

Mitmachen bei Kampagne „WEITER WISSEN“

Gemeinsame bundesweite Initiative zur Stärkung des Ansehens wissenschaftlicher Bibliotheken

Doreen Siegfried und Kristin Bäßler

Sichtbarkeit und Anerkennung: Die Kommunikationsherausforderungen wissenschaftlicher Bibliotheken in Deutschland

Wissenschaftliche Bibliotheken im 21. Jahrhundert sind von zentraler Bedeutung für Bildung und Forschung. Sie dienen als Informationsinfrastrukturdienstleister und bieten ein breites Spektrum an Wissensressourcen. Durch die Bereitstellung von Zugang zu qualitätsgesicherter Forschungsliteratur, Daten und Codes spielen sie eine entscheidende Rolle bei der Förderung von Open Science. Sie unterstützen Forschende und Studierende, fördern kritisches Denken und bewahren schriftliches und visuelles Kulturerbe. Ihr inklusiver Zugang ermöglicht Chancengleichheit und fördert lebenslanges Lernen.

Personen, die in wissenschaftlichen Bibliotheken arbeiten oder eng mit ihnen kooperieren, haben natürlich ein Verständnis dafür. Doch wie sieht es mit den Entscheidungsträger:innen aus, die über die politischen und finanziellen Rahmenbedingungen für wissenschaftliche Bibliotheken entscheiden?

Prof. Dr. Dietrich Rebholz-Schuhmann, Wissenschaftlicher Direktor von ZB MED – Informationszentrum Lebenswissenschaften: „Unsere wichtigen Entscheidungsträger:innen müssen die Leistungen der wissenschaftlichen Bibliotheken als Infrastruktur anerkennen, damit die hochwertige Forschung in Deutschland in ihrer Tiefe und Breite auch morgen erhalten bleibt.“

Denn das Problem besteht darin, dass oftmals weder Geldgeber noch die breite Öffentlichkeit die vollständige Bedeutung und Vielseitigkeit wissenschaftlicher Bibliotheken in der heutigen Informationslandschaft vollständig kennen. Diese mangelnde Kenntnis birgt das Risiko von Budgetkürzungen und dadurch Finanzierungsproblemen der Bibliotheken. Die Folge: begrenzter Zugang und eingeschränkte Dienstleistungen für die Wissenschaft, was sich negativ auf Forschung, Innovation und Bildung auswirken kann. Besonders benachteiligte gesellschaftliche Gruppen, die dringend Zugang zu Bildungsmöglichkeiten benötigen, würden davon betroffen.

Dr. Andreas Brandtner, Leitender Direktor der Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin:

Abstract

Wissenschaftliche Bibliotheken im 21. Jahrhundert sind von zentraler Bedeutung für Bildung und Forschung. Sie dienen als Informationsinfrastrukturdienstleister und bieten ein breites Spektrum an Wissensressourcen. 15 große wissenschaftliche Bibliotheken haben sich zusammengetan und gemeinsam mit dem Deutschen Bibliotheksverband die Kommunikationskampagne „WEITER WISSEN“ konzipiert und entwickelt. Das Ziel der Kampagne ist es, die gesellschaftliche Relevanz wissenschaftlicher Bibliotheken, ihre Aufgaben und Funktionen sichtbar zu machen. Der Beitrag gibt einen Einblick in die Ziele und die Umsetzung der Kampagne „WEITER WISSEN“ und zeigt, wie die wissenschaftlichen Bibliotheken die Kampagne für ihre eigene Öffentlichkeitsarbeit nutzen können.

Academic and research libraries in the 21st century are of central importance for education and research. They operate as providers for information infrastructure services and offer a wide range of knowledge resources. 15 large academic libraries have joined with the German Library Association to design and develop the communication campaign „WEITER WISSEN“. The aim of this campaign is to make the social relevance of academic libraries, their tasks and functions visible.

This article provides an insight into the aims and implementation of the campaign „WEITER WISSEN“ and shows how academic and research libraries can use the campaign for their own public relations work.

