

Marketingkonzept der Stadtbibliothek Freiberg a.N. (Stand Sept. 2006)

Inhaltsverzeichnis

Strategisches Marketing in der Stadtbibliothek Freiberg a.N.	2
Formulierung des Grundauftrages der Stadtbibliothek Freiberg a.N.	3
Politischer Grundauftrag	3
Bedürfnisse und Wünsche der (potentiellen) Bibliotheksbesucher	4
Segmentierung der Zielmärkte	6
Grundlagen einer Kinderkulturarbeit in Bibliotheken	7
Aufgaben der Bibliotheksarbeit mit Kindern	8
Analyse des Umfeldes der Stadtbibliothek Freiberg a.N.	10
Stärken und Schwächen der Stadtbibliothek Freiberg a.N.	11
Zielgruppen mit ihren spezifischen Wünschen und Bedürfnissen und geeignete Angebote der Stadtbibliothek Freiberg	13
Wichtigkeit der Segmente (Positionierung der Zielgruppen und Angebote)	20
Aus diesen Untersuchungen ergibt sich folgende Ressourcenzuweisung:	25
Planung von Wachstum und Verbesserung	27
Produktpolitik	27
Preispolitik	28
Distributionspolitik	29
Kommunikationspolitik	30
Messbare Entwicklungen:	32
Controlling	34

Strategisches Marketing in der Stadtbibliothek Freiberg a.N.

Man spricht heute bevorzugt von einem strategischen Marketing, also einem zielorientierten Marketing.

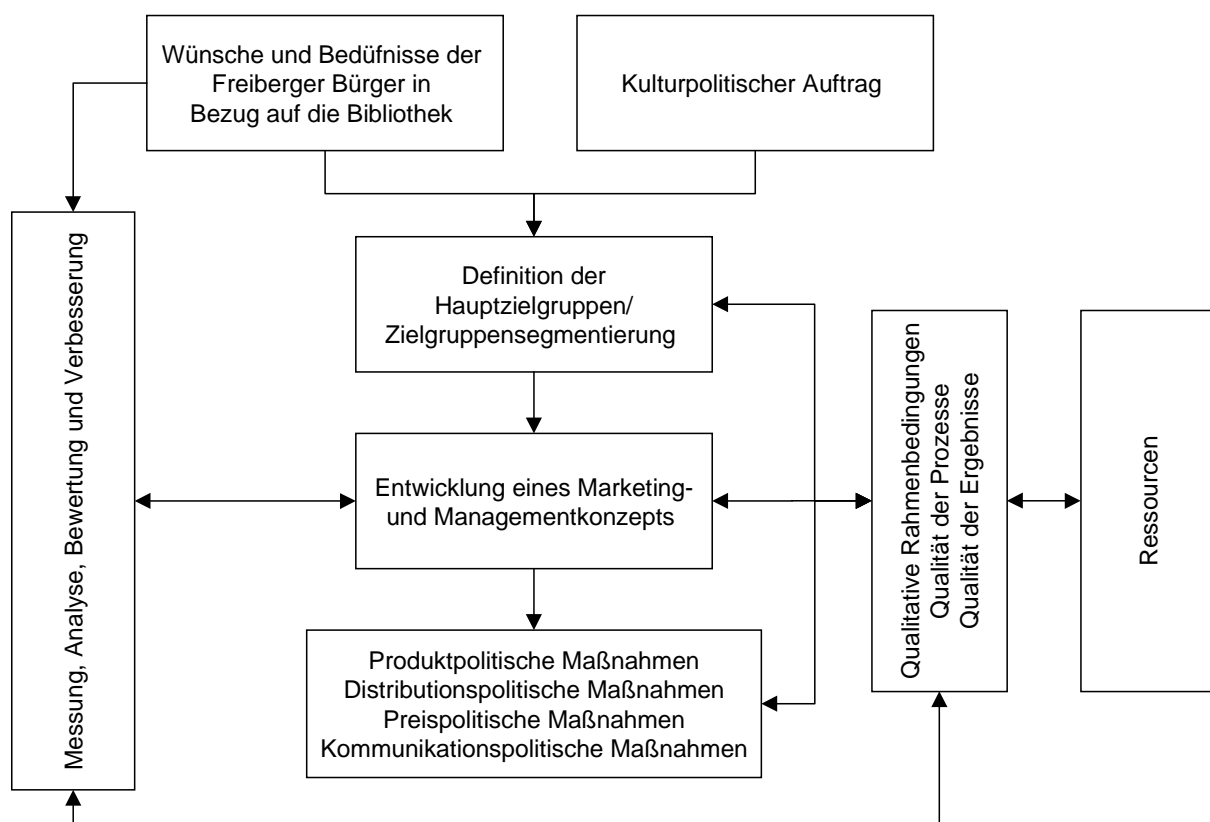
Theorie:

Strategische Planung ist ein managementbetriebener Prozess, bei dem die Ziele und Ressourcen eines Unternehmens an die sich ändernden Marktchancen angepasst werden. Strategische Planung bestimmt, was zu tun ist, taktische operative Planung bestimmt, wie vorgegangen wird.

„Eine Strategie verfolgen heißt, die richtigen Dinge zu betreiben. Taktik heißt, die Dinge richtig zu betreiben.“ (Kotler, 1995: S. 85)

Ableitung von vier Aufgaben für die Stadtbibliothek Freiberg:

1. Unternehmerischen Grundauftrag formulieren
2. Einrichten strategischer Geschäftseinheiten (SGE) oder Abteilungen, möglichst marktorientiert („Wir bieten Informationen“, statt produktorientiert „Wir verleihen Bücher“)
3. Ressourcenzuweisung der SGEs nach Portfolio: Welche SGEs werden geerntet, ausgebaut, erhalten oder eliminiert
4. Planung von Wachstum und Verbesserung



(Dargestellt in einem Marketing/ QM-Kreislauf)

Formulierung des Grundauftrages der Stadtbibliothek Freiberg a.N.

Vor der eigentlichen Segmentierung der Zielgruppen ist unbedingt der Grundauftrag der Bibliothek und der einzelnen Geschäftseinheiten festzusetzen. Diese grundlegende Zielsetzung ergibt sich aus dem Spannungsbogen des politischen Grundauftrages und den Wünschen und Bedürfnissen der Bürger bzw. Kunden. Im folgenden wird allerdings die Übergruppe der „Bürger“ ausgeklammert.

Politischer Grundauftrag

Der kulturpolitische Auftrag ergibt sich aus den allgemeinen Positionspapieren, z.B. KGST-Gutachten oder Bibliotheken '93 und dem speziell definierten Auftrag in Freiberg a. N., festgehalten in der Benutzungsordnung, einer vom Gemeinderat beschlossenen Satzung:

"Die Stadtbibliothek Freiberg wird von der Stadt Freiberg a. N. unterhalten. Sie ist eine öffentliche Einrichtung, die der Information, der beruflichen Fortbildung, der persönlichen Weiterbildung und der Freizeitgestaltung dient. Sie ist kultureller Treffpunkt, mit der Aufgabe der Lese- und Literaturförderung und der Vermittlung von Medienkompetenz. Insbesondere unterstützt sie die Literaturversorgung der Freiburger Schulen und Kindergärten."§1 (Stand 2006)

Die Stadtbibliothek Freiberg zählt zu den "Öffentlichen Bibliothek des Grundbedarfs":

Mit der Publikation BIBLIOTHEKEN `93 wurde eine Struktur-, Positions- und Funktionsverteilung des gesamten Bibliothekssystems in der Bundesrepublik Deutschland erstellt:

„Der differenzierte Literatur-, Medien- und Informationsbedarf ist durch Bibliotheken auf vier arbeitsteilig aufeinander abgestimmten Funktionsstufen zu decken. Durch Zuordnung zu einer Funktionsstufe ergibt sich für die Bibliothek ein spezifisches Aufgabenspektrum. Auf dieser Grundlage soll der konkrete Aufgabenkatalog formuliert werden, der bestimmt ist durch

Zielgruppen und ihren Bedarf,

Institutionelle Rahmenbedingungen und

Historische Ausgangssituationen" (Bibliotheken `93 1994:11; Hervorhebung A.W.).

Die ersten zwei Funktionsstufen bilden die Öffentlichen Bibliotheken, die zwei weiteren Funktionsstufen sind den Wissenschaftlichen Bibliotheken zugeordnet. Die Öffentlichen Bibliotheken werden aufgeteilt in Bibliotheken des Grundbedarfs und Bibliotheken des gehobenen Bedarfs.

