

Benutzer als Co-Entwickler der Bibliothek

Web-basierte Interaktion verstehen und nutzen

Lambert Heller
Dienstleistungskommission des dbv – 4. BID-Kongress
Leipzig, 17.3.2010

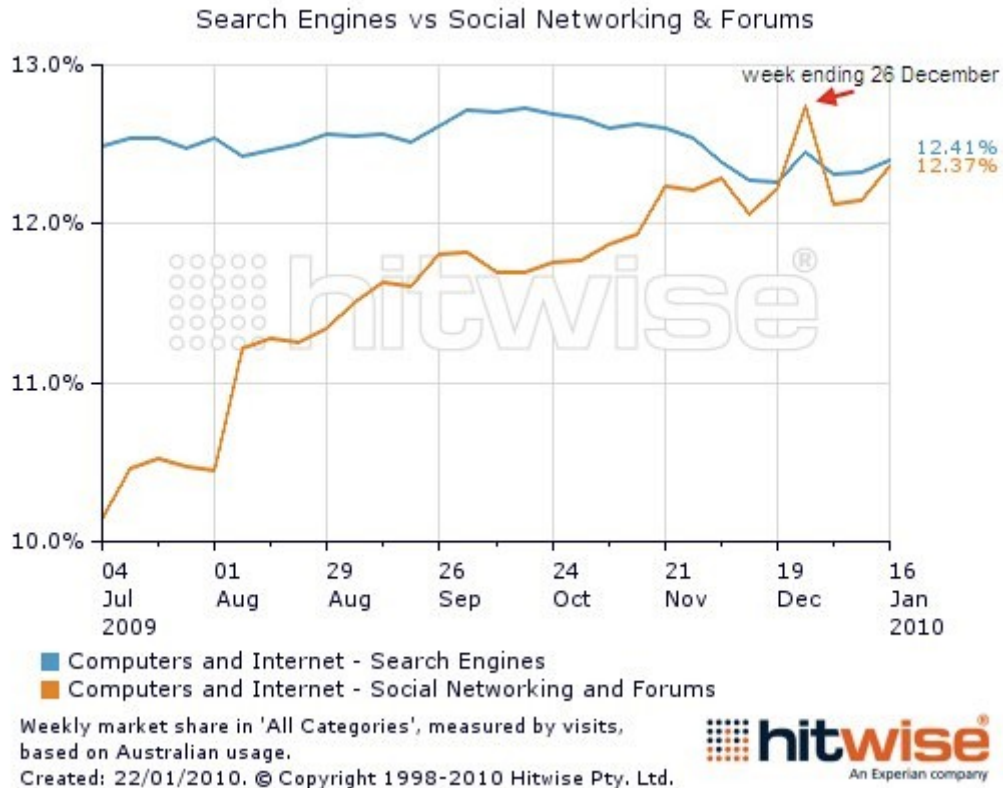


Agenda

1. Seit 5 Jahren der selbe Vortrag? Was hat sich getan?
2. Popularität der einschlägigen Dienste in Zahlen
3. Konsequenzen, um die es mir nicht geht
4. Modell “Engagement Pyramid” (nach Charlene Li)
- 5. Monitoring – Tools und was sich herausfinden läßt**
6. Implementierung einer Social-Web-Strategie
7. Zeit für Ihre Fragen!

1. Seit 5 Jahren der selbe Vortrag?

Technik 2005, massenhafte Benutzung 2010



2. Popularität der einschlägigen Dienste

Benutzerzahlen 2009

- 350 Mio. Facebook (Marktführer) Deutschland: 6,2 Mio.
- 50 Mio. Twitter (Deutschland: 1,8 Mio.)
- 15 Mio. VZnet (deutscher Marktführer)
- Zum Vergleich: 270 Mio. Hotmail, 280 Mio. Yahoo Mail, 11 Mio. GMX
- „Always on“ im sozialen Netzwerk ist für sehr viele Menschen weltweit Teil ihres Lebensstils geworden.

