Strategien und Strukturen
- Digitale Transformation braucht Transparenz, Teilhabe und Mitgestaltung
- Digitale Transformation braucht Infrastrukturen, Daten und Dienstleistungen
- Digitale Transformation braucht Ressourcen, Kompetenzen und Kooperationen

Greifbarer werden diese Leitlinien mit den nachfolgenden Erläuterungen. So ist laut diesen eine Smart City partizipativ, inklusiv, sicher, lebenswert – um nur einige der Schlagworte zu nennen. Gleich zu Anfang wird aber bereits betont,

dass die Menschen und ihre Bedürfnisse Mittelpunkt dieser Stadt sind.[5]

D.h. hier findet Erwähnung, was Boyd Cohen, ein Stadt- und Klimastratege als weitere Evolutionsphase der Smart Cities beschreibt: “There appear to have been three distinct phases of how Cities have embraced technology and development, moving tech company driven, to city government driver, to, finally, citizen driven.”[6] Cohen weist also darauf hin, dass Smart Citys der dritten Phase bürgerbestimmt sind. Er rückt damit den Punkt der Partizipation in den Vordergrund und führt in seinem Artikel Beispiele auf, wo und wie Bürgerinnen und Bürger bei Smart City-Planungsvorhaben bisher mit einbezogen wurden. Am Beispiel der Stadt Medellin verdeutlicht er: “Medellin has focused on urban regeneration from the bottom up by engaging citizens from the city’s most vulnerable neighborhoods in transformative projects such as the cable car and electric stairs projects and new technology-enabled schools and libraries.”[7]

Wenn wir all diese Beschreibungen bzw. Definitionen zusammenfassen, erhalten wir damit das Bild einer Stadt, die den Bedürfnissen der Bürgerinnen und Bürgern entspricht und sie in die Planung miteinbezieht. Die auf dieser Basis entwickelte Vorhaben können, müssen aber nicht technikbasiert sein.

Besonders deutlich wird die Mehrdimensionalität des Begriffs Smart City übrigens auch bei dem von Cohen entwickelten Smart City-Wheel. Es zeigt sechs unterschiedliche Dimensionen und ihre jeweiligen drei Ausprägungen, in denen Städte smart werden kön-

nen. Das Rad unterstreicht somit nochmals, dass es bei Smart Cities mitnichten nur um, wie so oft angenommen, Smart Mobility oder Smart Government geht, sondern auch um Sicherheit oder auch Nachhaltigkeit.

Für Bibliotheken interessant könnten in diesem Zusammenhang besonders die Sektoren Smart Living und Smart People sein. Doch welche Rolle kann eine Smart Library im Smart City-Kontext nun genau spielen, außer dass sie als „kulturelles Angebot“ existiert und wie könnte sie zu einer „inklusive und partizipativen Gesellschaft“ beitragen oder die „Offenheit für Kreativität“ fördern? Erste Hinweise dazu liefert uns in ihrem Artikel Cailin Crowe.[8] Sie zeigt wie US-amerikanische Bibliotheken sich bereits an Smart City-Projekten beteiligen. Angefangen bei Informationsveranstaltungen zu Vorhaben und Technologien, Partnerschaften mit anderen behördlichen Einrichtungen, bis hin zu einem Smart Mobility Hub wie die Linden-Library der City of Columbus, Ohio, werden hier unterschiedliche Beispiele vorgestellt. Die Bibliotheken ermöglichen anderen die Beteiligung oder sie übernehmen selbst, als Mobility Hub, einen aktiven Part. Gerade dieses „ermöglichen sich zu beteiligen“ wird dann wichtig, wenn wir uns in einem nächsten Schritt anschauen, was es für das erwähnte „citizen driven“ braucht, was einen Smart Citizen ausmacht:

„Ein Smart Citizen ist als Einwohner interessiert an den Entwicklungen seiner Stadt. Er nimmt dazu sein Mitspracherecht in Anspruch, beteiligt sich proaktiv und steht im Austausch mit anderen interessierten Bürgerinnen und Bürgern. Die Beteiligung, wie auch der Austausch, kann offline (im Rahmen von Workshops u.ä.) und

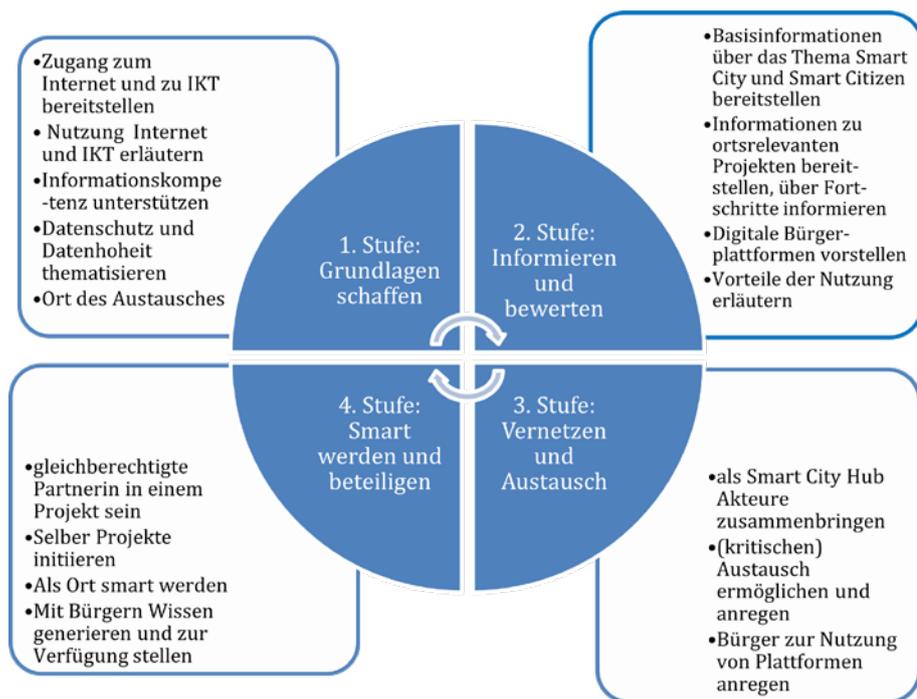


Abb. 2 Smart Library-Matrix, eigene Darstellung

online (über Bürgerplattformen im Netz) erfolgen. Dazu ist das Vorhandensein digitaler Kompetenzen unabdingbar.“

Aber nicht jede Bürgerin, die an der Stadtentwicklung und am Thema interessiert ist, ist eine „Onlinerin“, also technisch selbstbewusst.

An dieser Stelle könnten nun die Bibliotheken ins Spiel kommen. Sie sollten (weiterhin) die Aufgabe übernehmen, „Offlinerinnen“ durch das Angebot von Computerkursen Grundlagen zu vermitteln, die für eine digitale Beteiligung benötigt werden. Außerdem liegt es in ihrem Aufgabenbereich, eine entsprechende Infrastruktur bereitzustellen (siehe in der Matrix, Abb. 2, 1. Stufe, Grundlagen schaffen).

In der nächsten Stufe könnten sie Informationen zu Smart Cities zur Verfügung stellen und so ein Bewusstsein für das Thema schaffen. Innerhalb der 3. Stufe

bringen sie die unterschiedlichen Akteurinnen und Akteure rund um das Thema zusammen, vernetzen Gleichgesinnte. Gleichzeitig unterstützen sie den offenen und kritischen Austausch zum Thema insgesamt. In dieser Stufe würde sich z.B. auch eine Retrospektive auf bereits Erreichtes anbieten. Warum ist ein Smart City-Projekt besonders gelungen? Was hat bei einem anderen Projekt zu dessen Scheitern geführt? Die 4. Stufe beschäftigt sich mit der eigenen „Smartness“. Hier gilt es selbst eine aktive Rolle zu spielen, als Projektpartnerinnen in Erscheinung treten bzw. eigene Projekte zu initiieren.

Abbildung 2 verdeutlicht anhand der 4 Stufen nochmals die damit verbundenen Aufgaben und Chancen.

Resümee

Bibliotheken bietet sich auf unterschiedlichen Ebenen die Chance der Beteiligung. Auch existieren bereits viele gute Beispiele, die allerdings nicht immer unter dem

Begriff „Smart City“ firmieren. So gibt es Repair-Cafés in Bibliotheken oder Bibliotheken, die sich als Grüne Bibliotheken der Nachhaltigkeit verschrieben haben.

Doch was ist auf dem Weg zur „Smartness“ zu bedenken? Dazu folgende Tipps:

- Eine Vision mit der Teilnahme verfolgen. Nur mitmachen, weil es sich gut anhört? Besser nicht.
- Ziele und Aufgaben definieren – welche werden mit der eigenen Vision der Bibliothek verbunden? Welche Aufgaben leiten sich daraus ab?
- Ein agiles Mindset haben – Projektpartner springen ab, die geplante Informationsveranstaltung hat zu wenig Teilnehmende... Flexibilität ist für die Teilnahme an Smart City-Projekten unabdingbar.
- Im Verbund agieren – statt mit anderen Kultureinrichtungen in Konkurrenz zu treten, kann ein gemeinsames Projekt über die Stadt- oder Bezirksgrenze hinaus einen größeren Effekt erzielen.
- Auf externe Unterstützung zurückgreifen – bei Beraterinnen und Beratern darauf achten, dass diese aus der Umgebung stammen. Sie wissen besser Besche.id, wenn es um die Verwaltungsstrukturen geht, und können auf ein Netzwerk vor Ort zurückgreifen.
- Eine Vernetzung mit anderen Akteurinnen und Akteuren zum Thema anstreben – für den Austausch und um von ihren Fehlern fürs eigene Projekt zu lernen.
- Eine Fehlerkultur aufbauen – wer Projekte realisiert, braucht Mut und entschlossenes Handeln. Dabei kann einiges schiefgehen.

- Von Projekten berichten – nicht nur in der bibliothekarischen Fachpresse, sondern auch in verwaltungsnahen Publikationen oder themenspezifischen Publikationen.

Bibliotheken sollten eine größere und gewichtigere Aufgabe bei Smart City-Vorhaben spielen, sie bringen dazu bereits die besten Voraussetzungen mit. Sie sind als Orte des Austausches und des Lernens bekannt, sie offerieren bereits Veranstaltungen, die darauf abzielen, digitale Kompetenzen zu verbessern und sie vereinen eine sehr heterogene Nutzerschaft an einem Ort. Diese Vorteile gilt es nun zu bündeln und sich bei Diskussionen um die Stadt der

Zukunft mit eigenen Ideen einzubringen.

Die Stadt, wo dies bereits in Planung ist, ist Bochum. Hier entsteht derzeit mitten in der Innenstadt das Haus des Wissens. Es soll die Bibliothek, die VHS und gemeinsame Angebote der Hochschulen beinhalten und bis 2026 fertig sein.[9] Im Podcast "Smart and the City - der SmartCity-Podcast.de" beschreibt Denes Küçük, der Chief Digital Officer der Stadt Bochum, dass die digitale Gesellschaft eines der fünf Leitthemen der Stadt Bochum auf dem Weg zur Smart City ist. Mit dem Haus des Wissens soll ein Ort der Begegnung, der Partizipation und des Wissensaustausches geschaf-

fen werden. Seine Zusammenfassung des Projektes: "Wo wenn nicht dort, ist der perfekte Ort um die Menschen mitzunehmen in die digitale Welt?"[10] Und wer, wenn nicht Bibliotheken, sind bestens geeignet, ihren Teil dazu beizutragen?!

