

Bibliothekspolitik und Öffentlichkeitsarbeit

Wie erreichen wir die Nutzer/innen wirklich? Neue Kommunikationsstrukturen für wissenschaftliche Bibliotheken

Silke Glitsch, Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen

Zusammenfassung:

2014 führte die Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek (SUB) Göttingen eine Nutzerbefragung unter den Studierenden und Wissenschaftler/innen aller Fakultäten der Universität Göttingen durch, in deren Rahmen auch ihre Erreichbarkeit über verschiedene Kommunikationskanäle erfragt wurde. Das Ergebnis war eindeutig: Zentrale universitäre oder von den Fakultäten betriebene Kommunikationskanäle spielen gegenüber SUB-Angeboten eine entscheidende Rolle. In der Konsequenz setzt die SUB Göttingen eine Kommunikationsstrategie um, die die für die verschiedenen Statusgruppen und Fakultäten relevanten Kommunikationskanäle durch Kommunikationsschnittstellen aus verschiedenen Organisationsbereichen der Bibliothek bedient.

Summary:

In 2014, Göttingen State and University Library conducted a user survey among students and scientists of all faculties at Göttingen University, asking, among other topics, for the best ways to reach them through various communication channels. The results clearly showed the crucial role of communication channels offered by central university institutions or the faculties as opposed to those used by the library. As a consequence, Göttingen State and University Library is implementing a communication strategy that makes use of communication channels relevant to the respective status groups and faculties through communicators from various organizational units of the library.

Zitierfähiger Link (DOI): <http://dx.doi.org/10.5282/o-bib/2016H4S1-14>

Autorentifikation: Glitsch, Silke GND 1051608406, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4204-5835>

Schlagwörter: Universitätsbibliothek, Nutzerbefragung, Kommunikation, Kommunikationsstrategie, Diversifizierung

1. Bibliothekarische Nutzerforschung und Nutzerbefragungen von Universitätsbibliotheken

Erhebungen zur Ermittlung der Bedürfnisse und Erwartungen von Nutzerinnen und Nutzern an ihre Bibliothek sind im 21. Jahrhundert fast schon selbstverständlich geworden. Steigender Kostendruck bei begrenzten finanziellen und personellen Ressourcen, Aufgabenzuwächse sowie veränderte Nutzergewohnheiten insbesondere vor dem Hintergrund des digitalen Wandels haben dazu geführt, dass der Nutzerforschung eine immer größere Bedeutung als Marketing- und Managementinstrument

zukommt: Angebote sind wesentlich an den konkreten Anforderungen der Nutzerinnen und Nutzer auszurichten und in ihrer Qualität stets zu optimieren. Auf quantitativer Ebene wird diese Bedeutung in einer Vielzahl von Nutzererhebungen allein von Universitätsbibliotheken in den letzten fünf Jahren deutlich,¹ auf qualitativer Ebene korrespondiert damit ein steigendes Bewusstsein für die Notwendigkeit einer Professionalisierung der bibliothekarischen Nutzerforschung und ihre methodische Ausdifferenzierung, wie z.B. neuere Praxishandbücher und -einführungen zeigen.²

