

Wie erreichen wir die Nutzer wirklich? Neue Kommunikationsstrukturen für wissenschaftliche Bibliotheken

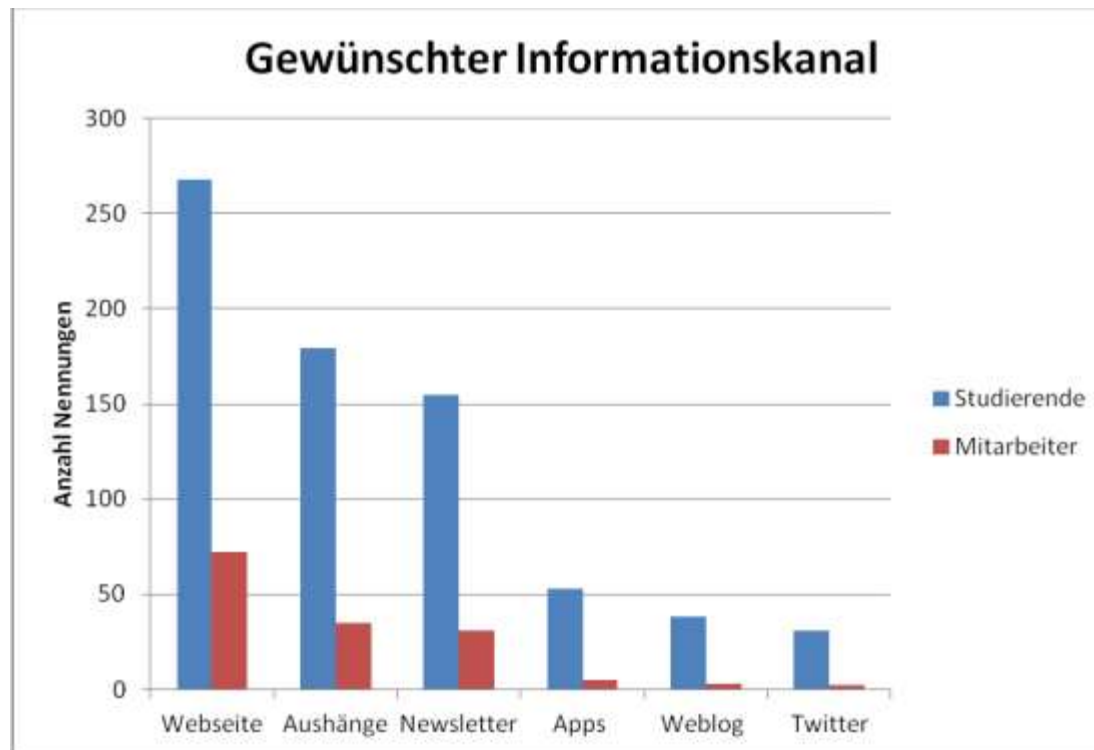
Dr. Silke Glitsch / Dr. Kerstin Helmkamp

105. Bibliothekartag

16.3.2016



Wie erreichen wir die Nutzer?



