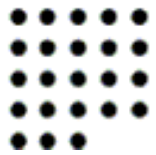


# Imageanalyse einer Universitätsbibliothek als Basis zur Kundenbindung

Prof. Dr. Ursula Georgy  
Fachhochschule Köln

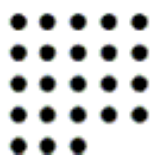
Ute Engelkenmeier  
Universitätsbibliothek Dortmund

Düsseldorf, März 2005



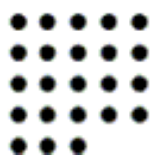
## Provokation oder Realität?

- This is the age of the never satisfied customer.  
Regis Mc Kenna
- The 21th century isn't the age of the internet but that of the customer.  
Anne Busquet



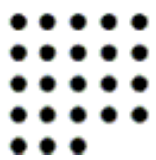
Bisher gehen Bibliotheken – vor allem viele Hochschulbibliotheken – davon aus, dass es zu ihnen eine gewisse „**gegebene**“ Gebundenheit gibt, die sich aus der Zugehörigkeit zu einer Hochschule ergibt.

Doch werden möglicherweise die digitalen Angebote der Bibliotheken dieses Zugehörigkeitsgefühl zunehmend reduzieren.



## Beispiel

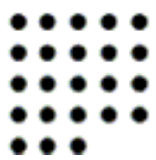
- Wessen Kunde ist der Nutzer von **Vascoda**?
  - von Vascoda selbst?
  - einer Bibliothek?
  - einer virtuellen Fachbibliothek?
  - eines Hosts?
  - eines Volltextlieferanten / Verlags?
  - des Internet?
  - empfindet er sich überhaupt als Kunde?



## Interne Kundenorientierung

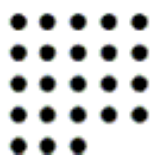
- „[ist] die Fähigkeit eines Unternehmens und seiner Mitarbeiter, die innerbetrieblichen Voraussetzungen durch die Ausrichtung am internen Kunden dafür zu schaffen, dass eine kontinuierliche, an den Erwartungen der externen Kunden (Anspruchsgruppen) ausgerichtete Unternehmensstrategie am Markt umgesetzt wird.“

Manfred Bruhn, Integrierte Kundenbindung, 2002



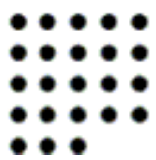
## Corporate Identity

- Vielfach verfügt eine Bibliothek zwar über eine Corporate Identity (Corporate Design, - Communication, - Behavior), die verwendet werden, doch stellt sie vielfach nicht mehr als einen formalen Rahmen dar, so dass eine Integration im Sinne der Kundenbindung nicht erzielt wird bzw. werden kann.
- Aus der Corporate Identity muss eine **Corporate Culture** erwachsen.



## Die Ziele sind die

- ... formale, zeitliche und inhaltliche Integration aller Maßnahmen.
- ... Entwicklung eines **Corporate Image**, d.h. die Bildung eines in sich geschlossenen, widerspruchsfreien Bildes nach außen.
- ... Ausbildung eines unverwechselbaren **Images**, um sich von Mitbewerbern abzuheben bzw. um überhaupt erkannt zu werden.

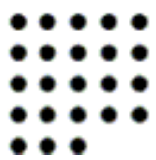


## Das Kundenbindungsmanagement umfasst

- die systematische **Analyse**,
- Planung,
- Durchführung und Kontrolle

von Maßnahmen mit dem Ziel, Kundenbeziehungen langfristig aufzubauen, aufrecht zu erhalten beziehungsweise zu intensivieren.



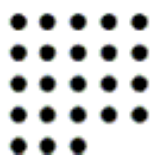


## Das Image

- Das Image entsteht aus der Ganzheit aller – richtigen und / oder falschen Vorstellungen über ein Produkt / eine Dienstleistung und / oder ein Unternehmen / eine Institution.
- Das Image umfasst subjektive und objektive Kriterien.
- Das Image kann - muss aber nicht - die realen Marktgegebenheiten widerspiegeln.
- Das Image hat besonders bei Dienstleistungen eine Orientierungsfunktion.

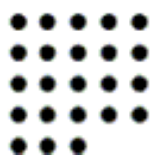
## Das Image

- Die Gesamteinstellung (das Image) ergibt sich aus der Summe der Teileinstellungen.
- Diese Teileinstellungen werden auch als Eindruckswerte bezeichnet (nach Trommsdorff).
- Die Einzeleinstellungen (Eindruckswerte) werden als weitestgehend unabhängig gesehen und führen somit zu den verschiedenen Dimensionen des Images.
- Damit ist das Image ein mehrdimensionales Konstrukt aus mehreren / vielen ein-dimensionalen Größen (Einstellungen).