Autorin



Sabine Wolf war bis Sept. 2017 als Projektkoordinatorin an der FH Potsdam u.a. im Bereich der beruflichen Fernweiterbildung und für das BMWi-Forschungsprojekt „mylibrARy- Augmented Reality in Bibliothek“ zuständig. Als Sachgebietsleitung für die Aus- und Weiterbildung bei der Stadtbibliothek Berlin-Mitte hat sie bis Juli 2021 die Ausbildung um agile Methoden erweitert. Ihr derzeitiges Interessensgebiet ist die Rolle der Bibliotheken im Smart City-Kontext. Sie gibt anwendungsorientierte Seminare zu agilen Methoden und ausbildungsrelevanten Themen.

Im Frühjahr 2022 erschien der 2. Band der „Smart Libraries“ bei b.i.t. online, deren Mit-Herausgeberin sie ist.

Literatur-, Quellen- und Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Cohen, Boyd: [Smart City-Wheel](#)

Abb. 2 Wolf, Sabine: Smart Library-Matrix. Eigene Darstellung

[1] Der Band wird im Frühjahr zur Leipziger Buchmesse 2022 im b.i.t.-Verlag erscheinen.

[2] Wolf, Sabine (2019): Definition einer Smart Library und Erläuterung der Smart Map - Ein State-of-the-Art-Ansatz. In: Smart Libraries. Konzepte, Methoden und Strategien. Wiesbaden: b.i.t Verlag.

[3] European Commission (o.J.): Smart cities: Cities using technological solutions to improve the management and efficiency of the urban environment

[4] [5] Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (2021): Smart City Charta : Digitale Transformation in den Kommunen nachhaltig gestalten.

[6] [7] Cohen, Boyd (2015): [The three Generations of Smart Citys](#)

[8] Crowe, Cailin (2020): [The library is a smart city's, hub for digital intelligence](#)

[9] Stadt Bochum (2021): Haus des Wissens nimmt weiter Gestalt an

[10] Oberpichler, Zepp (Moderator). (2021, 1. September): Bochum. Zukunftsfähig. Bürgernah. [Audio-Podcast]. In [Smart and the City - der Smart-City-Podcast.de](#).



„Wäre Fortnite ein Reiseziel, wäre es eines der beliebtesten Ziele auf dem Planeten“

Das Metaversum und seine Auswirkungen auf unsere digitale Zukunft

Als das früher als Facebook bekannte Unternehmen im Oktober Pläne ankündigte, seinen Namen in Meta zu ändern, erklärte es, dass dieser Schritt seine Absicht besser widerspiegeln würde, „das Metaversum zum Leben zu erwecken und Menschen dabei zu helfen, sich zu vernetzen, Gemeinschaften zu finden und Unternehmen aufzubauen“.

Diese drastische Umstellung eines der wertvollsten Unternehmen der Welt löste alle möglichen Kommentare und Spekulationen aus und warf ebenso viele Fragen wie Antworten auf. Zu den wichtigsten Fragen gehören: Was genau ist das Metaversum und warum hat Facebook seine Zukunft jetzt auf diesen Bereich ausgerichtet?

David Touve, leitender Direktor des Batten-Instituts und Experte für neue Technologien und digitale Erfahrungen, beantwortete Fragen zum aufkommenden Metaversum.

Was ist das Metaversum, so wie Sie das aktuelle Projekt von Facebook verstehen?

David Touve: Um das Konzept eines „Metaversums“ zu verstehen, kann es hilfreich sein, zunächst an einen gemeinsam genutzten virtuellen Raum zu denken: von einem Chatroom bis hin zu Spielen wie Minecraft und Fortnite. Diese Räume unterscheiden sich zwar in Bezug auf den Reichtum der virtuellen Erfahrung – Text, Audio, Video, visuelle Details, Raumgefühl, Aktionen, die man durchführen kann, usw., bieten aber alle die Möglichkeit für mehrere, wenn nicht sogar Millionen von Menschen, gleichzeitig in einer Online-Umgebung in Verbindung zu treten.



David Touve ist Senior Director des Batten Institute an der Darden School of Business. Er leitet das Catalyst Accelerator-Programm, unterrichtet Kurse in Technologie und Innovation und leitet universitätsweite Initiativen wie die PhD Plus-Seminare in Entrepreneurship & Commercialization. Außerdem ist er Mitglied des universitätsweiten Beirats für Unternehmertum, der Wettbewerbe, Kommunikation und andere Aspekte des Unternehmertums an der UVA organisiert.

Wenn Facebook, heute Meta, sich auf das Metaversum bezieht, geht es einfach ein paar Schritte weiter. Metas Vorstellung von diesem Metaversum scheint von der immersiven Erfahrung inspiriert zu sein, die man sich vorstellte, als das Wort vor fast 30 Jahren in dem Buch Snow Crash von Neal Stephenson geprägt wurde. Die Struktur der Plattform – und vor allem, von wem sie betrieben wird – ist jedoch unterschiedlich. Die Erfahrung des Metaversums soll sehr immersiv sein und durch die Verschmelzung von erweiterter und virtueller Realität das Gefühl vermitteln, an einem anderen Ort zu sein. Im Gegensatz zu vir-

tuellen Welten wie Minecraft und Fortnite sowie dem Metaverse in Snow Crash, die sich im Besitz eines einzigen Unternehmens befinden, beschreiben Zuckerberg und andere Tech-Führungskräfte eine Plattform, die mit dem Internet vergleichbar ist – eine zugrunde liegende und ermöglichende Infrastruktur, die sich nicht im Besitz eines einzelnen Unternehmens befindet und von diesem betrieben wird.

Stattdessen würde das Metaversum durch eine Reihe von zugrunde liegenden Regeln und eine breite Palette von Technologien ermöglicht, die es einer Vielzahl von Geräten und Software erlauben, sich zu verbinden und diese gemeinsamen Erfahrungen zu schaffen, genau wie eine Reihe von für den Benutzer meist unsichtbaren Protokollen das Internet ermöglichen, über das wir heute eine Reihe von Diensten in Anspruch nehmen. Mit anderen Worten: Diese Plattform wäre nicht das Metaverse von Meta. Stattdessen würden Unternehmen wie Meta gemeinsame Erlebnisse auf einem Planeten unter Tausenden, wenn nicht Millionen anderer virtueller Reiseziele im größeren Metaverse betreiben.

Die virtuelle Realität wird seit Jahrzehnten immer wieder als „the next big thing“ gepriesen. Gibt es irgendeinen Grund zu der Annahme, dass wir uns auf eine größere Akzeptanz zubewegen könnten?

David Touve: Ähnlich wie die künstliche Intelligenz, die sich langsam entwickelt, ist auch die virtuelle Realität als reale Erfahrung schon sehr lange auf dem Vormarsch. Stereoskope führten Mitte des 18. Jahrhunderts 3-D-Erlebnisse ein, zunächst mit Zeichnungen und später mit

Fotografien. Hollywood experimentierte in den 1960er-Jahren mit immersiven Filmerlebnissen, wie dem Sensorama. Die Air Force finanzierte in den 1970er-Jahren die Entwicklung von 3-D-Flugsimulatoren. Ironischerweise wurde eine der ersten VR-Brillen, die in den späten 1980er-Jahren entwickelt und verkauft wurden, als „EyePhone“ bezeichnet.

In jüngster Zeit gibt es meiner Meinung nach Anzeichen dafür, dass wir uns seit dem Jahr 2000 auf ein größeres Interesse an diesen immersiven Erlebnissen und die technischen Möglichkeiten dafür zubewegen. Allein Fortnite verzeichnete im Zeitraum von einem Jahr zwischen Frühjahr 2019 und Frühjahr 2020 100 Millionen neue Nutzer, womit sich die Gesamtzahl der registrierten Nutzer auf 350 Millionen erhöhte. Zum Vergleich: Second Life, eine virtuelle Welt, die 2002 ins Leben gerufen wurde, brauchte vier Jahre, um auf nur eine Million registrierte Nutzer zu kommen. Die Nutzerbasis von Second Life betrug 2006 etwa 0,08 Prozent der gesamten Internetbevölkerung, während die Nutzerbasis von Fortnite im Jahr 2020 bei über 8 Prozent der vernetzten Welt lag. Wäre Fortnite ein Reiseziel, wäre es eines der beliebtesten Ziele auf dem Planeten. Zum Vergleich: In China wurden 2019 145 Millionen Besucher gezählt, in den USA fast 80 Millionen. Allerdings müssen Fortnite-Nutzer ihr Zuhause nicht verlassen, um zu reisen.

Welche Hindernisse gibt es für die Einführung des Metaversums? Brauchen wir nicht alle mindestens neue Hardware?

David Touve: Die Technologie ist vielleicht nicht mehr das größte Hindernis für Erlebnisse

in immersiven, virtuellen Umgebungen. Diese ersten Erfahrungen werden bereits durch ein Gerät ermöglicht, das die meisten von uns bereits besitzen: ein Smartphone. Die Telefonhersteller bauen bereits Augmented-Reality-Funktionen in neue Geräte ein. Außerdem kann man die meisten in den letzten Jahren auf den Markt gebrachten Smartphones in ein Headset stecken – das 50 Dollar oder weniger kostet – und ein ziemlich anständiges VR-Erlebnis genießen.

Meiner Meinung nach sind die größten Hindernisse für ein Metaversum in der von Unternehmen wie Meta beschriebenen Größenordnung eher sozialer, wenn nicht gar gesellschaftspolitischer Natur als technischer Natur. Technische Hürden können im Laufe der Zeit wahrscheinlich überwunden werden, während sich soziale Fragen im Laufe der Zeit immer mehr verschärfen. Diese soziale Hürde – eine Gemeinschaft von Interessengruppen, die sich über die Funktionsweise der Dinge einigen konnten – war die gleiche Herausforderung, mit der das frühe Internet konfrontiert war.

So gab es beispielsweise in den 1980er-Jahren mehrere Informationsnetze – ARPANET, CSNET, BITNET und dann NSFNET –, die zusammen einen Vorläufer des modernen Internets bildeten und Teil davon wurden. Diese Netze bestanden nicht nur aus verschiedenen zugrunde liegenden Architekturen und Standards, sondern auch aus verschiedenen Gemeinschaften von Menschen. Hätten diese Gemeinschaften keinen Weg gefunden, miteinander zu kommunizieren – sowohl technisch als auch persönlich – hätten wir vielleicht

nicht das Internet, das wir heute haben.

Fast 40 Jahre später ist die Gemeinschaft der Interessengruppen, die von einem möglichen Metaversum betroffen sind, nicht nur eine viel größere Bevölkerungszahl und vom ersten Tag an globaler, sondern umfasst auch ein nicht triviales Flickwerk von Nationalstaaten und massiven Privatunternehmen.

So hat die südkoreanische Regierung im Mai letzten Jahres eine eigene „Metaverse Alliance“ gegründet, die mittlerweile über 200 Institutionen im Land umfasst. Im August startete Nvidia seine „Omniverse“ Initiative, mit der der Grafikprozessor- und System-on-a-Chip-Hersteller seine eigenen Vorstellungen von den Technologien verbindet, die für eine offene und erweiterbare VR-Plattform erforderlich sind.

Glauben Sie, dass eine kritische Masse von Menschen mehr Zeit mit Technologie im Arbeitsfeld verbringen möchte?

