



| BertelsmannStiftung

Petra Klug

Bibliotheken und ihr Image –
Erfahrungen aus dem Projekt BIX

Düsseldorf, 15. März 2005

BIX – Leistungsvergleich & Ranking

- Ziele
- Zielgruppen
- Methoden

BIX – der Bibliotheksindex

- *Standortbestimmung*
- *Stärken- & Schwächenanalyse*
- *Best Practice*
- *Verbesserung der Angebote*
- *Argumentationshilfen*
- *Strategie-Entwicklung*

Phase 1

- Start: Oktober 1999 – Juni 2002
- Projektpartner: DBV
- Methodenentwicklung: infas
- Zielgruppe: öffentliche Bibliotheken und Kommunen
- Ziele: Rechenschaftslegung, Transparenz, Diskussionsprozesse

Phase 2

- Weiterentwicklung: Juli 2002 – Juni 2005
- Projektpartner: DBV
- Methodenentwicklung: infas
- Zielgruppe: ÖB und WB, Kommunen, Hochschulen, Ministerien
- Ziele: Rechenschaftslegung, Transparenz, Diskussionsprozesse

Zieldimensionen

- Ressourcen Welche Infrastruktur kann die Bibliothek für die Nutzung anbieten?
- Nutzung Wie werden die angebotenen Dienstleistungen genutzt?
- Effizienz Werden die Dienstleistungen kosteneffizient erbracht?
- Entwicklung Sind ausreichende Potenziale für die notwendigen Entwicklungen vorhanden?

Indexberechnung

- Index aus 4 Dimensionen und je 3- 5 Indikatoren
- 3 Kategorien: ein- und zweischichtige Universitätsbibliotheken, FH-Bibliotheken
- Ranking innerhalb der Zieldimensionen und Gesamtranking in den drei Kategorien
- Zunächst keine Gewichtung der Indikatoren oder Zieldimensionen

Leitbild versus Image?

Die Bibliothek orientiert ihr Dienstleistungsangebot konsequent an den Bedürfnissen ihrer Benutzer und den strategischen Zielen der Hochschule und trägt ihre Dienste aktiv an die Nutzer heran.

- Informationsvermittlung
- Informationsproduktion
- Unterstützung wissenschaftlichen Lehrens und Lernens
- Management

Bibliotheken und Image

Image ist die Gesamtheit der Einstellungen gegenüber der Bibliothek.

Image ist von der Persönlichkeitsstruktur des Betrachters geprägt und setzt sich aus kognitiven, affektiven und konativen Komponenten zusammen.

Image ist kein Instrument, sondern ein Resultat.

Im Alltag wird Image eher unbewusst „bewertet“:

- *Da finde ich, was ich brauche.*
- *Dort wird mir geholfen.*
- *Denen kann ich vertrauen.*
- *Damit kann ich mich identifizieren.*

Image und Vertrauen

Positives Image fördert das Vertrauen insbesondere dort, wo es Anknüpfungspunkte gibt:

- *Ich kenne die Bibliothek und habe gute Erfahrungen gemacht.*
- *Die Bibliothek ist mir von Bekannten empfohlen worden.*
- *Ich nehme die Bibliothek z.B. durch die Presse als attraktiv wahr.*
- *Mein erster Eindruck von der Bibliothek ist positiv.*

Für eine erfolgreiche Bibliothek ist Vertrauen eine wichtige Ressource:

- der Kunden
- der Mitarbeiter/innen
- der Träger/politischen Gremien

BIX als Marketing-Instrument

Neben der Standortbestimmung und Stärken- und Schwächenanalyse zur Verbesserung der Angebote nutzen die Bibliotheken den BIX für ihr Marketing.

Die Ranking-Ergebnisse werden für die interne und externe Kommunikation genutzt – unabhängig vom positiven oder negativen Abschneiden.

Die freiwillige Beteiligung an einem Ranking/Benchmarking ist grundsätzlich positiv besetzt und transportiert ein modernes und selbstkritisches Image.

Das Image der Bibliothek zu verbessern gelingt nur dann, wenn zielgruppenorientiert kommuniziert wird – in Richtung Kunden, Mitarbeiter/innen, Träger und politische Gremien.



| BertelsmannStiftung

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!