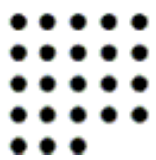
## Aufgabe und Rahmen

- Entwicklung eines Fragebogens für die Universitätsbibliothek Dortmund
- Zweistündiger seminaristischer Unterricht
- Beteiligt waren ca. 10 Studierende des 4. Semesters Bibliothekswesen (Grundstudium!)
- Zweimaliger Besuch von Frau Engelkenmeier
- Es sollte kein Fragebogen entwickelt werden, der sich streng an das Modell von Trommsdorff hält, da neben dem Image weitere Informationen von der Zielgruppe erfragt werden sollten.



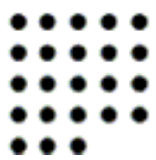
# Bibliothekartag 2005

- Dienstleistungszentrum
- flexibel
- Fachliteratur
- Wissensmanagement
- veraltet
- Bücher
- kompetent
- einladend
- Informationszentrum
- innovativ
- unverzichtbar
- Internet
- Datenbank
- zeitgemäß
- Lern- und Arbeitsort
- abschreckend



## Fragen / Erbetene Statements (I)

- Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an die UB Dortmund denken?
- Nutzen Sie die Universitätsbibliothek Dortmund ?
- Wie nutzen Sie die Bibliothek?
- Welche Bibliotheken nutzen Sie?
- Welche Quellen für Fachinformation außerhalb des UB-Angebots nutzen Sie?
- Welche Informationsanbieter im Internet nutzen Sie für die Fachinformation als Einstieg?



## Fragen / Erbetene Statements (II)

- Wie häufig nutzen Sie folgende Angebote der UB?
- Wie empfinden Sie das Angebot und den Service?
- Unsere Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiter sind ...
- Was trifft bei den folgenden Aussagen zu?

*Die Bibliothek ...*

- Welche Dienstleistungen erwarten Sie zukünftig von der UB Dortmund?

## Fragen / Erbetene Statements (III)

- Wie empfinden Sie das Angebot und den Service?  
(Adjektivpaare)

veraltet

langsam

unzureichend

benutzerorientiert

undurchsichtig

Kosten-Nutzen-orientiert

aktuell

schnell

umfassend

nicht benutzerorientiert

transparent

verschwenderisch

## Fragen / Erbetene Statements (IV)

- Wie beurteilen Sie den Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterservice?

freundlich

zurückhaltend

unprofessionell

engagiert

kompetent

unfreundlich

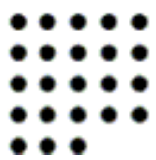
entgegenkommend

professionell

lustlos

inkompetent



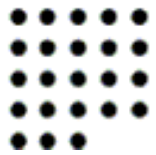


## Fragen / Erbetene Statements (V)

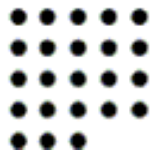
- Inwieweit treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zu?

### Die Bibliothek ...

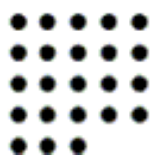
- bietet benutzernahen Service
- orientiert das Angebot an konkreten Benutzerwünschen
- schafft eine förderliche Studiumgebung
- ist ein kompetenter Partner nicht nur bei Printmedien
- informiert umfassend über ihr Dienstleistungsangebot
- ist ein moderner Informationsdienstleister
- wird ständig besser



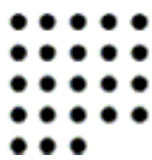
# ...und wie sehen die „Angehörigen“ der Universität Dortmund ihre Bibliothek?



- Universitätsbibliothek Dortmund
  - Zentrale Einrichtung, ZB + Bereichsbibl.
  - Leitbild 1998, Benutzungsorientierung
  - Was wir wissen wollen: Einstellungen
  - Warum wir das wissen wollen: Existenzerhalt
  - Verbesserung Kommunikation
  - Was wir vermitteln wollen:  
Moderner Informationsdienstleister



- Methodik und Ablaufplan
  - Fragebogenerstellung FH Köln
  - Pretest (FH Köln, Uni Dortmund)
  - Information Verwaltung, Personalräte
  - Aufruf zur Teilnahme per Uni-Mail
  - Befragungszeitraum: 15.11.04 - 18.02.05
  - Online (Web-Formular, MySQL, SPSS)



Universitätsbibliothek Dortmund - Benutzerbefragung - Mozilla

Datei Bearbeiten Ansicht Gehe Lesezeichen Tools Fenster Hilfe

http://www.ub.uni-dortmund.de/cgi-bin/ub/benfrag2004.pl?sid=70177 Suchen

UNIVERSITÄT DORTMUND  
UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK

Unser Katalog Ihr UBDo-Konto Literatursuche Informationen, Kontakt Angebote nach Maß Lernort Bibliothek Home Suche über alle Seiten Suchwort Los Info-Chat

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15

### Benutzerbefragung 2004 - Frage 1

Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an die Universitätsbibliothek Dortmund denken?