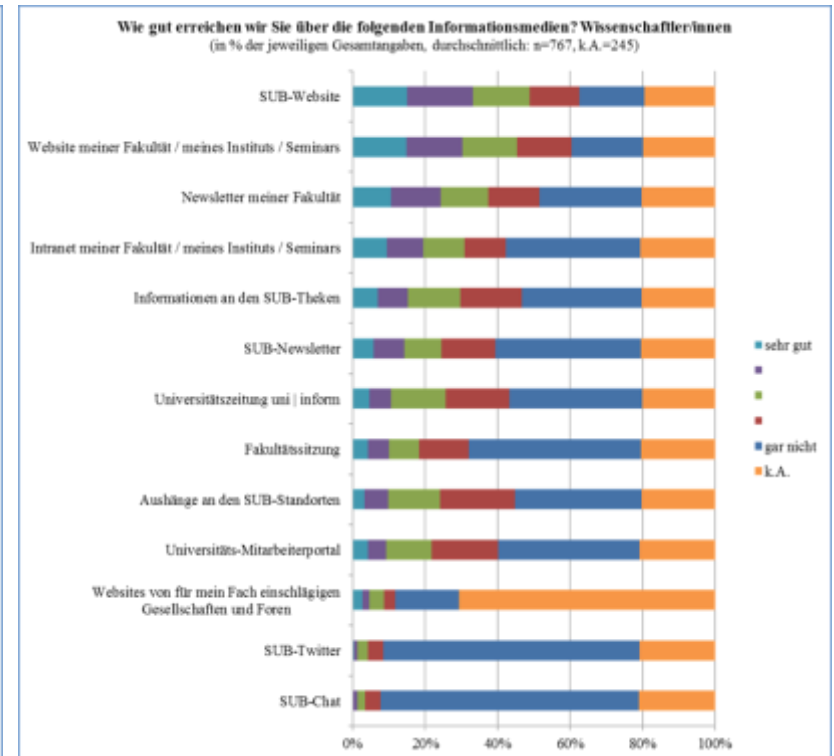
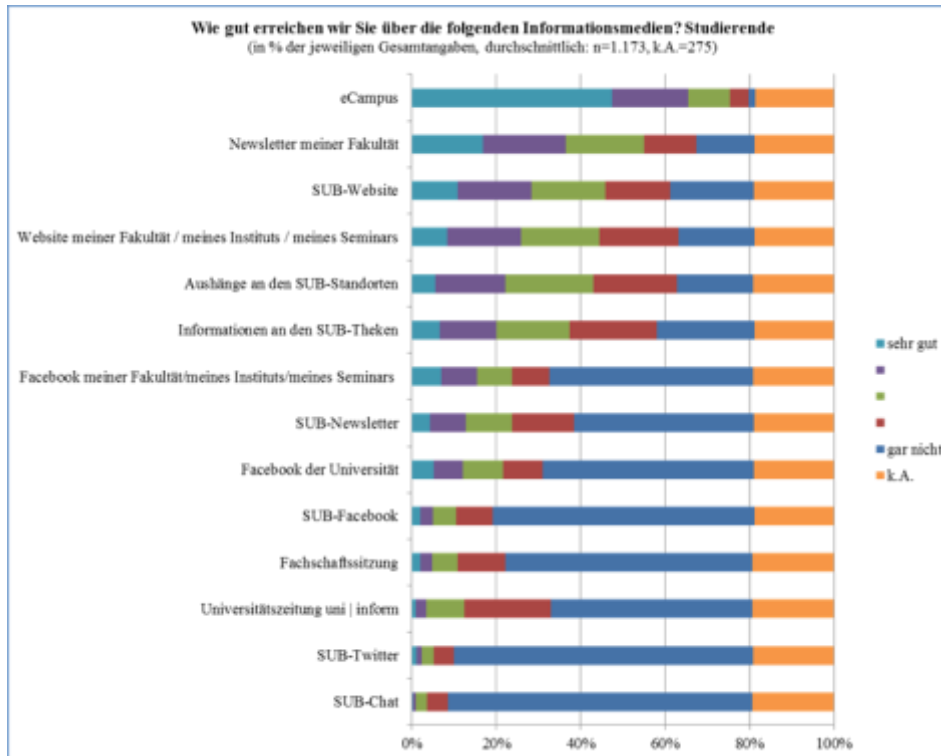
Erreichen wir die Nutzer wirklich?

„Vielen Teilnehmern der Befragung war nicht bekannt, dass es überhaupt Schulungen gibt und welche. Sie finden die aktuellen Schulungstermine jedoch immer auf unseren Internetseiten.“

„Auch das Angebot an Schulungen und Führungen sowie die Informationsblätter der Bibliothek sind einer großen Gruppe der Studierenden nicht bekannt.“

„Den höchsten Bekanntheitsgrad weist der Scandienst auf, der direkt in den Online-Katalog eingebunden ist: Er war nur knapp 27% der Befragten unbekannt, wogegen die übrigen Angebote auf 52 – 64% kamen.“