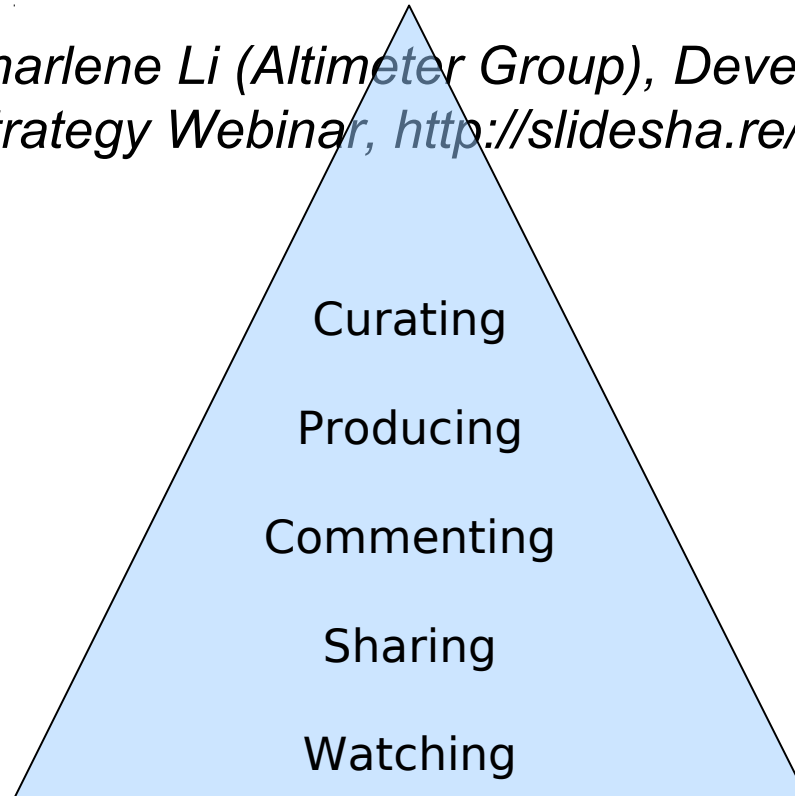
3. Konsequenzen, um die es mir *nicht* geht

- Es geht nicht (primär) um technische Fragen.
 - JedeR kann diese Dienste benutzen – probieren Sie es bitte einfach mal aus! Die neuen Fragen und Herausforderungen sind organisatorischer, kultureller, sozialer Art!
- Traditionelles Marketing ins Web 2.0 verdoppeln (“Ein müheloser zusätzlicher Output-Kanal!”)
- One-fits-all-Lösung („Befolgen Sie mein Rezept!“)

4. Engagement Pyramid

Modelliert Benutzerverhalten (und Strategie)

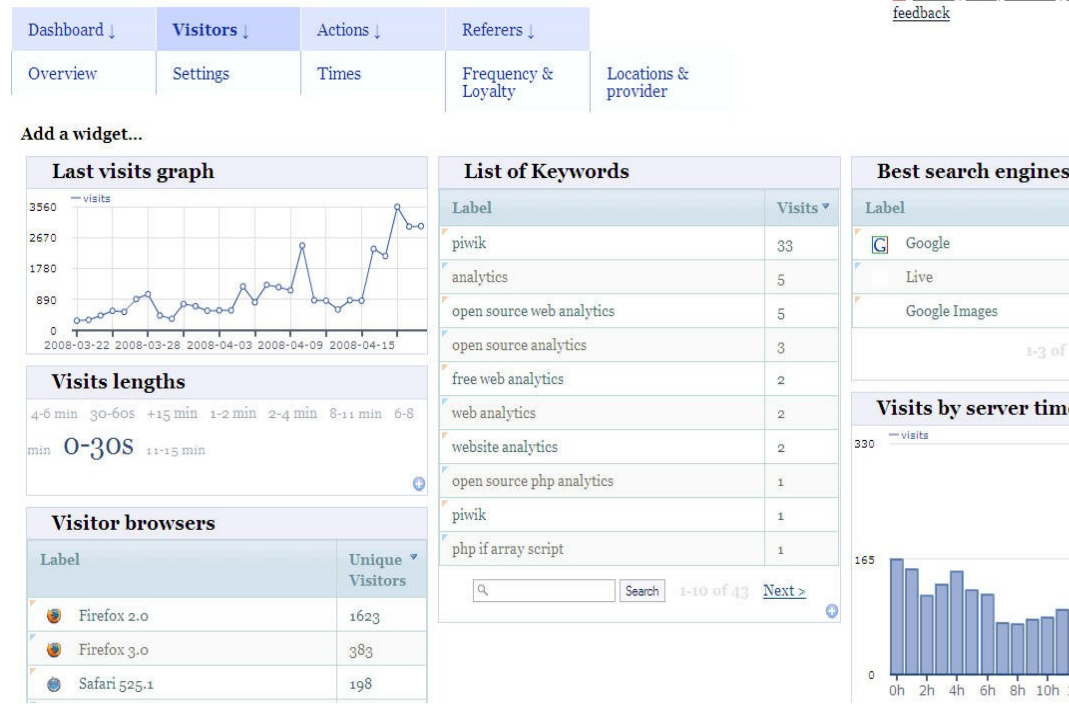
- *From: Charlene Li (Altimeter Group), Developing A Social Strategy Webinar, <http://slidesha.re/a542Fw>*