1.

2.

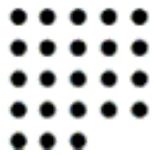
3.

Ok und weiter Formular leeren

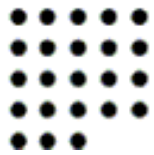
benfrag2004.pl, 1.3, 11/04, misc

UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK DORTMUND

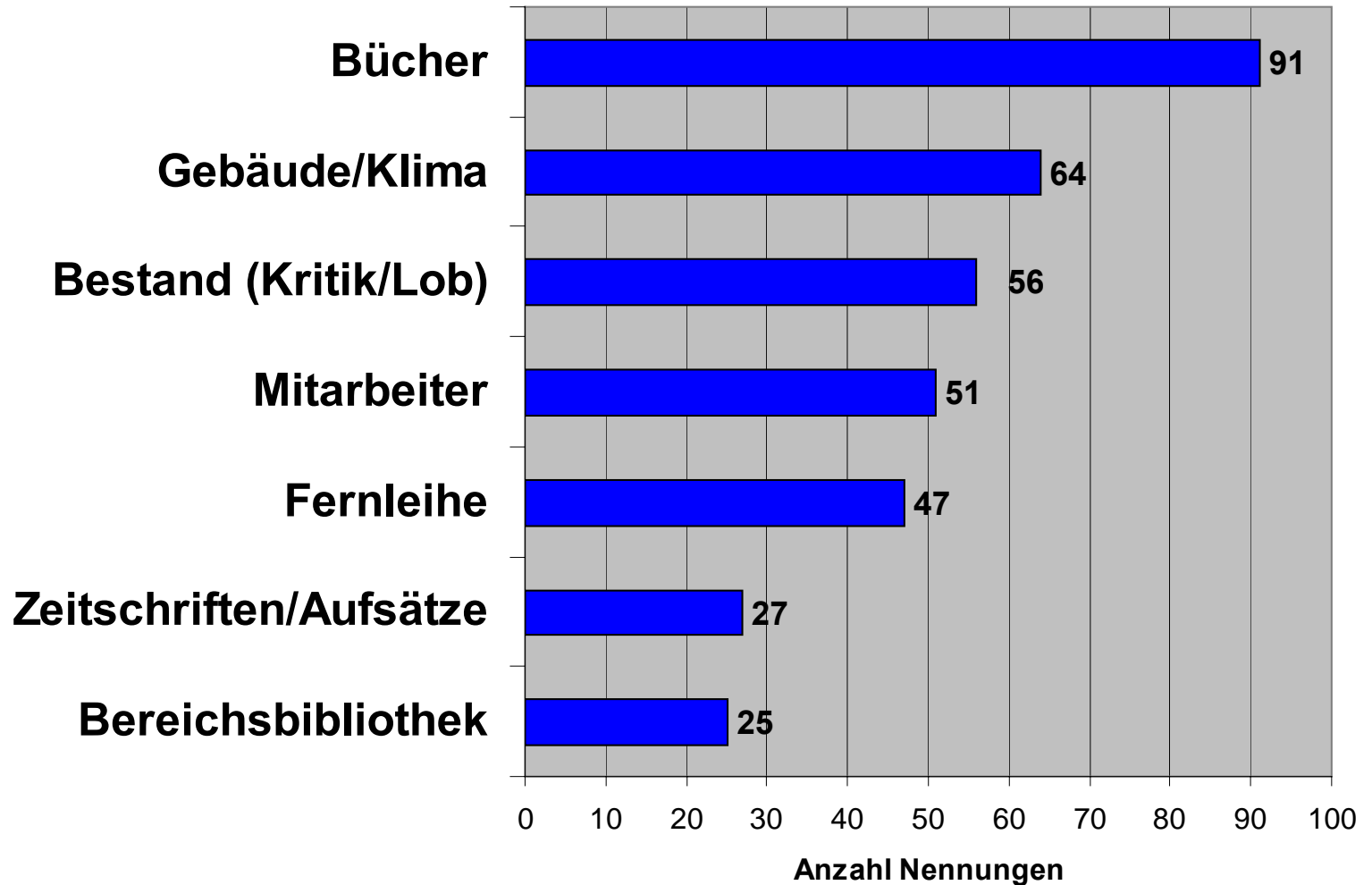
Öffnungszeiten Mo - Mi, Fr 8 - 20 Do 8 - 22, Sa 9 - 16	Adressen: Zentralbibliothek Bereichsbibliotheken	UBDo von A-Z Sitemap Führungen, Kurse	Dortmunder Bibliotheken Stadt Dortmund InetBib-Tagungen	Universität Dortmund Medienzentrum Rechenzentrum	Intranet Impressum Mail an Web-Team
--	--	---	---	--	---



