

Bibliotheken im Web 2.0 Zeitalter



Herausforderungen,
Perspektiven und Visionen

Ronald Kaiser

B.I.T.
Bibliothek Information Technologie
online

INNOVATIV



**B.I.T.
WIKI**



B.I.T.online – Innovativ



Band 20

B.I.T.online – Innovativ

Herausgegeben

von

Rolf Fuhlrott

Ute Krauß-Leichert

Christoph-Hubert Schütte

Band 20

Bibliotheken im Web 2.0 Zeitalter

2008

Verlag: Dinges & Frick GmbH, Wiesbaden

Bibliotheken im Web 2.0 Zeitalter
Herausforderungen, Perspektiven und Visionen

von

RONALD KAISER

2008

Verlag: Dinges & Frick GmbH, Wiesbaden

B.I.T.online – Innovativ

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-934997-23-3

ISBN 978-3-934997-23-3

ISSN 1615-1577

2. aktualisierte Auflage, April 2009

© Dinges & Frick GmbH, 2008 Wiesbaden

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere die des Nachdrucks und der Übersetzung.

Ohne Genehmigung des Verlages ist es nicht gestattet, dieses Werk oder Texte in einem photomechanischen oder sonstigen Reproduktionsverfahren oder unter Verwendung elektronischer Systeme zu verarbeiten, zu vervielfältigen und zu verbreiten.

Satz und Druck: Dinges & Frick GmbH, Wiesbaden

Printed in Germany

Bibliotheken im Web 2.0 Zeitalter

Herausforderungen, Perspektiven und Visionen

RONALD KAISER B.A.

Kurzfassung

Die im angloamerikanischen Raum geprägte Idee des Web 2.0 hat schnell in die Welt der Bibliotheken und Informationsinstitutionen unter dem Schlagwort Library 2.0 Einzug gefunden. Hierunter subsummieren sich neue Dienstleistungen und Webapplikationen der Bibliothek wie Blogs, Podcasts, Web-Feeds und Wikis. In Deutschland prägt sich für diese neue Dimension bibliothekarischer Angebote der Begriff Bibliothek 2.0 ein. Das Buch präsentiert den technischen Hintergrund, Arbeitsweisen einzelner Anwendungen und zeigt Wege zur Integration dieser in die Arbeit der Bibliotheken. Darüber hinaus werden innovative Entwürfe zur künftigen Gestaltung bibliothekarischer Dienstleistungen mittels Techniken des Web 2.0 vorgestellt.

Schlagwörter (SWD): Atom <Informatik>; Bibliothek; Film; Podcasting; RSS <Informatik>; Soziale Software; Web log; Wiki; World Wide Web 2.0

Schlagwörter (frei): Bibliothek 2.0

Abstract

"Web 2.0" is an Anglo-American creation which quickly found its way into libraries and information centres, known under the name of „Library 2.0. Its features are new library and web applications like blogs, podcasts, web feeds and wikis. In Germany this new dimension for library services is known as "Bibliothek 2.0. This book presents the technical background, the function of specific computer applications and explains how they can be used within libraries. Furthermore ground-breaking concepts are presented, which will influence library services in future with the help of "Web 2.0".

Subjects (LCSH): Blogs; Libraries and the Internet.; Libraries --Information technology.; Library planning.; Online social networks.; Podcasting; Wikis; World Wide Web;

Subjects (free): Library 2.0; Web feed

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	6
Abstract	6
Inhaltsverzeichnis	7
Einleitung	9
1 Der Weg zur Bibliothek 2.0	11
1.1 Die Bedeutung des Standorts im virtuellen Raum	11
1.2 Rahmendaten der Internetnutzung	15
1.2.1 Wer nutzt das Internet?	15
1.2.2 Wie erfolgt die Internetnutzung?	15
1.2.3 Nutzungsmotivation	16
1.2.4 Das Internet hat 24 Stunden geöffnet	17
1.3 Wie sich die Bibliothek von Version 1.0 auf 2.0 verändert	19
2 Definition, Technik, Anwendung, Interview	22
2.1 Blogs	22
2.1.1 Definition	22
2.1.2 Technik	22
2.1.3 Anwendung im Netz	28
2.1.4 Anwendung in Bibliotheken	29
2.1.5 Weitere Anwendungsszenarien	33
2.1.6 Experteninterview mit Jochen Dudeck, Stadtbibliothek Nordenham	34
2.2 Web-Feed	36
2.2.1 Definition	36
2.2.2 Technik	36
2.2.3 Anwendung im Netz	37
2.2.4 Anwendung in Bibliotheken	40
2.2.5 Weitere Anwendungsszenarien	43
2.2.6 Experteninterview mit Dipl.-Inform. Uwe Dierolf, Universitätsbibliothek Karlsruhe	44
2.3 Film	46
2.3.1 Definition	46
2.3.2 Produktion	46
2.3.3 Postproduktion	60
2.3.4 Vermarktung/Distribution	62
2.3.5 Experteninterview mit Marcel Brannemann AWI, Bremerhaven	64
2.4 Podcasting	66
2.4.1 Definition	66
2.4.2 Technik	67
2.4.3 Podcastproduktion	68
2.4.4 Anwendung im Netz	74
2.4.5 Anwendung in Bibliotheken	77
2.4.6 Weitere Anwendungsszenarien	78
2.4.7 Experteninterview mit Alexander Kurz, JUcast.de	79
2.5 Wikis	82
2.5.1 Definition	82
2.5.2 Technik	82

2.5.3 Anwendung im Netz	83
2.5.4 Anwendung in Bibliotheken	86
2.5.5 Weitere Anwendungsszenarien	90
2.5.6 Experteninterview Patrick Danowski, ehem. Mitglied im Vorstand von Wikimedia Deutschland e.V.	91
3 Innovative Projekte und Konzepte	95
3.1 AV-Sitze	95
3.2 Media Browser	97
3.3 Buch Automaten	99
3.4 My Room	99
3.5 Guerilla-Marketing	101
3.6 Werbe- und Informationsdisplays im öffentlichen Raum	102
3.7 Informationsmonitore in Bibliotheken	104
3.8 Service für alle Bürger und jedes Anliegen	105
4 ... und was kommt nach der Informationstechnik? (Wolfgang Ratzeck)	107
5 Zusammenfassung und Ausblick	122
Literaturverzeichnis	124
Abbildungsverzeichnis	131
Abkürzungsverzeichnis	133

Einleitung

Kaum ein anderes Medium wie das Internet hat eine so tiefe Verankerung in der modernen Gesellschaft gefunden. Nach den Anfängen des Arpanet aus dem Jahr 1969 über die Entwicklung verschiedener Dienste wie dem E-Mail Verkehr bis hin zum World Wide Web, welches von Tim Berners-Lee im Jahr 1989 entwickelt wurde. Aktuell zeichnet sich eine neue Veränderung ab. Mit dem sogenannten Web 2.0 tritt eine neue Generation von Internetdiensten an, welche versprechen, eine neue Initialzündung in der Entwicklung des Internets zu bieten.

Unter dem Begriff Web 2.0 verbirgt sich nicht wie in früheren Zeiten ein einzelner Dienst, sondern ein Sammelsurium diverser Werkzeuge, die eine interaktive und gemeinschaftliche Nutzung des Internets versprechen. Hierzu zählen Web-Feeds, Blogs, Wikis und Podcasting. Aber auch soziale Netzwerke und Folksonomies sind ein Bestandteil dieser neuen Entwicklung.

Inzwischen hat die Euphorie der neuen Internetgeneration auch auf die Bibliothekswelt übergegriffen. Die Adaption erfolgte sehr schnell im angloamerikanischen Raum unter dem Schlagwort Library 2.0. Auch in Deutschland wurde diese Entwicklung aufgegriffen. Unter dem Begriff Bibliothek 2.0 subsumieren sich die Bemühungen, die modernen Techniken des Web 2.0 auf die Welt der Informationsversorgung anzuwenden.

Auch außerhalb der Web 2.0 Euphorie haben sich neue Entwicklungen ergeben. Im Bereich der Filmproduktion haben sich mit Mini-DV und HDV Möglichkeiten eröffnet, kostengünstig hochqualitatives Filmmaterial zu erstellen. Daneben begründet das Streaming von Audio und Videomaterial neues Potenzial für die Anwendung in Bibliotheken. Auch Kommunikationsdienste sind heutzutage weit mehr als Brief und Telefon. Mit UMTS, GPRS, WLAN, Voice Over IP, Videochats und –konferenzen, SMS, Instant Messaging und Chatbots ergeben sich neue Wege, mit den Kunden in Kontakt zu treten. Im Bereich des wissenschaftlichen Publizierens zeichnet sich mit der Open-Access Bewegung ein neues Tätigkeitsfeld für Bibliotheken ab.

Nachdem in den letzten Jahren viel über die Techniken im Bibliothekswesen berichtet wurde, muss postuliert werden, dass konkrete Anwendungen in der Breite immer noch Mangelware sind. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Neben mangelnder Kenntnis der technischen Anwendungen und fehlenden personellen und monetären Ressourcen ist vor allem ein Fehlen konkreter Konzeptionen zur Integration der Technologie in die Bibliotheksarbeit festzustellen.

Im Folgenden sollen sowohl technische Aspekte beleuchtet werden als auch die Umgebung, in welcher die moderne Technologie außerhalb des Bibliothekswesens zur Anwendung kommt. In einem weiteren Schritt werden die bisherige Verwendung aufgegriffen und zukunftssträchtige Dienstleistungen skizziert. In Expertengesprächen sollen Erfahrungen

bisheriger Projekte festgehalten und Rückschlüsse kommender Entwicklungen auf das Bibliothekswesen in den Blick rücken.

Die einzelnen Werkzeuge und Technologien werden im einzelnen betrachtet und in Kontext zueinander gestellt.

1 Der Weg zur Bibliothek 2.0

1.1 Die Bedeutung des Standorts im virtuellen Raum

In marktwirtschaftlich orientierten Systemen wird im Allgemeinen angenommen, dass sich die Standortwahl an der Möglichkeit der Gewinnerzielung orientiert. Bei nicht profitorientierten Institutionen wie Bibliotheken kann angenommen werden, dass der Auftrag des Trägers in den Mittelpunkt der Standortwahl rückt. Die Zielsetzung einer Universitätsbibliothek ist sicher eine andere als die einer Öffentlichen Bibliothek.

Zu früheren Zeiten war der Standort einer Bibliothek gleichzusetzen mit dem Gebäude, den Zweigstellen oder den Haltestationen des Bücherbusses, also den physischen Präsenzzentren. Heute hat sich dies verlagert. Inzwischen ist die eigene Internetpräsenz, der Eintrag in Datenbanken von Dokumentlieferdiensten und Verbunddatenbanken zu einem wichtigen Instrument geworden, den Point of Sale zum Teil an einen neuen virtuellen Standort zu verlegen. Die Überlegungen, welche sich hieraus ergeben, sind neu. Die Informationsvermittlerrolle erhält so bisher ungeahnte Dimensionen.

Vor dem Hintergrund der Informationsflut rückt nicht nur die Informationsvermittlung, sondern auch die Wissensgenerierung, sowohl im realen als auch am virtuellen Standort, in ein anderes Licht. So nimmt der Auskunftspunkt auch im virtuellen Raum eine neue Position ein. Chat und Mailauskunft sind ebenso obligatorisch geworden wie Linklisten und Datenbankeneinstiege. Nach der Entwicklung vom „Holding“ zum „Access“ muss ein nächster logischer Schritt „Generation of knowledge“ und letztendlich „Partnership“ mit den Kunden der Bibliothek folgen.

Trotz aller neuen Zugangsmöglichkeiten bleibt die geographische Kundennähe und die Anbindung an Verkehrsströme bei der Standortbewertung ein wichtiger Faktor. Auch die geographische Konkurrenznähe bleibt eine gewichtige Einflussgröße, wird allerdings verstärkt durch eine Dienstleistungskonkurrenz abgelöst. So ist das beste Produktangebot, insbesondere bei rein virtuellen Angeboten wie Auskunft oder Dokumentlieferung, ausschlaggebend zur Kundenbindung.

Neben den bekannten Produktionsfaktoren (Boden, Arbeit, Kapital) wird inzwischen auch Wissen in der Volkswirtschaftslehre als Produktionsfaktor anerkannt. Es muss sowohl die Bildung des Personals, als auch die Verfügbarkeit von externem Wissen in diese Betrachtung mit einbezogen werden. Die Bibliothek ist Türöffner und Mittler zur Welt der Information und kann somit einen bedeutsamen Beitrag für den Standort und die Standortentwicklung von Unternehmen leisten und zwar sowohl als weicher Standortfaktor durch eine Steigerung der Lebensqualität, gleichsam aber auch als harter Faktor unter anderem in der Gene-

rierung von Wissen welches Unternehmen in neue Produkte einließen lassen können, um so ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.¹

Die regionale Bedeutung für die Wirtschaft ergibt sich nicht zuletzt aus der schnellen Informationsverfügbarkeit und kompetenten persönlichen Beratung. Ebenso können regionale Informationen zügig zugänglich gemacht werden und Ansprechpartner aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung und öffentlichem Leben Vermittlung finden. In einem nächsten Schritt ist auch die Vermittlung von Kooperationen denkbar, um so die Bibliothek zu einer Informationsbörse auszubauen. Zukünftig sollte eine Unterscheidung nach Wissenschaftlichen und Öffentlichen Bibliotheken bei der Unterstützung der Wirtschaft nicht mehr gegeben sein. Teilweise wurde dieser Gedanke schon in den bibliothekarischen Studiengängen vollzogen, indem eine Trennung nach ÖB und WB aufgehoben worden ist.

Die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitnehmern ist in vielen Branchen unabdingbar geworden. Auch hier können Bibliotheken einen wichtigen Beitrag leisten, um durch die Unterstützung von lebenslangem Lernen Schlüsselqualifikationen für das Berufsleben zu stärken. Hier müssen neue Konzepte in die Bibliotheksarbeit in Deutschland einfließen. So haben die so genannten „Idea Stores“ in London in diesem Feld Maßstäbe gesetzt. In diesen völlig neu gestalteten Bibliotheken ist das Konzept der hierzulande bekannten Volkshochschulen mit integriert worden. Neben den bekannten Bibliotheksangeboten wurde durch die großzügige Erweiterung um Schulungsräume ein attraktives Angebot geschaffen. Computergestützte Lernangebote nehmen einen breiten Raum ein.²

¹ Vgl. Hunecke, Heike: Produktionsfaktor Wissen. Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Wissen und Standort von Unternehmen. In: Aachener Reihe Mensch und Technik. 45. 1. Aufl. Aachen: Mainz, 2003

² Tower Hamlets Borough Council: Idea Store.- URL: <http://www.ideastore.co.uk/>, Letzter Zugriff: 05.04.2008



Abbildung 1: Schulungsraum im Idea Store Whitechapel, London ^{3,4} (Kaiser, Ronald)

Die Förderung der Integration von Migranten stellt eine weitere Herausforderung für das Bibliothekswesen dar. Insbesondere Stadtteilbibliotheken in Großstädten kennen diese Fragestellung schon lange. Aber auch kleinere Einrichtungen müssen sich fragen lassen, was sie auf diesem für die Gesellschaft bedeutendem Feld tun. Die Spannweite reicht von der Übersetzung der Bibliothekseinführung und der Internetangebote in mehrere Sprachen bis hin zur Betreuung Jugendlicher durch speziell ausgebildete Sozialarbeiter.

Die *medien@age* in Dresden ist hier beispielgebend. Der JugendInfoService wird hier als eine Außenstelle des Dresdener Jugendamtes betrieben. ⁵

³ Ebenda

⁴ Aufnahme entstand im Rahmen einer selbst organisierten Exkursion zur britischen Bibliothekslandschaft

⁵ Städtische Bibliotheken Dresden: Medienetage Dresden.- URL: <http://www.medienetage-dresden.de/>, Letzter Zugriff: 25.05.2008



Abbildung 2: Blick in die Bibliothek medien@age, Dresden (Kaiser, Ronald)^{6,7}

Diese Beispiele zeigen, dass es sich lohnt, die Bibliothek zunehmend als wichtigen Standortfaktor sowohl real als auch im virtuellen Raum zu begreifen und die Dienste von qualifizierten Fachkräften ausüben zu lassen.

⁶ Entstanden im Rahmen einer Exkursion zum Bibliothekartag 2006

⁷ Ebenda

1.2 Rahmendaten der Internetnutzung

1.2.1 Wer nutzt das Internet?

Insbesondere jüngere Nutzergruppen von 14 – 39 Jahren haben heutzutage das Internet zu einem hohen Grad in ihr Alltagsleben integriert. So ist es auch nicht verwunderlich zu sehen, dass in diesen Altersstufen eine große Verbreitung des Mediums eingetreten ist. Ältere Bevölkerungsschichten wurden mit der rasanten Entwicklung des Internets innerhalb der letzten zehn Jahre sehr stark durch dessen Einsatz im Berufsleben geprägt. Sie erlernten die nötigen „Computerskills“ im starken Maße durch den Druck der Arbeitswelt in diese Richtung. Bereits aus dem Berufsleben ausgeschiedene Personen verspürten diesen nicht und stellen daher auch heute noch eine zwar wachsende, aber immer noch im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung geringe Gruppe der Internetnutzer dar. Auch die technischen Hürden, teilweise schlechte Usability und das nicht immer barrierefrei gestaltete Internet mit seinen Diensten, sind hier als Argumente anzuführen. Durch die immer größere Notwendigkeit, das Medium Internet für die Realisierung seiner eigenen Interessen und Bedürfnisse nutzen zu müssen, ist zu erwarten, dass ältere Bevölkerungsschichten, hierbei insbesondere Senioren, das Internet noch stärker nutzen werden.⁸ Hier eröffnen sich für Schulungen im Rahmen von „Teaching Library“ und begleitetes Interneterkunden Betätigungsfelder für Bibliotheken.

1.2.2 Wie erfolgt die Internetnutzung?

Die Nutzungsintensität von Internetangeboten ist nach wie vor geschlechtsspezifisch unterschiedlich. Besonders stechen die Nutzungsaspekte im technischen Bereich ins Auge. So nutzen Männer die Angebote zum Download von Software und Programmupdates überproportional stark. Auch das Herunterladen von Musik nimmt bei Männern größeren Stellenwert als bei den Frauen ein. Nahezu gleich hingegen sind die Nutzungsgewohnheiten bei kommunikativen Angeboten. So hat die Kommunikation über E-Mail und die Nutzung von Chats in den unterschiedlichen Formen bei beiden Geschlechtern den gleichen Stellenwert. Längerfristig ist zu erwarten, dass sich der Trend bei Musikangeboten anpassen wird. Ob die Nutzung von kostenlosen Programmen weiterhin eine Domäne des männlichen Geschlechts bleiben wird, kann aus der Erfahrung heraus angenommen werden.

Was die genutzten Inhalte und Anwendungen im Online-Bereich angeht, ist es durchaus möglich, zwischen zwei großen Bereichen zu unterscheiden (Siehe ARD/ZDF-Online-Studie zur Nutzung von Online-Anwendungen).⁹

⁸ Vgl. Van Eimeren, Birgit; Frees, Beate: ARD/ZDF-Online-Studie 2005. Nach dem Boom: Größter Zuwachs in internetfernen Gruppen. In: Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegegesellschaften, Hrsg.(2005): Media Perspektiven 2005. Frankfurt/Main: Arbeitsgem., 362-379.
URL: <http://www.daserste.de/service/ardon105.pdf>, Letzter Zugriff: 12.05.2008

⁹ Ebenda

Zum einen Angebote, die einen Großteil der Nutzer ansprechen und von diesen auch entsprechend genutzt werden und zum anderen Spezialangebote, welche auf einzelne Zielgruppen ausgerichtet sind und dementsprechend in geringerem Maße nachgefragt werden. Zum ersten Bereich zählen mit großem Abstand Instrumente zur Kommunikation. Die E-Mail steht hier unangefochten an der Spitze der beliebtesten Netzangebote. Diese Tatsache wird nicht nur durch die Zahlen der ARD/ZDF-Online-Studie bestätigt, sondern auch von weiteren Studien.¹⁰ Danach folgen die Punkte „Zielgerichtete Suche nach Angeboten“ und das einfache „Surfen“ im Internet fast gleichauf. Auch das Homebanking spielt eine immer zentralere Rolle.

Danach folgen Tätigkeiten wie der Download von Dateien (legal oder illegal), Onlineauktionen, die Nutzung von Gesprächsforen und Chats oder das Bestellen von Produkten über Internetanbieter. Multimediaanwendungen wie Spiele, Internetradio oder Internet-Fernsehen bilden zusammen auch noch einen großen Bereich an spezialisierten Angeboten. Diese werden nicht von allen Online-Nutzern in gleichem Maße oder überhaupt genutzt und sind angepasst an die einzelnen Zielgruppen. Musikdownloads und Webradios sprechen sicherlich stärker jüngere Menschen an, als die Möglichkeit Routen zu planen.¹¹

1.2.3 Nutzungsmotivation

Natürlich sind die Gründe für die Nutzung und die Motivation sehr individuell. Es soll aber trotzdem versucht werden, im Nachfolgenden einige markante Punkte darzulegen, ohne einen Anspruch auf Vollständigkeit erheben zu wollen. Einer der Hauptgründe für die Nutzung des Internets liegt in der Arbeitsvereinfachung bzw. Bequemlichkeit. Durch die Möglichkeiten des Internets lassen sich auf einfache und zeiteffiziente Weise Formulare ausfüllen, Geschäftsvorgänge abwickeln, Informationen zügig auffinden oder Unterhaltungsangebote erschließen. Diese schnelle und unkomplizierte Befriedigung von Bedürfnissen, insbesondere des Informationsbedürfnisses, ist als sehr wichtiger Grund für die Nutzung des Mediums zu betrachten. Die Kommunikationswege verlagern sich immer stärker auf den elektronischen Weg. E-Mail-Nutzung ist in vielen gesellschaftlichen Gruppen, insbesondere zwischen jüngeren Personen, zum bevorzugten Kommunikationsmittel geworden. Die Organisation in Sozialen Netzwerken (z.B. StudiVZ oder Flirtportalen etc.) verstärkt diesen Effekt. Selbst das bisher ebenfalls als Kommunikationsmittel stark genutzte Telefon bekommt schon heute durch Voice-over-IP, z.B. mit Programmen wie Skype, Konkurrenz. Auch die Möglichkeiten des Austausches über Chats oder Instant-Messenger sind wichtige Kommunikationsinstrumente im Internetzeitalter.

¹⁰ Vgl. Petzold, Matthias: E-Mail-Kommunikation.-
URL: <http://www.uni-koeln.de/ewfak/psycho/Petzold/referate/schroeder.pdf>, Letzter Zugriff: 12.04.2008

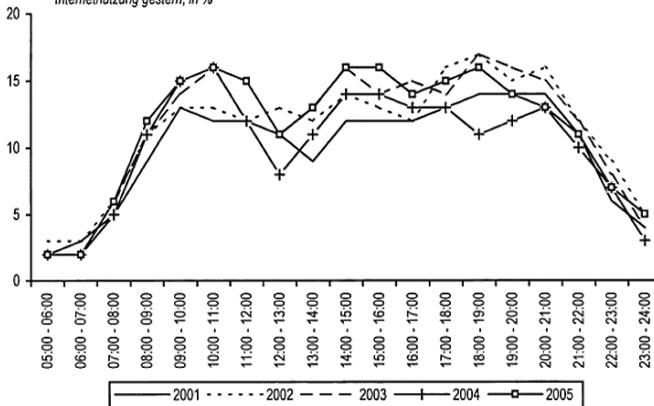
¹¹ Vgl. TNS Infratest Forschung GmbH: Monitoring Informationswirtschaft. 9. Faktenbericht 2006, München: TNS Infratest.-
URL: http://www2.tns-infratest.com/06_BI/bmwa/infrasearchreg/reg9.asp?dfile=FB9_Vollversion_de.pdf, Letzter Zugriff: 12.04.2008

Des Weiteren zählt das Internet inzwischen zu einem gesellschaftlichen Allgemeingut. Durch die starke Verbreitung in der Bevölkerung können sich immer weniger Personen dem Reiz der Nutzung entziehen. Wer das Internet nicht nutzt, stößt immer mehr auf mangelnde gesellschaftliche Akzeptanz. Dieser Wandel trägt dazu bei, dass die Nutzung des Mediums Internet einen wichtigen Stellenwert in unserer Gesellschaft einnimmt. Inzwischen hat sich der Weg zur Abwicklung von Geschäften weg vom Papier, hin zu den elektronischen Wegen verlagert. Durch die Abwicklung über das Internet werden häufig Preisermäßigungen gewährt.

