

# Wert und Wirkung von Bibliotheken

Gudrun Witzler

# Wert und Wirkung von Bibliotheken



Karikatur: Petra Ott, UB Bielefeld

Quelle: <http://www.bib-info.de/bibliothekssterben/>

# Wertbegriff

- philosophische Dimension
- ökonomische Dimension

*„Werte stellen Orientierungsgrößen für das Denken und Handeln von Individuen, Gruppen und Gesellschaften dar und können als wichtige Bezugs- und Hintergrundvariablen Bedürfnisse, Bedarfe und Einstellungen prägen [1].“*

[1] Gabler Lexikon Marketing / hrsg. Von Manfred Bruhn ; Christian Homburg. – 2. Aufl. Wiesbaden 2005, XXIII, 921 S.

# Wertbegriff

- Die Dinge haben immer nur den Wert, den ein Individuum oder eine Gruppe ihnen beimisst.
- Verschiedene Kunden messen demselben Produkt verschiedene Werte zu.

# Wirkung

Wirkung ist nach Poll<sup>[2]</sup> jede Veränderung, die durch eine Handlung erzielt wird.

Wirkung wird in der deutschsprachigen Fachliteratur auch oft als Nutzen bzw. in der englischsprachigen Fachliteratur als Impact bezeichnet.

<sup>[2]</sup> Poll, Roswitha: Was dabei herauskommt. In: Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie 53 (2006) S. 59 – 70

# Aspekte der Wirkungsmessung

- **Indikatoren**
- **Stakeholder**
- **Wirkungsebenen**
- **Wirkungsarten**

# Indikatoren

- Zur Messung werden immer geeignete Indikatoren benötigt.

➔ internationale Richtlinien für Leistungsindikatoren

# Leistungsindikatoren

**Leistungsindikatoren** kombinieren verschiedene Daten (nach Poll / teBoekhorst), z. B.:

- Marktdurchdringung
- Öffnungszeiten im Vergleich zum Bedarf
- Bestandsnutzung pro Fachgebiet
- Erfolgsrate bei der Titelsuche

# Leistungsindikatoren

- DIN ISO 11620:2000-06 :  
Leistungsindikatoren für Bibliotheken
- Es gibt (noch) keine Norm für  
**Wirkungsindikatoren.**

# Stakeholder

- *„Zu Beginn einer geschäftlichen Betätigung sollte definiert werden, wer dabei mitwirkt und wer davon betroffen ist. Diese Mitwirkenden und Betroffenen bilden zusammen die Gruppe der Stakeholder. Ihre Bedürfnisse und Wünsche müssen erkannt werden.“*<sup>[3]</sup>
- Aus diesem Stakeholder-Ansatz muss zur Wirkungsmessung ein Modell der Interessengruppen für die jeweilige Bibliothek entwickelt werden.

<sup>[3]</sup> Kotler, Philip ; Bliemel, Friedhelm: Marketing-Management. 10. Aufl. Stuttgart 2001, S. 130

# Wirkungsebenen

Unterscheidung zwischen verschiedenen Bewertungsebenen [4]

- individuelle Wirkung der Bibliotheksbenutzung
  - institutionelle Wirkung der Bibliotheksbenutzung
  - gesamtgesellschaftliche Wirkung der Bibliotheksbenutzung.
- ➔ Je nach Bibliothekstyp treten einzelne Wirkungsaspekte in den Vordergrund. So wird z. B. bei einer Firmenbibliothek die institutionelle Wirkung im Vordergrund stehen, während die gesamtgesellschaftliche Wirkung in den Hintergrund tritt.

[4] Fett, Othmar F.: Impact – Outcome – Benefit. Berlin 2004, S. 12

# Wirkungsarten

„Ergebnisarten der Bibliotheksbenutzung“ nach Saracevic und Kantor [5]:

- Kognitive Ergebnisse
- Affektive Ergebnisse
- Zielerreichung in Bezug auf die Aufgabe
- Erfüllte Erwartungen
- Zeitaspekte
- Kostenaspekte

[5] Saracevic, Tefko; Kantor, Paul B.: Studying the Value of Library and Information Services : Part II. Methodology and Taxonomy. In: Journal of the American Society for Information Science 48 (1997) S. 543 – 563

# Ansätze zur Wirkungsmessung

## Ansätze zur Wirkungsmessung

- **Ermittlung des ökonomischen Wertes der Bibliotheksnutzung**
- **Ermittlung des Einflusses auf die Fähigkeiten und Kenntnisse der Kunden**

# Ökonomischer Wert der Bibliotheksbenutzung

Zur Ermittlung des ökonomischen Wertes der Bibliotheksbenutzung unterscheidet man zwischen dem **direkten** und dem **indirekten** Wert<sup>[7]</sup>.