- 1 Im Folgenden wird – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – auf Nutzererhebungen von Universitätsbibliotheken ab 2011 Bezug genommen. Der vergleichsweise hohe Anteil nordrhein-westfälischer Universitätsbibliotheken erklärt sich daraus, dass 2011 an den Hochschulbibliotheken des Landes eine vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung geförderte Nutzerbefragung stattfand. Als öffentlich verfügbare Darstellungen vgl. Leila Akremi, *Anforderungen an eine moderne Universitätsbibliothek: Perspektiven der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der TU Berlin. Kommentierter Tabellenband zur Studie*, (Berlin: TU Berlin, 2013), zuletzt geprüft am 30.07.2016, http://www.ub.tu-berlin.de/fileadmin/pdf/OEA_Umfrage_2013_Langfassung.pdf; Simone Fühles-Ubach, *Wie nutzen die Kunden die Bibliothek? Online-Kundenbefragung der Universitätsbibliothek Bochum*, (2011), zuletzt geprüft am 30.07.2016, <https://epb.bibl.th-koeln.de/frontdoor/index/index/docId/276>; Simone Fühles-Ubach und Terence Droste, *Benutzerumfrage in der Universitätsbibliothek der FU Berlin*, (FH Köln, Institut für Informationswissenschaft, 10.02.2012), zuletzt geprüft am 30.07.2016, <http://www.ub.fu-berlin.de/news/umfrage2012.pdf>; Agnes Geißelmann, „Zufriedenheit mit Bibliotheksdienstleistungen: Ergebnisse einer Umfrage der Universitätsbibliothek unter Wissenschaftlern der TU München“, *Bibliotheksdienst* 46, Nr. 3/4 (2012): 194-206, <http://dx.doi.org/10.1515/bd.2012.46.34.194>; Guido Hölting, *Kundeninformation: Beschäftigtenumfrage 2013*, (Universität Ulm, 15.06.2013), zuletzt geprüft am 30.07.2016, https://www.uni-ulm.de/fileadmin/website_uni_ulm/kiz/org/Umfrage_Kundeninfo_2013_Besch%C3%A4ftigte_kurz_.pdf; Guido Hölting, *Kundeninformation. Studierendenumfrage 2013*, (Universität Ulm, 15.06.2013), zuletzt geprüft am 30.07.2016, https://www.uni-ulm.de/fileadmin/website_uni_ulm/kiz/org/Umfrage_Kundeninfo_2013_Studierende_kurz_.pdf; Claudia Martin-Konle, „Was ist, was muss, was soll? Die Universitätsbibliothek Gießen ließ fragen und bekam Antworten.“ *Bibliotheksdienst* 48, Nr. 8-9 (2014): 657-662, <http://dx.doi.org/10.1515/bd-2014-0080>; Frank Reimers und Wilfried Sühl-Stromenger, „Welche Angebote erwarten Wissenschaftler(innen) von der Hochschulbibliothek? Ergebnisse einer Befragung an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg.“ *b.i.t. online* 17, Nr. 5 (2014): 431-438, zuletzt geprüft am 30.07.2016, www.b-i-t-online.de/heft/2014-05/fachbeitrag-reimers.pdf; Susanne Rothe und Kathrin Lucht-Roussel, „Erfahrungsberichte aus Berlin und Bochum: Online-Umfragen führen zu aufschlussreichen Erkenntnissen.“ *BuB - Forum Bibliothek und Information* 64, Nr. 7/8 (2012): 508-510, http://www.b-u-b.de/pdfarchiv/Heft-BuB_07_2012.pdf; SuUB Bremen, *Ergebnisse der Benutzerbefragung 2013*, (23.08.2013), zuletzt geprüft am 30.07.2016, http://www.suub.uni-bremen.de/uploads/cms/files/Benutzerbefragung_2013_23_8.pdf; TU München, *Universitätsbibliothek, Library Survey 2011 for TUM Scientists: Results*, (2011), zuletzt geprüft am 30.07.2016, <https://mediatum.ub.tum.de/doc/1094860/1094860.pdf>; UB Bielefeld, *Ergebnisse der Benutzerbefragung 2011*, zuletzt geprüft am 30.07.2016, http://www.ub.uni-bielefeld.de/biblio/projects/umfrage2011/benutzerbefragung_2011.pdf; UB Dortmund, „Ergebnisse der Nutzerumfrage NRW 2011.“ *UB-Blog - Weblog der Universitätsbibliothek Dortmund*, 17. Juli 2012, zuletzt geprüft am 30.07.2016, <http://www.ub.tu-dortmund.de/ubblog/ergebnisse-nutzerumfrage-2011>; UB Duisburg-Essen, *Benutzerbefragung der Universitätsbibliotheken NRW 2011: Auswertung und Maßnahmen der UB Duisburg-Essen*, zuletzt geprüft am 30.07.2016, https://www.uni-due.de/ub/files/profil/umfrage2011_bericht.pdf; „Nutzerumfrage 2012: Die Universitätsbibliothek im Focus“. *Webbasierte Nutzerumfrage 10.1.-5.2.2012. Auswertung: Die wichtigsten Fragen*, UB Ilmenau, zuletzt geprüft am 30.07.2016, <https://www.tu-ilmenau.de/ub/a-z/info-seiten/nutzerumfrage-2012/>; „Ergebnisse der Nutzerumfrage der Zentralbibliothek WS 2011/12.“ UB Mainz, publiziert am 7. Dezember 2012, zuletzt geprüft am 30.07.2016, <http://www.blogs.uni-mainz.de/ub/2012/12/07/nutzerumfrage-2/>; UB Mannheim, „Sagen Sie uns Ihre Meinung“: *Umfrage der UB Mannheim vom 13.3. - 8.4.2012 in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für ABWL, Public & Nonprofit Management (Prof. Helmig): Ergebnisse der Auswertung*, (Oktober 2012), zuletzt geprüft am 30.07.2016, <https://ub-madoc.bib.uni-mannheim.de/33216/1/Bibliotheksumfrage-2012.pdf>; UB Siegen, *Die Universitätsbibliothek hat gefragt, Sie haben geantwortet*, zuletzt geprüft am 30.07.2016, http://www.ub.uni-siegen.de/cms/fileadmin/befragung2011/die_befragung.pdf; UB Wuppertal, *Benutzerbefragung der Hochschulbibliotheken NRW 2011: Darstellung der Ergebnisse für die UB Wuppertal*, zuletzt geprüft am 30.07.2016, http://www.bib.uni-wuppertal.de/fileadmin/bib/Benutzerbefragung_2012.pdf; „Benutzerbefragung 2011.“ ULB Bonn, zuletzt geprüft am 30.07.2016, <https://www.ulb.uni-bonn.de/umfragen/benutzerbefragung-2011>; „Ergebnisse Benutzerbefragung 2011.“ ULB Düsseldorf, publiziert von Ina Gedrath und Carola Spies, 28. Juni 2012, zuletzt geprüft am 30.07.2016, <http://www.ulb.hhu.de/zg-ub/ulb-aktuell/aktuelle-meldungen/detailansicht.html?newsid=1340868355>; ULB Münster, *Ergebnisse der Nutzerbefragung 2011*, zuletzt geprüft am 30.07.2016, http://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/ulb2/aktivitaeten/nutzerbefragung_plakate_ausstellung.pdf
- 2 Vgl. Konrad Umlauf, Simone Fühles-Ubach und Michael Seadle, Hrsg., *Handbuch Methoden der Bibliotheks- und Informationswissenschaft: Bibliotheks-, Benutzerforschung, Informationsanalyse* (Berlin, u.a.: de Gruyter Saur, 2013); Doreen Siegfried und Sebastian Johannes Nix, *Nutzerbezogene Marktforschung für Bibliotheken: Eine Praxiseinführung*,

2. Kommunikation als Thema in Nutzerbefragungen von Universitätsbibliotheken

Mit der hohen Bedeutung der nutzerorientierten (Weiter-)Entwicklung von Services geht einher, die Nutzerinnen und Nutzer zielgerichtet über diese Angebote zu informieren. Daher überrascht es nicht, dass die Frage, wie die Nutzerinnen und Nutzer effektiv erreicht werden können, immer häufiger Eingang in Nutzerbefragungen von Universitätsbibliotheken findet. Öffentlich verfügbare Darstellungen und Ergebnisauswertungen legen dabei je nach Erkenntnisinteresse eine Behandlung in verschiedener Tiefe nahe, indem Fragen der Kommunikation

- einen eher isolierten Unteraspekt anderer Themenkomplexe einer Nutzerbefragung bilden,³
- einen eigenen Themenkomplex innerhalb einer Nutzerbefragung darstellen,⁴ oder
- alleiniger Gegenstand einer Nutzerbefragung sind.⁵

So stellte etwa die Bibliothek der TU Ilmenau 2012 die Frage „Über welche Kanäle möchten Sie gerne von der Bibliothek über Neuigkeiten informiert werden?“ und bot dabei als von ihr betriebene Kommunikationskanäle die Optionen der Website, von Aushängen, des Newsletters, von Apps, des Weblogs und des Twitterauftritts an. Im Ergebnis sprachen sich Studierende wie Wissenschaftler/innen mit großer Mehrheit für die Website aus, gefolgt von Aushängen und dem Newsletter, während Apps, der Weblog und der Twitterauftritt deutlich die letzten Rangplätze einnahmen.⁶