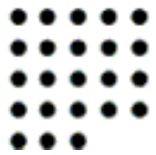
- Beteiligung
  - 409 insges., 375 gültige Bögen
  - Ausschöpfung: ca. 32 %
  - leichte Verzerrung
    - FB Mathematik
    - Fak. Rehabilitationswissenschaft
    - Anteil weiblicher Teilnehmerinnen



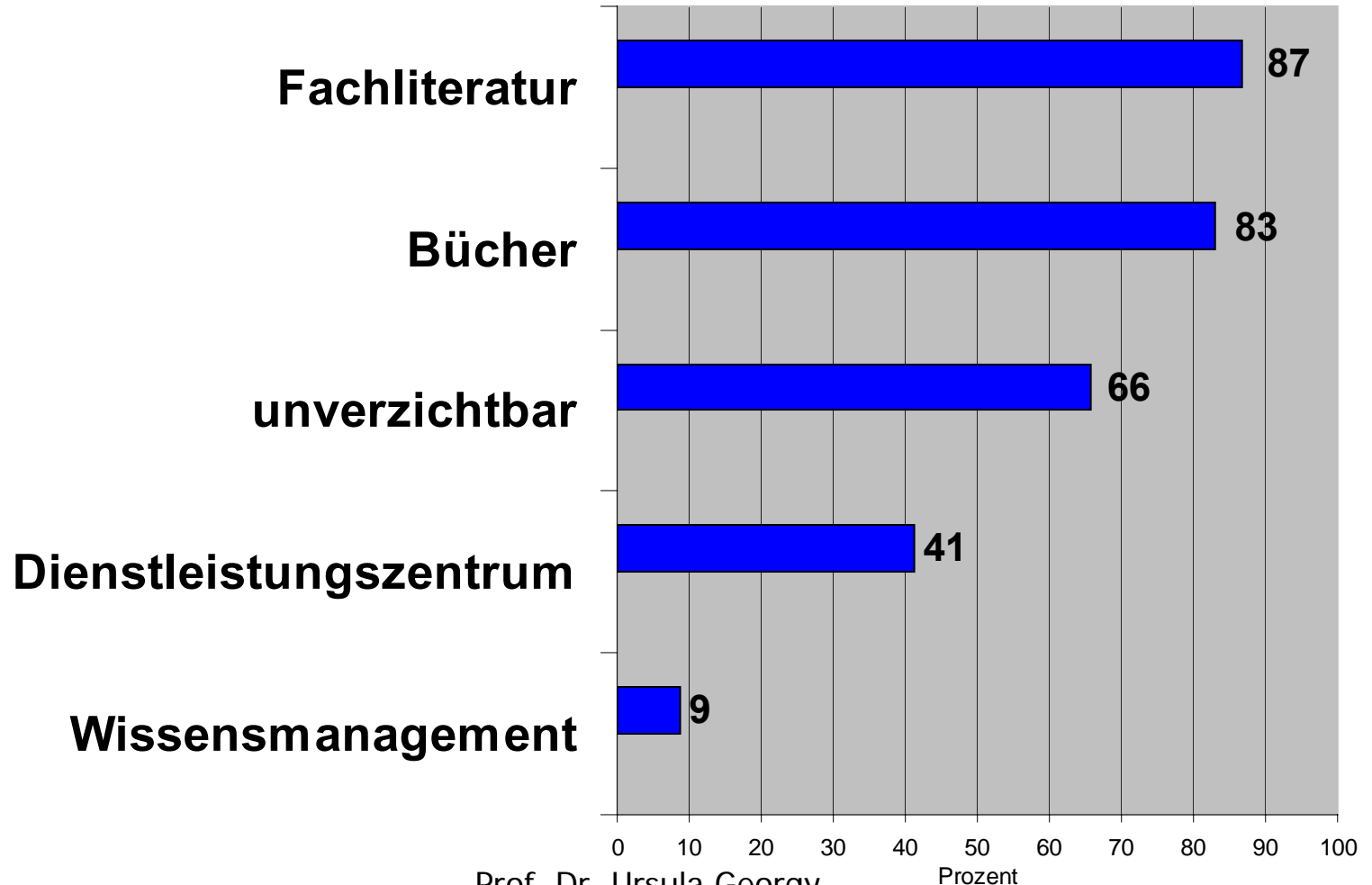
## Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an die UB denken?