- direkter Wert = Marktwert des Bibliotheksservices
- indirekter Wert = Wert, der sich aus der Nutzung des Bibliotheksservices ergeben kann

[7] Value for Money : Southwestern Ohio's Return from Investment in Public Libraries [El. Ressource]  
<http://www.9libraries.info/docs/EconomicBenefitsStudy.pdf>

# Wirkungsmessung

Meffert und Bruhn <sup>[6]</sup> unterscheiden drei Arten der Wirkungskontrolle:

1. Die Messung der psychologischen Wirkungen
2. Die Messung der verhaltensbezogenen Wirkungen
3. Die Messung des kundenbezogenen ökonomischen Erfolgs.

[6] Meffert, Heribert ; Bruhn, Manfred: Dienstleistungsmarketing.4. Aufl. Wiesbaden 2003

# contingent valuation method

Wie ermittelt man Marktpreise für Produkte, für die es eigentlich keine Marktpreise gibt?

Contingent valuation method:

1. willingness to pay (WTP)
2. willingness to accept compensation (WTA)
3. Investment in access
4. Price elasticity of demand
5. cost of alternatives

# Einfluss auf die Fähigkeiten und Kenntnisse

Untersuchungen zum Einfluss auf die Fähigkeiten und Kenntnisse der Kunden im Bereich der Wissenschaftlichen Bibliotheken vor allem bei Hochschulbibliotheken:

- Wirkung auf den Studienerfolg,
- Wirkung auf die Informationskompetenz
- Wirkung auf das Informationsverhalten von Studierenden
- Einfluss auf die Studienabbrucherquote [8].

[8] De Jager, Karin: Library Use and Academic Achievement. In: Proceedings of the 1st Northumbria International Conference on Performance Measurement in Libraries and Information Services. Newcastle upon Tyne 1995, S. 287

# Ansätze zur Wirkungsmessung: Quantitative Verfahren der Wirkungsmessung

- Den einzelnen Produkten der Bibliothek (z. B. Ausleihe) wird der Preis ihrer jeweiligen Entsprechung auf dem freien Markt zugeordnet (z. B. Stückpreis eines Buchs).
- Ermittlung von Durchschnittspreisen

➔ **Direkter ökonomischer Wert des Verleihbetriebs:**

**Anzahl erbrachter Dienstleistungen x Stückpreis = Wert des Services**

## Value of Library Services

Input Your Use	Library Services	Value of Services
<input type="text"/>	Books Borrowed	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Magazines Borrowed	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Movies Borrowed	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Audio Books Borrowed	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Museum Passes Borrowed	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Magazine Use in Library	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Interlibrary Loan	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Meeting Room Use per Hour	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Auditorium Use per Hour	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Adult Programs and Classes Attended	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Children's Programs Attended	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Hours of Computer Use (i.e. Internet, MS Word, etc.)	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Newspapers Viewed Online	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Use of Other Database Searching	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="text"/>	Reference Questions Asked	\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="button" value="Calculate The Value of Your Library Use"/>		\$ <input type="text" value="0.00"/>
<input type="button" value="Clear Form"/>		

Quelle: <http://www.maine.gov/msl/services/calculator.htm>

# Alternativkosten

Für jeden einzelnen Bibliotheksservice kann ein Kostenvergleich durchgeführt werden. Dabei wird ermittelt, welche Kosten entstehen wenn

- die Bibliothek den Service erbringt
- der Service von einem Dritten erbracht wird,
- der Kunde die Leistung selber erbringt

# Zeitinvestition / Konsumationszeit

- Unter der Konsumationszeit des Kunden versteht man die Anzahl Stunden, die er für die Auswertung der durch die Bibliothek zur Verfügung gestellten Informationen aufwendet.
- Wenn der Kunde mit seiner Zeit wirtschaftlich umgeht, ist die Konsumationszeit ein Indikator dafür, wie viel die von der Bibliothek erbrachten Dienstleistungen dem Kunden wert sind.

