

## **Bibliotheken wohin? Trends-Profile-Konzepte. Ein Werkstattbericht über Entwicklung und Umsetzung des Bibliothekskonzepts der Stadtbücherei Traunstein**

Lange Traditionen bewahren nicht vor notwendigen Veränderungsprozessen. Der Spardruck der letzten Jahre, veränderte Freizeit- und Mediengewohnheiten, neue berufliche Herausforderungen und Interessen der Bürger sind für Bibliotheken Anlass zur Analyse und Neuausrichtung ihrer Arbeit.

Der Bibliotheksverband Oberbayern, ein gemeinnütziger Verein, der Bibliotheken unterstützt, außerdem die ekz und die Staatliche Landesfachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen führten in Kooperation mit dem Praxisinstitut Organisations- und Personalentwicklung unter der Leitung von Meinhard Motzko gemeinsam eine Fortbildungsreihe durch, an der sich auch die Stadtbücherei Traunstein beteiligte.

Für jede teilnehmende Bibliothek, so auch für die Stadtbücherei Traunstein, wurde eine individuelle Konzeption entwickelt, die eine überzeugende, auf lokale Fakten gestützte Neupositionierung der Bibliotheksarbeit ermöglicht. Es sollten Antworten gefunden werden auf Fragen wie „Ist das knappe Personal richtig eingesetzt? Welche Zielgruppen hat die Stadtbücherei? Hat sie dafür die richtigen Bücher und andere Medien? Welchen Schwerpunkt soll es bei der Veranstaltungsarbeit geben? Welche Kooperationspartner vor Ort kommen in Frage?“

Ziel dieser Profilbildung war es, die eigene Arbeit im Zusammenhang mit den regionalen, wirtschaftlichen, sozialen und politischen Rahmenbedingungen zu beschreiben. Es wurden gesellschaftliche Entwicklungen und Prognosen einbezogen und daraus Schwerpunkte, die angesichts der begrenzten Ressourcen in der Bibliotheksarbeit zukünftig im Vordergrund stehen sollen, abgeleitet und daraus resultierend Visionen für 2012 benannt.

Das Bibliothekskonzept für Traunstein ist auf einen Zeitraum von fünf Jahren angelegt und wird fortlaufend der aktuellen Situation angepasst.

Aus diesem Grund führten wir auch im Herbst 2009 und Frühjahr 2010 eine umfangreiche Besucherumfrage durch, um zu erfahren, wie die Besucher auf die neugestalteten Räumlichkeiten und das neue Bibliothekskonzept reagieren. Auch die Tatsache, dass ich heute hier stehe und Ihnen meine Arbeit vorstelle, ist Teil der fortwährenden Aktualisierung des Konzepts.

Ein wichtiges Fazit kann ich an den Anfang meiner Ausführung stellen:

Das Konzept „Leben – Lesen – Lernen“ ist vor allem eine Argumentationsgrundlage für die lokalen politischen Entscheidungsträger und stellt ein ausgezeichnetes Rüstzeug für die tägliche Arbeit kleinerer und mittlerer Bibliotheken dar. Die Transparenz der Arbeit in der Stadtbücherei wird enorm erhöht.

### **Gliederungsraster:**

1. Umfeldanalyse und Prognose
2. Beschreibung der Problemlagen für das Aufgabenfeld „Informationsbedarf und Mediengewohnheiten in der Region“
3. Auftrag der Stadtbücherei
4. Aufgabenprofil
5. Konkret messbare Ziele
6. Konkrete Zielgruppen der Stadtbücherei (messbar)
7. Kooperation und Partnerschaften
8. Maßnahmen/Angebote
  - 8.1 Öffnungszeiten
  - 8.2. Raumangebot und Perspektiven
  - 8.3. Bestandsprofile
9. Kommunikationsformen mit Träger, Kunden und Partnern
10. Ressourcengrundsätze
  - 10.1 Einnahmequellen
  - 10.2 Ausgabengrundsätze
11. Organisations- und Führungsgrundsätze
12. Erfolgskontrolle/Evaluation

### **Ich greife nur wenige Punkte heraus:**

Am Anfang der Untersuchung steht eine umfassende **Umfeldanalyse**.

