

# Bibliotheken digital:

Ein Bericht von der Internet Librarian International-Konferenz in London,  
15. bis 16. Oktober 2019

Birgit Bauer

Bereits zum 21. Mal trafen sich mehr als dreihundert Bibliothekarinnen, Bibliothekare und Information Professionals aus der ganzen Welt zur Fachkonferenz Internet Librarian International (ILI). Mehr als 60 Vorträge und Case Studies, interaktive Sessions und Social Events gaben einen guten Überblick zu aktuellen Entwicklungen und lieferten Ideen für eigene Initiativen. Die digitalen Technologien und ihr Einsatz in Bibliotheken fanden sich in allen 6 Vortragsreihen, „User and UX“, „Magical Marketing“, „New Visions, New Strategies“, „Digital, Diverse, Disrupted“, „The Rebooted Librarian“ und „The Digital Scholar“.<sup>1, 2, 3</sup>

## Ein Blick über den Tellerrand: Von Start-ups und Kampagnen lernen

Wer hätte gedacht, in einer Fachkonferenz für Bibliotheken ein Plädoyer für Technologie-Start-ups und die Zusammenarbeit mit ihnen zu hören. Die erste Keynote bestritt Yvonne Campfens, Consultant aus der Verlagsbranche in den Niederlanden, mit „Create, innovate, collaborate: learning from start-ups“. Die Wertschöpfungskette der Verlagsbranche ändert sich, Verlage müssen ihren Wert beweisen und die digitale Technologie ermöglicht neue Geschäftsmodelle. Campfens hat 120 unabhängige Technologie-Start-ups in der Branche im Detail untersucht, wie z.B. Kudos, Linknovate, Protocols.io, ÜberResearch.<sup>4</sup> Die bemerkenswerten Ergebnisse: Einige machen bereits nach ein paar Jahren Millionen-Umsätze, einige erhielten Finanzierungen in Millionen-Euro-Höhe, einige wurden bereits übernommen – und zum Großteil nicht von wissenschaftlichen Verlagen wie zu erwarten gewesen wäre. Campfens empfiehlt an eine Zusammenarbeit mit Technologie-Start-ups zu denken – man muss ja nicht alles selbst erfinden oder das Unternehmen gleich kaufen – und von ihnen zu lernen. Denn die jungen Unternehmen haben oft gute Ideen, andere Vorstellungen von Erfolg (nicht nur den maximalen Profit) und sind schnell, fokussiert und gleichzeitig flexibel.

Auch das Organisieren von Kampagnen – die Keynote des zweiten Morgens – ist kein typisches Thema für Buchtempel. Kajal Odedra, Executive Director von



Yvonne Campfens, Campfens Management (NL), „What we can learn from start ups: Success is a relative notion, and things change over time ...“

Change.org in Großbritannien, erklärte, worauf es bei Kampagnen ankommt: unter anderem authentisch zu sein, einen Dialog zu starten, alle einzubeziehen (sie als „unsere gemeinsame Kampagne“ zu verbreiten) und sie beispielsweise über Abzeichen oder Anstecknadeln sichtbar zu machen. Der Bezug zu Büchereien: Sie dienen vielen Kampagnen als Treffpunkt.

1 Das Programm ist unter <http://www.internet-librarian.com/2019/> zu finden.

2 Sämtliche Links wurden zuletzt am 6. November 2019 aufgerufen.

3 Alle Fotos dieses Artikels © Birgit Bauer

4 Siehe: Campfens, Yvonne: „Market research report: What has become of new entrants in research workflows and scholarly communication?“, 2019, <https://files.osf.io/v1/resources/a78zj/providers/osfstorage/5c3d7abbe8da0e00185738a4?action=download&version=1&direct>

## People come to work, study, meet, hangout, ...

Als Silvia Modig, Präsidentin des finnischen Bibliotheksverbandes und Europapolitikerin, ihre Keynote hielt, weckte sie Sehnsucht nach dem finnischen System. Sie beschrieb die Liebe der Finnen zu Bibliotheken, die sich auch im neuen Bibliotheksgesetz widerspiegelt, und die nagelneue Zentralbücherei Oodi von Helsinki. In modernem Design und zentral gelegen nutzen 10.000 Besucher die Zentralbibliothek pro Tag – auch für private wie geschäftliche Treffen, zum Arbeiten, Lernen, Diskutieren oder zum Ausspannen. Junge Leute werden besonders angesprochen. Es soll für sie cooler sein, in der Bücherei abzuhängen statt in den Einkaufszentren, und die Einrichtung soll damit für sie auch später, als Erwachsene, selbstverständlich bleiben.

