

Mut zur Lücke!?

Medienauswahl maßgeschneidert

BMIT-Special Herbst 2009

Früher:

Bibliothek – überall, für alle!

ABER:

Wer allen etwas bieten will,
bietet (fast) jedem nichts!

Auftrag

- Die Bibliothek unterliegt unterschiedlichen Anforderungen, z.B. von Seiten des Trägers, der Bibliothek selbst und den potentiellen Nutzern:
 - Information
 - Bildung
 - Kultur und Religion
 - Freizeit/Unterhaltung

Ziele

- IFLA-/UNESCO-Manifest von 1994 benennt Kernaufgaben und Schlüsselziele:
 - Lesegewohnheiten bei **Kindern** von klein auf wecken und unterstützen
 - Individuelles **Lernen und Selbststudium** ebenso fördern wie staatl. **Bildung** auf allen Ebenen
 - Gelegenheit für kreative **persönliche Entwicklung** bieten
 - **Phantasie und Kreativität** anregen
 - Wertschätzung der **Künste**, des kulturellen Erbes, der **wissenschaftl.** Neuerungen
 - Pflege von **interkulturellen Dialogen**, Fördern kultureller Vielfalt
 - **Informationsdienste** für lokale Initiativen, Verbände,...
 - Lese-Aktivitäten, **Veranstaltungen** und Programme

Anders gesagt

- Bürgerorientierung
- Bildungsunterstützung
- Modernität
- Effizienz
- Kultur
- Vernetzung
- Kooperation

Bibliotheksentwicklungsplan Dresden

Das Bestandskonzept

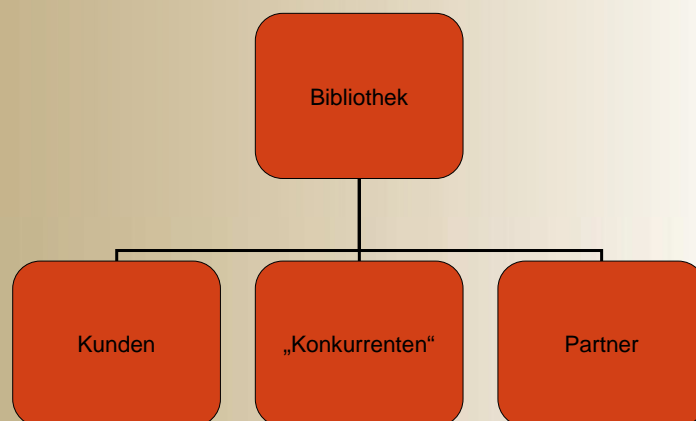
Gibt Auskunft über:

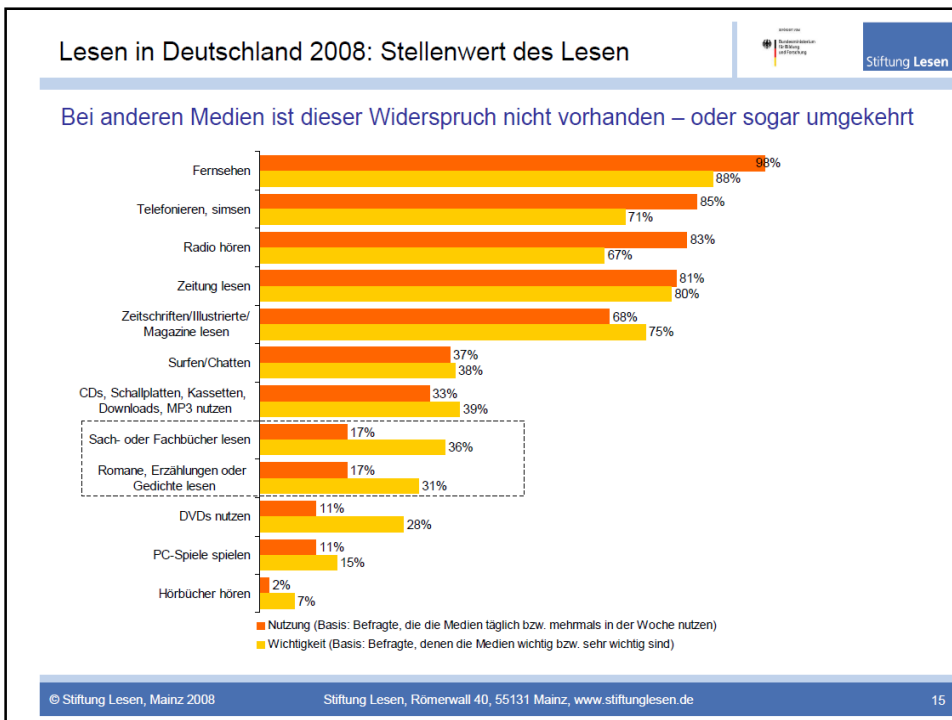
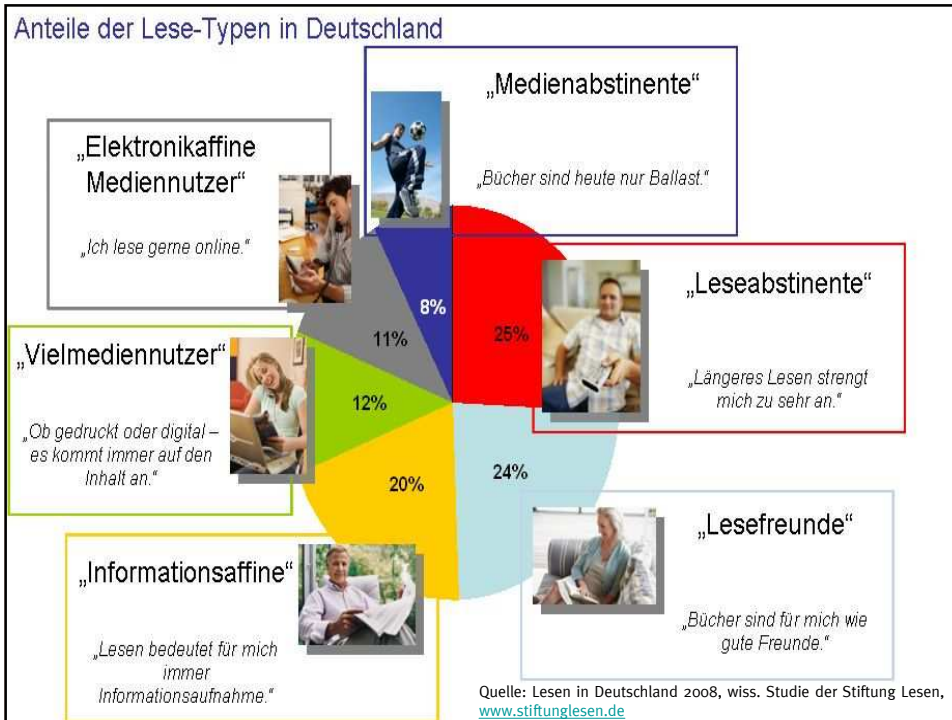
- die festgelegten Grundsätze für den gezielten Bestandsaufbau
- die grundsätzliche Zusammensetzung der Medien
- den Nutzungszweck des Bestands
- die Definition der Zielgruppen und Schwerpunkte
- die Anteile der unterschiedlichen Medien- und Sachgruppen
- den bestmöglichen Einsatz der Ressourcen (Etat, Mitarbeiter, Platz, Zeit)