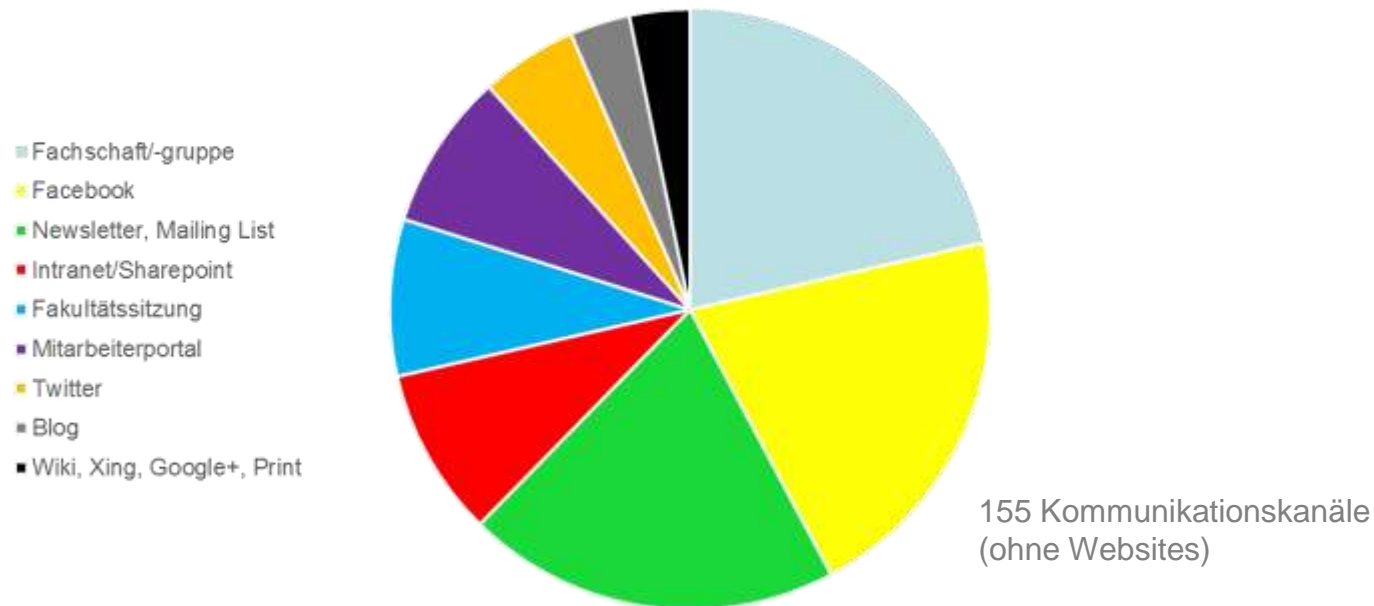
Wie erreichen wir die Nutzer wirklich?



Dezentrale Kommunikationskanäle: Kartographie

Einrichtung	Medium	Titel	Medien-art (z.B. Print)	Zielgruppe	Anspruchspartner inkl. Kontaktdaten	Marktdurchdr.	Reichweite
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	Webseite	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	Online	k. A.	Georg-August-Universität Göttingen Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Platz der Göttinger Sieben 3 37073 Göttingen Tel. +49 (0)551 / 39-7190 dekanat@wiwi.uni-goettingen.de	Studierende: 41,8% (Gar) nicht 33,3% (Sehr) gut Wissenschaftler /Innen: 35,9% (Gar) nicht 41,0% (Sehr) gut	
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	Newsletter	Newsletter der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät	Online	Mitarbeiter/Innen der Fakultät, Interessierte Personen	Gesche Quent, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Kommunikation und Marketing, Platz der Göttinger Sieben 3, 37073 Göttingen, Tel. +49 (0)551 / 39-5847 gesche.quent@wiwi.uni-goettingen.de	WissenschaftlerInnen: 25,0% (Gar) nicht 62,5% (Sehr) gut	alle Mitarbeiter der Fakultät
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	Newsletter	Newsletter des Studiendekans der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät	E-Mail	Studierende	Gesche Quent, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Kommunikation und Marketing, Platz der Göttinger Sieben 3, 37073 Göttingen, Tel. +49 (0)551 / 39-5847 gesche.quent@wiwi.uni-goettingen.de	Studierende: 32,4% (Gar) nicht 42,4% (Sehr) gut	alle Studien Fakultät
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	Facebook-Auftritt	Universität Göttingen, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	Web 2.0	Studierende	Gesche Quent, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Kommunikation und Marketing, Platz der Göttinger Sieben 3, 37073 Göttingen, Tel. +49 (0)551 / 39-5847 gesche.quent@wiwi.uni-goettingen.de	Studierende: 54,0% (Gar) nicht 35,3% (Sehr) gut	2.000 *Gefolgte Angaben 2C
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	Twitter-Auftritt	georgaugusta_wiwi @wiwiuni_goe	Web 2.0	k. A.	Gesche Quent, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Kommunikation und Marketing, Platz der Göttinger Sieben 3, 37073 Göttingen, Tel. +49 (0)551 / 39-5847 gesche.quent@wiwi.uni-goettingen.de		450 Follower

