



**LEUPHANA**  
UNIVERSITÄT LÜNEBURG



## WENN DER PROPHET ZUM BERG KOMMT – ALTERNATIVE BERATUNGSKONZEPTE ODER WIE WIR UNSERE NUTZER\_INNEN BESSER ERREICHEN

Anja Knoll, Medien- und Informationszentrum (MIZ)  
Leuphana Universität Lüneburg



# Agenda

- momentane Situation
- Was haben wir in Lüneburg getan, um dem entgegenzuwirken?
- Was kann weiterhin getan werden?



## Eingrenzung des Themas

- Konzepte und Ideen um Nutzer\_innen zu erreichen, die unsere Angebote nicht kennen bzw. nicht nutzen
- ausgenommen sind Angebote, bei denen Nutzer\_innen auf uns zu kommen müssen



## Was wollen wir mit unseren Beratungsangeboten erreichen?

beim wissenschaftlichen Arbeiten unterstützen

Standards der Informationskompetenz vermitteln

- erkennt den eigenen Bedarf
- weiß, welche Ressourcen genutzt werden können
- kann die gefundene Quellen bewerten
- kann mit Quellen umgehen und zielgruppenspezifisch aufarbeiten
- kann mit verwendete Quellen ethisch umgehen (zitieren)

unsere Bestände an Nutzer\_innen bringen

- gedruckt
- elektronisch



## Was wird an Hochschulen klassisch angeboten?

- Bibliotheksführungen
- Literaturrecherche
- Literaturverwaltung
- Publizieren (mit Einschränkung)

Aber auch weitere Angebote, bei denen Nutzer\_innen nicht vor Ort sein müssen:

- Chat-Beratung
- Lernplattformen, z.B. wie Moodle
- Webinare



## Wie machen wir auf uns aufmerksam?

- Website
- Flyer
- Aushänge
- Vorlesungsverzeichnisse
- Mailinglisten
- Social Media Kanäle

### → Problem:

- es werden nur Nutzer\_inenn erreicht, die unsere Angebote kennen und auch explizit danach suchen
- Termine liegen meist ungünstig



## Wo verlieren wir unsere Nutzer?

### 1. Standard

- Google-Generation → ich kann suchen und finde mit meinen benutzten Quellen Ergebnisse
- Aber: Sind diese wissenschaftlich genug? Wird alles relevante gefunden?

### 2. und 3. Standard

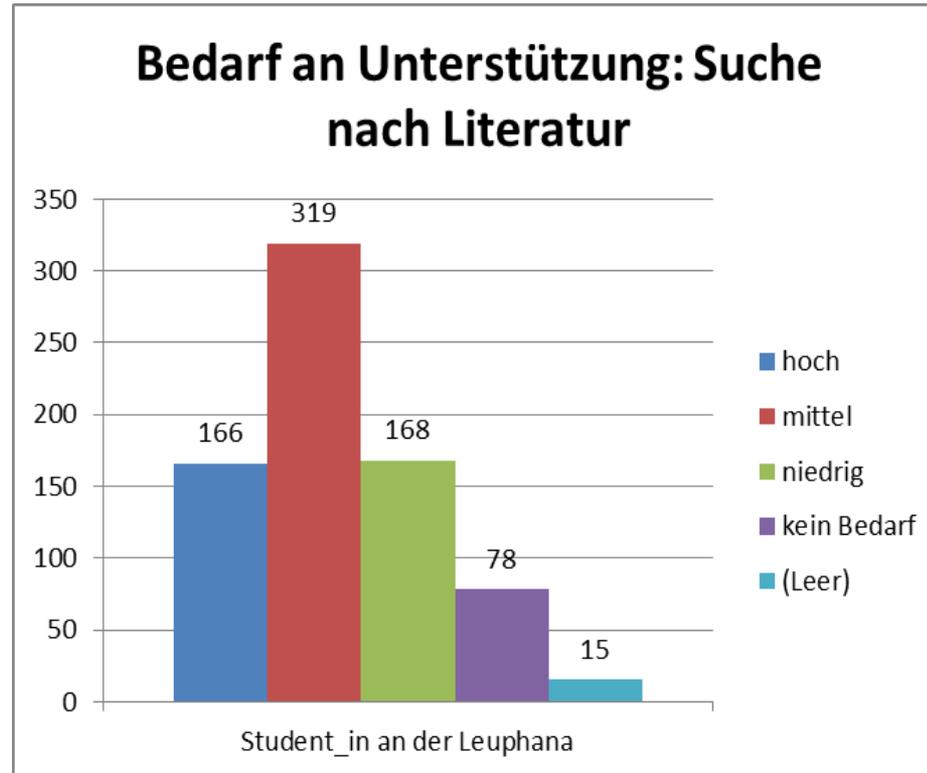
- Wo wird wissenschaftliche Literatur gefunden?
- Wird diese erkannt und von populärwissenschaftliche Literatur abgegrenzt?