Zielgruppen

- Welche Zielgruppen hat die Bibliothek bzw. welche möchte sie künftig erreichen:
 - Kinder
 - Jugendliche
 - junge Familien/Erwachsene
 - Männer
 - Frauen
 - Senioren
 - Ausländer
 - Studenten, Schüler
 - Vereine, Verbände, Institutionen
 - VHS
 - ...

Zielgruppenraster

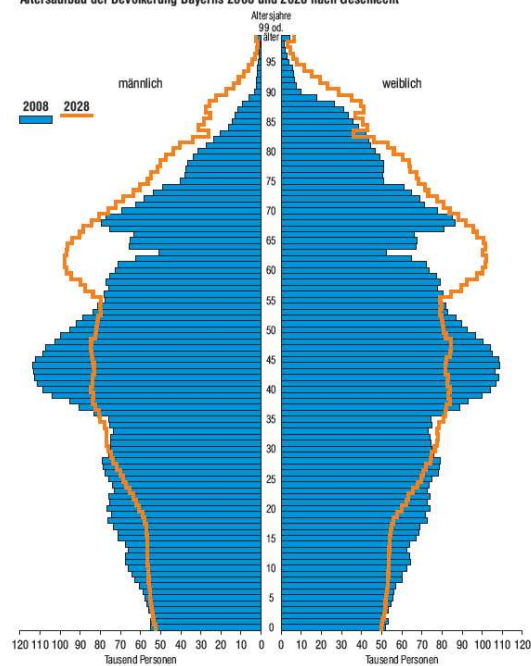




Umfeld

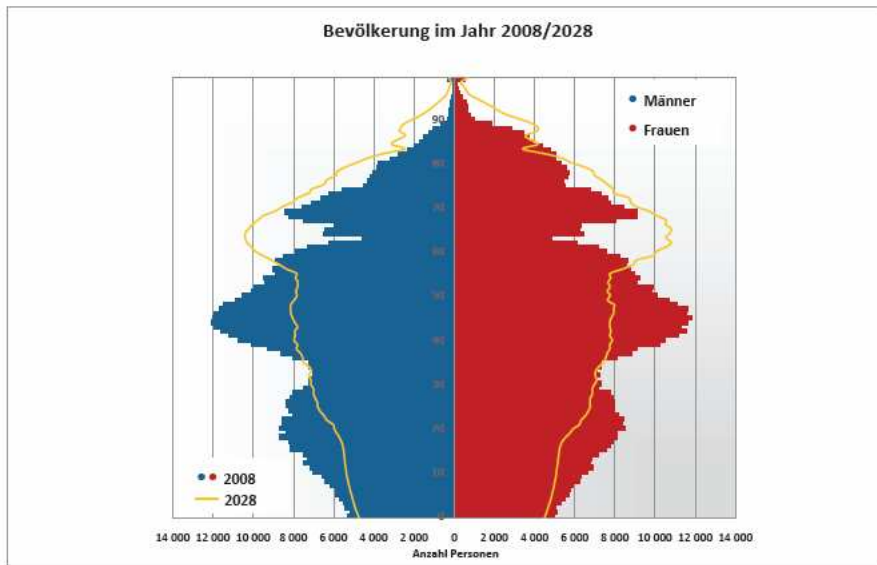
- ▶ Für einen zielgerichteten Bestandsaufbau ist es unbedingt notwendig, eine sog. Umfeld- oder Gemeinwesenanalyse zu erstellen:
 - ▶ Wie sieht die Bevölkerungsstruktur aus: junge Familien, Ausländeranteil, viele Männer, Senioren?
 - ▶ Welche Milieus sind vertreten: Unterschicht, Mittelschicht, Oberschicht, ...?