Vielfach werden auch Offline-Informationsangebote vollständig durch elektronische Angebote ersetzt. Wer also nicht von der Informationsgesellschaft abgekoppelt werden möchte, ist darauf angewiesen, das Internet zu nutzen. Hierdurch kommt das Argument des Zwangs immer stärker in den Raum.

1.2.4 Das Internet hat 24 Stunden geöffnet

Abb. 1 Onlinenutzung im Tagesverlauf 2001 bis 2005
Internetnutzung gestern, in %



Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahre in Deutschland (2005: n=1 075, 2004: 1 002, 2003: n=1 046, 2002: n=1 011, 2001: n=1 001).

Abbildung 3: Onlinenutzung im Tagesverlauf (ARD/ZDF-Online-Studie 2005)¹²

Die Entwicklung der Onlinenutzung im Tagesverlauf ist im Vergleich der Erhebungen relativ stabil. So lässt sich ein festes Muster ablesen, welches im Nachfolgenden Erläuterung findet.

Ab 8:00 Uhr zeigt sich ein erster starker Anstieg. Dieser steht mit dem Beginn der Arbeit in Unternehmen bzw. dem Start des Schulunterrichts in Zusammenhang. Am Vormittag

¹² Ebenda

nehmen insbesondere Berufstätige von ihrem Arbeitsplatz aus den Hauptteil der Internetnutzer ein. Gegen Mittag zeigt sich ein erster Einbruch, der auf den Pausenzeiten in den Unternehmen und auf dem Schulende basiert. Der Nachmittag zeichnet sich durch verstärkte Nutzung des Internets durch Schüler aus. Gegen 17:00 Uhr ist ein weiterer kleiner Einbruch zu sehen, der durch das Arbeitsende gekennzeichnet ist. Allerdings zeigt sich dieser nicht so deutlich, da gleichzeitig die private Internetnutzung zunimmt, welche gegen 20:00 Uhr ihren Höhepunkt findet und dann stark bis Mitternacht abfällt.

Es ist auch bei zukünftigen Erhebungen auf diesem Gebiet nicht mit großen Veränderungen zu rechnen. Eine relevante Einflussgröße könnten die sich verändernden Ladenöffnungszeiten einnehmen.¹³

¹³ Kapitel 1.1 – 1.2 Überarbeitete Fassung. Erscheint zugleich: Standortfaktor Information – Wie das Internet-Zeitalter Stakeholder verändert. In: Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung durch Informationsdienstleistungen. Das unterschätzte Potenzial von Bibliotheken Wolfgang Ratzek/Elisabeth Simon (Hrsg.) Berlin: Simon, 2008

1.3 Wie sich die Bibliothek von Version 1.0 auf 2.0 verändert

In einer durchgeführten Gruppendiskussion¹⁴ mit fünf Studenten des Bibliothekswesens wurde auf die Frage: „Wo sehen Sie Probleme hinsichtlich der Bibliotheksnutzung, die Sie aus den Erfahrungen Ihrer Praktika gewinnen konnten?“ hin folgende Punkte genannt:

- Die Einstiegshürden zur Nutzung von Bibliotheken sind zu hoch.
- Die gewünschten Informationen sind für die Kunden nicht zu finden oder verfügbar.
- Kunden verlieren das Interesse an der Bibliotheksnutzung durch ein wachsendes Medienangebot.
- Konkurrenzangebote haben sich im Bereich der Neuen Medien etabliert.
- Bibliotheken bieten nicht die Dienstleistungen, welche die Nutzer möchten.
- Zögerliche Anwendung von modernen Technologien.
- Bibliotheken sind nicht in der Lage, bestehende Dienstleistungen zu verändern.
- Technikfeindlichkeit innerhalb von Bibliotheken.
- Bibliotheken sind nicht mehr die erste Wahl, um Informationen zu erhalten.
- Restriktive Handhabung bei der Vergabe von WLAN Zugängen an Nutzern.
- Bibliotheken bewegen sich mit ihrer Arbeit außerhalb des Lebensumfelds potenzieller Nutzer.
- Image einer „verstaubten“ Institution.
- Die Möglichkeiten, welche die Bibliotheksnutzung bietet, sind den Nutzern unbekannt.

Diese Befragung zeigt im Ausschnitt, mit welchen Herausforderungen das Bibliothekswesen konfrontiert sein wird. Neben Mentalitätsfragen treten Aspekte der Reichweitenwirkung und Dienstleistungsentwicklung in den Blick. Wie muss sich also eine moderne Bibliothek positionieren, um im Wettbewerb bestehen zu können? Ein wichtiger Punkt wird es sein, die Partizipation des Kunden zu ermöglichen und als Bindungselement zu begreifen.

Zukünftig wird es für die Nutzer immer weniger relevant, über welches Medium sie ihre Informationen beziehen. Es zeichnet sich ab, dass der Weg des geringsten Aufwands für den Kunden mehr und mehr Zuspruch gewinnen wird. Hier liegt zum einen ein Problem, da der physische Zustrom von Kunden hierdurch abnimmt, aber zugleich auch eine große Chance. Informationskompetenz und Fähigkeiten aus vorliegenden Informationen Wissen zu generieren sind eine ureigenste Kernkompetenz von Bibliotheken. Nun gilt es, diese an die Kunden zu vermitteln und Anlässe zu schaffen, die Bibliothek auch weiterhin zu besuchen und hierbei zugleich das Leistungsspektrum aufzuzeigen.

¹⁴ Die Gruppendiskussion wurde am 02.04.2008 an der Hochschule der Medien im Rahmen dieser Arbeit durchgeführt.

Die Veränderungen müssen sich ferner in der Aus- und Weiterbildung niederschlagen. Neuartige Dienstleistungen verlangen zunehmende IKT Kompetenz. Hierbei ist es nicht unbedingt notwendig, alle technischen Details in Erfahrung zu bringen, sondern die Wirkmechanismen und Kundenwirkung beurteilen zu können.

Der Lebenszyklus moderner technikgestützter Dienstleistungen wird wesentlich kürzer sein als Anwendungen aus dem Bibliothek 1.0 Zeitalter. Der permanente technologische Wandel wird sich in kurzlebigen Produkten niederschlagen, welche besondere Anforderungen an die laufende Aktualisierung, Skalierbarkeit und Datenmigration stellen. Kunden und Bibliotheken werden damit konfrontiert, dass neue Anwendungen aus dem Web 2.0 sich in einem fortlaufenden Beta Stadium(Perpetual beta) befinden.

Vernetzte Anwendungen erfordern ein neues Maß an Koordination und Kooperation. Viele Dienstleistungen werden sich nur erzielen lassen, wenn sowohl lokale als auch nationale Ressourcen Einbindung finden. Es gilt den Datenschatz der Bibliotheken zu heben und einheitliche Systeme zu schaffen um Nutzern den Zugang zu eröffnen. In diesem Zusammenhang muss auch geprüft werden, inwieweit eine weitere Zentralisierung von bibliothekarischen Dienstleistungen und eine Vereinheitlichung von Prozessen sowohl in technischer Hinsicht, zum Beispiel mittels EDI, als auch bei personengebundenen Prozessen sinnvoll ist.

Nicht zuletzt muss ein neuer Geist der Kundenorientierung in Bibliotheken Einzug halten. Der Kunde ist als Partner zu verstehen, um so bestehende Dienstleistungen zu justieren, oder Neuentwicklungen voranzutreiben.

Der Begriff Bibliothek 2.0 basiert somit nicht nur auf einzelnen Technologien oder Dienstleistungen. Er steht inzwischen vielmehr für eine Bewegung in Bibliotheken auf die Herausforderungen der Zeit zu reagieren und diese mit kreativen Ideen in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

Auch der Bibliothekar muss sich wandeln und die Entwicklungen der Bibliothek 2.0 aufgreifen und in die tägliche Arbeit einbinden. Eine erste Hilfe zur Selbsthilfe bietet das Online Lernprogramm „13 Dinge - Ein Selbstlernkurs für Bibliothekswesen“¹⁵.

Stephan Abram, Präsident der Special Libraries Association und einer der führenden Vordenker auf dem Gebiet der Anwendung moderner Technologien in Bibliotheken stellt in Bezug auf den Bibliothekar 2.0 folgende Thesen auf:

„Der Bibliothekar 2.0 strebt danach:

- Die Kraft des Web 2.0 und seiner Chancen zu verstehen
- Lernt den Umgang mit den wichtigsten Werkzeuge von Web 2.0 und Library 2.0
- Kombiniert elektronische Ressourcen und gedruckte Medien nahtlos

¹⁵ Hauschke, Christian; Stabenau, Edlef: Über die 13 Dinge.- URL: <http://13dinge.wordpress.com/>,
Letzter Zugriff: 31.03.2009.

- Nimmt Container und Formate nicht wahr
- Ist unabhängig von Endgeräten und benutzt und liefert für alles von Laptops zu PDAs zu iPods
- Entwickelt zielgerichtete föderierte Suche und nimmt OpenURL als Standard an
- Verbindet Menschen und Technologie und Information im Kontext
- Scheut sich nicht vor nicht-traditionellem Katalogisieren und Klassifizieren und wählt dort, wo es angebracht ist, Tagging, Tag Clouds, Folksonomies und von Nutzern erstellte Inhaltsbeschreibungen und Klassifizierungen
- Begrüßt und umarmt nicht-textuelle Information und die Kraft von Bildern, bewegten Bildern, Ansichten und Klängen
- Versteht Nachhaltigkeit (the "long tail") und setzt die Kraft von altem und neuem Content wirkungsvoll ein
- Erkennt das Potential der Benutzung von Contentquellen wie Open Content Alliance, Google Books Search und OpenWorldCat
- Verbindet Benutzer mit Experten in Diskussionen, Konversation und praktischer Anwendung und nimmt selbst daran teil
- Benutzt die neusten Werkzeuge für die Kommunikation (zum Beispiel Skype), um Content, Expertise, Informations-Coaching und Menschen zusammenzubringen
- Benutzt und entwickelt fortgeschrittene soziale Netzwerke zum Vorteil der Einrichtung
- Erlaubt die Kontaktaufnahme über jedes Kommunikationsmittel der Wahl des Benutzers - Telefon, Skype, IM, SMS, texting, email, VRS u.s.w.
- Ermuntert und fördert von Benutzern erstellte Metadaten und von Benutzern erstellte Inhalte und Kommentare
- Extrahiert Benutzungsdaten, um daraus Schlüsse über das Verhalten der Benutzer zu gewinnen
- Versteht die Weisheit von Gruppen und die daraus entstehenden Rollen und Einflüsse der Blogosphäre, der Web Syndicasphäre und der Wikisphäre.¹⁶

¹⁶ Münch, Vera: Herkömmliche Bibliotheken sind tot. In: BIT-online 11(2008)1, S. 69-77

2 Definition, Technik, Anwendung, Interview

Nachfolgend werden ausgewählte Anwendungen sowohl in der technischen Dimension, als auch in Hinblick auf die Umsetzung für Bibliotheken vorgestellt. Experteninterviews runden die Darstellung ab.

2.1 Blogs

2.1.1 Definition

“A blog is a user-generated website on which the writers (bloggers) enter their remarks in journal style, which then appear in reverse chronological order. Blogs often provide commentary or news on a particular subject, such as food, politics, or local news, although some function as more personal online diaries. Like Oh! Gizmo, many blogs also invite readers to comment on the content, including comments about other readers’ to comments. A typical blog combines text, images, and links to other blogs, Web pages, and other media related to its topic. The vast majority are primarily text, although some focus on photographs (photo-blog), video (vlog), or audio(podcasting[...]), and are part of a wider network of social media.”¹⁷

2.1.2 Technik

Zur Realisierung eines Blogs bieten sich zwei Varianten an. Vorkonfigurierte Blogs werden von verschiedenen Providern wie z.B. der 1&1 Internet AG¹⁸ oder STRATO AG¹⁹ direkt angeboten. Besonders einfach erweist sich hier die Zuordnung einer Domain zu einem Blogangebot. Weiterhin haben sich einige Anbieter eigens auf das Bloghosting spezialisiert. Zu ihnen zählen die Google Inc. mit <https://www.blogger.com>²⁰ und die mokono GmbH welche <http://www.blog.de>²¹ betreibt.

Soweit der Blog in einer bereits vorhandenen Systemumgebung betrieben werden soll, ist in der Regel die Installation der Skriptsprache PHP auf dem Server notwendig, sowie der Zugang zu einer MySQL Datenbank. Eine breite Übersicht verschiedener Webblogsoftware-systeme und deren Leistungsmerkmale ist im Blog von Owen Winkler²² zusammengefasst.

¹⁷ Weber, Larry: Marketing to the Social Web : How Digital Customer Communities Build Your Business. 1. Aufl. New York NY: Wiley, J 2007, S 168-169

¹⁸ 1&1 Internet AG.- URL: <http://www.1und1.de/>, Letzter Zugriff: 14.03.2008

¹⁹ STRATO AG.- URL: <http://www.strato.de/>, Letzter Zugriff: 14.03.2008

²⁰ Google Inc.: Blogger.- URL: <https://www.blogger.com/>, Letzter Zugriff: 14.03.2008

²¹ mokono GmbH: blog.de.- URL: <http://www.blog.de/>, Letzter Zugriff: 15.02.2008

²² Winkler, Owen: Blog Software Breakdown.- URL: <http://asymptomatic.net/blogbreakdown.htm>, Letzter Zugriff: 12.01.2009

Sehr beliebt ist das Open Source System Wordpress,²³ welches in der Deutschen Blogosphäre im Februar 2008 einen Marktanteil von 24 % errang.²⁴



Abbildung 4: Front-End einer WordPress Demo Seite (Screenshot)²⁵

Blogs weisen einige spezifische Funktionen und Wesensmerkmale auf:

Permalinks

Permalinks in Blogs werden nach uneinheitlichen Regeln durch die unterschiedlichen Blogsoftwaresysteme generiert. In der Praxis findet sich neben einer einfachen alphanumerischen Identifikationsnummer eine Fixierung über Zeitstempel oder Beitragstitel bzw. eine Kombination der verschiedenen Varianten siehe Beispiel:

<http://log.netbib.de/archives/2008/02/21/digital-literatur/>

Empfehlenswert für die Verzeichnung in Suchmaschinen ist es, auf „sprechende“ Permalinks der einzelnen Beiträge zu achten, in welchen der Titel der erstellten Artikel berücksichtigt wird.

²³ Schmitz, Olaf A.: WordPress Deutschland.- URL: <http://wordpress-deutschland.org/>, Letzter Zugriff: 20.03.2008

²⁴ Olbertz, Dirk; Schröder, Jens: blogcensus-report februar 2008.- URL: <http://blog.blogcensus.de/2008/02/29/blogcensus-report-februar-2008/>, Letzter Zugriff: 20.05.2008

²⁵ WordPress.- URL: <http://wordpress.org/>, Letzter Zugriff: 20.03.2008

Ebenfalls werden Permalinks in Atom und RSS Feeds verwendet, um auf die einzelnen Beiträge zu referenzieren.

Ein wesentlicher Unterschied zu früheren blogähnlichen Publikationswegen im Internet wie Newsgroups, Foren und Mailinglisten ist die Nutzung von Feeds, um neue Beiträge formalisiert an Interessenten zur Verfügung zu stellen. Diese können durch ein Abonnement aller für ihren Interessenschwerpunkt relevanten Blogs sich ein Bild über die aktuellen Publikationen erwerben.

Kommentare

Kommentare geben den Nutzern die direkte Möglichkeit, Beiträge mit zusätzlichen Informationen zu bereichern und in Interaktion mit dem Contentanbieter zu treten. Die Kommentarfunktion stellt einen entscheidenden Mehrwert gegenüber den Publikationsweg von Nachrichten in News Form auf Webseiten dar. Die letzten Kommentare zu Beiträgen sind vielfach in einem Seitenelement eingebettet.

In einschlägigen Fachmedien ist von Urteilen bezüglich der Haftung der Foren/Blog Betreiber für die eingestellten Beiträge zu hören. Das Telemediengesetz (TMG) besagt hierzu in § 7 Allgemeine Grundsätze:

„(1) Diensteanbieter sind für eigene Informationen, die sie zur Nutzung bereithalten, nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich.

(2) Diensteanbieter im Sinne der §§ 8 bis 10 sind nicht verpflichtet, die von ihnen übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Verpflichtungen zur Entfernung oder Sperrung der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben auch im Falle der Nichtverantwortlichkeit des Diensteanbieters nach den §§ 8 bis 10 unberührt. Das Fernmeldegeheimnis nach § 88 des Telekommunikationsgesetzes ist zu wahren.“²⁶

Trotz dieser auf den ersten Blick eindeutigen Regelung und der geringeren Wahrscheinlichkeit, dass bibliothekarische Angebote betroffen sein könnten, ist trotzdem zu empfehlen, soweit möglich eine Einzelfreigabe der Beiträge vorzunehmen und auf jeden Fall umgehend auf eingehende Informationen bezüglich rechtswidriger Einträge zu reagieren.

Blogroll

Als Blogroll wird ein Blogseitenelement bezeichnet. Dieses beinhaltet eine Liste von Links, mit denen der Autor eines Blogs auf inhaltsverwandte Blogs verweist. Soweit vorhanden, wird auch die Internetseite des Autors in der Regel angeführt.

²⁶ Bundesministerium der Justiz: Telemediengesetz.-
URL: <http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/tmg/gesamt.pdf>, Letzter Zugriff: 15.03.2008

Impressum

Um Problemen der Anbieterkennzeichnungspflicht nach Paragraph 5 des TMG zu entgehen, sollte jeder Blog ein deutlich sichtbares Impressum tragen.

WYSIWYG

Durch den Einsatz von WYSIWYG (What You See Is What You Get) Editoren zur Gestaltung von Blogs erleichtert sich wesentlich die Erstellung von Blogbeiträgen. Das Prinzip des WYSIWYG besagt, dass die vorgenommenen Formatierungen, die während der Erstellung vorgenommen wurden, später in gleicher Weise im publizierten Beitrag erscheinen.

Diese Editoren ermöglichen es den Nutzern ohne vorherige Kenntnis von Programmier- oder Auszeichnungssprachen Beiträge zu erstellen.

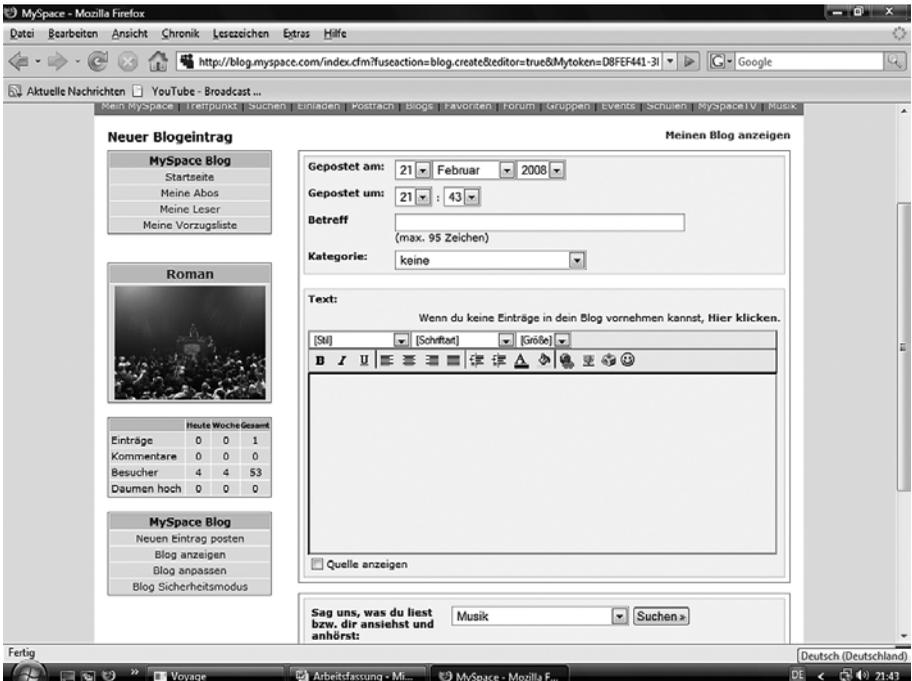


Abbildung 5: WYSIWYG Editor eines MySpace Blogs (Screenshot)²⁷

²⁷ Vgl. Fox Interactive Media Germany GmbH.- MySpace Deutschland.- URL: <http://www.myspace.com/>,
Letzter Zugriff: 20.04.2008

Bewertung

Eine Möglichkeit, ein direktes Feedback für einzelne Beiträge zu erhalten, ist es, den Nutzern den Rückmeldekanal über eine Bewertung zu eröffnen. Die Spannweite reicht von einfachen Daumen Hoch/Runter über Skalenbewertungen bis hin zu Smiley Symbolen und weiteren Varianten.

Kategorien

Die Einordnung unterschiedlicher Blogbeiträge in Kategorien erleichtert den Blognutzern den thematischen Zugang und trägt zur inhaltlichen Gliederung des Blogs entschieden bei.

Ähnliche Beiträge

In dieser Rubrik wird der letzter Beitrag in derselben Kategorie angezeigt oder ein nach Textanalyseverfahren ermittelter ähnlicher Artikel.

Trackback/Pingback

Die Trackback Funktionalität ermöglicht es den Bloggern zu ersehen, ob auf ihren Beitrag in anderen Blogs eine Bezugnahme erfolgt. Allgemein ist es üblich, dass Trackbacks lediglich dann eingerichtet werden, wenn im betreffenden Artikel eine Verweisung auf den Quellartikel besteht.

Die Trackbacks zum jeweiligen Beitrag sind zusammen mit Kommentaren am Ende eines jeden Beitrags aufgelistet.

Trackbacks werden manuell gesetzt. Die automatisierte Variante wird als Pingback bezeichnet. Hierbei ist es nicht mehr notwendig, auf alle Bezug nehmenden Blogs einzeln einen Trackback zu setzen, sondern die Blogsoftware übernimmt diese Aufgabe automatisch beim Publizieren des Beitrags, soweit dies von beiden Softwareprodukten unterstützt wird.

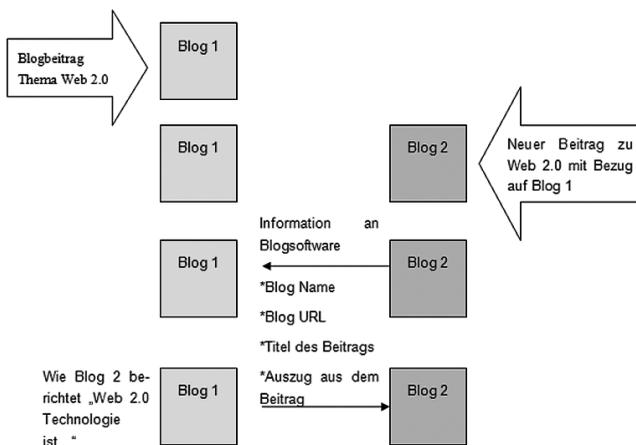


Abbildung 6: Funktionsweise von Trackbacks (Eigene Darstellung)

Die Verbindung aller Blogs und der gegenseitige referenzielle Bezug führt zur sogenannten Blogosphäre. Hinter der Blogosphäre steht somit auch der Gedanke eines sozialen Netzwerks.