Dezentrale Kommunikationskanäle: Auswertung

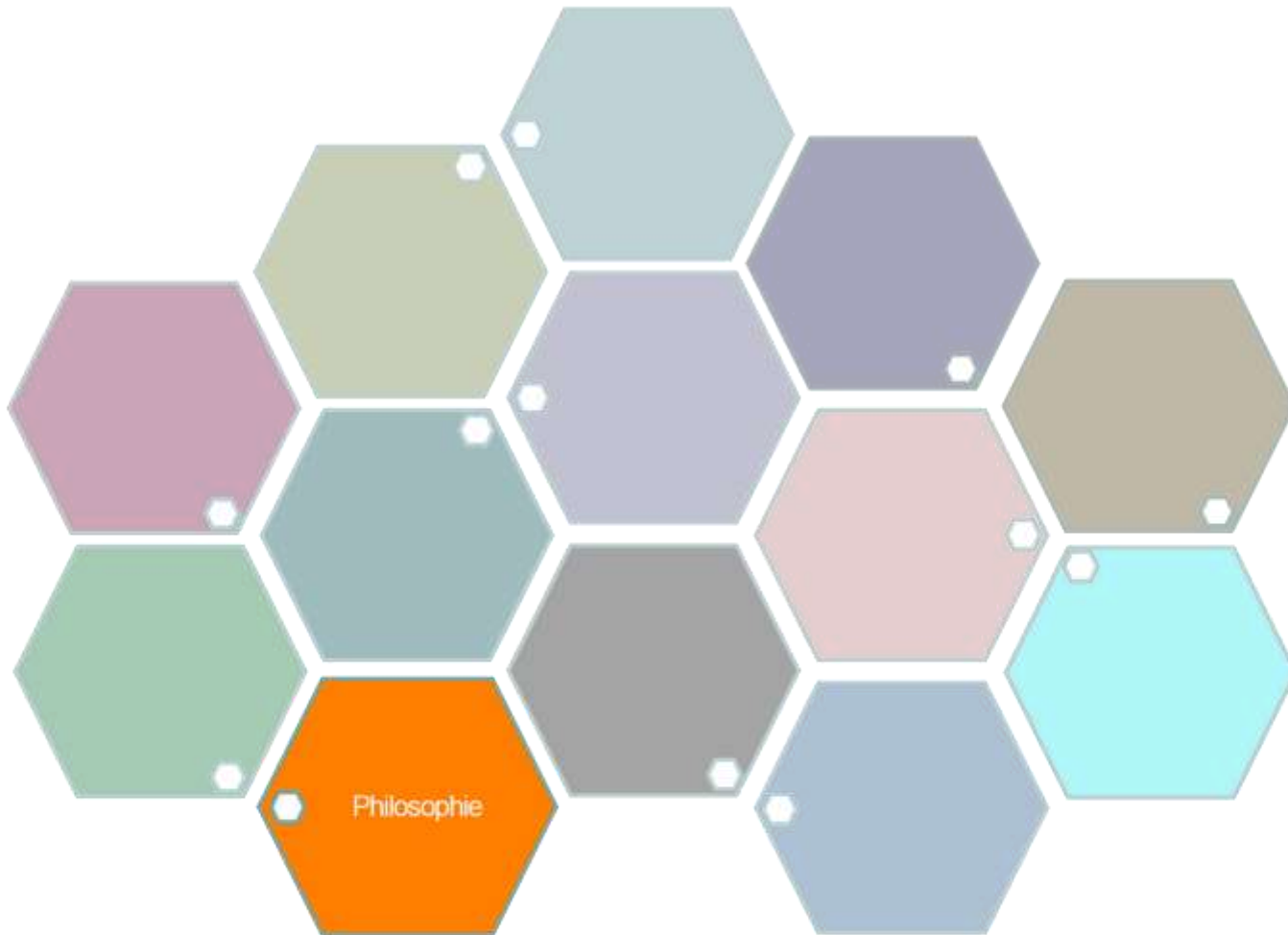


- ▶ Zielgruppenspezifische Auswertung unter Berücksichtigung der jeweiligen Reichweite (quantitativ und qualitativ)

