

Und wie erinnern wir die Informationssuchenden am Regal, dass über das dort Stehende hinaus noch E-Medien zum Thema per Download bereitstehen? Preisgünstig gedruckte Lesezeichen mit plakativen Aussagen wie „Wir schaffen die Öffnungszeiten ab!“ legten wir in die Medien jener Bestandsgruppen, die in der Virtuellen Stadtbücherei ebenfalls vertreten sind.



Abb. 2

Als ganz entscheidend hat sich die Integration der Onleihe-Titel in den OPAC herausgestellt: Nur so sieht der Recherchierende auf einen Blick, welche Medienvielfalt zur gesuchten Information bereitsteht. Die Titeldaten liefert die DiViBib-GmbH, vor Ort müssen sie durch Signatur, Mediennummer und die erforderlichen Lokaldaten und Parameter ergänzt werden – eine zeitraubende Arbeit, die

aber nachweisbar lohnt; denn auf Dauer wird kein Kunde einer Öffentlichen Bibliothek in zwei verschiedenen Katalogen suchen... Und nachdem die Online-OPAC-Nutzung von daheim aus seit Jahren stark zunimmt, ist sicher mancher Kunde froh über ein Download-Angebot, mit dem er seinen Informationsbedarf sofort decken kann. Zusätzlich zeigt jede Seite des Würzburger OPACs einen Hinweis auf das neue Angebot mit einem Link zum Extra-Katalog der Onleihe.

Und für Marketingprofis keine überraschende Erkenntnis: Die direkte Ansprache des einzelnen Kunden, das persönliche Vorstellen des Angebotes ist zwar personalaufwendig, aber lohnend. Die Stadtbüchereien Düsseldorf führen die sehr gute Nutzung ihrer OnlineBibliothek darauf zurück, dass sie zum Start in der Vorweihnachtszeit jedem Besucher an einem Infostand die neue Ausleihmöglichkeit vorgeführt haben. Auch Würzburg verzeichnet mit solchen Infoständen gute Erfolge.

Ein neues Produkt einzuführen ist ein Kraftakt – ein notwendiger Kraftakt, denn viel Zeit und Geld wären vergeblich investiert, wenn die Einführung daran scheitert, dass zu wenig Menschen von der Neuerung erfahren. Und für Bibliotheken wäre es besonders bitter, sind wir doch in diesem Fall den kommerziellen Anbietern endlich einmal voraus!

Anschrift des Autors:

Volker König
Stabstelle Projektmanagement
Stadtbücherei Würzburg
Marktplatz 9
D-97070 Würzburg
E-Mail: volker.koenig@stadt.wuerzburg.de

Sven Instinske

Angebotsstruktur und Benutzerakzeptanz – Erfahrungsbericht Bücherhallen Hamburg



Zusammen mit den Stadtbibliotheken Köln, München und Würzburg und der DiViBib GmbH haben die Bücherhallen Hamburg eine neue Dienstleistung für Öffentliche Bibliotheken entwickelt. Seit Juni 2007 sind die vier Bibliotheken mit dem Online-Angebot der eMedien am Start. Zeit, um Bilanz über die Angebotsstruktur und Nutzerakzeptanz zu ziehen.

Die konzeptionellen Überlegungen sahen vor, sich mit einem Bestandsprofil vorrangig an Schüler der SEK I und II, Menschen in beruflicher Aus- und Weiterbildung und Menschen mit akutem Informationsbedarf zu wenden. Daraus folgte, dass der Bereich eBook rein sachbuchorientiert sein sollte. Im Bereich eAudio sollten sowohl Titel aus der

Belletristik als auch Titel aus dem Sachbuchsegment angeboten werden. Wie hat sich der Bestand in den ersten sechs Monaten entwickelt? Konnten die Profilvorstellungen eingehalten werden und sind sie sinnvoll?