Prof. Dr. Ursula Georgy  
Ute Engelkenmeier



## Welche Begriffe assoziieren Sie mit der UB Dortmund?

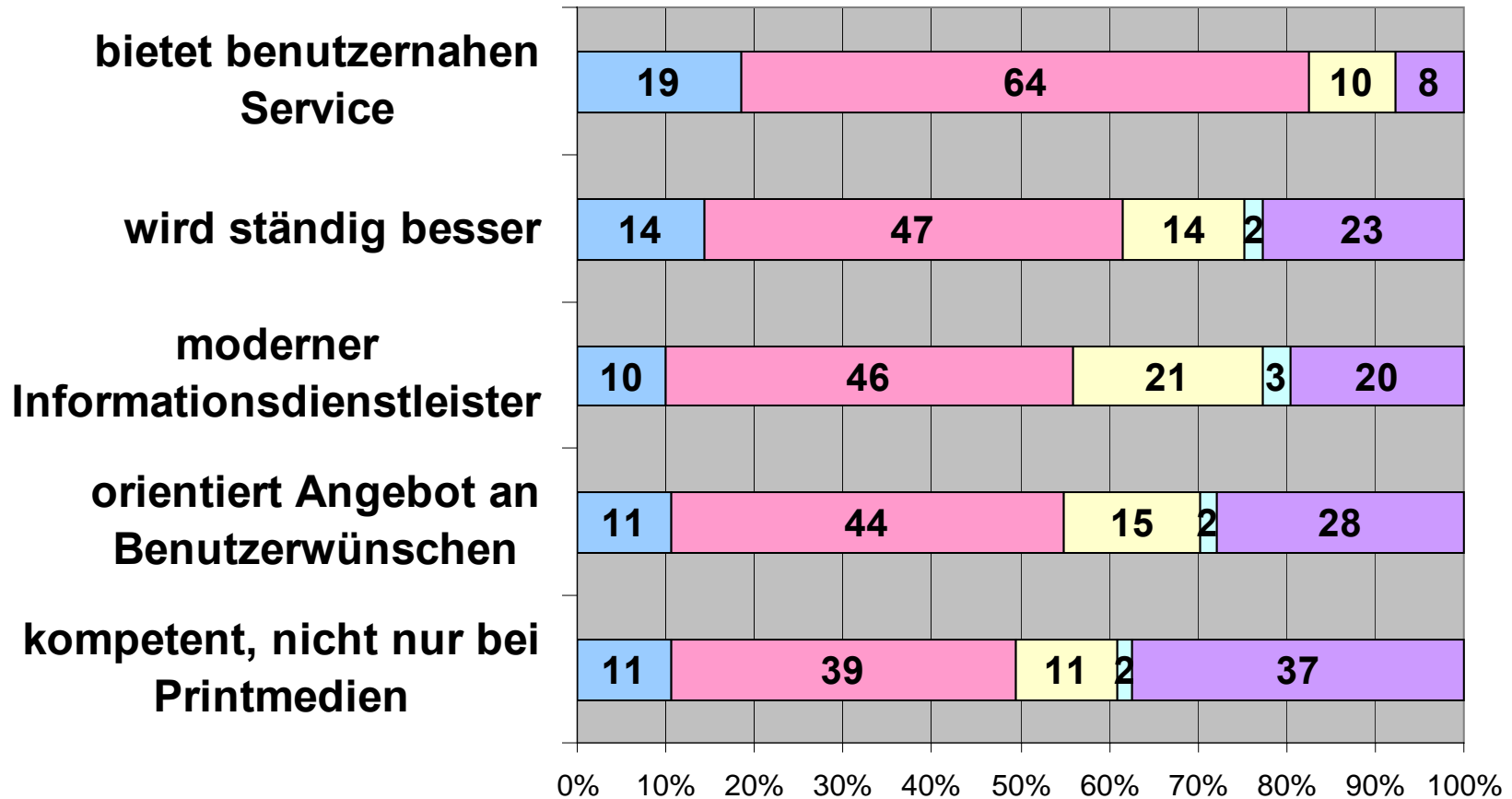


Prof. Dr. Ursula Georgy  
Ute Engelkenmeier

