

Workshop AG Informationskompetenz CH, 16.1.2008

Gruppe 4: Bibliotheksinternes Marketing (gegenüber Bibliotheksleitung und -personal)

Input O. Kohl-Frey:

Bedürfnisse	Bedenken/Probleme	Massnahmen
Aussendarstellung Beharrung Entwicklung	IK als Bibliotheksaufgabe? inhaltliche Kompetenz didaktische Kompetenz Zeitbudget, Ressourcen	Best Practice (andere Bibl.) Institutionalisierung Zieldiskussion Fortbildungen Entlastung Kooperation / Austausch Stellenbe-/ausschreibungen

Diskussion (Gruppe und Plenum)

Bedürfnisse	Bedenken/Probleme	Massnahmen
Aussendarstellung (v.a. auf Leitungsebene wichtig)	<ul style="list-style-type: none"> • evtl. in einzelnen Fachbereichen schlechtes Ansehen der Bibliothek wegen mangelnder Aktivität oder fehlender Motivation der Bibliotheksmitarbeiter • arbeitsteilige Organisation (v.a. in grossen Betrieben): Leute an der Front haben den Überblick nicht • „Marktsituation“: andere Abteilungen als Konkurrenz um Ressourcen und Aufmerksamkeit der Leitung 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestandesaufnahme: wer macht bereits was? Wo ist Ausbau nötig? Angebot soll überall vorhanden sein bzw. ausgebaut werden! • Förderung einer Dienstleistungsmentalität und eines „Marketingbewusstseins“ bei *allen* Bibliotheksmitarbeitenden (alle sollen den Überblick haben und bei Bedarf Auskunft geben können) • Strategieentwicklung und –definition (auf Leitungsebene; Gesamtstrategie Betrieb → Strategie IK) • Anknüpfung an die momentanen Trends

		<p>im Bildungsmarkt (IK=Zeitgeist)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellenausschreibungen mit IK-Profil
<p>Beharrung in Bezug auf</p> <ul style="list-style-type: none"> • eigene Interessen (eher bei FachreferentInnen) • bestimmte, oft traditionelle Arbeitsgebiete (FachreferentInnen, andere Abteilungen, Leitung) • Rollenverständnis (eher bei FachreferentInnen, aber grosse indiv. Unterschiede) • eigene Ansprüche, z.B. Perfektionismus, investierte Zeit für Vorbereitung (bei Durchführenden von Schulungen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Einstellung („IK hat keine grosse Bedeutung“) • andere Aufgaben sind wichtiger • individuelle Widerstände, Abneigungen • etablierte Arbeitsweisen („so haben wir es immer gemacht“, „das funktioniert sowieso nicht“), u.a. auch bei Durchführenden von Schulungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Internes Marketing= Leitungsaufgabe (Strategieentwicklung) • Lobbying gegenüber Teilen der Bibliothek, die nichts mit Informationskompetenz zu tun haben • Überzeugungsarbeit/ Gespräche, Sitzungen • Stellenbeschreibungen Definition Stellenprozente in den Stellenbeschreibungen • Zielvereinbarungen (konkrete Formulierungen!) • Motivation (inhaltliche Bereicherung, höherer Status durch Lehrtätigkeit, evtl. mehr Geld durch Lehrtätigkeit; individuelle Kontakte zum Mittelbau; bessere Nutzung der Bibliotheksressourcen; Schlüsselaufgaben für ein Bibliotheksmarketing) • Controlling in Bezug auf Einhaltung von Zeitbudgets und Erfüllung auch von anderen Aufgaben (z.B. mit Zeitprotokollen); falls nötig Entlastung
<p>Entwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • IK als neues Arbeitsfeld • Jobsicherung • höherer Status innerhalb der Hochschule 	<ul style="list-style-type: none"> • Ängste, mangelndes Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen (eher bei Nicht-FachreferentInnen) • fehlende Kompetenz (subjektiv oder objektiv; inhaltlich und/oder didaktisch) 	<ul style="list-style-type: none"> • Weiterbildungen <ul style="list-style-type: none"> – zur Steigerung der eigenen Informations-Medienkompetenz (Z.B. Web 2.0, Literaturverwaltung, Bibliometrie etc.) und – zur Befähigung zur Lehre (Didaktik und Methodik) • Coaching (individuelles Coaching zur Stärkung des Selbstvertrauens; Ermutigung der Mitarbeitenden für neue

		<p>Aufgabenfelder; gegenseitige Unterstützung und Gedankenaustausch bei Schulungsleitenden)</p> <ul style="list-style-type: none">• Institutionalisierung (Koordinationsstellen; klare Zuständigkeiten)• Kooperation (Zusammenarbeit Fachreferate – Diplombibliothekar/innen Verfügbarmachung von Schulungsunterlagen innerhalb Schulungsteams; Austausch mit anderen Bibliotheken)• Positionierung von Schulungsleitenden als Lehrpersonen der Universität (S. auch oben bei Motivation)
--	--	--

17.1.08/M. Ingold; 31.1.08/ergänzt von Susanna Landwehr und Beatrix Stuber