5. Monitoring

Einige Tools - und was sich herausfinden läßt

- Ist Ihre Webpräsenz auch eine „Inselgruppe“?
- Tools zum “Monitoring 1.0“: Google Analytics, Piwik
- Technisch realistisches Ziel: Jederzeit granulare, anschauliche Benutzungsdaten der ganzen “Inselgruppe”!



5.a Monitoring

Einige Tools - und was sich herausfinden läßt

- Google Suggest: Beispielsuche “TIB Ha...”



A screenshot of a search engine's suggestion dropdown menu. The search input field contains the text "tib ha". Below the input, a list of suggestions is displayed. The first suggestion, "tib hannover", is highlighted with a light blue background. The other suggestions are listed in black text. The suggestions are: "tib hannover", "tib hannover öffnungszeiten", "tib hannover katalog", "tib hannover verlängerung", "tib hannove", "tib hannover königsworther platz", "tib hamburg", "tib hannover fernleihe", "tib hannover kontakt", and "tib haus 2".

tib ha
tib hannover
tib hannover öffnungszeiten
tib hannover katalog
tib hannover verlängerung
tib hannove
tib hannover königsworther platz
tib hamburg
tib hannover fernleihe
tib hannover kontakt
tib haus 2

5.b Monitoring

Einige Tools - und was sich herausfinden läßt

- Google Suggest: Beispielsuche “TIB Ha...”
- delicious.com: Beispielsuche “site:tib.uni-hannover.de“

The screenshot shows the search results for 'site:tib.uni-hannover.de' on delicious.com. The search bar contains the query and a 'Search' button. Below the search bar, there are 'Search Suggestions' and a 'Filter by Tag' section with checkboxes for 'bibliothek', 'tib', 'hannover', 'fachinformation', and 'Double-click to add a tag'. To the right, there is a 'Bookmarks Saved From' section showing 'oldest bookmark to now - 148 Results' and a time range selector (1D | 1M | 6M | 1Y | Max). Below this is a line graph showing bookmark activity over time from Dec '02 to Apr '09. At the bottom, there is a 'Show:' dropdown set to 'Everybody's bookmarks (148)'.

[Sign in](#) to search your own bookmarks

Everybody's bookmarks 148 results

Technische Informationsbibliothek und Universitätsbibliothek Hannover 46
www.tib.uni-hannover.de/