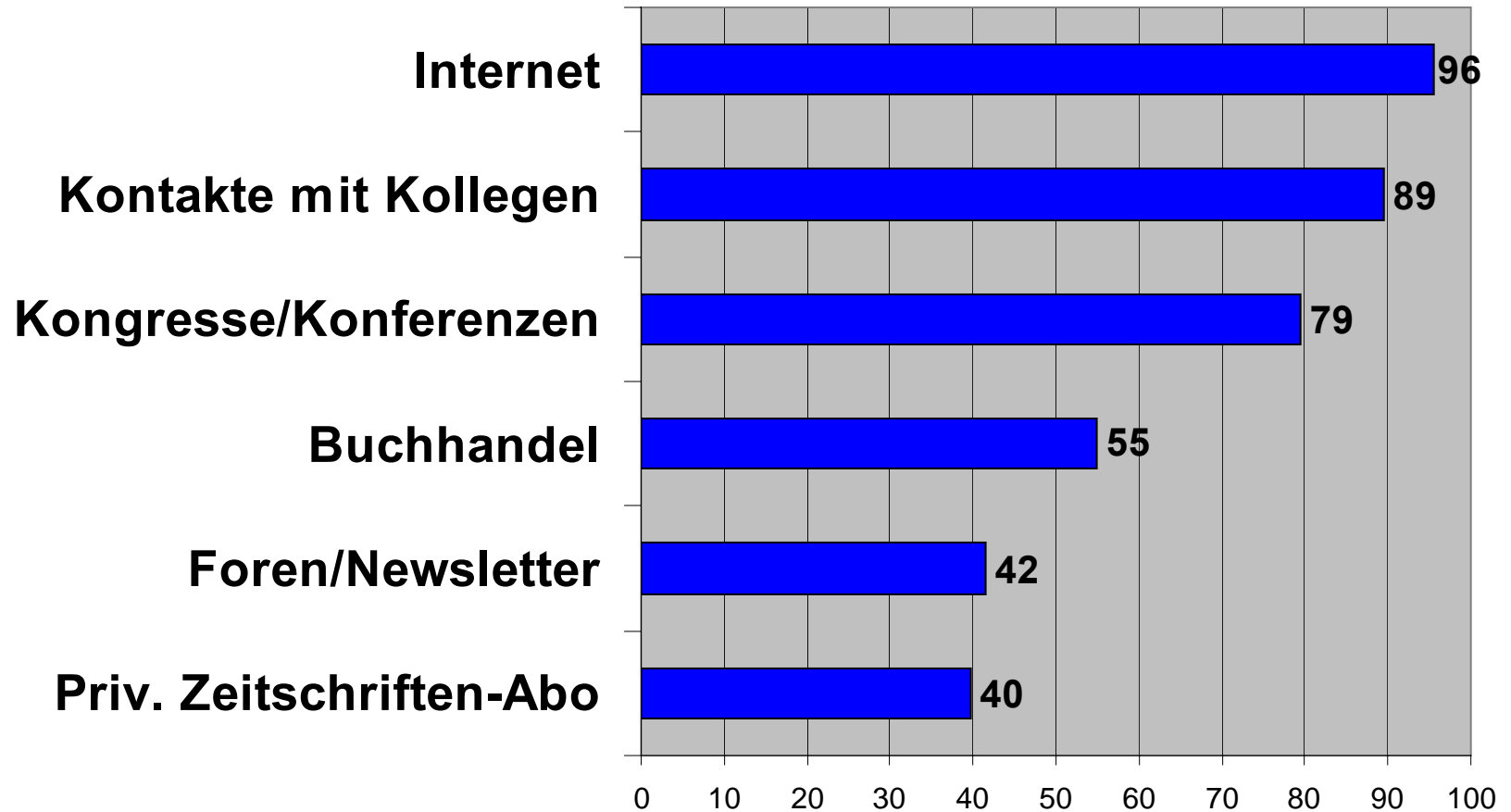


## Was trifft bei den folgenden Aussagen zu? Die Bibliothek

■ trifft voll zu  
 ■ trifft eher zu  
 ■ trifft eher nicht zu  
 ■ trifft überhaupt nicht zu  
 ■ kann ich nicht beurteilen