„In unserer täglichen Arbeit stellen wir immer wieder fest, dass längst nicht all diese vielfältigen Wirkungsfelder außerhalb unserer Fachcommunity bekannt sind. Das allgemeine Image von wissenschaftlichen Bibliotheken bleibt – so ist mir das in zahlreichen Gesprächen begegnet – diffus bis anachronistisch. Liegt es daran, dass die Nutzenden uns heute oft so sehen, wie sie uns auch vor 20 Jahren schon gesehen haben; nämlich mäÙig moderne Räume mit Schreibtischen und Bücherregalen? Müssen wir unsere Services, unsere Rolle, unsere Bedeutung heute nicht stärker kommunizieren? Sollten wir nicht selbstbewusster auftreten, uns besser vernetzen, unsere unverzichtbare Funktion im Wissenschaftsbetrieb stärker betonen? Ich denke: ja. Und genau deswegen ist die Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin als Mitinitiatorin bei „WEITER WISSEN“ dabei.“



Abbildung 1: Banner der bundesweiten Kampagne „WEITER WISSEN“; Grafik: MOR Design

Um sicherzustellen, dass die Bedeutung wissenschaftlicher Bibliotheken erkannt und geschätzt wird, sind verstärkte Öffentlichkeitsarbeit und Dialoge mit Schlüsselakteuren wie Politiker:innen, Geldgebern und Wissenschaftler:innen entscheidend. Bibliotheken müssen ihre Anstrengungen zur transparenteren Darstellung ihrer Leistungen im Wissenschaftssystem verstärken. Die Kommunikation über ihren Beitrag zur Bildung und Forschung muss intensiviert werden, um die Vielfalt ihrer Dienstleistungen und Ressourcen der Öffentlichkeit zu vermitteln. Nur durch verbesserte Kommunikation können Bibliotheken die Unterstützung erhalten, die ihrer zentralen Rolle im Bildungs- und Wissenschaftsbereich angemessen ist.

Kampagne „WEITER WISSEN“: Sichtbarkeit und Bedeutung wissenschaftlicher Bibliotheken in Deutschland

Die Kommunikationskampagne „WEITER WISSEN“ der wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland hat sich genau dieser Herausforderung angenommen: die gesellschaftliche Relevanz wissenschaftlicher Bibliotheken, ihre Aufgaben und Funktionen sichtbar machen. 15 große wissenschaftliche Bibliotheken haben sich dabei zusammengesetzt und die Kampagne gemeinsam entwickelt, sorgfältig koordiniert und konzipiert.

In den Mittelpunkt dieser gemeinsamen Kommunikationsanstrengungen rückt die dringende Notwendigkeit, die oft komplexen und multidisziplinären Aufgabenfelder der wissenschaftlichen Bibliotheken transparenter zu gestalten, zu erläutern und begreifbar zu machen. Die Schaffung von Transparenz spielt eine Schlüsselrolle, da sie das Vertrauen zwischen den Bibliotheken selbst, ihren Nutzer:innen, ihren Kooperationspartnern, den Entscheidungsträgern in der Wissenschaftspolitik und den Zuwendungsgebern stärkt und vertieft. Zudem verfolgt die Kampagne das Ziel, wissenschaftliche Bibliotheken als attraktive Arbeitgeber und Ausbildungsstätte zu positionieren – auch für Quereinsteiger:innen.

Der zentrale Kerngedanke der Kampagne „WEITER WISSEN“ besteht darin, dass die wissenschaftlichen Bibliotheken mit einem gemeinsamen Konzept, konkreten Themen und einem einheitlichen visuellen Erscheinungsbild kon-

zertierte Öffentlichkeitsarbeit für ihre Institutionen machen können. Das Hauptziel besteht darin, die Konzeption dessen, was eine wissenschaftliche Bibliothek als institutioneller Typus zu leisten imstande ist, zu verdeutlichen. Der Fokus liegt dabei explizit nicht darauf, einzelne Bibliotheken ins Rampenlicht zu rücken, sondern vielmehr darauf, die Leistungsfähigkeit der Institution „wissenschaftliche Bibliothek“ als Ganzes zu präsentieren.