Dezentrale Kommunikationskanäle: Beispiele



Beispiel Philosophische Fakultät



Beispiel Philosophische Fakultät

Wissenschaftler/innen

SUB-Website: 62% (sehr) gut

SUB-Thekeninformation: 36% (sehr) gut

SUB-Aushänge: 29% (sehr) gut

Website der Fakultät: 41% (sehr) gut

Newsletter der Fakultät: 21% (sehr) gut

Studierende

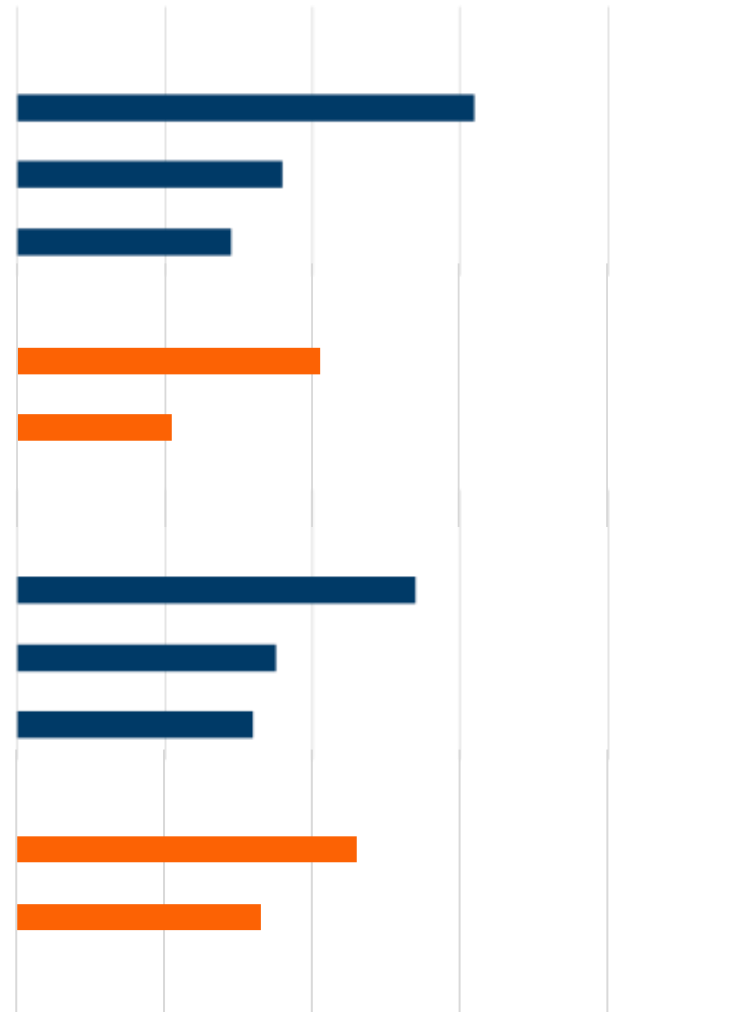
