

werden. Für Deutschland wäre ein erster Schritt der Aufbau eines »Gelbe Seiten«-Verzeichnisses für Dienste im Bereich der wissenschaftlichen Information. Die primäre Zielgruppe wären Bibliotheken und andere Anbieter wissenschaftlicher Informationsdienste.

Eine zentrale Anbindung wäre möglich, zum Beispiel bei Vascoda, dem Digital Library Forum oder dem Kompetenznetzwerk Bibliotheken. Eher zu empfehlen wäre der kooperative Aufbau einer Plattform, die im Sinne von Wikis und Weblogs dezentral gepflegt wird. Lediglich gewisse Standards wären zu definieren. Verzeichnete Dienste können kostenfrei oder gegen Gebühr angeboten werden, abhängig auch davon, ob ihre Entwicklung öffentlich gefördert wurde oder nicht. Das Internet hat Konzepte wie »powered by XY« oder »provided by ABC« eingeführt. Diese können durch Bibliotheken kreativ angewendet werden. Eine lokale Bibliothek erstellt dann einen Service-Katalog, der auf die jeweilige Klientel abgestimmt ist und entschei-

Die wissenschaftlichen Bibliotheken 2007 haben die Möglichkeit, ein modernes, flexibles und dazu dezentral organisiertes System der Service-Bereitstellung aufzubauen.

det anschließend, ob sie einzelne Dienste selber entwickelt und anbietet oder ob sie externe Dienste hereinnimmt.

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft unterhält seit vielen Jahren das System der überregionalen Literaturversorgung durch Sondersammelgebietsbibliotheken. Die wissenschaftlichen Bibliotheken 2007 haben die Möglichkeit, ein modernes, flexibles und dazu dezentral organisiertes System der Service-Bereitstellung aufzubauen. Dieses würde sowohl dem föderalistischen Gedanken der Bundesrepublik, der Grundstruktur des Internet und neuerdings dem Anspruch von technischen Grid-Systemen entsprechen. Gefragt ist ein grundsätzliches Umdenken der Verantwortlichen in den einzelnen Bibliotheken, überregionalen Zentren und bei Förderorganisationen. Die Realisierung ist möglich, wenn man nicht länger auf tradierte Servicekonzepte setzt, die den Anbieter in den Mittelpunkt stellen. Services vom Nutzer her denken wird damit mehr als ein Schlagwort: Es öffnet den Blick für grundsätzlich neue Strukturen bibliothekarischer Dienste auch auf nationaler Ebene.

Christian Hasiewicz

Mehr Mut zu neuen Angeboten

Digitale Dienste in Öffentlichen Bibliotheken – Erwartungen und Möglichkeiten

Einleitung

Unsere Welt ist digital geworden. Wörter wie Download, Megapixel oder Gigabyte haben ihren Einzug in den allgemeinen Sprachgebrauch gehalten, die Suchmaschine Google hat es gar zum Verb gebracht: »Gegoogelt«, also via Internet nach Informationen über eine Person recherchiert, wird sowohl von Jugendlichen vor einem Rendezvous wie auch von Personalreferenten vor Einladung eines Jobkandidaten.

Man telefoniert über das Internet (»Voice over IP«), man erledigt seine Bankgeschäfte und Einkäufe elektronisch, ja, in einer Reihe von Werbespots für den größten deutschen Internetanbieter behaupten dessen Kunden gar, *sidebitten* online. Wie dem auch sei: Die technologische Entwicklung mit ihren Möglichkeiten, insbesondere des World Wide Web, prägt das Leben in vielen Bereichen, so auch das Verständnis des Einzelnen für Dienstleistungsqualität, die sich im Internet durchaus doppelbödig zeigt. Einerseits ist man als Internetnutzer gewohnt, mehr selbst zu erledigen (Online-Banking und die Verbindungsrecherche der Bahn über Internet sind nichts anderes als Verlagerung der Dienstleistung vom Anbieter auf den Kunden), zugleich gibt es aber auch die »Belohnung« in Form einer unmittelbaren Reaktion: Das Geld wurde überwiesen, die Bahnverbindung wurde gefunden.

Auch bei Google wird man belohnt – irgendetwas findet man immer, wenn auch vielleicht nicht das Gesuchte; nicht von ungefähr hat die Suchmaschine einen Button »Auf gut Glück«. Die einfache Bedienbarkeit dieser weltweit meistgenutzten Informationsschnittstelle weckt nach wiederholter Nutzung die implizite Erwartung, dass alle anderen Zugänge zu Informationen ebenso leicht handhabbar sein mögen. Sich durch systematische Kataloge wie Yahoo zu klicken ist für viele »out«.