 - ▶ Wie sind die Arbeitsmöglichkeiten vor Ort?
 - ▶ Welche Kooperationspartner gibt es: Schulen, Kindergärten, Vereine (Tourismus), Verbände (Frauen), Gruppen (Senioren), VHS,...?
 - ▶ Welche Einrichtungen gibt es vor Ort: andere Bibliotheken, Theater, Museen?

Abb. 3 Altersaufbau der Bevölkerung Bayerns 2008 und 2028 nach Geschlecht



Quelle:
www.statistik.bayern.de/demografie

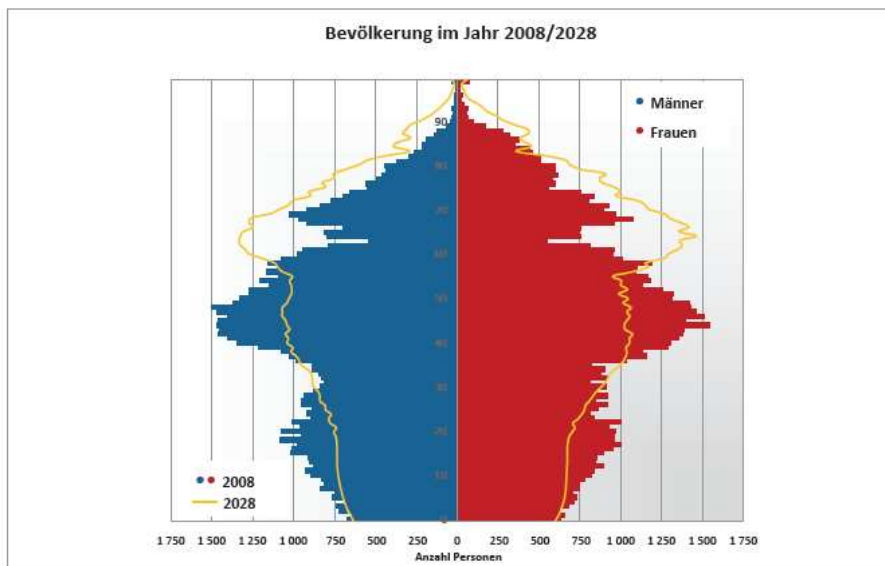
Grafiksammlung: Regierungsbezirk Unterfranken



Quelle: www.statistik.bayern.de/demografie

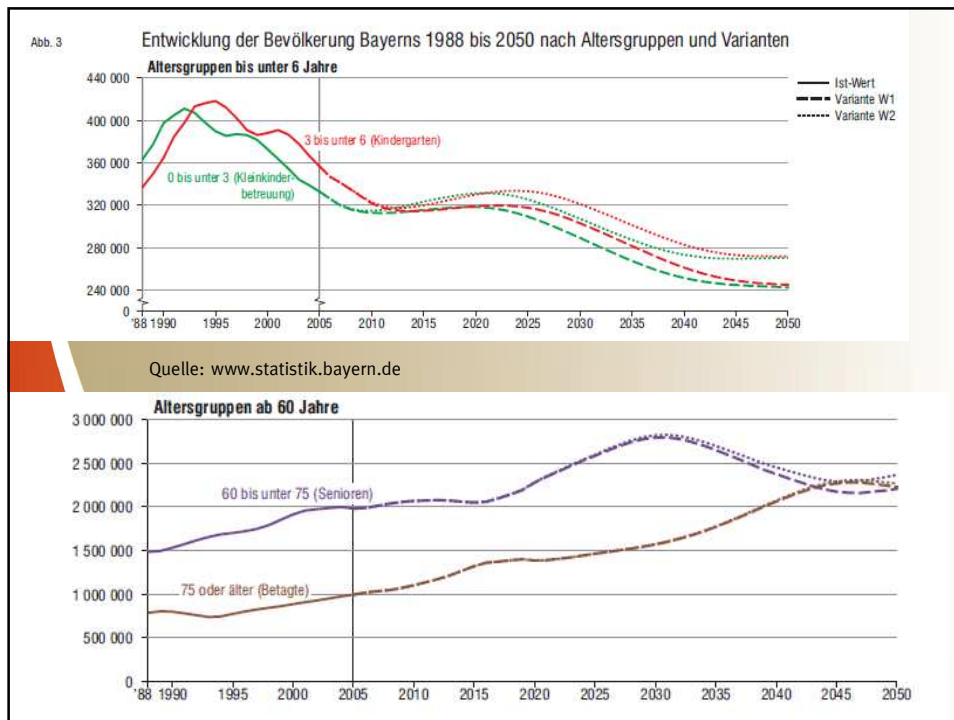
Sonja Bluhm
erkennen fördern nutzen
BILDUNG & KOMMUNIKATION