Die Bibliotheken des Grundbedarfs umfassen kleinere und mittlere Öffentliche Bibliotheken und „dienen der Befriedigung des Grundbedarfs. Der Grundbedarf ist durch ein flächendeckendes Netz von öffentlichen Bibliotheken **in angemessener Erreichbarkeit für jeden Bürger/jede Bürgerin** zu decken“ (Bibliotheken `93 1994:11). Dies gilt besonders für Kinder und ältere Menschen, da diese als weniger mobil - im Vergleich zu anderen Bevölkerungsgruppen - gelten.

Bibliotheken des Grundbedarf haben nach BIBLIOTHEKEN `93 (1994:13) folgende Funktionen:

Befriedigung der Informationsbedürfnisse der gesamten Bevölkerung,
Orientierung in der Medienvielfalt und Hinführung zu kreativem Mediengebrauch,
Leseförderung durch Schaffung geeigneter Medienangebote
Erleichterung von Lernen und Gestaltung der Freizeit,
Kulturarbeit in der Kommune,
Integration unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen durch Information und Kommunikation.

„Die Bibliothek für den Grundbedarf ist Drehscheibe der Information, Lern- und Arbeitsinstrument und Forum für alle. Sie erkundet die jeweiligen Informationsbedürfnisse und geht mit entsprechenden Dienstleistungsangeboten auf Zielgruppen zu“ (Bibliotheken `93 1994:13). Es wird jedoch nicht ausgeführt, welche Zielgruppen Öffentliche Bibliotheken der Grundversorgung definieren können. Allerdings werden nur die Zielgruppen „Kinder“, „Jugendliche“ und „Besondere Benutzergruppen“ in BIBLIOTHEKEN `93 ausführlich erörtert.

Bedürfnisse und Wünsche der (potentiellen) Bibliotheksbesucher

Die Bedürfnisse der Bibliotheksbesucher sind natürlich sehr weit gestreut. Je nach Alter, Bildungsstand oder Beruf haben sie andere Wünsche und Bedürfnisse an die Stadtbibliothek. Nach bibliothekarischen Umfragen decken Sie sich im Großen und Ganzen mit den politischen Forderungen, allerdings gibt es eine größere Nachfrage im Unterhaltungssektor, während der Informations- und Bildungsauftrag auf der politischen Seite überwiegt.

Um mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen eine Grundzufriedenheit bei den (potentiellen) Bibliotheksbesuchern herstellen zu können, müssen Hauptzielgruppen ausgewählt werden. Hier wird vorausgesetzt, dass die Ressourcen in der Realität immer stark beschränkt sind, die Nachfrage also immer das Angebot übersteigt. Für die Stadtbibliothek Freiberg a.N. trifft dies auf jeden Fall zu.

Anforderungen aus Kundensicht (Hauptzielgruppe Kinder, Schüler, Erzieher, siehe nächstes Kapitel)

Quantität des Angebote:

Öffnungszeiten

Räumliche Ausstattung

Anzahl der relevanten Medien

Anzahl der relevanten Veranstaltungen

Anzahl der relevanten Informationen

Ausreichende Beratungskapazität

Ausreichende Internet/OPAC/Computerplätze

Ausreichende Anzahl der Sitzgelegenheiten

Qualität des Angebotes

Öffnungszeiten

Schulung des Personals

Räumliche Ausstattung

Pluralistisches Angebot, auch durch Fernleihe

Qualitative Beratung/Auskunft

Schneller Service, reibungslos

Atmosphäre (stille oder anregende)

Präsentation des Angebotes

Spezielle Anforderungen: ausgearbeitet für die Hauptzielgruppen

z.B. Themenpakete, Klassenführungen, Autorenlesungen, Theaterstücke

Segmentierung der Zielmärkte

Eine Bibliothek stellt in einem weitläufigen Markt bald fest, dass sie nicht alle Benutzer gleichermaßen befriedigen kann. Unter Segmentierung versteht man die Unterteilung des Marktes in verschiedene Gruppen, für die es sich lohnt, besondere Produkte und Marketingpläne zu entwickeln. Dazu muss die Bibliothek das Umfeld analysieren, um die Segmente richtig zu ermitteln.

Für die Stadtbibliothek Freiberg a. N. wurden folgende Gruppen (Stand 2006) definiert:

- Kinder
- Schüler
- Eltern und Erzieher

Begründung: Freiberg ist eine junge Wohnstadt mit einem hohen Kinderanteil. Sieben Kindergärten, drei Grundschulen und eine weiterführende Schule (Haupt-, Realschule und Gymnasium) mit 1800 Schülern. Die Bibliothek ist im Gebäude der weiterführenden Schule untergebracht. Kinder und Schüler haben durch finanzielle Gründe und durch ihren hohen Experimentierwillen großes Interesse an der Bibliothek.

Bei der Auswahl oben genannter Zielgruppen lässt sich eine Kombination des kulturpolitischen Auftrages und der Befriedigung der Wünsche und Bedürfnisse am leichtesten und effektivsten verwirklichen.

Die Auswahl der Hauptzielgruppen bedeutet jedoch nicht eine ausschließliche Fixierung der Bibliothek auf diese Gruppen. Soweit die Ressourcen es zulassen, wird die Befriedigung der Wünsche und Bedürfnisse auf die gesamte Bürgerschaft ausgeweitet. Im Berichtsjahr 2006 soll eine Konzeption für die Zielgruppen Jugendliche und Senioren erstellt werden (Antje Koch), die Ressourcen und Möglichkeiten gegeneinander abwägt.

Allerdings ist die ausdrückliche Befriedigung der Bedürfnisse von Kindern und Schülern Teil der Bibliothekssatzung und durch die beschränkten Ressourcen vorrangig.

Wissenschaftliche Fundierung und Ableitung der Hauptaufgaben der Bibliotheksarbeit mit Kindern

Grundlagen einer Kinderkulturarbeit in Bibliotheken

Definition des Begriffes „Kultur mit Kindern

Neben den Begriffen Kultur *für* und *der* Kinder werden auch Begriffe wie Kultur *durch* Kinder, Kultur *und* Kinder, Kultur *mit* Kindern, Kulturpädagogik, Kinderkulturmarkt oder Kinderkulturarbeit verwendet.

KLEIN (1993:30) schlägt „ein Konzept der Kulturarbeit ‘mit’ Kindern vor, die bewußt von den tatsächlichen Lebens- und Kulturbedingungen der Kinder ausgeht und die normativen Zielvorstellungen indes nicht verschweigt, sondern explizit macht“. Kulturarbeit mit Kindern gilt dann gelungen, wenn beide Elemente, die der „Kultur für Kinder „ und die der „Kultur der Kinder“ vereint werden in eine „Kultur mit Kindern“. So wird die Kultur der Kinder ernst genommen und gleichzeitig kann gestaltend und regulierend eingegriffen werden. Es geht also um eine Vermischung beider Elemente.

In der Praxis der Kulturarbeit werden Begriffe wie Kulturpädagogik, Kulturmarkt und Kulturmarketing verwendet. Dem Konzept „Kultur für Kinder“ kann der Begriff Kulturpädagogik zugeordnet werden, während dem „Konzept der Kinder“ vom Kulturmarkt - vordergründig - aufgenommen wird. Will man das Konzept einer „Kultur mit Kindern“ umschreiben, so gelingt dies am besten mit dem Begriff „Interaktives Kulturmarketing“¹, der die zweiseitige Beziehung zwischen beiden Parteien ausdrückt.

Mit diesem Konzept wird sowohl die eigenständige Kultur der Kinder ernst genommen, als auch die Notwendigkeit eines kulturpädagogischen Ansatzes als Korrektiv akzeptiert. Dabei profitieren nicht nur Kinder von einer so verstandenen Kulturarbeit. Für Erwachsene „kann die Beschäftigung mit der Kultur *der* Kinder durchaus als *gewisse Ergänzung* wirken. [...] ‘Die durchschnittliche Erwachsenenwelt hat die Tendenz zur Monokultur, also zum deutlichen Vorrang zwar effizienter, aber eindimensionaler Sicht-, Denk- und Verhaltensweisen. Hier könnte die *kleine, eigenartige Kultur der Kinder* als Korrektiv wirken’ (Doehlemann, 1985:18)” (Klein 1993:32). „Aus dieser Sicht bedeutet ‘Kinderkulturarbeit mit Kindern’, daß eine so verstandene und sich selbst verstehende Kulturarbeit die Bedingungen der Möglichkeit eines gemeinsamen und generationenübergreifenden Lernprozesses für alle Beteiligten schafft. Das schließt nicht nur aus, sondern fordert geradezu dazu auf, daß Kinder von Erwachsenen lernen. Umgekehrt müssen aber ebenso die Bereitschaft und Chance gegeben sein, daß Erwachsene bereit sind, sich von Kindern „überzeugen“ zu lassen” (Klein 1993: 212).