Traunstein, die Stadt an der Traun – 10 km östlich des Chiemsees und 15 km nördlich der Chiemgauer Alpen gelegen – ist seit alters her der zentrale Ort des Chiemgaus. Mit ihrer Eingliederung in den Landkreis Traunstein erhielt die Stadt den Status einer Großen Kreisstadt. Es leben rund 18.600 Menschen dort, es ist eine sehr lebendige Stadt mit hohem

Freizeitwert, viele junge Familien leben hier, aber auch ältere Paare, die aus dem Speckgürtel Münchens aufs Land gezogen sind.

Traunstein ist beliebt als Einkaufsstadt, viele kleine Handwerksbetriebe und Läden prägen das Bild der Innenstadt, größere Gewerbegebiete sind ausgelagert an den Stadtrand. Ein rührige Werbegemeinschaft unterstützt den Einzelhandel.

Traunstein ist mit 14.000 Arbeitsplätzen die „arbeitsplatzstärkste“ Stadt im Landkreis. Fast 24% aller Arbeitsplätze sind hier eingerichtet. Allein 10.000 Pendler kommen täglich zur Arbeit nach Traunstein. Die Zahl der Auspendler beläuft sich auf ca. 11.000. Die Arbeitslosenquote ist relativ niedrig. Laut Arbeitsagentur wird für 2011 der Jahresdurchschnitt in den Landkreisen BGLand und Traunstein eine Erwerbslosenquote von 3,7 % erwartet. Die Mobilität der Beschäftigten ist sehr hoch.

Die Trägerschaft der Stadtbücherei liegt jedoch ausschließlich bei der Stadt Traunstein. Die Stadtbücherei im Kulturzentrum liegt zentral gelegen inmitten des Stadtparks, die Tourist-Information sowie Schulungsräume der vhs und ein Veranstaltungssaal sind im gleichen Gebäude untergebracht.

### **Beschreibung der Problemlagen für das Aufgabenfeld ,Informationsverhalten und Mediengewohnheiten' in der Region**

Jede Bibliothek steht grundsätzlich vor der Aufgabe, sich aktuellen und vor allem zukünftigen Herausforderungen stellen zu müssen. Diese beinhalten in erster Linie die Vermittlung von Medienkompetenz, die Begleitung der Menschen, die der digitalen Spaltung nicht alleine begegnen können, sowie der Umgang mit veränderten Mediengewohnheiten. Vor allem die veränderten Mediengewohnheiten zwingen uns Verantwortliche in Bibliotheken, das Ohr immer am Puls der Zeit zu haben, um der Bibliothek als Ort des innovativen Lernens gerecht *bleiben* zu können.

Ziel meines Konzepts, das ich dem Traunsteiner Stadtrat nach der Fertigstellung als Beschlussvorlage vorgelegt habe, ist es, die kulturelle Bedeutung der Einrichtung herauszustellen und ihre Position in der Stadt nachhaltig festzuschreiben.

**Der Auftrag der Stadtbücherei und ein Aufgabenprofil**, das sich aus den gewonnen Daten ableiten lässt, lässt sich nicht ohne weiteres auf jede Bibliothek übertragen. Um zwei wichtige Punkte herauszugreifen:

Es ist darin die Position der Stadtbücherei als lokales Informationszentrum und neutralen Anbieter aktueller, hochwertiger und strukturierter Informationen, die zielgruppengerecht zusammengestellt sind, als Alleinstellungsmerkmal der Stadtbücherei festgeschrieben. Das

Internet ist für mich Teil der Stadtbücherei und nicht umgekehrt, im Internet können die Kunden meines Erachtens „*nur an der Oberfläche surfen, in Bibliotheken können sie im Wissensmeer tauchen.*“

Die Stadtbücherei verbindet Tradition mit Innovation. Dabei spielt der Besucher mit seinen Wünschen und Bedürfnissen eine zentrale Rolle. Als verlässliche Begleiterin nimmt die Stadtbücherei ihre Besucher sehr ernst, aber sie steht auch zu Profilen, zu Wertungen, prüft Trends auf ihren Sinn und prägt Themen, die ihr wichtig sind. Die Tradition und Zukunft der Literatur und der Buchkultur wird weiterhin gepflegt – mit Autorenbegegnungen, Medienausstellungen in Zusammenarbeit mit der Städtischen Galerie und Veranstaltungen im Zusammenspiel der Künste. Die Stadtbücherei versteht sich als Brücke zwischen Bildung und Kultur, zwei Säulen, die sich ergänzen und ineinander fließen.