SUB-Website: 54% (sehr) gut

SUB-Aushänge: 35% (sehr) gut

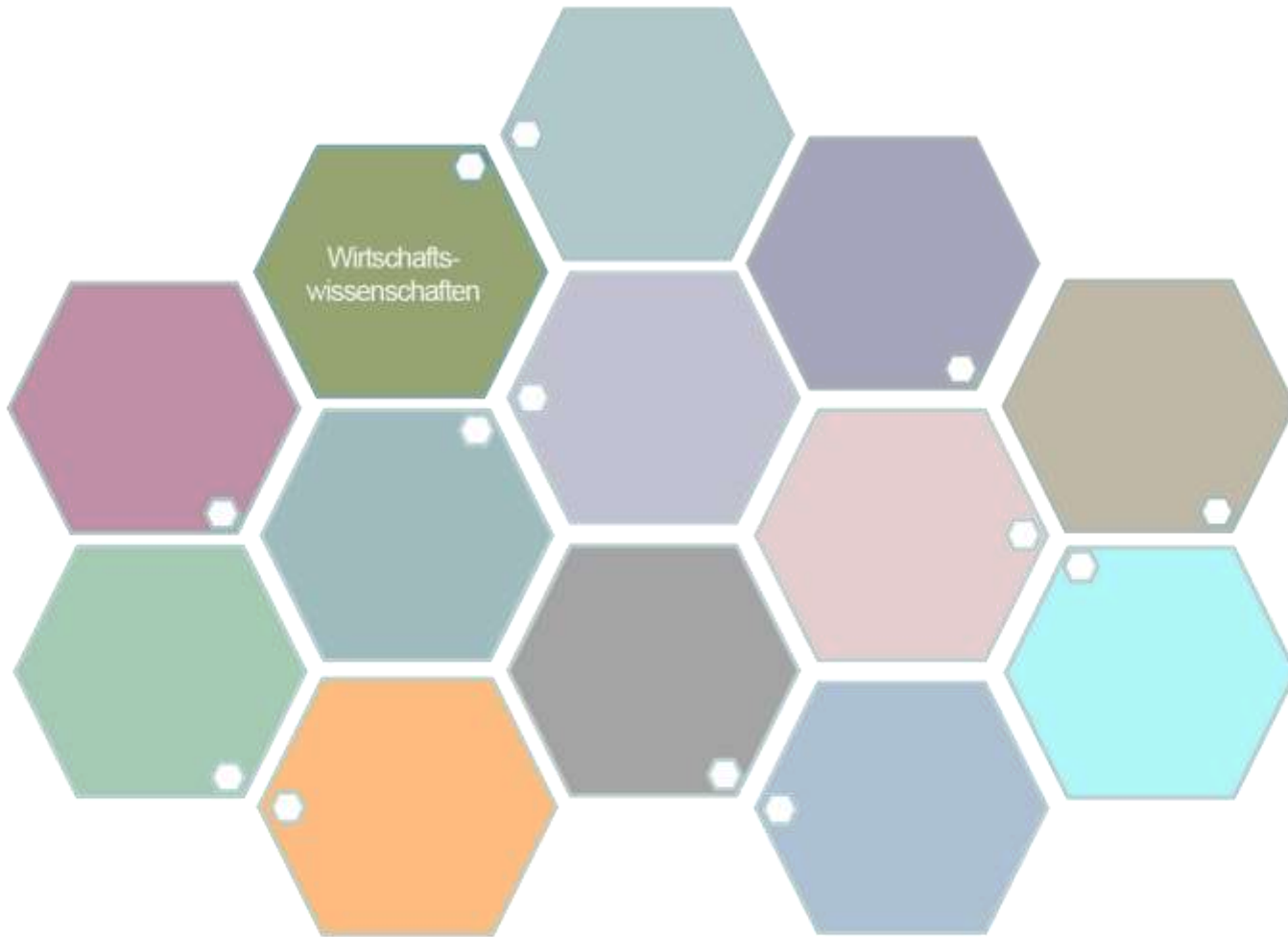
SUB-Thekeninformation: 32% (sehr) gut

Newsletter der Fakultät: 46% (sehr) gut

Website der Fakultät: 33% (sehr) gut



Beispiel Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät



Beispiel Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Wissenschaftler/innen