Aufgaben der Bibliotheksarbeit mit Kindern

Seit 1997 hat die kinderbibliothekarische Arbeit einen theoretischen Unterbau durch das Positionspapier „Bibliotheksarbeit für Kinder“. Bereits vorher wurde in den allgemeinen Positionspapieren für Bibliotheken der Stellenwert der Bibliotheksarbeit für und mit Kindern herausgehoben. Wie bereits oben erwähnt, sind Kinder und Jugendliche eine der wenigen explizit formulierten Zielgruppen Öffentlicher Bibliotheken. Die Zielgruppe der Kinder ist eine - zumindest theoretisch - anerkannte Hauptnutzergruppe Öffentlicher Bibliotheken. So fordert zum Beispiel das Positionspapier BIBLIOTHEKSARBEIT FÜR KINDER (1997:13): „Die kinderbibliothekarische Arbeit muß unverzichtbar in die Betriebsziele j e d e r Öffentlichen Bibliothek eingebunden sein, da Kinder eine der Kerngruppen ihrer Nutzer bilden“.

In Bezug auf die Zielgruppe „Kinder“ werden im Ziel- und Strukturpapier BIBLIOTHEKEN `93 die Aufgaben der Öffentlichen Bibliothek folgendermaßen spezifiziert:

„Bibliotheken [...] aller Größenordnungen und Organisationsformen bieten spezielle Medienbestände, Veranstaltungen und Dienstleistungen für Kinder und Jugendliche.[...] Sie sind neben Elternhaus, Kindergarten, Schule und freiere Jugendarbeit zentrale Orte, an denen Kultur- und Medienkompetenz angeboten, vermittelt, eingeübt und gepflegt werden. Sie dienen der Lese- und Leserförderung. In jedem Fall sind sie kindgerecht möbliert und erlauben über die attraktive Medienpräsentation und -vermittlung hinaus vielfältige zielgruppengerechte Aktivitäten wie Spiel, Einzel- und Gruppenarbeit, Veranstaltungen, ruhige und lebhaftere Aktionen“ (1994:24).

BIBLIOTHEKSARBEIT FÜR KINDER (1997:13-16) nennt folgende Hauptaufgaben der kinderbibliothekarischen Arbeit:

Die Kinderbibliothek ist Bestandteil der Kinderkultur

Leseförderung

Medienvielfalt und Medienkompetenz

Die Kinderbibliothek muß als Managementbereich der Gesamtbibliothek behandelt werden

Informationsbedarf für Freizeit und Unterhaltung und Unterstützung schulischen Lernens

Die Kinderbibliothek als Erlebnisraum und Abbild kultureller Vielfalt

Die Kinderbibliothek ist wichtig für besondere Benutzergruppen

Kinderbibliotheksarbeit hat einen bedeutenden gesellschaftlichen Effekt

Beide Publikationen fordern Bibliotheksarbeit mit Kindern für **jede** Öffentliche Bibliothek. Gerade kleine und mittlere Bibliotheken haben jedoch eine besondere Funktion - durch ihr kleineres Einzugsgebiet - für weniger mobile Menschen. Dazu zählen neben älteren Menschen vor allem die Kinder. Der weitere Grund ist, dass die Organisationsstrukturen von Großstadtbibliotheken komplexer und die Zusammensetzung der Benutzergruppe und die Aufgabendefinition vielfältiger sind als in kleineren Bibliotheken. In kleinen und mittleren Bibliotheken betragen die Anteile an Kindern und Jugendlichen nach Einzeluntersuchungen ca. 40-50%, während in Großstadtbibliotheken die Anteile bei etwa 30% liegen. Kinderbibliotheksarbeit ist also vor allem in kleinen und mittleren Öffentlichen Bibliotheken **die** Hauptaufgabe. Es wird vermutet, daß dennoch bedeutende Defizite bestehen.

Analyse des Umfeldes der Stadtbibliothek Freiberg a.N.

Manche der Wünsche und Bedürfnisse der Freiburger Bürger in Bezug auf Unterhaltung, Bildung, Medienversorgung, Information und Lese-/Literaturförderung werden bereits (teilweise) durch andere Einrichtungen oder Angebote abgedeckt. Um die Ressourcen möglichst effizient einzusetzen und Marktnischen zu entdecken, ist eine genaue Analyse des Umfeldes nötig.

Andere Anbieter in Freiberg a.N. sind in Bezug auf

- Medien: Buchhandlung Jörg Riedel, Zentrum
Spielwarenladen ROFU
Zeitschriftenkiosk am Bahnhof
- Informationen: Tageszeitung, Wochenzeitschriften, Fernsehen, Radio, Schule, Internet
- Bildung: Schulen, Volkshochschulen, Kindergärten
- Lese-/Literaturförderung: Kindergärten, Schule
- Medienkompetenzförderung: Schule, Kindergärten, VHS
- Unterhaltung und Freizeitgestaltung: Fernsehen, Zeitschriften, Freiburger Reihe mit Kulturveranstaltungen, Kindergarten, Spielplätze, Jugendhaus
- Kulturelle Bildung: Jugendmusikschule

Auch diese Anbieter setzen Schwerpunkte, auf die bei der Angebotsgestaltung der Stadtbibliothek Rücksicht genommen wird. Zum Teil wird eine Kooperation mit diesen anderen Anbietern aufgebaut, zum Beispiel

gemeinsame Vorträge, Lesungen mit der Volkshochschule

gemeinsame Lesungen für die Schule, kooperativer Medienaufbau durch Einbinden der Lehrerbibliothek, Aufbau eines Medienangebotes speziell für die Bedürfnisse der Schüler, Richten von Themenpaketen für Grundschulen und Kindergärten

Stärken und Schwächen der Stadtbibliothek Freiberg a.N.

Um eine gute Positionierung auf dem Markt zu gewährleisten, ist eine Stärken- und Schwächenanalyse erforderlich. Dies ermöglicht den bestmöglichen Einsatz der Stärken und eine Arbeit an den Schwächen.

Stärken:

- Angebote für Kinder in Bezug auf Medien, Informationen, Veranstaltungen sind quantitativ und qualitativ herausragend. Allerdings zeigen Umfragen (1998 / 2000/ 2002) unter den Kindern, dass trotzdem Ausbaubedarf besteht.
- Qualitativ gut ausgebildetes und freundliches Personal, sehr zuverlässig und sehr geringe Krankheitsquote
- Durch Kleinstadt sehr persönliche Beziehungen zwischen Personal und Kunden. Hierdurch hoher Erfahrungsaustausch über Wünsche und Bedürfnisse, bzw. deren Befriedigung.
- Anbindung an die Schule sorgt für hohe Frequentierung durch Schüler, Lehrer
- Zentrale Lage im Einkaufszentrum von Freiberg sorgt für allgemein hohe Frequentierung
- Durch die Zielgruppenauswahl der Kinder ist die Nachfrage im Medienbereich und nach dem Veranstaltungsangebot ausreichend vorhanden, da diese oft die finanziellen Mittel für Eigenanschaffungen nicht haben.

Schwächen:

- Im Vergleich zu anderen Bibliotheken dieser Größenordnung sind geringe finanzielle und personelle Ressourcen im Vergleich zur erbrachten Leistung vorhanden. (Sechsfach bestätigt durch die Ergebnisse beim BIX und andere statistische Vergleiche mit Bibliotheken, z.B. gleicher Größenordnung im Regierungsbezirk Stuttgart, 2005)
- Die Räumlichkeiten der Bibliothek sind 30 Jahre alt und das Outfit muss nach und nach angepasst werden. Ziel: Neumöblierung (immer wieder Teile, Theke und neue Regale im Erwachsenenbereich 2001), **Wände anstreichen**, Decke streichen (realisiert) und neuer Fußboden (realisiert), **neue sanitäre Einrichtungen** (!!!!) Finanziell schlechte Haushaltslage steht leider im Moment dagegen.
- Bibliotheken allgemein haben durch ihr eher stilles Angebot keine allzu große Lobby hinter sich. Diesem versucht die Bibliothek durch ein ausgebautes Veranstaltungsangebot entgegenzuwirken. “Auf die Pauke hauen”, möglichst dennoch aufgabenbezogen: Literaturförderung, Medienkompetenzförderung, aber durch Eventmanagement, z.B. Shakespeare-Picknick Das zeitaufwendige Eventmanagement ist durch Personalkürzungen 2005 (16 Wochenarbeitsstunden) stark reduziert worden. Um die Negativ-Effekte aufzufangen ist im Juli 2005 ein Freundeskreis für die Stadtbibliothek Freiberg a.N. gegründet worden, der im Oktober 2005 beim Amtsgericht Ludwigsburg als Verein eingetragen wurde.
- Die Wünsche und Bedürfnisse der Kinder, Schüler und Erwachsenen sind manchmal gegenläufig, vor allem die Lautstärke betreffend. Ruhige Nischen zum Arbeiten oder Anlesen sind eher rar, da die Bibliothek in einem einzigen Raum untergebracht ist. Die Vorteile dieser lockereren Aufteilung überwiegen jedoch: Transparenz, Lebendigkeit, kurze Wege,..
- Zu viele Aufgaben in einer Institution gebündelt: Gleichzeitig Schulbibliothek, teilweise Lehrerbibliothek eingearbeitet. An sich ein Vorteil, aber zum Teil auch hier gegenläufige Wünsche und Bedürfnisse: Schüler/Lehrer benötigen z.B. andere Öffnungszeiten!

Für die Stadtbibliothek Freiberg wurden folgende Zielgruppen und deren Wünsche/Bedürfnisse definiert und ein Angebotsprofil erstellt. Eine Positionierung folgt in einem weiteren Kapitel.

Zielgruppen mit ihren spezifischen Wünschen und Bedürfnissen und geeignete Angebote der Stadtbibliothek Freiberg

Zielgruppe	Wünsche und Bedürfnisse, bzw. kulturpolitischer Auftrag	Definierte Angebote
Kinder bis 5 Jahren	<p>Unterhaltung, kulturelle Erfahrung, Medienvielfalt und Medienkompetenz</p> <p>Information, Bildung</p> <p>Literaturförderung</p> <p>sozialer Aspekt: Andere Kinder treffen</p> <p>bei den kleinen Kindern gibt es hier in der Regel fließende Übergänge</p>	<p>Bilderbücher, Kindersachbücher, Cassetten, CDs, Spiele, CD-ROM für die Kleinsten, Kindervideos, neu: DVD</p> <p>Kindertheaterstücke (seit 2005 aus Personalgründen gestrichen)</p> <p>Kleinkindprogramm mit Diana Leitz und Heide Munz</p> <p>Gemütliche Kinderecke, in der sie sich wohlfühlen zum Stöbern, Aufenthalt, auch zum Hemmschwellenabbau</p>

<p>Kinder, die in der Vorschule oder der 1. oder 2. Klasse sind und Vorschulkinder</p>	<p>Unterhaltung, kulturelle Erfahrung Medienvielfalt und Medienkompetenz Information, Bildung Medienvielfalt und Medienkompetenz Literaturförderung NEU: verstärkte Leseförderung sozialer Aspekt: Andere Kinder treffen</p>	<p>Kindersachbücher, Cassetten, CDs, Spiele, CD-ROM, Kindervideos, DVD</p> <p>Wichtig: Erstlesebücher! Hier ausgebauter Bestand nötig. Beim Lesen lernen soll es gleich richtig Spaß machen: Guter Standort, aktuelle Bücher, neue Rechtschreibung!!</p> <p>Zunehmend ausgebauter Kindersachbuchbestand als Ergänzung der ersten Schulinformationen (Absprache mit Lehrern)</p> <p>Vorlesen und Basteln als ergänzende Erfahrung Erste Klassenführungen</p> <p>Gemütliche Kinderecke, in der sie sich wohlfühlen zum Stöbern, Aufenthalt, auch zum Hemmschwellenabbau, zunehmend, um mit Freunden in der Bibliothek zu sein</p>
---	---	--

<p>Schüler der 3./4. Klasse</p>	<p>Unterhaltung, kulturelle Erfahrung Medienvielfalt und Medienkompetenz Information, Bildung zunehmend Literatur-und Leseförderung sozialer Aspekt: Andere Kinder treffen</p>	<p>Cassetten, CDs, Spiele, CD-ROM, Kindervideos, DVD Kinderromane: Hier ausgebauter Bestand nötig. Beim Lesen vertiefen soll es auch noch Spaß machen und nicht überfordern: aktuelle Bücher, neue Rechtschreibung!! Ausgebauter Kindersachbuchbestand als Ergänzung der Schulinformationen (Absprache mit Lehrern), auch als Medium CD-ROM Vorlesen und Basteln als ergänzende Erfahrung Klassenführungen und Workshop, Rallye, Lange Bibliotheksächte Bibliothek in Event (aus Personalgründen gekürzt) erfahren Gemütliche Kinderecke, in der sie sich wohlfühlen zum Stöbern, Aufenthalt, auch zum Hemmschwellenabbau, zunehmend, um mit Freunden in der Bibliothek zu sein</p>
---------------------------------	--	---

<p>Kinder von 5. Bis ca. 7. Klasse</p> <p>Neu: Diese Zielgruppe ist im gleichen Gebäude untergebracht</p>	<p>Unterhaltung, kulturelle Erfahrung</p> <p>Information, Bildung zunehmend</p> <p>Medienvielfalt und Medienkompetenz</p> <p>Literatur-und Leseförderung</p> <p>sozialer Aspekt: Andere Kinder treffen</p> <p>Aufenthaltort Stadtbibliothek</p>	<p>Cassetten, CDs, Spiele, CD-ROM, Kindervideos, DVD</p> <p>Zunehmend Wunsch nach spannenden Geschichten auf MC/CD/Video/DVD</p> <p>CD-ROM wird zunehmend auch eigenständig verwendet</p> <p>In der Bibliothek wird mit Freunden gespielt in Pausen, Hohlstunden der Schule</p> <p>Kinderromane: Hier ausgebauter Bestand nötig. Beim Lesen vertiefen soll es auch noch Spaß machen und nicht überfordern: aktuelle Bücher, neue Rechtschreibung!!</p> <p>Stark ausgebauter Kindersachbuchbestand in verschiedenen Schwierigkeitsstufen als Ergänzung der Schulinformationen (Absprache mit Lehrern), auch als Medium CD-ROM!!</p> <p>Klassenführungen für 5. Klassen, abnehmend</p> <p>Veranstaltungen (Ressourcen reichen nicht und Nachfrage nimmt ab), Schullesungen mit Autoren (aus Personalgründen seit 2005 gestrichen, nur wenn Halbjahrespraktikantin da ist)</p> <p>Gemütliche Kinderecke, in der sie sich wohlfühlen zum Stöbern, Aufenthalt, auch zum Hemmschwellenabbau, zunehmende Nachfrage, um mit Freunden in der Bibliothek zu sein</p> <p>Seit 2002: Mittagsöffnungszeiten wegen den Schülern, die Nachmittagsunterricht haben oder AG. (wird auch von Berufstätigen in ihrer Mittagspause dankbar angenommen und Leser bestätigen, dass sie durchgängige Öffnungszeiten wegen Übersichtlichkeit angenehmer finden</p>
---	---	---

<p>Jugendliche Schüler</p>	<p>Unterhaltung, kulturelle Erfahrung ist abnehmend Medienvielfalt und Medienkompetenz Information, Bildung zunehmend</p> <p>Literatur-und Leseförderung tritt in der Aufgabenfunktion zurück</p> <p>sozialer Aspekt: Andere Jugendliche treffen, Aufenthaltsort Stadtbibliothek abnehmend, da andere Treffpunkte aktuell werden, z.B. Kneipen, Disco,...</p>	<p>Cassetten, CDs mit Geschichten werden kaum noch nachgefragt, zunehmend CDs mit Rock- und Popmusik, Spielenachfrage nimmt ab, CD-ROM nimmt zu (Kinder die sich damit auskennen, werden langsam Jugendliche! Jugendliche forschen selbst),</p> <p>Videos für diese Altersgruppe wären nachgefragt, aber sind nicht im Bestand, da Fernsehangebot nach Meinung der Bibliothek ausreichen.</p> <p>CD-ROM wird verwendet für Sachinformationen</p> <p>Jugendromane: Hier übernehmen andere Freizeitgestaltungsmittel die Funktion der Unterhaltung, weniger Nachfrage, v.a. Liebesromane für Mädchen nachgefragt.</p> <p>Jugendliche verwenden zunehmend die Sachbücher der Erwachsenen.</p> <p>Schullesungen mit Autoren, v.a. Sternchenthema (aus Personalgründen nur noch falls wir Halbjahrespraktikantin haben)</p> <p>Weniger Nachfrage nach Aufenthaltsort, wird allerdings auch speziell nicht angeboten (Raumressourcen nicht ausreichend) . Nachfrage nimmt zu: Nachhilfe, Arbeit vor Ort, zum Teil in Gruppen.</p> <p>Die geplanten (seit Mai 2002 realisierten): Mittagsöffnungszeiten wegen den Schülern, die Nachmittagsunterricht haben oder AG betreffen auch diese Zielgruppe.</p>
-----------------------------------	---	--

<p>Erzieherinnen in den Kindergärten</p>	<p>Bildungsauftrag für die Kindergartenkinder Medienvielfalt und Medienkompetenz Kultureller Ausflug in die Bibliothek</p>	<p>Zusammenstellen von Themenpaketen diverser Medien Regelmäßige Info über die Themenpakete Anbieten von Veranstaltungen für Kindergartengruppen, v.a. Vorschulkinder Kooperation bei Kinderfest beim Bürgerfest, jedes Jahr bietet ein Kindergarten einen Stand an</p>
<p>GrundschullehrerInnen der örtlichen Grundschulen</p>	<p>Bildungsauftrag für die Schüler Medienvielfalt und Medienkompetenz Kultureller Ausflug in die Bibliothek</p>	<p>Klassenführungen als Unterstützung des Unterrichts: Hilfe zur Selbsthilfe Themenpakete zusammenstellen Veranstaltungen anbieten (s.o.)</p>
<p>LehrerInnen der OPS</p>	<p>Bildungsauftrag für die Schüler Medienvielfalt und Medienkompetenz Kultureller Ausflug in die Bibliothek</p>	<p>Klassenführungen als Unterstützung des Unterrichts: Hilfe zur Selbsthilfe Themenpakete zusammenstellen Veranstaltungen anbieten, auch als Unterstützung des Lehrplans, z.B. Sternchentema (s.o.)</p>

<p>Eltern, Schwerpunkt Mütter</p>	<p>Bildungs-, Unterhaltungs und Informationsauftrag für die Kinder Medienvielfalt und Medienkompetenz Kultureller Ort Bibliothek</p>	<p>siehe Kinder Bestsellerservice: Romane, Sachbücher, DVD und teilweise Literatur-CD außerdem: Treffpunkt mit anderen Eltern zum Austausch pädagogische Medien und Veranstaltungen zu verschiedenen Themen (s.o.) als Unterstützung bei Erziehung Infothek</p>
---	--	---

Wichtigkeit der Segmente (Positionierung der Zielgruppen und Angebote)

Oberste Priorität hat in der Stadtbibliothek Freiberg a.N. die Zielgruppe der Kinder und Schüler, wobei die Schüler eine Untergruppe der Kinder bilden. Eltern und Erzieher sind in Bezug auf Kinder und Schüler wichtige Rahmenfaktoren, werden aber bevorzugt in ihrer Funktion bedient (pädagogisches Material, erziehungsunterstützende Angebote)

Portfolio der Aufgabenzuweisung an die Zielgruppe der einzelnen Gruppen

Die Anordnung der einzelnen Angebote zeigt ihre Gewichtung in Bezug auf die Nachfrage. Eine Gewichtung nach hohem kulturpolitischem Anspruch ist farbig gekennzeichnet.

Kinder bis ca. 5/6 Jahren

<p>Milchkühe CD-ROM (nur für einen Teil der Kinder) Spiele → Kindersachbücher ↑ Kindervideos (läuft aus) Cassetten (läuft aus)</p> <p style="text-align: center;">Gemütliche Kinderecke, in der sie sich wohlfühlen zum Stöbern, Aufenthalt</p> <p style="text-align: center;">Märchenbilderbücher ↑</p>	<p>Stars</p> <p style="text-align: center;">DVD</p> <p>Bilderbücher → CDs</p>
<p>Arme Hunde Alte Medien Neu: zu kleine Bilderbücher, teilweise Spielsachen</p>	<p>Fragezeichen</p> <p>im Moment keine</p>

Neubewertung 2006:

Spiele und Bilderbücher, Kindersachbücher wieder Trend zum Star im Kleinkinderbereich

DVD und CDs Star

Märchenbilderbücher steigen zwar in ihrer Nachfrage, aber sie sind noch kein Star

Weitere arme Hunde: Zu kleine Bilderbücher, teilweise Spielsachen, kaputte Stofftiere

Kinder der 1./2. Klasse, Vorschule

<p>Milchkühe</p> <p>Kindervideos, Cassetten (läuft aus) Spiele</p> <p style="text-align: right;">Vorlesen und Basteln →</p> <p>Kindersachbücher ↑</p> <p>Klassenführungen</p> <p>Gemütliche Kinderecke, in der sie sich wohlfühlen zum Stöbern, Aufenthalt</p>	<p>Stars DVD</p> <p>Bücher für das Erste Lesealter</p> <p>CDs</p> <p>← CD-ROM (nur für einen Teil der Kinder)</p>
<p>Arme Hunde</p> <p>Märchenbücher ↑</p> <p>Alte Medien</p>	<p>Fragezeichen</p>

Neubewertung 2006

Erstes Lesealter wie immer Star, Tendenz zunehmend

Vorlesen und Basteln eher Star zuzuordnen, sehr hohe Nachfrage (Tendenz Dauerausverkauft)

Märchenbücher eher Milchkuh als Fragezeichen, neue Nachfrage, wenn auch nicht groß

Manche alte Medien stark nachgefragt: Ersetzen!!

DVD wird zum Star, Video wird schwächer, zum Teil auch CD und CD-ROM-Nachfrage. Bedarf kann langsam befriedigt werden.

Kinder der 3./4. Klasse

<p>Milchkühe</p> <p style="text-align: right;">Cassetten →</p> <p>Kindersachbücher ↑ Kinderromane →</p> <p style="text-align: center;">Spiele</p> <p style="text-align: center;">Vorlesen und Basteln</p> <p style="text-align: center;">Kindertheaterstücke, Klassenführungen</p> <p>Gemütliche Kinderecke, in der sie sich wohlfühlen zum Stöbern, Aufenthalt</p>	<p>Stars DVD</p> <p>← Kindervideos</p> <p> ← CD-ROM</p> <p>CDs</p> <p>Rallye</p> <p>Lange Bibliotheksnächte</p> <p>Bibliothek in Event erfahren (nicht mehr leistbar)</p>
<p>Arme Hunde</p> <p>Alte Medien</p>	<p>Fragezeichen</p>

Neubewertung 2006

Insgesamt große Nachfrage

CD-ROM laufen nicht mehr so gut

Kindersachbücher um so besser, je besser der Bestand ausgebaut wurde

Es gibt keine Kindertheater und Kinderevents mehr aus Personalgründen

Kinder der 5. Bis 7. Klasse

<p>Milchkühe ← Kindervideos Cassetten Kinderromane → Kindersachbücher Gemütliche Kinderecke, in der sie sich wohlfühlen zum Stöbern, Aufenthalt Klassenführungen Spiele (Vorortnutzung) Kinderlesungen (eingestellt),</p>	<p>Stars DVDs CD-ROM (zunehmend mehr Kinder) CDs (zunehmend Rock/Pop statt Geschichten) Rallye (eingestellt) Lange Bibliotheksnächte (eingestellt) Bibliothek in Event erfahren (eingestellt) Auskunftsfragen fangen an sich zu verstärken</p>
<p>Arme Hunde Märchenbücher (Tendenz nach oben) Alte Medien (nimmt ab diesem Alter zu)</p>	<p>Fragezeichen Mittagsöffnungszeiten (eher ein Geräuschproblem für uns)</p>

Neubewertung 2006:

Cassetten und Videos laufen aus, immer noch super Ausleihe, Milchkühe

Kindersachbücher entwickeln sich weiter

Comics eher Milchkühe, liegt aber eher am mageren, veralteten Angebot (kostet einfach zuviel, seufz)

Fremdsprachige Bücher als Armer Hund: Tendenz Besserung

Internet läuft gut, aber kein Star

DVD entwickelte sich zum Star

Mittagsöffnungszeiten als Milchkuh

Idee: Kinderromane aufteilen in verschiedene IK: Realisiert

Besondere Kinderveranstaltungen aus Personalgründen auf Eis, Ausnahme: PraktikantInnen

Jugendliche Schüler

<p>Milchkühe</p> <p>CD-ROM</p> <p>Jugendromane →</p> <p>Erwachsenensachbücher</p> <p>Aufenthaltsort Bibliothek</p> <p>Spiele (Vorortnutzung)</p> <p>Lesungen (eingestellt), Cassetten (läuft aus)</p> <p>Mittagsöffnungszeiten</p> <p>Gemütliche Ecke, in der sie sich wohlfühlen zum Stöbern, Aufenthalt</p>	<p>Stars</p> <p>DVD</p> <p>CDs (zunehmend Rock/Pop statt Geschichten)</p> <p>Jugendzeitschriften (Popcorn, Mädchen, Bravo...)</p> <p>Eventveranstaltungen (z.B. Showtime) eingestellt</p> <p>Auskunftsfragen nehmen zu, Infothek</p>
<p>Arme Hunde</p> <p>Anspruchsvolle Medien</p> <p>Alte Medien (nimmt zu)</p>	<p>Fragezeichen</p> <p>Green Card und Internetführerschein</p>

Neubewertung 2006:

Auskunftsfrage, Infothek eher Milchkuh

CD Geschichten eher Milchkuh als Star

CD Rock und Pop weiterhin Star

Mittagsöffnungszeiten, Gemütliche Ecke zur Milchkuh

Ausbau der Klassenführungen, Spiralcurriculum

ErzieherInnen, Lehrer, Eltern

<p>Milchkühe</p> <p>Romane Zeitschriften ↑ Erwachsenensachbücher, v.a.</p> <p>pädag.</p> <p>Internet</p> <p align="center">Aufenthaltsort Bibliothek, Gemütliche</p> <p>Ecke, Aufenthalt (Neustrukturierung von gemütlichen Nischen)</p> <p>Spiele, Lesungen, Cassetten</p>	<p>Stars DVD und Bestseller</p> <p>CD-ROM (Durch wachsendes Know-How zunehmend) , jedenfalls stärkerer Umsatz als SA</p> <p>CDs (Rock/Pop)</p> <p>Literaturkassetten und –CDs ↑</p> <p>Auskunft stark nachgefragt, Infothek</p> <p>Event-Veranstaltungen (z.B. Shakespeare-Picknick, das ist die einzige übrige Event-VA, ehrenamtl.)</p>
<p>Arme Hunde</p> <p>Anspruchsvolle Medien</p> <p>CDs-Klassik</p> <p>Alte Medien</p>	<p>Fragezeichen</p>

Neubewertung 2006:

Romane Entwicklung zum neuen Star, v.a. durch Bestsellerservice
Zeitschriften neuer Aufschwung, v.a. seit Ausbau durch Lesezirkel und gezielter Werbung
Auskunft eher Milchkuh
Literaturkassetten und Cds Trend zum Star

Gemütliche Ecke: Kommentar, wo ist die? Antwort: Nischen sind echt ganz nett, machts nicht ganz so nieder

Neue Gruppe als Vorschlag "Junge Männer" und Senioren, als handschriftl. Ex. Im Ordner! In welchem Ordner? Neuer Vorschlag 2006 von Antje: Jugendliche. Konzept steht noch aus.

Aus diesen Untersuchungen ergibt sich folgende Ressourcenzuweisung:

Jedes Jahr wird eine Medienetatkalkulation erstellt, die eine Grobrichtung angibt, welche Medien für welche Zielgruppen gekauft werden sollen. Eine Feinkalkulation entsteht beim Bestandsaufbau (nach Marktanalyse).

Sich wiederholende Werte: Etwa 50 % des Etats geht in die Hauptzielgruppe der Kinder und Schüler (Die Gruppe der Schüler bildet einen sehr hohen Anteil der Bevölkerung: ca. 20 % (aktuelle Zahl ermitteln) durch Schüler von außerhalb). Da Kindermedien günstiger sind als Erwachsenenmedien bedeutet dies einen noch höheren Etatanteil. Allerdings "verbrauchen" sich Kindermedien auch schneller durch ihre hohe Nutzung. Sie müssen erheblich häufiger ersetzt werden. **Ein Ausbau auf 60 % wird überlegt.**

Da Kinder Medien gleichberechtigt verwenden, ist für diese Zielgruppe ein Ausbau der Non-Book-Medien wichtig, also werden ca. 50 % des Kindermedienetats in Non-Book-Medien dieser Altersgruppe investiert.

Die Öffnungszeiten müssen vor allem kindgerecht und schülerfreundlich gestaltet werden. Die Bibliothek ist deshalb fünfmal in der Woche vormittags für Schüler geöffnet. 38 Öffnungsstunden/ Woche ermöglichen eine gute Besuchschance. Am Samstag können Kinder mit beiden Elternteilen oder den Vätern (angeregt und angenommen) die Bibliothek besuchen.

Der Auskunfts- und Thekendienst muss sehr freundlich sein, um Hemmschwellen bei Kindern und Schülern abzubauen. Der jeweilige Wissenstand der Kinder muss ermittelt und darauf eingegangen werden. Dies erfordert einen erhöhten Zeitaufwand, v.a. bei den Auskunftsfragen (Für was brauchst du die Informationen?, brauchst du auch ein Bild?, weißt du, wo die Sachen stehen? ist dieses Buch in Ordnung?....)

Es wird überlegt, ob Büchereilotsen eingeführt werden (Schüler, die anderen Schülern bei Recherchen und Referaten/Hausarbeiten helfen)

Auch räumlich wird den Kindern und Schülern anteilmäßig der größte Platz zugewiesen. Es gibt zwei Nischen: Eine Nische für Kinder bis ca. 8/9 Jahren und eine Nische für Kinder bis ca. 13/14 Jahren. Die Jugendlichen besitzen keine eigene Nische, sie verwenden bereits die Erwachsenenbibliothek.

Räumlich wäre auch kein Platz dafür.

Planung von Wachstum und Verbesserung

Die Planung erfolgt durch eine Kombination der Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik.

Produktpolitik

Kriterien bei der Produktpolitik sind (wie auch bei der Entwicklung neuer Produkte):

- An Hauptzielen und Hauptzielgruppen orientiert: Sind diese Produkte auf die Aufgabensetzung und Zielgruppen ausgerichtet. Bewertung erfolgt durch eine Positionierung in den Portfolios (diese zeigt auch die Wertigkeit und Entwicklung)
- Als weitere Kriterien werden bei den Produkten berücksichtigt: Ressourcenverbrauch, Lebensdauer, Attraktivität (Zukunftsorientierung und Image)

Allgemeine Kriterien für Produktqualität

Bei Medien:

- Aktualität der Medien (Unterschiedliche Ansätze, z.B. dürfen Klassiker länger überleben), dieses Kriterium wird auch beeinflusst von Ausleihzahl (bei hoher Ausleihe stärkere Abnutzung, also kürzere Lebensdauer).
- Zustand der Medien (Abnutzung von Einband, Signaturschild kann verblassen, Seiten beschädigt sein oder vergilbt, Cassetten/CD/Videohüllen defekt)
- Nachfrage der Medien: Ermittelt durch Hitlisten und Floplisten
- Recherchen vor Ort, z.B. durch Beobachtung: Die häufige Nutzung des „Brockhaus“ spricht für Qualität

Produkte: **Attraktiver Raum**, Kontrolle durch Beobachtung (wie lange halten sich die Kunden auf, nutzen sie die Arbeitsplätze und Rückzugsnischen) und Umfrage. Überprüfen des Alters und des Zustandes der Einrichtung. Nischen für verschiedene Alters- und Interessensgruppen. Tische- und Sitzgelegenheiten, auch zum Medien"ausprobieren". Spielsachen und Stofftiere für kleinere Kinder zum Hemmschwellenabbau (gilt auch bei Preispolitik). Siehe auch Prozess „Raumplanung“.

Medien, geplant durch eine Medienetatkalkulation, durch Kontrolle von Umsatzzahlen, Effektivitätsklausel, Bestandkontrolle, Hit- und Floplisten, zusätzlich prüfen durch Umfrage alle zwei bis drei Jahre (Trendwenden)

Veranstaltungsangebote, geplant auf die Hauptzielgruppen, ca. 70 % Kinderveranstaltungen, die verschiedene Bedürfnisse befriedigen: Vorlesen, Event-Veranstaltung, Künstler kennen lernen (Schriftsteller). (Stark reduziert durch Personalkürzung)

Erwachsenen-Veranstaltungen beziehen sich hauptsächlich auf kooperative Angebote mit der VHS und zielt auf Künstlerförderung vor Ort. (Stark reduziert durch Personalkürzung)

Computer- und Internetangebote sollen den kulturpolitischen Auftrag der Medienkompetenz unterstützen. Hier geht die Wissens-Schere weit auseinander, eine Chancengleichheit soll angestrebt werden. Vor allem Kinder haben nicht die finanziellen Mittel, sich selbst die Ausrüstung zu kaufen. Kinder und Frauen sind die Hauptansprechpartner für Computerkurse, um Know-How aufzubauen. Es gibt aber auch allg. Computerkurse.

Auskunftsdienst, Informationsangebot, mit Schwerpunkt auf den schulischen und pädagogischen Bedarf, Kinder sollen lernen, dass sie jederzeit Hilfestellung bekommen. Siehe Protokoll Auskunftsdienst.

Preispolitik

Unter Preispolitik wird verstanden, welche Gegenleistung der Kunde bringen muss, um die Angebote der Stadtbibliothek wahrnehmen zu können. In der Regel werden hier Zeit und Geld, aber auch Hemmschwellen genannt. Zeit ist ein zunehmend wichtiger Faktor, da Kinder heute stärker verplant werden (Ballettunterricht, Musikunterricht, Schwimmen gehen, ...), Die Zeit, die sie bei uns verbringen, soll also als lohnenswert erachtet werden. Dies wird in der Regel durch eine gute Produktpolitik erreicht. Auch die Distributionspolitik spielt hier herein, da günstige Öffnungszeiten natürlich auch beeinflussend wirken.

Da die Angebote der Bibliothek weitgehend kostenlos oder preisgünstig sind, betrifft dies eher Kinder aus sozial schwachen Familien. Ein Beispiel: Ein Kind, das ein Kindertheaterstück besuchen will, würde vielleicht kommen, wenn es kostenlos wäre, aber 2,- Euro vom eigenen Taschengeld will es nicht

finanzieren. Aber auch das gibt es. Deshalb soll wenigstens die Ausleihe weiterhin kostenlos bleiben. Wegen der Chancengleichheit.

Hemmschwellen: Die Kinder teilen sich in zwei grobe Gruppen:

- Kinder, die mit ihren Eltern, Geschwistern oder Freunden von klein auf in die Bibliothek kommen und sich dadurch sehr wohl fühlen, sich gut auskennen.
- Kinder, die noch nie in der Bibliothek waren und vom Angebot nichts wissen. Hierfür sind Klassenführungen gedacht, in denen die Kinder spielerisch an die Bibliothek herangeführt werden. Ein wichtiges Ziel der Klassenführungen ist demnach auch ein Hemmschwellenabbau. Siehe Spiralcurriculum.

Distributionspolitik

Unter Distributionspolitik verstehen wir, wie unsere Angebote an den Kunden gebracht werden:

Öffnungszeiten, Personelle Freundlichkeit und Kompetenz, schneller Service (wenig Warteschlangen), zusätzlicher Service (Vormerkungen, Fernleihe, Leserwünsche)

Öffnungszeiten: Ideal wäre natürlich rund um die Uhr oder zumindest durchgehend jeden Tag von 8 bis 23 Uhr, aber hier scheitern wir an den personellen Ressourcen. Deshalb werden die Öffnungszeiten auf die Hauptzielgruppen ausgerichtet. Öffnungszeiten für die Schüler und nachmittag für Eltern und Kinder. Das Samstagsangebot richtet sich an alle Bürger. Ein Dienstleistungsabend (Montag bis 19 Uhr) und zwei Dienstleistungsmorgen (Donnerstag ab 8 Uhr, Mittwoch ab 9 Uhr) soll die Bandbreite erweitern. Beides wird gerne angenommen. Die Nachfrage nach besseren Öffnungszeiten ist hoch und durch Personalerhöhungen (0,8 Personalstelle) kann ab 12. Mai 2001 ausgeweitet werden. (von 25 Stunden auf 35 Stunden ausgebaut). Ein Ausbau von 35 auf 38 Stunden kam nach der Kürzung einer 0,5 Personalstelle 2006 (Dafür wurde ein Freundeskreis der Bibliothek gegründet und „Luxus-Dienstleistungen“ gekürzt).

Personelle Freundlichkeit und Kompetenz: Betrifft vor allem den Theken- und Auskunftsdienst.

Einheitliche Aussagen zu den Fachfragen sind wichtig. Vor allem bei Kindern ist Geduld wichtig, um Hemmschwellen abzubauen.

Schneller Service: Die Theke und der Auskunftsplatz sollte während den Öffnungszeiten durchgängig besetzt sein. Probleme sind während Stoßzeiten leider vorhanden (Große Pause), hier reichen die Kapazitäten nicht aus. Gelegentlich bilden sich Schlangen, v.a. an der Theke oder die Bibliothekarin ist in einer

Auskunftsfrage unterwegs, während jemand auf eine Auskunft wartet. Diesem Problem kann bei bestehenden Personalstellen nicht begegnet werden.

Zusätzlicher Service: Ist ein Medium ausgeliehen, kann es problemlos vorbestellt werden, das Personal hilft weiter. Ist ein Medium nicht im Bestand, kann es über Fernleihe oder für die Bibliothek neu bestellt werden, je nach Art des Mediums (ist es auch für andere Leser interessant, wie teuer ist es...).

Negativbeispiel: Kind kommt in Bibliothek, will Harry Potter. Auskunft "Ist gerade nicht da, ist ausgeliehen" (ohne Hinweis auf Vormerkmöglichkeit)

Positivbeispiel: Auskunft: "Welchen Band willst du denn haben? Tut mir leid, der ist gerade ausgeliehen. Aber wir haben ihn eigentlich 8 Mal. Falls du willst, kannst du ihn vormerken. Das kostet 50 Cent für die Postkarte, die wir dann an dich schicken. Wenn du willst, kannst du ja auch deine Eltern fragen, ob sie dir die 50 Cent zahlen....." (das ist dann auch schon wieder Kommunikationspolitik, siehe unten)

Kommunikationspolitik

Kommunikationspolitik heißt bei uns hauptsächlich PR (Siehe Buch von Avenius, Kotler,...)

Kommunikationspolitik ist sehr wichtig, da bibliothekarische Arbeit eine leise Arbeit ist. Das heißt, sie wird leicht nicht wahrgenommen. Dass Medien ausgeliehen oder abgegeben werden, ist nicht so spektakulär wie eine Oper-Aufführung der Jugendmusikschule. Das ist das Problem von Bibliotheken, die eine höhere Nutzung verschiedenster Bildungs- und Altersschichten hat als jede andere kulturelle Einrichtung. Sie wird übersehen und die Lobby ist nicht stark (Kinder, Eltern, Erzieher!)

Gegenmaßnahmen der Stadtbibliothek: Starke Pressearbeit, ca. 1 x die Woche in der lokalen Zeitung, ca. 3 Mal im Jahr ein Highlight, das wirklich wahrgenommen wird. Dies verschlingt hohe Personalressourcen, rückt aber die Bibliothek ins Licht. Bibliothek, ach ja das ist Shakespeare-Picknick, das sind Lange Bibliotheknächte... Wir leben in einer Event-Gesellschaft. Die Events sind seit 2005 stark zusammengekürzt aus Personalgründen, aber für ein paar große Artikel reicht's noch immer.

Aufbau einer Lobby-Arbeit, Kontakte zu Verwaltung und Gemeinderat pflegen, Multiplikatoren suchen (z.B. durch Zusammenarbeit mit Schulen, Volkshochschule, Erziehern, denn diese wirken "verbreitend").

Mundpropaganda: Am wichtigsten ist ein gutes Angebot, denn in einer kleinen Stadt darf man Mundpropaganda nicht unterschätzen. Zufriedene Kunden erzählen von ihrer Zufriedenheit, kommen wieder und bringen neue Kunden mit. Wann ist ein Kunde bei uns zufrieden: Wenn er sich bei uns wohlfühlt, das bekommt, was er wollte, als er kam und dies auf freundliche Art bekommen hat.

Corporate Identity: Definiertes Auftreten nach außen, z. B. durch Layout, Raumgestaltung, Auftritt, Farbgestaltung, Auftritt, Farbgestaltung, Angebotsstruktur sorgen für einen Wiedererkennungswert (Vorbild: MacDonalds, IKEA)

Für die Stadtbibliothek Freiberg a.N. gilt: Farben rot, gelb, blau (Verkehrsfarben). Diese Farben waren (neben orange und grün) in der Bibliothek vorhanden, da der Bau in den siebziger Jahren entstand. Die Farben wurden auf die Elementarfarben reduziert und bei Neumöblierung und -gestaltung berücksichtigt.

Verwendung des Stadtbibliothek-Logos, soweit möglich (Plakate, Briefe, Informationspublikationen,...) .

Weiteres Stilmittel: Verwendung des Freiburger "Büchermännchens" als wiederkehrendes Symbol. Weiteres CI durch Angebotsstruktur: Automatisch durch konzentrierte Ausrichtung auf Haupt-Zielgruppe.

Raumgestaltung: Nischenbildung erhöht Identifikationsmöglichkeit mit "seiner" Ecke.

Die Fenster und teilweise die Wände sind mit unseren Farben/Teilen des Logos gestaltet.

Layout: Wiederkehrende Layoutgestaltung bei Veranstaltungskalender und anderen Publikationen.

Messbare Entwicklungen/Prozesse:

Diese Entwicklungen werden bibliotheksintern ausgewertet, außerdem in Vergleich mit Bibliotheken im Landkreis Ludwigsburg, im Regierungsbezirk Stuttgart und bundesweit durch den Bibliotheksvergleich BIX (gibt es seit 1999 und wir erreichten für das Berichtsjahr 1999 bundesweit Platz 12, in unserer Kategorie Platz 6). Seit 2000 haben wir drei erste Plätze, zwei zweite Plätze und zwei vierte Plätze belegt.

Kriterien, die allgemein angesetzt werden können, sind zum Beispiel Schnelligkeit, Zufriedenheit aus Kundensicht, Wartung einzelner Systeme, Fehlerhäufigkeit

Kriterien für Produktqualität

Bei Medien: Aktualität/Attraktivität der Medien (Unterschiedliche Ansätze, z.B. dürfen Klassiker länger überleben), dieses Kriterium wird auch beeinflusst von Ausleihzahl (bei hoher Ausleihe stärkere Abnutzung, also kürzere Lebensdauer.

- Zustand der Medien (Abnutzung von Einband, Signaturschild kann verblassen, Seiten beschädigt sein oder vergilbt, Cassetten/CD/Videohüllen defekt)
- Nachfrage der Medien: Ermittelt durch Hitlisten und Floplisten
- Die zahlreichen Recherchen vor Ort, z.B. die große Nutzung vom „Brockhaus“ spricht für Qualität

Messung der Prozesse: Bei den einzelnen Prozessbeschreibungen

Vorbeugungsmaßnahmen zur Vermeidung potentieller Fehler:

Einzelne Problemfälle werden im Team durchdiskutiert, z.B. Konflikte, die sich wiederholen, werden nach einem festen Schema behandelt. Lebt vor allem vom Erfahrungsaustausch. Dienst- und Teambesprechungen decken alle Aspekte des Bibliotheksalltags ab und halten die Bibliothek lebendig.

Zielsetzung der Stadtbibliothek Freiberg a.N.

Visionsziel: Dem Grundauftrag der Bibliothek mit den vorhandenen Ressourcen möglichst gerecht zu werden und einen Ressourcenaufbau zu erreichen.

Teilziele:

Zufriedene Besucher, Mitarbeiter und Auftraggeber, messbar durch Ausleihzahlen, Umsatzzahlen, Bestandseffektivität, Besucherzahlen, positive Rückmeldungen, höhere Ressourcenzuteilung, Einzelgespräche, positive Umfrageergebnisse,...

Wir setzen uns (im Vergleich zu Wirtschaftsunternehmen) *relativ* wenig durch Zahlen messbare/detaillierte Ziele. Grund: Zielsetzungen aus kulturpolitischen Grundauftrag und Wünsche/Bedürfnisse der Besucher stehen oft im Widerspruch und wir können keine eindeutigen Ziellinien bilden. Zum Beispiel ist eine reine Ausleihsteigerung im Widerspruch zu einem anspruchsvollen und nötigen Schulbuchbestand (die Gruppen Philosophie und Literaturwissenschaft erreichen lediglich Umsatzzahlen von 0,2!).

Eine Steigerung der Ausleihe beispielweise kann zu Kosten der Qualität des Anspruchs gehen (hauptsächlich Comics kaufen z.B. wäre ein Erfolgsrezept für die Ausleihe, steht aber im Widerspruch zum kulturpolitischem Auftrag). So kann eine optimale oder bessere Arbeit sogar bei Stagnation erfolgen.

Wir gehen von oben genannter Zielsetzung aus: Ressourcen effektivst einzusetzen, um den höchstmöglichen Zufriedenheitsgrad der Besucher bei höchstmöglicher Erreichung des kulturpolitischen Zielauftrages zu erreichen.

Dennoch versuchen wir natürlich, auch mit messbaren Zahlen zu arbeiten, die die Kundenumfragen, Beobachtungen und Interviews ergänzen sollen. Eine Vergleichbarkeit mit anderen Bibliotheken im Sinne von Benchmarking ist dadurch möglich. Ziel ist es, bei Bibliotheksvergleichen mit "guten" Ergebnissen dazustehen.

Besprochen werden diese Zielsetzungen mind. einmal im Jahr in Dienst- oder Teambesprechungen.

Aufgeführt werden die Ziele, die Mittel, die Umsetzung und die Bewertung.

Siehe Zielsetzungen 2006 im EDV-Ordner ISO.

Handicap Nr. 1 ist seit jeher in den meisten Bibliotheken, dass das Angebot an Medien nicht ausreichend sein kann durch mangelnde Etatressourcen. Das ist der Grund dafür, dass die Stadtbibliothek Freiberg sich auf eine beschränkte Anzahl von Hauptzielgruppen festlegt, die vorrangig bedient werden soll. Nicht von allem für alle ebbes, sondern wenigstens einen Teil der Kunden wirklich zufriedenstellen.

Ist uns das gelungen? Marktanalysen zeigen eine zu hohe Fluktuation, Umfragen zeigen eine (relativ) hohe Unzufriedenheit innerhalb unserer Hauptzielgruppe, obwohl wir den größten Teil unserer Arbeit auf diese Gruppe konzentrieren. Allerdings ist hier eine Verbesserung zu erkennen. Mittlerweile deutliche Verbesserung. Allerdings veraltet die Sachbuchabteilung in manchen Bereichen erschreckend. Bei gleich bleibenden Medienetat aber leider nicht leistbar. 2006 gab es sogar wieder eine Etatkürzung im Budget durch Aufnahme der Wartungsverträge für EDV und EDV-Ersätze mit gleichzeitiger Einnahmenerhöhung.

Controlling

Controlling wird in der Stadtbibliothek in verschiedenen Bereichen durchgeführt. Wir setzen uns Teilziele und überprüfen die Realisierung dieser Teilziele auf Erfolg und Nicht-Erfolg. Eine Gegensteuerung ist oft erforderlich.

Siehe einzelne Controllingfelder.

Hilfsmittel Statistiken, Umfragen, Beobachtung, persönliche Gespräche, Interviews, Zählungen, Vergleiche.

Beispiel für Statistiken:

Anzahl Kunden im Vergleich zu Einwohnern

Ausleihen pro Einwohner

Ausleihen pro Kunde

Ausleihen pro Jahr

Ausleihen nach einzelnen Mediengruppen

Besucher pro Einwohner

Besucher pro Tag / Jahr

Kundenanmeldungen / Jahr

Zusammensetzung von Kunden nach Alter

Hit- und Flopplisten für bestimmte Medienarten / Systematikgruppen

Ausleihen nach Alter der Medien

Absenzquote in einzelnen Gruppen

Ausleihen pro Medienart oder Systematikgruppe: Umsatz

Personelle Entwicklung über Jahre

Umsatzentwicklung über Jahre, auch für einzelne Gruppen

Diese Statistiken werden im bundesdeutschen Bibliotheksvergleich BIX in Vergleich gesetzt, des weiteren mit Bibliotheken im Landkreis Ludwigsburg und im Regierungsbezirk Stuttgart und ermöglichen so einen Stärken-, Schwächen-Vergleich.

Einsatz von Kundenbefragung in der Stadtbibliothek Freiberg a.N.: Alle zwei Jahre die Hauptzielgruppe der Kinder und Schüler. Ermittelt werden die Zufriedenheit oder Probleme mit vorhandenen Angeboten, neue Wünsche und Bedürfnisse (siehe Auswertung Kinderumfrage)

Aus Zeitgründen wird im Moment keine Befragung durchgeführt. Letzte Befragung zusammen mit allg. Befragung der Fachstelle Stuttgart 2005.