### Konkrete Ziele

Die Ziele ergeben sich aus der Umfeldanalyse, den Problemlagen (wobei ich mit dem Begriff nicht glücklich bin und ich ihn ersetzen würde durch „Übergeordnete Zielvorgabe“) und dem Aufgabenprofil. Sie sind bewusst so formuliert, dass sie messbar sind, um eine Erfolgskontrolle zu ermöglichen. Sie werden jährlich überwacht, ergänzt und angepasst. An dieser Stelle wird exemplarisch eine Problemlage herausgegriffen, *die Veränderung des Images der Stadtbücherei*. Dabei handelt es sich um eine bibliotheksbezogene Aufgabenstellung.

### Problemlage: **Veränderung des Image der Stadtbücherei**

Um das Image der Stadtbücherei Traunstein zu verändern, bedarf es mehrerer Schritte. Das Team der Stadtbücherei stellt sich insgesamt fünf Aufgaben mit jeweils unterschiedlicher Schwerpunktsetzung, um die Vielfalt der Möglichkeiten, dieses Thema anzugehen, darzustellen. Dabei ist es wichtig, zwischen Aufgabe und Ziel zu unterscheiden!

Aufgabe 1	<b>Die Stadtbücherei wird für die Besucher und potentielle Neukunden attraktiver</b>
Ziel	Der Anteil der Neuleser steigt auf 30% im Jahr (bisheriger Wert: 27,7%; 2010 schon 28,9%)
Zielgruppe:	Bürger der Stadt und des Landkreises Traunstein
Maßnahme	Überwachung des Erfolgs/Messindikatoren
Komplette Renovierung der Bücherei (Neue Regale, attraktive Präsentation der	Zielplanung der Stadtbücherei

Medien, neues Lichtkonzept)	
Es wird ein neues professionelles und einheitliches Leit- und Orientierungssystem geschaffen	Statistik über Orientierungsfragen, Umfrage über die Zufriedenheit mit dem neuen System
Der Medienbestand wird anders als bisher in Themenbereichen aufgestellt und in Klarschrift präsentiert	Umfrage über die Zufriedenheit mit der veränderten Aufstellung
Die Materialien der Öffentlichkeitsarbeit (Plakate, Handzettel, Benutzungsordnung, Informationsblatt für Neukunden, Homepage etc. erhalten ein neues Erscheinungsbild im Sinne des CI der Stadt Traunstein	Umfrage über die Zufriedenheit über die Qualität der Informationsmaterialien (z.B. Wiedererkennbarkeit, Vollständigkeit etc.)

<b>Aufgabe 2</b>	<b>Die Stadtbücherei lernt ihre Kunden besser kennen</b>
Ziel	Es wird alle 5 Jahre eine umfassende Besucherumfrage durchgeführt
Zielgruppe	Besucher der Stadtbücherei
Maßnahme	Überwachung des Erfolgs/Messindikatoren
Einen Monat lang werden alle erwachsenen Kunden, welche die Bücherei aufsuchen, gebeten, uns ihre persönlichen Daten zu nennen (Geschlecht, Alter, Beruf) und den Grund, warum sie in die Bücherei gekommen sind	Umfragestatistik
Einen Monat lang werden alle erwachsenen Kunden, die in die Bücherei kommen, gebeten, ob sie etwas ausgeliehen haben und für wie viele Personen sie etwas ausgeliehen haben	Umfragestatistik
Bei unterschiedlichen Veranstaltungen werden die Besucher gefragt, ob sie einen Leseausweis der Stadtbücherei Traunstein besitzen	Umfragestatistik
Einen Monat lang werden Schüler, die in die Bücherei kommen, gebeten, uns ihre besuchte Schule und Schulklasse zu nennen	Umfragestatistik
Standardmäßig werden die Besucher, die sich zu Veranstaltungen anmelden gefragt, woher sie über das Angebot der Stadtbücherei informiert wurden	Umfragestatistik