Bereits in den letzten Jahren war festzustellen<sup>5, 6</sup>, dass neue Konzepte, durchdachte Gestaltung und zahlreiche Aktivitäten Betriebsamkeit in die früher stillen Büchereien bringen und den Bibliotheksalltag verändern. Ziel ist es, die Attraktivität der Bibliotheken zu erhöhen. Gleichzeitig nutzen viele Initiativen auch technische Werkzeuge wie Virtual Reality (VR), bieten Maker oder Creator Spaces, möchten beim Publikum Neugier auf Technik wecken oder digitale und technische Kenntnisse gezielt fördern. Hier folgen noch ein paar Beispiele:

Eine Virtual-Reality-Installation holt die Welt alter Bauernhäuser in der Region Gävleborg, aus der Ann Östman und Henrik Harryson informierten, in die vier Wände schwedischer Büchereien. Mit Hilfe von VR-Brillen können Besucher in den virtuell nachgebildeten, wunderschön dekorierten Räumen herumgehen und Gemälde, Möbel und Gegenstände bewegen, so wie im wirklichen Leben. Die Büchereien machen damit den übers Land verteilten Kulturschatz leichter zugänglich und sprechen neue Kundengruppen an.<sup>7</sup>

Aktive Lernprogramme für MINT-Fächer (englisch STEM, science, technology, engineering, mathematics) bieten die meisten Büchereien in den USA und in Australien zumindest gelegentlich an, berichtete Keliann Laconte, Fulbright-Stipendiatin, aus ihren letzten Untersuchungen. Hands-on-Lehr-Material für Aktivitäten aller Altersgruppen stellt das STAR-Netzwerk online und kostenlos zur Verfügung.<sup>8</sup>



Silvia Modig, Präsidentin des finnischen Bibliotheksverbandes und Europapolitikerin, „Important elements of public libraries in Finland: listening to the users, co-operating with other actors, self-service based opening hours“



Keliann Laconte: Aktive Lernprogramme für MINT-Fächer gibt es schon in vielen Büchereien der USA und Australiens, Hands-on-Lehr-Material im STAR-Netzwerk.

Zu den DigiFest-Sessions luden die Bibliotheken von Norfolk in Großbritannien (GB) Familien ein, vor Ort aktiv und zu familienfreundlichen Zeiten kindgerechtes Programmierspielzeug auszuprobieren. Ziel war es, digital benachteiligte Kinder und Familien mit positiven Erlebnissen und Spaß die Scheu vor der Technik zu nehmen. Laut Elena Judd fanden bisher 60 Events statt, die Resonanz ist positiv, die Initiative wird nächstes Jahr weitergeführt.

## Werben mit Strategie, Storytelling, Podcasts, Videos, Blogs, ...

Ein Song von Seal und die Erinnerungen, die er auslöste, inspirierten Philip Meisner von der Medien-Bib-

5 Siehe Bauer, Birgit: „Die Bibliothek - ein lebendiger Ort, an dem spannende Dinge passieren. Ein Bericht von der Internet Librarian International 2018, 16. & 17. Oktober, London“, Mitteilungen der VÖB 71 (2018) Nr. 3/4, S. 514-523, <https://ojs.univie.ac.at/index.php/voebm/article/download/2152/1959>

6 Siehe Ojala, Marydee: „Geschichten über die Bibliothek. Erzählt von der Bibliothek. Bericht von der Bibliotheks-Innovations-Konferenz Internet Librarian International (ILI) 2017, Olympia Conference Center, London, UK, 17./18.10.2017, b.i.t. online 21 (2018) Nr.1, S. 64-67, <https://www.b-i-t-online.de/heft/2018-01-reportage-ojala.pdf>

7 Siehe: <https://bit.ly/2PPp91Q>

8 STEM Activity Clearinghouse, <http://clearinghouse.starnetlibraries.org>

liothek Frederiksberg in Dänemark zum Konzept für den Podcast „Der Soundtrack meines Lebens“ (original: Min tone i livet). Jede Woche erzählen Gäste in 5 bis 8 Minuten langen Beiträgen, warum sie ein ganz besonderes Verhältnis zu einem bestimmten Lied haben. Meisners Tipps für die eigenen Geschichten: Erstellen Sie ein medienfreundliches Konzept (nicht einfach nur das, was Sie bisher immer schon gemacht haben). Suchen Sie für jede Episode die richtige Person, die Begeisterung für das jeweilige Thema mitbringt – denn die Leidenschaft spüren auch die Zuhörer. Legen Sie auf gute Produktionsqualität Wert (Basisausrüstung gibt es bereits ab 360 US\$). Und arbeiten Sie zusammen – beispielsweise mit anderen Bibliotheken – das hält den Aufwand in Grenzen.