Grafiksammlung: Landkreis Würzburg



Quelle: www.statistik.bayern.de/demografie

Sonja Bluhm
erkennen fördern nutzen
BILDUNG & KOMMUNIKATION



Rahmenbedingungen

- Ein zielgruppenorientierter Bestandsaufbau ist beeinflusst durch folgende Faktoren:
 - Auftrag und Ziele
 - Umfeldanalyse
 - Interessen der Hauptzielgruppe
 - Finanzen (1 EUR/Einwohner, 2 ME/EW)
 - Räumlichkeiten (Kapazität, Attraktivität)
 - Team (Kompetenz, Größe)
 - Bestand (Zielbestand, tatsächlicher Bestand)
 - Öffnungszeiten

Kennzahlen

- ▶ Umsatz= Entleihungen/Bestand
Gut: Umsatz 1-5
- ▶ Aktivierungsgrad= Medien, die mind. 1x entliehen wurden/Gesamtbestand*100
Gut: 90%
- ▶ Absenzquote= entliehene Medien/Gesamtbestand*100
Gut: 66% Verfügbarkeit, 33% Absenz
- ▶ Effizienz= Anteil am Bestand/Anteil an Entleihungen
Gut: 0,8 bis 1,2

Kalkulation

- ▶ 5-10% Erneuerungsquote, d.h.:
 - ▶ Bestand: 10.000 ME
 - ▶ Erneuerung: 500-1.000 ME jährlich
 - ▶ Durchschnittspreis: 18,- EUR
 - ▶ Erwerbungsetat: 9.000,- bis 18.000,- EUR
- ▶ Evtl. Sonderetat, wenn Bibliothek noch wachsen soll (Zielbestand) oder eine neue Bestandsgruppe, z.B. Hörbücher, CD-ROMs, DVDs angeschafft/ausgebaut werden soll
- ▶ Erwerbungsetat ([Etatverteilungsplan](#))

Mögliche Typen von Bestandskonzepten

1. Kinder- und Familienbibliothek
2. Seniorenbibliothek
3. Jugendbibliothek
4. Bibliothek als Bildungspartner
5. Bibliothek als Zentrum populärer Medien
6. Bibliothek als kultureller Treffpunkt
7. Bibliothek für die Gemeindearbeit

Bestandskonzept konkret

- Sach- und Fachliteratur
 - Themen
 - Aktualität
 - Medien (Zeitschriften, DVDs, CD-ROMs Hörbücher,..)
 - Aufstellung: ASB oder thematisch
- Belletristik
 - z.B. orientiert an Bestsellerlisten (welchen?)
 - Anspruch, Niveau
 - Formen und Gattungen (Kurzgeschichten, Krimis,..)
 - Hardcover und/oder Taschenbuch
 - DVDs: Filmklassiker, Literaturverfilmungen, wichtige Neuerscheinungen, Fremdsprachige Filme
 - Hörbücher (Lesungen, Features, Hörspiele)

Bestandskonzept konkret

- Medien für Kinder
 - Welche Altersgruppen?
 - Ziele: Leseförderung, kulturelle Bildung
 - Zur Förderung der zielgerichteten Beschäftigung mit Themen (Sachmedien)
 - Ermöglichung von Interaktivität (Lernspiele)
 - Zur Förderung von Kreativität, Neugier, Lernförderung (Sachbücher, Spiele)
 - Förderung der Sprach- und Ausdrucksfähigkeit (Bilderbücher, Erstlesereihen, Hörmedien)
 - Leseförderung kombiniert mit Anspruch und Spannung (Vorlesebücher, Bilderbücher, Sachbilderbücher)