Mit Medien wie Websites oder Aushängen sind sicherlich „Klassiker“ der Kommunikation von Bibliotheken mit ihren Nutzerinnen und Nutzern angesprochen. Dennoch stellen Universitätsbibliotheken immer wieder fest, dass trotz intensiver und vielfältiger Bewerbungsaktivitäten Services wie z.B. Schulungen ihren Nutzerinnen und Nutzern nicht zufriedenstellend bekannt seien.⁷ An der UB Mannheim hingegen waren 2012 die Bibliotheksschulungen zur Informationskompetenz nur 7% der Befragten unbekannt: Informationen über diese Schulungen entnahmen die Studierenden in erster Linie Hinweisen ihrer Dozentinnen und Dozenten, dann dem Studierendenportal und schließlich der Bibliothekswebsite.⁸ Könnte es also sein, dass andere als die üblicherweise in Nutzerbefragungen

Praxiswissen (Berlin, u.a.: de Gruyter Saur, 2014); Ursula Georgy und Frauke Schade, Hrsg., *Praxishandbuch Bibliotheks- und Informationsmarketing* (Berlin, u.a.: de Gruyter Saur, 2012).

3 So bietet z.B. die UB Bielefeld, „Ergebnisse der Benutzerbefragung 2011“ im Zusammenhang mit der Frage nach dem Ausbau von Angeboten die Option der sozialen Netzwerke an, ohne weitere Kommunikationskanäle aufzuführen.

4 Vgl. TU München, „Library Survey 2011 for TUM Scientists“; ULB Münster, „Ergebnisse der Nutzerbefragung 2011“; UB Ilmenau, „Nutzerumfrage 2012“ u.a.

5 Vgl. Hölting, „Kundeninformation. Beschäftigtenumfrage 2013“; Hölting, „Kundeninformation. Studierendenumfrage 2013“.

6 Vgl. UB Ilmenau, „Nutzerumfrage 2012“.

7 Z.B. ULB Bonn, „Benutzerbefragung 2011“: „Vielen Teilnehmern der Befragung war nicht bekannt, dass es überhaupt Schulungen gibt und welche. Sie finden die aktuellen Schulungstermine jedoch immer auf unseren Internetseiten. Aktuellmeldungen auf der Homepage informieren über neue Termine und ein Link führt Sie direkt zur Gesamtübersicht der Schulungen. Wollen Sie laufend über neue Termine informiert werden, können Sie sich einen RSS-Feed für die aktuellen Schulungstermine der ULB einrichten. Zusätzlich finden Sie in der Bibliothek Flyer mit einer Terminübersicht.“

8 Vgl. UB Mannheim, „Sagen Sie uns Ihre Meinung“.

von Universitätsbibliotheken als Optionen angebotenen bibliothekarischen Kommunikationsformate⁹ eine wesentliche Rolle für die Informationsgewinnung ihrer Nutzerinnen und Nutzer spielen: in den jeweiligen Fakultäten verortete Kommunikationsstrukturen bzw. zentral von der Universität betriebene Informations- und Kommunikationskanäle für Studierende oder Wissenschaftler/innen?

Dieser Frage schließt sich eine weitere an: Wenn fakultätseigene bzw. an die verschiedenen Statusgruppen gerichtete Kommunikationskanäle einer Universität so wichtig sind, sollte entsprechend eine granulare Auswertungstiefe von Nutzerbefragungsergebnissen gewählt werden, um der Spezifik der Fakultäten bzw. Statusgruppen gerecht zu werden und zu jeweils aussagekräftigen Ergebnissen zu kommen? Der Erkenntnis, dass Studierende und Wissenschaftler/innen durchaus unterschiedliche Nutzungsgewohnheiten haben, ist v.a. in den letzten Jahren das Verfahren einer Reihe von Universitätsbibliotheken geschuldet, Nutzerbefragungen getrennt nach diesen Hauptzielgruppen durchzuführen bzw. ihre Ergebnisse gesondert auszuweisen;¹⁰ genaue fakultätsspezifische Auswertungen sind jedoch – so legen es zumindest öffentlich verfügbare Dokumente nahe – bislang weniger üblich.¹¹

Und schließlich: Was folgt aus all dem für das Kommunikationsverhalten einer Bibliothek gegenüber ihren Nutzerinnen und Nutzern?

Diesen Fragen wird im Folgenden auf der Grundlage einer Nutzerbefragung nachgegangen, die die SUB Göttingen 2014 unter den Studierenden und Wissenschaftler/inne/n der Universität Göttingen mit dem Ziel durchgeführt hat, die aktuellen Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Hauptzielgruppen zu ermitteln und Handlungsfelder der nutzerorientierten Weiterentwicklung ihrer Angebote zu bestimmen.¹²

3. Kommunikation als Thema in der Nutzerbefragung 2014 der SUB Göttingen

Für die Nutzerbefragung der SUB Göttingen wurde ein zweistufiges Verfahren gewählt: Sogenannten Werkstattgesprächen mit Vertretungen von Studierenden und Wissenschaftler/inne/n aus allen 13 Fakultäten nach dem Vorbild von Fokusgruppeninterviews (qualitatives Verfahren) schloss sich eine Online-Nutzerbefragung als Vollerhebung (quantitatives Verfahren) an. Ziel der getrennt nach Fakultätsclustern und Statusgruppen geführten Werkstattgespräche war es, explorativ Inhalte für

9 Als Abweichungen von diesem generellen Bild vgl. TU München, „Library Survey 2011 for TUM Scientists“, die unter der Frage „Which way would you like the library to inform you?“ auch die Option von Fakultäts-Kommunikationskanälen anbietet, sowie Hölting, „Kundeninformation. Beschäftigtenumfrage 2013“ und Hölting, „Kundeninformation. Studierendenumfrage 2013“, der ähnlich wie die UB Mannheim auch die Bedeutung von Hinweisen von Dozentinnen bzw. Dozenten und Kommilitoninnen bzw. Kommilitonen erfragt.

10 Vgl. Akremi, „Anforderungen an eine moderne Universitätsbibliothek“; Reimers und Sühl-Stromenger, „Welche Angebote erwarten Wissenschaftler(innen) von der Hochschulbibliothek?“; UB Ilmenau, „Nutzerumfrage 2012“ u.a.

11 Vgl. demgegenüber als ausführliche status- und fakultätenspezifische Auswertung v.a. Akremi, „Anforderungen an eine moderne Universitätsbibliothek“.