### Woher wissen wir das?

- Erkenntnisse am Informationstresen
- Rückmeldungen von Lehrenden
- Teilnehmerzahlen aus unseren Veranstaltungen
- Bibliotheksumfrage



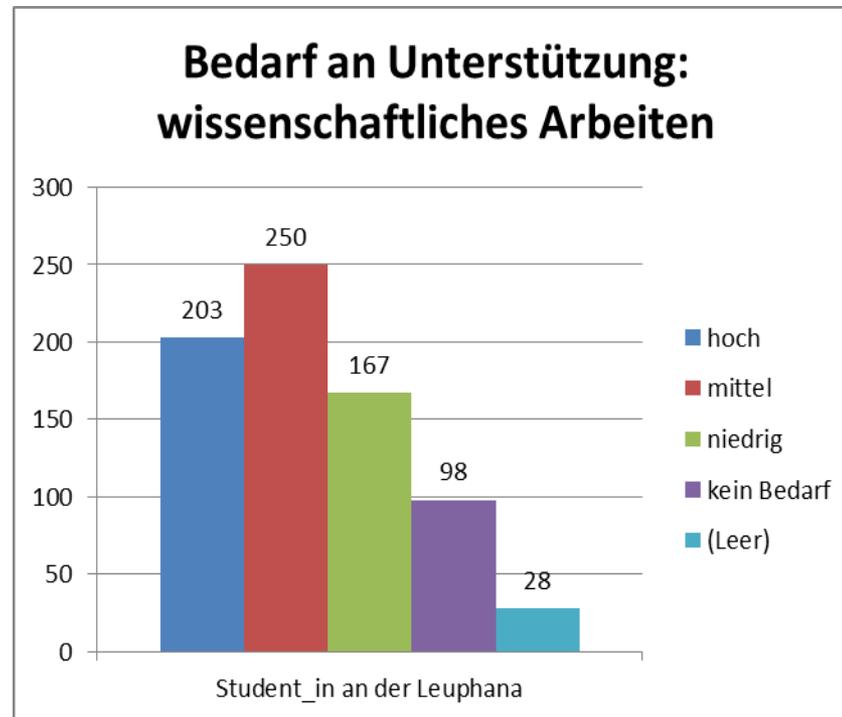
## Bedarf an Unterstützung: Schulungen



Der Bedarf an Unterstützung beim Recherchieren wird fast 60% Studierenden mit „hoch“ bzw. „mittel“ bewertet.