David Touve: Ich will nicht wie ein Futurist klingen, aber ich glaube, dass die Pandemie einfach einen Wandel in unserer organisatorischen Realität beschleunigt hat, der vielleicht schon im Gange war – eine Verlagerung von Unternehmensstandorten mit nur einem Standort zu geografisch verteilten Teams und Organisationen.

Zwar wird nicht jeder fern arbeiten, aber da die Technologie immer mehr verteilte Arbeits- und Sozialerfahrungen ermöglicht, wird eine kritische Masse von Menschen wahrscheinlich von dort aus arbeiten, wo sie es am besten tun. Dieser Teil der

Erwerbsbevölkerung wird sich dafür entscheiden, mehr Zeit mit jeder Technologie zu verbringen, die ihnen die bevorzugte Arbeitserfahrung ermöglicht. Und wenn diese kritische Masse über die Fähigkeiten und das Wissen verfügt, die die Welt braucht, werden sich auch die Menschen, die noch im Büro arbeiten, anpassen müssen.

Wie steht es mit den weithin dokumentierten Phänomenen der Zoom-Müdigkeit und anderen Einschränkungen der Technologie, die die Interaktion „weniger real“ erscheinen lassen?

David Touve: Wie in anderen Arbeitsumgebungen auch werden einige virtuelle Umgebungen besser gestaltet – und daher besser erlebt – als andere. Auf einer Plattform wie Zoom macht man die unangenehme Erfahrung, dass man alle gleichzeitig anstarrt und dass alle einen anstarren. Diese Wand aus Augäpfeln erinnert eher an eine Bühne – was den meisten Menschen nicht gefällt – als an eine Gruppensitzung.

Wenn diese virtuellen Umgebungen immersiver werden, kann es durchaus sein, dass wir uns wohler fühlen und unsere Arbeit auf andere Weise erledigen oder sogar verschiedene Arten von Arbeit verrichten können. Wichtig ist, dass die wahrscheinlich effektivste virtuelle Umgebung keine Eins-zu-eins-Kopie unseres üblichen Arbeitsplatzes sein wird. Vielmehr werden diese Online-Umgebungen eine neue Art von Arbeitsraum mit eigenen Erfahrungen darstellen.

Warum wird das Metaverse als die Zukunft eines Unternehmens betrachtet, das wir alle früher als Facebook kannten?

David Touve: Viele sehen in der Umbenennung in Meta zumindest teilweise eine Möglichkeit, die Aufmerksamkeit von einer ganzen Reihe von Problemen abzulenken, mit denen Facebook konfrontiert ist – sei es im Zusammenhang mit den jüngsten Enthüllungen über Whistleblower oder den noch immer schwelenden Bedenken im Zusammenhang mit dem 6. Januar und den Wahlen 2020. Während diese Ablenkung eine kurzfristige Motivation sein könnte, kann sie das langfristige Interesse an den Auswirkungen und Möglichkeiten eines Metaversums nicht vollständig erklären.

Die Aussicht auf ein Metaversum dürfte Meta längerfristig aus einer Reihe von Gründen motivieren, die mit den Einnahmequellen und der Plattformstrategie zusammenhängen. Erstens wird jedes Ziel im Metaverse ein soziales Ziel sein. Soziale Ziele haben inhärente Netzwerkeffekte, denn je mehr Ihrer Verbindungen sich auf der Plattform befinden, desto wertvoller ist die Plattform für Sie. Eine frühzeitige Förderung der Nutzerakzeptanz kann daher später zu einer größeren Dynamik führen. Und Meta hat 3 Milliarden Nutzer auf der Einladungsliste für jedes neue Produkt.

Zweitens bietet das Metaversum Facebook, das fast alle seine Einnahmen aus der Werbung bezieht, die Möglichkeit, nicht nur neue Kategorien von Werbeeinheiten zu schaffen, sondern auch Möglichkeiten für den Handel einzuführen, um die Einnahmequellen des Unternehmens zu diversifizieren. Und mit Handel meinen wir in diesem Fall nicht nur den traditionellen Online-Handel, sondern auch den Markt für virtuelle Güter innerhalb des Metaverse und Upgrades dazu.

Drittens sind virtuelle Güter lukrativ. Die Erstellung von Kopien virtueller Güter ist im Wesentlichen kostenlos, sodass die Gewinnspannen außergewöhnlich hoch sind. Und je mehr Zeit und Geld ein Nutzer in virtuelle Umgebungen innerhalb einer Plattform investiert, desto mehr werden diese Investitionen zu versunkenen Kosten, die dazu führen, dass der Nutzer weitaus weniger geneigt ist, die Plattform zu wechseln. Genauso wie ein Apple-iOS-Nutzer, der ein breites Portfolio an Apps für sein iPhone erworben hat, mit geringerer Wahrscheinlichkeit auf Android umsteigt und seine frühere Investition verliert.

Ganz zu schweigen davon, dass die Nutzer ihre Waren auch an andere Nutzer verkaufen können, wenn sie die Plattform wechseln wollen, und dass dieser Peer-to-Peer-Handel ebenfalls zu Einnahmen führen kann. Der derzeitige Hype um NFTs (Non-Fungible Tokens) mag übertrieben sein, aber selbst wenn man den Hype etwas dämpft, ist klar, dass wir Menschen bereit sind, digitale Güter sowohl mit echtem als auch mit digitalem Geld zu kaufen.

Schließlich wissen wir, dass Meta eine Art Kryptowährung anstrebt, unabhängig davon, ob diese endgültige Währung Diem heißt oder nicht. Und eine digitale Wirtschaft innerhalb einer virtuellen Plattform bietet die Möglichkeit, eine solche Währung in Umlauf zu bringen – zunächst für virtuelle Güter und dann vielleicht für Transaktionen in dem, was alte Hasen als „meatspace“ im Gegensatz zum Cyberspace bezeichnen.



Webinar: Metaverse – Die nächste Generation des Internets

In den letzten Jahren haben wir uns zunehmend an das digitale Leben gewöhnt. Ob im Marketing, in der Kommunikation mit Freunden oder auch in Kollaboration über Zoom und Co, die Grenzen zwischen Digital und Analog verschmelzen zunehmend. Mit dem Metaverse gehen wir jedoch noch einen Schritt weiter. Nicht nur Meta, ehemals Facebook, sondern beinahe alle Akteure der Tech-Szene setzen auf das Metaversum. Durch das Fortschreiten von Spitzentechnologien

wie Virtual Reality, künstlicher Intelligenz und Blockchain beginnt ein neues Zeitalter des Internets. Im Metaversum können wir miteinander komplett auf virtuellem Raum zusammen kommen, eigene Welten erschaffen und Träume regelrecht Realität werden lassen. Ein Milliarden Markt steht vor der Tür und Unternehmen müssen schon jetzt ein Verständnis dafür entwickeln, was sich hinter dem Trend verbirgt und wie man ihn für sich und sein Geschäftsmodell nutzen kann. Wie Sie den Weg in das Metaverse beginnen können, erfahren Sie in diesem Seminar.

Termin

Mittwoch, 17.02.2022, 10.00 – 11.00 Uhr

Referent

Alexander Pinker ist Innovation-Profiler, Zukunftsstrategie und New Media Experte. Er hilft Unternehmen nicht nur in die nächsten zwei Jahre zu blicken, sondern die Trends in Technologie und Gesellschaft für die nächsten fünf bis zehn Jahre zu verstehen. Dafür geht der Innovation-Profiler mit den Kunden auf die Suche nach den Spuren des Wandels und nach den passenden Kommunikationskanälen und Technologien. Er ist Gründer von „Alexander Pinker – Innovation-Profilings“, „innovate! Communication“ und der Nachrichtenplattform „Medialist Innovation“. Außerdem ist Vorstand des Startup-Netzwerks SUN e.V., Dozent und Autor.



Das erwartet Sie im Seminar:

- Einführung in das Metaverse
- Mögliche Anwendungsgebiete für Unternehmen
- Der Status Quo und wo die Reise hingehen wird
- Handlungsempfehlung für das eigene Metaverse

Zielgruppe

Geschäftsführer, Marketing-Spezialisten, Business Development, IT

Mehr Informationen:

<https://dpr.direct/metaverse>





Prozesse – der unterschätzte Stern am Erfolgshimmel

So gelingt die fortlaufende Optimierung der Prozesse

Das Team ist der Star“ – das hören wir immer wieder, nicht nur im Sport. Ich wage zu widersprechen und sage: Der eigentliche Star ist die Fähigkeit von Teams zu interagieren, im Team selbst und mit anderen Teams. Und diese Fähigkeit zeigt sich in den Prozessen, die von den Teams gelebt werden.

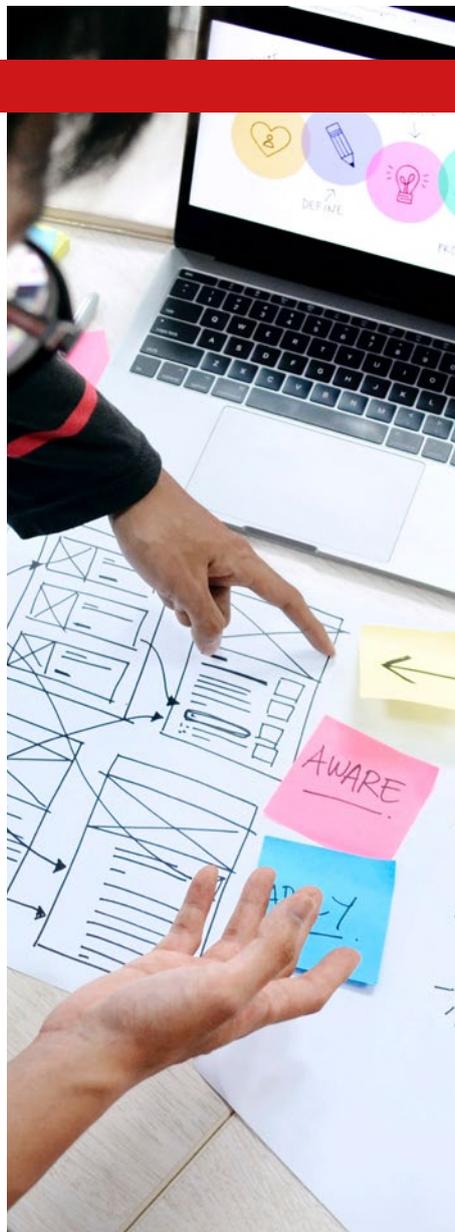
Funktionieren diese nicht, ist ein Team niemals ein Hochleistungsteam und ein Unternehmen mitnichten auf dem Höhepunkt seiner Leistungsfähigkeit. Entsprechend wichtig ist die Arbeit an den Prozessen.

Doch sogar, wenn allen klar ist, dass der aktuelle Prozess nicht der Beste ist, und Optimierungspotenziale klar erkennbar sind: viele Teams arbeiten nicht gern an ihren Prozessen. Manche haben Sorge vor einer Überstrukturierung, andere fürchten den hohen Aufwand.

Wie wäre es also, wenn die Prozessoptimierung nach agilen Prinzipien funktionieren würde? Und dies alles auch noch einfach umzusetzen wäre?

In wenigen Schritten zu optimierten und agilen Prozessen

Dies gelingt mit der Methode „Agile Prozessoptimierung“. Ohne zunächst alle Ist-Prozesse detailliert aufzunehmen, werden in Schritt 1 der Methode die Ziele auf einem One-Pager festgehalten. Dem Prinzip der Nutzenorientierung folgend, wird dann geprüft: Welches sind die 20% der Prozesse, die 80% der angestrebten Wirkung beinhalten? So wird der Umfang des Vorhabens pragmatisch bestimmt, denn ein funktions- und hierarchieübergreifend besetztes Team kann dies in aller



Regel auf Basis bestehender Erfahrungen gut leisten.

Wichtig ist hierbei: Der Blick wird nicht auf Teile des Prozesses, sondern auf die Prozesse End-to-End gerichtet. So wird, statt der häufig anzutreffenden abteilungsbezogenen Teiloptimierung (die Dinge für andere oftmals nur schlimmer macht), von Anbeginn auf ein Gesamt optimum hingearbeitet. Hierzu braucht es ein entlang des Prozesses funktions- und hierarchieübergreifend aufgestelltes Team. Ein solches Optimierer-Team kann alle Entscheidungen zu Prozessverbesserungen und deren Umsetzung eigenständig treffen. So laufen Sie schnell los, statt unnötig Ressourcen in die Analyse

und Dokumentation von Dingen zu verwenden, die sowieso geändert werden sollen.

In Schritt 2 wird das Team der Optimierer fit gemacht für die Agile Prozessoptimierung. So können sich auch Mitarbeiter aktiv einbringen, die in dem Prozess mitwirken, aber keine Prozessoptimierungsexperten sind. In einem Training werden hierzu typische Fehler und Schwachpunkte in Prozessen (derer gibt es erstaunlich viele!) dargelegt. Aber auch Anforderungen an gute Prozesse sowie Ansätze zur Optimierung von Prozessen vermittelt und diskutiert (Input hierzu und weitere Ausführungen zur Methode finden Sie in: M. Olavarria/S. Buschow: Agile Prozessoptimierung. Vahlen, 2021). Zudem werden, sofern gewünscht, gemeinsam agile Prinzipien betrachtet und priorisiert.

Eines der wichtigsten agilen Prinzipien ist die Fokussierung. Genau die wird jedem Teammitglied mit einem einfachen Mittel leicht gemacht: Jedes Team-Mitglied setzt symbolisch einen „Denk-Hut“ auf. Dieser bestimmt die Perspektive, aus der es den Ist-Prozess betrachtet. Das kann z.B. die Kunden-Perspektive sein. Der „Kunden-Hut“ prüft, welche Auswirkungen die Prozessgestaltung auf die Customer Experience hat und wie sich diese weiter optimieren lässt. Weitere Perspektiven können sein:

- „Agile-Hut“: Wie agil agieren wir in diesem Prozess, setzen wir zielführende agile Praktiken richtig ein?
- „Kompetenz-Hut“: Verfügen wir im gesamten Prozess über die erforderliche Fach-Expertise?

- „Kosten-Hut“: Wo entstehen z.B. aufgrund langer Liege- und Rüstzeiten unnötige Kosten?
- „System-Hut“: Unterstützen unsere IT-Systeme den Prozess optimal, wo besteht welches Verbesserungspotenzial?
- „Definition of done/ready-Hut“: Sind die „Definitions of“ entlang des Prozesses ausreichend klar und funktional?
- „Edge-Case-Hut“: Welches sind Spezial- und Ausnahmefälle, wie werden diese bearbeitet?

Ein erfreulicher Nebeneffekt des Trainings ist, dass im Team bereits konkrete und wertvolle Ansätze der Optimierung diskutiert werden – einfach, weil Personen, die an verschiedenen Enden des Prozesses tätig sind, zusammenkommen und sich austauschen.

Agilisieren Sie keinen Unsinn – entwickeln Sie Hochleistungsprozesse

In Schritt 3 werden sodann Prozessdurchläufe durchgeführt. Ausgestattet mit vorbereiteten Checklisten betrachtet Ihr Optimierer-Team im direkten Dialog mit Prozessausführenden den Prozess. Die Prozessausführenden beschreiben den Input, den sie erhalten, wie sie ihn bearbeiten, welches typische Fehlerquellen und Hindernisse sind und wie sie ihren Output an wen übergeben. Die Optimierer betrachten das Ist-Vorgehen aus der von ihnen übernommenen Perspektive und stellen Rückfragen. Derweil notiert ein „Weißer Hut“ aus neutraler Perspektive die Schritte im Prozess.

Direkt nach jedem Prozessdurchlauf erfolgt ein De-Briefing. In dieser Rückschau auf das Beobachtete schildert jedes Teammitglied seine Eindrücke und ggf. auch bereits erste Optimierungsideen. Auf dieser Basis erfolgt in Schritt 4 eine möglichst einfache und aufwandsarme Dokumentation des Ist-Prozesses. Diese folgt dem agilen Prinzip „Optimierung ist wichtiger als Dokumentation“ und dient dem Team als Gedankenstütze.

Die Erarbeitung von Optimierungsansätzen nimmt das Team dann in Schritt 5 vor. Wichtig ist hierbei, dass zunächst der Prozessablauf selbst verbessert wird. Unnötige Schleifen werden entfernt, organisationale Hürden, wie z.B. unklare Verantwortlichkeiten und funktionale Hindernisse, wie z.B. fehlende Systemunterstützung, aus dem Weg geräumt. Erst im zweiten Zug prüft das Team dann, wie der optimierte Prozess mit Hilfe agiler Praktiken weiter verbessert werden kann.

Denn es geht nicht darum, bestehenden Un- (oder gar Wahn-)sinn zu agilisieren. Es geht darum, saubere, geschmeidige Prozesse zu gestalten, diese mit Hilfe agiler Praktiken zu exzellenten Prozessen zu machen und gute Teams nachhaltig zu Hochleistungsteams mit viel Freude an der Arbeit zu entwickeln. So gelingt die fortlaufende Optimierung der Prozesse!

Autor



Marco Olavarria, Consultant und geschäftsführender Gesellschafter von BC Berlin Consulting. Er berät seit über 20 Jahren Medienunternehmen. Seine Passion ist die Gestaltung der digitalen Transformation und die Schaffung lebenswerter Organisationen. Er ist zertifizierter Organization Design Professional, Autor und Referent u.a. der Akademie der Deutschen Medien und der VDZ Akademie.

#Freiraum22

Interessiert an ungewöhnlichen Initiativen,
innovativen Ideen & spannenden Projekten?

Dann kommt zum Bibliothekskongress nach Leipzig.

In unserem neuen Format #Freiraum22 könnt ihr neue
Aktivitäten und Überlegungen vorstellen, kennen lernen
und mit der Bibliotheks-Community diskutieren.
Wir freuen uns auf interaktive Projektvorstellungen,
anregende Gespräche und gute Vernetzung.

#Freiraum22 – Platz für eure Ideen!

Info & Raumbuchung:
www.bid-kongress-leipzig.de



„Toyotismus“ in der Bibliothek?

**Worauf sich Bibliotheken ein-
stellen müssen, wenn sie sich auf
„Lean Management“ einlassen**

Unter den aktuellen Managementmodellen, deren Anwendung für Bibliotheken empfohlen wird (und die manchmal auch wirklich schon angewendet werden), erfreut sich einer besonderen Beliebtheit: das „Lean Management“. Fachbeiträge mit Titeln wie „Von der Entschlackung zur schlanken Bibliothek“, „Was ist eine Lean Library?“ und „Lean Service – ein Modell für wissenschaftliche Bibliotheken?“ zeigen das wachsende Interesse von Bibliothekaren an einem Konzept, dessen bloßer Name Verheißungen weckt¹⁾.

„Lean Management“ bietet, so betonen Bösenberg/Metzen, ein „ansprechendes Merkbild“ von Fitness und athletischer Schlankheit²⁾, und zweifelsohne ist es wünschenswert, wenn auch Bibliotheken in diesem Assoziationsfeld ihren Platz finden: Wann haben Sie zum letzten Mal beim Betreten einer Bibliothek an eine(n) durchtrainierte(n), sonnengebräunte(n) Strandläufer(in) in der Abendsonne gedacht?

Sieht man auf die vorgeschlagenen Methoden, die eine Bibliothek „lean“ machen sollen, so ergeht es einem allerdings wie beim Durchblättern moderner Life-Style-Magazine: Diätetika in Hülle und Fülle werden geboten, doch gerade dieses Überangebot weckt begründete Zweifel an der Wirksamkeit der Rezepturen. In den zitierten Beiträgen versammeln sich unter dem Schlagwort „Lean Management“ folgende Schlankmacher (die Liste könnte noch verlängert werden):

- Job Rotation, Job Enlargement, Job Enrichment
- Horizontale und vertikale Aufgabenintegration
- Qualitätszirkel

- Teamarbeit
- Workflow Management
- Total Quality Management
- Leistungsmessung
- Controlling des Wertschöpfungsprozesses
- Prozesskostenrechnung
- Benchmarking
- Kaizen
- Just-in-Time-Konzept
- Business Process Reengineering
- Management by Objectives
- Proaktives Marketing

Überblickt man diese Aufzählung, so scheint Lean Management nicht ein stringentes Strategiekonzept, sondern eher ein bunter Grabbelsack so ziemlich aller En-Vogue-Ideen der populären Managementliteratur zu sein. Unter dieser Voraussetzung ist es dann entsprechend einfach, sich mit dem Etikett einer „Lean Library“ zu schmücken: Ein kleiner Qualitätszirkel in Abteilung X, ein bißchen Geschäftsgangintegration (die Mitarbeiter sind dann ein „Case Team“) im Dezernat Y, ein wenig Prozess„optimierung“ in Ressort Z genügen schon, um Anspruch auf diesen Ehrentitel erheben zu dürfen.

Schaut man sich jedoch die Fachliteratur zum Lean-Management-Modell einmal näher an, so wird schnell deutlich, daß dieser Ansatz eines sicherlich nicht ist: eine eklektizistische Zusammenfügung aller irgendwie auf betriebliche Effizienzsteigerung abzielender Strategien und Instrumente. Das Konzept „Lean Management“ bezieht sich ursprünglich auf ein vom japanischen Automobilproduzenten Toyota entwickeltes Grundprinzip der Unternehmensorganisation, daß sich auf folgende Formel bringen läßt:

„Nur konstruieren und zur Lieferung bereithalten, was der Kunde

will, aber das auch erst, wenn er es will.“ (James P.Womack/Daniel T. Jones: Nach Toyota. Das neue Streben nach Perfektion. Harvard Business Manager 1/1997, S. 93.)

Gemäß diesem Prinzip erfolgt die betriebliche Leistungserstellung grundsätzlich nur auf Abruf, das heißt dann, wenn ein konkreter Auftrag eines internen oder externen Abnehmers vorliegt. Jede darüber hinausgehende „Leistung“ - Produktion für einen nur prognostizierten oder potentiellen Bedarf; nicht unmittelbar wertschöpfende Prozesse; Koordinations-, Kontroll- und Prüfroutinen; vorgehaltene Lagerbestände; Waren und Dienste, die nicht den Kundenanforderungen entsprechen - ist als muda (jap. Verschwendung) zu betrachten und zu eliminieren. Das Prinzip der strikt nachfragebestimmten Leistungserbringung wurde in den frühen sechziger Jahren von Taiichi Ohno, Toyotas leitendem Produktionsingenieur, konsequent in allen wesentlichen Bereichen der Organisationsgestaltung realisiert³⁾.

- In der Fertigungssteuerung und der Koordinierung der Zuliefererkette als lagerlose Produktion oder „KANBAN-System“
- Im Produktionsprozess durch Einführung teilautonomer Arbeitsgruppen
- In der Projektorganisation durch Etablierung von Produktentwicklungsteams mit weitgehender Ergebnisverantwortung
- In der Produkt-Vermarktung durch das Konzept des „aggressiven Verkaufens“

Diese Mechanismen einer schlanken Unternehmensorganisation wurden im Verlauf der sechziger und frühen siebziger Jahre von zahlreichen japanischen

Unternehmen auch außerhalb der Automobilbranche übernommen und trugen wesentlich zum nach wie vor beeindruckenden wirtschaftlichen Aufstieg Japans bei. Unter der Bezeichnung „Toyota-Produktionssystem“ oder schlicht „Toyotismus“ wurden die japanischen Produktionsverfahren dann zum Ende der achtziger Jahre auch in den USA und Europa verstärkt adaptiert⁴), wobei das berühmte Buch von Womack, Jones und Roos „The Machine that Changed the World“ (1990) als entscheidender Schrittmacher der Rezeption fungierte⁵). Das Werk, entstanden im Rahmen des International Motor Vehicle Program am Massachusetts Institute of Technology (MIT), beschreibt detailliert alle Facetten der von Taiichi Ohno eingeleiteten Innovationen und stellt gewissermaßen die „Bibel“ der Lean Management-Bewegung dar. Um so merkwürdiger ist es, daß dieses Buch, das in deutscher Sprache (unter dem Titel „Die zweite Revolution in der Autoindustrie“) zur Zeit in der 8. Auflage vorliegt, in keinem der genannten Beiträge zur Lean Library auch nur erwähnt wird. In den letzten Jahren haben Womack und Jones die Anwendbarkeit der Lean-Management-Prinzipien außerhalb der fertigen Industrie in detaillierten Fallstudien untersucht und in ihrem neuen Buch „Lean Thinking“ (1996) in Form eines generalisierten Modells vorgestellt⁶).

Auf der Grundlage dieser Standardwerke sollen im folgenden die Basiskonzepte des Lean Managements in knapper Form dargestellt werden, immer unter der Fragestellung „In welcher Form lassen sich solche Konzepte auf die Leistungserstellung von wissenschaftlichen Bibliotheken anwenden?“ (ohne dazu Stellung zu nehmen, ob eine derartige An-

wendung nun wünschenswert ist oder nicht). Hierbei soll deutlich werden, daß „Lean Management“ kein unverbindliches Etikett ist, unter dem sich alle nur denkbaren Maßnahmen zur Steigerung der „Effizienz“ oder „Wirtschaftlichkeit“ einer Bibliothek versammeln lassen, sondern ein Instrument, das - konsequent eingesetzt - Selbstverständnis und Arbeitsstrukturen der Bibliothek grundlegend in Frage stellt. Vor diesem Hintergrund mag dann manchem dieses Instrument nicht so sehr wie das elegante Langschwert (katana) des Samurai vorkommen, sondern eher wie der kurze, äußerst scharfe Seitendolch (wakizashi), den sich der zum Harakiri Entschlossene in den Leib stößt.

Das KANBAN-System

Gemäß der Grundidee der Lean Production wird, wie angedeutet, ausschließlich auf konkret vorliegende Bestellaufträge hin produziert. In herkömmlichen Fertigungssystemen dagegen bestimmt nicht der faktische Kundenbedarf, sondern ein zentraler Produktionsplan, dem mehr oder weniger verlässliche Prognosen über das Kundenverhalten zugrundeliegen, die Fertigungsmenge. Eingebaut in derartige Pläne sind in der Regel Sicherheitsreserven für Zulieferengpässe sowie Planreserven für Nachfragespitzen. Dieses Verfahren führt, je unsicherer die Annahmen über potentielle Bedarfe sind, zu oft hohen innerbetrieblichen Lagerbeständen von Rohmaterialien, Halbfabrikaten und Endprodukten, die wiederum hohe Lager- und Kapitalbindungskosten verursachen.

Im schlanken Fertigungsprozeß dagegen legt das jeweils vorliegende Bestellvolumen fest, welche Mengen zu welchem Zeitpunkt zu produzieren sind⁷). Die

für die Endmontage zuständige Produktionsstufe entnimmt dann aus einem Behälter mit Halbfabrikaten die benötigten Teile. Ist der Behälter geleert, wird er an die vorgelagerte Fertigungsstufe zurückgeschickt, und zwar unter Beigabe einer KANBAN-Karte (KANBAN = jap. Schild, Karte). Diese vermerkt Nummer und Name der Teile, die Standardfüllmenge des Behälters sowie Herkunft und Adressaten der Teile. Das KANBAN fungiert also als Bestellauftrag für die vorgelagerte Fertigungsstufe. Diese arbeitet nach dem gleichen Prinzip, das heißt sie entnimmt ebenfalls aus ihrem Teilebehälter die benötigten Materialien und löst per KANBAN bei ihrem Vorgänger einen Bestellauftrag aus. Dieser Mechanismus einer bedarfsgesteuerten Fertigung setzt sich über alle Produktionsschritte bis zur Beschaffungsabteilung (für Rohmaterial oder zugekaufte Teile) fort.

Man sieht, das KANBAN-System führt, konsequent angewendet, zu einer weitgehenden Eliminierung der Lagerbestände. Da die jeweils vorgeordnete Fertigungsstufe erst dann mit der Teileproduktion starten darf, wenn die nachgeordnete Stufe einen konkreten Materialbedarf anmeldet, kommt das System im Idealfall mit einem Zwei-Behälter-Puffer aus: Einem Behälter, der in der Vorstufe gerade nachgefüllt, und einem weiteren, der in der Folgestufe gerade geleert wird. Das Kursieren der Behälter bedeutet zudem eine weitgehende Verstetigung des Materialflusses, der so eine rasche Bedienung des Endkunden gewährleistet (Just in Time).

Wie Womack und Jones zeigen, läßt sich der KANBAN-Gedanke umstandslos auch auf nicht-industrielle Leistungspro-

zesse anwenden. Das KANBAN-System ersetzt, verallgemeinernd ausgedrückt, das Bring-Prinzip (von der Vorstufe zur Nachstufe) durch das Hol-Prinzip (Bestellauftrag von der Nachstufe an die Vorstufe). Der Steuerungsimpuls des Leistungsprozesses wird auf diese Weise umgekehrt: er erfolgt nun entgegen der Produktionsrichtung⁸).

Anders gesagt: Der Produktionsprozess wird nicht mehr durch die Menge der verfügbaren Rohmaterialien „getriggert“, sondern durch den Bestellauftrag des Endkunden. Diese strikt nachfragebestimmte Leistungserstellung bezeichnen Womack und Jones als „Pull-Prinzip“ im Gegensatz zum traditionellen „Push-Prinzip“⁹). Push meint hierbei eine Leistungserbringung, bei der Produkte und Dienste ohne das Vorliegen eines konkreten Bedarfs in den Markt hinein „gedrückt“ werden. Wünsche und Bedürfnisse des Kunden werden in diesem System lediglich antizipiert oder prognostiziert, liegen jedoch nicht in Gestalt eines konkreten Bestellauftrags vor. Pull dagegen besagt, daß der Endabnehmer das Produkt oder die Dienstleistung gleichsam aus dem Wertschöpfungsprozess „herauszieht“: Sein Auftrag löst diesen Prozess allererst aus, mit der Folge, daß der Prozess auch wirklich nur das erzeugt, was vom Kunden verlangt wird (und zwar sowohl hinsichtlich Menge und Qualität).

„Ganz einfach ausgedrückt bedeutet Pull (Sog), daß niemand auf einer vorgelagerten Stufe eine Ware herstellen oder eine Dienstleistung erbringen sollte, bevor der nachgelagerte Kunde sie nicht nachfragt.“ (James P. Womack/ Daniel T. Jones: Lean Thinking, Campus 1997, S. 83)

Wendet man dieses Prinzip auf das Kerngeschäft der Bibliothek an, die Versorgung mit Medien und Informationen, so wird klar, daß es um Grundlegendes geht als um die Beschleunigung der Medienbearbeitung, die Verkürzung von Bereitstellungszeiten, Single Sourcing etc. Lean Management in der Erwerbung würde bedeuten, vom - auch noch nicht überall selbstverständlichen - Grundsatz der benutzerorientierten Beschaffung überzugehen zu dem der strikt nachfragedeterminierten Beschaffung. An die Stelle der „antizipierenden“, auf eine potentielle oder gemutmaßte Nutzerklientel berechneten und allenfalls über sporadische Nutzungsanalysen „kalkulierten“ Erwerbung hätte eine Beschaffungspraxis zu treten, die - im Regelfall - ausschließlich auf konkrete Bedarfsmeldungen hin tätig wird.

Um sich auszumalen, wie eine derartige „schlanke Erwerbung“ in Hochschulbibliotheken auszusehen hätte, braucht es nicht viel Phantasie: Sie wäre gewährleistet durch eine nahezu vollständig durch Lehrstühle und Fachbereiche gesteuerte Beschaffungspraxis, wie sie idealtypisch in einschichtigen Bibliothekssystemen realisiert ist. Hier liegt, sieht man auf die einschlägigen Bibliotheksordnungen, die „Zuständigkeit für die Titelauswahl grundsätzlich bei den vorschlagsberechtigten Mitgliedern der Fachbereiche oder Fakultäten ...“, wogegen „dem Fachreferat eine originäre Kompetenz der Literaturauswahl fehlt.“¹⁰

Die vom DBI publizierte Studie „Bestandsaufbau und Erwerbungspolitik in universitären Bibliothekssystemen“ weist jedoch darauf hin, daß de facto

selbst in einschichtigen Systemen dem Fachreferenten breite Handlungsspielräume offenstehen: „Die Umfrage zeigt jedoch, daß der konkrete Vollzug des Bestandsaufbaus in den einschichtigen Bibliothekssystemen trotz der eindeutigen Prärogative der Professoren im Bereich der Monographien ganz entscheidend vom Fachreferat geprägt ist.“¹¹). In einer Vielzahl von Bibliotheken gehen, so die Studie, 75 - 90 % der Bestellungen auf das Fachreferat zurück. Man sieht, die Eigeninitiative der Bibliothek und die Duldung oder das Desinteresse ihrer Klientel ergänzen sich hier zu einer Praxis, die den beschriebenen Ideen eines Lean Management ganz und gar nicht entspricht, und die zudem von den Autoren der DBI-Studie im Sinne der Wahrung der „Gestaltungsmöglichkeit“ des Fachreferats durchaus wohlwollend beurteilt wird¹²). Ein vom Gedanken einer Lean Library begeisterter Bibliothekar müßte dagegen konsequenterweise den Ast absägen, auf dem er sitzt, das heißt die Fachbereiche energisch auffordern, ihren in der Bibliotheksordnung festgeschriebenen Auftrag endlich wahrzunehmen.

Für zweischichtige Bibliothekssysteme kommt die DBI-Studie zu dem „aufschlußreichen, aber nicht ermutigenden“ Ergebnis, daß von 28 befragten Bibliotheken gerade 3 ein schriftlich fixiertes Erwerbungsprofil besitzen, das zur Erwerbungsordination mit den Institutsbibliotheken eingesetzt werden könnte¹³). Hier wird deutlich: Selbst das - keineswegs „schlanke“ - Geschäft der „antizipierenden“ Erwerbung beruht offenbar eher auf Gewohnheit und Mutmaßung als auf klar formulierten Planungsgrundlagen.

„Aggressives Verkaufen“

Die Ergebnisse der DBI-Studie erscheinen um so merkwürdiger, wenn man bedenkt, daß es Hochschulbibliotheken - im Gegensatz zu Stadtbibliotheken - mit einer klar profilierten Nutzergruppe zu tun haben: Hinter jedem Seminar- und Vorlesungsthema stehen die aktuellen Arbeitsschwerpunkte der Professoren und Assistenten, hinter jedem Arbeitsschwerpunkt stehen die langfristigen Forschungsschwerpunkte der Lehrstühle und Institute, hinter diesen wiederum steht das akademische Profil des Fachbereichs und der Gesamtuniversität. Zudem sind die Nutzer nicht „weit weg“, sondern sitzen - ausgerüstet mit Telefon und E-Mail - oft nur wenige Flure vom Fachreferenten entfernt. Taiichi Ohno von Toyota würde in einem derartigen organisatorischen Umfeld geradezu paradiesische Voraussetzungen für seine Strategie des „aggressiven Verkaufens“ sehen.

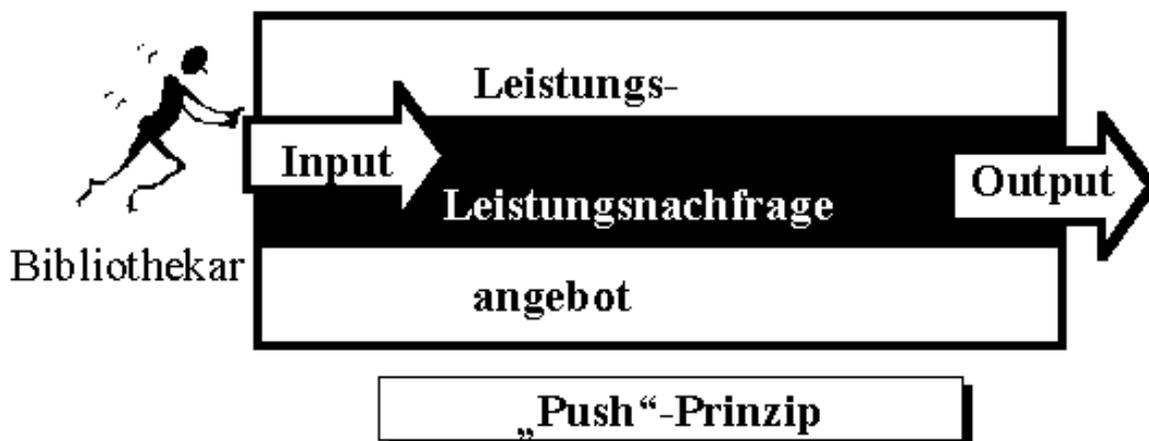
Entsprechend dieser Strategie verbringen die Mitarbeiter im Vertrieb nur wenig Zeit damit, im Autosalon herumzustehen und auf Kunden zu warten. Sie suchen ihre Kunden - sowohl die potentiellen wie auch diejenigen, die bereits ein Auto bei ihnen gekauft haben

- zu Hause auf und informieren sich detailliert über Wünsche und Preisvorstellungen ihrer Klientel. Durch exakt auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Angebote, regelmäßig überreichte Produktinfos, umfassende und beharrlich offerierte Serviceleistungen sowie detaillierte Analysen der Kundendateien wird, wie Womack, Jones und Roos zeigen, eine im Vergleich zu den USA und Europa äußerst langfristige Kundenbindung sowie eine hohe Markentreue erreicht. Die Philosophie des „aggressiven Verkaufens“ läßt sich vielleicht am besten mit dem japanischen Ausspruch „Der einzige Weg, einem Vertreter zu entkommen, von dem man einmal ein Auto gekauft hat, besteht darin, das Land zu verlassen“ wiedergeben¹⁴).

In einer ernsthaft den Titel einer „Lean Library“ reklamierenden Bibliothek müßte der Fachreferent eine vergleichbare Haltung gegenüber seiner professoralen und studentischen Klientel einnehmen. Durch passgenau auf Schwerpunkte in Forschung und Lehre ausgerichtete Neuerscheinungslisten, Rechercheprofile und Current-Contents-Dienste, durch quantitativ und qualitativ spezifizierte Service-Level-Agreements, durch Internet-Dienste, Schu-

lungsangebote etc. hätte er in der Universität permanente Präsenz zu zeigen, ohne jedoch in die Bestellkompetenz der Fachbereiche einzugreifen. In sämtlichen Leistungsbereichen der Bibliothek wären zudem - aufbauend auf einem Mission Statement - die mittel- und langfristigen Ziele der Bibliothek mit den Entscheidungsgremien (Rektorat, Bibliothekskommission, Fachbereichsbeauftragte etc.) zu vereinbaren. Derartige Jahres- und Mehrjahrespläne gewährleisten, daß die Bibliothek exakt nur das leistet, was ihre Klientel von ihr erwartet, und verhindern zugleich, daß sich unabhängig von Nutzerbedürfnissen entwickelte Eigenziele zur Geltung bringen können. „Lean“ sind derartige Zielvorgaben natürlich nur, wenn sie in operationalisierter Form - also mit klaren Termin-, Qualitäts- und Mengenvorgaben - vereinbart werden. Derartig formulierte Ziele könnten beispielsweise folgendermaßen aussehen:¹⁵)

- Jährliche Erhebung der Benutzerzufriedenheit mit den Dienstleistungen; Auswertung und Umsetzung der Ergebnisse bis zur nächsten Erhebung.
- Aufbau eines breiten Multi-Media-Angebotes durch Etatauf-



wendungen proportional zum Multi-Media-Anteil an der wissenschaftlichen Verlagsproduktion.

- Steigerung der Benutzer-schulungen im Bereich neuer Medien um 50% bis zum Termin X.
- Bereitstellung von mindestens 20% aller Benutzerarbeitsplätze als PC-Plätze mit adäquater technischer Ausstattung bis zum Termin X.
- Garantie einer Rückstellzeit entliehener Dokumente von längstens 24 Stunden.
- Jährliche Bedarfsfeststellung zu den Öffnungszeiten; Umsetzung der Ergebnisse innerhalb von drei Monaten.
- Jährliche Qualitätsuntersuchungen anhand ausgewählter Leistungsindikatoren.

Die beschriebenen Strategien der strikt nachfrageorientierten Leistungserstellung bewirken, daß die Bibliothek nur dasjenige erwirbt und ausschließlich die Dienste anbietet, die auch wirklich benötigt werden. Oder anders formuliert: Alles, was angeboten wird, wird auch genutzt. Unter dieser Voraussetzung decken sich Leistungsangebot und Leistungsnachfrage; die tatsächlichen (nicht die potentiellen oder antizipierten) Bedürfnisse der Nutzer bestimmen die Dienste und Angebote der Bibliothek (Pull), anstatt daß diese ihm etwas anbietet, was er unter Umständen nicht oder nicht in dieser Form will (Push)¹⁶).

Eine Bibliothek, die nur dasjenige an Medien und Diensten anbietet, was ihre Nutzer tat-

sächlich nachfragen, wird auch darin „lean“ sein, daß sie die Leistungserstellung mit deutlich verringertem Ressourceneinsatz (Personal, Ausstattung, Raum, Medienbestand) bewältigen kann. Die Differenz zwischen verfügbarem Ressourcenpotential und faktisch genutzten Ressourcen bezeichnet Überkapazitäten, die in Bereiche mit steigender Nachfrage umgelenkt (z. B. zum Aufbau elektronischer Informationsdienste) oder abgebaut werden können. Dieser Aspekt wird in Fachbeiträgen zur „Lean Library“ gern stillschweigend übergangen: Schlank kann eine Organisation nur dann werden, wenn sie bereit ist, die durch strikt nachfrageorientierte Leistungserstellung eingefahrenen Effizienzvorteile auch durch Rationalisierungsmaßnahmen zu „kassieren“:

„Kurz, schlankes Denken ist schlank, weil es einen Weg aufzeigt, immer mehr mit immer weniger zu erreichen - weniger menschliche Arbeit, weniger Equipment, weniger Zeit und weniger Raum -, während man immer besser den Kunden das bereitstellt, was sie wirklich wollen.“ (James P.Womack/Daniel T. Jones: Lean Thinking, Campus 1997, S. 16)

Dokumentlieferung - Just in Time?

Es scheint, folgt man den Verfechtern des Lean Library-Gedankens¹⁷), zumindest einen Leistungsbereich der Bibliothek zu geben, in dem schlanke Prinzipien voll verwirklicht sind: die Dokumentlieferung über Schnellbestellsysteme. Mit Diensten wie JASON und demnächst SUBITO wende sich die Bibliothek tendenziell vom Just-in-Case-Prinzip (Vorhalten von Dokumenten für potentielle Nutzer) ab zugunsten

einer Dienstleistung Just in Time (kurzfristige Bereitstellung nicht vorgehaltener Dokumente auf Bestellung). Nun sind SUBITO und JASON zweifelsohne notwendige und vorbehaltlos zu bejahende Einrichtungen, aber mit den Prinzipien der Lean Production, wie sie oben beschrieben wurden, haben sie kaum etwas gemeinsam. Dies wird sofort deutlich, wenn man das System der Fernleihe einmal aus dem Blickwinkel dieser Prinzipien beschreibt.

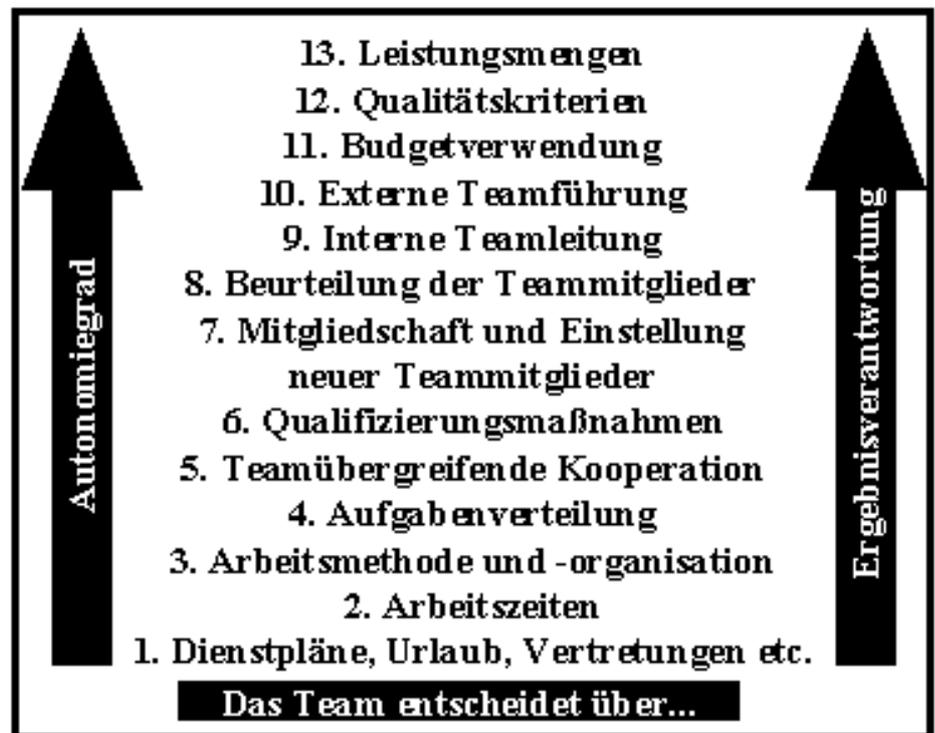
Bibliotheken arbeiten, indem sie ihren Bestandsaufbau an einer potentiellen oder antizipierten Nachfrage orientieren, nach dem Prinzip der extensiven Lagerhaltung: Vieles wird vorgehalten, was den aktuellen Nutzerwünschen nicht oder nicht in ausreichendem Maße entspricht, während manches fehlt, was dringend nachgefragt wird. Wie gezeigt, stellt dieses Vorgehen, folgt man dem Lean-Management-Konzept, einen exemplarischen Fall von muda, Verschwendung, dar. Da jedoch - Glück im Unglück - sämtliche Bibliotheken diese muda betreiben, ist damit zu rechnen, daß immer irgendeines der über das Land verstreuten Lager das besitzt, was in einem anderen - leider weit entfernten - Lager gerade benötigt wird. Folglich beginnt man, ein logistisch komplexes und zeitraubendes Verschiebungssystem zu konstruieren, eben den „roten Leihschein“. Dieses wiederum optimiert man dann, sobald die technischen Möglichkeiten es gestatten, durch elektronische Bereitstellungsverfahren, die gegenüber dem alten Distributionskanal zweifelsohne „lean“ sind, auch wenn ihre Unterhaltung hohe Kosten verursacht (die zudem den Nutzern in Rechnung gestellt werden). Das gesamte System aber ist keineswegs „schlank“: es stellt

keine Beseitigung von muda, eben der ungenügenden Nachfrageorientierung vor Ort, dar, sondern allenfalls ihre Kompensation durch ein Substitutverfahren. Taiichi Ohno würde im System der Dokumentlieferung eher das Bild einer offenbar unendlich reichen Firma sehen, die es sich leistet, überall im Lande völlig unkoordiniert Teilelager zu unterhalten, und die dann ein auf Hochtouren arbeitendes Speditionsunternehmen aufbaut, um das aktuell Benötigte zum Endmontagewerk zu schaffen.

Die oben dargestellten Mechanismen eines „schlanken“ Bestandsaufbaus dagegen würden das Fernleihaufkommen vermutlich stark herunterschrauben - zumindest langfristig. Sofern es verlagsseitig verfügbar ist, wird ja alles, was konkret nachgefragt wird, auch erworben. Der so aufgebaute Bestand ist zwar nicht mehr - gemessen an irgendwelchen Vollständigkeits- oder Relevanzidealen - „gerundet“ oder „repräsentativ“, aber stromlinienförmig den Forschungs- und Lehre-Schwerpunkten des jeweiligen akademischen Umfeldes angepaßt¹⁸): entsprechend ist einerseits mit seiner intensiven Nutzung zu rechnen, während andererseits die Zahl der über das Gebotene hinausgehenden Wünsche vergleichsweise gering sein wird.

Teamstrukturen

In japanischen Automobilfabriken arbeiten circa 70% aller Beschäftigten in Teams¹⁹). Entsprechend spielt die Teamarbeit eine zentrale Rolle im Konzept der Lean Production. Hierbei ist zwischen zwei Formen der Gruppenarbeit zu unterscheiden²⁰). Im Bereich der Fertigung werden in schlanken Unternehmen sogenannte teilautonome Arbeitsgruppen einge-



setzt. Diese Gruppen sind gemeinschaftlich verantwortlich für die Fertigung eines Produktmoduls oder einer bestimmten Systemkomponente. Hierbei sind die Teilaufgaben und Arbeitsschritte nicht fest zugeteilt. Vielmehr müssen die Mitarbeiter in der Lage sein, mehrere oder sogar alle Teilschritte ihres Produktionsabschnitts zu beherrschen (Job Enlargement). Die hierfür notwendigen Fähigkeiten erlangen sie durch regelmäßigen Wechsel der zugeteilten Aufgaben (Job Rotation). Weiterhin erledigen die unmittelbar in der Fertigung eingesetzten Beschäftigten auch solche Arbeiten, die früher anderen Mitarbeitergruppen vorbehalten waren: Wartung und Reparatur der Maschinen, interne Verteilung der Aufgaben, Einleitung von Optimierungsmaßnahmen, Terminplanung und Gewährleistung gleichmäßiger Kapazitätsauslastungen etc. (Job Enrichment).

Die zweite Form der Gruppenarbeit in schlanken Unter-

nehmen geht - was die Gewährung von Autonomie und die Zurechnung der Ergebnisverantwortlichkeit angeht - deutlich weiter. Gemeint sind die sogenannten Produktentwicklungsteams, das heißt aus der „Linie“ herausgelöste, hochspezialisierte Mitarbeiter, die für die Abwicklung eines Projektes, die Etablierung eines neuen Leistungsbereiches etc. verantwortlich sind. Der Teamchef dieser Gruppen (jap. shusa) verfügt im Rahmen des vorgegebenen Projektziels über weitreichende Kompetenzen wie Budgetverwendung, Ressourcenallokation, Einstellung von Teammitgliedern etc. Insbesondere besitzt er Entscheidungskompetenz auch gegenüber den Funktionsabteilungen (Logistik, Fertigung, Marketing etc.), denen die Teammitglieder entstammen. Mit Produktentwicklungsteams wird also eine echte Matrixorganisation in den betroffenen Unternehmensbereichen etabliert, mit eindeutiger Präferenz der Projektlinie gegenüber der Funktionslinie.

Der „Geschäftsgang“ einer Bibliothek, gleichgültig ob ihn nun Print- oder elektronische Medien durchlaufen, unterscheidet sich formal gar nicht so sehr von industriellen Fertigungsprozessen mit ihren verschiedenen Produktionsstufen. Entsprechend geeignet erscheint die Bibliotheksarbeit auch für die Etablierung teilautonomer Arbeitsgruppen. Das „Konstanzer Modell“ hat hier mit der Integration verschiedener Stufen der Medienbearbeitung bereits Perspektiven (und Probleme) aufgezeigt²¹). Die Etablierung neuer Aufgabenfelder, wie sie sich mit dem Konzept der „Virtuellen Bibliothek“ ankündigt, könnte zudem auch autonomen, mit weitreichenden Kompetenzen ausgestatteten Projektteams ein breites Aktionsfeld eröffnen. Bringt man jedoch die teambildenden Organisationsmaßnahmen in eine - hinsichtlich Autonomiegrad und Ergebnisverantwortlichkeit - hierarchisierende Stufenfolge, so wird allerdings auch deutlich, daß das Teamkonzept sich kaum mit der traditionellen Linienorganisation, wie sie für Bibliotheken charakteristisch ist, vereinbaren läßt:

Die teambildenden Maßnahmen des „Konstanzer Modells“ beispielsweise gehen allenfalls bis zur Stufe 6, wohingegen die eigentlich „riskanten“, weil das bestehende Organisationsgefüge destabilisierenden Stufen 7 - 13 bisher meines Wissens im deutschen wissenschaftlichen Bibliothekswesen nirgendwo praktiziert werden. Es sind aber gerade diese Stufen, die die Zurechnung von Kosten- und Ergebnisverantwortlichkeit auf das Team begründen, und erst dieses „Empowerment“ der Teams läßt sie zum entscheidenden Faktor des Leistungsprozesses werden.

Einer auch diese Stufen einbeziehenden Realisierung der Teamarbeit in der Bibliothek stehen jedoch nicht nur die bekannten tarif- und arbeitsrechtlichen Beschränkungen entgegen²²). Sie würde darüber hinaus auch eine grundsätzliche Abkehr vom Individualprinzip in der Beschreibung, Beurteilung und „Belohnung“ von Leistungen erfordern. Nicht die Tätigkeit eines Einzelnen, sondern nur die gemeinschaftliche Leistung der Gruppe kann, wenn Teamarbeit konsequent realisiert wird, zum Gegenstand der Bewertung und Honorierung (oder Sanktionierung) gemacht werden. Taiichi Ohno hat dies in einem prägnanten Bild ausgedrückt, „eine meiner Lieblingsgeschichten über ein Boot, das von acht Mann gerudert wird, vier auf jeder Seite. Wenn sie nicht richtig rudern, fährt das Boot im Zickzack. Ein Ruderer fühlt sich vielleicht stärker als sein Nachbar und rudert doppelt so schnell. Diese besondere Anstrengung stört aber den Takt und lenkt das Boot vom Kurs ab. Die beste Art, das Boot vorwärts zu treiben, besteht darin, daß alle mit gleicher Kraft rudern und dabei das Ruder gleich tief eintauchen.“²³)

Vor allem aber ist hervorzuheben, daß Teamarbeit an sich noch keineswegs zum Konzept des Lean Managements zählt. Diskussionen um das Für und Wider teambildender Maßnahmen wurden ja bereits lange vor seinem Aufkommen geführt, und zwar im Rahmen der Bemühungen um eine „Humanisierung der Arbeitswelt“. Hier werden vor allem die motivationalen Aspekte sowie die erwarteten Synergieeffekte (Teamentleistung geht über die Summe der Einzelleistungen hinaus) von Teamstrukturen untersucht. „Lean“ wird Teamarbeit aber erst,

wenn die durch sie ermöglichte Enthierarchisierung des herkömmlichen Organisationsaufbaus auch konsequent praktiziert wird. Sieht man auf die abgebildete Stufenfolge, so zeichnet sich Teamarbeit in ihrer Vollform durch die weitgehende Reintegration dispositiver und ausführender Tätigkeiten aus - mit der Folge, daß weite Teile des sogenannten „mittleren Managements“ überflüssig werden (wobei jeder für sich selbst entscheiden mag, welche Funktionen einer Bibliothek hierzu zählen mögen)²⁴). H. Takeuchi und I. Nonaka haben in ihrem Aufsatz „The New Product Development Game“ (1986) die dehierarchisierenden Effekte entwickelter Teamstrukturen eindrucksvoll beschrieben. Sie zitieren beispielweise einen Top-Manager, der die ihm verbliebene Rolle folgendermaßen beschreibt: „We open up our purse but keep our mouth closed²⁵). Analog zur oben gegebenen Darstellung der Leistungserstellung nach dem Pull-Prinzip zeigt sich erneut, daß die Etablierung schlanker Konzepte immer auch die Entscheidung impliziert, erreichte Rationalisierungsgewinne in Kapazitätsumschichtungen oder Kapazitätsabbau umzusetzen. Ansonsten wird die vermeintliche „Lean Library“ zwar vielleicht „wirtschaftlicher“ und „effizienter“ arbeiten, aber eben nicht „lean“.

Lean Management: Fitnessprogramm oder Hungerkur?

Betrachtet man die Prinzipien einer „schlanken“ Bibliotheksarbeit, so wird klar, daß ihnen eine Sprengkraft innewohnt, die deutlich über das hinaus geht, was derzeit unter dem Etikett der „Lean Library“ gehandelt wird. Zugleich zeigt sich aber auch, daß die uneingeschränkte Anwendung dieser Prinzipien die Leistungsfähigkeit

einer Bibliothek auch gefährden kann, und zwar in folgenden Bereichen:

- Wird die Erwerbungspolitik ausschließlich durch die Fachbereiche bestimmt, drohen empfindliche Bestandslücken; im Extremfall ist nicht einmal gewährleistet, daß zumindest die Grundlagenliteratur der Fächer vorgehalten wird.
- Verändern sich die Schwerpunkte in Forschung und Lehre, werden unter Umständen umfangreiche Nachbeschaffungen notwendig; sind diese verlagsseitig nicht mehr verfügbar, wird erneut der Leihverkehr belastet.
- Trotz intensiver Unterstützung seitens der Bibliothek droht die Gefahr, daß die Fachbereiche mit der Aufgabe der dauernden Sichtung des Medienangebotes überfordert sind; die Folge wäre eine zufällige und planlose Beschaffungspraxis.
- Der Literatur- und Informationsbedarf der Lehrstühle ist nicht zwangsläufig identisch mit dem der Studierenden; eine durch die Professorenenschaft bestimmte Beschaffung kann folglich zu Einbrüchen bei der studentischen Grundversorgung führen.