12 Vgl. hierzu detailliert Silke Glitsch und Kerstin Helmkamp, *Nutzerbefragung der SUB Göttingen 2014: Abschlussbericht, Juni 2015*, Vorabdruck, (Göttingen: Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen, 2015), zuletzt geprüft am 30.07.2016, <http://goedoc.uni-goettingen.de/goescholar/handle/1/11984>.

die Online-Nutzerbefragung zu gewinnen. Die anschließende Vollerhebung diente dazu, die Ergebnisse der Werkstattgespräche zu validieren und zu quantifizieren. 2.460 Personen (8% der Grundgesamtheit) nahmen an ihr teil, darunter 1.448 Studierende (5,6%) und 1.012 Wissenschaftler/innen (21,7%).¹³ Die Auswertung der Nutzerbefragung erfolgte in gestaffelter Tiefe:

- gesamt
 - alle Antworten, unabhängig von Fakultäten- und Statusgruppenzugehörigkeit
 - nach Statusgruppen (alle Antworten pro Statusgruppe, unabhängig von Fakultätenzugehörigkeit)

- nach Fakultäten
 - gesamt (alle Antworten pro Fakultät, unabhängig von Statusgruppenzugehörigkeit)
 - nach Statusgruppen

Durchgängig sprachen die Teilnehmenden der Werkstattgespräche auch das Thema der Informationen der SUB Göttingen über ihre Angebote an: Daher nahm die Vollerhebung die Kommunikation als eigenen Fragenkomplex auf. Unter der Frage „Wie gut erreichen wir Sie über die folgenden Informationsmedien?“ wurden diejenigen Kommunikationskanäle als Optionen genannt, auf die die Teilnehmenden der Werkstattgespräche Bezug genommen hatten – sei es, indem sie sie als geeignet oder auch als ungeeignet bezeichnet hatten: Kommunikationskanäle der SUB Göttingen, der jeweiligen Fakultäten und der Universität. Auf dieser Grundlage wurden den Studierenden 14 und den Wissenschaftler/inne/n 13 Antwortoptionen mit folgenden Ergebnissen angeboten:

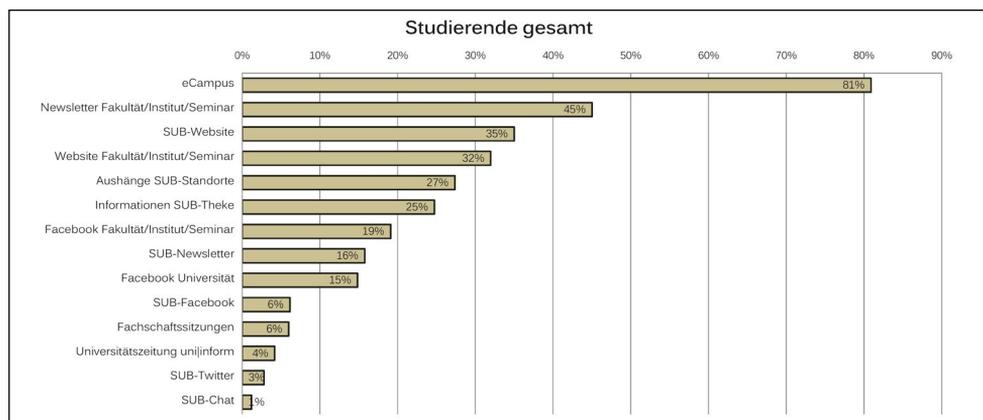


Abb. 1: Wie gut erreichen wir Sie über die folgenden Informationsmedien? Studierende gesamt, (sehr) gut-Angaben, durchschnittlich n=1.173

¹³ Die Gesamtteilnehmerzahl ergab sich aus allen Rückläufen, die den Onlinefragebogen vollständig ausgefüllt hatten; Antworten von Personen, die ihre Teilnahme abgebrochen hatten, wurden zusätzlich einbezogen, damit keine Informationen verloren gehen. Die Beantwortung einer Frage war obligatorisch, um den Fragebogen weiter ausfüllen zu können. Dabei musste nicht jede Unterfrage beantwortet werden. In diesem Verfahren ist begründet, dass die Zahl von Antworten pro Frage oder Unterfrage unterschiedlich sein kann.

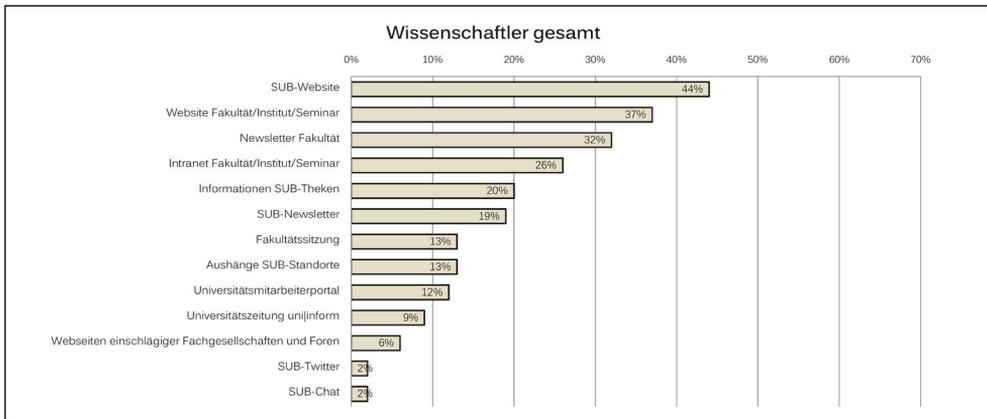


Abb. 2: Wie gut erreichen wir Sie über die folgenden Informationsmedien? Wissenschaftler gesamt, (sehr) gut-Angaben, durchschnittlich n=767

Die Studierenden sind in der Gesamtbetrachtung deutlich am besten über das Studierendenportal eCampus erreichbar, gefolgt vom Newsletter der Fakultät / des Instituts, der SUB-Website und der Website der Fakultät / des Instituts. Die Wissenschaftler/innen sind nach eigener Angabe vor allem über die SUB-Website (sehr) gut zu erreichen, gefolgt von der Website der Fakultät / des Instituts, dem Newsletter der Fakultät und dem Intranet der Fakultät / des Instituts. Angebote der Universität (Studierende: eCampus) und der Fakultäten / Institute (Website, Newsletter, Intranet) stehen gegenüber SUB-Angeboten deutlich im Vordergrund. Die sozialen Medien der SUB Göttingen haben gar eine marginalisierte Bedeutung. Von der SUB-Website abgesehen, ist ein eindeutiger Trend zur Kommunikation über Kanäle festzustellen, die nicht von der SUB Göttingen betrieben werden.