Die Kampagne „WEITER WISSEN“ ist eine gemeinsame Initiative der Badischen Landesbibliothek, der Bayerischen Staatsbibliothek, der Deutschen Nationalbibliothek, der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen, der SLUB Dresden, der Staatsbibliothek zu Berlin, der Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky, der Universitätsbibliothek Leipzig, der Universitätsbibliotheken der Humboldt Universität zu Berlin, der Freien Universität Berlin sowie der Technischen Universität Berlin, der Universitätsbibliothek Mannheim, der TIB – Leibniz-Informationszentrum Technik und Naturwissenschaften und Universitätsbibliothek, ZB MED – Informationszentrum Lebenswissenschaften sowie der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft mit dem Deutschen Bibliotheksverband e.V. (dbv). Diese Einrichtungen arbeiten in einer gemeinsamen Steuerungsgruppe an der Weiterentwicklung der Kampagne und der Abstimmung ihrer Kommunikationsmaßnahmen. Alles, was diese Kampagne ausmacht, wurde von den Kommunikationsverantwortlichen dieser Häuser erdacht, entwickelt, strukturiert und von deren Einrichtungen finanziell getragen.

Beteiligungsmöglichkeiten für wissenschaftliche Bibliotheken

Zünden kann diese bundesdeutsche Kampagne erst, wenn sich möglichst viele wissenschaftliche Bibliotheken daran beteiligen.

Welche Möglichkeiten gibt es?

Zugang zum zentralen Downloadbereich: Auf der Website www.weiterwissen-kampagne.de steht ein zentraler Downloadbereich zur Verfügung. Dieser Bereich ist leicht erreichbar und bietet alle relevanten Kampagneninformationen und Ressourcen. Dazu zählen Vorlagen für Printmaterialien wie Poster, Postkarten, Roll-Ups sowie

digitale Vorlagen für Webbanner, Social-Media-Grafiken, E-Mail-Signaturen, Power-Point-Vorlagen u.v.m.

Anpassbare Vorlagen: In diesem Bereich stehen anpassbare Vorlagen zur Verfügung mit Platz für das eigene Bibliotheks-Logo. Die Bibliotheken können diese herunterladen und ihre eigenen Logos einsetzen, um sicherzustellen, dass die Kampagne ihre lokale Identität und Botschaft reflektiert. Die Bildmotive selbst sollen jedoch nicht verändert werden, denn nur eine einheitliche Bildsprache stellt sicher, dass die Botschaft sich verstärkt.

Verbreitung der Botschaft: Jede Bibliothek kann die angepassten Vorlagen verwenden, um die Kampagnenbotschaft effektiv zu verbreiten. Dies kann durch das Teilen auf Social-Media-Plattformen, das Versenden von Newslettern, das Ausstellen von Plakaten in den Bibliotheksräumen und anderen geeigneten Kanälen erfolgen.

Lokale Veranstaltungen und Aktionen: Bibliotheken können auch lokale Veranstaltungen und Aktionen planen, um die Kampagne zu unterstützen – natürlich gebrandet mit den gemeinsamen Kampagnenmotiven. Dies könnten beispielsweise Diskussionsrunden, Barcamps, Lesungen oder Workshops sein, die das Thema der Kampagne aufgreifen und die Bedeutung wissenschaftlicher Bibliotheken in der lokalen Gemeinschaft hervorheben.

Berichterstattung und Feedback: Es ist wichtig, dass die wissenschaftlichen Bibliotheken über ihre Beteiligung an der Kampagne berichten und Feedback untereinander austauschen. Dies kann dazu beitragen, den Erfolg der Kampagne zu messen, aus den Erfahrungen der Partner zu lernen und zukünftige Aktivitäten zu verbessern.

Koordinierung und Zusammenarbeit: Obwohl die Beteiligung dezentral erfolgt, ist eine gewisse Koordinierung zwischen den Bibliotheken bedeutend. Sie können Er-

fahrungen und bewährte Praktiken austauschen, um die Wirksamkeit der Kampagne zu maximieren.

Was sind die Hauptbotschaften?