# Direkter Beitrag der Bibliothek zur Wirtschaft

- Die Bibliothek trägt durch ihre **Geschäftsbeziehungen** zu Lieferanten und anderen Dienstleistern unmittelbar zur Wirtschaft bei:
  - Buchhandel, Zeitschriftenagenturen, Datenbankanbieter, Buchbinder, Bibliotheksausstatter usw.
- **Arbeitgeber Bibliothek:** Stärkung der örtlichen Wirtschaft und des Steueraufkommens in der betreffenden Stadt bzw. Region durch die Gehälter [\[9\]](#).

[\[9\]](#) vgl. Coomes, Paul A.: Economic Importance of Arts and Cultural Attractions in Louisville [El. Ressource]  
[http://monitor.louisville.edu/arts/Arts\\_Report.pdf](http://monitor.louisville.edu/arts/Arts_Report.pdf)  
Tag des Zugriffs: 06.06.2007

## Qualitative Methoden der Wirkungsmessung: Anekdotische Evidenz

- Wirkungsnachweises für eine Bibliothek anhand von positiven Beispielen aus der Bibliotheksbenutzung.
- Jenseits des direkten ökonomischen Wertes wird die qualitative Komponente der Wirkung von Bibliotheken dokumentiert.
- Fortlaufend Beispiele sammeln!

# Qualitative Methoden der Wirkungsmessung: Strategische Argumentenbilanz

- Die strategische Argumentenbilanz listet alle Punkte auf, die belegen, inwieweit die Bibliothek zu den Zielen ihrer Trägereinrichtung beiträgt.
- versetzt Bibliothekarinnen in die Lage, den Entscheidern jenseits von direktem ökonomischem Wert weitere wirkungsvolle Argumente zu liefern.

# Exkurs in die Praxis

**Unterschiedlichste Bibliotheken haben sich mit dem Thema „Wert und Wirkung“ beschäftigt, z. B.**

- **verschiedene Public Libraries in den USA, Norwegen und Kanada**
- **die öffentlichen Bibliotheken in Berlin-Mitte**
- **die British Library, London / Großbritannien**
- **die Bibliothek der Universität Kapstadt / Südafrika**
- **verschiedene Spezialbibliotheken in den USA**

# British Library

**Ziel der Untersuchung [10]** : Ermittlung des wirtschaftlichen Wertes um

1. nachzuweisen, dass öffentliche Gelder in die British Library gut investiert sind,
2. zu belegen, dass die British Library einen Mehrwert für die gesamte Gesellschaft generiert,
3. sich auf den Wert für die Kunden zu konzentrieren und so den kundenorientierten Ansatz der British Library zu unterstützen und weiter auszubauen.

Die British Library hat dazu die contingent valuation method eingesetzt. Die Befragung von Kunden und Nicht-Kunden wurde anhand von standardisierten Telefon-Interviews von den Firmen Spectrum Strategy Consultants und Indepen Consulting durchgeführt.

**Ergebnisse der Untersuchung** aus dem Jahr 2003:

- Für 1 £ aus öffentlichen Geldern, die in die British Library investiert werden, generiert die British Library jährlich einen **Mehrwert von 4,4 £**. Würde die British Library keine öffentlichen Gelder mehr erhalten, gingen Großbritannien 280 Millionen £ jährlich verloren.

[10] Pung, Caroline; Clarke, Ann; Patten, Laurie: Measuring the Economic Impact of the British Library. In: New Review of Academic Librarianship 10 (2004) S. 79 – 102

# Special Libraries

- Die Special Libraries Association (SLA) hat 1993 eine Zusammenfassung zahlreicher Studien zum Wert von Spezialbibliotheken publiziert [\[11\]](#).
- Die Untersuchung bezieht sich auf 20 Organisationen mit insgesamt 84 (!) Bibliotheken und Zweigstellen.
- Sehr umfangreich: mehr als 10.000 ausgefüllte Fragebögen.
- Wenn es keine Bibliothek gäbe, würde es die Trägerorganisation ca. dreimal soviel kosten, die benötigten Informationen zu beschaffen. (ROI 2,9)
- [\[11\]](#) Griffiths, José-Marie ; King, Donald W.: Special Libraries. Washington, DC 1993. – XIV, 197 S. : Ill.

