

Marke „Bibliothek“

KUNDEN SIND UNSERE LOBBYISTEN

Interview mit der IFLA-Präsidentin Claudia Lux und der BID-Sprecherin Barbara Lison

KN: Frau Lison, Frau Lux, Sie haben beide sehr schön über Kooperation, Konkurrenz und Eigenprofil gesprochen und irgendwie klingt immer ein bisschen auch der Part unserer Kundinnen und Kunden an. Wie können wir die eigentlich, nennen wir Sie einfach mal Lobbyisten, in dieser ganzen Diskussion mit einbeziehen?

Lux: Wir müssen Sie sehr deutlich auf unsere Seite ziehen und wir müssen Sie auch befähigen, für uns laut zu sprechen, und ich glaube, da haben wir auch noch einige Arbeit zu machen, dass unsere Freunde, Freundeskreise und auch die Kunden und Nutzer unserer Bibliotheken wirklich für uns eintreten und laut das sagen, was Sie positiv mit uns vorhaben, was Sie gerne von uns wollen, und dass sie vor allen Dingen für unsere Stabilität eintreten. Ich glaube, dass da eine Menge mehr erreicht werden kann als wir bisher erreichen. Wir könnten gerade in diesem Bereich uns vieles von außerhalb Deutschlands anschauen, wie viel intensiver, auch in Spezialbibliotheken, mit den eigenen Kunden gearbeitet wird und die wirklich starke Lobbyisten für die Bibliotheken werden.

KN: Gerade bei den Spezialbibliotheken ist es so, dass die eigentlichen Kunden doch auch diejenigen sind, die diese Spezialbibliotheken unterstützen sollten und manchmal auch unterstützen, wie zum Beispiel Firmenbibliotheken. Also ein enger Kundenkreis, der nicht nur Kunde ist, sondern gleichzeitig auch derjenige ist, der diese Bibliotheken auch finanzieren soll.

Lison: Man ist ja da nicht nur Kunde, sondern auch gleichzeitig Kollege in einer gemeinsamen Firma, und ich habe von einem Kollegen aus der Runde der Spezialbibliotheken gehört, wenn in seinem Hause davon gesprochen wird, dass man vielleicht die Bibliothek gar



nicht mehr braucht, weil ja jetzt alles digital ist, er immer, also ständig darauf hinweisen muss, dass das, was digital ist über die Bibliothek kommt! Das heißt,

diese Marke „Bibliothek“ muss natürlich auch präsent sein und wenn ich jetzt mal so an andere Beispiele denke, ist die beste Dienstleistung natürlich auch

die beste Werbung für den Kunden. Also wenn wir nicht in der Lage sind, unsere Kunden über gute Dienstleistung zu binden, müssen wir noch darüber hinaus arbeiten, aber zunächst einmal ist die gute Dienstleistung, sie kennen ja den Spruch der Marketingleute, dass eine gute Dienstleistung ungefähr dreimal von demjenigen, der die Dienstleistung erhalten, bekannt gemacht wird in seinem Freundes- und Bekanntenkreis, eine schlechte Dienstleistung dagegen acht bis zwölf Mal. Wir konkurrieren also sozusagen mit dem schlechten Ruf um ein vierfaches und das heißt zunächst einmal muss die Dienstleistung stimmen,

aber sie muss auch eine Marke haben, also das Branding, wie es heute so schön heißt, ist das Entscheidende, deswegen kann ich auch verstehen, dass viele in kooperative Dienstleistungen eingebunden werden sollen, so wie es bei uns jetzt in den öffentlichen Bibliotheken die Deutsche Internetbibliothek ist, so wie es die DiViBib wird, wo man gar nicht weiß, dass man die DiViBib benutzt als Kunde, sondern man nutzt die Dienstleistung der jeweiligen Bibliothek. Das ist ganz entscheidend, dass wir mit unserem Branding noch deutlich aufholen auch im Vergleich, wie Frau Lux das ja schon sagte, zum Ausland.

► Seite 2

Achtung: Heute ASpB Festabend

Einige Restkarten sind noch am Tagungsbüro erhältlich.