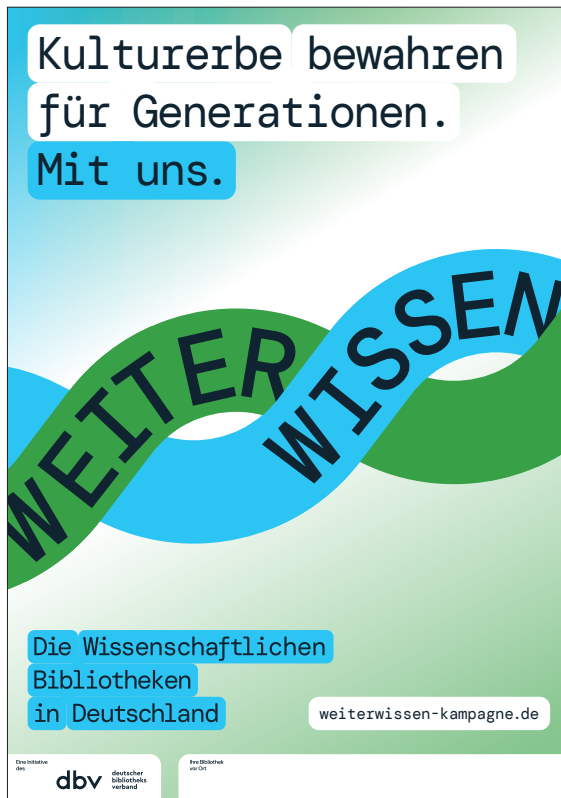
Wissenschaftliche Bibliotheken arbeiten auf sehr vielen Gebieten. In der Kampagne sind aber für den Beginn fünf ausgewählte Themen in den Fokus gerückt. Folgende Hauptbotschaften sollen durch Kommunikationsarbeit vermittelt werden:

- **Hauptbotschaft (1): Forschung für alle zugänglich. Mit uns.** Wissenschaftliche Bibliotheken engagieren sich aktiv für Open Access, um eine kostenfreie Informationsversorgung für alle zu ermöglichen.
- **Hauptbotschaft (2): Vom Datenberg zur Wissensquelle. Mit uns.** Wissenschaftliche Bibliotheken bieten Forschenden umfassende Unterstützung bei der langfristigen Aufbewahrung und Zugänglichmachung ihrer Forschungsdaten, einschließlich Beratungs- und Schulungsangeboten.
- **Hauptbotschaft (3): Für immer Daten gesichert. Mit uns.** Die wissenschaftlichen Bibliotheken sind Experten für die digitale Langzeitarchivierung und gewährleisten die langfristige Verfügbarkeit wertvoller Sammlungen und Forschungsdaten vor Gefahren wie Verlust, Feuer, Wasser und Cyberangriffen.
- **Hauptbotschaft (4): Kulturerbe bewahren für Generationen. Mit uns.** Wissenschaftliche Bibliotheken sammeln und kuratieren kulturelles Erbe, auch bevor es als solches erkannt wird, um sicherzustellen, dass es für zukünftige Generationen zugänglich bleibt und sorgfältig gepflegt wird.
- **Hauptbotschaft (5): Infrastrukturen und Services für die Wissenschaft. Mit uns.** Wissenschaftliche



Abbildung 2: Drei der Themenposter der bundesweiten Kampagne „WEITER WISSEN“; Grafik: MOR Design

Abbildung 3:
Zwei der Themen-
poster der bundes-
weiten Kampagne
„WEITER WISSEN“;
Grafik: MOR Design



Bibliotheken gehen über die Bereitstellung von Informationen hinaus und entwickeln eigene digitale Infrastrukturen, die Daten unterschiedlicher Art nutzerfreundlich aufbereiten. Sie betreiben auch anwendungsorientierte Forschung, um zukünftige Services optimal gestalten zu können.

Strategie und Strategische Leitlinien

Unsere Strategie basiert auf klaren Leitlinien, um die WEITER-WISSEN-Kampagne erfolgreich umzusetzen. Die wichtigsten Elemente dieser Strategie sind:

1. Dezentraler Multikanalansatz:
 - Wir nutzen die Landingpage www.weiterwissen-kampagne.de als Ausgangspunkt.
 - Zusätzlich setzen wir auf Social-Media-Kanäle, Websites, verschiedene Newsletter und Partnerveranstaltungen.
 - Alle Partner arbeiten koordiniert zusammen, um unsere Botschaften in überregionalen Medien und Veranstaltungen zu maximieren.
2. Zentrale Motive mit Dramaturgie:
 - Die durchgängige Leitidee wird in fünf zentralen Motiven mit einer festgelegten Dramaturgie umgesetzt.
3. Kontinuierliche Weiterentwicklung:
 - Die Kampagne soll kontinuierlich weiterentwickelt werden, um stets aktuell und effektiv zu sein.
4. Enger Dialog und Bindung:
 - Wir streben einen engen Dialog mit (politischen) Entscheidungsträger:innen an.
 - Wir möchten eine enge Bindung zwischen wissenschaftlichen Bibliotheken und ihren Kooperationspartnern und Nutzenden schaffen, indem wir eigene Erfahrungen einbringen.
5. Teilen von Erfahrungen und Geschichten:
 - Wir teilen Erfahrungen und im besten Fall Erfolgsgeschichten aus der Perspektive der Bibliotheken, Kooperationspartnern und Nutzer:innen.
6. Einsatz von Testimonials:
 - Bis jetzt konnten wir prominente Testimonials für die Kampagne gewinnen wie beispielsweise Claudia Kemfert, Mojib Latif, Uwe Timm, Kirsten Boie, Christoph Schmidt, Hans-Werner Sinn oder Melanie Brinkmann u.v.m.
 - Nach einem erfolgreichen Rollout der Imagekampagne werden sukzessive weitere Testimonials integriert, um unsere Botschaften zu unterstützen.
7. Kostenbewusste Kommunikation:
 - Angesichts eines begrenzten Media-Budgets setzen wir auf kosteneffiziente Medien, die unsere Zielgruppe direkt erreichen.
 - Dabei stellen wir die Kernleistung der wissenschaftlichen Bibliotheken in den Vordergrund und setzen auf den dezentralen Ansatz.

Unterstützer:innen der Kampagne:

Stimmen aus den wissenschaftlichen Bibliotheken:

Prof. Dr. Dietrich Rebolz-Schuhmann, Wissenschaftlicher Direktor von ZB MED – Informationszentrum Lebenswissenschaften

„Ohne Fachliteratur, die wissenschaftliche Bibliotheken bereitstellen, ist Forschung nicht möglich. Es ist wie mit dem Strom. Der kommt auch nicht einfach aus der Steckdose, sondern braucht eine leistungsstarke Infrastruktur. Die wissenschaftlichen Bibliotheken haben ihr Ohr an der Wissenschaft, um die notwendige Fachliteratur – also den Strom – bereitzustellen. ZB MED als Teil der wissenschaftlichen Bibliotheken setzt die Bedürfnisse der Forschenden an eine leistungsstarke Infrastruktur um und kümmert sich darum, dass diese zur Verfügung steht. Unsere wichtigen Entscheidungsträger:innen müssen diese Leistungen der wissenschaftlichen Bibliotheken als Infrastruktur anerkennen, damit die hochwertige Forschung in Deutschland in ihrer Tiefe und Breite auch morgen erhalten bleibt. Daher ist für mich und uns diese Kampagne der wissenschaftlichen Bibliotheken immens wichtig.“

Prof. Dr. Klaus Tochtermann, Direktor der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft

„Die bundesweite Kampagne „WEITER WISSEN“ lenkt den Fokus auf die immense Bedeutung von Bibliotheken und Informationsinfrastrukturen in unserer modernen Wissensgesellschaft. In einer Zeit, in der die Digitalisierung die Wissenschaft und Bildung tiefgreifend transformiert, sind wissenschaftliche Informationsinfrastrukturen unverzichtbare Partner für den nachhaltigen Betrieb von sozio-technologischen Informationsinfrastrukturen und die Förderung von Open Science. Diese koordinierte Initiative betont die aktive Rolle dieser Einrichtungen als Unterstützer bei der Förderung akademischer Exzellenz, und es freut mich zutiefst, dass die ZBW Teil dieser deutschlandweiten Initiative ist.“

Wir brauchen die
wissenschaftlichen Bibliotheken
in Deutschland, weil ...

... sie Fundament der Wissenschaft und damit Basis von Aufklärung, Freiheit und Demokratie sind.



Prof. Dr. Claudia Kemfert

Leiterin der Abteilung Energie, Verkehr und Umwelt am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW)

Wir brauchen die
wissenschaftlichen Bibliotheken
in Deutschland, weil ...

... sie digitale Infrastrukturen mitentwickeln und aufbauen, die die gegenwärtigen Transformationsprozesse in Lehre, Forschung und Publikationswesen unterstützen.