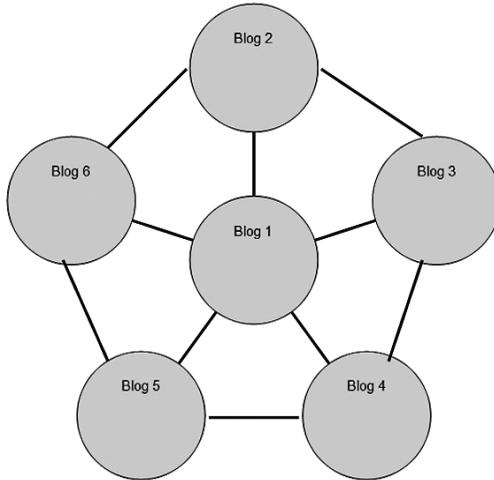


Abbildung 7: Referenzieller Bezug einzelner Blogs durch Trackback/Pingbacks (Eigene Darstellung)

Dieser gegenseitige Bezug wirkt befruchtend auf den Austausch von Informationen sowohl über inhaltliche Themen hinweg, aber auch Ländergrenzen hinaus. Die bidirektionale Kommunikation mittels Trackback/Pingbacks wirkt befruchtend auf den Wissensstand aller Produzenten und Rezipienten von Blogs.

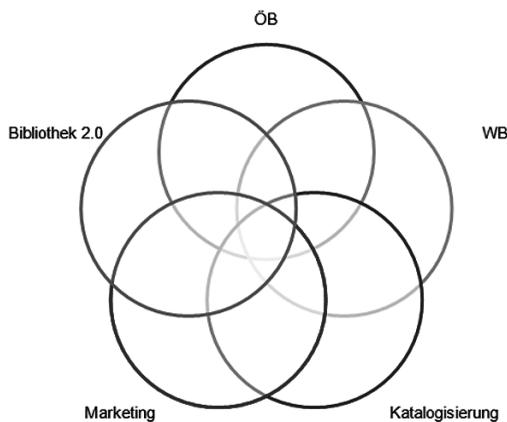


Abbildung 8: Schematische Abbildung einzelner Einflussphären aus inhaltlicher Sicht (Eigene Darstellung)

2.1.3 Anwendung im Netz

Die Blognutzung im Netz ist heterogen. Die Spannweite reicht vom persönlich genutzten Tagebuch über vielfältige themenspezifische Blogs bis hin zur virtuellen Fachzeitschrift, an welcher viele Autoren beteiligt sind. Eine Sonderform nehmen die „Watchblogs“ ein, welche die Berichterstattung anderer Medien kommentieren und auf Richtigkeit und Vollständigkeit kontrollieren. Zu den bekanntesten Blogs dieser Art zählt das BILDblog²⁸ in Deutschland.

Nicht nur Privatpersonen haben den Trend des Blogging erkannt. Auch Unternehmen nutzen über die sog. „Corporate Blogs“ die Potenziale des Bloggens.

News-Blog

Newsblogs übernehmen die bereits von Webseiten bekannte Funktionalität, über alle Neuerungen einer Einrichtung zu berichten. Der Vorteil, dies in Blogform und nicht wie bisher auf der Unternehmenswebseite umzusetzen, liegt in der Abonmierbarkeit der Neuerungen in Form von Web-Feeds durch die Nutzer sowie im direkten Rücklaufkanal für das Unternehmen über die Kommentarfunktion. Die Vernetzung der Nachrichten ermöglicht die weite Verbreitung in der Blogosphäre.

Knowledge-Blog

In diesen, zumeist nur intern zum Wissensmanagement genutzten Blogs, wird versucht, das Wissen einzelner Mitarbeiter nutzbar zu machen und mit dem der Kollegen zu vernetzen. Insbesondere über die Kommentar- und Trackbackfunktion lassen sich neue Erkenntnisse gewinnen und Informationen auch über unterschiedliche Organisationsstufen hinweg verknüpfen.

Kampagnen-Blog

Zur Förderung von PR Kampagnen oder der schnellen Berichterstattung von Events wird gerne auch auf Blogs zurückgegriffen. Besonders intensiv kommt diese Art der Berichterstattung vor Wahlen zum Einsatz. Der Vorteil von Blogs besteht insbesondere in der Möglichkeit einer zeitnahen Berichterstattung, da die Aktualisierung von Blogs auch mittels mobiler Endgeräte möglich ist.

Service-Blog

Mit Hilfe von Service-Blogs wird versucht, Kundenanfragen zu beantworten und den Aufwand in der Kundenbetreuung zu reduzieren. Weiterhin werden häufig zusätzliche Produktinformationen gegeben und Hinweise auf Verbesserungspotentiale von Produkten seitens der Unternehmen aufgegriffen.

²⁸ Niggemeier, Stefan; Schultheis, Christoph: BILDblog.- URL: <http://www.bildblog.de/>, Letzter Zugriff: 13.03.2008

Produkt- und Marken-Blog

Sehr artverwandt mit den Serviceblogs sind die Produktblogs. Den Schwerpunkt bildet die Berichterstattung über einzelne Angebote des Unternehmens und deren Fortentwicklung. Der Schwerpunkt liegt deutlich mehr auf werblichen Aspekten und nicht in der Unterstützung der Kunden.

Projekt-Blog

Bei Projektblogs werden in der Regel alle am Projekt Beteiligten zum Bloggen frei geschaltet, um sich gegenseitig mit aktuellen Projektneuigkeiten zu versorgen und aufkommende Probleme frühzeitig zu erkennen. Auch kann das Blog zur Außendarstellung und Kommunikation aktueller Projektfortschritte Nutzung finden, um so die Fachwelt mit einzubinden und Anregungen aufzugreifen.

Executive-Blog

Insbesondere in größeren Unternehmen finden sich Blogger in der Chefetage, welche an die Mitarbeiter und Investoren gewandt über aktuelle Entwicklungen im Unternehmen berichten.

Um die diversen Blogangebote finden zu können, bedienen sich die Nutzer einschlägiger spezialisierter Suchmaschinen. Neben der Blogsuche von Google <http://blogsearch.google.de/>²⁹ zählen hierzu insbesondere <http://technorati.com/weblog/>³⁰ und <http://www.bloglines.com/>³¹.

2.1.4 Anwendung in Bibliotheken

Auch in Bibliotheken sind Weblogs in Anwendung. Sie berichten über das breite Spektrum der Bibliothekswelt. Neben bibliothekswissenschaftlichen Aspekten und Berichten einzelner Fachinstitutionen des Bibliothekswesens haben auch die Bibliotheken den Nutzen der Blogs für Ihre Kunden erkannt.

Einen ersten Überblick über die angebotenen Blogs bieten die Einträge im LISWiki.^{32,33} Und dem Blogging Libraries Wiki.³⁴

²⁹ Google Inc.: Google Blog-Suche.- URL: <http://blogsearch.google.de/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

³⁰ Technorati, Inc.: Technorati Front Page.- URL: <http://technorati.com/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

³¹ IAC Search & Media: Bloglines.- URL: <http://www.bloglines.com/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

³² LISWiki. Artikel Weblogs.- Bearbeitungsstand: 22. Mai 2008, 23:10 UTC.

URL: <http://liswiki.org/w/index.php?title=Weblogs&oldid=16771> (Abgerufen: 25. Mai 2008, 16:12 UTC)

³³ LISWiki. Artikel Weblogs - Non-English.- Bearbeitungsstand: 15. Mai 2008, 08:51 UTC.

URL: http://liswiki.org/w/index.php?title=Weblogs_-_Non-English&oldid=16763 (Abgerufen: 25. Mai 2008, 16:32 UTC)

³⁴ the Blogging Libraries Wiki.-

URL: http://www.blogwithoutalibrary.net/links/index.php?title=Welcome_to_the_Blogging_Libraries_Wiki, Letzter Zugriff: 20.05.2008

Mit dem Angebot Planet Biblioblog 2.0³⁵ bietet das Team Lambert Heller, Edlef Stabenau und Jin Tan basierend auf der Software Gregarius^{36,37} einen guten Überblick über deutschsprachige Bibliotheksblogs.

Das Infobib Team nutzt die Google Custom Search Engine³⁸ und erschließt so ebenfalls deutschsprachige bibliothekarische Blogs.³⁹

Das Projekt LibWorm verfolgt einen internationaleren Ansatz und verzeichnet nach eigenen Angaben über 1500 bibliothekarische Blogs.⁴⁰

LIBWORM beta

Search the Biblioblogosphere and Beyond...

the librarian RSS engine
over 1500 RSS feeds go in
exactly what you need comes out!

search the archive of RSS data:

any words all words exact phrase

browse the latest librarianship items from RSS feeds by category:

[Feed Categories](#)
[Subjects](#)
[Tags](#)

find out more:

[What is RSS?](#)
[About LibWorm](#) 

copyright © [MedWorm](#) 2006

Abbildung 9: LIBWORM Bibliotheksblog Suchmaschine (Screenshot)⁴¹

³⁵ Heller, Lambert; Stabenau, Edlef; Tan, Jin: Planet Biblioblog 2.0.- URL: <http://rss.netbib.de/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

³⁶ Gregarius.- URL: <http://gregarius.net/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

³⁷ NetbibWiki. Artikel Planet Biblioblog 2.0.- Bearbeitungsstand: 02. Dezember 2007, 12:06. URL: <http://wiki.netbib.de/coma/planet?search=yep> (Abgerufen: 25. Mai 2008, 17:17 UTC)

³⁸ Google Inc.: Die benutzerdefinierte Suchmaschine von Google.- URL: <http://www.google.com/coop/cse/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

³⁹ Hauschke, Christian: Infobib.- URL: <http://infobib.de/blog/tools/biblioblogsuche/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

⁴⁰ Dolan, Frankie; Rothman, David: LibWorm.- URL: <http://www.libworm.com/>, Letzter Zugriff: 24.05.2008

⁴¹ Benda

Bibliotheken nutzen besonders gerne Blogs, um ihre Neuigkeiten und Aktivitäten zu vermitteln. Ein besonders gutes Beispiel stellt der Blog der Stadtbücherei Nordenham dar, der bildreich aktuelle Meldungen seinen Nutzern präsentiert.⁴²

Weblog der Stadtbücherei Nordenham
Aus unserem Alltag

Diesmal haben wir uns mit Tinte und Farben beschäftigt,
Februar 7th, 2008

Farbverläufe studiert, Farbe mit Titandioxid - wird in Nordenham produziert - angerührt, mit Geheimtinte geschrieben und mit Schwarzlicht experimentiert. Ein echter Kommissar hat Fingerabdrücke genommen und das Prinzip erklärt. Sogar Radio Bremen war da und wird am Sonntagnachmittag auf Bremen 1 darüber berichten.

Seiten

- » "Mit dem Wiki auf Du.." - Anmerkungen zum Vortrag in Dresden
- » Impressum
- » Lageplan
- » Lageplan
- » TIPP: Vom Nutzen & Frommen der Syndikation

Hier geht's zu..

- ..unserer Homepage
- ..unserem Katalog
- ..unserer Email-Adresse
- ..RSS über Feedburner

Call me!

Archiv

- » Februar 2008
- » Januar 2008
- » Oktober 2007
- » September 2007
- » August 2007
- » Juli 2007
- » Juni 2007

Abbildung 10: Weblog der Stadtbücherei Nordenham (Screenshot)⁴³

Weitere Beispiele für unterschiedliche Stilarten des Bloggens führt Jürgen Plieninger in seinem Beitrag „In Weblogs schreiben“ auf:

„Experten-Blog – Bibliotheksrecht: bibliotheksrecht.blog.de

Tagebuch-Stil – Library Mistress: library-mistress.blogspot.com

⁴² Stadtbücherei Nordenham: Weblog der Stadtbücherei Nordenham.-
URL: <http://stadtbuecherei-nordenham.de/wordpress/>, Letzter Zugriff: 23.05.2008

⁴³ Ebenda

Erfahrungsbericht-Stil – Buchhändleralltag und Kundenwahnsinn: aci.blogg.de
 Journalismus-Stil – Fahrbibliothek: fahrbibliothek.twoday.net
 Besprechungs-Stil – MBI Blog: www.buzinkay.net/blog-de/
 Tutorial-/Fachstil – Recherchenblog: recherchenblog.ch
 Multimedia-Stil – bibliotan: jintan.wordpress.com/
 diskursiver Stil – Beiträge von Lambert Heller in netbib: log.netbib.de/archives/author/lh/
 kritischer Stil – Archivalia: archiv.twoday.net
 Watchblog – Globolibro: globolibro.wordpress.com
 Doku-Blog – bibtexte: bibtext.blogspot.com
 technische Dokumentation – TechCrunch: www.techcrunch.com⁴⁴

Unter Beachtung einiger Ratschläge lassen sich Blogprojekte zum Erfolg führen.

15 Tipps für die Erstellung von attraktiven Blogangeboten:

1. Aktualisieren Sie Ihren Blog regelmäßig. Insbesondere eine verlässliche Periodizität macht den Besuch eines Blogs interessant, da sich der Nutzer immer darauf verlassen kann, neue Inhalte vorzufinden.
2. Verzichten Sie auf „Bleiwüsten“ und lockern Sie die Beiträge mit Bildern auf. Bei der Übernahme aus dem Internet beachten Sie das Urheberrecht.
3. Arbeiten Sie sorgfältig. Bedenken Sie, dass alles was einmal im Internet publiziert wurde, dort für immer auf Ihrer Seite oder auf Archivseiten anderer gespeichert ist.
4. Geben Sie die Ursprungsquellen an. Ebenso wie im wissenschaftlichen Publizieren sollten Sie auf Ihre Quellen verweisen.
5. Was beabsichtigen Sie mit dem Weblog? PR für die eigene Einrichtung, Fundraising unterstützen, neue Kunden gewinnen, soziale Zielgruppen erreichen. Fokussieren Sie Ihre Zielgruppe.
6. Machen Sie Ihren Blog im Netz bekannt. Registrieren Sie Ihren Blog bei den größten Anbietern: Technorati <http://www.technorati.com/>,⁴⁵ FeedBurner <http://www.feedburner.com/>.⁴⁶ Hinterlegen Sie gute Schlagworte für Ihren Blog und erstellen Sie eine ansprechend klingende Beschreibung Ihres Angebots.
7. Veranlassen Sie, dass in Ihrer Einrichtung jeder die Webadresse des Blogs in seine Mailsignatur und sonstigen Übermittlungswegen von Kontaktdaten wie z.B. Visitenkarten aufnimmt.

⁴⁴ Plieninger, Jürgen: In Weblogs schreiben. Hrsg. Berufsverband Information Bibliothek / Kommission für One-Person Librarians. – 1. Aufl. – 2007. (Checklisten ; 20) URL: <http://www.bib-info.de/fileadmin/media/Dokumente/Kommissionen/Kommission%20f%FCr%20One-Person-Librarians/Checklisten/check20.pdf>, Letzter Zugriff: 01.04.2009

⁴⁵ Ebenda

⁴⁶ FeedBurner, Inc.: FeedBurner.- URL: <http://www.feedburner.com>, Letzter Zugriff: 14.03.2008

8. Auch im Web achten die Nutzer auf die korrekte Rechtschreibung. Nutzen Sie bei jedem veröffentlichten Text zumindest die Rechtschreibkorrektur Ihres Textverarbeitungsprogramms.
9. Verwenden Sie unbedingt „sprechende“ URLs <http://blog.datenschmutz.net/tag/wordpress/> für Ihre Beiträge, um die Indizierung durch Suchmaschinen und die Auffindbarkeit durch die Nutzer zu erleichtern.
10. Konzipieren Sie von Anfang an, in welche Kategorien Sie Beiträge einordnen möchten. Dies hilft Ihnen auch dabei, sich Gedanken über Ihre Zielgruppen zu machen.
11. Der beste Beitrag ist ohne eine gute und interessante Überschrift nichts wert.
12. Seien Sie ein Teil der Blogosphäre und verlinken großzügig andere Seiten. So zeigen Sie Präsenz und sprechen neue Nutzer an.
13. Laden Sie andere Blogger oder Autoren ein, einen Beitrag in Ihrem Blog zu veröffentlichen. Für eine ÖB wäre ein Beitrag des Bürgermeisters interessant, aber warum nicht auch vom Vorsitzenden des größten Sportvereins am Ort? Für eine UB wäre ein Beitrag eines Professors über Datenbanken in seinem Fachgebiet denkbar oder eine annotierte Bibliografie über Neuerscheinungen in seinem Wissenschaftsgebiet.
14. Bereiten Sie zu vermittelnde Daten graphisch auf und denken Sie daran, attraktive Angebote zur Weiterverwendung durch die Nutzer, wie Vorlagen zur Verfügung zu stellen. Oder verweisen Sie auch einmal auf ein zum Thema passendes Spiel.
15. Jeder hat einmal klein angefangen. Es ist normal, dass sich am Anfang nur wenige Besuche einstellen. Werben sie kontinuierlich, aktualisieren Sie regelmäßig und bieten Sie ein attraktives Angebot, dann wird die Nutzerzahl schnell steigen

2.1.5 Weitere Anwendungsszenarien

Bibliotheken haben neben der Veröffentlichung aktueller bibliothekseigener News ein breites Berichtsspektrum für ihre Blogangebote. Als Themen im Blog bieten sich unter anderem an:

- Die medienübergreifende Präsentation der Interessenkreise.
- Berichten Sie unter Einbeziehung der Erfahrungen der Bibliotheksmitarbeiter in einer regelmäßigen Kolumne über interessante und lohnenswerte Reiseziele.
- Einen Beitrag zum wissenschaftlichen Arbeiten mittels der Ressourcen der Bibliothek.
- Verweisen Sie auf das Bildungs- und Kulturprogramm anderer lokaler Anbieter.
- Begleiten Sie Veranstaltungen bildreich mit einer Vor- und Nachberichterstattung und zeigen Sie dem Unterhaltsträger den Erfolg Ihrer Arbeit.
- Berichten Sie vom Erfolg, den Kunden der Bibliothek mit Ihrer Hilfe erzielt haben.
- Verweisen Sie auf Medieninhalte der Bibliothek zu aktuellen Themen oder zu jahreszeitlichen Ereignissen z.B. Basteln zu Weihnachten etc.
- Präsentieren Sie Ihre mühsam digitalisierten Bestände und stellen diese in einem historischen Kontext ihren Nutzern dar.

- Tragen Sie Informationen in einem Guide zusammen z.B. über alle Stellen zur Wirtschaftsförderung und werden so selbst ein Teil dieser.

2.1.6 Experteninterview mit Jochen Dudeck, Stadtbibliothek Nordenham

Aus welcher Motivation heraus haben Sie Ihr Blogangebot gestartet?

Aus einer gewissen Experimentierfreude heraus und um selbst mit dem Medium vertraut zu werden. Es war die Zeit der Explosion der Blogosphäre im US-Raum und ich sah hier gerade was Fachkommunikation angeht eine gute Chance.

Bloggen ist noch ein sehr junges Medium. Wie sehen Sie die weitere Entwicklung?

Für Deutschland eher zurückhaltend, jedenfalls für den „Laien/Consumer/Freizeit“- Bereich. Die Jugend bloggt kaum, sie gehen gleich zu Schüler/StudiVZ, um ihre Kontaktbedürfnisse zu erfüllen.

Welche Zielgruppen sind aus Ihrer Sicht heute besonders erreichbar und wie wird sich dies entwickeln?

Ein Entwicklungspotential und damit Zielgruppen sähe ich durchaus im schulischen Bereich, wenn dieses Medium der Textproduktion denn mal dort wahrgenommen würde.

Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit Ihrem Blogangebot sammeln können?

Für die normalen Bibliotheksbenutzer ist es unwichtig. Für mich (sic!) ist so etwas wie ein Archiv für unsere Tätigkeit. Für Mitstreiter/innen im Bibliothekswesen konnte es vielleicht Anregungen bieten.

Welche Aspekte bei der Produktion von Blogbeiträgen halten Sie für besonders wichtig?

Kürze, Prägnanz und Farbigkeit.

Welche Länge für einen Beitrag sehen Sie als ideal an?

Was man in 2-3 Minuten lesen kann.

Wie häufig sollten neue Meldungen im Blog erscheinen?

Wo sehen Sie Anwendungsgebiete für Blogs in Bibliotheken ?

Einmal sicherlich in der Fachkommunikation. Newsletter sollte man einstampfen!

Zum anderen denke ich, dass Großstadtbibliotheken (wir sind da eine Nummer zu klein) ein Blog durchaus als Bibliothekszeitung anbieten sollten (die ja auch gedruckt nur von ein paar Hundert Leuten gelesen würde). Man sollte aber bedenken, dass die Leute heute schon ungeheure Informationsmassen zu bewältigen haben.

Dann natürlich zu adhoc-Aktionen, mal für eine Schreibwerkstatt, ein Projekt, eine Veranstaltungsreihe etc

Gibt es eine Empfehlung welche Sie allen die ein Blogangebot starten möchten mit auf den Weg geben wollen?

Projektbezogen anfangen, dadurch überwindet man viel leichter die Schreibscheu (das 100%ig-sein-müssen). Möglichst viele Kolleg/innen daran beteiligen.

Welche Schritte sollte eine Bibliothek unternehmen um ihr Blogangebot auch für ihre Kunden bekannt zu machen und Hürden z.B. beim RSS Abonnement auf seiten der Nutzer abzubauen?

Ein ganz heikles Kapitel. Die Leute sind schon informationssatt. Wir sind auch Schulbibliothek des angrenzenden Gymnasiums, die Schüler sind alle im SchülerVZ und nutzen ICQ, von RSS hat aber von denen noch nie jemand etwas gehört. Veranstaltungen unsererseits stoßen auf Desinteresse. Ich versuche es praktisch jedes Jahr. Unser Umfeld ist dafür zu klein.

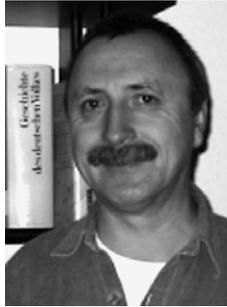


Abbildung 11: Jochen Dudeck (Dudeck, Jochen)

Jochen Dudeck

Geboren 1953 in Nürnberg. Verheiratet, drei Kinder.

Nach Lehramtsstudium Verwaltungsangestellter in der Stadtbibliothek Nürnberg.

Nach Studium an der FH Stuttgart dort Bibliothekar in der Zentralbibliothek.

Seit 1991 Leiter der Stadtbücherei Nordenham (Landkreis Wesermarsch/Niedersachsen).

2.2 Web-Feed

2.2.1 Definition

“A **web feed** is a data format used for providing users with frequently updated content. Content distributors *syndicate* a web feed, thereby allowing users to *subscribe* to it. Making a collection of web feeds accessible in one spot is known as *aggregation*, which is performed by an Internet aggregator.”⁴⁷

Web-Feeds sind nichts anderes als nach spezifischen Schemen aufgebaute XML-Dokumente. Hierzu zählen das RSS (Really Simple Syndication) aktuell in der Version 2.0 und das fortgeschrittenere Atom Format/Schema. Diese Dokumente sind durch die Nutzer abrufbar und beinhalten als Container die eigentlichen Inhalte sowie darüber hinausgehende Verweise auf Content.



Abbildung 12: Web-Feed/RSS Icon⁴⁸

2.2.2 Technik

Die Erstellung eines Web-Feeds mit dem dazugehörigen Quellcode kann entweder durch manuelle Programmierung mittels eines RSS-Editors erfolgen oder durch ein Programm, beispielsweise mittels eines CMS Systems, automatisiert generiert werden.