Beim Verlassen der Bücherei werden Besucher, die an der Umfrage teilnehmen, gefragt, ob sie gefunden haben, was sie suchen	Umfragestatistik, Besucherstatistik
<b>Aufgabe 3</b>	<b>Der Bekanntheitsgrad der Stadtbücherei wird gesteigert</b>
Ziel	50% der Einwohner der Stadt Traunstein kennen innerhalb der nächsten 5 Jahre die Stadtbücherei und ihre Angebote
Zielgruppe	Einwohner Traunsteins
Maßnahme	Überwachung des Erfolgs/Messindikatoren
Über die Stadtbücherei wird mindestens zehnmal im Jahr in der Presse berichtet	Statistik der Berichterstattung
Informationshandzettel werden verstärkt außerhalb der Stadtbücherei verteilt (Buchhandlungen, Geschäfte, Banken, Gaststätten, NUTS, Ärzte, Touristeninformation, Rathaus, Neubürgerempfang)	Beobachtung der Besucherstatistik / Veranstaltungsstatistik, Statistik der Neuanmeldungen
ABC-Schützen erhalten bei der Einschulung ein attraktives Informationsmaterial über die Stadtbücherei	Statistik und Befragung bei der Neuanmeldung
Über die Angebote der Bücherei wird zielgerichtet auf Elternabenden, Lehrerfortbildungen und Konferenzen berichtet	Statistik bei der Ausleihe der Bücherkisten bzw. der Veranstaltungen im Rahmen der Elternbibliothek
Über die Angebote des Biblio18-Regionalverbundes wird über das Netzwerk der Region 18 berichtet	Statistik der Berichterstattung

<b>Aufgabe 4</b>	<b>Die Internetseiten der Stadtbücherei werden attraktiver und bekannter</b>
Ziel	Die Statistik der web-Zugriffe steigt um mindestens 10% (derzeit: Steigerung um 8,3% von 9880 Zugriffe in 2006 auf 11200 in 2010)
Zielgruppe:	Nutzer und Noch-Nichtnutzer mit Internetzugang
Maßnahme	Überwachung des Erfolgs/Messindikatoren
Die Möglichkeiten des Onlinekatalogs werden regelmäßig mit Informationsbroschüren beworben	Homepage
Über Veranstaltungen wird	Homepage

zeitnah mit Fotos auf der Homepage berichtet	
Die Homepage der Stadtbücherei erhält einen Bereich „Download“, der die Benutzungssatzung, Gebührenordnung, Leihverkehrsordnung, Auswahllisten (Zeitschriften, Bücherkisten), Spendenformular enthält	Webstatistik
Der Zugriff auf den Online-Katalog wird auf den öffentlichen Internet-PCs als kostenloser Service eingerichtet	Webstatistik

<b>Aufgabe 5</b>	<b>Die Stadtbücherei bleibt aktuell und attraktiv</b>
<b>Maßnahme</b>	<b>Überwachung des Erfolgs/Messindikatoren</b>
Mindestens 14% der laufenden Ausgaben fließen in den Erwerbungsetat	Haushaltsplan
Mindestens 8% des Medienbestandes werden jährlich erneuert ( <i>bisher 6,6%; 2010: 9,3%</i> )	Bestandsstatistik
Der Umsatz des Bestandes liegt bei <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3-5 für Sachbücher</li> <li>▪ 5-9 für Kinder-u. Jugendbücher</li> <li>▪ 4-7 für Romane</li> <li>▪ 7-10 für Non-Book-Medien<sup>1</sup></li> </ul>	Ausleihstatistik
Der Zielbestand liegt bei 2 Medieneinheiten pro Einwohner ( <i>bisher vorhanden: 1,9 ME</i> )	Bestandsstatistik
Der Anteil der Nonbook-Medien liegt bei 20% ( <i>16,77% 2010: 25,8 %</i> )	Bestandsstatistik
100% des Bestandes werden hinsichtlich der aktuellen Zielgruppen überprüft und angepasst	Bestandsstatistik
100% des Bestandes werden jährlich überprüft, ausgesondert und ggf. ersetzt werden die Exemplare, die <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ inhaltlich veraltet sind</li> <li>▪ äußerlich verschlissen sind</li> <li>▪ nicht mehr vorhanden sind</li> <li>▪ länger als zwei Jahre nicht mehr ausgeliehen wurden (Ausnahme: aktuelle Nachschlagewerke)</li> </ul>	Bestandsstatistik
Jede fachlich ausgebildete Mitarbeiterin der Bücherei besucht mindestens zweimal im	Fortbildungsstatistik