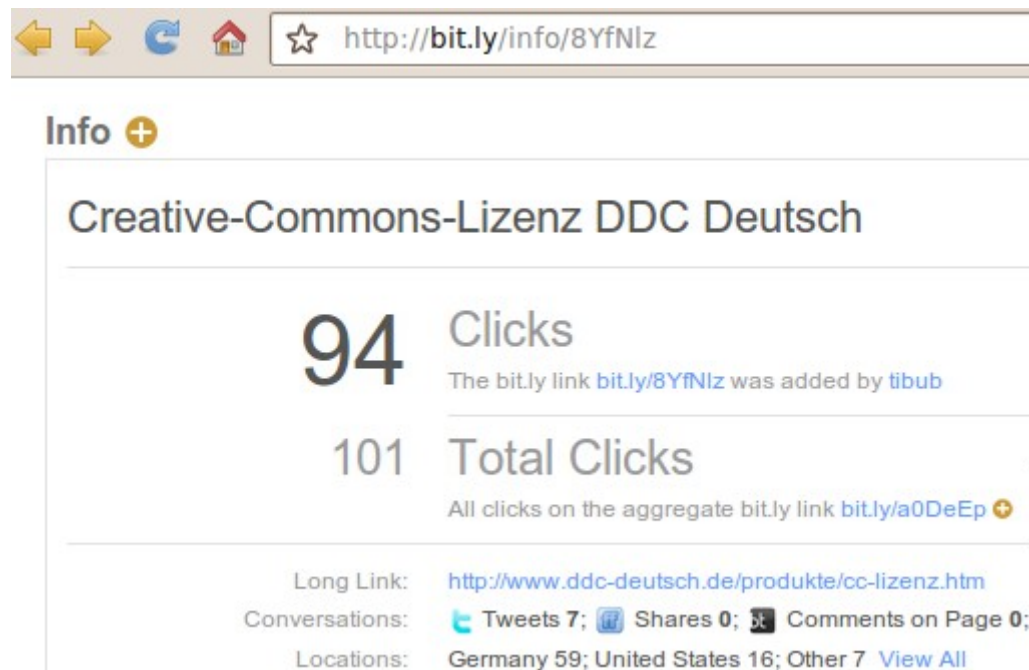
bibliothek hannover tib library uni

TIB-Portal
www.tib.uni-hannover.de/tibportal/

5.c Monitoring

Einige Tools - und was sich herausfinden läßt

- Google Suggest: Beispielsuche "TIB Ha..."
- delicious.com: Beispielsuche "site:tib.uni-hannover.de"
- Aussagekräftige Weiterleitungen: bit.ly/info/XYZ



The screenshot shows a web browser address bar with the URL <http://bit.ly/info/8YfNlz>. Below the address bar, the page title is "Creative-Commons-Lizenz DDC Deutsch". The analytics section displays the following data:

- 94 Clicks**: The bit.ly link bit.ly/8YfNlz was added by [tibub](#).
- 101 Total Clicks**: All clicks on the aggregate bit.ly link bit.ly/a0DeEp.
- Long Link**: <http://www.ddc-deutsch.de/produkte/cc-lizenz.htm>
- Conversations**: [Tweets 7](#); [Shares 0](#); [Comments on Page 0](#)
- Locations**: Germany 59; United States 16; Other 7 [View All](#)

5.d Monitoring

Einige Tools - und was sich herausfinden läßt

- Google Suggest: Beispielsuche "TIB Ha..."
- delicious.com: Beispielsuche "site:tib.uni-hannover.de"
- Aussagekräftige Weiterleitungen: bit.ly/info/XYZ
- Backtweets: Getwitterte URLs trotz Kürzung finden

backtweets
—Search Links on Twitter

URL Search Advanced Search

SEARCH

Examples: <http://www.youtube.com>, nytimes.com, [twitter](http://twitter.com) »

 **Search Results for**
<http://zukunftswerkstatt.wordpress.com/2010/03/11/leipzig-leipzig-leipzig/> (2.570 seconds)



RT @ZW09: Programm der Zukunftwerkstatt auf dem Bibliothekskongress in Leipzig: <http://tinyurl.com/y9hbu2d> #zw09 #bibtag10 2 days ago

iroc15



#zw09 in Leipzig
<http://zukunftswerkstatt.wordpress.com/2010/03/11/leipzig-leipzig-leipzig/> 2 days ago

bsu_news

5.e Monitoring

Einige Tools - und was sich herausfinden läßt

- Noch viele weitere Möglichkeiten: Google Blogsearch, Twitter Search, zukünftig Lokationsdienste etc.
- (Fast) all diese Dienste geben Feeds aus – Bündeln Sie relevante Anfragen zu einem individuellen “Radar“ im FeedReader! (Modellhaft: <http://bit.ly/oa-pipe>)

6. Implementierung einer Social-Web-Strategie

Einige abschließende Überlegungen und Fragen

- Sie werden einen langen Atem brauchen; setzen Sie sich realistische (Zwischen-)Ziele.
- Eine wichtige Frage: Welchen Nutzen haben Sie Ihrer Benutzercommunity zu bieten?
- Sind Ihre Informationsressourcen bereits soziale Objekte (z.B. persistente Links auf Katalogdaten)?
- Es geht um Authentizität und Vertrauenswürdigkeit.
- Binden Sie „Ihre“ Digital Natives und Neugierigen ein.
- Die Gespräche mit unseren Benutzern/Kunden lassen sich nicht outsourcen.
- Offene Frage: Wo verläuft die Grenze zwischen Marketing, Auskunft, „IK-Vermittlung“, (Co-)Entwicklung...?

7. Fragen?

- Fragen Sie – Gern auch noch nach der Veranstaltung!
- lambert.heller@tib.uni-hannover.de
- Skype: Wikify
- Twitter: Lambo

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