⁴⁷ Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Artikel Web feed.- Bearbeitungsstand: 14. März, 2008, 16:53 UTC.
URL: http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Web_feed&oldid=198223591 (Abgerufen: 18.April 2008, 17:20 UTC)

⁴⁸ Trotter, Werner.- URL: <http://cooperative.files.wordpress.com/2007/06/rss-icon.jpg>, Letzter Zugriff: 14.03.2008

```

<?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>

<rss version="2.0">

  <channel>
    <title>Titel des Feeds</title>
    <link>URL der Webpräsenz</link>
    <description>Kurze Beschreibung des Feeds</description>
    <language>Sprache des Feeds (z.B. "de-de")</language>
    <copyright>Autor des Feeds</copyright>
    <pubDate>Erstellungsdatum</pubDate>
    <image>
      <url>URL einer einzubindenden Grafik</url>
      <title>Bildtitel</title>
      <link>URL, mit der das Bild verknüpft ist</link>
    </image>
    <item>
      <title>Titel des Eintrags</title>
      <description>Kurze Zusammenfassung des Eintrags</description>
      <link>Link zum vollständigen Eintrag</link>
      <author>Autor des Artikels, E-Mail-Adresse</author>
      <guid>Eindeutige Identifikation des Eintrages</guid>
    </item>
    <item>
      ...
    </item>
  </channel>
</rss>

```

Abbildung 13: Quelltext eines RSS Version 2.0 Web-Feeds (Screenshot)⁴⁹

2.2.3 Anwendung im Netz

Die Web-Feed Technik findet ihren ursprünglichen Einsatz als Benachrichtigungsdienst von Änderungen im Web. Der Abonnementdienst versorgt den Nutzer ohne sein Zutun in von ihm selbst definierten Abständen über Neuerungen in von ihm abonnierten Feeds. Der Benachrichtigungsservice findet vielfach seinen Einsatz als Stützprozess, um Nutzern die Informationsrezeption von Blogs und Webseiten zu erleichtern oder neue Anwendungen wie Podcasts erst zu ermöglichen.

⁴⁹ Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Artikel RSS.- Bearbeitungsstand: 4. April 2008, 13:33 UTC. URL: <http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=RSS&oldid=44514760> (Abgerufen: 18. April 2008, 18:44 UTC)

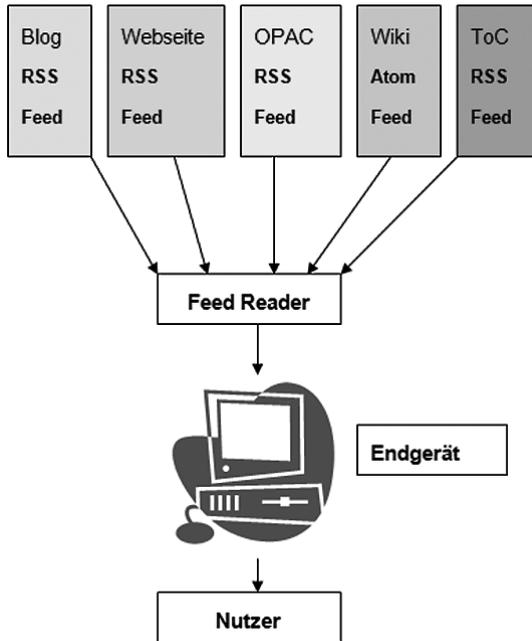


Abbildung 14: Darstellung der Funktionsweise eines Feedreaders (Eigene Darstellung)

Feedreader/ Aggregatorprogramm

Mittels eines Programms, dem sog. Feedreader, lassen sich Web-Feeds auf verschiedenen Plattformen wie Computern, mobilen Endgeräten oder mittels des Internets abrufen. Eine Übersicht dieser Programme stellt die Seite <http://www.rss-verzeichnis.de/rss-reader.php>⁵⁰ zur Verfügung. Neben den auf Rechnern installierten Programmen zum Beispiel auch über den Webbrowser bieten sich auch Webservices wie Bloglines⁵¹ oder Google Reader⁵² an, um an jedem Ort Zugriff auf die abonnierten Feeds unterschiedlicher Quellen zu erhalten.

⁵⁰ addLeader Ltd.: RSS-Reader.- URL: <http://www.rss-verzeichnis.de/rss-reader.php>,
 Letzter Zugriff: 12.03.2008

⁵¹ Ebenda

⁵² Google Inc.: Google Reader.- URL: <http://www.google.com/reader/>, Letzter Zugriff: 05.04.2008



Abbildung 15: Darstellung des webbasierten Feedreaders Google Reader (Screenshot)⁵³

Syndikation

Die via Web-Feed exportierten Inhalte können auch automatisiert weiterverarbeitet werden, um beispielsweise die Einbindung in eine andere Internetseite zu ermöglichen. Der große Vorteil liegt darin, dass sich der Betreiber einer Internetpräsenz nicht um die Aktualisierung eigenständig kümmern muss, sondern so fremde Inhalte ohne zusätzlichen Aufwand übernehmen kann. Allerdings gibt der Betreiber der Internetseite damit auch die Kontrolle über die erscheinenden Inhalte aus der Hand. Für den Bibliotheksbereich wäre es z.B. denkbar, Neuigkeiten aus der Bibliothek direkt auf die Startseiten des Trägers zu übernehmen.

Mittels Content Syndikation wurden Dienste wie Netvibes⁵⁴ oder Pageflakes⁵⁵ möglich, welche sowohl Web-Feeds als auch weitere Dienste wie Widgets miteinander kombinieren und so einen personalisierten Zugang zu digitalen Inhalten bieten.

⁵³ Ebenda

⁵⁴ Netvibes.- URL: <http://www.netvibes.com>, Letzter Zugriff: 15.04.2008

⁵⁵ Pageflakes Inc.: Pageflakes.- URL: <http://www.pageflakes.com>, Letzter Zugriff: 15.04.2008

Abbildung 16: Webservice Pageflakes (Screenshot)⁵⁶

2.2.4 Anwendung in Bibliotheken

Mit der Nutzung von Web-Feeds eröffnen sich für den Nutzer neue Möglichkeiten, seine Informationskompetenz zu erweitern. Somit muss es auch eine Aufgabe von Bibliotheken sein Nutzer, ihn hierin zu unterstützen.

Inzwischen nutzen schon viele Bibliotheken die Möglichkeiten von Web-Feeds, um ihre Neuigkeiten aus der Bibliothek zu verbreiten. Es bietet sich vor allem an, die Newsfunktion mit einem Blogangebot zu verbinden. Beispielsweise bietet die Universitätsbibliothek Stuttgart diesen Dienst an.⁵⁷

Ebenso beliebt ist es, Neuerwerbungen der Bibliothek an die Nutzer mittels Web-Feed mitzuteilen. Die Hauptabteilung Bibliothek und Medien (HBM) am Forschungszentrums Karlsruhe geht noch einen Schritt weiter und bietet neben dem Abonnement aller Neuerwerbungen auch den Bezug nach Sachgruppe an.⁵⁸

⁵⁶ Ebenda

⁵⁷ Universitätsbibliothek Stuttgart: UB Aktuelles. - <http://www.ub.uni-stuttgart.de/wordpress/>, Letzter Zugriff: 16.04.2008

⁵⁸ Forschungszentrum Karlsruhe Hauptabteilung Bibliothek und Medien: RSS - Feeds.- URL: <http://bibliothek.fzk.de/rss/rss.htm>, Letzter Zugriff: 16.04.2008

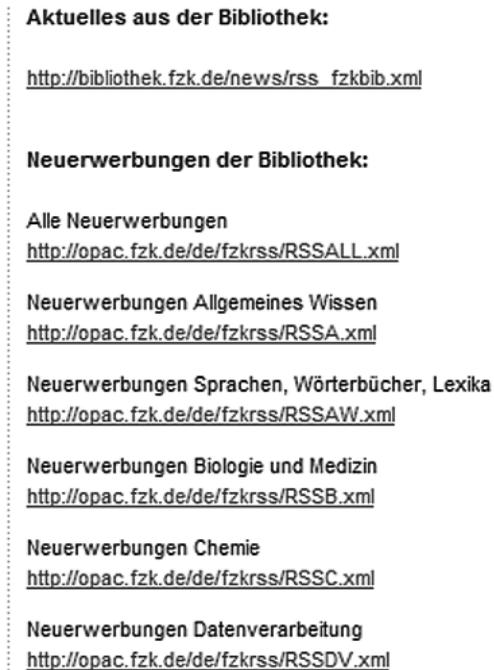


Abbildung 17: Ausschnitt aus der Internetseite der Hauptabteilung Bibliothek und Medien (HBM) am Forschungszentrums Karlsruhe (Screenshot) ⁵⁹

Eine Ergänzung im Bereich der Zeitschriften stellt der Verweis auf den ToC (Table of Content) Feed auf den Seiten der Zeitschriftenverlage dar. Auch ist es möglich, wie von Stefan Rall und Ursula Flitner vom Max Planck Institut für Bildungsforschung bei einer Fortbildungsveranstaltung am 07.09.07 in Leipzig vorgetragen, den bibliothekseigenen Zeitschrifteninhaltsdienst als Web-Feed den Nutzern anzubieten.⁶⁰

⁵⁹ Ebenda

⁶⁰ Flitner, Ursula; Rall, Stefan: RSS-Feeds der Bibliothek am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung.- URL: <http://www.mis.mpg.de/library/rall.pdf>, Letzter Zugriff: 25.05.2008

Zeitschriften im Lesesaal - laufende Abonnements Current Subscriptions of Journals in Print

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Blaue Titel sind auch elektronisch verfügbar - Anklicken führt zum Volltext.
Blue titles are also available as electronic full text - Click on the title to get there.

A	Z 1044 Acta Sociologica 
	Z 2780 Actes de la Recherche et Sciences Sociales 
	Z 3208 Adaptive Behavior 
	Z 1520 Administrative Science Quarterly 
	Z 2019 Adolescence (San Diego)
	Z 1508 Adult Education Quarterly 

Abbildung 18: Ausschnitt aus der Auflistung der laufenden Subscriptionen mit Verweis auf das Web-Feed (Intranet MPI für Bildungsforschung)⁶¹

Es stellt sich die Frage, in wieweit es sinnvoll erscheint, Inhaltsdienste der Zeitschriftenverlage mittels Feed zukünftig zentral zum Beispiel über die EZB zu erfassen.

Eine weitere Möglichkeit zum Einsatz von Web-Feeds bietet sich in der wiederholten Suchabfrage in Katalogen. Insbesondere ist es von Vorteil, wenn die Suchtreffer nach Erscheinungsjahr, besser noch nach Erwerbungsdatum sortiert, angezeigt werden.

Beispielsweise hat die Bibliothek der Universitätsbibliothek Karlsruhe diesen Dienst in ihr Angebot integriert. Auf die Suchanfrage nach dem Begriff Bibliothek etwa generiert sich folgender Feed: http://www.ubka.uni-karlsruhe.de/rss/rss.php?opac=UBKA_OPAC&query=ut%3DBibliothek⁶²

⁶¹ Ebenda

⁶² Universitätsbibliothek Karlsruhe: Suchergebnisse im Katalog der Universitätsbibliothek Karlsruhe.- URL: http://www.ubka.uni-karlsruhe.de/rss/rss.php?opac=UBKA_OPAC&query=ut%3DBibliothek, Letzter Zugriff: 25.05.2008

Universität Karlsruhe (TH) | Universitätsbibliothek
 Forschungsuniversität • gegründet 1825

Home | Mein Konto | Kataloge | Digitale Bibliothek | Liefersdienste |

Suchergebnis

Katalog: Uni-Katalog X^{OPAC}
Suchanfrage: find ut=Bibliothek RSS
Trefferanzahl: 7518
Angezeigte Datensätze: 1 - 30 RSS-Feed zu dieser Anfrage

Neue Suche Vorwärts >> Textformat MAB Format BibTeX-Format Sitzung Ende

- ◆ Bauphysik kompakt / Liersch, Klaus W. , 2008
- ◆ Bibliothek und Militär / Fuchs, Thomas , 2008
- ◆ De connexione virtutum / Ockham, Guilelmus de; Leppin, Volker [Hrsg.] , 2008
- ◆ Holzbau kompakt / Steck, Günter , 2008
- ◆ Java ist auch eine Insel / Ullenboom, Christian , 2008

Abbildung 19: Ausschnitt aus dem Katalog der UB Karlsruhe (Screenshot) ⁶³

Web-Feeds geben den Nutzern von Guides in Bibliotheken, wie sie unter anderem die Kansas City Public Library anbietet, die Gelegenheit, über neue Beiträge und Aktualisierungen jederzeit informiert zu sein. ⁶⁴

2.2.5 Weitere Anwendungsszenarien

Eine bisher noch nicht genutzte Möglichkeit stellt die für jeden Nutzer individuelle Zusammenstellung eines persönlichen Feeds dar. In dem Feed könnten Benachrichtigungen wie (Buch liegt zur Abholung bereit, Leihfrist läuft in Kürze ab etc.) enthalten sein. Ebenso könnte die Generierung von Nachrichten gemäß der hinterlegten Kundengruppe erfolgen, um die zielgruppenspezifische Bibliotheksarbeit zu unterstützen. Die im Bibliothekssystem hinterlegten Daten über den Bibliothekskunden, wie unter anderem das Alter, würden unter Beachtung der datenschutzrechtlichen Vorschriften erweiterte Dienste für den Kunden ermöglichen.

⁶³ Ebenda

⁶⁴ Kansas City Public Library: The Business & Finance Guide.- URL: <http://www.kclibrary.org/guides/businessandfinance/index.cfm?article=read&articleID=92>, Letzter Zugriff: 05.05.2008

2.2.6 Experteninterview mit Dipl.-Inform. Uwe Dierolf, Universitätsbibliothek Karlsruhe

Worin lag die Motivation, ein Web-Feedangebot für die Universitätsbibliothek zu starten?

Wir wollten unseren Alerting-Service abschaffen. Außerdem hatten wir gedacht, dass RSS inzwischen so verbreitet ist, dass man es einfach unterstützen muss.

Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit Ihrem Angebot sammeln können?

Sehr gute. Wir hatten nur das RSS-Icon im OPAC bei den Trefferlisten angezeigt und sonst keine Werbung dafür gemacht. Schon nach wenigen Wochen hatten wir einige tausend z.T. sehr qualifizierte Suchanfragen (von wiss. Mitarbeitern, die nach sehr spez. Themen suchen).

Heute haben wir ständig genutzte RSS-Anfragen im 5-stelligen Bereich (ca. 35.000).

Im Sommer 2007 haben Sie Ihr Newsletterangebot eingestellt und liefern jetzt Neuigkeiten ausschließlich mittels eines Web-Feeds als Pushdienst auf RSS Basis.

Wie hat sich die Reichweite der zu erreichenden Nutzer verändert ?

Wir gehen davon aus, dass wir nun mehr Nutzer erreichen. Da wir kein Feedback erhalten haben, ist das aber reine Spekulation.

Welche Zielgruppen sind aus Ihrer Sicht heute besonders mittels Web-Feeds erreichbar und wie wird sich dies entwickeln?

Jeder, besonders jedoch Studenten und Mitarbeiter. RSS wird (ist?) ein Standardfeature.

Wo sehen Sie Anwendungsgebiete für Web-Feeds in Bibliotheken ?

Informationen früher an den Mann/die Frau zu bringen. z.B. ab wann kann ich Bücher vormerken? Wann kommt endlich das Buch in meine Bibliothek, das ich schon immer haben wollte? Aktuelle Meldungen sind eh klar.

Gibt es eine Empfehlung, welche Sie allen, die ein Web-Feedangebot starten möchten, mit auf den Weg geben wollen?

Es einfach mal zu tun, statt nur darüber zu reden. Es gibt so viele Tools, die einem die Arbeit stark vereinfachen. Dabei sollte die Schulung des eigenen Personals aber nicht zu kurz geraten. So ist z.B. Thunderbird bei uns Mailclient und sollte daher auch als RSS-Reader benutzt werden. Das Einrichten eines neuen Feeds ist darin jedoch so kompliziert, dass es geschult werden muss, da sonst das Personal frustriert aufgibt.

Welche Schritte sollte eine Bibliothek unternehmen, um ihr Feed Angebot auch für ihre Kunden bekannt zu machen und Hürden auf Seiten der Nutzer abzubauen?

Keine, s.o. RSS-Icons werden durchaus wahrgenommen – aber vielleicht hatten wir auch nur Glück ;-)

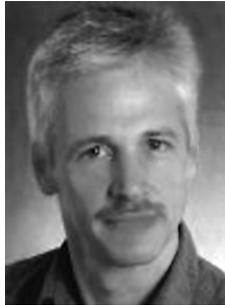


Abbildung 20: Uwe Dierolf (Dierolf, Uwe)

Dipl.-Inform. Uwe Dierolf

Leiter der Zentralabteilung „EDV-Entwicklung und Technische Infrastruktur“
der UB Karlsruhe.

In seiner Funktion ist er verantwortlich für die Entwicklung und Betreuung der Online-Dienste sowie der zugrunde liegenden Datenbanken der UB KA.

Des weiteren ist er Administrator des Karlsruher Virtuellen Katalogs (KVK)

2.3 Film

2.3.1 Definition

Der Film ist ein audiovisuelles Medium, welches Bewegtbilder in Kombination mit anderen Medien zu einem Gesamtwerk zusammenfasst. Der Film wird mittels verschiedener Trägermedien dem Rezipienten übermittelt.

„Ein Videofilm umfaßt nicht nur das Medium „Bewegtbild“ sondern auch die Medien „Ton“, „Schrifttext“ und „Bild“[...]. Beim Medium „Ton“ kann zwischen dem gesprochenen Wort im „On“ bzw. „Off“, Geräuschen/Atmo und Musik unterschieden werden. Das Medium „Schrifttext“ dient in Videofilmen als Titel im Vorspann, als erläuternder Untertitel oder als informierender Abspann. Das Medium „Bild“ findet nicht nur in [F]orm von Info-Grafiken zur Visualisierung bestimmter Informationen Einsatz, sondern auch bei der Einblendung von Fotos. So werden z. B. Stadtpläne und Landkarten aus dem Bereich der Geografie oder Balken- bzw. Tortendiagramme anstelle numerischer Informationen im Bild gezeigt.“⁶⁵

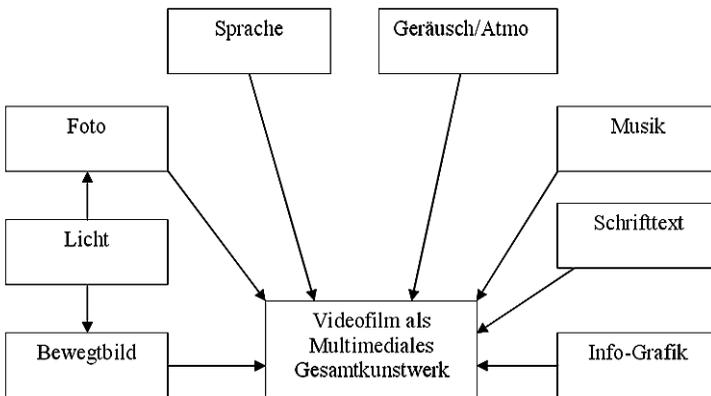


Abbildung 21: Videofilm als multimediales Gesamtkunstwerk (Petrasch, Thomas und Zinke, Joachim 2003)⁶⁶

2.3.2 Produktion

2.3.2.1 Vorbereitung

Viele Unternehmen, Organisationen und Verbände begnügen sich nicht mehr damit, ihre Mission und Produkte in Hochglanzbroschüren oder auf einer Website zu präsentieren. Auch der kulturelle Bereich hat das Medium Film für sich entdeckt. Über VernissageTV⁶⁷

⁶⁵ Petrasch, Thomas; Zinke, Joachim: Einführung in die Videofilmproduktion. München, Wien 2003, S. 11-12

⁶⁶ Ebenda

⁶⁷ VernissageTV.- URL: <http://vernissage.tv/blog/>, Letzter Zugriff: 14.03.2008

werden Ausstellungen und Events aus der Kunstszene präsentiert. Nancy Dowd Marketing Director der NJ State Library berichtet in ihrem Blog regelmäßig über neue Filmangebote aus dem bibliothekarischen Bereich mit Schwerpunkt auf den englischen Sprachraum.⁶⁸

Der Imagefilm ist ein attraktives Medium, um die jeweiligen Stärken aussagekräftig zu kommunizieren. Seit einiger Zeit entdecken auch Bibliotheken (z.B. die Stadtbücherei Gerlingen oder die UB Karlsruhe) und andere Informationseinrichtungen das Medium Film. Zwar sagt ein Bild mehr als tausend Worte, wie es in einem Sprichwort heißt, aber ein attraktiver Imagefilm beeindruckt durch eine Handlung. Das ist exakt der Unterschied zwischen einem Bild (Still) und einem Film (Movie). Genau hier setzt das Problem an: Was ist bei der Filmerstellung zu beachten? In dieses Kapitel fließen Erfahrungen des Autors aus verschiedenen multimedialen Projekten im Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement (ehemals: Bibliotheks- und Medienmanagement) an der Hochschule der Medien Stuttgart ein.⁶⁹

Rechtliche Aspekte sollen hier mit einem Generalverweis auf das KunstUrhG (Kunsturhebergesetz) insbesondere §22 und §23 (Recht am eigenen Bild) und das UrhG (Urheberrechtsgesetz) hier besonders die Themen (Verwertungsrechte, Schrankenregeln und Werke der Musik) Behandlung finden.

2.3.2.2 Ideenfindung

Die Ideenfindung steht am Anfang eines jeden Projekts. Hier sind Kreativitäts- und Problemlösungstechniken wie Brainstorming, 6-3-5-Methode, Mindmapping, De Bonos Denkhüte oder Scoring-Modelle hilfreich.⁷⁰ Aber auch die W-Fragenmethode hat sich bewährt: Was soll vermittelt werden? Wer gehört zur Zielgruppe? Wo soll gedreht werden? Welche Ressourcen stehen in monetärer (Budget), technischer (Equipment) und personeller (Darsteller, Statisten, Filmcrew) Hinsicht zur Verfügung? Können besondere Darsteller, wie beispielsweise regionale Größen (Bürgermeister,⁷¹ Sportler) gewonnen werden? Sollen Nutzer in die Erstellung mit eingebunden werden? Wie und wo soll der Film präsentiert werden? Welches Rezeptionsverhalten ist zu erwarten?

⁶⁸ Dowd, Nancy: Library Videos- the best of.- URL: <http://libraryvideos.blogspot.com/>, Letzter Zugriff: 16.03.2008

⁶⁹ So zum Beispiel der Videoclip „Lesen fesselt - auch dich!“ (<http://www.ronald-kaiser.com/film.htm>), oder der Imagefilm für die Stadtbücherei Gerlingen (<http://www.ronald-kaiser.com/film.htm>). Filmographie Letzter Zugriff: 26.05.2008

⁷⁰ Scoring-Modelle kommen zum Einsatz, wo es um die Auswahl der „geeignetesten“ Idee geht. Anhand vorher bestimmter Parameter, wie zum Beispiel Kosten oder mit eigenen Ressourcen realisierbar, werden Punkte verteilt, etwa auf einer Skala von 1-10, wobei (je nach Budget) „geringe Kosten“ mit 10 Punkten und „sehr hohe Kosten“ mit 1 Punkt bewertet werden. Nun könnte auch noch – je nach Intention – eine Gewichtung vorgenommen werden, zum Beispiel „geringe Kosten“ x 2 = 20 Punkte. Auf diese Weise entsteht ein Ranking der Ideen.

⁷¹ Für den Imagefilm der Stadtbücherei Gerlingen gab der Bürgermeister der Stadt ein ausführliches Interview und lobte dabei auch die Zusammenarbeit mit der Hochschule der Medien (s. Amtsblatt der Stadt Gerlingen, Nr. 17, 26.04.2007).

Grundkenntnisse **journalistischer Stil- und Darstellungsformen**, wie zum Beispiel Reportage, Dokumentation oder Feature, helfen bei der Planung. Das Fernsehen liefert hier Anschauungsmaterial in großer Vielfalt. Schauen Sie bewusst diese Stil- und Darstellungsformen an und achten dabei auf die Schnitte und Einstellungen sowie auf markante Motive. Auffällig ist beispielsweise, dass Interviewpartner in den Nachrichten als Vorspann aus Autos aussteigen, durch Türen gehen oder andere atmosphärische Dinge geschehen, bevor es am Anfang eines Beitrags zum eigentlichen Interview kommt. Diese Sehgewohnheiten können in die ersten Produktionen einfließen um sich später freier und kreativer zu bewegen.