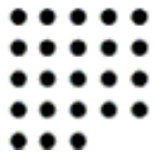


## Welche Quellen für Fachinformationen außerhalb des UB-Angebots nutzen Sie?

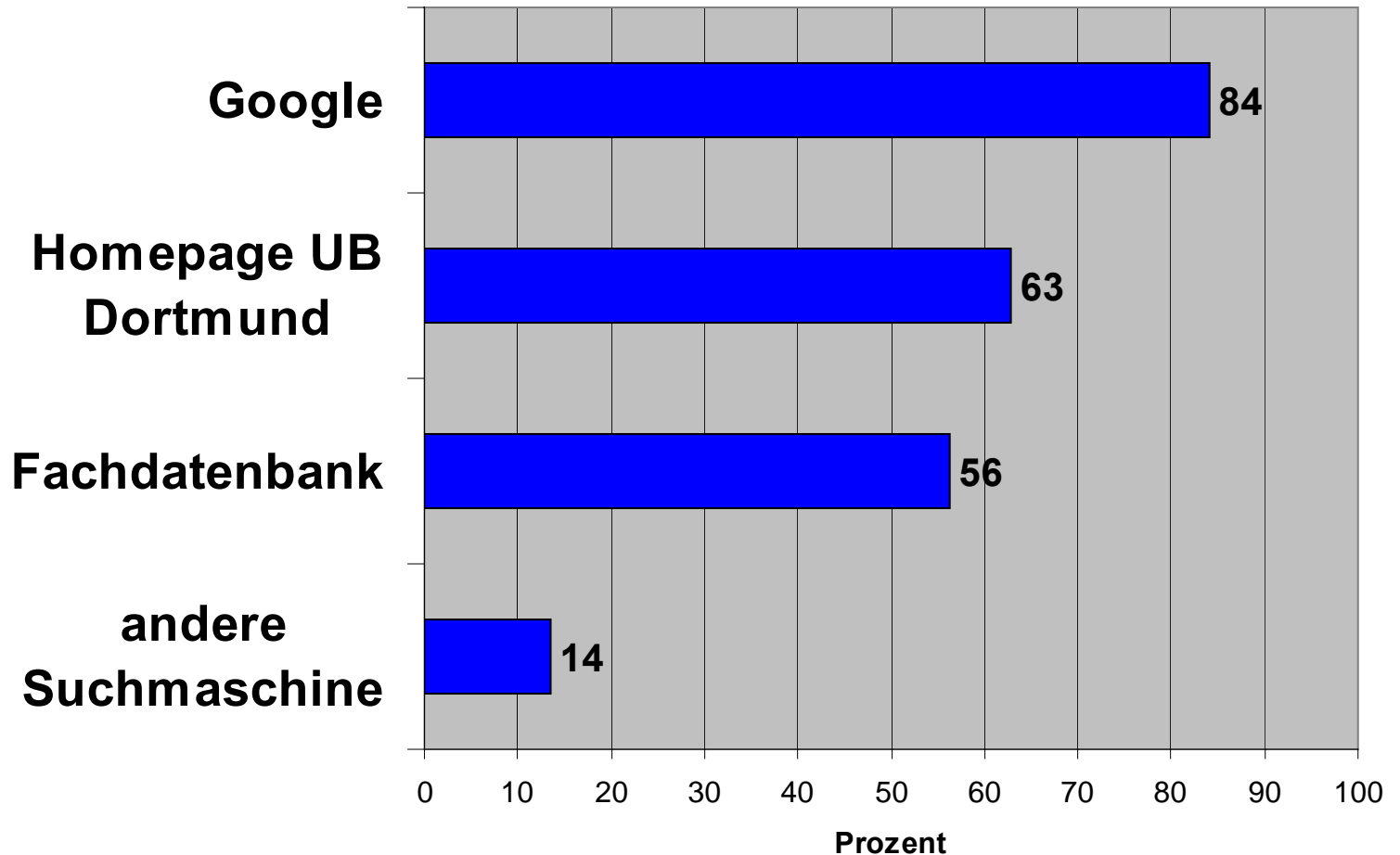


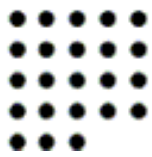
Prof. Dr. Ursula Georgy  
Ute Engelkenmeier