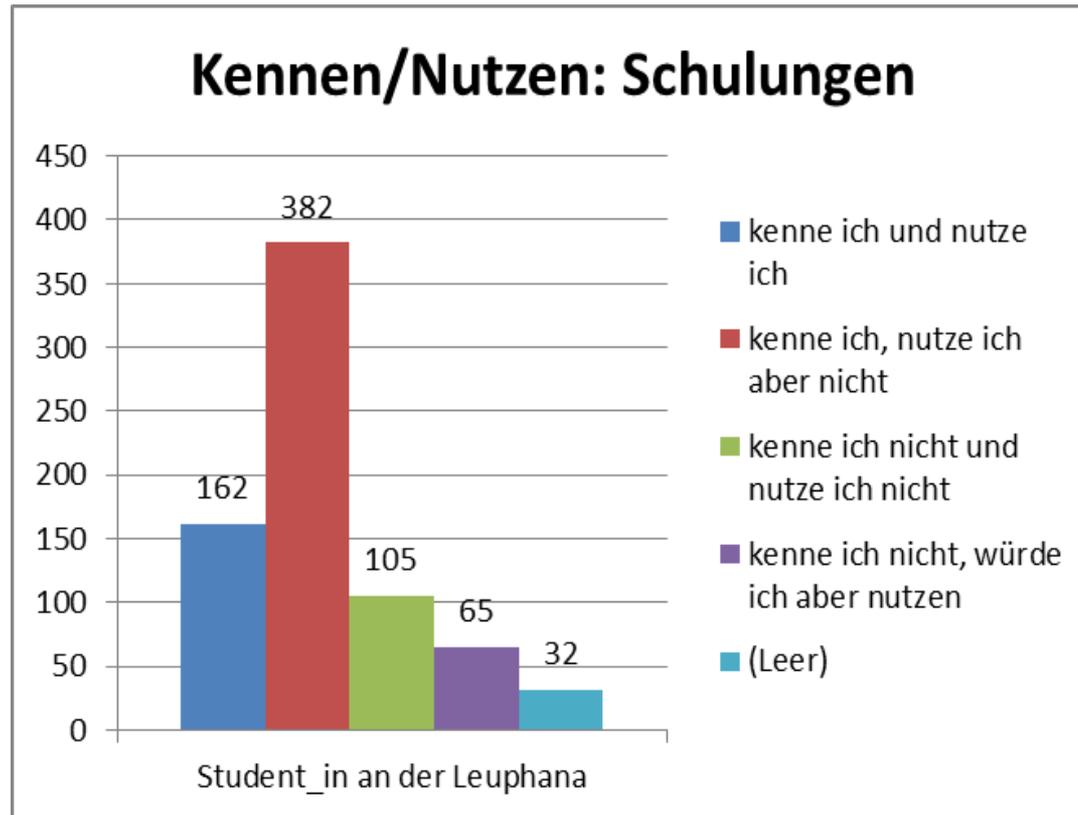
## Bedarf an Unterstützung: wissenschaftliches Arbeiten



Viele Studierende haben Bedarf an Unterstützung beim wissenschaftlichen Arbeiten: 25% schätzen ihren Bedarf für „hoch“, 33% für „mittel“ ein.



## Welche Beratungsangebote sind bekannt und werden genutzt: Schulungen?



Nur ein fünfte der Befragten kennt unsere Angebote und nutzt diese auch.



## Veranstaltungsstatistik

| 2014                                         |                                |
|----------------------------------------------|--------------------------------|
| Literaturrecherche insgesamt                 | 4 Teilnehmer pro Veranstaltung |
| Literaturrecherche für Umweltwissenschaftler | 7 Teilnehmer pro Veranstaltung |
| Literaturrecherche für Lehrämter             | 0 Teilnehmer pro Veranstaltung |



Was haben wir in Lüneburg getan,  
um dem entgegenzuwirken ?