Man mag als Informationsspezialist angesichts eines solchen Nutzungsverhaltens einen Mangel an Medienkompe-

tenz konstatieren und über Gegenstrategien nachdenken. Zunächst einmal gilt aber: Die Menschen, die von der heutigen, vermeintlich so einfachen und dann doch irgendwie sehr komplizierten, digitalen Umwelt geprägt werden, sehen Bibliotheken mit anderen Augen! So wie die kundenorientierte Gestaltung moderner Buchhandlungen auch die Erwartungen an Bibliotheken steigert, ein entsprechendes Ambiente zu schaffen, so setzen moderne Internetangebote einen Standard bei Servicequalität und Bedienbarkeit, der auch die Maßstäbe beeinflusst, die an entsprechende Bibliotheksangebote gelegt werden – selbst wenn nicht alle Kunden mit so hohen Ansprüchen in die Bibliothek kommen. Aber so wie die wenigsten Menschen das Handbuch zur Software lesen, sondern diese lieber direkt ausprobieren, so gibt es auch die illegitime Erwartung des von der Informationsflut gestressten Bibliothekskunden, die Bibliothek möge sich ebenfalls gleichermaßen explorativ erschließen lassen.

Die Erwartung von außen und die Konkurrenz, in der Bibliotheken heute stehen (Warum wurde »Search inside the Book« von Amazon entwickelt und nicht von Bibliotheken?), ist die eine Seite. Das andere sind die verführerischen Möglichkeiten und Chancen, die sich für Bibliotheken durch die »neuen« Medien ergeben. Online-Datenbanken zu diversen Themen, virtuelle Expertennetzwerke, Kommunikation mit Bibliothekskunden via E-Mail und Chat – das alles erweitert den Spielraum der Bibliothek und bietet die Chance, sich als Akteur in der Informationsgesellschaft zu positionieren, der die digitalen Möglichkeiten nutzt und bereitstellt.

Grundausrüstung für das digitale Zeitalter

Fragt man nach dem Status quo des Entwicklungsstands, lässt sich zunächst sagen: Die Öffentlichen Bibliotheken haben in den letzten fünf Jahren die elektronische Herausforderung durchaus angenommen. Die Phase dessen, was man als »Bibliotheksautomatisierung« bezeichnet, die Umstellung der bibliothekarischen Geschäftsprozesse auf EDV und die Überführung der Katalogdaten in digitale Form, kann man als weitgehend abgeschlossen bezeichnen. Die Grundausrüstung für das digitale Zeitalter – Webauftritt, Opac, E-Mail-Erreichbarkeit und Internetzugänge – ist da.

Die Basis dafür wurde in Initiativen der technischen Ausstattung und der



Qualifizierung geschaffen: Im Rahmen des Projektes »Medienkompetenzzentren in Büchereien« des BMBF wurden im Jahr 2000 über 1 200 Bibliotheken mit PCs und Internetzugängen ausgestattet. Beginnend im gleichen Jahr haben sich bis heute über 5 000 Bibliotheksmitarbeiterinnen und -mitarbeiter über das E-Learning-Angebot »bibweb – das Lernforum für Bibliotheken«² von Bertelsmann Stiftung und ekz.bibliotheksservice fortgebildet. Waren 1999 erst etwa 30 Prozent der Bibliotheken im Internet präsent, ist diese Zahl laut der Webseite »Deutsche Bibliotheken online«³ des Hochschulbibliothekszentrums NRW

Die Öffentlichen Bibliotheken haben in den letzten fünf Jahren die elektronische Herausforderung durchaus aufgegriffen.

deutlich gestiegen – mittlerweile dürften die meisten der hauptamtlich geführten Bibliotheken in Deutschland online sein. Und auch die Möglichkeit, das Internet über Zugänge in der Bibliothek zu nutzen, ist heute, neun Jahre nachdem die Stadtbibliotheken Gütersloh und Paderborn 1996 die ersten Öffentlichen Bibliotheken mit Internetcafé waren, beinahe selbstverständlich geworden.