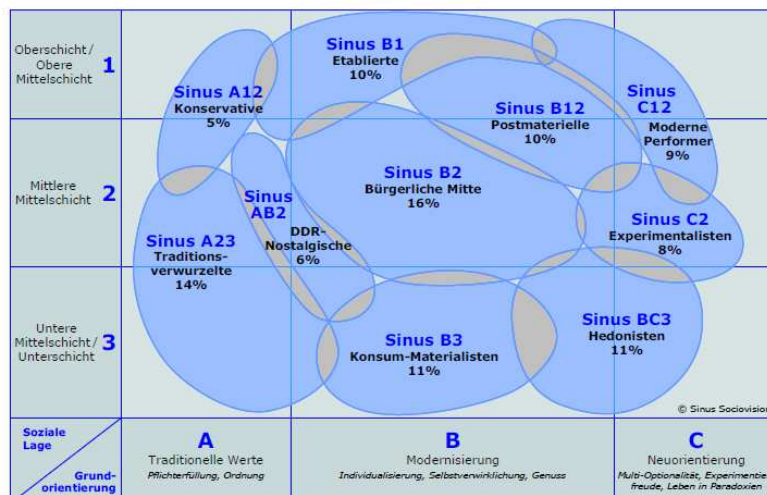
Hilfsmittel für den Bestandsaufbau

- Bibliothekarische Besprechungsdienste
 - Dienste der Einkaufszentrale für Bibliotheken (ekz), www.ekz.de
 - BibTipp, Auswahlangabe des ID 1000, Heftform, ca. 1000 Bücher und 500 Hörbücher, 2x jährlich, 14,90 €
 - bn-Bibliotheksnachrichten des Österreichischen BibliotheksWerks, www.biblio.at/rezensionen

Hilfsmittel für den Bestandsaufbau

- Besprechungen in der Presse (FAZ, Zeit,..)
- Literatursendungen in Hörfunk und Fernsehen
- Auswahl- und Bestenlisten (Deutscher Jugendliteraturpreis, Tommi – Deutscher Kindersoftwarepreis, Spiel des Jahres)
- Zeitschriften und Publikationen (Buchreport, Buch aktuell, Börsenblatt)
- Kundenrezensionen (www.buchkatalog.de, Amazon)
- Besprechungs- und Bewertungsportale (www.comicgate.de für Comics)
- Verlags- und Verkaufsprospekte
- Medienwünsche der Benutzerinnen und Benutzer

Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2005 Soziale Lage und Grundorientierung



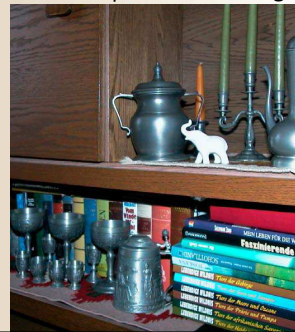
Traditionsverwurzelte (14%)

Merkmale:

- Kriegsgeneration ab 60 Jahre
- Höchster Anteil allein Lebender, hoher Frauenanteil
- Überw. Hauptschulabschluß mit abgeschl. Berufsausbildung
- Bescheidenheit und Anpassung
- In „geordneten Verhältnissen“ lebend
- Festhalten an traditionellen Werten
- Soziale Integration und Anpassung

Einstellung zu Büchern:

- überdurchschnittliche Zahl an Nicht-Lesern
- Sehr geringe Affinität zu Lesen
- Oft werden weniger Bücher gelesen als gekauft („Regalsteller“)
- Fernsehen ist Primärmedium, Bücherbestand entsprechend niedrig



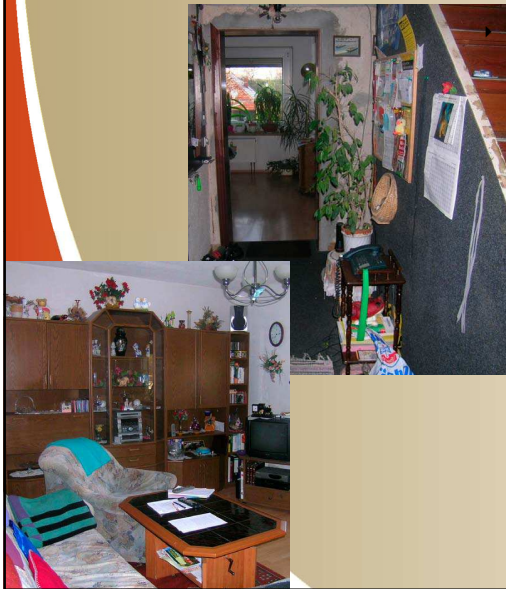
DDR-Nostalgische (6%)

Merkmale:

- Meist über 50 Jahre
- einfache bis mittlere Bildung, aber auch Hochschulabschlüsse
- fast ein Fünftel der ostdeutschen Bevölkerung
- überwiegend Verlierer der Wende, Verklärung der Vergangenheit
- früher häufig Führungskader in Partei, Verwaltung, Wirtschaft und Kultur; heute einfache Angestellte, Arbeiter/Facharbeiter oder arbeitslos
- Konsum-materialistische Orientierung
- Vom traditionsverankerten Milieu zum „Loser-Segment“
- Überdurchschnittliche Fernsehnutzung



Konsum-Materialisten (11%)



Merkmale:

- › Breite Streuung bis 60 Jahre
- › Meist Volks-/Hauptschulabschluß mit oder ohne Berufsausbildung
- › Überdurchschnittlich viele Arbeiter/Facharbeiter, untere Einkommensklassen
- › hohe Arbeitslosigkeit, häufig soziale Benachteiligungen (Arbeitslosigkeit, Krankheit, unvollständige Familie)
- › Stark materialistisch geprägte Unterschicht; will Anschluß an Konsum-Standards halten
- › Hohe Fernsehnutzung

