

## 2.2 Spezielle Dienstleistungen in Bibliotheken

1. Einführung
2. Traditionelle Bibliotheksdienstleistungen
3. Moderne Bibliotheksdienstleistungen
4. Innovative Bibliotheksdienstleistungen
5. Voraussetzungen und Bedingungen für die Etablierung moderner und innovativer Dienstleistungen an Bibliotheken
6. Zusammenfassung

### 1. Einführung

Dienstleistungen zeichnen sich im Unterschied zu den Investitions- und Konsumgütern im Wesentlichen durch drei Merkmale aus. Durch **Immaterialität** der angebotenen Leistungen (Dienstleistungen lassen sich nicht anfassen), durch die **Integration** des Kunden und durch die **Gleichzeitigkeit** von Produktion und Konsum. Bibliothekarische Dienstleistungen sind nach allgemeinem Verständnis: das Ausleihen von Büchern und Zeitschriften, sowie die Auskunft über und die Versorgung mit Informationen. Dies sind die traditionellen und ursprünglichen Leistungen einer Bibliothek. Sie werden heute ergänzt, erweitert und zunehmend sogar substituiert. Dennoch sind diese traditionellen Bibliotheksdienstleistungen Kernaufgaben von Bibliotheken, die allerdings in Abhängigkeit von Unterhaltsträger und Auftrag sehr unterschiedlich ausfallen können. Denn, wer von Kernaufgaben der Bibliotheken spricht, muß sich zunächst einmal darüber im Klaren sein, wie groß die Vielfalt der Bibliothekstypen ist. Evert und Umstätter verzeichnen in ihrem Lehrbuch der Bibliotheksverwaltung allein 72 verschiedene Termini. Das mag verdeutlichen, wie unterschiedlich Bibliotheken strukturiert sind und welche verschiedenen Aufgaben sie erfüllen. Primär haben Bibliotheken jedoch zunächst diejenigen Aufgaben zu erfüllen, die ihnen ihr jeweiliger Unterhaltsträger vorschreibt. Hochschulbibliotheken sind für die Literatur- und Informationsversorgung der Hochschule in Forschung und Lehre, öffentliche Bibliotheken für die Informationsversorgung der Bevölkerung der jeweiligen Kommune verantwortlich und Spezialbibliotheken sind sehr oft Infrastruktureinrichtung der Forschung.

### 2. Traditionelle Bibliotheksdienstleistungen

Die traditionelle Aufgabe einer Bibliothek ist die Entwicklung des Bestandes für die Bibliotheksbenutzer.

### 3. Moderne Bibliotheksdienstleistungen

Die Entwicklung der Dienstleistungsgesellschaft, die verstärkte Einbindung der Bibliotheken als Infrastruktureinrichtung für Wissenschaft und Forschung, Forderung nach Schnelligkeit und Effizienz für das Unternehmen sowie die Entwicklung neuer Medien und Techniken im Bereich der Informationsversorgung, lassen zunehmend moderne und neue Dienstleistungen entstehen, die über die traditionellen Kernaufgaben hinausgehen. Auch die Veränderung und Neugestaltung der informationellen Prozeßkette mit einer neuen Aufgabenverteilung der beteiligten Akteure wie Autoren, Verlagen, Buchhandlungen oder Agenturen und Bibliotheken, bietet Anlaß und Basis für moderne Dienstleistungen in Bibliotheken. Die Neuordnung dieser Prozeßkette wird zu einer veränderten Zusammenarbeit von Wissenschaft, Verlagen und Bibliotheken führen. Dabei könnte die Kooperation von wissenschaftlichen Fachgesellschaften und Bibliotheken künftig neue Schwerpunkte besetzen. Moderne und zeitgemäße Aufgaben in Bibliotheken können sein:

- Die Transparenz der Erwerbungspolitik für alle an der Informationskette Beteiligten
- Die gesteigerte Erwerbung elektronischer Medien
- Zur kooperativen Beschaffung elektronischer Medien in Bildung von institutionellen, regionalen oder überregionalen Konsortien
- Die Lösung des Archivproblems digitalisierter Informationen
- Der Ersatz des „eigenen“ Bestandes durch die Versorgung via Document Delivery
- Die Integration aller Medien und Informationsmittel in einem einheitlichen, einfach strukturierten Informationssystem

Diese Dienstleistungen reagieren auf Veränderung der bibliothekarischen Bedingungen. Sie sind keine proaktiven, wirklich innovativen Bibliotheksdienstleistungen, die zukunftsorientierte Entwicklungen steuern.