<sup>1</sup> Empfehlung von Konrad Umlauf <http://www.ib.huberlin.de/~kumlau/handreichungen/h79/haupt3.html>

Jahr eine Fortbildung.	
Der Bestand an Kinder- und Jugendmedien wird auf 10.000 Medieneinheiten erweitert.(2010: rund 8000)	Bestandsstatistik

## Konkrete Zielgruppen der Stadtbücherei

Für eine Zielgruppenbestimmung sind statistische Daten die Grundlage. Die Stadtbücherei Traunstein hat die Grundlage auf die Planungsregion 18 gesetzt, um ein realistisches Bild von der Situation der Stadt zu erstellen.

Das Team der Stadtbücherei vermutet nicht zuletzt aufgrund der Besucherumfrage, dass ihre Hauptkundschaft aus den Gruppen aus dem traditionellen Milieu, der Bürgerlichen Mitte, dem prekären Milieu sowie seit einiger Zeit aus dem sozialökologischen Milieu besteht.

Die Zielgruppen der Stadtbücherei Traunstein lassen sich in folgende Gruppen gliedern:

- Eltern und Kinder
- Schüler der Klassen 1-12
- Erzieher und Lehrer
- an Information und Unterhaltung interessierte Bürger mittleren Alters
- Ein besonderer Stellenwert wird außerdem gesellschaftlich engagierten Personen und Gruppen beigemessen, die fürsprechend und fördernd zur Erfüllung der Aufgaben der Stadtbücherei wirken können.

Um sich den Zielgruppen nicht nur nach dem Alter zu nähern, werden in den folgenden Tabellen Lebenslagen mit einbezogen. Die Tabellen basieren in den Zeilen Lebenslagen auf feststehenden Zuordnungen nach Meinhard Motzko und sind eins zu eins übernommen.

Lebenslagen, Bevölkerungsverteilung und Aufgliederung der aktiven Bibliothekskunden - [Kinder und Jugendlichen bis 11 Jahren der Stadt Traunstein](#)

Alter	1-3 Jahre	4-5 Jahre	6-8 Jahre	9-11 Jahre
Lebenslagen	Bilder Sozialkontakte Entdecken	Kindergarten Vorschule Neue Medien	Schulanfang Verkehr Radfahren	Schulwechsel
	Sozialkontakte	Vorschule	Verkehr Radfahren	Sport Abenteuer
Einwohner TS	468	351	478	501
Aktive Leser TS	6	9	58	121
Aktive Leser insgesamt	8	12	90	199
Einwohneranteil Stadtbücherei	1,3 %	2,6 %	12,1 %	24,2 %
Angestrebter Anteil Nutzer	1,5 %	5%	15%	25%

Tab.1 Altersstufen der Nutzer der Stadtbücherei: Kinder und Jugendliche (Teil 1)



Lebenslagen, Bevölkerungsverteilung und Aufgliederung der aktiven Bibliothekskunden -  
**Kinder und Jugendlichen von 11 bis 19 Jahren der Stadt Traunstein**

Alter	12-13 Jahre	14-15 Jahre	16-17 Jahre	18-19 Jahre
Lebenslagen	Sexualität Medien Hobbywechsel	Sexualität Pubertät Internet Mofa & Roller	Sexualität Pubertät	Sexualität Auto Berufsausbildung ggf. Studium
Einwohner TS	359	345	387	406
Aktive Leser TS	88	81	91	109
Aktive Leser insgesamt	156	176	199	261
Einwohneranteil Stadtbücherei	24,5%	23,5%	23,5%	26,9%
Angestrebter Anteil Nutzer	25%	25%	25%	25%

Tab.1 Altersstufen der Nutzer der Stadtbücherei: Kinder und Jugendliche (Teil 2)