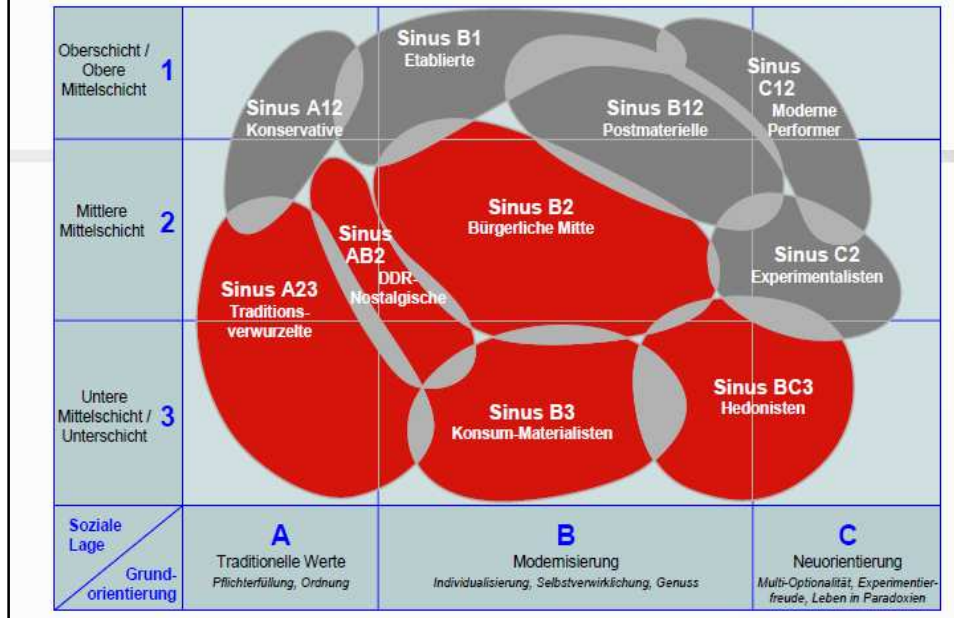
Hedonisten (11%)



Merkmale:

- › Jüngere und mittlere Altersgruppen bis 50 Jahre; Schwerpunkt unter 30 Jahren
- › Einfache bis mittlere Formbildung
- › relativ oft ohne abgeschlossene Berufsausbildung
- › Einfache Angestellte und Arbeiter; viele Schüler und Auszubildende
- › Vergleichsweise großer Anteil von Personen ohne eigenes Einkommen
- meistens auf der Suche nach Fun, Action und Unterhaltung
- Ziel: unterwegs sein, Ausbrechen aus den Zwängen des Alltags, frei und unabhängig zu sein, anders als die Spießler
- viele führen Doppelleben zwischen Anpasstheit im Berufsalltag und Abtauchen, über die Stränge schlagen in der Freizeit
- Leistungsbereitschaft nimmt ab

Die Nichtleser in Deutschland



Bürgerliche Mitte (16%)

Merkmale:

- › 20-74 Jahre
- › Überw. verheiratet, kinderfreundlich
- › Qualifizierte mittlere Bildungsabschlüsse
- › Beruflicher Erfolg, angemessener Status
- › Beachtung sozialer Normen
- › Leben so angenehm wie möglich gestalten



Einstellung zu Büchern:

- › Populäre Ratgeber, „Lebenshilfen“ für Alltag
- › Fachbücher für Berufsalltag
- › Bücher sind Statussymbole, die man zu Hause prominent ausstellt
- › Beliebt: populäre Romane, Erzählungen, Krimis zur Entspannung und Unterhaltung
- › Besonderes Interesse an Sonderangeboten
- › Belletristik: bekannte Autoren, Ratgeber: alteingesessene Verlage
- › Wichtig: ansprechendes Layout/Textgestaltung, kurze, übersichtliche Hintergrundinformationen, viele Ill., praktische Tipps

**Sinus A12
Konservative**

5 %

Zeitschriften: Funk Uhr, Welt am Sonntag, Hörzu, Mein schöner Garten, Das Neue Blatt, Reader's D. Das Beste

Tageszeitungen: FAZ, Reg. Abo-Tageszeitungen

Sonja Bluhm
erkennen fördern nutzen
BILDUNG & KOMMUNIKATION

Konservative (5%)

- ▶ **Merkmale:**
 - ▶ Über 50 Jahre
 - ▶ Verheiratet, verwitwet, meist 2-Personen-Haushalt
 - ▶ Akademische Abschlüsse überpräsentiert, aber auch Volksschule + qualifizierte Berufsausbildung
 - ▶ Traditionelle Werte
 - ▶ Wertschätzung „klassischer Schönheit“
 - ▶ Standesbewußtsein
- ▶ **Einstellung zu Büchern:**
 - ▶ sind wichtige Kulturträger und oft wahre Kunstwerke
 - ▶ Emotionale Verbundenheit zu best. Titeln
 - ▶ dokumentieren hohe Allgemeinbildung, die an folgende Generationen weitergegeben werden soll
 - ▶ Vorliebe für Sammlungen aus Antiquariat, Sondereditionen, Erstausgaben, Exemplare gehobener Buchkunst
 - ▶ Viele sind Kenner und Kritiker von Literatur (hohe Leseerfahrung)
 - ▶ Überdurchschnittliches Interesse für klassische Lit. und anspruchsvolle Gegenwartsliteratur
 - ▶ werden nicht blind nach Bestsellerlisten gekauft, sondern nach Ruf des Autors/Verlags, auf Empfehlung von Freunden, guter Buchbesprechungen
 - ▶ Reserviertes Verhalten gegenüber Neuerscheinungen