Im Allgemeinen gilt bei der Konzeption: „Das unrealistische Denken, das realistische Planen“.

2.3.2.3 Storyboard

Da der Dreh – auch im bibliothekarischen Umfeld – aus einer Vielzahl von Takes (Szenenabschnitte) bestehen wird, gehört zu deren Planung und Ideenaufbereitung ein Storyboard. Bei größeren Projekten bietet sich die Verschriftlichung in Form eines Treatments oder eines Drehbuches an.

Ein Storyboard umfasst ein Bild (Zeichnung oder Fotografie) der jeweiligen Szene mit Angaben zu Text, Ton, Effekten und Zusatzinformationen sowie Regieanweisungen. Bei dieser Darstellungsform können erste Erkenntnisse gewonnen werden, ob die gewählten Motive und Dialoge geeignet sind, das geplante Ziel des Films zu vermitteln. Die Schlüsselszenen für den Imagefilm der Stadtbücherei Gerlingen wurden zuerst in einem Storyboard skizziert und dann mit der Bibliotheksleitung abgestimmt. Auf diese Weise erhält die Bibliotheksleitung bereits vor Drehbeginn einen ersten visuellen Eindruck. In diesem Projektstadium können Änderungen noch leicht vorgenommen werden und vermeidlicher Aufwand lässt sich ersparen.^{72,73}

Nicht nur die Länge des Films ist entscheidend, sondern der **Inhalt**. Hier kann man sehr viel von Werbespots lernen, die in der Regel zwischen 10 und 30 Sekunden eine ganze Geschichte erzählen können. Der 35-Sekunden-Spot „lesen fesselt. auch dich.“⁷⁴ wurde seit seiner Fertigstellung im Sommer 2006 über 10.000 Mal abgerufen. Imagefilme im Bereich von zwei bis drei Minuten besitzen das höchste Aufmerksamkeitspotenzial, während Imagefilme bis zu zehn Minuten das Interesse und die Aufmerksamkeit erheblich reduzieren. Der facettenreiche Imagefilm der Stadtbücherei Gerlingen⁷⁵ hat eine Länge von weniger als drei

⁷² Kaiser, Ronald: Storyboard Vorlage.- URL: <http://www.ronald-kaiser.com/film/StoryboardMaster.doc>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

⁷³ Ein Drehbuch ist wesentlich detailreicher als ein Storyboard.

⁷⁴ Diese Produktion wurde von Simon Herm und Ronald Kaiser im Rahmen einer Übung zum Public Management im Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement an der HdM Stuttgart im Sommer 2006 realisiert Ebenda (<http://www.ronald-kaiser.com/film.htm>)

⁷⁵ Die Produktion entstand in Zusammenarbeit mit der Hochschule der Medien im Sommersemester 2007. Im Rahmen des Projekts „Stadtbücherei Gerlingen“ zeichneten Franziska Ahlfänger, Anne Borchert, Simon Herm und Ronald Kaiser für die gesamte Produktion verantwortlich. Im dem von Wolfgang Ratzek geleite-

Minuten. Ein im Frühjahr 2008 erstellter Film über die Mediendokumentation des SWR, welcher Elemente des Image- und Informationsfilms enthält, bewegt sich ebenso im Rahmen von 10 Minuten und kombiniert Bild mit Interviewsequenzen.

STORYBOARD

1

DIRECTION	VIDEO	AUDIO
<p>Bildbeschreibung</p> <p><u>Kulisse:</u> Vorlesungsraum</p> <p><u>Szene:</u> Student (Darsteller S.H.) liest während einer Vorlesung vertieft in einem Buch.</p> <p>Weder die den Raum verlassenden Kommilitoninnen, noch der vortragende Professor scheinen von ihm wahrgenommen zu werden.</p>		<p>Voice-Over:</p> <p>-</p> <p>SFX:</p> <p><u>Sound:</u> CJACKS-Visualizer</p> <p><u>Special-FX:</u> - Aufblende von lesendem S.H. zu Professor</p>
<p>Bildbeschreibung</p> <p><u>Kulisse:</u> Aufenthaltsraum mit Kaffeeautomat.</p> <p><u>Szene:</u> Student (Darsteller A.J.) wartet lesend vor dem Kaffeeautomaten.</p> <p>Nach dem Wegtreten der vor ihm stehenden Kundin, wäre er als nächster an der Reihe. Vom Buch gefesselt, bemerkt er dies jedoch nicht.</p>		<p>Voice-Over:</p> <p>-</p> <p>SFX:</p> <p><u>Sound:</u> CJACKS-Visualizer</p> <p><u>Special-FX:</u> NOFX</p>

Abbildung 22: Beispiel eines Storyboards (Eigene Darstellung)

ten Projekt entwickeln elf Studierende im Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement ein Veranstaltungskonzept, einen Imagefilm und einen 360-Grad-Rundgang.

2.3.2.4 Technik

Die größte Hürde zur Realisierung eines Filmprojekts besteht bei vielen in der Angst vor der Technik. Dabei entsteht bei Beachtung einiger wichtiger Grundregeln durchaus ansprechendes Material. Zuerst ein Wort zur **Kameraausstattung**. Hier eignet sich generell jedes Modell aus dem Consumer Camcorder Bereich. Soweit möglich, sollten Anschlüsse für externe Mikrofone vorhanden sein. Allerdings ist anzuraten, auf höherwertige Modelle wie z.B. die Canon XM2 oder Sony DCR-VX2100 zurückzugreifen. Der Trend geht zu Modellen, welche die HDTV-Formate wie AVCHD oder HDV nutzen. Diese sind, falls nicht in der lokalen Einrichtung vorhanden, in der Regel über die lokalen Medienstellen zu beziehen.

Für die Aufnahmen muss auf jeden Fall ein **Stativ** verwendet werden. Dieses sollte mit gedämpften Gelenken und optional mit einer eingebauten Wasserwaage ausgestattet sein, um ein gleichförmiges Filmen und eine stabile Einstellung zu gewährleisten.

Die beste Aufnahme ist ohne den richtigen Ton nichts wert. Die Auswahl der richtigen **Mikrofontechnik** trägt ebenfalls zum Gelingen bei. Allerdings hängt die Entscheidung von den Aufnahmesituationen ab. Für Interviews wird empfohlen entweder ein klassisches Reportermikrofon mit sog. Kugelkopf- oder Nierenaufnahmecharakteristik oder ein Funkmikrofon mit Kugelkopfcharakteristik. Die Aufnahmecharakteristik gibt beim Mikrofon jeweils an, ob ein Fokus auf die Hauptschallquelle gelegt werden soll oder ob auch weitere Tonquellen z.B. auch Hintergrundgeräusche mit aufgezeichnet werden sollen.⁷⁶

Es ist darauf zu achten, ob die notwendigen Anschlüsse 3,5 mm oder XLR an der Kamera vorhanden sind. Bei Außenaufnahmen sollte ein Windschutz(Fell) und in Interviewsituationen ein sog. Poppschutz(Schaumstoff) an das Mikrofon angebracht werden, um Störgeräusche zu vermeiden. Zur Gewährleistung der optimalen Tonaufzeichnung sollten immer externe, nicht in die Kamera eingebaute Mikrofone Verwendung finden, damit keine Geräusche der Kamera mit aufgezeichnet werden.

Die Farbtemperatur drückt das Farbspektrum aus, welches eine **Lichtquelle** aussendet. So strahlt eine Kerze mit einer niedrigen Farbtemperatur ein sehr rötliches Licht aus, wohingegen eine Leuchtstoffröhre einen kaltweißen Farbton abstrahlt und ein blauer Himmel ins hohe blaue Spektrum ausstrahlt.

Dies darf aber nicht mit dem Begriff Lux verwechselt werden, welcher die Beleuchtungsstärke (Helligkeit) widerspiegelt.

Häufig ist die natürliche Ausleuchtung durch die Sonne ausreichend. Auch Innenbeleuchtung kann kostengünstig einfach zum Ausleuchten von Szenen eingesetzt werden. Falls Scheinwerfer zur Raumausleuchtung zum Einsatz kommen, bieten Baumärkte preisgünstige Scheinwerfer in guter Qualität an. Zu beachten ist hier der Ausgleich von evtl. auftretenden Farbstichen durch den sog. Weißabgleich, auf den später eingegangen werden soll. Für

⁷⁶ Vgl. Allary Film, TV & Media: Richtcharakteristik.-
URL: <http://www.movie-college.de/filmschule/ton/richtcharakteristik.htm>, Letzter Zugriff: 17.03.2008

Interviewsituationen reichen an der Kamera angebrachte Leuchten. Allerdings eignen sich diese nur zur Ausleuchtung von nahen Objekten. Zur eigenen Sicherheit sei zur Vorbeugung vor Verletzungen darauf hingewiesen, dass Scheinwerfer sehr schnell heiß werden können und diese immer standfest aufzubauen sind.

Nur in den seltensten Fällen gelingt ein Filmprojekt in einem Dreh. In der Praxis besteht ein Film aus verschiedenen Takes, die aus verschiedenen Sequenzen aus dem Gesamtmaterial mit **Schnittsoftware**-programme herausgeschnitten werden. Die einzelnen Takes können auf einzelnen Spuren abgelegt und im Anschluss zum fertigen Film miteinander kombiniert werden. Mittels eines Codec wird das so arrangierte Bildmaterial in ein Publikationsformat gewandelt. Dieser Vorgang heißt im Fachjargon „Rendern“. Dieser Prozess kann, wegen der großen Datenvolumina, mitunter Stunden dauern, bis dann das Endprodukt vorliegt. Für ein schnelles Überspielen der Aufnahmen in ein Schnittprogramm sollte eine Firewire-Schnittstelle vorhanden sein. Nicht unterschätzt werden sollte der Bedarf an Speicherkapazität auf der Festplatte.

Eine Stunde DV-Video Material benötigt rund 12 GB. Zur Datensicherung empfiehlt es sich, die originalen Mini-DV Kassetten aufzubewahren. Als Schnittprogramme bieten sich die professionellen und daher auch komplexer zu bedienenden „Adobe Premiere“ und „Apple Final Cut Pro“, oder einfachere und daher auch handlichere Programme von den Herstellern Ulead oder Magix an. Letztere liegen preislich im Bereich von wenigen hundert Euro.

Einen Sonderfall nehmen die sog. Screencasts ein. Hierbei wird mittels spezieller Screen Capture Software der ganze Bildschirminhalt eines Rechners oder ein gewählter Ausschnitt aufgenommen. Zusätzlich wird die Aufnahme mittels Ton oder grafischer Elemente untermauert bzw. näher erläutert. Anwendungsfelder sind insbesondere die Schulung von Softwareanwendungen, Tutorials oder die Aufnahme von Präsentationen. Für den bibliothekarischen Bereich eignen sich Screencasts besonders um kleine filmische Lernmodule z.B. für Datenbanksuchen oder die OPAC Benutzung zu entwickeln.

Insbesondere ist bei der Produktion von Screencasts auf die Nachvollziehbarkeit der gezeigten Inhalte für den Nutzer sowie auf die Auswahl eines geeigneten Sprechers zu achten. Einen ersten Einblick in die Thematik der Screencasts bietet der Artikel: „What Is Screencasting“ von Jon Udell.⁷⁷

Die Spannweite der Screen Capturing Software reicht hier von kostenlosen Varianten bis zu wenige hundert Euro teuren Programmen wie z.B. dem Camtasia Studio vom Hersteller TechSmith, welches in diesem Bereich zu einem der am weitesten verbreiteten Programme zählt.

⁷⁷ Udell, Jon: What Is Screencasting.- URL: <http://digitalmedia.oreilly.com/2005/11/16/what-is-screencasting.html?page=1#heading1>, Letzter Zugriff: 31.03.2009.

2.3.2.5 Die Dreharbeiten

Bevor die ersten Aufnahmen beginnen können, sind einige Vorbereitungen notwendig.

Eine gut gesetzte **Ausleuchtung** der Szenen verstärkt den Effekt der Aufnahmen wesentlich und stellt in vielen Filmen ein wichtiges Gestaltungselement dar. Beim Lichtsetzen gilt es, unter Ausnutzung der Gegebenheiten, einen für das Motiv passenden Effekt zu erzielen. Auf Lichtreflexionen durch Lampen und Scheinwerfer zum Beispiel in einer Brille oder Fenstern muss geachtet werden. Auch unnatürliche Schattenwürfe, insbesondere bei der Ausleuchtung von Personen gilt es auf jeden Fall zu vermeiden.

Profis arbeiten meist mit einem Hauptlicht, welches für die maßgebliche Ausleuchtung verantwortlich ist. Zur Vermeidung des Schattenwurfs wird mit einem zweiten Aufhelllicht gearbeitet. Bei Bedarf werden weitere Lichtquellen zur weiteren Gestaltung hinzugezogen, z.B. um den Hintergrund auszuleuchten.

Eine weitere Falle besteht dort, wo Tageslicht zusammen mit Kunstlicht gemischt wird. Aufgrund der ungleichen sog. Farbtemperatur(siehe oben) verschiedener Lichtquellen kann eine Farbverschiebung innerhalb der Aufnahme auftreten.

Um bei unterschiedlichen Lichtverhältnissen die Farbtreue zu gewährleisten, wird vor jedem Wechsel des Aufnahmeortes ein sog. Weißabgleich an der Kamera durchgeführt. Dazu hält der Kamera-Assistent ein formatfüllendes weißes Blatt vor die Kamera. Der Weißabgleich erfolgt dann entweder automatisch oder manuell. Eine Anleitung hierfür ist in den jeweiligen Bedienungsanleitungen der Kameras zu finden.



Abbildung 23: Weißabgleich vor Beginn der Filmaufnahmen (Kaiser, Ronald)

In der Regel werden Filmaufnahmen im Verhältnis 20 zu 1 durchgeführt. Dies bedeutet, dass 20 Minuten Aufnahmen zu einer Minute Film später im Schnitt verarbeitet werden.

Wie bereits im Technik-Kapitel erwähnt, ist Filmen mit einem **Stativ Pflicht**. Nur in Ausnahmen sollte aus der Hand gefilmt werden. Auch Kameras mit automatischen Bildstabilisierern sind für die Aufnahme von Handlungsbildern ungeeignet.

sierungssystemen gewährleisten kein ruhiges Filmen aus der Hand. Zwei weitere Regeln tragen zum Gelingen bei. Erstens: Niemals schwenken, zweitens: Kein Zoom. Von diesen Regeln ist nur in Ausnahmefällen abzuweichen. Zoomfahrten und gute Schwenks stellen die höhere Schule der Kameraarbeit dar und gelingen dem Gelegenheitskameramann nur selten gut.



Abbildung 24: Einrichtung der Kamera und Auswahl des Bildausschnitts vor Drehbeginn (Kaiser, Ronald)

Weitere Anregungen für einen professionellen Dreh

Die Wahl und Kombination der richtigen **Einstellungen** prägen die Aussage des Films entscheidend. Zur Auswahl stehen insbesondere:

- Die Totale: Sie verschafft einen Überblick und führt in die Handlungsumgebung ein.



Abbildung 25: Beispiel einer Totalen (Kaiser, Ronald)

- Die Halbtotale: Bei dieser Perspektive wird ein Objekt aus der Beliebigkeit der Totalen herausgehoben und in den Kontext mit seiner direkten Umgebung gesetzt. Personen sind normalerweise in der "Ganzkörper-Ansicht" dargestellt.



Abbildung 26: Beispiel einer Halbtotale (Kaiser, Ronald)

- Halbnah: In der halbnahen Einstellung wird der Oberkörper einer Person gezeigt. Auf diese Weise kann die Gestik und Mimik der betreffenden Person betont werden. Häufig werden Interviews in der Halbtotalen aufgezeichnet um auch einen Teil der natürlichen Körpersprache mit zum Ausdruck zu bringen.



Abbildung 27: Beispiel einer Halbnahen Einstellung (Kaiser, Ronald)

- Nah: Die Naheinstellung zeigt nur den Kopf einer Person. Gefühlsregungen werden so besser wahrgenommen. Diese Einstellung ist verwandt mit der Großaufnahme, welche noch näher herangeht und nur noch die mimikrelevanten Teile des Gesichts zeigt.



Abbildung 28: Beispiel einer Nahaufnahme (Kaiser, Ronald)

- Detail: Sie zeigt nur einen Körperteil einer Person bzw. ein Teilstück zum Beispiel eine Hand. Diese Einstellung wird herangezogen, um besonders wichtig erscheinende Handlungen dem Zuschauer näherzubringen.⁷⁸



Abbildung 29: Beispiel einer Detailaufnahme (Kaiser, Ronald)

⁷⁸ Vgl. Allary Film, TV & Media: Einstellungsgrößen.- URL: <http://www.movie-college.de/filmschule/filmgestaltung/einstellungsgroessen.htm>, Letzter Zugriff: 17.03.2008

Aufnahmen unterschiedlicher **Bildwinkel und Ausschnitte** des gleichen Motivs erhöhen die Auswahlmöglichkeit später im Schnitt. Auch der Anblick aus der „Vogelperspektive“ oder von unten aus der „Froschperspektive“ bieten sich an, sollten aber sparsam eingesetzt werden.

Die Darsteller sollten nie direkt in die Kamera blicken. Bei Interviewsituationen muss die interviewende Person nicht unbedingt im Bild sein. Es bietet sich an, den Interviewpartner leicht im Profil zu zeigen. Auch das Überbetonen von vorgefertigten Sätzen zählt zu den häufigen Fehlern. Besser ist es, spontan zu formulieren und dafür mehrere Aufnahmen zu drehen.

Diskontinuitäten schwächen, besonders bei zeitversetzten Aufnahmen, die Qualität. Haben die Darsteller noch die gleiche Kleidung an oder den gleichen Haarschnitt/Haarfarbe etc.? Das Beispiel, wo ein Schauspieler innerhalb einer Filmsequenz ein halbleeres Glas Bier vor sich hat oder eine halb gerauchte Zigarette raucht und in der nächsten Einstellung das Glas gefüllt und die Zigarette nur angehaucht ist, ist bekannt.

Denken Sie auch an die Kleinigkeiten während der Dreharbeiten. Verpflegung, Toiletten, im Winter warme Kleidung, Möglichkeiten zum Aufwärmen und das Ausschalten von Mobiltelefonen.

2.3.3 Postproduktion

Das Material ist nun im Kasten. Jetzt beginnt die Phase der Sichtung. Als Faustregel gilt: Zwei Stunden für eine Stunde Material.

Dabei kommt den **Timecodes** eine wichtige Rolle zu. So können die jeweils in Frage kommenden Szenen mit genauer Beschreibung erfasst und die Suche erheblich erleichtert werden. Auch die Niederschrift von „O-Tönen“ ist sinnvoll.

Für den **Feinschnitt** gilt die Formel: Eine Stunde für eine Minute Film aufzuwenden. Ein guter Schnitt benötigt Zeit, häufig auch mehr. Die Obergrenze für die Tagesproduktion dürfte damit wohl bei 7-10 Minuten Film liegen.

Wie sieht ein guter Schnitt aus? Zunächst sollten Überlegungen zum **Schnittrythmus** angestellt werden. Eine schnelle Schnittfolge zeigt Dynamik und bewirkt eine Beschleunigung der Handlung. Eine zu schnelle Folge kann aber auch den Zusehenden in seiner Rezeptionsfähigkeit überfordern. Natürlich erfordern verschiedene Darstellungsformen ihr eigenes Schnitttempo. So ist ein Musikclip anders zu handhaben als ein Dokumentarfilm.

Klare Schnittfolgen erleichtern dem Zuschauer die Handlung zu verfolgen. Zum Beispiel erst eine totale oder halbtotale Einstellung zeigen, dann eine halbnah bis nahe Einstellung und dann eine Großaufnahme. Oder umgekehrt, erst ein Medium in naher Einstellung bei der Verbuchung und dann die Ausleihtheke in der Halbtotalen.

Mit einer nachträglichen Farbkorrektur können Fehler während der Aufnahme sowie Ungleichgewichte bei der Aufnahme verschiedener Szenen teilweise ausgeglichen werden.

Die letzte Phase in der Postproduktion gehört der **Tonbearbeitung**. Nun wird der bereits aufgenommene Ton angeglichen und Störgeräusche entfernt oder, soweit möglich, he-

rausgefiltert. Außerdem können noch zusätzliche Geräusche ergänzt und Szenen mit Musik untermalt werden. Insbesondere bei Imageclips trägt die ausgewählte Musik wesentlich zum Charakter des Films als Stimmungsmedium bei. Bei der Auswahl der Musik sollte ein einheitliches Klangbild gewahrt bleiben und kein permanentes Zappen zwischen verschiedenen Titeln stattfinden.

Musikstücke können auch so nachbearbeitet werden, dass sich bestimmte geeignete Sequenzen als Hintergrundmusik wiederholen (loopen).

Freie Musik zur Untermahlung steht über das Internet, beispielsweise über die Plattform: jamendo.com⁷⁹ oder podsafeaudio.com⁸⁰ zur Verfügung. Auch die jeweiligen Nutzungsbedingungen sind unbedingt zu beachten um nicht gegen Urheberrechte zu verstoßen.

Ein professioneller Film benötigt **keine Effektshow**. Zwar bieten Videobearbeitungsprogramme zahlreiche Special Effects an, diese sind jedoch sehr sparsam einzusetzen. Auf- und Abblenden können, sparsam eingesetzt, einen Film aber durchaus bereichern.

Die Wahl eines geeigneten Publikationsformates rundet den Prozess der Postproduktion ab. Zur Auswahl stehen unter anderem: .wmv für den Windows Media Player, .rm für den Real Media Player, .mov für den QuickTime Player, .flv für Flash-Video und MPEG als generelles komprimierendes Dateiformat zur Verfügung. Es ist günstig den fertigen Film für die Nutzer in zwei verschiedenen Versionen zur Verfügung zu stellen, wobei eine in MPEG Codiert sein sollte.

⁷⁹ Jamendo SA: Jamendo.- URL: <http://www.jamendo.com/>, Letzter Zugriff: 25.03.2008

⁸⁰ PodSafe Audio.- URL: <http://www.podsafeaudio.com/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

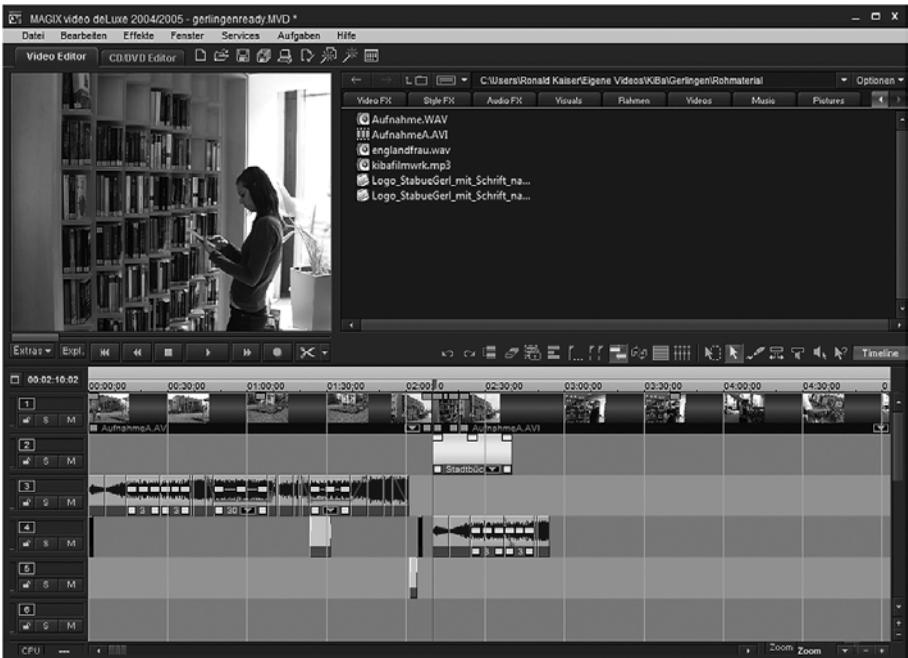


Abbildung 30: Schnittprogramm Magix video deLuxe 2004/2005 (Eigene Darstellung)

2.3.4 Vermarktung/Distribution

Je nach Intention stellt die Vermarktung beziehungsweise die Distribution des Videos einen wichtigen Punkt in der Vermittlung dar. Nun fällt die Entscheidung, ob die Zielgruppe das Angebot wahrnimmt, nutzt und sich positiv äußert. Den größten Effekt erzielt, wer über ein ganzheitliches Kommunikationskonzept verfügt, in dem der Imagefilm eine verstärkende Wirkung erzielt.