1 Übertragbar auf Deutschland ist hier sicher ein Befund aus Australien: »Australien, eine der computerbewusstesten Nationen mit wohl der höchsten Internetnutzung pro Kopf der Bevölkerung, spricht von einer neuen Generation von Nutzern, die als »e-generation« (oder in den USA als »Me Generation«) bezeichnet wird, sich durch gute Computerkenntnisse, wenig Zeit und den Wunsch nach Bequemlichkeit auszeichnet und von der Edward Lim, Universitätsbibliothekar an der Monash University behauptet, dass sie »den Wandel der Bibliotheken von realen zu virtuellen Organisationen erzwingen werden, weil ihre »Loyalität nur so lange anhält, wie sie den Service bekommen, den sie wollen.« (Chia/Garcia, Personalisierung von Services – Herausforderungen an öffentliche Bibliotheken. Gütersloh 2002, Seite 13)

2 www.bibweb.de

3 www.hbz-nrw.de/produkte_dienstl/germlst/Ebiblio.html

4. Siehe hierzu zum Beispiel »Öffentliche Bibliotheken auf dem Weg in die Informationsgesellschaft – neue Entwicklungen und Angebote« von Horst Neißer, 2003. Im Internet unter: www.goethe.de/os/hon/dei03-1.htm

5 www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-0A000F0A-FBD5F654/stiftung/EinflussvirtuellerMediendt.pdf

Parallel dazu hat in der fachlichen Diskussion eine Standortbestimmung zumindest ansatzweise stattgefunden. Prominente Stichworte waren dabei unter anderem die Bibliothek als »Navigator«⁴, die dem Kunden die neuen Informationsquellen auf bewährt qualitativ hohem Niveau zugänglich macht, sowie der Gedanke der »hybriden Bibliothek«, welche gedruckte und digitale Medien kombiniert und im Gegensatz zu rein virtuellen Bibliotheken auch als Ort weiterhin eine Rolle spielt. Die Diskussion wechselte im weiteren Verlauf von Grundsatzfragen sehr rasch zu rein praktischen Fragestellungen, die in ebenfalls digital gewordenen Foren wie Inetbib leidenschaftlich diskutiert wurden: Soll und muss man Filtersoftware einsetzen? Ist Chatten oder der Abruf von E-Mails in der Bibliothek zu erlauben? Wie viel Gebühr kann man von Kunden für die Nutzung des Internetzugangs verlangen?

Auf dem Weg zu elektronischen Mehrwertdiensten

Währenddessen ist die technische Entwicklung vorangeschritten, die Ansprüche der Kunden sind gewachsen und der Legitimationsdruck, warum es auch im Zeitalter des Internet noch Bibliotheken geben muss, hat zumindest in Deutschland nicht nachgelassen. Schon aus all diesen Gründen erscheint es dringend geboten, beim gegenwärtigen Status quo nicht stehen zu bleiben. Erforderlich ist es nun, Mehrwertdienste zu entwickeln, durch die Bibliotheken ein Alleinstellungsmerkmal gewinnen, das sie im Wettbewerb der Informationsanbieter bestehen lässt. Die Funktion als reines Internetcafé hat heute, angesichts der zunehmenden Zahl günstiger Zugänge allerorts, an Kundenbindungskraft verloren. Das Angebot an DVDs, CDs und Software ist sicher ein beliebter, aber auch schon ein gewohnter Service. Insofern stellt sich die Frage, welche Angebote eine Bibliothek denn auf Basis der neuen digitalen Möglichkeiten entwickeln soll.

Vier Faktoren, die hier betrachtet werden sollen, sind:

- Die Entwicklung elektronischer Services in Abhängigkeit von der strategischen Gesamtausrichtung
- Mehrwert durch exklusive Inhalte
- Bessere Kundenansprache durch Personalisierung
- Die Möglichkeit von »Convenience Services«, also Services, die dem Kunden die Nutzung der Bibliothek erleichtern.



Christian Hasiewicz ist Projektmanager in der Bertelsmann Stiftung und Herausgeber der Publikationsreihe »Bibliothek 2007 – Aktionsplan für eine zukunftsfähige Bibliothek«; Kontakt: christian.hasiewicz@bertelsmann.de

Entwicklung elektronischer Services in Abhängigkeit von der strategischen Gesamtausrichtung

Welche Services sinnvoll sind, müssen Bibliotheken in Zusammenhang mit ihrer strategischen Gesamtausrichtung entscheiden. Öffentliche Bibliotheken, die Abschied nehmen vom obsoleten und unrealistischen Anspruch des universellen Angebots haben für ihre strategische Fokussierung verschiedene Rollenoptionen. Vier davon nennen Henk Das, Maija Berndtson und Rolf Hapel in ihrer Publikation »Einfluss virtueller Medien auf die physische Bibliothek«⁵:

- Das »Zentrum für offenes Lernen«
- Das »Kulturcafé«, also die Bibliothek als kultureller Wohlfühlort
- Das »Gemeindezentrum«
- Die »Info-Tankstelle«.