Wie stellen sich die Ergebnisse bei einer Betrachtung der einzelnen Fakultäten dar? Beispielhaft seien hier die Auswertungen der Antworten von Teilnehmenden der Philosophischen Fakultät, der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät und der Fakultät für Physik genannt. In den Gebäuden dieser Fakultäten sind Bereichsbibliotheken der SUB Göttingen angesiedelt, so dass allein aufgrund der räumlichen Nähe eine Nähe auch zu den Kommunikationskanälen der Bibliothek vermutet werden könnte.

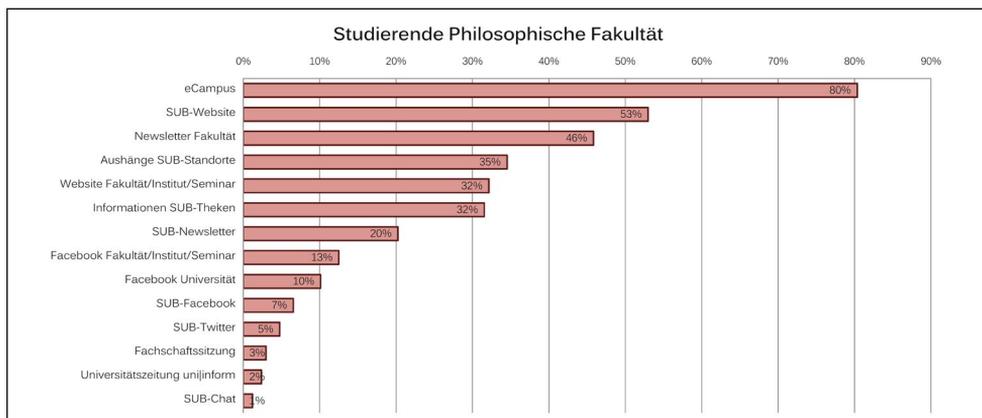


Abb. 3: Wie gut erreichen wir Sie über die folgenden Informationsmedien? Studierende Philosophische Fakultät, (sehr) gut-Angaben, Befragte n=168



Abb. 4: Wie gut erreichen wir Sie über die folgenden Informationsmedien? Wissenschaftler Philosophische Fakultät, (sehr) gut-Angaben, Befragte n=176

Die Studierenden der Philosophischen Fakultät sind wiederum deutlich am besten über eCampus erreichbar, gefolgt von der SUB-Website, dem Newsletter der Fakultät / des Instituts und Aushängen in der Bereichsbibliothek Kulturwissenschaften. Die Wissenschaftler/innen sind nach eigener Angabe in erster Linie über die SUB-Website (sehr) gut zu erreichen, gefolgt von der Website der Fakultät / des Instituts sowie Informationen und Aushängen in der Bereichsbibliothek. Von eCampus abgesehen, ist die Bedeutung der SUB-Kommunikationskanäle groß, wobei die sozialen Medien eine geringe Rolle spielen.

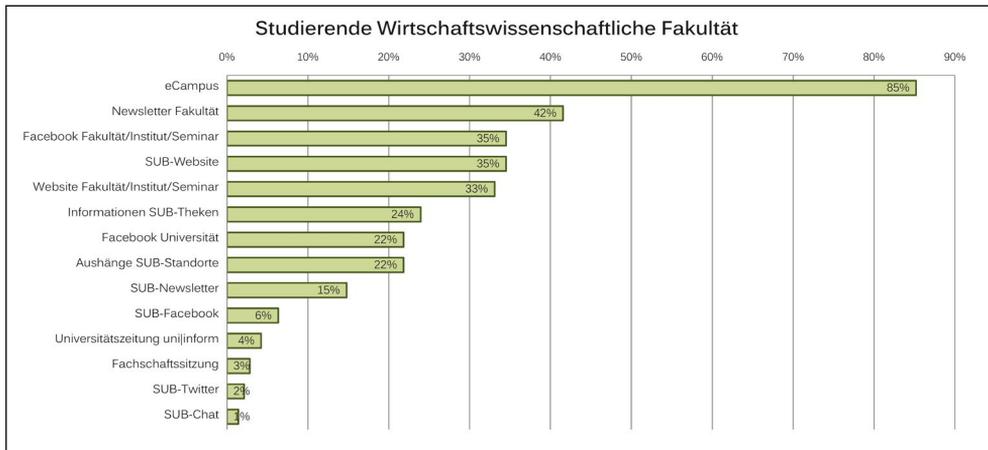


Abb. 5: Wie gut erreichen wir Sie über die folgenden Informationsmedien? Studierende Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, (sehr) gut-Angaben, Befragte n=142



Abb. 6: Wie gut erreichen wir Sie über die folgenden Informationsmedien? Wissenschaftler Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, (sehr) gut-Angaben, Befragte n=40

Auch in der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät sind die Studierenden mit großer Mehrheit am besten über eCampus erreichbar, gefolgt vom Newsletter der Fakultät, dem Facebook-Auftritt der Fakultät und der SUB-Website. Die Wissenschaftler/innen sind nach eigener Angabe vorrangig über den Newsletter der Fakultät (sehr) gut zu erreichen, gefolgt von der Website der Fakultät, der SUB-Website und dem Intranet der Fakultät. Mit Ausnahme der SUB-Website spielen die SUB-Kommunikationskanäle hier also eine deutlich geringere Rolle. Dies gilt insbesondere für die sozialen Medien der SUB Göttingen, wohingegen der Facebook-Auftritt der Fakultät rund ein Drittel der Studierenden erreicht.

