

Die Nutzerauthentifizierung erfolgt über eine Schnittstelle im Bibliothekssystem, ein direkter tiefer Link aus dem Bibliotheks-OPAC auf die Detailanzeige des Mediums ist möglich, die Katalogisate werden auf Wunsch zur Verfügung gestellt. Eine sonstige Integration ins lokale Bibliotheksmanagementsystem ist jedoch noch nicht vorhanden – z. B. bezüglich Ausleihkonto, Vormerkungen, Gebührenverwaltung und Prüfung der Altersangabe (wichtig bei der Ausleihe von Videos mit FSK-Vermerk). Das Problem wird auch von Seiten der Firma gesehen und es werden mittelfristig Lösungen gesucht. Andere E-Medien-Anbieter können nicht integriert werden, eine Schnittstelle zur Digitalen Bibliothek gibt es (noch) nicht.

Auch wenn es schon eine Reihe von attraktiven Inhalten gibt, sind die deutschen im Gegensatz zu den amerikanischen Verlagen weiterhin noch relativ zurückhaltend oder dem Thema gegenüber nicht aufgeschlossen. Nicht zuletzt aus diesem Grund bilden die Lizenzen wie oben beschrieben das vertraute Modell der traditionellen Mediendistribution ab. Es wird jedoch erwartet, dass die Verlage interessierter sind, sobald mehr Bibliotheken mitwirken und die Absatzzahlen größer werden.

Sehr angenehm für die Bibliothek ist das Outsourcing an einen „Rundum“- Dienstleister, allerdings müssen Supportanfragen zunächst selbst erledigt werden, bevor man den Second-Level-Support der Firma einschaltet. Die meisten Handling-Probleme auf Kundenseite entstehen durch das für die Ausleihe grundlegende Digital Rights Management (DRM) bei den audiovisuellen Medien. Da MP3-Dateien nicht schützbar sind, Apple ein proprietäres DRM verwendet und dieses auch nicht an andere Anwender lizenziert, hat man sich für das WMA- bzw. WMV-Format

entschieden, für das der Windows Media-Player erforderlich ist. Dies schließt Apple- und Linuxnutzer jedoch aus<sup>3</sup>. Da auf ein DRM zumindest beim Verkauf von Audiodateien derzeit immer häufiger verzichtet wird<sup>4</sup>, bleibt abzuwarten, wie sich die DRM-Technik und die Akzeptanz bei den Kunden zukünftig entwickeln. Um ein ausgeliehenes – also nur zur temporären Nutzung bestimmtes – Medium zu schützen, das offline zur Verfügung stehen soll, gibt es jedoch zurzeit keine Alternative. Insgesamt bleibt festzustellen, dass die 24h-Bibliothek jedenfalls auch in Köln sehr gut angenommen und von den Kunden ausdrücklich gelobt wird.

#### **Anschrift des Autors:**

Frank Daniel  
Leitung Digitale Dienste  
StadtBibliothek Köln  
Josef-Haubrich-Hof 1  
D-50676 Köln  
E-Mail: daniel@stbib-koeln.de

<sup>3</sup> Für Anwender des kostenpflichtigen Quicktime Pro gibt es jedoch ein kostenloses Plug-In, das das Abspielen DRM-geschützter WMA- und WMV-Dateien unter Mac OSX erlaubt.

<sup>4</sup> Vgl. z. B.: Weitere Musikanbieter kippen Kopierschutz. In: Handelsblatt, 08.01.2008, Seite 14; Patalong, Frank: Amazon komplett DRM-frei. Kopierschutz ist tot. In: Spiegel Online, 11.1.2008, <<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,527992,00.html>>.

*Barbara von Kriegelstein*

## Die Rechnung geht auf – Münchner Zwischenbilanz



Am 25.07.2007 ging die Münchner DiViBib als <[www.virtuelle-muenchner-stadtbibliothek.de](http://www.virtuelle-muenchner-stadtbibliothek.de)> ins Netz, acht Wochen nach Hamburg und Würzburg und sechs Wochen nach Köln. Die Verwaltungsgremien der LINUXstadt München hatten reklamiert, dass die Mehrzahl der digitalen Medien nur für Microsoft-Anwender nutzbar ist, ein Thema, das die Fa. DiViBib aktiv aufgriff und auf die Agenda setzte. Auf einer Pressekonferenz mit dem Kulturreferenten, der Direktion, der Fa. DiViBib und zahlreichen Presse- und Medienvertretern wurde die neue „Zweigstelle“ freigegeben. Weitere Marketingmaßnahmen mit einer SZ-Seite und Plakatierung in U-Bahnhöfen folgten im Oktober. Ebenfalls im Oktober wurde im Rahmen eines Marketingprojekts mit der Ludwig-Maximilian-Universität in sechs unterschiedlich zusammengesetzten Fokusgruppen ermittelt, ob und wie die Münchner Stadtbibliothek als

moderner Dienstleister wahrgenommen wird; hier ging es natürlich auch um die Virtuelle Bibliothek. Von Anfang an wurden unsere Kunden durch Direktwerbung mit Flyern, Lesezeichen und Plakaten bei Neuanmeldungen, Führungen und Veranstaltungen angesprochen. Markenzeichen aller Werbeträger ist der Mauszeiger.