SUB-Website: 30% (sehr) gut

SUB-Aushänge: 8% (sehr) gut

SUB-Thekeninformation: 5% (sehr) gut

Newsletter der Fakultät: 63% (sehr) gut

Website der Fakultät: 41% (sehr) gut

Studierende

SUB-Website: 35% (sehr) gut

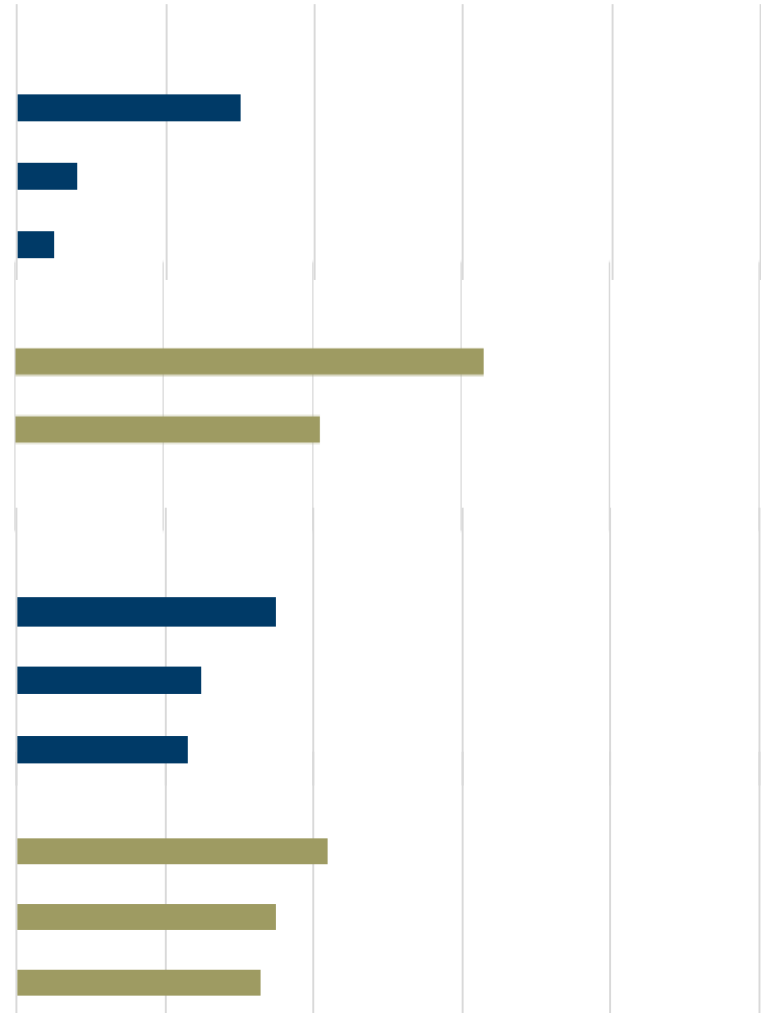
SUB-Thekeninformation: 25% (sehr) gut

SUB-Aushänge: 23% (sehr) gut

Newsletter der Fakultät: 42% (sehr) gut

Facebook der Fakultät: 35% (sehr) gut

Website der Fakultät: 33% (sehr) gut



Beispiel Fakultät für Mathematik und Informatik



Beispiel Fakultät für Mathematik und Informatik

Wissenschaftler/innen

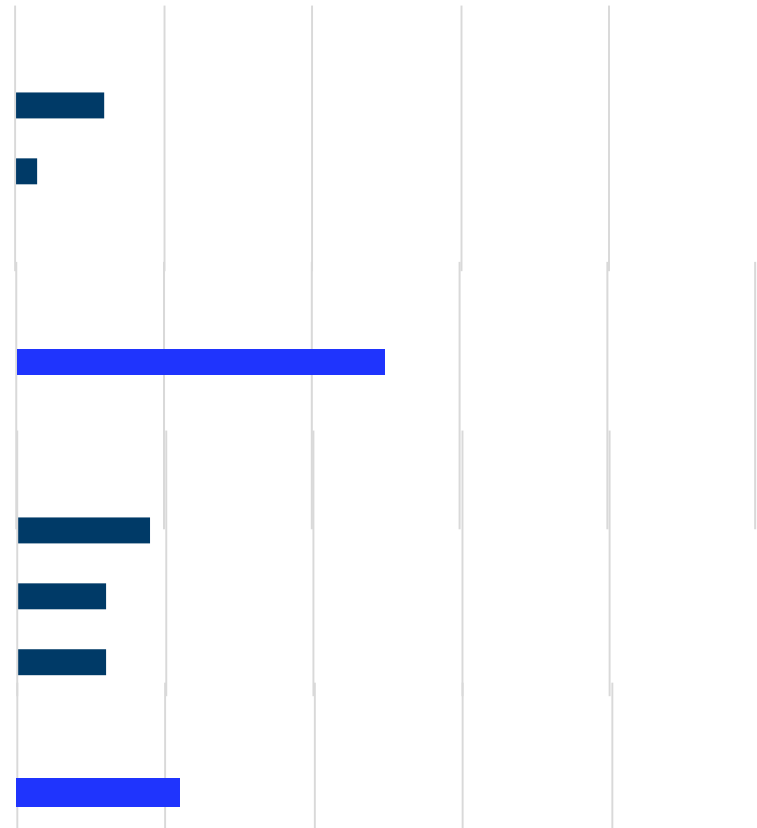
- SUB-Website: 12% (sehr) gut
- SUB-Theken: 3% (sehr) gut
- SUB-Aushänge: 0% (sehr) gut

- Website der Fakultät: 50% (sehr) gut

Studierende

- SUB-Website: 18 % (sehr) gut
- SUB-Theken: 12% (sehr) gut
- SUB-Aushänge: 12% (sehr) gut

- Website der Fakultät: 24% (sehr) gut
- Fachgruppenwiki:
380.000 Aufrufe seit 11/2013



Diversifizierung der Kommunikation: Nutzung interner Kommunikationsstrukturen

Dezentrale Kommunikationsakteure auf Abteilungs- und Gruppenebene:

- Fachreferate
 - Benutzungsabteilung
 - Gruppe Elektronisches Publizieren
 - Göttingen eResearch Alliance (SUB Göttingen / Gesellschaft für wissenschaftliche Datenverarbeitung GmbH Göttingen)