Sonja Bluhm
erkennen fördern nutzen
BILDUNG & KOMMUNIKATION

**Sinus B12
Moderne Performer**

9%

Zeitschriften:
Prinz, Fit for fun, Cinema, Amica, Bravo Screenfun, Joy

Tageszeitungen: Süddeutsche

Sonja Bluhm
erkennen fördern nutzen
BILDUNG & KOMMUNIKATION

Moderne Performer (9%)

- ▶ **Merkmale:**
 - ▶ unter 30 Jahre, Singles (mit und ohne Partner)
 - ▶ Steigende Zahl junger Familien
 - ▶ Hohes Bildungsniveau, ca. 1/3 noch in Ausbildung
 - ▶ Leistungsehreiz, persönliche Selbstverwirklichung
 - ▶ Materieller Erfolg, lustvolles Leben
 - ▶ Eigene Fähigkeiten erproben, Grenzen erfahren
- ▶ **Einstellung zu Büchern:**
 - ▶ Souveräner und leidenschaftlicher Umgang mit Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten
 - ▶ Begeisterung für neue Entwicklungen auf dem Markt
 - ▶ Haben immer noch eigenständigen Wert und besonderen Nutzen
 - ▶ Profunde, zuverlässige Informationen
 - ▶ Mittel zum Zweck, meist im Arbeitszimmer; zu viele Bücher signalisieren Ballast
 - ▶ Werden gerne neu gekauft, verliehen, online weiterverkauft
 - ▶ Vorliebe für neueste Medien (DVDs, Hörbücher)

Sonja Bluhm
erkennen fördern nutzen
BILDUNG & KOMMUNIKATION

**Sinus B1
Etablierte**

10%

Zeitschriften:
WirtschaftsWoche, Manager Magazin, Capital
Welt am Sonntag, Die Zeit, Der Spiegel

Tageszeitungen:
Die Welt, Handelsblatt,
FAZ

Sonja Bluhm
erkennen fördern nutzen
BILDUNG & KOMMUNIKATION

Etablierte (10%)

- ▶ **Merkmale:**
 - ▶ 35-64 Jahre, verheiratet, Kinder im Haushalt
 - ▶ Überdurchschnittlich hohes Niveau
 - ▶ Gesellschaftliche Elite
 - ▶ Erfolg im Beruf
 - ▶ Hoher Lebensstandard
- ▶ **Einstellung zu Büchern:**
 - ▶ Vielseitig interessiert: Bildung und aktuelle Information selbstverständlich
 - ▶ Privat: Genuß und Entspannung; hohe Ansprüche
 - ▶ Sachbücher, hochwertige Bildbände, Hardcover
 - ▶ Hochwertige Bücher gehören zur exklusiven Wohnausstattung
 - ▶ Wenig Zeit zum Lesen, sehr beliebt sind Hörbücher

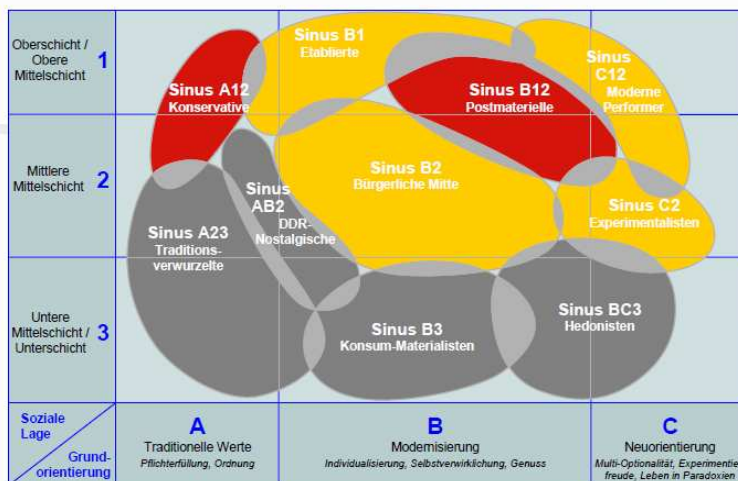
Experimentalisten (8%)