Lebenslagen, Bevölkerungsverteilung und Aufgliederung der aktiven Bibliothekskunden -  
**Alterstabelle Erwachsene bis 45 Jahre**

Alter	20 – 23 Jahre	24-30 Jahre	31-35 Jahre	36-45 Jahre
Lebenslagen	Ausbildung Studium	Berufseinstieg Studium	Berufsaufstieg	Karriere Scheidung
	Militär (??)	Familiengründung	Haus, Kinder	Ausbildung der Kinder
Einwohner TS	801	1519	1103	2893
Aktive Leser TS	114	156	123	440
Aktive Leser insgesamt	319	395	299	1074
Einwohneranteil Stadtbücherei	14,2%	10,3%	11,15%	15,2%
Angestrebter Anteil Nutzer	20%	20%	20%	20%

Tab. 2: Alterstabelle Erwachsene (Teil 1)

Lebenslagen, Bevölkerungsverteilung und Aufgliederung der aktiven Bibliothekskunden -  
**Alterstabelle Erwachsene 46 Jahre und älter**

Alter	46 – 55 Jahre	56 - 65 Jahre	66-75 Jahre	Über 76 Jahre
Lebenslagen	Beruflicher Neueinstieg	Haus & Garten	Gesundheit	Gesundheit, Alleinsein, selbst. Wohnen
	Sinnkrisen	Gesundheit	Haus, Reisen	Pflege
Einwohner TS	2589	2273	2209	1854
Aktive Leser TS	257	163	90	37
Aktive Leser insgesamt	691	349	190	64
Einwohneranteil Stadtbücherei	9,9%	7,1%	4%	1,9%
Angestrebter Anteil Nutzer	10%	10%	5%	0%

Tab. 2: Alterstabelle Erwachsene (Teil 2)

### Besondere Zielgruppen (Teil1)

Gruppe	Kindergarten/ Kindertagesst- ätte	Hauptschule	Realschule / Wirtschafts- schule	Gymnasium	Vereine
Anzahl	5 Kindergärten 3 Kindertages- stätten	1	3	2	39, die in Frage kommen
Kooperationspartner	Ja, alle	Ja	Ja, alle	Ja, AKG aktiv Ja, CHG: nur in Jury beim Vorlesewettbewe- rb	11

Tab. 3: Besondere Zielgruppen / Kooperationspartner (Teil 1)

### Besondere Zielgruppen (Teil2)

Gruppe	Grundschulen	Sonstige / freie Schulen	Berufsschulen	VHS, Bildungswerke	Weitere Institutionen
Anzahl	3	2	4	3	6
Kooperations- partner	3	2	4	3	5

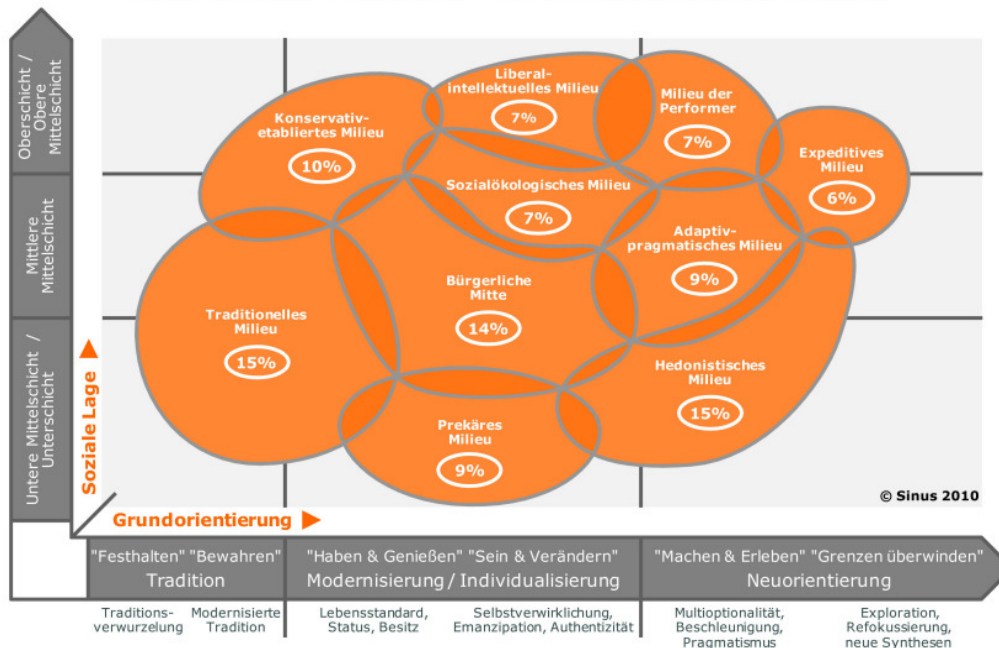
Tab. 2: Besondere Zielgruppen / Kooperationspartner (Teil 2)