Der Gesamtbestand der eMedien der Bücherhallen Hamburg beträgt 8 050 Titel und teilt sich wie folgt nach den unterschiedlichen Medientypen auf:

eBook: 2 573 Titel, eAudio: 700 Titel, eMusic: 4 523 Titel, eVideo: 218 Titel und ePaper: 74 Titel.

Im Segment eBook sind die meisten Titel den Bereichen Beruf, Karriere, Wirtschaft und EDV zuzuordnen. Dieses Angebot deckt sich mit unseren ursprünglichen Profilvorstellungen. Das Angebot der DiViBib ist hier auch am

umfangreichsten, was sicher auch mit dem Angebot von Seiten der Verlage zusammenhängt.

Wie hat sich nun die Nachfrage der Bibliothekskunden im Segment eBook in den ersten sechs Monaten entwickelt? Insgesamt konnten 2 657 Ausleihen bei den eBooks gezählt werden. Die Top Ten der Ausleihen führen die Titel „Adobe InDesign CS2“ und „Das Praxisbuch Mac OS X 10.4 Tiger“ von Galileo Press an. Danach folgt der Titel „Memory – Gedächtnistraining und Konzentrationstechniken“ aus dem Rudolf Haufe Verlag. Die folgenden Plätze teilen sich Titel aus den Bereichen EDV, Bewerbung und Schule & Lernen.

Im Segment eAudio bieten die Bücherhallen Hamburg neben Titeln aus dem Sachbuch-Bereich auch Titel aus der Belletristik an. Letztere führen auch die Ausleihlisten an. Besonders aus den Bereichen Krimi & Thriller wird vorrangig ausgeliehen. In diesem Genre ist der Bestand allerdings auch am breitesten aufgestellt. Erwähnenswert ist, dass auf Platz 3 der Ausleihliste der Klassiker „Catweazle“ aus dem Terzio Verlag gelandet ist. Die Hörbücher aus dem Segment eAudio sind der beliebteste Medientyp im Angebot der eMedien. Seit dem Start im Juni '07 konnten bis Jahresende 2007 3 659 Ausleihen gezählt werden.

Der Medientyp eMusic ist mit 4 523 Titeln das größte Segment und besteht komplett aus einem Paketangebot des Klassik-Labels Naxos. Hier sind ausschließlich Musiktitel aus den Genres Klassik, Jazz, Folk und World vertreten. Unter den Topausleihern finden sich Titel wie „Star Wars und andere Science Fiction Classics“, „Early Milestones“ von Miles Davis und „Heebie Jeebies“ von Louis Armstrong. Insgesamt wurden im Segment eMusic 1 253 Ausleihen gezählt.

Das Segment eVideo beinhaltet Reisevideos der bekannten Reihen Welt Weit: Lust auf Reisen und Golden Globe aus dem Komplett-Media Verlag. Außerdem einige Bilderbuchtitel aus dem Tivola Verlag. Überraschend ist, dass auf den ersten drei Plätzen Bilderbuchtitel zu finden sind. Bis zum Jahresende sind 843 Ausleihen bei den eVideos gezählt worden.

Im Segment ePaper ist zurzeit nur Der Spiegel im Volltext mit Bildern im Angebot. Dieser erfreut sich großer Beliebtheit, deshalb haben wir im Laufe der Startphase das Angebot von zwei auf vier Exemplare erhöht. Die ePapers sind der einzige Medientyp, der von der Leihfrist von einer Woche abweicht. Hier wurde eine Ausleihfrist von 24 Stunden gesetzt, um eine möglichst hohe Verfügbarkeit zu garantieren.

Die Gesamtausleihe der eMedien von Anfang Juni '07 bis Ende Dezember '07 beträgt 9 134 Ausleihen. Die durchschnittliche Ausleihe hat sich Anfang 2008 bei ca. 1 300 Ausleihen eingependelt. Mit dieser Entwicklung sind wir zufrieden, sehen die Zahlen aber als ausbaufähig an. Die neue Dienstleistung wurde von Kunden überwiegend positiv aufgenommen und als sehr innovativ für eine Öffentliche Bibliothek bezeichnet. Die eingeschränkte Nutzung für Mac-User wurde nur in der Startphase von einigen Kunden bemängelt.