▸ **Merkmale:**

- junges Milieu, Altersschwerpunkt unter 35 Jahren; viele Singles
- Gehobene Bildungsabschlüsse; (noch) viele Auszubildende, Schüler und Studenten
- Mittlere Angestellte, kleine Selbstständige und Freiberufler; auch Arbeiter [Jobber]
- Vergleichsweise hoher Anteil von Personen ohne eigenes Einkommen; Haushaltsnettoeinkommen dennoch über dem Durchschnitt (zum Teil gut situierte Elternhäuser)
- Locker, tolerant, offen gegenüber unterschiedlichen Lebensformen/Kulturen
- Extrem individualistische neue Bohème
- Leben in Widersprüchen, ungehinderte Spontaneität
- Geringer Fernsehkonsum, viele Outdoor-Tätigkeiten

Relevante Milieus für den Buchmarkt



Kernzielgruppe



Weiteres Potential

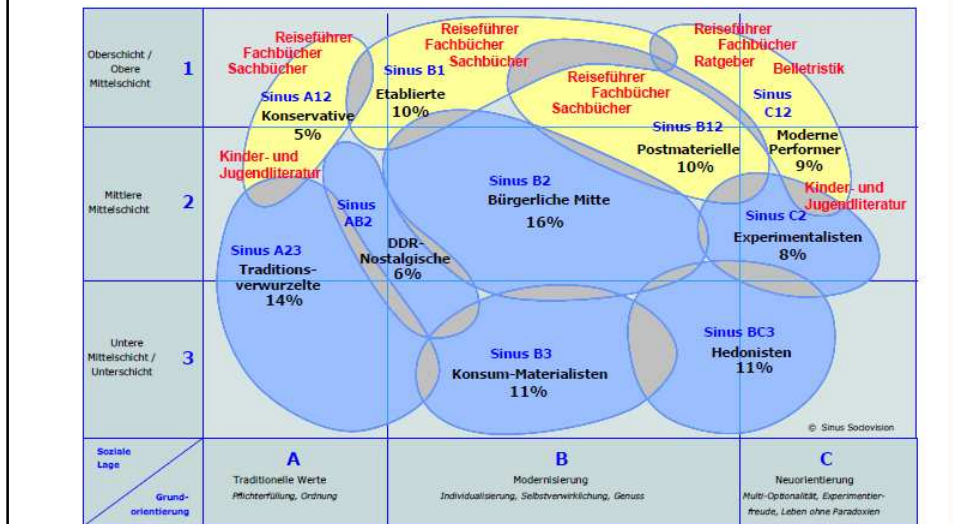


Schwer erreichbar



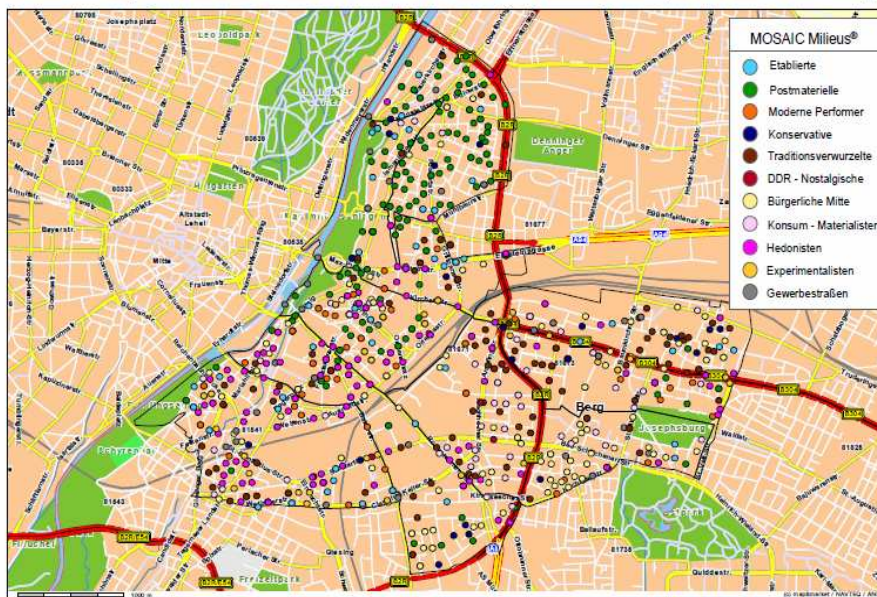
Verlagspräferenz in den Sinus-Milieus®

MDG: Die Berater
Kompetenz bei Veränderung



Analyse der Wohnbevölkerung nach Milieus am Beispiel München-Haidhausen

MDG: Die Berater
Kompetenz bei Veränderung



Quellen

Studie:

Warum Buchhändler und Verleger mit den Sinus-Milieus® neue Kunden gewinnen können : Erfahrungen aus der Arbeit mit dem MDG-Milieuhandbuch und der Studie „Buchkäufer und Leser“ des Börsenvereins, Bad Urach, 23. April 2008, www.gep.de/MDG_Milieu-Handbuch.pdf

Milieuhandbuch „Religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus® 2005“

Forschungsergebnisse von Sinus Sociovision für die Publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz und die Koordinierungskommission Medien im Auftrag der **MDG Medien-Dienstleistung GmbH**

Buchkäufer und Leser 2005 – Profile, Motive, Wünsche

Verbraucherstudie des **Börsenverein des Deutschen Buchhandels** in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und Sinus Sociovision, November 2005