Der finanzielle Aufwand ist bei vielen der vorgestellten PR-Maßnahmen überschaubar, bei oft gleichzeitig bemerkenswerten Ergebnissen. So erarbeiten sich die Studierenden selbst den Booklings Chat-Podcast der Glenthorne High School Library (GB). Sie interviewen Schreibende und sprechen über ihre Lieblingsbücher. Abgesehen von der preiswerten Werbung für Bücher und Bibliothek, üben die Mitwirkenden dabei gleichzeitig ihre technischen Kenntnisse und ihre Teamfähigkeit.<sup>9</sup> Buchbesprechungen und Eventhinweise gibt es auch als kurze Social Media-Videos von der Burlington Public Library in den USA.

Libfocus wiederum ist ein Blog mit und für Bibliothekarinnen und Bibliothekare in Irland. Blog und Twitter-Account unterstützen die Vernetzung untereinander, den Austausch von Ideen, Erfahrungen und best practices – schnell, kostenlos und unzensuriert. Für die Zielgruppe gibt es auch den Podcast Librarians with Lives – sogar mit Teilnehmerkommentaren dieser Konferenz.<sup>10</sup>

Eine Reihe von strategischen Marketing-Tipps gab Eric Kokke von GO aus den Niederlanden in einer interaktiven Session. Er forderte dazu auf unseren added value, unsere Zielkunden, die passenden Medien und Slogans zu definieren und in Zukunft als „Information Heroes“ zu agieren.<sup>11</sup> <sup>12</sup> Besonders Interessierte konnten sich schon im Pre-Conference-Workshop „Marketing your library service“ von Ned Potter (Uni York, GB) einen ganzen Tag in Marketing und Public Relations vertiefen.

### Bibliothekare rebooted – neues Wissen, neue Rollen?

Einige Teilnehmende waren ganz besonders an der

Zukunft ihres Berufes interessiert. Wie wird sich die Rolle von Informationsprofis weiterentwickeln? Gibt es neue Einsatzgebiete? Welche Kenntnisse und Fähigkeiten braucht es?

Denise Carter, Research-Consultant aus der Schweiz, inspirierte mit ihrer Präsentation zum „futureproof librarian“. Sie verglich die wichtigsten Fähigkeiten, die die Unternehmensberatung McKinsey für alle Arbeitnehmer für das Jahr 2030 als notwendig definiert – higher cognitive skills (z.B. critical thinking, project management), social and emotional skills sowie technological skills (z.B. advanced data analysis) – mit denen, die Bibliothekare bereits haben und kam zum Schluss: „We ARE well-placed to help our own organisations and society by providing guidance and knowledge (and wisdom) on data governance, data quality, information literacy, and ethics.“ Allerdings müssten Information Professionals diese Kenntnisse meist besser bewerben. „New roles won’t come to us – now is not the time to be passive but to push ourselves forward and let the world know what we can do.“

Der Umgang mit der Technik wurde in der Podiumsdiskussion als wichtige Fähigkeit für die Zukunft angesprochen. Das Publikum wiederum fragte, wer die Weiterbildung der Büchereiangestellten denn finanziert, oder wie man als Infoprofi seine Bescheidenheit ablegt. Die digital skills und digitale Weiterbildung sind jedenfalls in Zukunft und zum Teil schon heute für Infoprofis unerlässlich. Das kam in weiteren Vorträgen zur Sprache, insbesondere in den Tracks „New Visions, New Strategies“ und „The Rebooted Librarian“. Außerdem erfordern die oben vorgestellten Events, Lerninitiativen, Maker Spaces und PR-Maßnahmen gewisse Computer- und technische Fähigkeiten.

In der Fallstudie über die Umgestaltung eines Kartenleseraums – Craig Statham von der schottischen Nationalbibliothek informierte – wurde nach einer Pensionierungswelle von neuen Bewerbern IT-Kenntnisse ausdrücklich verlangt. Die Bücherei der Uni Sussex (GB) bietet ihrer Belegschaft eigene Programmierkurse zum Selbststudium an. Die Nationalbibliothek von Estland führt ein Trainingsprogramm zur Stärkung der digitalen Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden durch und es ist geplant, die Schulungen auf weitere Büchereien des Landes auszuweiten. Auf Libraryskills.io hat Artefacto eine Kollektion an kostenlosen Lernmitteln für das Selbststudium zusammengetragen.