- Betreuung der dezentralen Kommunikationskanäle

Diversifizierung der Kommunikation: Rolle der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit

Zentrale SUB-Kommunikation

- Presse
- Website(s)
- Fakultätenübergreifende Kommunikationskanäle zentraler Universitätseinrichtungen, z.B. Universitätszeitung uni-inform (Abteilung Öffentlichkeitsarbeit) „Newsticker für Studierende“ (Abteilung Studium und Lehre)

Dezentrale SUB-Kommunikation

- Gemeinsame Themenidentifizierung (z.B. wöchentliche Planungsgruppe)
- Ggfs. Signalgebung an dezentrale Kommunikationsakteure
- Regelmäßige Aktualisierung der Kartographie und Evaluierung dezentraler Kommunikationskanäle

Lessons learned

Zentrale Kommunikationskanäle

- Große Bedeutung der SUB-Website
- Geringe Bedeutung anderer zentraler SUB-Kanäle, insbes. Social Media

Dezentrale Kommunikationskanäle

- Ausschlaggebende Bedeutung
- Unerlässlichheit der Ausrichtung auf fakultäts- und statusgruppenbezogene Spezifika

SUB

NIEDERSÄCHSISCHE STAATS- UND
UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK GÖTTINGEN

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Haben Sie Fragen oder Anmerkungen?



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN