

Kataloganreicherung durch Social Cataloging: Lohnt sich das?

Evaluation des Einsatzes von LibraryThing for Libraries zur Anreicherung der Kataloge von 24 Öffentlichen Bibliotheken

Simone Fühles-Ubach, Miriam Albers und Simon Brenner

Nach der Integration von Funktionen und Daten des Social-Cataloging-Angebotes LibraryThing in die Kataloge von 24 Bibliotheken im Rahmen eines NRW-Landesprojekts, wurde sowohl der Aufwand auf Seiten der Bibliotheken, wie auch die Zufriedenheit der Nutzer durch ein mehrstufiges Evaluationsverfahren erfasst. Die Ergebnisse waren positiv wie ernüchternd zugleich. So scheint Nutzeraktivität weniger eine Frage des Geldes, sondern eher eine Spiegelung der Aktivität von Anbieter- bzw. Bibliotheksseite zu sein. Gleichzeitig ist die Akzeptanz zwar grundsätzlich hoch und der Nutzen unbestritten, jedoch die Freude über diese „Innovation“ so begrenzt wie der erforderliche Aufwand zur Integration.

In the year 2012 24 German public libraries integrated patron reviews, recommendations and tag clouds in their catalogues. As part of a three staged 360-degree evaluation process the authors analysed recorded usage data, as well as patron and staff surveys to get a comprehensive look at this project. The results are positive and disillusioning as well. Generating user activity is not a question of money, but more a reflection of library activities. The acceptance and benefit for the patron is beyond controversy. However, the enthusiasm about this „innovation“ is as limited as the necessary effort to introduce this service.

Einführung

Die Funktion von Katalogen im Allgemeinen und denen von Bibliotheken im Speziellen war und ist der Nachweis des jeweiligen Bestandes. Die häufig erste Suchanfrage der Kunden, auch bei großen Internetbuchhandlungen, ist: „Haben die das?“ Durch sog. Kataloganreicherungen mit z.B. zusätzlichen Produktinformationen, statistischen Analysen von Nutzungsdaten oder „sozialen“ Beteiligungsmöglichkeiten haben sich jedoch die lösbarer Fragestellungen bei der Suche in kommerziellen Online-Katalogen stark erweitert. Auch die Suche nach einem Buch für ein Kind unter zwei Jahren oder die Frage, was einem gefallen könnte, wenn man zuletzt Roman xy gelesen hat, wird selbstverständlich in wenigen Sekunden zufriedenstellend bedient. Warum sind diese Funktionen dann nicht auch in Bibliotheken bereits selbstverständlich? Sind solche Erweiterungen im bibliothekarischen Kontext etwa nicht zweckmäßig, überflüssig oder werden nicht nachgefragt?

Um diesen und ähnlichen Fragestellungen nachzugehen, entschloss sich die Bezirksregierung Düsseldorf, Dezernat 48 Öffentliche Bibliotheken, ihr Projekt zur Einführung neuer Katalogfunktionen in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Köln evaluieren zu lassen. Das Projekt „Einführung von LibraryThing for Libraries“ startete im März 2012 als Teil der 2009 vom Land NRW ins Leben gerufenen Initiative „Lernort Bibliothek“ in 24 öffentlichen Bibliotheken¹ unterschiedlicher Größe und technischer wie personeller Ausstattung.

LibraryThing dient als mehrsprachige Web-2.0-Anwendung der Verwaltung privater Bibliothekskataloge. Es handelt sich um ein Social Cataloging-Angebot. Die Internetplattform mit der gemeinsam gepflegten Datenbank ist vergleichbar mit einem sozialen Netzwerk, dessen Nutzer² indirekt über die Datensätze ihrer individuellen Kataloge miteinander verbunden sind. Dabei können sich die Nutzer über Titel austauschen, Kataloginformationen ergänzen oder auch Empfehlungen für weitere Literatur erhalten.

Bei LibraryThing for Libraries handelt es sich um ein zusätzliches kommerzielles Angebot, das sich an Bibliotheken richtet. Mit verschiedenen Elementen zur Kataloganreicherung werden den Kunden dadurch neue Möglichkeiten zur Nutzung des Bibliothekskatalogs geboten. Vier dieser Elemente wurden im Rahmen des Projektes zentral eingekauft und in die verschiedenen Bibliothekskataloge integriert: neben einer Rezensionsmöglichkeit wurden Titelempfehlungslisten, Hinweise zu weiteren Ausgaben und Übersetzungen des Titels sowie die von LibraryThing-

¹ Die Stadtbibliothek Köln kam im März 2013 später als 25. Bibliothek hinzu.

² Aus Darstellungsgründen wurde darauf verzichtet, in der Arbeit konstant die feminine Form (bspw. „Bibliothekarin“ anstelle von „Bibliothekar“) mit einzubeziehen. Zur Bezeichnung männlicher sowie weiblicher Personen wird daher stets das generische Maskulinum verwendet.



Abbildung 1: Volltitelseite des Titels „Welt in Angst“ von Michael Crichton im Katalog des Stadtbibliothek Gütersloh³

Nutzern vergebenen Social Tags als Wortwolken in die Volltitelseiten der Kataloge integriert (Abb. 1).

Die Evaluation dieses Projektes wurde in einem dreistufigen Konzept als 360°-Feedback vom Institut für Informationswissenschaft an der Fachhochschule Köln durch Prof. Dr. Simone Fühles-Ubach, Simon Brenner und Miriam Albers (geb. Lorenz) durchgeführt:

- Stufe 1: Messung der Nutzung der neu im Katalog vorhandenen Funktionen nach Häufigkeit, Funktionsart, Nutzer-Engagement (objektiv, da passive Nutzungsmessung durch das System, 22.03.2012–29.01.2013)
- Stufe 2: Mitarbeiterbefragung in den Bibliotheken zur subjektiven Einschätzung von Technik, Handhabung und Marketing (04.12.–19.12.2012)
- Stufe 3: Kundenbefragung in den Bibliotheken zur Feststellung der Wahrnehmung und Evaluation durch die Kunden (05.07.–22.07.2013)

Warum überhaupt Social Cataloging bzw. LibraryThing for Libraries?

Mit der Integration des Reviews Enhancement-Package in den Bibliothekskatalog ist es für Nutzer möglich Bücher, Filme und Musik zu rezensieren und zu bewerten. Die Rezensionen und Bewertungen werden in einer zentralen Datenbank gespeichert und sind in allen Bibliothekskatalogen, die LibraryThing for Libraries einsetzen, sichtbar. Neben den Rezensionen von Bibliothekskunden werden außerdem ein Großteil der Rezensionen, die Nutzer der LibraryThing-Plattform einstellen, in die Kataloge eingespielt. Auf diese Weise kann sehr schnell eine große Anzahl von Rezensionen in jedem Bibliothekskatalog verfügbar gemacht werden, so dass den Bibliothekskunden vom ersten Einsatztag an ein großes Angebot zur Verfügung steht. Auch andere Informationen aus dem Social Cataloging-Angebot können in Bibliothekskataloge eingebunden werden. Ein auf diesen Daten basierender Recommender-Dienst stellt so z.B. Empfehlungslisten bereit, die auf den Volltitelseiten eingeblendet werden und dort auf weitere passende Titel hinweisen. Wortwolken mit Social Tags und eine Liste mit Übersetzungen des betrachteten Titels stellen zusätzliche neue Bindeglieder zwischen den einzelnen Volltitelseiten dar.

Mit den hier gebotenen Funktionen sollen die Nutzer den Katalog nicht nur als reines Suchinstrument, sondern diesen – wie man es auch von Internetbuchhändlern kennt – zur Inspiration nutzen können. Das Ziel des Projektes ist es, die Möglichkeiten der Handhabung von Bibliothekskatalogen und deren Gestaltung so zu verändern, dass sie die – durch kommerzielle Angebote geprägten – Erwartungen und Nutzungsgewohnheiten der Bibliothekskunden bedienen. Gleichzeitig sollte durch die Katalogerweiterungsfunktionen die Aktivierung der Nutzer gefördert und so die Kommunikation zwischen Bibliotheken und ihren Zielgruppen gestärkt werden. Vor dem Einsatz von LibraryThing for Libraries hatte es in keinem Katalog einer Projektbibliothek Funktionen zur Erfassung von Kundenrezensionen oder andere Möglichkeiten zur Kundenbeteiligung gegeben.

Die Erreichung dieser Zielstellung sollte durch die Erfassung des Aufwandes der Integration, Betreuung und Kundenfeedback durch die Mitarbeiter der Bibliotheken (Stufe 2) wie durch qualitative und quantitative Analyse der Kundennutzung und -zufriedenheit (Stufen 1 und 3) überprüft werden. Die Ergebnisse dieser Studien werden im Folgenden ausschnittsweise dargestellt⁴.

4 Der Gesamtbericht ist erhältlich unter: <http://oebib.wordpress.com/2014/06/25/learnort-bibliothek-kataloganreicherung-projektbericht-online-verfuegbar/> [28. Oktober 2014].

3 <http://webpac.stadtbibliothek-guetersloh.de> [28. Oktober 2014]

Wie hoch ist der Aufwand?

Im Vorfeld des Projektes wurden von einer Vielzahl der Teilnehmer zahlreiche Befürchtungen geäußert wie z.B. vor technischen Schwierigkeiten bei der Integration der Funktionen in den lokalen Bibliothekskatalog, einer zu geringen Abdeckung des eigenen Bestandes durch die größere Bekanntheit von LibraryThing im englischsprachigen Bereich oder auch vor einem erheblichen Mehraufwand in der Moderation der Rezensionen bzw. der Gefahr des Missbrauches dieser Kommentarmöglichkeit. Grundsätzlich bestanden dazu Zweifel, ob diese Funktionen im bibliothekarischen Umfeld überhaupt gewünscht oder genutzt werden.

Nach erfolgreicher Integration aller Funktionen in die Bibliothekskataloge der teilnehmenden Bibliotheken wurden daher die Mitarbeiter in einer 17 Fragen umfassenden Online-Befragung aufgefordert, ihr Feedback zum bisherigen Projektverlauf abzugeben.

Es nahmen aus 21 Bibliotheken insgesamt 32 Mitarbeiter, überwiegend in der Bibliotheksleitung oder der Auskunft / Kundenbetreuung tätig, teil. Über die Hälfte der Mitarbeiter zeigte sich insgesamt mit dem Projektverlauf und den hier gebotenen Möglichkeiten mindestens eher zufrieden und kamen damit zu einem positiven Gesamturteil.

Aufwand der Integration: Die Integration in die Bibliothekskataloge erfolgte zum Teil durch die Bibliothekssystemanbieter oder durch Dritte im Auftrag der Bibliothek. Problemfelder ergaben sich zum Teil in der Zusammenarbeit mit Rechenzentren, der Abstimmung mit dem Bibliothekssystemhersteller und bei Schwierigkeiten, wenn mehrere Aspekte betroffen waren. Nur zwei Teilnehmer berichten, dass der Bibliothekssystemhersteller LibraryThing for Libraries künftig offiziell unterstützen wird. Lediglich zwei weitere berichteten, dass ihr Anbieter bereits an der Erstellung einer eigenen vergleichbaren Lösung arbeitet.

Abdeckung des Bibliotheksbestands: Drei Viertel aller Befragten äußerten sich gleichzeitig zufrieden mit der Titelanzahl, die durch LibraryThing for Libraries angereichert wird. Die Befürchtung im Vorfeld des Projekts, dass LibraryThing als ursprünglich US-amerikanische Plattform für den Einsatz in deutschen öffentlichen Bibliotheken nicht geeignet sein könnte, war folglich nicht zutreffend. Bei der Bewertung der integrierten Funktionen hinsichtlich Anzahl, Nützlichkeit und Qualität lagen die Werte für alle Bereiche auf einer Schulnotenskala zwischen 2 und 3. Ein Drittel der Befragten stellte zudem seit Projektbeginn eine qualitative Verbesserung der Rezensionen fest. Einzige Ausnahme stellten die Social Tags (Wortwol-

ken) dar, welche übereinstimmend um fast eine Note schlechter als die der anderen Funktionsbereiche beurteilt wurden.

Aufwand der Betreuung: Die Moderationsoberfläche zur Freischaltung der Rezensionen wurde von 70 Prozent der Befragten als leicht bedienbar und wenig aufwändig eingeschätzt. Die Bewertung zur Bedienung der Kataloganreicherungen im Katalog war zweigeteilt. Eine Gruppe sieht kaum Aufwand und stimmt der Angabe „vollkommen einfach und problemlos“ zu, während eine ebenso große Gruppe „einen vertretbaren Aufwand“ anmerkt.

Die Akzeptanz neuer Angebote steigt erfahrungsgemäß, je mehr Arbeit eine Bibliothek in deren Vermittlung investiert. Eine im Vorfeld des Projektstarts gebildete Marketing-Arbeitsgruppe sammelte Ideen und erstellte Materialien für die Einführung und konstante Angebotsvermittlung durch die Bibliotheken. Für die vier neuen Funktionsbereiche wurden unterschiedliche Bildmotive entworfen, die in den Bibliotheken auf Plakaten, Postkarten und Flyern zum Einsatz kommen. Aus diesem Grund war die Wirkungsweise von Werbemitteln, aber auch die gezielter Aktionen ein wichtiger Bestandteil der Untersuchung. Mehr als 80 Prozent der Befragten waren zufrieden oder teilweise zufrieden mit der Marketingunterstützung durch die Werbemittel, deren Design mit 85 Prozent Zustimmung eine besonders hohe Bewertung erhielt. Jedoch wurde das Projekt von den meisten Einrichtungen nur in der Anfangsphase intensiv beworben. Ein Viertel der Teilnehmer hat die Funktionen nur auf Nachfrage oder gar nicht beworben.

Die Inhalte des von der Bezirksregierung eingerichteten Projekt-Wikis für die Unterstützung der Bibliotheken während des Projektes erhielt eine durchweg positive Resonanz. Ein solches Medium scheint für die Betreuung eines solchen Projekts sowie zum gegenseitigen Austausch von Projekterfahrungen – z.B. in Bezug auf den Erfolg von Werbemaßnahmen oder bei technischen Problemen – gut geeignet zu sein.

Kundenfeedback: Nicht eindeutig sind die Angaben bei der Frage, ob die neuen Leistungen zuvor durch die Kunden vermisst wurden oder nicht. Hier ist etwa die Hälfte der Mitarbeiter der Auffassung, dass dieser Umstand zutrifft, während die andere Hälfte diese Einschätzung eher nicht teilt. Die Reaktion der Kunden auf die neuen Möglichkeiten wurde von den Mitarbeitern sehr gemischt beurteilt. Etwa die Hälfte sah kaum oder keine Reaktion. Ca. 40 Prozent der Befragten beobachteten grundsätzlich positive Reaktionen. Die Unsicherheit in der Einschätzung der Kundenwahrnehmung ist kennzeichnend für ein strukturelles Problem von Bibliotheken und ihren Kunden. Nur sel-

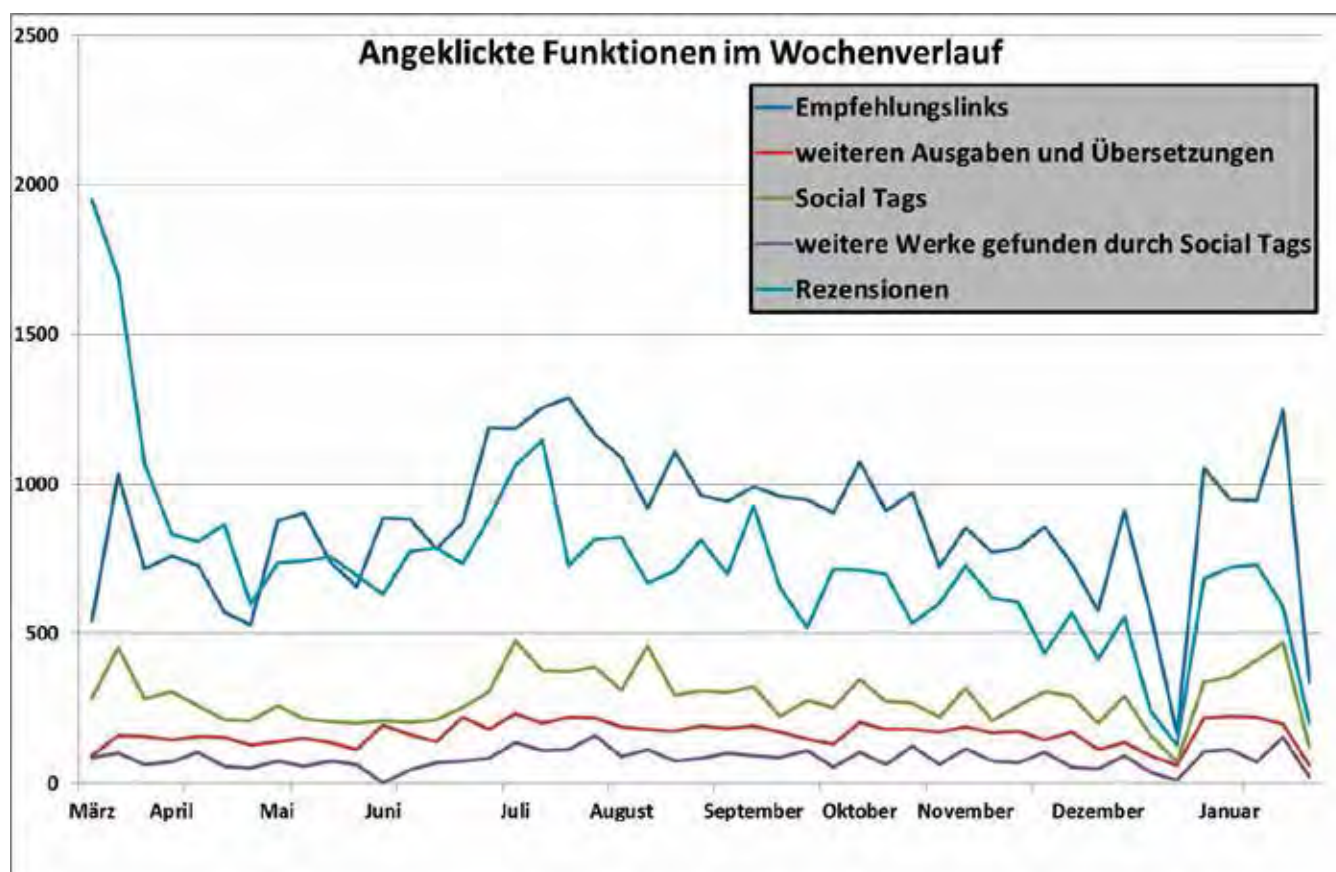


Abbildung 2:
Angeklickte
Funktionen im
Wochenverlauf

ten ist ein professionelles Beschwerdemanagement eingerichtet. Eine Beschwerdekultur ist für die von Bibliotheken erbrachte öffentlich und häufig kostengünstige Dienstleistung grundsätzlich nur schwach ausgeprägt, so dass Veränderungen oder gar der Wegfall von Funktionen oder Leistungen häufig unkommentiert und damit scheinbar unbemerkt bleiben.

Zur systematischen Erfassung des Nutzens des Projekts d.h. der verbesserten Kundenansprache wurden daher sowohl die Nutzungsdaten der Funktion quantitativ analysiert als auch in einer direkten Ansprache durch eine Online-Befragung qualitativ erhoben.

Bringt es was?

Können die neuen Funktionen

- Leserrezensionen (reviews)
- Titelempfehlungen (similar books)
- Auflistung anderer Ausgaben und Übersetzungen (other editions and translations)
- Social Tags (tag browsing) / Wortwolken

tatsächlich den Katalog der Bibliothek zeitgemäßer, kommunikativer und damit den Kunden zufrieden machen? Oder war das mangelnde Feedback an die Mitarbeiter bereits ein Indiz für den mangelnden Erfolg des Projektes?

Der erste Blick auf die Gesamtnutzungszahlen in der Zeit zwischen März 2012 und Januar 2013 konnte dar-

auf noch keine eindeutige Antwort liefern. So wurden die Funktionen von LibraryThing for Libraries zwar abhängig von Bibliotheksgröße, Jahreszeit und Marketingaktivität auf 100 bis mehreren 1.000 Volltext-Katalogseiten pro Monat angeklickt und damit aktiv genutzt. Jedoch entspricht dies nur einem bis vier Prozent aller Katalogseiten insgesamt. Dabei wurde die Katalogfunktion „Rezensionen“ in den ersten beiden Monaten am häufigsten angeklickt, im weiteren Projektverlauf wechselte die stärkste Nutzung hin zur Funktion „Empfehlungen“ (Abb. 2). Besondere Aktivitäten wie z.B. der „SommerLeseClub“ ließen die Zahlen kurzfristig stark ansteigen.

Bei der parallelen Analyse der Zusammenhänge zwischen Bibliotheksgröße und Rezensionsanzahl konnte ermittelt werden, dass die höchste Quote nicht von den größten teilnehmenden Städten erzielt wurde, sondern offenbar andere Aktivitäten wie besondere Marketingaktionen hierfür verantwortlich waren.

Eine Begründung für diese zunächst ernüchternd wirkenden Daten kann durch die im Juli 2013 durchgeführte Online-Befragung (bestehend aus neun Fragen) von 1.154 Kunden aus 19 verschiedenen Bibliotheken⁵ geliefert werden.

⁵ Sechs Bibliotheken konnten aufgrund eines Wechsels des Bibliothekssystems nicht teilnehmen, da die Einladung jeweils über einen Link innerhalb des Bibliothekskatalogs erfolgte. Die Altersverteilung ist jedoch in Bezug auf die Altersstruktur repräsentativ. Die

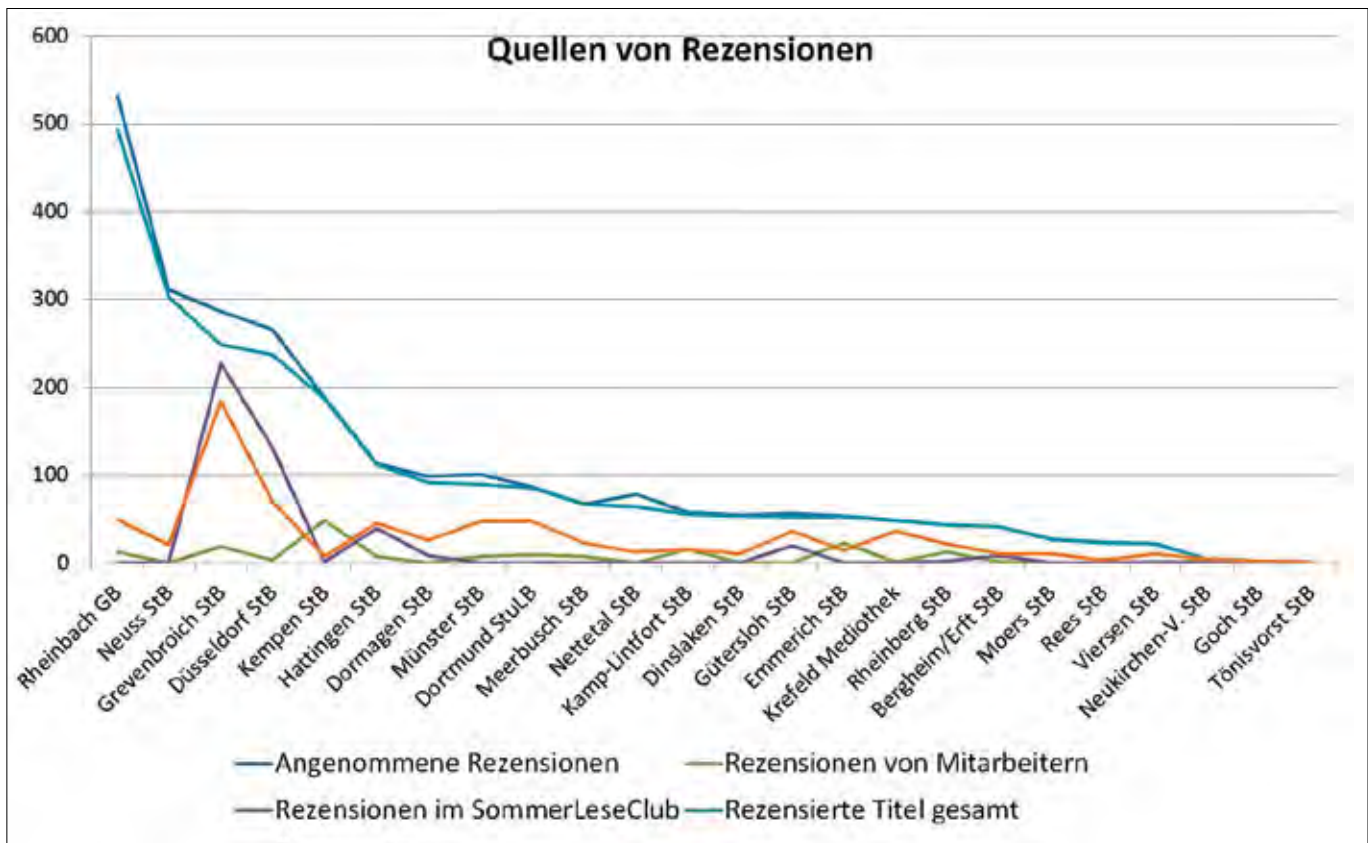


Abbildung 3:
Rezensionsquellen (Mitarbeiter, Kunden, SommerLeseClub), Anzahl Rezensenten

In zwei Fragen wurden hier die Häufigkeit und Motivation zur Katalognutzung ermittelt. Es zeigte sich, dass es sich meist um Intensivnutzer handelt, die den Katalog häufig verwenden. Gelegenheitsnutzer existieren kaum. Gesucht wird dabei normalerweise nach (vermutlich dem Standort von) einem konkreten Titel. Dieses Verhalten entspricht der noch von Zettelkatalogen geprägten einzigen Funktion des Katalogs: Nachschlagen. Kaum einer der Stammkunden, welche augenscheinlich ausschließlich den Katalog nutzen, erwarten Inspiration, Empfehlungen oder gar Kommunikation und Interaktion.

Ob dies bedeutet, dass die Funktionen vom Kunden nicht benötigt werden oder schlicht die Bekanntheit der Existenz der Zusatzfunktionen steigen muss, zeigt sich durch die Detail-Analyse der Funktionen Rezensionen, Titelempfehlungen und Social Tags / Wortwolken. Die Verweise auf andere Ausgaben und Übersetzungen wurde auf Grund der eher geringen Gesamtnutzung und der Unschärfe in der Abgrenzung von Titelempfehlungen hier nicht im Detail betrachtet.

Rezensionen: In Bezug auf die Kundenrezensionsfunktion war die Wahrnehmung je nach Nutzungsweise unterschiedlich. Die Möglichkeit Rezensionen zu lesen wurde von ca. 36 Prozent aktiv angeklickt (plus 30%, welche die Funktion wahrgenommen ha-

ben) und damit von allen Funktionen am häufigsten verwendet. Dagegen haben nur vier Prozent der Befragten angegeben, Rezensionen zu schreiben. Insgesamt zeigte sich, dass die Nutzer mit dem Umgang und dem Verständnis dieser Funktionen nur wenige Probleme hatten. Sie empfanden ihre Existenz in Bibliothekskatalogen als positiv und tendenziell ausbaufähig, ohne dabei jedoch große Begeisterung zu äußern. Da Empfehlungs- und Rezensionen aus anderen Online-Kontexten wie z.B. Amazon bereits lange bekannt sind, wurde die Erweiterung offenbar eher als „normal“ empfunden denn als Neuheit bejubelt.

Die geäußerte Kritik an Kundenrezensionen basiert in erster Linie darauf, dass „mehr“ gefordert wird – mehr Qualität und Quantität. Möglicherweise ist die kritische Beurteilung darauf zurückzuführen, dass durch kommerziellen Online Shops wie z.B. Amazon eine größere Vergleichbarkeit vorhanden ist. Um diesen Punkt genauer untersuchen zu können, wurden den Teilnehmern verschiedene Aussagen zu Rezensionsmöglichkeiten im Internet vorgelegt.

Die Ergebnisse zu Rezensionen in Internetshops zeigen, dass die Unterschiede bei der aktiven und passiven Nutzung ein grundsätzliches Phänomen sind. Zudem scheint der Aspekt des Austauschs nicht als übermäßig wichtig beurteilt zu werden. Insgesamt scheinen die Befragten positive wie negative Aspekte an Rezensionen wahrzunehmen. So wird auch hier die Qualität der Rezensionen als nur eingeschränkt

Gruppe der Schüler ist im Vergleich zur Normalverteilung der Kunden unterrepräsentiert.



Abbildung 4: Kundenbefragung / Frage 3: Haben Sie diese neuen Funktionen genutzt? Links zu empfohlenen Titeln / Ausgaben

hilfreich bewertet. Die Beurteilung der Rezensionen in LibraryThing for Libraries und der von Rezensionen in kommerziellen Online Shops und anderen Angeboten ist folglich vergleichbar.

Die Analyse der Nutzungsdaten zeigten weiter, dass nur ein kleiner Teil der Rezensionen (weniger als zehn Prozent) von den Mitarbeitern der Bibliotheken erstellt wurden. Den größten Teil erzeugten die Bibliothekskunden im Kontext der Veranstaltung „SommerLeseClub“⁶. Die Zahl der Rezensenten pro

Bibliothek war sehr unterschiedlich. Mehr als die Hälfte aller Bibliotheken kamen auf über 20 Rezensenten. Spitzenreiter wurde Grevenbroich mit 185 Rezensenten, gefolgt von Düsseldorf mit 70 und Rheinbach mit 50 Rezensenten. Heavy-User erstellten zehn oder mehr Rezensionen. Sie machten etwa zehn Prozent aller Rezensenten aus und schrieben im Schnitt 42 Prozent aller Rezensionen. Gesamtspitzenreiter Rheinbach kommt dabei mit 50 verschiedenen Rezensenten auf die größte Anzahl von Rezensionen (Abb. 3).

⁶ Hierbei handelt es sich um ein Projekt zur Leseförderung für Kinder- und Jugendliche ab der 5. Klasse. Die Teilnehmer lesen hierbei Bibliothekstitel von einer Empfehlungsliste. Bei deren Rückgabe

überzeugt sich das Personal davon, dass dieser tatsächlich gelesen worden ist und belohnt dies mit einem Stempel auf einer SommerLeseClub-Clubkarte.

The World's Leading
Library Logistic Partner

Telelift GmbH
Frauenstr. 28
82216 Maisach
www.telelift-logistic.com

Als Partner für automatisierte Bibliothekslogistik beraten wir bei der Planung, der Anlagenkonzeption und der Realisierung

- > UniCar: Schonender Transport
- > MultiCar: Für hohe Zuladungen
- > UniCar ADAL®: Schnellste Verfügbarkeit der Medien
- > UniSortCar: Transport und Sortierung mit einem System

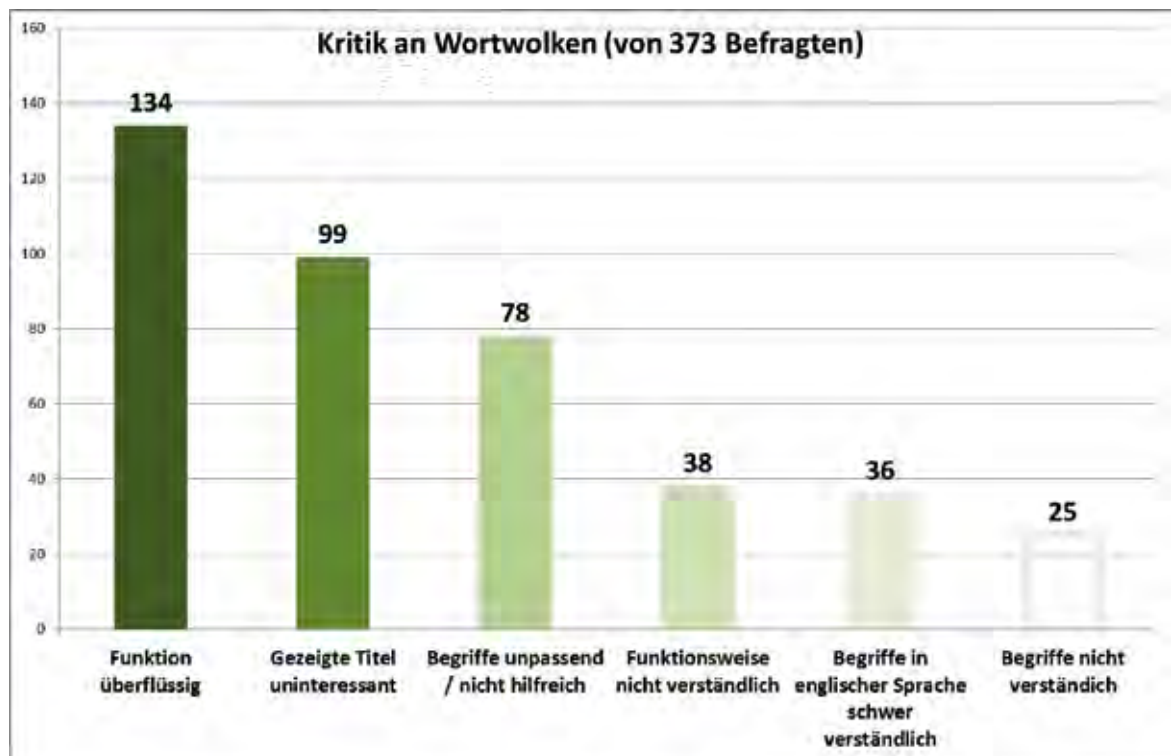


Abbildung 5: Kundenbefragung / Filterfrage 6: Welche Aspekte empfinden Sie als störend? -> Wortwolken (Social Tags)

Bei der Titelauswahl zeigt sich, dass hauptsächlich Titel aus den Bereichen Belletristik sowie Kinder- und Jugendbuch rezensiert wurden. Hier ist zudem ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Teilnahme am SommerLeseClub und einer verstärkten Rezensionsaktivität bei Titeln aus dem Kinder- und Jugendbereich zu beobachten.

Die durchschnittliche Bewertung der rezensierten Titel durch die Kunden war mit 8,17 von zehn Punkten gut. Die Bewertung fällt bei Bibliothekaren mit 9 noch leicht besser aus als bei den Kunden (8,01).

Die positive Kundenbewertung entspricht bekannten Mustern des Beschwerdemanagements. So wird Kritik in der Regel nur dann geäußert, wenn eine Vielzahl von Faktoren wie z.B. die Erfolgswahrscheinlichkeit einer Beschwerde, positive Vorerfahrungen oder ein hoher Produktpreis erfüllt sind.⁷ Da in diesem Fall nur wenige der genannten Kriterien zutreffen, entspricht die hier vorliegende starke Tendenz der Bewertung von ausschließlich positiv wahrgenommenen Titeln dem zu erwartenden Ergebnis.

Der Nutzen der Rezensionen, vor allem in der passiven Rezeption, ist insgesamt eindeutig vorhanden. Auch wenn aufgrund der scheinbar bereits vorhandenen Selbstverständlichkeit in der Erwartung eines solchen Angebotes keine Begeisterung geäußert

wurden, zeigen die hohen Nutzungsdaten und die Forderung der Vergrößerung des Angebotes, dass diese Funktion eine gute Möglichkeit ist, um die Zufriedenheit von und die Kommunikation mit Kunden wesentlich zu steigern.

Titelempfehlungen: Ein Drittel der Befragten gab an, die Funktion „Titelempfehlungen“ bereits genutzt zu haben (Abb. 4). Empfehlungen sind damit die am zweithäufigsten genutzte Funktion. Über die Hälfte (58 Prozent) hat die Funktion mindestens wahrgenommen. Über einem Drittel der Befragten war sie jedoch vollständig unbekannt. Dies kann auf die Interessensprofile der einzelnen Kunden zurückzuführen sein. LibraryThing bietet aktuell lediglich für Titel mit ISBN (Bücher, E-Books, Hörbücher, etc.) Empfehlungen an. Sucht der Nutzer im Bibliotheksbestand primär nach DVDs und anderen Non-Book-Medien, werden ihm keine Empfehlungen angezeigt. Gleiches gilt bei Nutzern, die ausschließlich nach sehr exotischer Literatur suchen, für die LibraryThing aktuell noch keine Empfehlungsdaten anbietet.

Von den 699 Befragten, welche Titelempfehlungen mindestens wahrgenommen hatten, werten

- 52,2 Prozent Empfehlungen als sehr oder eher hilfreich.
- 60 Prozent Empfehlungen als sehr einfach oder einfach benutzbar.
- 35 Prozent Empfehlungen als (sehr) ansprechend gestaltet.

⁷ Roschk, Holger/ Gelbrich, Katja/ Bernt, Dana: Ein Review zum Beschwerdeverhalten: State-of-the Art und künftige Forschungsfragen (Ilmenauer Schriften zur Betriebswirtschaftslehre, No. 3/2008) Ilmenau 2008, URL: <http://hdl.handle.net/10419/55700> [28. Oktober 2014].

Diese insgesamt positive Wahrnehmung der Empfehlungen spiegelt sich auch in den geäußerten „Kritikpunkten“ wieder. Denn auch hier wird am häufigsten bemängelt, dass es noch mehr Empfehlungen sein könnten.

Die Bewertung der Integration von Titelempfehlungen / Vorschlaglisten ist insgesamt nahezu identisch mit der Einschätzung der Rezensionen. Da beide Funktionen eine Möglichkeiten zur Inspiration bzw. Auswahl von Titeln bietet, scheint es unstrittig, dass eine Erweiterung dieser Funktionalitäten eine sinnvolle Ergänzung für einen Katalog einer öffentlichen Bibliothek darstellen.

Social Tags / Wortwolken: Wortwolken wurden hingegen – zumindest in der bisherigen Platzierung und Präsentationsform – eher kritisch gesehen. Wortwolken wurden zwar von über der Hälfte der Befragten (51 Prozent) wahrgenommen, aber lediglich von 17 Prozent aller Befragten genutzt. Sowohl in der Wahrnehmung als auch in der Beurteilung des Nutzens belegt diese Funktion den letzten Platz.

Diese Wertung deckt sich mit den Aussagen der Befragten zum Suchverhalten zu Beginn der Befragung. Denn Wortwolken ermöglichen nichts anderes als ein Stöbern über Schlagwörter (Links). Dies wird von den Nutzern derzeit jedoch nicht in Bibliothekskatalogen praktiziert. Dementsprechend wird die Funktion von den Nutzern, die diese nicht positiv bewerten, als „überflüssig“ kritisiert (Abb. 5). Des Weiteren fanden diese Nutzer die verlinkten Titel oder Begriffe uninteressant oder unpassend. Da die Begriffe Übersetzungen englischsprachiger Social Tags darstellen, die primär von anglo-amerikanischen Nutzern stammen, dürften kulturelle/regionale Unterschiede hier eine, im Vergleich zu den Titelempfehlungen, deutlichere Rolle spielen.

Eine Konsequenz daraus könnte sein, die Funktion der Wortwolken z.B. zugunsten von mehr angezeigten Titelempfehlungen zu streichen. Dies würde allerdings die Intention des Projekts unterlaufen, den Nutzern neue Möglichkeiten zum Stöbern anzubieten. Ob sich das Verhalten der Anwender bei der Nutzung der bisher eher als Suchinstrument bekannten Katalogoberflächen tatsächlich langfristig ändern wird, kann nur eine erneute Befragung zeigen.

Abschließend hatten die Teilnehmer der Befragung die Möglichkeit im Freitext bislang unbehandelte Punkte anzusprechen. 244 der Befragten haben mit insgesamt 320 Aussagen zu verschiedenen Themengebieten davon Gebrauch gemacht (Abb. 6). Dabei nahmen lediglich 24 Bezug zu den Anreicherungsfunktionen. Mit 186 der 320 Nennungen beinhaltet die überwiegende Anzahl Kritik an der Katalogoberfläche der

FILMOLUX® BOOKCOVER



1, 2, 3 ...

AUS TASCHENBUCH WIRD HARDCOVER

Was ist ein Taschenbuch gegen ein wertiges, stabiles Hardcoverbuch? Mit unserem neuen Bookcover wird jetzt in drei einfachen Schritten jedes Taschenbuch zum Hardcoverbuch. Zusätzlich zur Verstärkung des Buchumschlags bietet das Bookcover auch noch einen optimalen Schutz für das Buch. Die passenden Zuschnitte ermöglichen ein zeitsparendes und einfaches Verarbeiten per Hand.

NESCHEN AG

Hans-Neschen-Straße 1
31675 Bückeburg
T +49 5722 207-0
E info@neschen.de

SOFORT
GRATISMUSTER
BESTELLEN!



WWW.NESCHEN.DE

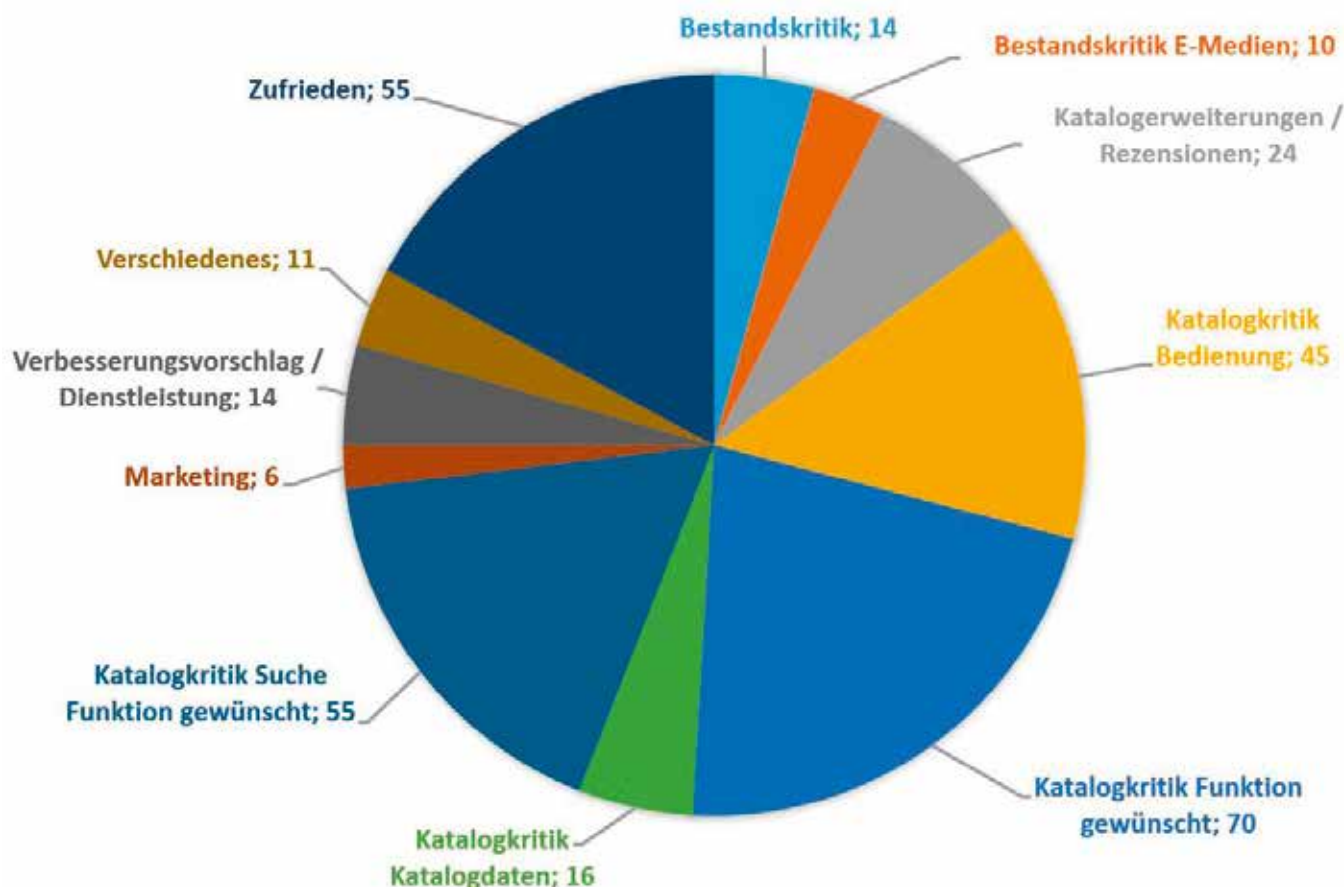


Abbildung 6: Kundenbefragung / Auswertung des Freitextfelds 9: Haben wir etwas vergessen, was Sie uns mitteilen möchten? -> Verteilung der 320 genannten Punkte auf 11 Themengebiete

Bibliotheken. Erfreulicherweise erfolgt hier nicht nur pauschale Kritik. Problematische Aspekte/Funktionen werden überwiegend konkret benannt und häufig werden sogar Verbesserungsvorschläge unterbreitet.

Fazit

Lohnen sich also Kataloganreicherungen? Ja, auf jeden Fall. Die Etablierung dieser Funktionen in kommerziellen Umgebungen ist dabei sowohl von Vor- wie von Nachteil. Zum einen sind der Aufwand für die Einführung und auch die Hürden für deren Benutzung niedrig. Auf der anderen Seite ist auch der Innovationsgrad wie auch die Kundenaktivierung eher gering. Gleichzeitig ist jedoch trotzdem eine Steigerung der Kundenzufriedenheit wie auch eine Erschließung der Bestände zu beobachten.

Die Bibliothekare sehen die Software aus der Anbieterperspektive, die alle ein neues Produkt bzw. zusätzliche Services anbieten, weil keine Bibliothek zuvor über Catalogue Enrichment Funktionen verfügt hat. Für die Bibliotheken bedeutete die Implementation begrenzten zusätzlichen Aufwand, bei dem Unterstützung in inhaltlicher und technischer Hinsicht benötigt und geschätzt wurde. Es herrscht große

Zufriedenheit mit den eingesetzten Werbemitteln und der Unterstützung der Marketingmaßnahmen.

Wie die Kundenbefragung ergeben hat, fungieren Kataloge in öffentlichen Bibliotheken in erster Linie als reines „Nachschlaginstrument“. Eine Suche nach Inhalten oder ein „Stöbern“ findet auf dieser Ebene nicht statt. Die Funktionen von LibraryThing for Libraries (Buchempfehlungen, Wortwolken, Rezensionen) sollen hier genau dieses eher unspezifische Suchverhalten fördern.

Dabei hat sich gezeigt, dass die Nutzer die Funktionen grundsätzlich positiv wahrnehmen. So wurden der Nutzen und die Handhabung von der Mehrheit als sinnvoll und hilfreich eingestuft. Bei den Titelempfehlungen und Nutzerrezensionen handelt es sich um die beiden beliebtesten Zusatzfunktionen. Kundenrezensionen werden dabei generell – unabhängig von LibraryThing for Libraries – in ihrer Aussagekraft als kritisch eingeschätzt. Bei den Wortwolken handelt es sich dagegen um die Funktion, auf die Nutzer am ehesten verzichten könnten.

Euphorische Reaktionen gab es im Ganzen kaum. Im Hinblick auf die Funktionen wird in den Bibliotheken in vielen Fällen das aufgeholt, was an anderer Stelle

bereits Standard ist. Die Feststellung, dass englische Inhalte nicht als störend oder hinderlich empfunden werden, kann ebenfalls der Tatsache zugerechnet werden, dass die Nutzer an solche Inhalte inzwischen gewöhnt sind.

Die Gestaltung der Funktionen wird in allen Katalogen als verbesserungswürdig angesehen. LibraryThing for Libraries gibt hier kein festes Design vor, sondern erlaubt eine Anpassung an das vorhandene Bibliothekssystem, da dem Nutzer die Zusatzfunktionen als integrativer Bestandteil der Katalogoberfläche präsentiert werden sollen. Die von den Nutzern geäußerte Kritik kann dadurch auch als Kritik an der Gestaltung der Kataloge insgesamt verstanden werden.

Die Protokolldateien der Nutzungsmessung und die direkten Antworten der Nutzerbefragung zeigen, dass die Aktivität der Kunden durchaus noch steigerungsfähig ist. Die Kataloganreicherungen helfen zwar, die Bibliothekskataloge nicht nur im Sinne eines exzellenten Recherche-Werkzeugs, sondern auch als Inspirationsquelle für die Entdeckung der Bibliotheksbestände zukunftsfähig zu gestalten. Es wurde jedoch auch deutlich, dass über ein verstärktes Marketing bei Veranstaltungen, wie z.B. den SommerLeseClubs, eine größere Nutzung erzeugt wird.

Die Aufholjagd vom reinen „Haben die das?“ hin zum „Was kann ich hier entdecken?“ in Bibliothekskatalogen hat gerade erst begonnen. **I**



**Prof. Dr. phil.
Simone Fühles-Ubach**

Professorin für Statistik sowie
Organisation und Management von
Informationseinrichtungen
Fachhochschule Köln
Institut für Informationswissenschaft
simone.fuehles-ubach@fh-koeln.de



Miriam Albers (geb. Lorenz)

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Fachhochschule Köln
Institut für Informationswissenschaft
miriam.albers@fh-koeln.de



Simon Brenner

Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Fachhochschule Köln
Institut für Informationswissenschaft
simon.brenner@fh-koeln.de

www.zew.de

ZEW

11. März 2015, Mannheim

18. März 2015, Berlin

Digitale Literatur in der wissen- schaftlichen Praxis

Aktuelle Regelungen und neue Entwicklungen

Der Umgang mit digitalisierter Literatur in Forschungs- und Unterrichtsbe-
reichen bedarf dringend einer Neu-
regelung. Denn immer mehr Informa-
tionseinrichtungen (inklusive Archive
und Museen) müssen ihre Bestände
digitalisieren, um wettbewerbsfähig
bleiben zu können.

Nach zahlreichen Debatten, kleinen
Anpassungen und dem Ausbleiben
eines „3. Korbes des Urheberrechts-
gesetzes“ ist die Lage jedoch weiterhin
unübersichtlich. Dieses Seminar gibt
Ihnen einen Überblick über die aktuelle
urheberrechtliche Debatte. Sie erfahren,
welche Möglichkeiten wissenschaft-
liche Bibliotheken und Archive sowie
Forschungs- und Patentbereiche von
Unternehmen beim Umgang mit digi-
taler wissenschaftlicher Literatur haben
und welchen Beschränkungen sie unter-
worfen sind.

Anmeldung und weitere Informationen:
www.zew.de/weiterbildung/665

Kontakt:

Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW)
L 7, 1 · 68161 Mannheim
Myriam Riegel
Telefon: 0621/1235-240
E-Mail: riegel@zew.de
www.zew.de/weiterbildung