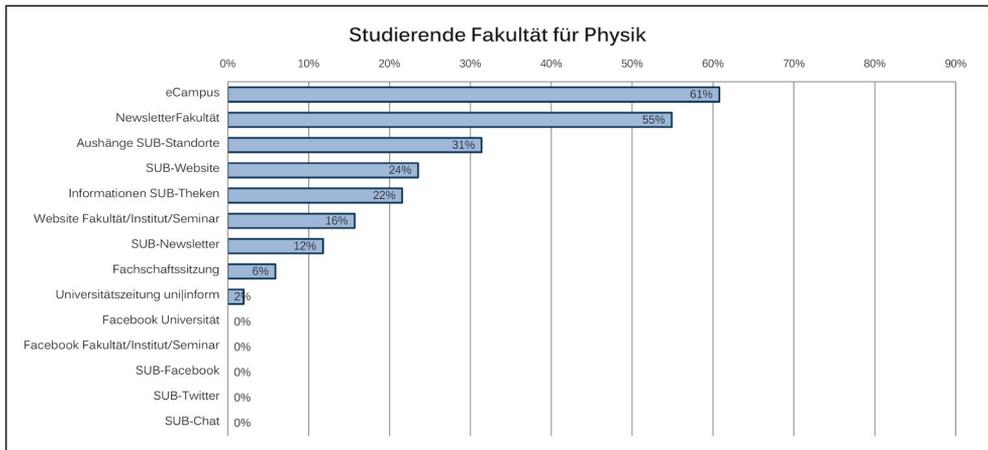


Abb. 7: Wie gut erreichen wir Sie über die folgenden Informationsmedien? Studierende Fakultät für Physik, (sehr) gut-Angaben, Befragte n=142

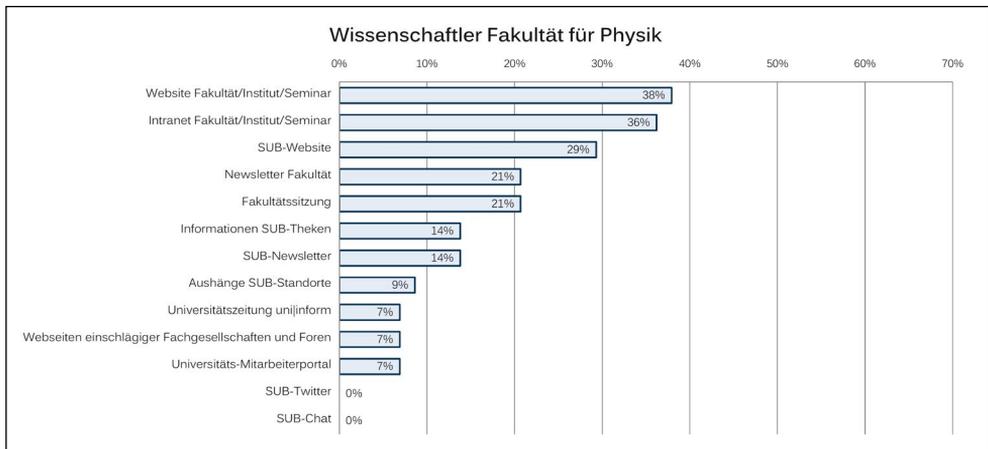


Abb. 8: Wie gut erreichen wir Sie über die folgenden Informationsmedien? Wissenschaftler Fakultät für Physik, (sehr) gut-Angaben, Befragte n=40

Wiederum steht auch bei den Studierenden der Physik eCampus an erster Stelle, dicht gefolgt allerdings vom Newsletter der Fakultät; erst mit deutlichem Abstand werden weitere Kommunikationskanäle genannt. Soziale Medien egal welcher Einrichtung spielen für sie überhaupt keine Rolle. Für die Wissenschaftler/innen sind der Newsletter und die Website der Fakultät am wichtigsten; die Rolle sozialer Medien ist auch für sie marginal.

Im Gesamtergebnis also sind die bevorzugten Kommunikationskanäle für die Studierenden und die Wissenschaftler/innen der einzelnen Fakultäten in der Gewichtung durchaus unterschiedlich. Gemein ist den Beispielen die große Rolle von eCampus für die Studierenden, die Bedeutung der

SUB-Website und die sonstige Vorrangigkeit fakultätseigener Kommunikationskanäle vor denen der SUB Göttingen (Ausnahme: Philosophische Fakultät), wobei die sozialen Medien der Bibliothek besonders niedrig rangieren.

4. Maßnahmenableitung und -inhalte

Die Ergebnisse der Nutzerbefragung wie des Fragenkomplexes zur Kommunikation flossen in den Strategieprozess 2014/2015 der SUB Göttingen ein:¹⁴ Dem strategischen Ziel „Kundenorientierung ausbauen und Kommunikation in die Fakultäten optimieren“ wurde als eine strategische Maßnahme 2015 die „Diversifizierung der Öffentlichkeitsarbeit unter Nutzung zielgruppenspezifischer Kommunikationswege“ zugeordnet.

Auf den Ergebnissen der Nutzerbefragung aufbauend, bildete die Erstellung einer umfassenden und systematisierten Kartografie von Kommunikationskanälen an der Universität Göttingen den ersten Schritt der Maßnahme. Die Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit erfasste dabei im Rahmen von Internetrecherchen sämtliche nachweisbaren Kommunikationskanäle der Universität in der Form einer filterbaren Tabelle, wobei folgende Kategorien pro Kommunikationskanal zugrunde gelegt wurden:

- verantwortliche Einrichtung (z.B. Fakultät, zentrale Einrichtung bzw. Abteilung)
- Medium (z.B. Newsletter, soziale Medien), Medienart (z.B. Print, Web 2.0-Anwendung) und Titel
- Zielgruppe(n)
- Ansprechpartner/in inkl. Kontaktdaten
- Marktdurchdringung (lt. SUB-Nutzerbefragung: Erreichbarkeit in Prozentangaben)
- Reichweite (für nicht in der SUB-Nutzerbefragung genannte Medien, Erreichbarkeit z.B. in Seitenaufrufen, Gefällt-mir-Angaben u.a.)
- ggf. Redaktionsschluss- und Herausgabetermin
- Sprache (deutsch, englisch)
- redaktionelle Besonderheiten (z.B. bestimmter Zeichenumfang pro Beitrag, bestimmte Bildformate u.a.)
- Informationsnachweis (z.B. Fundstelle im Internet)