Inhalt

Deutschland liest. Treffpunkt Bibliothek	2
Neue Technologien und Services – Missing Link auf der ASpB	2
Ausstellerstimmen:	4



Deutschland liest. Treffpunkt Bibliothek

Der dbv-Beirat hat am Dienstag dem Konzept des dbv-Vorstandes und dem Finanzplan für die neue Kampagne „Deutschland liest. Treffpunkt Bibliothek“ zugestimmt. Die Kongress News berichteten darüber. „Wir können jetzt flott weitermachen“, so Frau Schleihagen, die Geschäftsführerin des dbv. Am 4.10.2007 tagt die Arbeitsgruppe, die die nächsten Schritte schnell vorbereiten wird, damit wirklich vom 23.10. bis 31.10.2008 die bundesweite Kampagne durchgeführt werden kann.

Neue Technologien und Services – Missing Link auf der ASpB

Seit 16 Jahren stellt Missing Link sein Serviceangebot auf die Bedürfnisse von Bibliotheken ein. So schnell, wie sich der Erwerbungsalltag in dieser Zeit gewandelt hat, hat sich auch die Palette an Dienstleistungen von Missing Link angepasst. „Wir beobachten die Bewegungen in der Erwerbungs- und Informationslandschaft sehr genau und planen unsere Aktivitäten vorausschauend“, sagt Klaus Tapken, Vorstandsvorsitzender der Genossenschaft. So bietet Missing Link neben der Besorgung von gedruckten Monographien, Fortsetzungen und Zeitschriften auch deren technische Bearbeitung und Verwaltung durch Web 2.0 Technologie an. Von diesen Services profitieren gerade auch die mittleren und kleinen Bibliotheken, die Ihren Verwaltungsaufwand aus personellen und finanziellen Gründen so gering wie möglich halten müssen. Mit viel Einsatz und technischem Know-How hat sich Missing Link der neuen Herausforderung – den Ebooks – gestellt.



Marke „Bibliothek“

► Seite 1

Lux: Vielleicht gerade noch mal zu den Spezialbibliotheken. Auf der einen Seite sind die Kunden Kollegen, auf der anderen Seite können die Kunden natürlich auch Konkurrenten sein, nämlich die Kollegen können auch Konkurrenten um die Finanzierung sein und was sehr wichtig wäre ist, dass man durch eine gute Dienstleistung, was von Frau Lison gerade sehr deutlich gesagt wurde, den Konkurrenten davon überzeugt, dass ein Teil aus jedem Bereich ein Prozentsatz immer auch in die Beschaffung von Informationen gehört, und dafür ist die Bibliothek zuständig. Sie erleichtert, wir sind Facilitator, wir erleichtern den Zugang zu der Information. Wenn das schrittweise mit den Kollegen, die man in einer Spezialbibliothek, also im Umfeld der Spezialbibliothek, in der Institution hat, diskutiert werden kann und wenn man sich dort durchsetzen kann mit dieser Idee, ich glaube dann hätte man wirklich dauerhafter gewonnen, als dass man immer wieder kurzfristig um Finanzierung bitten und betteln muss.

KN: Ich danke Ihnen beiden für das Interview und wünsche Ihnen auf Ihrem jeweiligen Feld großen Erfolg.

Das Interview führte C.-H. Schütte



Impressum:

„B.I.T.online-Kongress-News“ – Kongress-Zeitung zur 31. Arbeits-, und Fortbildungstagung der ASpB an der TU-Berlin

Redaktion:

Christoph-Hubert Schütte (verantwortl.)
Erwin König

Gestaltung: Ulla Cicconi

Redaktion: 0175/5261751
Anzeigen: 0173/6522380

Verlag:

Dinges & Frick GmbH, D-Wiesbaden



Für Bibliotheken,
die mit allegro-C
arbeiten: seit 27
Jahren im Einsatz!

Die allegronet-Werkstatt bietet Unterstützung für Bibliotheken

Sichere und komplette Arbeitsumgebungen
"Kreuzberger Fehlerindex" mit Spezialregistern
Datenbankbereinigungen und -Reparaturen
Ausleihe mit ALF, Erwerbung mit ORDER, Kardex mit ZABOUM
Paralleldatenbanken z.B. der DNB: GKD, PND und SWD
Fremddaten mit dem Zclienten über Z39.50
Spezialitäten: Feuerwehreinsätze, Archivlösungen, KNIM u.v.m.
Premiere auf der ASpB: die "imdb" als allegro-Datenbank
mit 1,5 Millionen Filmtiteln für Film-Bibliotheken