Prof. Dr. Melanie M. Brinkmann

Virologin am Helmholtz-Zentrum für Infektionsforschung

Jürgen Christof, Leitender Direktor, Universitätsbibliothek der Technischen Universität Berlin:

„Die Kampagne „WEITER WISSEN“ ist wichtig und notwendig, weil sie nicht nur die wissenschaftlichen Bibliotheken auf moderne Art und Weise sichtbar macht, sondern auch unsere vielfältigen, innovativen Themen und Services in den Vordergrund stellt. Dabei geht es auch darum,

dass wir mit geballter, lauter Stimme sprechen und deutlich machen, wie relevant unsere Arbeit ist und welchen essentiellen Einfluss sie auf Studium, Forschung, Lehre sowie auf den gesamten Wissenschaftsbetrieb hat.“

Dr. Klaus Ceynowa, Generaldirektor der Bayerischen Staatsbibliothek München:

„Universalbibliotheken von Weltrang wie die Bayerische Staatsbibliothek sind ein besonderer Typ wissenschaftlicher Bibliotheken. Als Gedächtnisinstitutionen bewahren sie wertvolles und einzigartiges schriftliches Kulturgut wie Handschriften, Inkunabeln und historische Drucke. Ihre über Jahrhunderte gewachsenen Sammlungen bauen sie kontinuierlich zur Nutzung durch Wissenschaft und Forschung weiter aus. Ihre Bestände umfassen dabei Inhalte beliebiger Materialität: digitale und analoge, elektronische und gedruckte, textuelle und multimediale, statische und dynamische Informationsressourcen. Sammeln und Bewahren sind dabei nie Selbstzweck, sondern stehen konsequent im Dienste der Nutzenden. Digitale Plattformen und Services wie beispielsweise nationale Fachinformationsdienste „kontextualisieren“ die angebotenen Informationsressourcen in vielfältigen Anwendungsszenarien. Wissenschaftliche Universalbibliotheken sind Orte der Inspiration und Innovation, des Entdeckens und Wiederentdeckens unseres Wissenskosmos im Interesse der künftigen Gestaltung unserer kulturellen und gesellschaftlichen Lebenswelt. Ich freue mich sehr, dass die Kampagne „WEITER WISSEN“ diese Rolle wissenschaftlicher Biblio-

theken in der breiten Öffentlichkeit noch stärker verankern und akzentuieren wird.“

Prof. Dr. Sören Auer, Direktor der TIB – Leibniz-Informationszentrum Technik und Naturwissenschaften und Universitätsbibliothek

„Wissenschaftliche Bibliotheken sind viel mehr als reine Büchersammlungen. Sie sind Hüterinnen des Wissens, Schatzkammern kulturellen Erbes und dynamische Schnittstellen, die den Fortschritt in Forschung und Entwicklung vorantreiben. Wir als TIB setzen uns seit Langem für Openness, Offenheit in der Wissenschaft, ein: für frei verfügbare Publikationen, Forschungsdaten und Bildungsmaterialien und wir fördern transparente und kollaborative Methoden im Forschungsprozess. Als Forschungseinrichtung sind wir Teil der digitalen Transformation, indem wir innovative Lösungen für die Organisation, Bereitstellung, Sicherung und Nutzung von Wissen entwickeln und digitale Dienste und Plattformen betreiben, die Forschung und Lehre erleichtern. Durch den Zugang zu Informationen und Forschungsergebnissen für alle ermöglichen wir als wissenschaftliche Bibliothek Innovation und stärken die Grundlagen für bahnbrechende Entdeckungen. Unsere gemeinsame Kampagne „WEITER WISSEN“ spiegelt die Vielfalt wissenschaftlicher Bibliotheken wider und zeigt, dass sie in einer Welt des ständigen Wandels unverzichtbare Partnerinnen für die Wissenschaftsgemeinschaft sind.“ ■



Dr. Doreen Siegfried

leitet seit 2008 die Abteilung Marketing und Public Relations an der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft. Sie ist zudem Gastdozentin für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit am Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der HU Berlin sowie Mitglied der Kompetenzgruppe Wissenschaftskommunikation des Bundesverbandes der Kommunikatoren. d.siegfried@zbw-online.eu



Kristin Bäßler

ist seit 2019 Leiterin der Kommunikation und Pressesprecherin des Deutschen Bibliotheksverbandes e.V. (dbv). Zuvor war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Deutschen Kulturrat und von 2011 bis 2016 für die Kommunikation der Programme „Kulturagenten für kreative Schulen“ und „TRAFO – Modelle für Kultur im Wandel“ der Kulturstiftung des Bundes verantwortlich. baessler@bibliotheksverband.de