Was zeigt sich im Rückblick auf ein halbes Jahr Betrieb, was läuft gut, wo besteht Optimierungsbedarf, wo stehen wir in Relation zur Zielsetzung? Als Ziel hatten wir uns einen Sollumsatz von 10 pro Jahr mit Ausnahme von Naxos gesetzt, erreichen wollten wir primär Kunden, die Medien zeitunabhängig nutzen und eine Affinität zu digitalen Medien mitbringen: Young professionals, Schüler, hausgebundene Nutzer. Das Bestandsprofil konzentrierten wir daher bei den eBooks auf Medien zu Computerthemen, Berufspraxis, Wirtschaft, Lebenshilfe im weitesten

Sinn (Recht, Gesundheit, Pädagogik, Psychologie). Hier spielten Aktualität, Substanz, Qualität und Titelvielfalt eine Rolle. Bei den eAudios und eVideos waren attraktive Inhalte entscheidend, hier ist allerdings die Auswahlbasis noch zu schmal. Naxos leisteten wir uns aufgrund der hohen Titelvielfalt, und beim SPIEGEL war eigentlich nur noch die Frage, wie viel Exemplare wir kaufen.

Die Bilanz nach einem halben Jahr zeigt: die Rechnung geht auf (siehe Tab. 1)!

Tabelle 1:

Medienart	Bestand		Ausleihe		Umsatz	
	absolut	in %	absolut	in %	½ Jahr	Jahr
eBooks	1.210	19	4.089	36	3,38	6,76
eAudios	515	8	3.634	32	7,06	14,11
eMusik	4.523	70	1.598	14	0,35	0,71
eVideo	61	1	564	5	9,25	18,49
ePaper je 5 Ex.	190	3	1.541	13	8,11	16,22
Summe	6.499		11.426		1,76	3,52
ohne Naxos	1.976		9.828		4,97	9,95

Mit einer Gesamtausleihe von 11 426 und einem Umsatz – ohne Naxos – von 4,97 könnten wir einen Jahresumsatz von 10 erreichen. Die konstant pro Woche um 80 bis 90 anwachsende Zahl der eingetragenen Nutzer mit 3 260 Kunden ist ebenfalls ein positives Indiz. Wir erreichten übrigens um die Jahreswende als erste der vier Pilotbibliotheken die 10 000 Ausleihe-Marke, obwohl wir als letzte an den Start gegangen waren. Die Nutzung der eAudios und eVideos lässt bisher wenige Rückschlüsse zu, die Bestände reichen noch nicht aus. Dass die Hörbücher von Mankell ständig ausgeliehen und vorgemerkt sind wie Krimis generell, ist nicht erstaunlich. Der SPIEGEL ist der absolute Ausleihrenner und die Nachfrage unserer Kunden nach weiteren Magazinen mittlerweile stereotyp. Auch Naxos hat sich aus unserer Sicht amortisiert, wir werden uns auch weiterhin das Abo leisten, kommt es doch mit seiner inhaltlichen Vielfältigkeit gut an.

Am aufschlussreichsten ist die Akzeptanz der eBooks, hier spiegelt das Ranking der Ausleihen über 100 nach Kategorien bzw. Themen das Bestandsprofil (siehe Tab. 2).

Tabelle 2:

Kategorie	Ausleihen
Computer & Internet	805
Wirtschaft & Unternehmen	700
Beruf & Karriere	546
Schule & Lernen	425
Lebenshilfe	352
Recht	187
Pädagogik & Psychologie	183
Wissenschaft & Technik	182
Sprachen	146
Gesundheit	143
Reise & Abenteuer	96

Bei den Reise-eBooks hatten wir uns allerdings mehr erhofft und durchaus auch mehr investiert – vielleicht liegt es an der Jahreszeit?! Betrachtet man sich die Verteilung der Titel mit zehn und mehr Ausleihen, zeigt sich, dass  $\frac{2}{3}$  der Titel auf die Kategorien Computer & Internet, Beruf & Karriere und Wirtschaft & Unternehmen fallen – was die

Bestandsausrichtung zusätzlich bestätigt. Auch mit den Investitionen zu Schule & Lernen sind wir zufrieden, hier hatten wir strikt nach Aktualität und Substanz selektiert. Natürlich sehen wir noch Optimierungsbedarf. So möchten wir die Navigation verschlanken; unsere google-gewohnten Teilnehmer der Fokusgruppen monierten vor allem, dass die Suche redundant an drei Stellen auf der Startseite auftaucht. Ein Feld für die Einfachsuche an zentral-prominenter Stelle kombiniert mit dem Link zur erweiterten Suche wäre effektiver und zielführender. Optimal wäre der Button „Verfügbar“ unmittelbar daneben. Und was wir uns dringend wünschen, sind Anreize für den Kunden: welche Titel sind neu, was wurde zurückgebucht etc. An diesen Verbesserungen arbeitet die Fa. DiViBib ja bereits. Um das Produkt attraktiv zu halten, erfordert es aber vor allem neue Inhalte, primär bei den Hörbüchern und Filmen, sonst läuft das Kundeninteresse ins Leere. Insgesamt fällt unsere Halbjahresbilanz zufriedenstellend aus, die positiven Kundenrückmeldungen überwiegen. Qualität, Aktualität und ein stringentes Marketing sehen wir als wesentliche Erfolgsfaktoren. Interessant ist auch, dass die Ausleihen am Wochenende steigen, was mit der Zielrichtung des Produkts korrespondiert. Einen Anschub erwarten wir in Kürze von der Integration der Metadaten in den Opac. Das Fehlen der Daten im Opac war übrigens auch ein Kritikpunkt in unseren Fokusgruppen.

#### Anschrift der Autorin:

Barbara v. Kriegelstein M.A.  
stellv. Bibliotheksdirektorin und Abteilungsleiterin  
Zentrale Dienste  
Münchner Stadtbibliothek  
Rosenheimer Str. 5  
D-81667 München  
E-Mail: barbara.vonkriegelstein@muenchen.de