## Einführungsveranstaltungen am Anfang des Studiums

- seit 2007
- 3 Veranstaltungen
  - Bibliotheksführungen
  - 2 Hörsaalveranstaltungen zu dem Thema „Literatur zum Thema finden“

+ direkt am Anfang des Studiums

- Zeitpunkt ist für Studierende ungünstig
- abhängig vom Engagement der Tutor\_innen



## Schulungen mit Workshop- Charakter

- eigene Fortbildung durch externen Anbieter
- + reiner Frontalunterricht wird abgelöst
- + Teilnehmer können sich ausprobieren
- + Fragen und Probleme können direkt vor Ort geklärt werden



- es werden wieder nur die Nutzer\_innen erreicht, die gezielt nach unseren Angeboten suchen



# LNDS – Lange Nacht des Schreibens

- seit 2012
  - Nutzer\_innen kommen um zu Schreiben, Recherchieren.
  - kann vor Ort aber auch Beratungsangebote annehmen
- 
- + weitere Beratungsangebote der Universität werden sichtbar
  - + Kommunikationen mit der Zielgruppe:  
Wer sind die und was erwarten sie von uns?
  - + Eventcharakter





## Positive Effekte

Integration in außerbibliothekarische Veranstaltungsreihen anderer Institutionen der Universität

- Schreibwerkstatt
- Graduate School

+ Nutzer\_innen werden an ganz anderer Stelle abgeholt und auf die Angebote der Bibliothek aufmerksam



## Raus aus dem eigenen Haus (1)

- Stand auf dem Campus
  - z.B. Präsentationen von digitalen Angeboten (Discovery System LUX, 2012)





## Raus aus dem eigenen Haus (2)

- Beteiligung an Veranstaltungen der Universität
  - Info- und Beratungsmessen (für Studierende)
  
- Vernetzung und Kontakte an der Universität werden aufgebaut und gestärkt
  
- Beteiligung an Veranstaltungen außerhalb der Universität
  - Öffentlichen Bibliotheken (Lange Nacht der Facharbeit)
  - Volkshochschulen



## Stippvisiten – Besuche in den Seminaren

- seit 2013
  - von Dozenten gebuchte Besuche im Seminar
  - in 30-60 Minuten explizite Beratung zum Seminarthema
- + perfekter Zeitpunkt  
+ Lehrende wirken unterstützend
- hoher Zeitaufwand durch Einarbeitung in verschiedenste Themen

### Vielfalt der Seminarthemen:

- „Grundlagen Musikwissenschaften“
- „Einführung in die Pädagogische Psychologie“
- „Children´s Literature“
- „Soziale Normen, geben sie Halt oder schränken sie ein“
- „Personal- und Changemanagement“
- ...

### Sommersemester 2014

- 28 Stippvisiten im SoSe
- 747 erreichte Teilnehmer\_innen



Was kann weiterhin getan werden?



## Zusammenarbeit mit Lehrenden vertiefen

- Entwicklungen gemeinsamer Arbeitsaufgaben mit Lehrenden
- Multiplikatoren-Schulungen für Lehrende und / oder Tutor\_innen



## Über eigene Grenzen hinaus gehen

Neue Themenkomplexe anbieten :

- Open Access
  - Schreibberatung
  - Bibliometrie (Impact Factor)
  - Publizieren
  - Creativ-Commons (z.B. Lehrämter OpenEducationRessource (OER))
- 
- Hierbei auch in die Zusammenarbeit mit anderen Institutionen investieren



## Beratungen am Informationstresen vertiefen

- gute Beratungen anbieten
- Rückzug zu intensiverer Beratung mit dem Nutzer
- eigenes Wissen an den Nutzer weitergeben
- Mundpropaganda unter den Studierenden



## Beratungen an bibliotheksfremden Orten

Frage: Wo hält sich meine Zielgruppe auf?

- Mensa
- Beratungen im Zug auf dem Weg zur Universität





## Fazit

- Vernetzung und Zusammenarbeit mit universitären und nicht universitären Institutionen
- direkte und vertiefte Zusammenarbeit mit Dozenten
- bibliotheksfremde Orte für die Beratung nutzen
- Veranstaltungen mit Eventcharakter als Chance betrachten
- eigene Angebote an den universitären Kalender anpassen



Vielen Dank.

Anja Knoll  
Leuphana Universität Lüneburg  
Medien- und Informationszentrum  
[anja.knoll@uni.leuphana.de](mailto:anja.knoll@uni.leuphana.de)