Diese unterschiedlichen Ausrichtungen implizieren jeweils unterschiedliche elektronische Services.

Die Einrichtung eines Lernzentrums in der Bibliothek beziehungsweise die Weiterentwicklung der ganzen Bibliothek zu einem Lernzentrum erscheint als eine der aussichtsreichsten Optionen, mit der für die Bildungslandschaft vor Ort ein wertvolles Angebot geschaffen werden kann. Allein schon bedingt durch den demographischen Wandel wird die Zahl von Menschen zunehmen, die altersbedingt die tradierten Bildungsinstitutionen verlassen haben und zugleich weiterhin einen akuten Lernbedarf mitbringen. Für diese Klientel oder auch für Jugendliche im Übergang zum Beruf und weitere Zielgruppen Selbstlern- und Beratungsangebote zu entwickeln, erscheint als eine zukunftsrichtige Aufgabe für Bibliotheken.

Ausstattung und Services eines Lernzentrums sind ganz auf die Unterstützung selbstgesteuerten Lernens angelegt. Eine ausreichende Zahl von PCs mit Breitbandzugang, die mit Lern- und Officeware ausgestattet sind, sowie

ein Wireless LAN zur Möglichkeit der Nutzung des eigenen Laptops sind ein Bestandteil eines elektronischen Lernarrangements. Ein weiterer sind Annotationen zu Lernmaterialien (physisch wie virtuell), vertikale Portale (also Linklisten zu bestimmten Schwerpunktthemen) sowie beratende Unterstützung vor Ort oder via E-Mail-Auskunft und Chat. Zwei Beispiele für Lernzentren innerhalb einer Bibliothek sind die E-Lernbar⁶ der Zentral- und Landesbibliothek Berlin und das Lernstudio der Stadtbibliothek Würzburg⁷.

Die Ausrichtung der Bibliothek als *Kulturcafé*, als kultureller Wohlfühlort, kann an einigen Orten aufgrund der lokalen Gegebenheiten sinnvoll sein, entspricht aus Sicht des Autors insgesamt aber eher einem traditionellen Bild der Bibliothek. Eine das Lernen unterstützende Technik und entsprechende Software sind weniger gefragt, allerdings »ergibt sich die Forderung nach einem modernen automatischen Bibliothekssystem in Verbindung mit Selbstverbuchungsstationen für die Ausleihe und die Rückgabe«. (Henk Das u.a., Seite 13)

Interessant, gerade in kleineren Orten, ist die Option der Bibliothek als *Gemeindezentrum*. In diesem Fall fungiert die Bibliothek als niedrigschwellige Begegnungsstätte und bietet Bürgern Beratung, Unterstützung und Foren, in die sie sich einbringen können. Auf digitaler Ebene findet diese Option sein Pendant in der Möglichkeit, dass die Bibliothek wichtige lokale und regionale Informationen bereitstellt und so als kommunaler Informationsdienstleister fungiert.

Der Begriff der *Informationsstankstelle* schließlich enthält auch schon das Konzept: Die Bibliothek bietet Zugriffspunkte, über die man als Kunde kurzfristig und unkompliziert Informationen »saugen« kann.⁸

In der Praxis werden sich diese Ausprägungen wohl eher kombiniert finden als in exklusiver Reinform. Dennoch sind diese Optionen wichtig als Wegmarken hin zu einer klareren Fokussierung, die Abschied vom Ziel nimmt, die Bibliothek müsse alles für alle bieten.

Mehrwert durch exklusive Inhalte

Das Internet spaltet sich in zwei Teile: Einen kostenlos verfügbaren Teil und einen anderen, dessen Inhalte nur gegen Bezahlung zugänglich sind. Beide Teile entwickeln sich weiter. Einerseits wird mehr und mehr »Content« als Bezahlinhalt bereitgestellt. Ein Beispiel dafür

ist die Encyclopedia Britannica⁹, die ihre elektronische Version anfänglich kostenlos ins Netz gestellt hat, aber bald dazu übergegangen ist, Zugang nur noch zahlenden Nutzern zu gewähren. Auch Zeitschriften wie »Der Spiegel« oder Informationsportale wie T-Online bieten »Teaser«, also appetitmachende Informationshäppchen frei an und sind darüber hinaus nur gegen Geld zugänglich.