# positive Effekte der Wirkungsmessung

- Bessere Kommunikation zwischen Bibliothekarinnen und Betriebswirtschaftlern
- Ressourcen können gezielt dort eingesetzt werden, wo sie am meisten bewirken.  
Wirkungsmessung ist ein Instrument der betrieblichen Steuerung!
- Motivation für die Bibliotheksmitarbeiterinnen: Der Wert ihrer Arbeit steht im Mittelpunkt der Untersuchungen und sie stehen ausnahmsweise einmal nicht nur als Verursacher von Kosten da.

# Zukunft der Wirkungsmessung

Wie geht es weiter?

# Empfehlungen

- Die Deutsche Bibliotheksstatistik sollte um Indikatoren zur Wirkungsmessung ergänzt werden.
- Der Bibliotheksindex BIX sollte zu einem Instrument der Wirkungsmessung weiter entwickelt werden.
- Mehr Fortbildungen - Summer School „Wert und Wirkung“: Eine mehrtägige praxisbezogene Fortbildungsveranstaltung, die Bibliothekarinnen dazu befähigt, den Wert und die Wirkung ihrer Bibliothek zu ermitteln.

# Empfehlungen

- Pilotprojekte sollten in verschiedenen Bibliothekstypen starten, begleitet und unterstützt von den Berufsverbänden und den bibliothekarischen Ausbildungsstätten.
- Die Wirkungsmessung sollte standardisiert werden, analog zur Leistungsmessung
- Wirkungsmessung sollte Teil der bibliothekarischen Ausbildung werden!

- Home
- Bibliotheksprojekte
- Veranstaltungen
- Literaturtipps
- Kontakt

Sie sind hier:

### Was sind Bibliotheken wert?



Welche Bibliotheken im In- und Ausland haben sich mit diesem Thema schon beschäftigt? Zu welchen Ergebnissen sind sie dabei gekommen?

Die Initiative "Wert und Wirkung von Bibliotheken" möchte das Thema auf die Tagesordnung bringen, um die Position von Bibliotheken zu stärken.

Machen Sie mit! Nennen Sie uns z.B. Bibliotheken, die bereits an dem Thema arbeiten. Sie planen selber gerade ein solches Projekt? Prima, dann geben Sie uns bitte kurz Bescheid!

Wir freuen uns über Ihre Nachricht. Sie erreichen uns unter [vonhof@hdm-stuttgart.de](mailto:vonhof@hdm-stuttgart.de) oder unter [gudrunwizler@gmx.net](mailto:gudrunwizler@gmx.net)

# Zukunft der Wirkungsmessung

Machen Sie mit beim Aufbau der Homepage

[www.wert-und-wirkung-von-bibliotheken.de](http://www.wert-und-wirkung-von-bibliotheken.de) !

- Definitionen & Einführung
- Links auf Bibliotheken
- Hinweise auf Fortbildungen
- Checklisten & Arbeitshilfen für die Praxis
- Bibliothekswertrechner

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit !**

- Home
- Bibliotheksprojekte
- Veranstaltungen
- Literaturtipps
- Kontakt

Sie sind hier:

### Was sind Bibliotheken wert?



Welche Bibliotheken im In- und Ausland haben sich mit diesem Thema schon beschäftigt? Zu welchen Ergebnissen sind sie dabei gekommen?

Die Initiative "Wert und Wirkung von Bibliotheken" möchte das Thema auf die Tagesordnung bringen, um die Position von Bibliotheken zu stärken.

Machen Sie mit! Nennen Sie uns z.B. Bibliotheken, die bereits an dem Thema arbeiten. Sie planen selber gerade ein solches Projekt? Prima, dann geben Sie uns bitte kurz Bescheid!

Wir freuen uns über Ihre Nachricht. Sie erreichen uns unter [vonhof@hdm-stuttgart.de](mailto:vonhof@hdm-stuttgart.de) oder unter [gudrunwizler@gmx.net](mailto:gudrunwizler@gmx.net)