#### **4. Innovative Bibliotheksdienstleistungen**

Von den oben genannten modernen bibliothekarischen Dienstleistungen und Aktivitäten durch veränderte Rahmenbedingungen, unterscheiden sich die nachfolgenden skizzierten Innovationen grundsätzlich. Aktive, agierende Innovation und die Erweiterung bibliothekarischer Leistungsangebote reagieren nicht bloß auf unmittelbare Veränderung der Umgebung. Sie sind eine Antwort auf mittelbare soziale Veränderungen. Sie sind maßgebend für andere. Innovatives bibliothekarisches Handeln mit Einfallsreichtum und Risikofreudigkeit seien im Nachfolgenden durch einige Beispiele belegt:

- Die Integration von allgemeinen Dienstleistungen einer wissenschaftlichen Einrichtung in den organisatorischen und strukturellen Verantwortungsbereich der Bibliothek. Etwa die Internetverantwortung für die gesamte wissenschaftliche Einrichtung, Übersetzungsdienste oder die Erstellung von Jahres-/Geschäftsberichten
- Die Übernahme von Verlagsfunktionen durch eine Bibliothek für die Publikationstätigkeit einer Universität oder wissenschaftlichen Einrichtung
- Proof readings für wissenschaftliche Manuskripte
- Die Organisation und feste Installierung von Ausstellungen und Vorträgen in den Bibliotheken
- Die Etablierung eines neuen Erwerbungsmanagements unter Einbeziehung von Lieferanten und Document-Delivery-Systemen
- Die Etablierung neuer Sammelgebiete, etwa die Integration von Softwaresammlungen in den Bestand einer Bibliothek
- Archivdienste durch den Bibliotheksbereich
- Die Erschließung von Archivmaterialien, die Bereitstellung von Findbüchern und Datenbanken
- Ein Dossierdienst für die politisch Verantwortlichen der wissenschaftlichen Einrichtung
- Die Führung einer Publikationsdatenbank aller Mitarbeiter als mögliches Controllinginstrument einer Einrichtung
- Übernahme von teilqualitativer und quantitativer Bewertung von Publikationsverzeichnissen bei Berufungen oder Einstellungen neuer wissenschaftlicher Mitarbeiter
- Die Umwandlung einer Bibliothek in eine privatwirtschaftlich organisierte GmbH in wirtschaftlicher Eigenverantwortung

#### **5. Voraussetzungen und Bedingungen für die Etablierung moderner und innovativer Dienstleistungen an Bibliotheken**

Die Ausweitung bibliothekarischer Arbeitsfelder ist an einige Randbedingungen geknüpft.

- **Rechtliche Voraussetzungen:** Eine Erweiterung von bibliothekarischen Arbeitsbereichen ist nur im Rahmen der jeweiligen rechtlichen Rahmenbedingungen möglich.
- **Organisatorische Voraussetzungen:** Die Organisationsstruktur der Bibliothek muß den erweiterten Dienstleistungen angemessen sein. Eine Neustrukturierung für den Einsatz erweiterter Dienstleistungen mag erforderlich sein.
- **Mindestausstattung:** Die Einführung erweiterter Dienstleistungen setzt Personal und ein entsprechendes Know-How, sowie gute technische Randbedingungen voraus.
- **Mitarbeiterqualifikation:** Die Etablierung neuer Arbeitsfelder und Dienstleistungen setzt eine verstärkte Motivation der Mitarbeiter voraus. Ohne Bereitschaft der Mitarbeiter über das bibliothekarische Kerngeschäft hinaus, Dienstleistungen mitzutragen, können die

besten Ideen und Ansätze neuer bibliothekarischer Dienstleistungen nicht realisiert werden.

## **6. Zusammenfassung**

Seit Jahrhunderten erbringen Bibliotheken traditionelle Dienstleistungen. Dies sind die Ausleihe von Büchern und Zeitschriften und die Informationsversorgung über die Literatur. Seit rund 25 Jahren wird der Dienstleistungsgedanke in Bibliotheken verstärkt aufgenommen und umgesetzt. Es gibt eine Reihe von Dienstleistungen, die von Bibliotheken erbracht werden können. Solche innovativen, proaktiven Bibliotheksleistungen sind maßgebend und richtungsweisend und zeigen die Notwendigkeit und Bedeutung der Bibliothek für Wissenschaft und Forschung.