Andererseits existieren und entstehen im World Wide Web sehr beachtenswerte frei zugängliche Angebote, zum Beispiel Wikipedia¹⁰, eine frei zugängliche Online-Enzyklopädie von ernstzunehmender Qualität, Datenbanken wie die Internet Movie Database¹¹ oder auch Expertennetzwerke wie *Wer-weiss-was.de*. Auch die Open Access-Bewegung im Bereich wissenschaftlicher Informationen sorgt für eine wachsende Zahl von frei zugänglichen Quellen.

Für beide Seiten des Internet gilt: Diese Inhalte müssen erst einmal gefunden werden. Nur gegen Registrierung

In Bezug auf Bibliotheken läuft Personalisierung in der internationalen Diskussion unter dem Stichwort »MyLibrary«.

zugängliche Inhalte lassen sich nicht so ohne weiteres via Google und anderer Suchmaschinen aufstöbern. Für dieses Phänomen wurde der Ausdruck des »Invisible Web« oder »Deep Web« geprägt. Es sollte bei jeder Schulung zum Thema Internet deutlich gemacht werden, dass die acht Milliarden über Suchmaschinen indixierten Internetseiten zwar eine beeindruckende Zahl sind, dass aber eine Vielzahl von Informationen nicht darüber gefunden wird – entweder, weil niemand bisher daran Interesse hatte, diese Informationen ins Netz zu stellen, weil sie für die Roboter von Suchmaschinen unzugänglich sind oder aber auch, weil die Urheber oder Rechteinhaber dieser Informationen ein Interesse daran haben, für die Nutzung vergütet zu werden. Dies gilt zum Beispiel für aktuelle E-Books, Hörbücher in MP3-Format, elektronische Zeitschriftenartikel und -archive, Online-Nachschlagewerke, eine Vielzahl von Datenbanken und so weiter.

Des einen Leid ist des anderen Freud: Der für den Heimnutzer nicht verfügbare Teil des Internet ist die Chance der Bibliotheken. Einen Mehrwert können Bibliotheken für ihre Kunden dadurch erreichen, dass sie sie im Rahmen von Einfüh-

rungen und Kursen auf die Existenz der Informationen jenseits von Google hinweisen, dass sie ihnen den Zugang dazu ermöglichen und dass sie diesen Service offensiv bewerben. Diese Kombination aus Zugang zu exklusiven Inhalten plus Unterstützung beim Auffinden ist ein echtes Alleinstellungsmerkmal, mit dem die Bibliothek ihre Rolle als Informationsspezialist im digitalen Zeitalter untermauern kann.

Dies hat die Stadtbibliothek Köln schon seit längerem aufgegriffen und einen Recherchedienst¹² ins Serviceangebot der Bibliothek aufgenommen. Für 10 bis 30 Euro können Kunden in 13 000 Datenbanken recherchieren lassen, das Ergebnis wird ihnen bereits am nächsten Tag zur Verfügung gestellt.

Ein exklusiver Inhalt kann durchaus auch die besonders einfache Zugänglichmachung von hochwertigen, frei verfügbaren Informationsquellen sein, wie sie über die Deutsche Internetbibliothek¹³ stattfindet. Deren Philosophie, statt zehntausend Links die drei oder fünf besten zu einem Thema zu präsentieren und für die weitere Hilfe eine Online-Auskunft anzubieten, ist ebenso einfach wie bestechend und transferiert die bibliothekarischen Kernkompetenzen des Bewertens, Erschließens und Vermittelns auf das Medium des Internet.

Eine weitere Perspektive bietet sich über das Angebot des direkten Zugangs zu digitalen Bibliotheken. Die Möglichkeit der Beteiligung an der Digitalen Bibliothek NRW¹⁴ (DigiBib) des Hochschulbibliothekszentrums NRW besteht für Öffentliche Bibliotheken, 92 von ihnen sind bereits angeschlossen. Die Digitale Bibliothek bietet den (gebührenfreien) Zugang zu internationalen Informationsquellen aller Fachgebiete. Unter einer Oberfläche können eine Vielzahl von Diensten genutzt werden:

- Parallele Suche in Volltextdatenbanken, Bibliografien und Bibliothekskatalogen (örtlichen, nationalen und internationalen)
 - Individuelle Suche in den Datenbanken
 - Zugriff auf Multimedia-CD-Roms, elektronische Lehrbücher und CD-Rom-Datenbanken
 - Ausgewählte Links ins WWW
 - WWW-Metasuchmaschinen
 - Bestellung über die Online-Fernleihe und Dokumentlieferdienste
 - Verweise auf Online-Bookshops.
- Dieses Angebot, das auch von Bibliotheken außerhalb Nordrhein-Westfalens, wie zum Beispiel von den Stadtbibliothe-

ken in Bremen und München, genutzt wird, wird von deren Kunden gut angenommen: Laut Aussage des HBZ gab es in 2004 rund 330 000 Zugriffe allein aus Öffentlichen Bibliotheken.