Geprüft und ergänzt wurde diese Kartografie von Kolleginnen und Kollegen aus den Fachreferaten und der Benutzungsabteilung als wesentlichen und erfahrenen Kommunikationsschnittstellen zu den Nutzerinnen und Nutzern. Dass die Kartografie eine wichtige Erweiterung der Nutzerbefragungsergebnisse ist, zeigt das Beispiel der Studierenden der Fakultät für Mathematik und Informatik: Neben die hohe Bedeutung von eCampus tritt hier das – in der Nutzerbefragung nicht erfasste – Wiki der Fachgruppe Informatik, das seit seiner Einrichtung im November 2013 rund 400.000mal aufgerufen

¹⁴ Vgl. „Strategie,“ SUB Göttingen, zuletzt geprüft am 30.07.2016, <https://www.sub.uni-goettingen.de/wir-ueber-uns/portrait/strategie/>.

wurde.¹⁵ Im Ergebnis wurden rund 200 Kommunikationskanäle (ohne Websites)¹⁶ ermittelt und beschrieben; die Tabelle ist im SUB-Intranet abgelegt. Auf einen Blick sind so allen Kommunikationsakteurinnen und -akteuren der Bibliothek wesentliche Informationen für die praktische Bedienung der Kommunikationskanäle und die Einschätzung ihrer Eignung für die Erreichbarkeit möglichst vieler Nutzerinnen und Nutzer auf Universitäts- und Fakultätenebene verfügbar.

Betreut werden die Kommunikationskanäle seither von verschiedenen Kommunikationsakteurinnen und -akteuren in der SUB Göttingen: Die Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit ist neben ihren traditionellen Kommunikationsaktivitäten (z.B. Pressearbeit) für die fakultätenübergreifenden Kommunikationskanäle zentraler Universitätseinrichtungen bzw. -abteilungen zuständig (z.B. für Meldungen an eCampus oder für den an alle eingeschriebenen Studierenden versandten „Newsticker für Studierende“ der Universitätsabteilungen Studium und Lehre sowie Öffentlichkeitsarbeit), während die Fachreferate und die Benutzungsabteilung (Zentralbibliothek, Bereichsbibliotheken) die Kommunikationskanäle „ihrer“ jeweiligen Fakultäten bedienen und z.B. Informationen an den fakultätseigenen Newsletter weitergeben, im Intranet der Fakultät ablegen lassen u. a. Zur gemeinsamen Identifizierung von Kommunikationsinhalten und Signalgebung an die Kommunikationsakteurinnen und -akteure bieten sich z.B. die wöchentlichen Planungsgruppensitzungen (Beratungsgremium der Direktion, von Abteilungs- und Stabsstellenleitungen sowie der Koordinatorinnen bzw. Koordinatoren der Fachreferate), die monatlichen Fachreferatsitzungen und die ebenfalls monatlichen Gruppenleitungstreffen der Benutzungsabteilung an. Quartalsweise geprüft und aktualisiert wird die Kartografie wiederum von der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit, um angesichts der Dynamik und Reichweite von neuen oder zwischenzeitlich eingestellten Kommunikationskanälen insbesondere im Internet eine stets aktuelle Dokumentation vorzuhalten.

5. Fazit und Ausblick

Die Ergebnisse der Nutzerbefragung der SUB Göttingen zeigen: Während die SUB-Website von Bedeutung für die Kommunikation der Bibliothek mit ihren Nutzerinnen und Nutzern ist, stehen v. a. Kommunikationskanäle der Universität und der Fakultäten im Fokus der Aufmerksamkeit der Nutzerinnen und Nutzer. Um sie effektiv und effizient zu bedienen, ist es unerlässlich, die fakultäts- wie statusgruppenspezifischen Verbreitungen der Kommunikationskanäle zu berücksichtigen: Was für eine Fakultät oder Statusgruppe ein wichtiges Medium darstellt, ist für andere möglicherweise kaum relevant. Insbesondere die marginalisierte Bedeutung sozialer Medien der SUB Göttingen legt den Schluss nahe, den Personalressourceneinsatz in der Kommunikation entsprechend auf die Bespielung deutlich stärker nachgefragter Kommunikationskanäle zu verlagern: Wie das Beispiel der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät zeigt, kann dies durchaus der Facebook-Auftritt einer Fakultät sein. Den Erfolg der Maßnahme „Diversifizierung der Öffentlichkeitsarbeit unter Nutzung zielgruppenspezifischer Kommunikationswege“ wird die nächste SUB-Nutzerbefragung zeigen.

15 Vgl. „Wiki der Fachgruppe Informatik: Hauptseite“, Fachgruppe Informatik der Universität Göttingen, zuletzt geprüft am 30.07.2016, <https://projectai.uni-goettingen.de/index.php/Hauptseite>.

16 Ebenfalls ausgeklammert wurden geschlossene Kommunikationsgruppen wie z.B. geschlossene studentische Facebook-Gruppen, da die Privatsphäreneinstellung „geschlossen“ den Wunsch nach einem rein gruppeninternen Austausch offensichtlich macht.

Literaturverzeichnis

- Akremi, Leila. *Anforderungen an eine moderne Universitätsbibliothek: Perspektiven der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der TU Berlin. Kommentierter Tabellenband zur Studie.* Berlin: TU Berlin, 2013. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. http://www.ub.tu-berlin.de/fileadmin/pdf/OEA_Umfrage_2013_Langfassung.pdf.
- Fachgruppe Informatik der Universität Göttingen. „Wiki der Fachgruppe Informatik: Hauptseite.“ Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <https://projectai.uni-goettingen.de/index.php/Hauptseite>.
- Fühles-Ubach, Simone. *Wie nutzen die Kunden die Bibliothek? Online-Kundenbefragung der Universitätsbibliothek Bochum.* 2011. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <https://epb.bibl.th-koeln.de/frontdoor/index/index/docId/276>.
- Fühles-Ubach, Simone und Terence Droste. *Benutzerumfrage in der Universitätsbibliothek der FU Berlin.* FH Köln, Institut für Informationswissenschaft, 10. 02. 2012. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <http://www.ub.fu-berlin.de/news/umfrage2012.pdf>.
- Geißelmann, Agnes. „Zufriedenheit mit Bibliotheksdienstleistungen: Ergebnisse einer Umfrage der Universitätsbibliothek unter Wissenschaftlern der TU München.“ *Bibliotheksdienst* 46, Nr. 3/4 (2012): 194–206. <http://dx.doi.org/10.1515/bd.2012.46.34.194>.
- Georgy, Ursula and Frauke Schade, Hrsg. *Praxishandbuch Bibliotheks- und Informationsmarketing.* Berlin, u.a.: De Gruyter Saur, 2012.
- Glitsch, Silke und Kerstin Helmkamp. *Nutzerbefragung der SUB Göttingen 2014: Abschlussbericht, Juni 2015.* Vorabdruck. Göttingen: Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen, 2015. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <http://goedoc.uni-goettingen.de/goescholar/handle/1/11984>.
- Hölting, Guido. *Kundeninformation: Beschäftigtenumfrage 2013.* Universität Ulm, 15.06.2013. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. https://www.uni-ulm.de/fileadmin/website_uni_ulm/kiz/org/Umfrage_Kundeninfo_2013_Besch%C3%A4ftigte_kurz_.pdf.
- Hölting, Guido. *Kundeninformation. Studierendenumfrage 2013.* Universität Ulm, 15.06.2013. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. https://www.uni-ulm.de/fileadmin/website_uni_ulm/kiz/org/Umfrage_Kundeninfo_2013_Studierende_kurz_.pdf.
- Martin-Konle, Claudia. „Was ist, was muss, was soll? Die Universitätsbibliothek Gießen ließ fragen und bekam Antworten.“ *Bibliotheksdienst* 48, Nr. 8-9 (2014): 657–662. <http://dx.doi.org/10.1515/bd-2014-0080>.