Ein hohes Aufmerksamkeitspotenzial besitzen:

- Plasmabildschirme oder Beamer innerhalb der Einrichtung.
- Es ist auch eine Überlegung wert die Videos anderen Bibliotheken zur Verfügung zu stellen. Ein Selbstverbuchungsautomat funktioniert ja überall gleich.
- Video Liveübertragung von Veranstaltungen an die Nutzer über das Internet mittels Streaming
- Videopodcasts, insbesondere dann, wenn regelmäßig Beiträge produziert werden, zum Beispiel die Übertragung von Autorenlesungen.
- Einstellen der Filme in Videoportale
- Vorführungen während Bibliotheksführungen oder dem Tag der offenen Tür

- Präsentation auf CDs/DVDs zur Vorstellung der Einrichtung oder des Trägers⁸¹
- Die eigene Website bietet ein hervorragendes Zugangsmedium. Verschiedene Bibliotheken, wie die LMU München,⁸² nutzen dieses Medium, um Nutzern Schulungsvideos für Datenbanken zu präsentieren. Eine innovative Dienstleistung wäre es, diese Schulungsvideos zentral über das Datenbank-Infosystem (DBIS) allen Bibliotheken in Deutschland kooperativ zugänglich zu machen. Das DBIS umfasst rund 7000 Einträge. Davon rund 2400 über das Internet frei zugängliche Datenbanken.⁸³
- Das Imagevideo bietet sich auch für das Regionalfernsehen oder den Offenen-Kanal vor Ort an. Die „Nachtlücke“ will schließlich geschlossen werden.

Die Filmproduktion bietet auf jeden Fall einen Berichts Anlass, der auch für die Regionalpresse von Interesse ist. Für das Projekt „Stadtbücherei Gerlingen“ konnten mehrere Presseartikel platziert werden, wie zum Beispiel „Kooperation zwischen Stadtbücherei und HdM“, „Statisten gesucht“ oder „Filmaufnahmen abgeschlossen“.

Für den multimedialen Auftritt einer Bibliothek sollte ein Imagefilm gehören. Im Mittelpunkt steht dabei die Vermittlung einer stimmungsvollen Atmosphäre. Auf diese Weise werden Nicht-Nutzer zu einem Besuch angeregt. Gelegenheits- oder Stammkunden erhalten eine Bestätigung, dass sie eine lukrative Institution nutzen. Der Unterhaltsträger erhält eine sinnstiftende Botschaft zumal der Bürgermeister oder ein anderer hochstehender Politiker ein positives Statement abgeben können und dieses Statement eine wichtige Rolle in einem Imagefilm spielt.⁸⁴

⁸¹ Der Imagefilm der HA DuA des SWR ist auch auf einer DVD, welche im Rahmen eines studentischen Projekts der HdM für die Einführung neuer Nutzer erstellt wurde, enthalten. Der Film entstand im Frühjahr 2008 in Zusammenarbeit von Anne Borchert, Simon Herm und Ronald Kaiser.

⁸² Universitätsbibliothek München: E-Tutorials.- URL: <http://www.ub.uni-muenchen.de/etutorials/>, Letzter Zugriff: 24.05.2008

⁸³ Universitätsbibliothek Regensburg: Informationen zum Datenbank-Infosystem (DBIS).- URL: http://rzblx10.uni-regensburg.de/dbinfo/index.php?bib_id=alle&colors=3&ocolors=40&ref=about, Letzter Zugriff: 14.05.2008

⁸⁴ Überarbeitete Fassung. Kaiser, Ronald; Ratzeck, Wolfgang: Einführung in die Filmproduktion für Informationseinrichtungen – Von der Idee zum Produkt, In: Bibliothek: Forschung & Praxis 31 (2007), S. 353-358.

2.3.5 Experteninterview mit Marcel Brannemann AWI, Bremerhaven

Wofür setzten Sie das Medium Film in Ihrer Bibliothek ein?

Welche Zielgruppen beabsichtigen Sie mit dem Film zu erreichen?

In erster Linie als zusätzlichen ‚Wegweiser/Pfadfinder für die eigentliche Zielgruppe der Bibliothek, das sind AWI-Mitarbeiter/innen und Gäste, im Rahmen der virtuellen Einführung in die Bibliothek. In zweiter Linie als „Marker“ für Menschen, die sich allgemein für das AWI interessieren und dabei auch auf die Bibliothek entdecken.

Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit dem Filmangebot sammeln können?

Im Institut gab es einige positive Bemerkungen. Ich habe den Film auch auf einer internationalen Fachkonferenz (IAMSLIC, Sarasota, USA 2007) präsentiert, wo er mit Anerkennung und Beifall bedacht wurde.

Welche Aspekte bei der Produktion Ihres Imagefilms hielten Sie für besonders wichtig?

Wichtig für die Produktion war, einen griffigen Wegweiser zur/in die Bibliothek zu haben, der nicht nur die räumliche und technische Ausstattung der Bibliothek darstellt, sondern im wahrsten Sinne den [nicht einfach zu findenden] Weg eines möglichen Besuchers von der Pforte bis zur sog. InfoTheke mitgeht.

Welche Länge für einen Beitrag halten Sie für ideal?

Unser Film hat mit etwas über einer Minute für den gedachten Zweck eine ideale Länge.

Wo sehen Sie Anwendungsgebiete für das Medium Film in Bibliotheken ?

Präsentation im Sinne von PR, aber auch Pfadfinder bzw. Wegweiserfunktion

Gibt es eine Empfehlung, welche Sie für die Präsentation von Filmangeboten geben wollen?

Ein derartiger Film sollte zusätzlich zur möglicherweise hoch aufgelösten Webpräsentation auch in einem Format angeboten werden, das sich ohne Umstände auf einen PPC oder ein Smartphone herunterladen und abspielen lässt.

Welche Schritte sollte eine Bibliothek unternehmen, um ihr Filmangebot auch für ihre Kunden bekannt zu machen?

Ein PR-Instrument sollte man nicht verstecken....

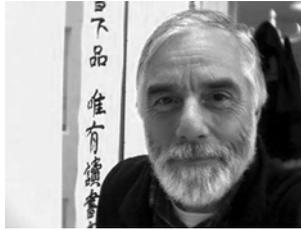


Abbildung 31: Marcel Brannemann (Brannemann, Marcel)

Marcel Brannemann

Stiftung Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung in der
Helmholtz-Gemeinschaft, Bremerhaven

Jahrgang 1952

1973-1980 Studium der Geologie an der Albert-Ludwigs-Universität in Freiburg/Brsg.

1980-1981 Wiss. Angestellter an der Albert-Ludwigs-Universität in Freiburg/Brsg.
Arbeitsgebiet Minas Gerais, Brasilien

1984-1986 Vorbereitungsdienst für den Höheren Dienst an wissenschaftlichen Bibliotheken
(UB der FU Berlin, FHBD Köln)

1986-1995 Stabsstelle EDV der Württembergischen Landesbibliothek, Stuttgart

1995-1999 Referatsleiter (Referat Information) im Bundeskartellamt, Berlin/Bonn

seit 1999 Leiter der Bibliothek der Stiftung Alfred-Wegener-Institut für Polar- und
Meeresforschung (AWI) in der Helmholtz-Gemeinschaft, Bremerhaven

Internationale und Nationale Gremien:

International Association of Aquatic and Marine Science Libraries and Information Centers
(IAMSLIC) - President 2005-2006.

European Association of Aquatic Sciences Libraries and Information Centres (EURASLIC)

Member of the Steering Committee. Polar Library Colloquy (PLC)

Mitglied des Vorstands des Landesverbands Bremen im Deutschen Bibliotheksverband
(DBV)

Arbeitskreis Bibliotheks- und Informationsmanagement in der Helmholtz-Gemeinschaft

Lenkungsgruppe des Aktionsbündnis Urheberrecht für Bildung und
Wissenschaft

2.4 Podcasting

2.4.1 Definition

„Podcasting ist das Bereitstellen von selbstproduzierten Audio-[Video]dateien(Podcasts) im Internet mithilfe spezieller RSS-Feeds. Der Begriff setzt sich aus dem englischen Wort <<broadcasting>> (etwa:<<Senden>> oder <<Rundfunk>>) und dem Namen des weitverbreiteten MP3-Players iPod zusammen. Meistens handelt es sich bei Podcasts um private Sendungen, die sich einem bestimmten Thema widmen. Sehr häufig werden Videocasts auch als <<Video-Podcast>> bezeichnet.“⁸⁵



Abbildung 32: Inoffizielles Podcasting Logo (Marquardt, Peter)^{86,87}

⁸⁵ Eck, Klaus: Corporate Blogs: Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden. Zürich: Orell 2007, S. 182

⁸⁶ Marquardt, Peter: Podcasthörererkennungszeichen.-
URL: <http://wiki.zum.de/Bild:Podcasthoerererkennungszeichen.jpg>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

⁸⁷ Das inoffizielle Podcasthörererkennungszeichen entstand durch die Initiative der bekannten Podcasterin Larissa Vassilian(Schlaflos in München) alias "Annik Rubens". Das Logo wurde in einer Abstimmung aus zahlreichen Einsendungen gewählt.

2.4.2 Technik

Ein Podcast setzt sich aus einer inhaltlichen Komponente und der Mittlungsfunktion zusammen. Diese erfolgt über ein Web-Feed und ermöglicht so dem Nutzer den asynchronen Medienempfang.

Der wesentliche Unterschied im Web-Feed eines Podcasts ist ein sogenanntes Enclosure. Damit werden Verweise auf Mediendateien bezeichnet, auf welche im Feed durch den <enclosure> Tag verwiesen wird.

Beispiel im Podcasting RSS Feed der Bibliothek der Technischen Universität Hamburg-Harburg :

```
<enclosure url="http://www.tub.tu-harburg.de/podcast/tubcast4.mp3" length="5915917" type="audio/mpeg"/>88
```

Die Erstellung des Feeds kann entweder manuell erfolgen oder automatisiert über einen Feed Generator bzw. durch ein Softwaresystem wie Loudblog.⁸⁹ Vielfach bieten auch gängige Blogsysteme Möglichkeiten, beispielsweise mittels einer Erweiterung Podcastingfunktionalitäten zur Verfügung zu stellen.

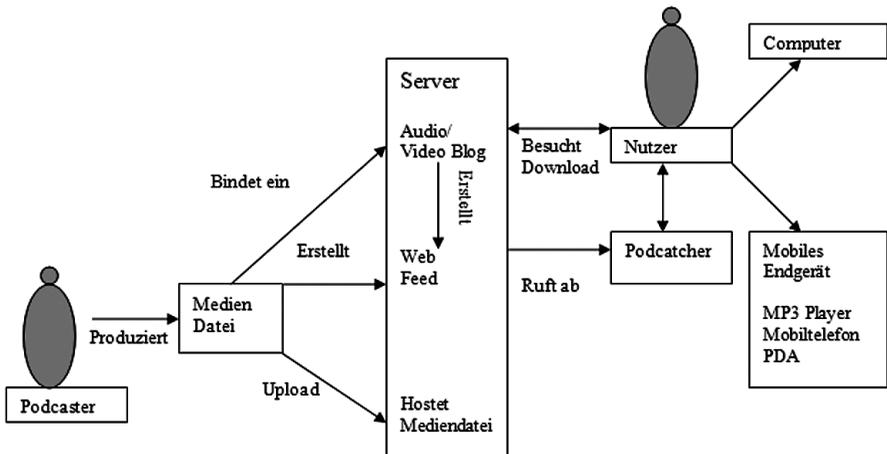


Abbildung 33: Schematische Darstellung der Podcastbereitstellung und Nutzung (Erweiterte Darstellung)⁹⁰

⁸⁸ Universitätsbibliothek TU Hamburg-Harburg: Podcast Feed.-
URL: <http://www.tub.tu-harburg.de/podcast/tubcast.xml>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

⁸⁹ Aaken, Gerrit van: LoudBlog.- URL: <http://www.loudblog.com/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

⁹⁰ Erweiterte Darstellung. Vgl. Gissi: Podcast-Schema.-
URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Bild:Podcast-Schema.svg>, Letzter Zugriff: 18.04.2008

2.4.3 Podcastproduktion

2.4.3.1 Erstellung von Audioinhalten

Nachdem auf die Erstellung von Medieninhalten für einen Videopodcast im vorherigen Kapitel schon eingegangen wurde, wird im nachfolgenden die Erstellung von Audioinhalten näher fokussiert gemäß der ursprünglichen Idee des Podcastings.

„Im August 2004 stellte Adam Curry ein simples Skript zusammen, das es einem Internet-Nutzer ermöglichen sollte, regelmäßig, gezielt und automatisch Audiodateien aus dem Netz auf den mobilen Audioplayer zu übertragen.“⁹¹ Die Audiodateien werden üblicherweise im komprimierten MPEG I Audio Layer 3 kurz MP3 Format den Nutzern im Podcast angeboten.

Hardware

Die Audioaufzeichnung kann mittels eines externen Aufzeichnungsgeräts oder direkt über den Computer erfolgen. Externe Aufzeichnungsgeräte haben in der Regel bereits eingebaute Mikrofone. So eignen sie sich besonders für Interviewsituationen.



Abbildung 34: Interview mit dem Aufzeichnungsgerät Edirol R-09 (Kaiser, Ronald)

Darüber hinaus bieten externe Aufzeichnungsgeräte in der Regel Anschlüsse für externe Zusatzmikrofone bzw. den Anschluss an die Tonanlage. Diese sind insbesondere immer dann nützlich, wenn mehrere Gesprächsteilnehmer, beispielsweise mittels Funkmikrofonen, Redner oder Musikdarbietungen aufgenommen werden sollen. Ein Kopfhöreranschluss erlaubt, während der Aufzeichnung die Lautstärke und Qualität des Tons zu kontrollieren.

⁹¹ Vgl. Aaken, Gerrit van: Ich bin der Sender. - Mainz, Diplomarbeit 2005, 64 S. - http://praegnanz.de/file_download/5, Letzter Zugriff: 30.04.2008

Die Pegelanzeige des Aufnahmegeräts solle immer im Blick behalten werden, um zu vermeiden, dass bei Teilen der Aufnahme diese zu leise oder übersteuert erfolgt.

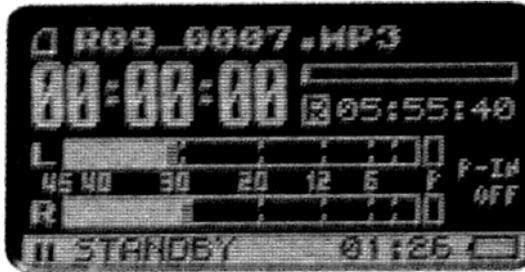


Abbildung 35: Display eines externen Aufzeichnungsgeräts (Edirol R-09) mit Pegelanzeige (Kaiser, Ronald)

Die Aufzeichnung von Audiomaterial kann auch mittels an den Computer angebotenen Mikrofonen erfolgen. Standmikrofone und Headsets eignen sich besonders zur Aufzeichnung von Moderationssequenzen. Hintergrundgeräusche wie Computerlüfter oder laute Festplatten stellen zu vermeidende Störquellen bei der Aufnahme am Computer dar.



Abbildung 36: Audioaufnahme mittels eines Headsets (Kaiser, Ronald)

Eine besondere Herausforderung ist die Aufzeichnung von Telefongesprächen. Entweder kommt ein im professionellen Radioeinsatz üblicher Telefon Hybrid zum Einsatz. Hierbei

wird das Tonsignal des Telefonverkehrs abgegriffen und steht zur digitalen Weiterverarbeitung bereit. Diese Gerätschaft bringt allerdings nicht unerhebliche Anschaffungskosten mit sich. Eine Marktübersicht hat Alexander Strauss in seinem Blog zusammengefasst.⁹²

Eine weitere Variante bietet die Aufzeichnung von Telefonaten die über Voice Over IP oder mittels Diensten wie Skype Out am Computer geführt werden. Hierfür ist nur eine „all-you-hear/what you hear“ fähige Soundkarte erforderlich. Diese Funktion ermöglicht die Aufzeichnung des gesamten Tons, der sonst über die Lautsprecher ausgegeben wird. Die Aufzeichnung selbst erfolgt durch die Auswahl der Aufnahmequelle in der entsprechenden Recording-Software.

Software

Zur Produktion von Podcastsendungen eignet sich jedes übliche Audiotbearbeitungsprogramm. Hilfreich ist es wenn das Programm auch Metadaten wie Songtitel, Künstler/Interpret, Album oder Erscheinungsjahr in den sogenannten ID3-Tag der MP3 Datei schreiben kann. Diese Daten werden später bei der Wiedergabe der Datei durch den Nutzer im Player angezeigt. Falls das Programm nicht in der Lage ist, diese Daten in der Audio-datei zu hinterlegen, kann dies über einen Tag-Editor nachgeholt werden.

Zur Produktion auf dem Mac OS X hat sich das von der Firma Apple stammende Programm GarageBand⁹³ etabliert. Auf anderen Betriebssystemen ist eine Vielfalt weiterer Programme verfügbar. Die plattformübergreifende und kostenlose OpenSource-Software Audacity⁹⁴ erfreut sich in der Podcasting Szene großer Beliebtheit als Audiorecorder und -editor.



Abbildung 37: Audiotbearbeitungsprogramm Audacity (Screenshot)⁹⁵

⁹² Strauss, Alexander: Analoge Telefonhybriden.- URL: http://www.alex-strauss.de/?page_id=6, Letzter Zugriff: 25.03.2008

⁹³ Apple Inc.: GarageBand.- URL: <http://www.apple.com/de/ilife/garageband/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

⁹⁴ Audacity.- URL: <http://audacity.sourceforge.net/>, Letzter Zugriff: 02.04.2008

⁹⁵ Ebenda

2.4.3.2 Medieninhalte

Ein Podcast gliedert sich in ein Intro, den Inhaltsteil und den Abspann. Im Intro ist zumeist eine Erkennungsmelodie in Form eines Jingles zu hören, kombiniert mit der Nennung des Podcast Namens. Diese beiden Elemente bilden das Audio-Logo des Podcasts.

Der Aufbau des Hauptteils erinnert in vielen Podcasts einer Magazinsendung. Nach einer Vorstellung aller Themen der Sendung folgen Anmoderationen einzelner Beiträge.

Wenn Sie mehrere Themen in einem Podcast publizieren, denken Sie daran, in der Beschreibung dem Nutzer die Minutenzahl der einzelnen Themen anzugeben, damit dieser auch gezielt zu einzelnen Inhalten springen kann. Weiterhin ist es überlegenswert einzelne Themen zum separaten Download auf der Internetseite der jeweiligen Institution anzubieten und in Ergänzung beispielsweise als O-Ton für Pressemitteilungen oder für Newsmeldungen in die jeweiligen Berichtsanhänge mit einzubinden.

Die Auswahl eines geeigneten Moderators ist sehr wichtig, da seine unverwechselbare Stimme Teil der Marke „Bibliothekspodcast“ wird. Daher ist ein häufiger Wechsel der Moderation zu vermeiden, was allerdings nicht gegen Gastmoderationen spricht. Die Hörer freuen sich, wenn sie zur Abwechslung einmal den Bürgermeister in einer neuen Rolle in ihrem Podcast hören oder eine andere bekannte Stimme, wie den Moderator des Lokalradios.

Die Erstellung eines Manuskripts für jede Sendung ist Pflicht. Vor der Erstellung sind einige Grundfragen zu beantworten. Was soll vermittelt werden? Auf welche Elemente der Berichterstattung wird zurückgegriffen? Liegen alle benötigten Fakten vor? Besteht Zugang zu externen Ansprechpartnern oder Audiomaterial?

Die Länge eines Beitrags innerhalb des Podcasts sollte zwischen einer und fünf Minuten liegen.

Nachricht

Die Nachricht ist eine kurze Mitteilung, welche lediglich die Kernaussagen sachlich neutral transportiert und die wichtigsten Informationen enthält. Besonders gilt es zu beachten, ob die fünf W Fragen beantwortet werden:

Wer? Was? Wann? Wo? Warum?

Beispiel:

„Die Zweigstelle 3 der Universitätsbibliothek in der Innenstadt schließt am 20.12 aufgrund einer Mitarbeiterschulung bereits ab 16:00 Uhr.“

Interview

Interviews führen tiefer in eine Thematik ein und bereichern die Berichterstattung durch O-Töne. Das Interview kann unterschiedliche Sichtweisen in den Fokus nehmen:

1. Meinungsinterview
2. Personeninterview
3. Sachinterview

Umfrage

Die Umfrage ermöglicht es, unterschiedliche Meinungen zu einem Thema einzuholen und den Hörer selbst über ein Thema entscheiden zu lassen.

Reportage

Die Reportage erlaubt, ausführlicher in ein Thema einzutauchen und aus der Sicht der Betroffenen zu berichten sowie eigene Eindrücke mit einfließen zu lassen.

Kommentar

Im Kommentar kommt die Meinung des Moderators zum Ausdruck. Viele privat betriebene Podcasts legen den Schwerpunkt ihrer Produktionen auf den Kommentar.

Neben diesen klassischen Formen können auch vielfältige weitere Inhalte Teil des Podcasts werden. Hierin sind nur durch die Kreativität des Produzenten Grenzen gesetzt.

Bei der Moderation ist die Wahl eines angemessenen Tempos ebenso wie die Orientierung an klaren Strukturen innerhalb des Beitrages von großer Bedeutung. Die Sätze sollten kurz und einfach formuliert werden. Komplizierte Sachverhalte können in einzelne Abschnitte zerlegt oder anhand der Bildsprache Erläuterung finden.

Zur musikalischen Untermalung kann der Podcaster auf örtliche Ressourcen, wie zum Beispiel die Musikschule oder auf schon fertig produzierte Stücke zurückgreifen.⁹⁶ Urheberrechtliche Aspekte gilt es jeweils zu beachten. Bei der Aufnahme außerhalb des Studios lassen sich auch Töne von Originalorten aufzeichnen, welche einen Beitrag belegen. Das Plätschern eines Flusses, Rattern von Druckmaschinen, Klappern der Tastatur, Piepsen des Selbstverbuchungsautomaten, lautes Blättern in einem Buch etc. Wer genau hinhört, entwickelt schnell ein Gespür für hilfreiche O-Töne.

Den Abspann stellt entweder eine Wiederholung der Erkennungsmelodie auch in abgewandelter Form dar oder ein Appellativ an den Zuhörer in Form eines Slogans, z.B. „Besuchen Sie unsere Bibliothek. Es lohnt sich.“

In der Nachbearbeitung der Sendung lassen sich Störungen durch Husten oder die bekannten „Ähh-Pausen“ entfernen. Leise Passagen können in der Lautstärke verstärkt oder der Beitrag durch den Vorgang des Normalisierens auf ein einheitliches Lautstärkeniveau gebracht werden.

Podcasts, in denen ausschließlich Sprache enthalten ist, lassen sich mit 32 kBit/s und einer Auflösung von 22 kHz in Mono codieren. Um eine bessere Qualität auf Radio-Niveau zu erhalten, sollten die MP3 Dateien mit 64 kBit/s in einer Auflösung von 44 kHz in Stereo erstellt werden.

Bei Videopodcasts konnte sich bisher noch kein Standarddateiformat durchsetzen. Häufig kommt das Format WMV für den Windows Media Player oder MPEG4 zum Einsatz. Zur

⁹⁶ wiki.podcast.de. Artikel Musikquellen für Podcaster.- Bearbeitungsstand: 05. Mai 2008, 07:30.
URL: http://wiki.podcast.de/index.php?title=Musikquellen_f%C3%BCr_Podcaster&oldid=9030 (Abgerufen: 26. Mai 2008, 06:36)

Wiedergabe auf dem iPod wird das Format H.264 bei einer Auflösung von 320x240 Pixeln und einer Bitrate von 70 bis 200 kBit/s empfohlen.