Extras:

Web-Hosting für Bibliotheken, die keine Zeit, Personal und KnowHow für die Präsentation ihres Kataloges im Internet haben. Mit Z39.50-Server
Das allegronetCMS.de, ein ContentManagementSystem, speziell für Archive, Bibliotheken und Museen. Mehr auf <http://allegronetcms.de>

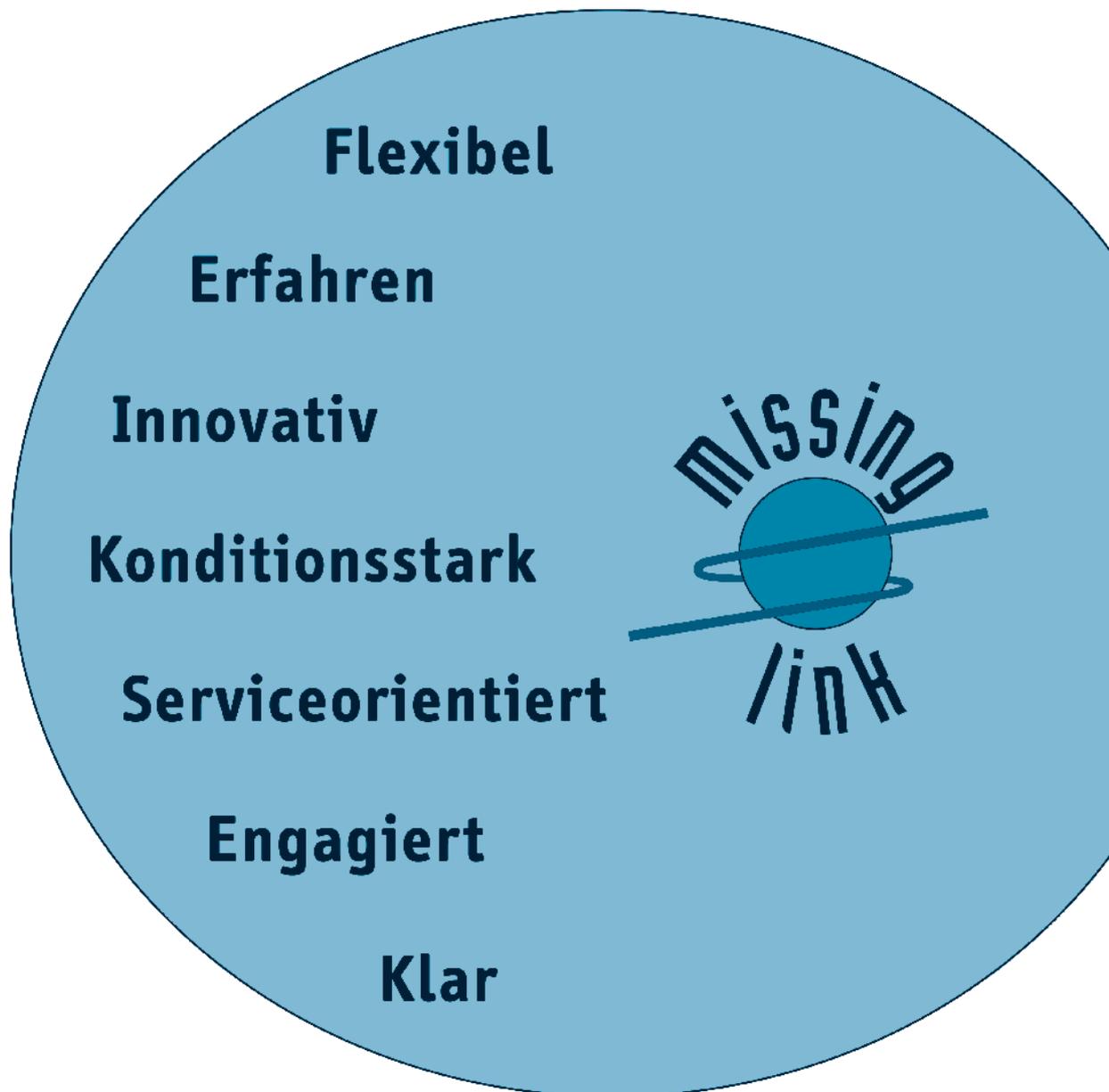
allegronet.de: Klaus Lehmann; Kleinwolmsdorfer Str. 37; D-01454 Radeberg; Telefon: 03528-452 807
fax 809 / Mobil: 0171-953 7843; lehmann_klaus@t-online.de <http://portal.allegronet.de/allegro>