Prozent



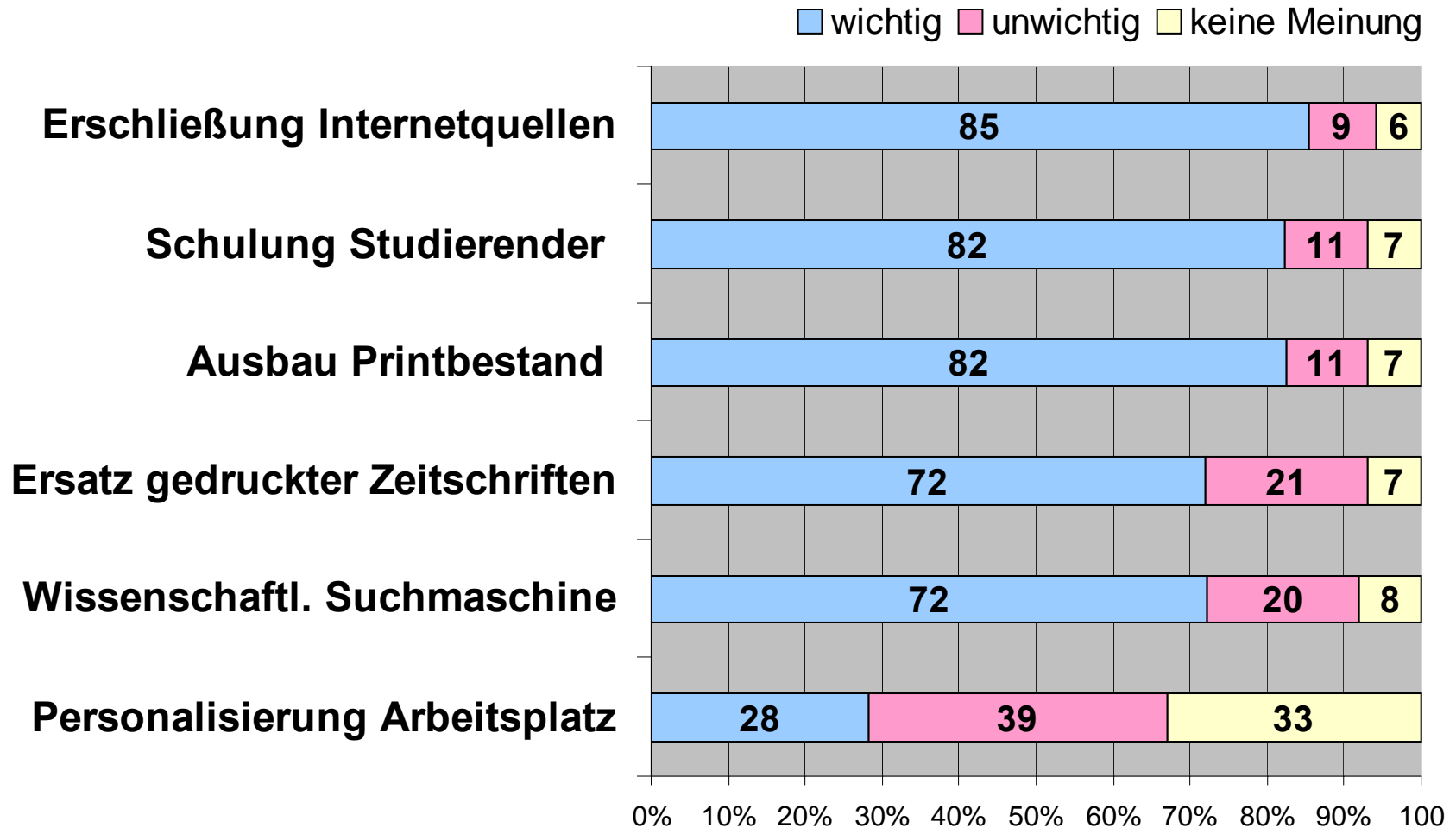
## Welche Informationsanbieter im Internet nutzen Sie für die Fachinformation als Einstieg?

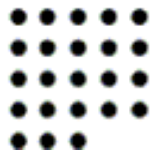




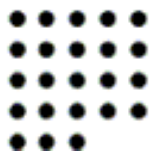
- „Das Angebot der UB ist vermutlich besser als das von Google, trotzdem bin ich meistens mit Google schneller.“

## Welche Dienstleistungen erwarten Sie von der UB?

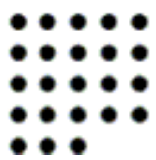




- Resümee
  - Methode Online-Befragung
  - weitere Auswertung der Ergebnisse
  - Diskussionsprozess bibliotheksintern
  - Kommunikation der Ergebnisse
  - Planung Kommunikation (Imagekampagne)



- „Habe das Potenzial der UB noch lange nicht ausgeschöpft, aber auch nicht das Gefühl, dass sich ein tieferer Blick lohnen würde.  
Wenn die „guten“ Angebote mehr beworben würden, könnte das den allgemeinen Zuspruch steigern.“



Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!

Ursula Georgy

[Ursula.Georgy@fh-koeln.de](mailto:Ursula.Georgy@fh-koeln.de)

Ute Engelkenmeier

[Ute.Engelkenmeier@ub.uni-dortmund.de](mailto:Ute.Engelkenmeier@ub.uni-dortmund.de)