Bisher sind dies noch recht sporadische Dienstleistungen. Derzeit haben Öffentliche Bibliotheken noch nicht das Image, dass sie einen exklusiven Zugang zu wertvollen Inhalten in elektronischer Form bereitstellen würden. Sicher sind es auch finanzielle Beschränkungen, die hier innovative Entwicklungen hemmen. Zumal Öffentliche Bibliotheken ungleich weniger Möglichkeiten haben, Fördermittel zu nutzen, wie sie zum Beispiel die Deutsche Forschungsgemeinschaft wissenschaftlichen Bibliotheken bietet. Hier besteht die Gefahr, dass eine Stagnation eintritt, Bibliotheken beim Status quo stehen bleiben und die wertvollen Chancen ungenutzt bleiben, mit denen Bibliotheken Bürger durch neue elektronische Medien unterstützen können.

Was mit Kreativität, Kooperation und finanziellen Mitteln möglich ist, zeigt (wieder einmal) der Blick nach Skandinavien. Allein die letzte Ausgabe des »Scandinavian Public Library Quarterly« (kostenfrei und sehr zur Lektüre empfohlen) stellt hier zwei interessante Projekte in dem für Bibliotheken zunächst vielleicht ungewöhnlichen Bereich der Online-Musik vor.

Die Initiative Libraries' Net Music¹⁵ ermöglicht es den Kunden vieler dänischer Bibliotheken, legal im Internet Musik herunterzuladen und zu hören – und das lediglich, indem sie als Nutzer einer



Google: Suchen »auf gut Glück«

der beteiligten Bibliotheken eingeschrieben sind. Dieser Service ist das Ergebnis eines Kooperationsprojektes zwischen sechs dänischen Landesbibliotheken, der Staats- und Universitätsbibliothek, der Dänischen Bibliotheksbehörde und der Firma Phonofile, einem Online-Musikservice. Das Angebot beschränkt sich auf dänische Musik und umfasst etwa 75 000 Titel. Zur Frage, warum Bibliotheken ausgerechnet Online-Zugang zu Musik bereitstellen sollen, wird auf das Gesetz zu Bibliothekdienstleistungen von 2000 verwiesen, welches den dänischen Biblio-

theken die Sammlung und Zugänglichmachung von Musik vorschreibt.

In Norwegen gibt es ein ähnliches Projekt: »Borrow a Tune«. Nutzer der Deichman Library in Oslo und der Stadtbibliothek von Bergen haben Zugriff auf 50 000 digitale Titel. Innerhalb von fünf Monaten wurde dieser Service über 42 000 Mal genutzt, was auch für norwegische Verhältnisse ein hoher Zusage ist. Die Titel werden dabei nur als Datenstrom (»Stream«) zur Verfügung gestellt, eine Ausleihe dauert also exakt so lang wie ein Stück spielt.

6 Siehe unter www.zlb.de/wissensgebiete/elementar

7 Siehe die Beiträge in BuB Heft 6/2004, Seite 390–392, und Heft 12/2004, Seite 690–691

8 »Eine besondere Variante der Info-Tankstelle sind die Info-Kioske – dezentrale, interaktive Terminals, oft mit Touchscreen und Glasfaserverbindung zum Internet. Sie werden in anderen gesellschaftlichen Bereichen bereits umfassend eingesetzt. Diese Kioske ermöglichen es den Benutzern beispielsweise, zu jedem gewünschten Zeitpunkt Karten einer beliebigen lokalen Umgebung, Zeitschriften oder andere digitalisierte Quellen einzusehen und auszudrucken. Ein ganz besonders wichtiges Merkmal des Info-Kiosks bezieht sich auf das »E-Government« – Informationen von und Kontakt zu den örtlichen Behörden. Derartige Anwendungen werten jeden Kiosk auf, der in einer touristischen Einrichtung wie einem Fremdenverkehrsamt, einem Besucherzentrum oder zum Beispiel an einer Tankstelle aufgestellt ist, und auf jeden Fall einen Kiosk, der in einem Informationszentrum wie zum Bei-

spiel einer Bibliothek steht. Die Öffentliche Bibliothek kann als Aufstellungsort für Info-Kioske mit geeigneten Informationen für Besucher oder, was noch interessanter ist, als Anbieter von Mehrwertinformationen für Kioske dienen, die anderswo im lokalen Öffentlichen Raum platziert sind. Eine von den Öffentlichen Bibliotheken noch nicht wirklich untersuchte Möglichkeit könnte ihre Rolle als Kioskbetreiber sein, der für die Inhalte wie für die Infrastruktur von Info-Kiosken zuständig wäre und sich hauptsächlich um Informationen für die lokale Öffentlichkeit kümmern würde. Die Kioske könnten in Öffentlichen Gebäuden wie Einrichtungen des Gesundheitswesens, Sozialämtern und Kommunalbehörden aufgestellt werden.« (Henk Das u.a., Seite 17)