Zugrunde liegen die Zahlen der Bevölkerungsstatistik aus 2007 des Regionalen Planungsverbands Südostoberbayerns sowie dem Einwohnermeldeamts der Stadt Traunstein. Berücksichtigt wird die Zahl der so genannten aktiven Leser in der Stadtbücherei vom Jahr 2007 (2622), das heißt derjenigen Kunden, die ihren Leseausweis mindestens einmal im Jahr benutzt haben. Nicht herausgerechnet werden können aus dieser Zahl die zahlreichen Leser, die aus dem Landkreis Traunstein bzw. den umliegenden Landkreisen kommen.

### Zielgruppendefinition auf der Basis des Milieu-Modells

Neben den demoskopischen Daten liefern die Sinus-Milieus Informationen über die Einwohner, die helfen, die Zielgruppen der Stadtbücherei näher zu bestimmen. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Bibliothekskonzepts lag noch das Vorgänger- Sinus-Modell zugrunde, dessen Veränderungen für die Zielgruppenanalyse für TS auch von Relevanz sind. Die Konsum-Materialisten, die ich in meinem Konzept als Zielgruppe genannt habe, werden vom Prekären Milieu abgelöst, dafür kommen die „Ökos“ dazu. Insgesamt zeigt das neue Sinus-Modell, dass der Lebens- und Wertekanon weiter auseinanderdriftet und die Standardisierbarkeit von Lebensläufen abnimmt, so daß die Milieuforschung davon ausgeht, dass es in Zukunft immer schwieriger werden wird, „große“ gesellschaftliche Milieus zu beschreiben, wie Frauke Schade in ihrem Artikel „Das Dilemma mit der Bibliothek für alle“ im aktuellen BUB-Heft sehr richtig feststellt und der ja noch Thema sein wird.

## Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2010



### Maßnahmen und Angebote

Neben der Ausweitung der Öffnungszeiten und der Erarbeitung eines erweiterten Raumkonzepts wurde 2006 begonnen, das Mediensortiment in themen- und fächerübergreifenden Sinnzusammenhängen zu präsentieren. Alle Themenbereiche bieten neben Büchern audiovisuelle und digitale Medien sowie Zeitschriften zum Ausleihen. Ergänzend dazu werden regionale und überregionale Tageszeitungen angeboten, die über das aktuelle Zeitgeschehen informieren.

Meine Erfahrungen aus meiner langjährigen Tätigkeit in der Mediothek und meinem Besuch in den Idea stores sind natürlich in Bestandspräsentation mit eingeflossen.

Die Themenbereiche im Einzelnen:

- Beruf-Karriere-Wirtschaft
- Computerbibliothek
- Elternbibliothek
- Galerie der Schönen Künste
- Gestern & Heute
- Hobby und Freizeit
- Länder und Kulturen
- Leichter durchs Leben
- Medien und Gesellschaft
- Natur & Umwelt
- Regiothek Traunstein
- Sprachen der Welt
- Technik
- Bauen & Wohnen

Im Winter 2009 und Frühjahr 2010 führten wir eine breitgestreute Besucherumfrage durch, nachdem der Umbau der Stadtbücherei abgeschlossen war. Dabei wurden die Besucher auf unterschiedliche Weise befragt.