Diesen Gefahren stehen andererseits bedeutende positive Möglichkeiten, die mit einer schlanken Bibliotheksarbeit verbunden sind, gegenüber:

- Die strikt nachfragedeterminierte Leistungserstellung verlangt eine weit geringere Vorhersagegenauigkeit als die „antizipierende Beschaffung“ für „potentielle“ Nutzer

- Die Verlagerung von Entscheidungskompetenzen und Verantwortlichkeiten auf die unmittelbar in die Leistungserstellung involvierten Mitarbeiter ermöglicht einen deutlich verbesserten Benutzerservice.
- Die nachfragebestimmte Erwerbung gewährleistet eine intensive Bestandsnutzung bei gleichzeitig verringerter Bestandsgröße.
- Die Bibliothek wird enger an die Fachbereiche angebunden.
- Insgesamt zeichnet sich die schlanke Leistungserstellung durch eine optimale Kapazitätsauslastung aus (Bereitgestelltes Leistungsangebot = genutztes Leistungsangebot)

Angesichts der angedeuteten Vorzüge und Nachteile mag jeder selbst entscheiden, ob die Anwendung schlanker Prinzipien auf Bibliotheken einer Hungerkur oder aber einem Fitnessprogramm gleichkommt. In jedem Fall aber sollte man, bevor man Lean Management propagiert (oder diskreditiert), wissen, worauf man sich einläßt.

Der Artikel „Toyotismus in der Bibliothek“ erschien zuerst in Bibliotheksdienst Heft 8, 97.

Autor



Klaus Ceynowa, geb. 1959, studierte Philosophie, Germanistik, Geschichte und Erziehungswissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und promovierte dort mit einer Arbeit über die Ursprünge des philosophischen Pragmatismus. Als wissenschaftlicher Bibliothekar arbeitete er von 1995 bis 2001 als Direktionsreferent und Leiter der Erwerbungs- und Katalogisierungsabteilung an der Universitäts- und Landesbibliothek Münster, in den Jahren 2002 bis 2005 als stellvertretender Direktor an der Göttinger Staats- und Universitätsbibliothek. Seit 2005 ist er Stellvertretender Generaldirektor der Bayerischen Staatsbibliothek in München, seit 1. April 2015 ihr Generaldirektor. Er ist unter anderem federführend für die Innovationsprojekte der Bayerischen Staatsbibliothek verantwortlich. Dazu zählen zum Beispiel 3D-Internet-Applikationen, ScanRobotics, Massendigitalisierung und digitale Langzeitarchivierung, Visual Search, Mobile Applikationen, Gesture-Based-Computing und das Kulturportal bavarikon. Klaus Ceynowa ist Mitglied zahlreicher Gremien und Kommissionen des deutschen und internationalen Bibliothekswesens.

- 1) Halle, Axel: Von der Entschlackung zur schlanken Bibliothek, BIBLIOTHEKSDIENST 30 (1996), S. 1887-1906. Happel, Hans-Gerd: Was ist eine Lean Library?, ZfBB 43 (1996), S. 9-21. Huesmann, Anna-Maria: Lean Service – ein Modell für wissenschaftliche Bibliotheken?, ABI-Technik 16 (1996), S. 347-362.
- 2) Bösenberg, Dirk/Metzen, Heinz: Lean Management. Vorsprung durch schlanke Konzepte. Landsberg/Lech: Verlag Moderne Industrie, 5. Aufl. 1995, S. 8.
- 3) Vgl.: Ohno, Taiichi: Das Toyota-Produktionssystem. Frankfurt/M.: Campus 1995.
- 4) Vgl. die Beiträge des Bandes „Toyotismus in Europa. Schlanke Produktion und Gruppenarbeit in der deutschen und französischen Automobilindustrie“. Hg. Von Leo Kißler, Frankfurt/M.: Campus 1997.
- 5) Dt. Übersetzung: Womack, James P./Jones, Daniel T./Roos, Daniel: Die zweite Revolution in der Autoindustrie. Konsequenzen aus der weltweiten Studie aus dem Massachusetts Institute of Technology. Frankfurt/M.: Campus, 8. Aufl. 1994.
- 6) Dt. Übersetzung: Womack, James P./Jones, Daniel T.: Auf dem Weg zum perfekten Unternehmen (Lean Thinking). Frankfurt/M.: Campus, 1997.
- 7) Zum KANBAN-System vgl.: Wildemann, Horst: KANBAN-Produktionssteuerung. Leitfaden zur Einführung des Hol-Prinzips. München: TCW Transfer-Centrum Verlag, 5. Aufl. 1997; Türke, Dieter: Das KANBAN-System aus Japan oder wie man fast lagerlos fertigt. Nürnberg: Verlag Wissen + Praxis, 4. Aufl. 1986.
- 8) Vgl. Adam, Dietrich: Produktions-Management. Wiesbaden: Gabler, 8. Aufl. 1997, S. 648ff.
- 9) Womack/Jones: Auf dem Weg zum perfekten Unternehmen (Lean Thinking), S. 83-111.
- 10) - 13) Griebel, Rolf/Werner, Andreas/Hornei, Sigrid: Bestandsaufbau und Erwerbungspolitik in universitären Bibliothekssystemen. Berlin: Deutsches Bibliotheksinstitut, 1994 (dbi-Materialien 134), S. 15, 16, 17, 75.
- 14) Vgl. Womack/Jones/Roos: Die zweite Revolution in der Autoindustrie, S. 196.
- 15) Die Beispiele sind der „Zielvereinbarung 1997-1999“ zwischen dem Rektorat der Westfälischen Wilhelms-Universität und der Universitäts- und Landesbibliothek Münster entnommen.
- 16) Dem Übergang von Push zu Pull entspricht finanzpolitisch die Ablösung der inputorientierten durch die outputorientierte Steuerung. Es ist klar, daß eine strikt nachfrageorientierte Leistungserstellung weitgehende Freiheit des Haushaltsvollzugs voraussetzt, insbesondere die Aufhebung des Jährlichkeitsprinzips.
- 17) Vgl. zum Beispiel: Hobohm, Hans-Christoph: Vom Leser zum Kunden. Randbedingungen der Nutzerorientierung im Bibliotheksbereich. ZfBB 44 (1997), S. 267f.
- 18) Zu dieser Umorientierung paßt gut, daß die Direktion japanischer Bibliotheken aus der Professorenschaft auf Zeit gewählt wird. Vgl.: Welch, Theodore F.: Libraries and Librarianship in Japan. Westport: Greenwood Press, 1997, S. 68ff.
- 19) Vgl. Womack/Jones/Roos: Die zweite Revolution in der Autoindustrie, S. 97.
- 20) Vgl. zum folgenden: Born, Marius/Eiselin, Stefan: Teams – Chancen und Gefahren. Grundlagen und Anwendung am Beispiel von Lean Management. Bern: Huber 1996, Kapitel 9.
- 21) Vgl. Franken, Klaus: Von der Abteilung zum Team: Vorbereitung und Durchführung der im Jahre 1985 an der Bibliothek der Universität Konstanz durchgeführten Änderung der internen Verwaltungsstruktur. In: Bibliotheken in alten und neuen Hochschulen: 82. Deutscher Bibliothekartag in Bochum 1992. Hg. von Hartwig Lohse. Frankfurt/M.: Klostermann, 1993, S. 333-347.
- 22) Sehr hilfreich hierzu (trotz der Beschränkung auf den privaten Sektor): Herlitzius, Stephan: Lean Production – Arbeitsrechtsfragen bei Einführung und Gestaltung von Gruppenarbeit. Berlin: Berlin Verlag, 2. Aufl. 1997.
- 23) Ohno, a.a.O., S. 50.
- 24) Wer derartigen Überlegungen skeptisch gegenübersteht, findet unterstützende Argumente bei Stefan Kühl: Wenn die Affen den Zoo regieren. Die Tücken der flachen Hierarchien. Frankfurt/M.: Campus, 1994.
- 25) Takeuchi, Hirotaka/Nonaka, Ikujiro: The New Product Development Game. Harvard Business Review 1986, S. 139. Der Aufsatz zählt zu den „Klassikern“ der Lean-Management-Bewegung.

Unser Motto: „Medien, Marketing, Technologie“.

Das Informationsangebot des DIGITAL PUBLISHING REPORT hat sich in den letzten vier Jahren nachhaltig bei B2B-Entscheidern etabliert, die Marke „dpr“ hat einen enorm hohen Bekanntheitsgrad. Und das inzwischen weit über die klassische Medienbranche hinaus. Denn der digitale Wandel konzentriert sich nicht nur auf ein Branchensegment. Wir bieten Know-how und praktisches Umsetzungswissen mit unserem „Informationsangebot zur digitalen Transformation von Medien, Marketing & Kommunikation“.

dpr #01/2021
DIGITAL-PUBLISHING-REPORT.DE

Magazin für Medien, Marketing & Technologie



Lokal(er) denken, mutiger handeln
Die dpr-Initiative „Lokalmedien 2025“

Content für den mobilen Zugriff
Von Mobiler Website über PWAs bis Apps – die Grundlagen

Was nach dem Newsroom kommt
Der Digital Workspace löst den alten Newsroom ab

Virtueller Assistent und Service-Tool
Chatbots als innovatives Kommunikationswerkzeug

dpr #02/2021
DIGITAL-PUBLISHING-REPORT.DE

Magazin für Medien, Marketing & Technologie



Clubhouse: Mehr als nur Hype?
Hintergründe, Umfragen, Einschätzungen

Mega-Trend Newsletter
Fünf Gründe, warum der Hype berechtigt ist

Personalarbeit und Corona
Digitale Prozesse, virtuelle Unternehmen und eine Umfrage

Chancen durch Plattform-Business
Two-Sided-Plattformen und Geschäftsmodelle

dpr #03/2021
DIGITAL-PUBLISHING-REPORT.DE

Magazin für Medien, Marketing & Technologie



Fünf innovative Medienformate ...
... die Sie 2021 ausprobieren sollten!

Marken und Verlage
Welche Rolle spielt heutzutage Markenkommunikation?

Video-Plattform Twitch im Marketing
Der Digital Workspace löst den alten Newsroom ab

Systemisches Scheitern?
Zur Situation der Lokalzeitungen

dpr #04/2021
DIGITAL-PUBLISHING-REPORT.DE

Magazin für Medien, Marketing & Technologie



Ideen für die Zukunft der Lokalnachrichten

User Navigation in Webshops
Welche Rolle Nutzerführung im E-Commerce

Customer Data Platform
Intelligentes Robotic Selling mit Customer Data Platform

Paid-Newsletter Update
Plattformen für Paid-Content-as-a-Service

Einmal monatlich kostenlos in Ihrem E-Mail-Postfach!