9 www.britannica.com

10 <http://de.wikipedia.org/wiki/Hauptseite>

11 www.imdb.com

12 www.stbib-koeln.de/angebote/info.htm

13 www.internetbibliothek.de

14 <http://rhea.hbz-nrw.de/Digibib>

15 www.bibliothekernesnetmusik.dk

Was ist eigentlich aus E-Books geworden?

Auch E-Books können exklusive Inhalte enthalten, und das in elektronisch zugänglicher Form. In mancher Hinsicht ist die Idee des elektronischen Buchs bestechend – es nutzt sich nicht ab, Inhalte können unkompliziert gesucht und Auszüge kopiert werden, die Schriftgröße lässt sich anpassen und so weiter. Dennoch haben sich die bisherigen Konzepte auf dem Massenmarkt trotz mehrerer Anläufe nicht durchgesetzt, wofür es mehrere Erklärungen gibt. So sind die Lesegeräte von der Handhabung noch nicht wirklich optimal, um längere Texte zu lesen. Zudem kosten E-Books oft fast das gleiche wie ihr physisches Pendant in Buchform, und vor die Wahl gestellt, was man zum gleichen Preis erwirbt, ist vielen offensichtlich der physische Besitz eines Buches lieber als das Herunterladen einer haptisch nicht erfassbaren Datei. ►

Dennoch sollten Öffentliche Bibliotheken E-Books nicht ganz aus ihren Überlegungen zur Integration elektronischer Medien verbannen. Immerhin gibt es im Internet eine Vielzahl von kostenlosen E-Books im HTML- oder PDF-Format, so zum Beispiel die gemeinfreien Klassiker des Projekts Gutenberg¹⁶ oder andere frei verfügbare Werke. Diese in den Linksammlungen, auf der Homepage oder auf CD-Roms bereitzustellen, ist kein allzu großer Aufwand.

Personalisierung

Personalisierung und One-to-one-Marketing sind im Bereich der digitalen Dienstleistungen ein aktueller Trend, im Bereich Dienstleistung vor Ort dagegen etwas Altbekanntes. Das Prinzip, das sich dahinter verbirgt, lautet schlicht: Behandle unterschiedliche Kunden auf unterschiedliche Weise. »Tante-Emma-Läden« oder kleine Bibliotheken kennen jeden einzelnen Kunden und wissen, welche Kaffeemarke er kauft oder welche Art von Literatur sie bevorzugt. Eine solche hochgradig zugeschnittene Dienstleistung sorgt für eine besonders hohe Kundenbindung, war aber größeren Unternehmen oder den Herstellern von Konsumprodukten früher verschlossen.

Mit der Entwicklung des Internet und den elektronischen Dienstleistungen erlangt die personalisierte und individuelle Kundenansprache als Marketingmittel eine neue praktische Bedeutung. Die Informationstechnologie eröffnet die Möglichkeit, auch bei einer großen Anzahl von Kunden jeden individuell anzusprechen. Dies erscheint vor allem vor dem verschärften Wettbewerb des Internet wichtig, wo jedes Angebot nur einen Mausklick von der Konkurrenz entfernt liegt.

Beispiele für personalisierte Dienstleistungen bietet der Online-Buchshop Amazon. Ist man dort als Kunde registriert, baut die hinter der Webseite stehende Software ein individuelles Kundenprofil auf, welches auf Basis angesehener oder gekaufter Produkte immer zielgenauer zugeschnitten wird. Aus den gewonnenen Informationen werden Empfehlungen für ähnliche oder solche Produkte generiert, die dem Interessenprofil des Kunden entsprechen.

Ein solches Sammeln und Auswerten von Daten wird nicht von allen Internetnutzern positiv bewertet – die Angst, zum »gläsernen Kunden« oder mit Werbung überschüttet zu werden, weil die eigenen Daten weiterverkauft werden, ist

hoch. Zugleich sprechen personalisierte Angebote natürlich den Wunsch jedes Menschen an, in der Kundenbeziehung nicht als identitätslose Nummer gesehen, sondern als Individuum mit besonderen Vorlieben und Wünschen wahr- und ernst genommen zu werden.