Rechtliches

Auch für Podcasts gelten die Regularien des Presserechts. Des Weiteren sind die im Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte definierten Anforderungen, hierbei insbesondere bei musikalischen Darbietungen, im Podcast zu beachten:

- „§ 19 Vortrags-, Aufführungs- und Vorführungsrecht
- § 19a Recht der öffentlichen Zugänglichmachung
- § 20 Senderecht⁹⁷

Soweit der Urheber nicht mit einer der Verwertungsgesellschaften wie der GEMA, die VG Wort oder der GVL im Vertragsverhältnis steht, können separate Vereinbarungen getroffen werden. Ansonsten sind mit den Verwertungsgesellschaften Verträge zu schließen.

Die GEMA hat auf die besonderen Anforderungen von Podcasts reagiert und stellt in ihrem Lizenzshop ein spezielles Angebot bereit. Die rechtlichen Einschränkungen gilt es zu beachten.⁹⁸

Auf die sichere Seite kann der Podcaster bei Nutzung von Musik unter der Creative Commons Lizenz gelangen. In diesem Lizenzmodell ist schnell erkennbar, unter welchen Bedingungen Werke für den Podcast nutzbar sind.



Abbildung 38: Übersicht über die 6 verschiedenen CC-Lizenzen im deutschen Rechtsraum in Version 2.0 (Screenshot)⁹⁹

⁹⁷ Bundesministerium der Justiz: Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz).- URL: <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/urhg/gesamt.pdf>, Letzter Zugriff: 15.03.2008

⁹⁸ Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte: Informationen zu den Podcasting-Lizenzen.- URL:<https://lizenzshop.gema.de/lipo/produkte/podcast/index.hsp>, Letzter Zugriff: 03.04.2008

Veröffentlichung:

Damit der fertig produzierte Podcast publik wird, ist dieser bzw. der Web-Feed bei den wichtigsten Podcastverzeichnissen

- iTunes¹⁰⁰
- podcast.de¹⁰¹
- podster.de¹⁰²
- podcastzentrale.de¹⁰³

anzumelden.

2.4.4 Anwendung im Netz

Podcasts können als Radio- oder Fernsehsendungen aufgefasst werden, die sich unabhängig von Sendezeiten konsumieren lassen. Die Ergebnisse der zweiten Podcastumfrage zeigen:

- „Die Hö[r]er deutschsprachiger Podcast[s] sind zu **82% männlich** und **29,4 Jahre** alt.
- Sie sind gebildet, haben in der Altersgruppe ab 20 Jahren zu **45% einen Hochschulabschluss**.
- Sie sind **berufstätig 55%** oder in **Ausbildung 40%**.“¹⁰⁴

„Lediglich ein Viertel nutzt Podcasts nur auf einem MP3-Player und damit mobil. Die Hälfte benutzt Rechner und MP3-Player, und knapp ein Viertel nutzt Podcasting sogar nur am Rechner.“¹⁰⁵

Die besonderen Ausprägungen der Zielgruppe verlangen sowohl eine Abstimmung der Inhalte, als auch in deren Präsentation. Die Einrichtung einer der Zielgruppe angepassten Webseite zur Vermittlung der Inhalte erweist sich als sehr zielführend. Dies kann auf dem eigenen Webspace mittels eines Blogsystems oder bei einem spezialisierten Anbieter geschehen.

⁹⁹ Creative Commons Deutschland: Was ist Creative Commons?.- URL: <http://de.creativecommons.org/about.html>, Letzter Zugriff: 25.05.2008

¹⁰⁰ Apple Inc.: iPod + iTunes.- URL: <http://www.apple.com/de/itunes/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

¹⁰¹ Bacigalupo, Fabio: Podcast Community und Verzeichnis.- URL: <http://www.podcast.de/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

¹⁰² Elsdörfer, Michael: podster.de - Das deutsche Podcasting und Podcast Portal.- URL: <http://podster.de/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

¹⁰³ Fliß, André: podcastzentrale.de - das Podcast Verzeichnis.- URL: <http://www.podcastzentrale.de/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

¹⁰⁴ Wunschel, Alexander: Podcastumfrage.- URL: <http://tellerrand.typepad.com/tellerrand/podcastumfrage/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

¹⁰⁵ Ebenda

The screenshot displays the JUcast website interface. At the top left, the 'JUcast' logo is prominent. Below it, the title 'JUCast Folge 55' is shown above an audio player with a progress bar and playback controls. The audio file is identified as 'MP3 (5 MB | 5:36 min)'. The description reads: 'Schwarz-Grüne Gedankenspiele und der Landestag, Dr. Peter Tauber im Interview'. Below the audio player, the date and category are listed: '# 2008-04-27 von juhessen | | Allgemein'. A video player below features the title 'Gastbeitrag zum Klimawandel' and a video thumbnail showing a lightning bolt striking a forest. The right sidebar includes a 'Willkommen!' message, a 'RSS Podfeed' link, a 'Kategorien' section with links for 'Allgemein', 'Deutschlandtag', 'Spezial', and 'Video', and a 'Anhören in iTunes' button. At the bottom of the sidebar, there are logos for 'DEUTSCHER PODCAST THEMENTAG', 'UNSER LAND WIR SIND STOLZ DRAUFI', 'fares-urheberrecht.de', and 'BLACK ACADEMY'.

Abbildung 39: Webseite des Podcast JUcast mit Audio und Videoinhalten erstellt mittels der Software Loudblog (Screenshot)¹⁰⁶⁻¹⁰⁷

Soweit nicht direkt von der Website abgerufen, finden die Mediendateien mittels eines Podcatchers und dessen Abruf des Podcast Web-Feeds ihren Weg auf den Rechner des Nutzers. (Siehe auch: Schematische Darstellung der Podcastbereitstellung und Nutzung)

¹⁰⁶ Junge Union Hessen: JUcast Politik zum Anhören.- URL: <http://jucast.de/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

¹⁰⁷ Der Podcast entstand bei eigener Projektarbeit. JUcast war der erste Podcast einer deutschen Partei und ging am 15.08.2005 auf Sendung. Bis zum 27. April 2008 entstanden 55 Folgen in Audio und Video.

Neben der Möglichkeit, alle neuen Folgen auf seinen Rechner laden zu lassen, hat der Nutzer auch die Wahl, nur ausgewählte Folgen abzurufen. Zu den beliebtesten Podcatchern zählt das Programm iTunes der Firma Apple.¹⁰⁸ Eine gute Übersicht über weitere Produkte bietet das Podcast Wiki.¹⁰⁹



Abbildung 40: Podcatcher iTunes (Screenshot)¹¹⁰

Die Lansing Public Library bietet sogar einen Podcatcher auf Basis des Programms Juice an, welcher neben dem Logo der Bibliothek auch alle Podcasts dieser voreingestellt hat.¹¹¹

¹⁰⁸ Ebenda, 5.3.2 Medieninhalte - Veröffentlichung

¹⁰⁹ wiki.podcast.de. Artikel Podcatcher.- Bearbeitungsstand: 20. Mai 2008, 11:20. URL: <http://wiki.podcast.de/index.php?title=Podcatcher&oldid=9049> (Abgerufen: 26. Mai 2008, 07:12)

¹¹⁰ Ebenda

¹¹¹ Lansing Public Library: Podcast Information Page.- URL: <http://www.lansing.lib.il.us/podcasts.html#9>, Letzter Zugriff: 25.05.2008

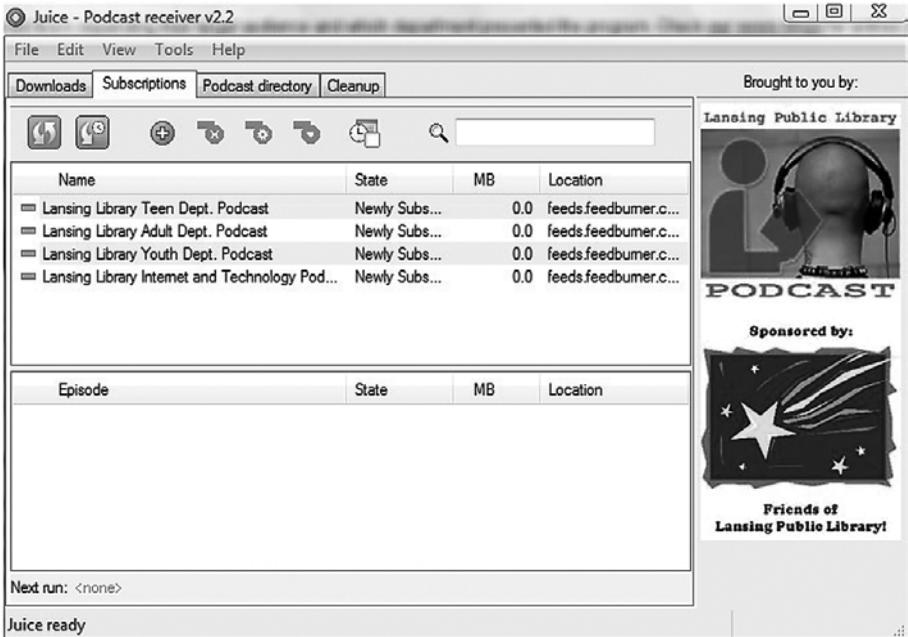


Abbildung 41: Podcatcher Juice mit Logo der Bibliothek (Screenshot)¹¹²

2.4.5 Anwendung in Bibliotheken

Echte Podcastangebote sind in deutschen Bibliotheken bislang noch wenig verbreitet. Erste Schritte haben unter anderem die Bibliothek der Technischen Universität Hamburg-Harburg,¹¹³ Zweigbibliothek Medizin der ULB Münster,¹¹⁴ Universitätsbibliothek Freiburg,¹¹⁵ und die Stadtbücherei Stuttgart¹¹⁶ unternommen.

Schwerpunkte bilden die Berichterstattung über Neuigkeiten der Bibliothek, Literaturlesungen, Vorträge und Recherchetipps.

¹¹² Ebenda

¹¹³ Technische Universitätsbibliothek Hamburg-Harburg: podcampus.- <http://www.podcampus.de/node/404>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

¹¹⁴ Universitäts- und Landesbibliothek Münster Zweigbibliothek Medizin: Archive for the 'Podcast' Category.- URL: <http://www.neu.uni-muenster.de/ZBMed/aktuelles/category/podcast/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

¹¹⁵ Universitätsbibliothek Freiburg: Podcasts der UB Freiburg.- URL: <http://www3.ub.uni-freiburg.de/?id=111>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

¹¹⁶ Stadtbücherei Stuttgart: Podcasts - Audiobooks.- URL: <http://www.stuttgart.de/stadtbuecherei/bvs/ausgabe.php?sid=246>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

Das größte Manko bei vielen Bibliothekspodcasts liegt in der mangelnden Periodizität und fehlender inhaltlicher Konzeption. Wünschenswert ist weiterhin die Präsentation der Podcasts mittels eigener Audioblogs.

2.4.6 Weitere Anwendungsszenarien

Bibliotheken sind reich an potenziellen Audio- und Videoangeboten. Als Themen im Podcast bieten sich unter anderem an:

- Betreiben Sie Storytelling und berichten von Erfolgsgeschichten Ihrer Bibliothek in Kooperation mit den Kunden. Erzählen Sie, was aus den bei Ihnen gewonnenen Informationen wurde und zeigen so die Leistungsfähigkeit Ihrer Einrichtung.
- Führen Sie in einem Audiowalk durch Ihre Einrichtung. Heben Sie spezielle Einrichtungen, Abteilungen und Dienstleistungen in eigenständigen Sendungen oder Beiträgen hervor. Lassen Sie den Architekten, wie in der Philologischen Bibliothek der Freien Universität Berlin, Lord Norman Foster von seinen Ideen beim Bau berichten¹¹⁷.
- Stellen Sie eine Stadtführung zur Verfügung und bereichern diese mit interessanten Zusatzinformationen, auch unter Einbezug des Medienangebots der Bibliothek.
- Geben Sie den Nutzern kurze Bibliothekseinführungen auch in Audio Form. Berichten Sie über Neuerungen und aktuelle Nachrichten der Bibliothek.
- Präsentieren Sie Neuerwerbungen und stellen den Bestand der Bibliothek vor
- Seien Sie ein Teil der örtlichen Gemeinschaft und zeichnen wichtige Veranstaltungen auf. Zugleich liefern Sie so wertvolles Material für das Stadtarchiv.
- Präsentieren Sie Ihre Beiträge von Konferenzen oder Pressekonferenzen der interessierten Öffentlichkeit.
- Bieten Sie interessierten Nutzern die Möglichkeit, mit ihren Fähigkeiten ein Teil des Angebots zu werden. Bieten Sie talentierten Künstlern eine Plattform oder lassen einen Teil der Stadtgeschichte mit Hilfe des örtlichen Geschichtsvereins Revue passieren und stellen die Verbindung mit dem eigenen Bestand her.
- Zeichnen Sie Autorenlesungen und Vorträge auf oder führen die Bürger mittels Video durch Ausstellungen mit Kommentaren des Kurators oder der beteiligten Künstler.

Durch ein Podcastangebot tragen Bibliotheken darüber hinaus dazu bei, behinderte- und bewegungseingeschränkte Personen am öffentlichen Leben teilhaben zu lassen. In dünn besiedelten oder ländlichen Gebieten mit eingeschränktem öffentlichen Personennahverkehr bieten Bibliotheken mittels eines Podcasts ein attraktives Angebot.

¹¹⁷ Freie Universität Berlin: Einmal Lord Norman Foster lauschen.- URL: http://www.fu-berlin.de/presse/fup/2007/fup_07_167/index.html, Letzter Zugriff: 26.05.2008

2.4.7 Experteninterview mit Alexander Kurz, JUcast.de

Aus welcher Motivation heraus haben Sie Ihr Podcastangebot gestartet?

Durch Podcasts steht eine neue zeitgemäße Möglichkeit zur Verfügung, unsere Mitglieder und Interessenten anzusprechen. Diese Chance wollten wir uns nicht entgehen lassen.

Podcasting ist noch ein sehr junges Medium. Wie sehen Sie die weitere Entwicklung?

Während Podcasting anfangs noch ein „Geek-Medium“ war, hat es innerhalb des letzten Jahres seine Unschuld verloren. Wenn man das Angebot, vor allem professioneller Medienanbieter ansieht, dann sind wir schon mitten im Massenmarkt. Derzeit überschreitet die Angebotsvielfalt jedoch sicher die Nutzer. Ich sehe insofern für die nächsten Jahre noch großes Wachstumspotenzial.

Welche Zielgruppen sind aus Ihrer Sicht heute besonders erreichbar und wie wird sich dies entwickeln?

Im Augenblick sind es eher technikaffine Menschen, die dieses Medium intensiv nutzen. Man muss aber differenzieren zwischen denen, die Podcasts bewusst nutzen und denen, die Podcasts nutzen, ohne es mitzubekommen bzw. ohne die technischen Hintergründe zu verstehen. Das Wesensmerkmal eines Podcasts ist, dass die Inhalte in einem RSS-Feed verlinkt sind und dadurch mit spezieller Software (einem Podcatcher wie z.B. Juice oder iTunes) abonniert werden können. Gerade dieses technische Detail wird derzeit nur von sehr wenigen verstanden. Wer sich also nicht nur auf eine technisch versierte Zielgruppe beschränken möchte, sollte unbedingt außer dem RSS-Feed auch eine Webseite anbieten, über die die Podcast-Inhalte abrufbar sind, denn somit kann man eine viel größere Zielgruppe ansprechen.

Wie sehen Sie die Verbreitung von Endgeräten und die Nutzung von Podcasts in breiten Bevölkerungsschichten?

Hier muss man wiederum differenzieren. Was den Audio-Bereich angeht, mangelt es nicht an Endgeräten, da sich für Audio-Podcasts das MP3-Format durchgesetzt hat und es in Hülle und Fülle Geräte gibt, die dies abspielen können. Es gibt sogar für viele Mobiltelefone Podcatcher-Software, so dass zum Abruf eines Podcasts noch nicht einmal ein Computer erforderlich ist. Anders sieht es im Bereich des Videopodcasts aus. Auch wenn MP4 hier Quasistandard geworden ist, gibt es kaum einheitliche Auflösungen, Codierungen und Bitraten. Endgeräte, die alle möglichen unterschiedlichen Formate verarbeiten, gibt es derzeit nur vereinzelt. Aber es ist nur eine Frage der Zeit, bis genug entsprechende Geräte bei den Konsumenten sind.

Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit dem Podcasting sammeln können?

Sehr gute, die Abrufzahlen haben unsere Erwartungen übertroffen.

Welche Formen des Podcastings gibt es?

Grundsätzlich sind Audio- und Videopodcasts üblich. Technisch gesehen könnte man über einen Podcast aber auch alle möglichen anderen Dateiformate zustellen. Denkbar wäre, PDFs, Bilder oder sogar Software über Podcasts zu verteilen. Da sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt.

Welche Aspekte bei der Produktion von Podcasts halten Sie für besonders wichtig?

Technisch sollte ein Podcast mit möglichst guter Qualität produziert sein. Gute Ton- oder Bildqualität sind bei einer gezielten Auswahl der Komponenten ohne großen finanziellen Aufwand zu erreichen. Grundsätzlich gilt, nicht an der Bitrate unnötig zu sparen. Der beste Podcast verliert an Charme, wenn beim Betrachter nur ein verpixelttes Bild in Briefmarkengröße ankommt oder der Ton verrauscht ist.

Inhaltlich gilt ebenso, dass sich nur Qualität durchsetzt, d.h. Sprecher sollten einem Konzept folgen und zugleich auch Erfahrung als Sprecher haben.

Die Zeiten des Ausprobierens, in denen in Handysprachqualität ein Moderator laut überlegte, was er nun erzählen könnte, sind definitiv vorbei.

Welche Länge sollte ein guter Podcast haben?

Die Länge hängt nur vom Inhalt und der Zielgruppe ab, das kann man nicht pauschalieren. Wenn über einen Podcast z.B. die Aufzeichnung einer Rede oder einer Podiumsdiskussion publiziert wird, dann kann der Podcast auch zwei Stunden lang sein. Ist der Inhalt interessant genug, werden die Hörer, evtl. auch in Etappen, den Podcast komplett anhören. Wer regelmäßig einen Informations-Podcast erstellen möchte, liegt sicher mit einer durchschnittlichen Sendezeit von bis zu 10 Minuten nicht falsch. Mit zunehmender Länge schrumpft jedenfalls die Wahrscheinlichkeit, dass der Inhalt komplett gehört wird, oder der Inhalt muss so gut sein, dass man trotzdem eine Kundenbindung erreicht.

Welche Periodizität sollte ein Podcast aufweisen?

Auch hierfür gibt es keine feste Regel, da der Nutzer selbst entscheiden kann, ob und wann er eine Folge konsumiert. Unter dem Gesichtspunkt der Kundenbindung empfiehlt sich:

1. nur dann zu publizieren, wenn man einen interessanten Inhalt zu bieten hat, 2. wenigstens so regelmäßig zu publizieren, dass der Konsument nicht denkt, der Podcast sei eingestellt worden.

Wo sehen Sie Anwendungsgebiete für Bibliotheken?

Bibliotheken könnten ihre Neuerwerbungen vorstellen, über ihre Servicedienstleistungen berichten oder die aktuellen Öffnungszeiten mitteilen.

Besonders spannend wäre jedoch, wenn Bibliotheken Werke, deren Urheberrechtsschutz abgelaufen ist, allgemein zugänglich machen könnten, indem sie z.B. jeden Monat ein klassisches Werk aus ihrem Bestand als PDF-Datei in einen Podcast stellen. Denkbar wäre auch, Mitschnitte von Kulturveranstaltungen, wie z.B. Dichterlesungen, die in vielen Bibliotheken regelmäßig stattfinden, zu veröffentlichen.

Welche Schritte sollte eine Bibliothek unternehmen, um ihr Podcastangebot auch für ihre Kunden bekannt zu machen und Hürden auf Seiten der Nutzer abzubauen?

Podcasts werden – genauso wie Webseiten – auf drei klassischen Wegen gefunden:

1. Durch Suchmaschinen 2. Durch Empfehlung via Link oder 3. Durch aktives Marketing. Um eine breite Masse zu erreichen, sollte ein Podcast unbedingt von einer Webseite begleitet werden, das erhöht auch die Wahrscheinlichkeit, über Suchmaschinen gefunden zu werden.



Abbildung 42: Alexander Kurz (Kurz, Alexander)

Alexander Kurz

Produzent des ersten Podcasts einer politischen Partei Deutschlands / JUcast.de
Produziert unter anderem den Podcast eines deutschen Spitzenpolitikers
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

2.5 Wikis

2.5.1 Definition

„Ein **Wiki** (Hawaiisch für „schnell“^[1]), seltener auch *WikiWiki* oder *WikiWeb* genannt, ist eine Software und Sammlung von Webseiten, die von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern meist auch direkt online geändert werden können. Wikis ermöglichen es verschiedenen Autoren, gemeinschaftlich an Texten zu arbeiten. Ziel eines Wiki ist es im [a]llgemeinen, die Erfahrung und den Wissensschatz der Autoren kollaborativ in Texten auszudrücken.“¹¹⁸

2.5.2 Technik

Das Frontend der Applikation bildet die in verschiedenen Programmiersprachen zur Verfügung stehende und mittels eines Browsers bedienbare Wiki Software. Die Ablage der generierten Daten erfolgt in der Regel in einer relationalen Datenbank. Auch die Speicherung im Filesystem z.B. mittels Textdateien ist gebräuchlich.

Bei der Auswahl der richtigen Wiki Software sind einige Aspekte zu beachten:

- Die Installation der Wiki-Software sollte einfach und mit einer guten Installationsanleitung dokumentiert sein. Insbesondere das eigenhändige Anlegen von Datenbanktabellen und umständliches Einstellen mittels Konfigurationsdateien gilt es zu vermeiden.
- Mehrere Layouts, die sogenannten Skins, sollen zur grafischen Anpassung des Wikis zur Verfügung stehen
- Je nach Einsatzfeld ist auch das Vorhandensein eines Rechtemanagements sinnvoll. So kann mittels verschiedener Berechtigungen geregelt werden, wer neue Seiten anlegen oder bestimmte Artikel bearbeiten darf.
- Die Wiki Software sollte stetig weiterentwickelt und gepflegt werden. Bei freier Software lassen sich bei entsprechender Fachkenntnis auch eigene Modifikationen einbauen.
- Für die Nutzer sind Usability-Aspekte wichtig. Wie einfach lassen sich Änderungen durchführen? Welche Kenntnisse in der Syntax der Seitenbeschreibungssprache ist für die Nutzer notwendig?
- Welche Dokumentation ist für das Softwaresystem vorhanden?
- Bei im Internet präsenten Wikis ist auch auf einen Spamschutz zu achten.

Eine Übersicht über verschiedene Wiki Systeme führt die Wikipedia getrennt nach deren Programmiersprachen auf.¹¹⁹ Einen Vergleich der verschiedenen Systeme im Detail ermöglicht die WikiMatrix.¹²⁰

¹¹⁸ Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Artikel *Wiki*.- Bearbeitungsstand: 16. April 2008, 08:30 UTC. URL: <http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Wiki&oldid=44957568> (Abgerufen: 18. April 2008, 17:12 UTC)

¹¹⁹ Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Artikel *Liste von Wiki-Software*.- Bearbeitungsstand: 7. Mai 2008, 08:06 UTC. URL: http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Liste_von_Wiki-Software&oldid=45738922 (Abgerufen: 17. Mai 2008, 19:59 UTC)

¹²⁰ CosmoCode GmbH: WikiMatrix.- URL: <http://www.wikimatrix.org/>, Letzter Zugriff: 31.03.2009.