- Reimers, Frank und Wilfried Sühl-Stromenger. „Welche Angebote erwarten Wissenschaftler(innen) von der Hochschulbibliothek? Ergebnisse einer Befragung an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg.“ *b.i.t. online* 17, Nr. 5 (2014): 431-438. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. www.b-i-t-online.de/heft/2014-05/fachbeitrag-reimers.pdf.
- Rothe, Susanne und Kathrin Lucht-Roussel. „Erfahrungsberichte aus Berlin und Bochum: Online-Umfragen führen zu aufschlussreichen Erkenntnissen.“ *BuB - Forum Bibliothek und Information* 64, Nr. 7/8 (2012): 508-510. http://www.b-u-b.de/pdfarchiv/Heft-BuB_07_2012.pdf.
- Siegfried, Doreen und Sebastian Johannes Nix. *Nutzerbezogene Marktforschung für Bibliotheken: Eine Praxiseinführung*. Praxiswissen. Berlin, u.a.: de Gruyter Saur, 2014.
- SUB Göttingen. „Strategie.“ Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <https://www.sub.uni-goettingen.de/wir-ueber-uns/portrait/strategie/>.
- SuUB Bremen. *Ergebnisse der Benutzerbefragung 2013*. 23.08.2013. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. http://www.suub.uni-bremen.de/uploads/cms/files/Benutzerbefragung_2013_23_8.pdf.
- TU München, Universitätsbibliothek. *Library Survey 2011 for TUM Scientists: Results*. 2011. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <https://mediatum.ub.tum.de/doc/1094860/1094860.pdf>.
- UB Bielefeld. *Ergebnisse der Benutzerbefragung 2011*. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. http://www.ub.uni-bielefeld.de/biblio/projects/umfrage2011/benutzerbefragung_2011.pdf.
- UB Dortmund. „Ergebnisse der Nutzerumfrage NRW 2011.“ *UB-Blog - Weblog der Universitätsbibliothek Dortmund*. 17. Juli 2012. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <http://www.ub.tu-dortmund.de/ubblog/ergebnisse-nutzerumfrage-2011>.
- UB Duisburg-Essen. *Benutzerbefragung der Universitätsbibliotheken NRW 2011: Auswertung und Maßnahmen der UB Duisburg-Essen*. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. https://www.uni-due.de/ub/files/profil/umfrage2011_bericht.pdf.
- UB Ilmenau. „Nutzerumfrage 2012: ‚Die Universitätsbibliothek im Focus‘. Webbasierte Nutzerumfrage 10.1.-5.2.2012. Auswertung: Die wichtigsten Fragen.“ Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <https://www.tu-ilmeneau.de/ub/a-z/info-seiten/nutzerumfrage-2012/>.
- UB Mainz. „Ergebnisse der Nutzerumfrage der Zentralbibliothek WS 2011/12.“ Publiziert am 7. Dezember 2012. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <http://www.blogs.uni-mainz.de/ub/2012/12/07/nutzerumfrage-2/>.

- UB Mannheim. „Sagen Sie uns Ihre Meinung“: Umfrage der UB Mannheim vom 13.3. - 8.4.2012 in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für ABWL, Public & Nonprofit Management (Prof. Helmig): Ergebnisse der Auswertung. Oktober 2012. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <https://ub-madoc.bib.uni-mannheim.de/33216/1/Bibliotheksumfrage-2012.pdf>.
- UB Siegen. *Die Universitätsbibliothek hat gefragt, Sie haben geantwortet*. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. http://www.ub.uni-siegen.de/cms/fileadmin/befragung2011/die_befragung.pdf.
- UB Wuppertal. *Benutzerbefragung der Hochschulbibliotheken NRW 2011: Darstellung der Ergebnisse für die UB Wuppertal*. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. http://www.bib.uni-wuppertal.de/fileadmin/bib/Benutzerbefragung_2012.pdf.
- ULB Bonn. „Benutzerbefragung 2011.“ Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <https://www.ulb.uni-bonn.de/umfragen/benutzerbefragung-2011>.
- ULB Düsseldorf. „Ergebnisse Benutzerbefragung 2011.“ Publiziert von Ina Gedrath und Carola Spies, 28. Juni 2012. Zuletzt geprüft am 30.07.2016. <http://www.ulb.hhu.de/zg-ulb/ulb-aktuell/aktuelle-meldungen/detailansicht.html?newsid=1340868355>.
- ULB Münster, *Ergebnisse der Nutzerbefragung 2011*, Zuletzt geprüft am 30.07.2016. http://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/ulb2/aktivitaeten/nutzerbefragung_plakate_ausstellung.pdf.
- Umlauf, Konrad, Simone Fühles-Ubach und Michael Seadle, Hrsg. *Handbuch Methoden der Bibliotheks- und Informationswissenschaft: Bibliotheks-, Benutzerforschung, Informationsanalyse*. Berlin, u.a.: de Gruyter Saur, 2013.