In Bezug auf Bibliotheken läuft Personalisierung in der internationalen Diskussion unter dem Stichwort »MyLibrary«. Hier stellt sich Personalisierung aber als etwas dar, das zum einen vor allem von wissenschaftlichen Bibliotheken genutzt wird und zudem weniger »en passant« läuft denn vielmehr ein aktiver Prozess des Nutzers ist: Nach der Registrierung für »MyLibrary«-Services geben die Bibliothekskunden ihre Themeninteressen an, setzen Informationsfilter und bestellen Newsletter-Abonnements sowie

Öffentliche Bibliotheken haben die Grundausstattung für die Informationsgesellschaft. Sie sollten an diesem Punkt nicht stehen bleiben, sondern neue Dienstleistungen entwickeln, die ihnen auch bei wachsender Konkurrenz anderer Anbieter ein Alleinstellungsmerkmal sichern.

Benachrichtigungsservices für Neuerwerbungen. Die Nutzungszahlen sind derzeit noch eher gering.¹⁷

In Deutschland beginnen sich personalisierte Angebote langsam bei der Bibliothekssoftware durchzusetzen. So bietet der »WebOpac Premium« der Firma Bond laut eigener Angabe dem Nutzer die Möglichkeit, sich ein persönliches Interessenprofil zu erstellen, zu denen die Bibliotheksmitarbeiter dann Medienlisten mit personalisierten Empfehlungen bereitstellen können.

Convenience Services

Convenience Services sind Angebote, die den Zugang zu Dienstleistungen der Bibliothek erleichtern und für den Kunden komfortabler machen. Zu solchen Services gehören:

- Die Benachrichtigung über das Eintreffen vorgemerakter Medien per SMS oder E-Mail
- Das Beantworten von Fragen über virtuelle Auskunftsdienste, wie sie die Deutsche Internetbibliothek oder die Stadtbücherei Würzburg anbieten
- Die Lieferung von Medien nach Hause, in Form elektronischer Dokumente oder auch in Buchform

- Virtuelle Rundgänge auf der Homepage der Bibliothek.

Solche Angebote orientieren sich an den heutigen Nutzungsgewohnheiten der Bibliothekskunden, schaffen ein Nutzungsanreize und unterstreichen, dass sich die Bibliothek als moderner Dienstleister versteht.

Fazit

Öffentliche Bibliotheken haben die Grundausstattung für die Informationsgesellschaft. Sie sollten an diesem Punkt nicht stehen bleiben, sondern auf dieser Basis neue Dienstleistungen entwickeln, die ihnen auch bei wachsender Konkurrenz anderer Anbieter ein Alleinstellungsmerkmal sichern. Für diese Entwicklung sollten sie neue Fördermittel akquirieren und von ihren Trägern unterstützt werden.

Öffentliche Bibliotheken müssen den Mut haben, in Bezug auf neue digitale Dienstleistungen Experimente zu wagen und sich von anderen Branchen inspirieren lassen. Zugleich sollten sie ihr digitales Angebot in ihre strategische Schwerpunktsetzung einbinden.

Komplexere Angebote lassen sich am besten in Kooperation mit anderen Einrichtungen entwickeln, sei es bibliothekarischen Netzwerken oder aber durch Vernetzung mit anderen Anbietern vor Ort. Außerdem sollten Bibliotheken ihre Forderung zur Gestaltung von zum Beispiel personalisierten Services offensichtlich an Softwarehersteller herantragen.

16 <http://gutenberg.spiegel.de/> (Ein Tipp: Der Link »Druckversion« blendet den Rahmen aus)

17 »MyLibrary-Projekte werden bisher im Durchschnitt nur von 5 bis 10 Prozent der BibliothekskundInnen genutzt. Einige Bibliotheken wie die der University of Washington oder der Michigan University pflegen ihren MyLibrary-Service nicht mehr oder haben ihn ganz eingestellt. Die Gründe für eine geringe Nutzung sind aber – wenn überhaupt – nur zu einem Teil auf das Konzept von MyLibrary zurückzuführen. Vielmehr entsprechen die Nutzungszahlen denen von personalisierten Services im Web generell: »[...] the number of »my« users of the big commercial portals such as Yahoo! and AOL ranges from 5 to 10 percent.«. In: MyLibrary-Systeme: Eine vergleichende Analyse personalisierter Bibliotheksdienste von Stephanie Schmitt-Daun. Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2005 (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft; 137)