Die mittlerweile sehr gute Nutzung von eBooks aus den Bereichen Beruf, Karriere und EDV bestätigt unsere Profilvorstellungen. Mittlerweile nutzen ca. 2,5 % der aktiven Bücherhallen-Kunden (Aktiver Kunde = mind. eine Ausleihe im Jahr) die eMedien, hier sehen wir noch viel Potential. Naturgemäß ließ sich die anfängliche Aufmerksamkeit

in Print- und Onlinemedien für diese neue Dienstleistung nur schwer aufrechterhalten. Wichtig sind kontinuierliche Werbe- und Marketingmaßnahmen. Im ersten Quartal '08 werden die Bücherhallen Hamburg gezielt Menschen auf das Angebot der eMedien aufmerksam machen, die bereits eine Kundenkarte besitzen. Die Ausweitung der Aktionen auf Menschen ohne Kundenkarte kann aus Kostengründen nur marginal erfolgen.

Um die eMedien wie alle anderen Medien auch ganz normal in das tägliche Auskunftsgespräch einfließen zu lassen, ist eine Aufnahme in den konventionellen Katalog zwingend erforderlich. Oft wird das neue Angebot beim Auskunftsgespräch schlicht vergessen. Die Stadtbibliothek Würzburg ist an dieser Stelle bereits weiter, wie sich auch in den Nutzungszahlen zeigt.

Das Angebot ist in einigen Bereichen, z. B. EDV, bereits gut und ergänzt den konventionellen Printbestand wunderbar. Andere Bereiche sind noch ausbaufähig, was nicht an mangelnder Nachfrage, sondern wohl eher an der Zurückhaltung der Verlage liegt, entsprechende Lizenzen freizugeben. Nicht in allen Bereichen konnten wir daher die Profilvorstellungen einhalten. Im Bereich Schule & Lernen fehlen z. B. noch die Inhalte namhafter Verlage.

Jede neue Dienstleistung, die eine Organisation einführt, bringt neue Herausforderungen mit sich, welche vor dem Start gar nicht oder als äußerst unwahrscheinlich gesehen werden. Die anfängliche Aufmerksamkeit, besonders in den Online-Medien, die auch international verfolgt werden, hat den Bücherhallen Hamburg Kundenanfragen beschert, mit denen niemand gerechnet hätte. Es kommt immer wieder vor, dass Menschen aus dem Ausland nach einer Mitgliedschaft fragen. Die zeit- und ortsunabhängige Nutzung der Bibliothek bekommt eine vorher nicht geahnte Dimension.

Noch wird die Nachfrage in der Bibliothek maßgeblich durch das Angebot gesteuert. Das gilt offenbar auch für die kommerziellen Downloadportale Ciando und Libri¹, wie ein Blick auf deren Bestsellerlisten offenbart. Die völlig unterschiedliche Verteilung der Top Ten auf Sachgebiete erklärt sich wahrscheinlich durch die unterschiedlichen Profile der liefernden Verlage.

Das Jahr 2008 wird zeigen, wohin die Reise mit den eMedien geht. Die Technik läuft stabil, Kundeninteresse ist vorhanden, aber ob die eMedien auf Dauer ein Erfolg werden, wird davon abhängen, wie sich das Angebot inhaltlich weiterentwickelt.

Anschrift des Autors:

Sven Instinske
Abteilung Informationsdienste
Bücherhallen Hamburg
Hühnerposten 1
D-20097 Hamburg
E-Mail: sven.instinske@buecherhallen.de

¹ Libri, <<http://www.libri.de/shop/action/magazine/bestseller?type=2&nav=6865>> (Zugriff am 25.02.08), Ciando, <http://www1.ciando.com/shop/index.cfm/fuseaction/cat_overview/cat_id/251/cat_nav/251> (Zugriff am 25.02.08).