## **3. Qualität und Marketing**

### **3.1 Was ist Marketing?**

#### **3.1.1 Statement Herr Ball**

#### **Was ist Marketing?**

1. Einführung
2. Bibliotheksmarketing
  - 1.1 Die Aufgabenbestimmung
  - 1.2 Marktanalyse
3. Ressourcen-Analyse
  - 3.1 Das Leistungspotential
4. Zusammenfassung

#### **1. Einführung**

Marketing kann wie folgt definiert werden:

„Marketing ist das zielbestimmte, planvolle Herbeiführen von Marktbeziehungen zwischen mindestens zwei Partnern, zum Zwecke des beidseitig nutzenbringenden Austauschs von Gütern und Dienstleistungen“.

Aus dieser sehr allgemeinen Definition ergeben sich schon einige Schwerpunkte und Kriterien unter denen Marketing betrachtet werden muß. Marketing läuft in drei Stufen ab: Aufgabenbestimmung, Marktanalyse und Ressourcen-Analyse.

Fünf Kernbereiche lassen sich dabei unterscheiden:

- Datenbeschaffung und Interpretation (Unternehmensdaten und Marktdaten)
- Leistungsgestaltung (Produkt- bzw. Dienstleistungsgestaltung und –beschreibung)
- Preisgestaltung (Preise, Gebühren)
- Marktbearbeitung (Werbung und Verkaufsförderung)
- Distribution (Wer kauft welches Produkt, wann?)

#### **2. Bibliotheksmarketing**

Bibliotheksmarketing ist wie jede Marketingstrategie ein systematischer Ansatz und umfaßt

- die Aufgabenbestimmung einer bibliothekarischen Einrichtung.
- Die Definition von Benutzer- und Nichtbenutzerwünschen
- die Regulierung und Einbindung des eigenen Dienstleistungsspektrums
- die Effizienz-/Effektivitätsprüfung für die Erbringung der Dienstleistungen

#### **2.1 Die Aufgabenbestimmung**

Die Aufgabenbestimmung einer Bibliothek geschieht immer im Einklang mit der rechtlichen Grundlage der Trägereinrichtung. Vor dieser allgemeinen, übergeordneten Aufgabenbestimmung gibt es konkrete Aufgaben, die sich die jeweiligen Einrichtungen oder die internen Organisationen selbst setzen. Die Aufgabenbestimmung muß klar und eindeutig realisierbar und nicht zu theoretisch sein.

## 2.2 Marktanalyse

Bei der konkreten Analyse des Marktes für bibliothekarische Dienstleistungen müssen die Faktoren des Marktes die Positionierung bibliothekarischer Dienstleistungen beeinflussen und festgelegt werden.

- die Bibliothekskunden  
Um das Kunden- und Benutzerprofil der Bibliothek näher bestimmen zu können, sind folgende Fragen zu beantworten:
  - Wer sind die Kunden?
  - Wer ist bislang kein Kunde?
  - Welche besonderen Interessen und Wünschen haben die Benutzer?
  - Wann und welche Dienstleistungen werden genutzt?

Diese Fragen werden meist durch Umfragen und statistische Erhebungen beantwortet. Die Auswertung macht klar, welcher Kundenkreis für die Bibliothek zur Verfügung steht, wie die Kunden besser bedient werden können, welche Kundenwünsche vorhanden sind und wie die Noch-Nicht-Benutzer durch entsprechende Angebote zu Benutzern und Kunden der Einrichtung gemacht werden können.

- die Konkurrenten der Marktposition  
Die elektronische Informationstechnologie erlaubt es wie kein anderes Medium, die Bibliothek als Informationszentrum und -lieferanten zu umgehen. Deshalb muß eine offene und schonungslose Analyse aller anderer auf dem Markt befindlichen Anbieter von Informationsdienstleistungen durchgeführt und festgestellt werden, ob diese Informationsanbieter die Dienstleistungen in ähnlicher Weise professionell, umfassend, freundlich, schnell, unkompliziert und optimal realisieren können und wie das Verhältnis der eigenen Einrichtung zu diesen Konkurrenten zu gestalten ist.
- Preispolitik  
Besonders vor dem Hintergrund der Diskussion von Budgetierung und Globalhaushalt muß über die mögliche Kostenverrechnung von Bibliotheksdienstleistungen nachgedacht werden. Es ist nicht banal, die eigentlichen Kosten von Informationsdienstleistungen zu eruieren und es bedarf einer sehr feinfühligten Abstimmung im jeweiligen Marktgeschehen. Dennoch spielt die Preispolitik als Marketinginstrument in weitestgehend öffentlich-rechtlich finanzierten, bibliothekarischen Einrichtungen keine primäre Rolle.