Aktuelle Entwicklungen zu Recherche, Datenbanken

9 Booklings Chat, <https://glenthornelrc.blogspot.com/search/label/booklings%20chat%20podcast>

10 <https://player.fm/series/librarians-with-lives-podcast/episode-56-librarians-with-lives-ili2019>

11 Kokke empfahl u.a. folgende Quellen: Natalia Minkovsky, Content Marketing Institute „For the Love of Libraries: How Libraries Use Content to Tell New Stories“, 2018, <https://contentmarketinginstitute.com/2018/02/libraries-content-stories/> sowie

12 Super Library Marketing, <https://superlibrarymarketing.com>





*Arthur Weiss, AWARE: Es gibt viele neue Tools und Browser. Interessante Seiten: FactCheck.org, Unpaywall.org, Evernote, OneNote, Buffer, Scoop.it, ...*

und Tools beleuchteten Marydee Ojala, Co-Chair der Konferenz und Herausgeberin des Online Searcher-Magazins (USA), und Arthur Weiss, Managing Director von Aware Ltd. (GB), in einer Doppelkonferenz. News zu Suchmaschinen und Recherchetechniken gab es im ganztägigen Pre-Conference-Workshop „Search Skills Academy“ mit Marydee Ojala, Mary Ellen Bates (USA) und Karen Blakeman (GB).

### Nutzerbefragung, Peer Review, Business Prozess Review

In mehreren Fallstudien untersuchten Bibliotheken die Wünsche, Ideen und Erfahrungen ihrer Nutzer und teilten Methoden, Erkenntnisse, Probleme und Ergebnisse.

Beispielsweise erkundete die National Library of Scotland (Louise McCarron, GB) die Wünsche ihrer Kunden für die zukünftige Neuplanung des Leseraums. „Graffiti Walls“ – White Boards auf denen die Leser formlos Kommentare hinterlassen konnten und dies auch eifrig taten – Interviews beim Ausgang und Beobachtungen waren die Methoden der Wahl.

Die Bibliothek der Cranfield Universität (GB) wiederum führte zur Verbesserung der Kommunikation Peer-Reviews der Kunden-Korrespondenz ein – einmal pro Woche werden zufällig ausgewählte und anonymisierte E-Mails vom eigenen Personal anhand einer Kriterien-Liste bewertet. Nach anfänglicher Skepsis der Belegschaft, entwickelte diese einen Style-Guide, überarbeitete Standard-Texte und verbesserte die Korrespondenz insgesamt.

Die International Labour Organization (ILO) in der Schweiz dagegen durchlief wie ein Unternehmen einen formellen Business Prozess Review, unterstützt durch eine internationale Beratungsfirma. Das Ergebnis: die



*Rachel Bramley (Vortragende), Uni Sussex, GB, Kimberley Moore, All Saints Episcopal School, USA, Matthew LaBrake, Berkeley College, USA*

ILO hat jetzt eine Vision, effizientere Prozesse, einen geschärften Blick für die Bedürfnisse der Kundschaft und liefert durchgehend einen besseren Service.

### Distance Learning und mehr

Zwei Beiträge, von Mathew LaBrake, Berkeley College (USA) und von Rachel Bramley, Uni Sussex (GB), stellten ihre Strategien als Bibliotheken für Distance Learners vor, also für Studierende, die die Universität nicht regelmäßig vor Ort besuchen. Dazu gehören umfassende, elektronische, jederzeit verfügbare Informationsquellen (Bücher, Artikel, Medien etc.) und die Zusammenarbeit der Bibliothekarinnen und Bibliothekare mit den Online-Lehrkräften, um den Lernerfolg der Studierenden laufend zu fördern und Online-Communities für den Kontakt der Studierenden untereinander (z.B. virtuelle Programme, Clubs, Events). Weitere Themen waren beispielsweise die Bibliothek in der Lehre, ePortfolios, Open Source Management, Repositories, Künstliche Intelligenz und Machine Learning und deren Einsatz in der Bücherei. Die positive Atmosphäre, gemeinsamer Lunch und Pausenkaffees sowie die Speakers-Ecke förderten Gedankenaustausch und konkrete Kontakte. Seite an Seite zur ILI fand außerdem das Taxonomy Boot Camp statt, eine internationale Konferenz zu Taxonomie, Metadata, Big Data und Machine Learning. In den Pausen ergab sich auch hier die Gelegenheit zum Dialog. |



### Birgit Bauer

langjährige Recherche-Expertin mit eigenem Unternehmen Bauer Business Research Österreich  
bauer@bauerbusinessresearch.com