Missing Link

Westerstrasse 114-116 | 28199 Bremen

Tel.: [0421] 504348 | Fax: [0421] 504316

Erwerbungspartner, mit denen Sie rechnen können



www.missing-link.de

info@missing-link.de

Internationale

Versandbuchhandlung



Doch über
450
Teilnehmer

Der ASpB-Vorsitzende Dr. Jürgen Warmbrunn eröffnete pünktlich um 12:45 die Firmenausstellung.

Ausstellerstimmen:

Jens Grässler von OVID: Man sollte die ASpB- und die AGMB-Tagungen zusammulegen, dieses habe ich auch mit Kollegen anderer Firmen besprochen.



Ulla Wimmer (im Bild):

KN: Frau Wimmer, wir befinden uns hier auf der ASpB-Tagung und wir wissen alle, dass die Spezialbibliotheken gerade in der Statistik schlecht und sehr minimal dargestellt sind. Erhoffen Sie sich durch Ihre Präsenz hier eine Besserung?



Klaus Lehmann von allegronet.de, zum ersten Mal Teilnehmer bei einer ASpB-Tagung, findet die Atmosphäre freundlicher und offener als beim Bibliothekartag.

Ulla Wimmer: Ich glaube schon, dass die Tagung dazu beitragen könnte, dass die Spezialbibliotheken nochmals einen neuen Blick auf die DBS werfen. Für Spezialbibliotheken eine Statistik zu machen ist ja nicht ganz so einfach, weil sie so verschieden sind und so unterschiedliche Aufgaben haben, aber es gibt bestimmt zentrale Größen, die eine Statistik auch für Spezialbibliotheken abfragen kann, und der Vorteil, den die Spezialbibliotheken davon haben ist, dass der ganze Bereich, die gesamte Sparte, mit so einer Statistik einfach viel umfassender dargestellt werden kann, die Statistik übernimmt sogar teilweise eine Art Adressbuchfunktion, d.h. also, wenn eine Sparte ihre Stärke präsentieren will, dann ist eine Statistik dafür das richtige Instrument und ich glaube schon, dass die Spezialbibliotheken – mit ein bisschen Aufmerksamkeit darauf gelenkt – das auch stärker nutzen können.

KN: Haben Sie in dieser Richtung schon Gespräche führen können?

Ulla Wimmer: Gerade hat der Leiter der DBS, Herr Schneider, einen Vortrag gehalten, worauf es auch schon eine

Rückmeldung aus dem ASpB-Vorstand gab. Den Vorstand werde ich auf jeden Fall nochmals gezielt ansprechen, dies war während der Veranstaltung nicht möglich.

KN: Vielen Dank

KN: Herr Lenk, wie fühlen Sie sich auf der ASpB-Tagung?

Jürgen Lenk: Ich habe ein sehr gutes Gefühl in diesem wunderschönen Licht-hof und ich denke einige Geschäftsanbahnungen sind auch in Aussicht gestellt.

KN: Das freut uns zu hören. Gestatten Sie uns eine Frage zu den weiteren Plänen Ihrer Firma.



Jürgen Lenk: Wir werden uns mit einer gewissen Kontinuität weiter entwickeln, unter anderem mit einem Ausbau der Produktionskapazitäten. Ziel ist es, als Partner der Bibliotheken noch stärker zu werden.

KN: Also werden Sie sicherlich auch bei der nächsten ASpB-Tagung wieder dabei sein.

Jürgen Lenk: Auf jeden Fall. Wir haben seit 1993 keine ausgelassen und werden daher sicherlich auch die nächsten Tagungen begleiten.

KN: Wir wünschen Ihnen weiterhin einen so guten Geschäftserfolg wie bisher. Vielen Dank für das Gespräch.

Firmenpräsentationen Donnerstag, 27.09.2007

10.30 - 12.00	Firmenpräsentation III
Hörsaal 1035	
Moderation	Günther Macht
10.30-11.00	FIZ Karlsruhe: Produktpräsentation
11.00-11.30	Springer Verlag: eBook Collection auf SpringerLink, Frau Nadja Madani