In den Räumen der Stadtbücherei lag ein vierseitiger, detaillierter Fragebogen aus. Es wurde nach Mediennutzung gefragt, darüber hinaus aber auch nach Lebensgewohnheiten, um die Besucher den Sinus-Milieus zuordnen zu können. Es wurden rund 200 Fragebögen ausgewertet und es ergab sich folgendes Bild: wie vermutet hat ein sehr hoher Prozentanteil einen höheren Bildungsabschluß, liest überregionale Zeitungen und geben beträchtliche Summen bei einem Restaurantbesuch aus. Ein privater Internetzugang ist selbstverständlich, Familientraditionen und Religion spielen zwar nach wie vor eine wichtige Rolle, sind aber nicht mehr ausschlaggebend in der Lebensgestaltung. Im Zeitraum der Befragung wurden täglich zu festgelegten Zeiten Interviews mit den Besuchern geführt: *„Haben Sie zwei Minuten Zeit, uns 5 Fragen zu beantworten?“*

Das Erkenntnisinteresse lag darin, herauszufinden, wie lange die Besucher in der Bücherei bleiben, was sie dort tun, d.h. welche Medien sie nutzen und was man ihrer Meinung nach besser machen könnte, was geändert werden müsse. Die letzte Frage war offen gestellt: *„Was ist für Sie wichtig in der Stadtbücherei?“* Es kamen in etwa die gleichen Antworten wie in der Befragung der Stadt Magstadt<sup>2</sup>: Gemütliche Lesecken und Sitzplätze, Pflanzen, öffentlicher Internetzugang wünschten sich auch die Traunsteiner Besucher. Durchwegs positiv wurde die Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Auskunftskompetenz des Stadtbüchereipersonals lobenswert erwähnt, ebenso die gemütliche und einladende Atmosphäre.

Ein dritter Fragebogen lag der lokalen Zeitung bei und wurde auf der Internetseite der Stadtbücherei veröffentlicht. Die Fragen zielten auf die bisherigen „Nicht-Kunden“ der Stadtbücherei ab. Das Erkenntnisinteresse lag diesmal darin, warum sie denn gegebenenfalls die Stadtbücherei noch nie aufgesucht haben, ob die Lage der Stadtbücherei bekannt sei, welche Öffnungszeiten wünschenswert seien und schließlich wurde abgefragt, welche Serviceleistungen der Stadtbücherei bekannt seien. Innerhalb der Traunsteiner Stadtverwaltung sind die Angebote der Stadtbücherei allgemein bekannt, jedoch hat nur ein Bruchteil der Mitarbeiter einen eigenen Leseausweis.

Rund 1000 Exemplare des gleichen Fragebogens wurden an den Schulen an Schüler höhere Klassenstufen verteilt, die Resonanz war enorm. Die Ergebnisse der oben erwähnten JIM-Studie passen auch auf die Traunsteiner Jugend. Die jungen Menschen nutzen mit weitem

---

<sup>2</sup> informelle Infos aus der Fachstelle Stuttgart. Mail von Martin Szlatki im Herbst 2009

Abstand das Internet als Medium, sich zu informieren, Zeitungen werden kaum gelesen. So ist es auch zu erklären, daß ein hoher Prozentsatz der Schüler vorschlug, man sollte unbedingt mehr Werbung machen. Veranstaltungsankündigungen und Berichte über die Aktivitäten der Stadtbücherei in der Zeitung erreichen die Schüler offensichtlich nicht. Ich habe ein ähnliches Ergebnis erhalten, als ich in einem Gastvortrag an der Kölner Hochschule vor 4 Wochen die Studenten gefragt habe und gerade mal 4 von rund 70 Studenten eine Zeitung abonniert hatten (und das war keine regionale Tageszeitung). In virtuellen sozialen Netzwerken waren weit mehr vertreten, aber nicht so viele wie ich vermutet hätte.

### Schlusswort

Fragen nach Öffnungszeiten, Personalsituation, Dienstleistungen und Zielgruppen werden in dem hier in Ausschnitten vorgestellten Konzept für die Stadtbücherei Traunstein beantwortet. Das sozial-ökonomische Umfeld, der Status quo, ist dabei der untergeordnete Teil. Hauptaugenmerk wurde vielmehr darauf gelegt, Schlüsse für zukünftige Entwicklungen der Stadtbücherei Traunstein abzuleiten.