Wer den Aufwand der eigenständigen Installation und Betreuung eines Wikis scheut, kann auf das Hostingangebot eines kommerziellen Anbieters wie wikispaces¹²¹ oder PBwiki¹²² zurückgreifen. Allerdings begibt sich die Bibliothek damit in die technische Abhängigkeit des Anbieters und schränkt damit ihren Handlungsspielraum auch hinsichtlich von Anpassungen ein.

Zu der mit am häufigsten eingesetzten Software zählt MediaWiki,¹²³ welche auch für die Wikipedia zum Einsatz kommt. Daher sind für diese besonderen Aspekte der Bedienbarkeit durch die Nutzer und Weiterentwicklung des Softwaresystems gegeben.

2.5.3 Anwendung im Netz

Wikis sind ein Werkzeug, User Generated Contents zu produzieren und publizieren. Dieser Bottom-Up-Ansatz des User Generated Content läßt sich insbesondere dann realisieren, wenn mittels einer kritischen Masse an Nutzern die Qualität und Quantität der Inhalte sichergestellt sind. Die kritische Nutzermasse korrigiert fehlerhafte Informationen und fügt neue transparent hinzu, um so ein Thema umfänglich zu erfassen. Neben der kritischen Masse an Nutzern läßt sich die Qualität auch mittels aus dem Verlagswesen bekannten Prüfverfahren (Lektorat, Schlußredaktion) sicherstellen. Diese bieten sich insbesondere in geschlossenen Wikis an, innerhalb deren keine Veränderung mehr gewünscht ist. Dies kann beispielsweise bei einer Dokumentation oder Prozessbeschreibung der Fall sein.

Das bekannteste und wohl auch am häufigsten genutzte Wiki ist die Enzyklopädie Wikipedia. Neben dieser haben sich eine Vielzahl oftmals fachlich sehr spezifischer und oftmals noch unbeachteter Wikis etabliert.^{124,125} Diese sind einer begrenzten Community bekannt und widmen sich einer spezifischen Zielgruppe.

Einige Charakteristika zeichnen Wikisysteme aus:

Artikel

Der Artikel stellt die Basis eines Wikis dar. Die einfache Editierbarkeit von Artikeln ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor des Wiki Gedankens. Die Formatierung erfolgt entweder mittels WYSIWYG Editor oder über einen schnell zu erlernenden Quellcode.

¹²¹ Tangient LLC.: Wikispaces.- URL: <http://www.wikispaces.com/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

¹²² PBwiki, Inc.: PBwiki.- URL: <http://pbwiki.com/>, Letzter Zugriff: 31.03.2009.

¹²³ MediaWiki.- URL: <http://www.mediawiki.org/wiki/MediaWiki/de>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

¹²⁴ GründerWiki. Artikel Wiki Verzeichnis.- URL: <http://www.wikiservice.at/gruender/wiki.cgi?WikiVerzeichnis>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

¹²⁵ WikiIndex.- http://www.wikiindex.org/Main_Page, Letzter Zugriff: 26.05.2008

Beschreibung	Wiki-Code	Ausgabe
<i>überall anwendbar</i>		
Italic (kursiver) Text	<code>''italic''</code>	<i>italic</i>
Bold (fetter) Text	<code>'''bold'''</code>	bold
Bold und italic (fett und kursiv)	<code>''''bold & italic''''</code>	<i>bold & italic</i>
Unterbinden des Wiki-Markup	<code><nowiki>kein ''Markup''</nowiki></code>	kein "Markup"
<i>nur am Beginn einer neuen Zeile anwendbar</i>		
Überschriften in verschiedenen Grössen	<code>==Level 1== ===Level 2=== ====Level 3==== =====Level 4=====</code>	Level 1 Level 2 Level 3 Level 4
Horizontale Linie	<code>----</code>	-----
ungeordnete Liste	<code>* erste Zeile * zweite Zeile * dritte Zeile ** dritte Zeile,erster Unterpunkt ** dritte Zeile,zweiter Unterpunkt</code>	■ erste Zeile ■ zweite Zeile ■ dritte Zeile ■ dritte Zeile,erster Unterpunkt ■ dritte Zeile,zweiter Unterpunkt
geordnete Liste	<code># erste Zeile # zweite Zeile # dritte Zeile ## dritte Zeile,erster Unterpunkt ## dritte Zeile,zweiter Unterpunkt</code>	1. erste Zeile 2. zweite Zeile 3. dritte Zeile 1. dritte Zeile,erster Unterpunkt 2. dritte Zeile,zweiter Unterpunkt

Abbildung 43: Auszug aus der Textformatierungsübersicht von MediaWiki (Screenshot)¹²⁶

Wiki interne und darüber hinausgehende externe Verlinkungen ermöglichen die Verknüpfung von Inhalten und bilden so ein Wissensnetz. Dem Gedanken des „Writable Web“ eröffnen sich mittels des partizipatorischen Ansatzes von Wikis neue Wege gegenüber dem read-only Ansatz des WWW.

Diskussion

Mittels mit den Artikel verbundenen Diskussionsseiten können Änderungen, insbesondere Formulierungen und Überlegungen zum Artikelinhalt, zum Diskurs gestellt und anschließend in den Artikel einfließen.

Versionen/Autoren

Die Versionsverwaltung macht Änderungen der Artikel durch die Nutzer transparent und erlaubt den Vergleich verschiedener Versionsstände. Ebenso werden die Autoren, soweit am System angemeldet, ersichtlich.

¹²⁶ MediaWiki. Artikel Help:Formatting/de.- Bearbeitungsstand: 11. Juli 2007, 12:21. URL: <http://www.mediawiki.org/wiki/Help:Formatting/de> (Abgerufen: 26. Mai 2008, 08:07)

Redirects

Redirects ermöglichen die Weiterleitung etwa von Abkürzungen auf den jeweiligen Hauptartikel.

Beispiel:

Artikel „BIB“

```
#REDIRECT [[Berufsverband Information Bibliothek e.V.]]
```

Kategorien

Mittels Kategorien lassen sich die Artikel einordnen. Die Kategorien ermöglichen den Nutzern einen zusätzlichen Sucheinstieg. Die Kategorisierung erfolgt durch das Prinzip des gemeinschaftlichen Indexierens(Folksonomy).

Suchfunktion

Die Suche nach Inhalten ist mittels Artikelname oder über einzelne Textsegmente der im gesamten im Wiki publizierten Artikeln möglich.

Skins

Grafische als Skin bezeichnete Layouts stehen Administratoren und Nutzern zur Auswahl, um individuelle Anpassungen des Wikis vorzunehmen.

Extensions

Für das Softwaresystem stehen Erweiterungen zur Verfügung. Diese müssen in einem Einrichtungs/Installationsprozess in das Wiki-System integriert werden.

Vorlagen

Vorlagen sind mit Textbausteinen zu vergleichen und dienen der normierten Darstellung von Inhalten sowie der Arbeitserleichterung in größeren Wiki Projekten.

Weiterhin ist es möglich, Vorlagen zu erstellen, welche auf Grund ihrer Syntax, die direkte Abfrage von Wiki externen Datenbankangeboten erlauben.¹²⁷

¹²⁷ So ist im B.I.T Wiki Projekt die Abfrage von Persistent Identifiern(DOI, URN) mittels der Integration einer Abfragevorlage möglich geworden. Ebenso wurde mittels einer Vorlage die Abfrage der PND im Katalog der DNB realisiert.

2.5.4 Anwendung in Bibliotheken

Am häufigsten finden bislang Wikis als Intranet in Bibliotheken ihre Anwendung. Die transparente und aktuelle Dokumentation von Prozessen soll mittels des Wikis erfolgen, um so die Informationsversorgung der Mitarbeiter zu gewährleisten. Wikis sind so Teil der lernenden Organisation. Im System können des weiteren Dokumente wie Vorlagen oder Verweise auf Arbeitsunterlagen hinterlegt werden. Beispielsweise ist ein solches System unter dem Namen ISIS an der Saarländischen Universitäts- und Landesbibliothek im Einsatz.¹²⁸ Auch die Bibliothek des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation in Stuttgart erprobt zur Zeit unter dem Namen LINFO die Einführung eines entsprechenden Systems.¹²⁹

Konferenzen, wie das erstmals im Mai 2008 stattgefundene BibCamp, nutzen Wikis zur Kongressorganisation.¹³⁰ So können sich Interessenten dynamisch auf Teilnehmerlisten eintragen oder gewünschte Themen übermitteln.

Wikis können als Plattform des kooperativen Arbeitens dienen. Das sicherlich größte bibliothekarische Projekt dieser Art in Deutschland ist das Verbund-Wiki des GBV.¹³¹

Für Schulungszwecke im Bereich der Teaching Library eignen sich Wikis sowohl für die Durchführung als auch in der Dokumentation. Das Library Success Wiki¹³² bietet in der Schulung von Bibliotheksmitarbeitern ein gutes Beispiel.

Die aus der Informationsvermittlung im Bibliothekswesen bekannten Guides lassen sich ebenso in Form eines Wikis den Bibliothekskunden präsentieren. Guides können in Wikiform geöffnet werden, um Nutzerwissen mit einfließen zu lassen. Die St. Joseph County Public Library liefert zu vielfältigen Themen von „Business“ über „Education“ bis hin zu „Hobbies“ eine tief gehende Einführung in die Welt der Information.¹³³

¹²⁸ Dreßler, Birgit; Mohrbach, Gabriele; Müller, Matthias: ISIS, die neue Informationsplattform der Saarländischen Universitäts- und Landesbibliothek: ein Praxisbericht. Verzahnung von Dokumenten-Management und Wiki-Funktionalität. In: Information, Wissenschaft & Praxis 57(2006)5, S. 255 - 258

¹²⁹ Die Installation und Konfiguration des Systems erfolgte unter Projektbeteiligung des Autors

¹³⁰ BibCamp: BibCamp - Potsdam/Berlin, 16./17. Mai 08 FrontPage.- URL: <http://bibcamp.pbwiki.com/>, Letzter Zugriff: 23.05.2008

¹³¹ Verbundzentrale des GBV: Verbund-Wiki GBV.- URL: <http://www.gbv.de/wikis/cls/Startseite>, Letzter Zugriff: 23.05.2008

¹³² Farkas, Meredith: Library Success: A Best Practices Wiki.- http://www.libsuccess.org/index.php?title=Main_Page, Letzter Zugriff: 24.05.2008

¹³³ St. Joseph County Public Library. Artikel Main Page.- Bearbeitungsstand: 15. April 2008, 17:02. URL: http://www.libraryforlife.org/subjectguides/index.php/Main_Page (Abgerufen: 26. Mai 2008, 08:24)



navigation

- [Subject Guide Home](#)
- [Browse by Category](#)
- [See All Guides](#)
- [Ask a Librarian](#)
- [Online Catalog](#)
- [Recent Changes](#)
- [Random Page](#)
- [SJCPCL Home](#)

search

toolbox

- [What links here](#)
- [Related changes](#)
- [Upload file](#)
- [Special pages](#)
- [Printable version](#)

[article](#) | [discussion](#) | [edit \(librarians only\)](#) | [history](#)

Main Page

SJCPCL Subject Guides

Welcome to St. Joseph County Public Library's Subject Guides.

Click here for helpful tips or to talk to the library.

You may also use the "search" box to the left.

Books

[Biography and Memoir](#)

Business

[Business](#)
[Consumer Information](#)
[Jobs](#)

Information Desk

[Community Organizations & Resources](#)
[Legal Information](#)
[Local Libraries](#)
[Online Directory Assistance](#)
[Online Reference Sources](#)

Education

[Computer Classes @SJCPCL](#)
[Education](#)
[Homework](#)
[Local Scholarships](#)

Entertainment

[Arts & Entertainment](#)

Government

[Indiana \(State\) Government](#)
[Local Government Offices](#)
[St. Joseph County Government](#)
[South Bend \(City\) Government](#)
[Tax Information](#)
[U.S. \(Federal\) Government](#)
[Voter Information](#)

Hobbies

[Antiques & Collectibles](#)

[Cooking](#)
[Crafts](#)

Local & Family History

[Family History \(Genealogy\)](#)
[Local History](#)
[Recommended Links](#)

News & Current Events

[Local News & News Sites](#)

Recreation & Fitness

[Gardening](#)
[Health](#)
[Pets](#)
[Sports & Recreation](#)
[Travel](#)

Abbildung 44: Wiki basierende Subject Guides der St. Joseph County Public Library (Screenshot)¹³⁴

Neben dem amerikanischen LIS Wiki¹³⁵ hat sich im deutschsprachigen Raum das B.I.T. WIKI als Wissensdatenbank für Informationsspezialisten etabliert.^{136,137} Das Projekt B.I.T. WIKI entsprang aus einem Projekt von Studierenden des Studiengangs Bibliotheks- und Informationsmanagement an der Hochschule der Medien, Stuttgart im Jahr 2007.^{138,139}

The screenshot shows the homepage of B.I.T. WIKI. On the left is a navigation menu with links like 'Hauptseite', 'Über B.I.T. Wiki', and 'Hilfe'. Below it is a search bar. The main content area has a header with 'Hauptseite' and a banner for '03. - 06. Juni 2008' for the 'Bibliothekartag 2008'. The main text includes a welcome message, a quote from FAZ about Wikimania, and several sections promoting knowledge sharing and updates. A 'Neuigkeiten' section lists news items from 2014.

Abbildung 45: Startseite des B.I.T WIKI (Screenshot)¹⁴⁰

¹³⁵ LISWiki. Artikel Main Page.- Bearbeitungsstand: 13. Mai 2008, 09:29 UTC. URL: http://liswiki.org/w/index.php?title=Main_Page&oldid=16760 (Abgerufen: 25. Mai 2008, 16:52 UTC)

¹³⁶ B.I.T. WIKI. Artikel Hauptseite.- Bearbeitungsstand: 21. Mai 2008, 07:21. URL: <http://bit-wiki.de/index.php/Hauptseite> (Abgerufen: 25. Mai 2008, 17:52)

¹³⁷ Das Projekt B.I.T. WIKI entstand unter eigener Projektmitarbeit und wird durch den Autor weiterhin Administrativ betreut.

¹³⁸ Vgl. Kübler, Sagra; Ratzek, Wolfgang; Wursthorn, Lena [u.a.]: Content is King - Projekt B.I.T.Wiki geht online!. In: BIT-online 10(2007)3, S. 262-264

¹³⁹ Zum Stand vom 28.05.2008 wurden rund 180.000 Seiten des Wiki abgerufen. Die Artikelanzahl verdoppelte sich seit der Veröffentlichung des Projekts.

¹⁴⁰ Ebenda

In der konkreten Bibliotheksanwendung von Wissensdatenbanken gibt die Zweigbibliothek Medizin der Universitäts- und Landesbibliothek Münster ein gutes Beispiel.¹⁴¹ Durch die gut strukturierten Artikel gelangen die Nutzer schnell zu relevanten Informationen.

Wissens-Wiki : HomePage

HomePage :: Categories :: PageIndex :: RecentChanges :: RecentlyCommented :: Login/Register

Wissensdatenbank der Zweigbibliothek Medizin[∞] der Universitäts- und Landesbibliothek Münster[∞]

Hier finden Sie Ihre Fragen und unsere Antworten



Liste der angebotenen Themen

Benutzung
 Buch
 Copyright
 Datenbanken
 Fernleihe und Subito
 Google
 Literatursuche
 Medizinische Fakultät
 PocketPC, Palm, Smartphone
 Promotion und Habilitation
 PubMed
 Schulungen
 Technische Fragen
 Zeitschriften

Themen A-Z

Abbildung 46: WIKI der Zweigbibliothek Medizin der Universitäts- und Landesbibliothek Münster (Screenshot)¹⁴²

Bei vielen Wiki Angeboten sind die Grenzen zwischen einzelnen Anwendungsgebieten fließend.

¹⁴¹ Universitäts- und Landesbibliothek Münster Zweigbibliothek Medizin: Wissens-Wiki.- URL: <http://medbib.klinikum.uni-muenster.de/wiki/HomePage>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

¹⁴² Ebenda

2.5.5 Weitere Anwendungsszenarien

Zur Wiki Anwendung in Bibliotheken bieten sich darüber hinaus weitere Anwendungsfelder an:

- In Zusammenarbeit mit dem Stadtarchiv und dem örtlichen Heimatmuseum berichten Bürger ihre Lebensgeschichte in einer Schreibwerkstatt der Bibliothek. Die beteiligten Institutionen bereichern die Beiträge mit zusätzlichen Medieninhalten.
- Bürger berichten über ihre Stadt und tragen Informationen beispielsweise zu Sehenswürdigkeiten zusammen. Die Bibliothek ergänzt die Artikel mit Verweisen zu eigenen Beständen. Hier bietet sich eine Kooperation mit dem lokalen Tourismusmarketing an.
- Im Rahmen von Lese- und Schreibförderungsprojekten produzieren Schüler Texte unter Nutzung einer Wiki Plattform.
- Das Beschwerdebuch der Bibliothek wird in Form eines Wikis aufgelegt. Dies ermöglicht eine verbesserte Transparenz und Interaktion mit dem Nutzer.
- Die virtuelle Bibliotheksführung wird im Wiki abgebildet. Mittels der im Wiki vorhandenen Diskussionsseiten bieten Interaktionsmöglichkeiten mit dem Bibliothekskunden, um Nutzungshemmnisse zu erkennen.
- Schulungsangebote zur Informationskompetenz werden von Bibliotheken kooperativ erstellt und aktualisiert und als Portal verbundübergreifend den Nutzern angeboten
- Die Bibliothek baut eine Wissensdatenbank rundum für die Trägerinstitution auf.
- Die FAQ werden als Wiki dargestellt. Der Vorteil liegt darin, dass Nutzer weitere Fragen dynamisch einfügen können.
- Der Weg eines kundenorientierten Bestandsaufbaus und eine partizipative Erwerbungspolitik können auf Wiki-Basis abgebildet werden. Auch die Idee des „Bürgerhaushalts“ könnte mittels Wikis auf die Bibliothek Übertragung finden.
- Erschließung digitaler Informationen
- Theoriefindung innerhalb der Fachdisziplinen
- Diskussion von bibliothekarischen Projekten
- Porträts von Wissenschaftlern. Erschließung von Zeitschriftenaufsätzen oder Projektarbeiten dieser.
- Wikis bieten sich als Plattform beispielsweise zur Diskussion im Bereich Normung oder Überarbeitung von Systematiken an.

2.5.6 Experteninterview Patrick Danowski, ehem. Mitglied im Vorstand von Wikimedia Deutschland e.V.

Aus welcher Motivation heraus engagieren Sie sich in der Wikipedia Community?

Über die Zeit hat sich die Motivation immer mal ein wenig gewandelt. Angefangen habe ich damit 2004. Am Anfang war die Hauptmotivation, das eigene Wissen zu ergänzen, da mich die Idee einer freien Enzyklopädie von Anfang an fasziniert hat. Ganz nebenbei, der freie Zugang zu Wissen ist ja auch eine alte Idee der Bibliotheken. Schnell war der dann auch der politische Gedanke des freien Wissens und die Implikationen auf die Gesellschaft, ein Punkt, der mich mehr und mehr interessiert hat, deshalb habe ich mich auch in dem Verein Wikimedia Deutschland e.V. engagiert. Das Selberschreiben ist dann ein wenig in den Hintergrund getreten, vielmehr habe ich versucht, andere zu motivieren, in der Wikipedia mitzuarbeiten. Schnell habe ich gesehen, dass diese Projekte auch sehr interessante Schnittstellen zu dem Bereich der Bibliotheken bieten.

Wie haben Ihre Kollegen Ihr Engagement beurteilt? Gab es auch Kritiker?

Ja, vor allem am Anfang wurde das Projekt in der Fachwelt noch sehr kritisch beäugt, ich hatte jedoch das Glück, in der Bibliothek zu landen, in der das Interesse an dem Projekt grösser war als die Kritik. Sehr schnell kam dann die Zeit, in der die Wikipedia sehr hipp war, der typische Hype. Spätestens nach der Zusammenarbeit mit der Deutschen Nationalbibliothek und der Personennormdatei hatte sich die Wikipedia zumindest im deutschsprachigen bibliothekarischen Umfeld etabliert. In andern Ländern, wie beispielsweise Frankreich, sah das auch dann noch anders aus. Im Anschluss wurde das Projekt differenzierter betrachtet und die Mängel, die der Community schon seit langer Zeit bewusst waren, wurden von der Presse hochgespielt. In der Zwischenzeit ist ein ausgeglichenes Bild entstanden und Wikipedia findet in ganz Europa Beachtung.

Welchen Chancen sehen Sie in der Kooperation der Bibliothekswelt mit der freien Enzyklopädie Wikipedia ?

Was dies angeht, stehen wir gerade erst am Anfang. Ich sehe eine Vielzahl von Möglichkeiten. Die Verknüpfung mit den Normdateien stellt hier schon eine sehr interessante Basis dar. Aber auch die Auswertung der Sprachverknüpfungen für den Retrieval Bereich oder das Verwenden von Inhaltsbeschreibungen könnten noch realisiert werden. Aber auch die Schwesterprojekte wie Wikisource bergen noch interessante Möglichkeiten. Ich denke, in diesem Bereich sind wir gerade erst dabei, gedanklich das Potenzial, das uns diese Wissensallmende bietet, auszuschöpfen.

Worin sehen Sie Chancen für den Austausch zwischen der Bibliothekswelt und der Wikipedia bzw. Web 2.0 Community?

Die Chancen sind sehr vielfältig. Beide Seiten können viel von einander lernen. Bibliothekare sollten schauen, wie sie sich mit ihren Fachkenntnissen in die Diskussionen einbringen können, ohne aber den Eindruck zu machen, dass sie alles besser wissen. Das macht es eventuell notwendig, Dinge nochmals zu erklären, die für Bibliothekare selbstverständlich sind. Ein gutes Beispiel ist hier das Projekt mit der Verknüpfung der Wikipedia mit der Personennormdatei. Vielen Wikipedianern war am Anfang nicht klar, wozu das gut ist und welchen

Sinn es macht. Hier musste viel Aufklärungsarbeit geleistet werden. Als der Sinn erkannt wurde, war die Unterstützung für das Projekt in der Community jedoch sehr gross.

Auf der anderen Seite sollten Bibliothekare schauen, was sie von der Wikipedia und dem Web 2.0 lernen können. Insbesondere der Punkt der offenen Schnittstellen und die Bereitschaft, etwas Neues zu lernen, seien hier als Beispiele genannt. Natürlich gibt es hier auch Techniken, die sehr interessant sind (wie RSS und Social Tagging) für den Einsatz in Bibliotheken. Mit diesen sollten wir uns vertraut machen, um sie vernünftig bewerten zu können.

Wikis haben erst vor kurzem eine weite Verbreitung gefunden. Wie sehen Sie die weitere Entwicklung?

Wikis werden sich zu ganz alltäglichen Werkzeugen entwickeln, immer mehr Kolleginnen und Kollegen in meinem Umfeld wissen dies jetzt schon zu schätzen. Natürlich gibt es auch Kritiker, die hat es am Anfang bei der Einführung des Computers zum Schreiben von Texten aber auch gegeben. Ich denke jedoch, in ein paar Jahren werden Wikis so selbstverständlich wie Textverarbeitungen heute sein und von uns genauso selbstverständlich eingesetzt werden.

Für welche Wiki Software würden Sie sich beim Einsatz in Bibliotheken aussprechen und warum?

Eine sehr schwierige Frage, die sich kaum so pauschal beantworten lässt, da die Stärken der verschiedenen Wiki-Systeme sehr unterschiedlich sind. Wenn es darum geht, eine offene Plattform aufzubauen, wird in vielen Fällen MediaWiki, das System, das auch in der Wikipedia verwendet wird, die erste Wahl sein. Wenn es aber darum geht, Benutzerrechte zu verwalten, Gruppen mit unterschiedlichen Zugriffsrechten zu haben, dann sollte man sich den Markt etwas genauer anschauen und vielleicht eine der vielen Unternehmenswiki-Lösungen wählen. Je nachdem, wie technisch begabt die Gruppe ist, die in dem Wiki arbeiten soll, kommt gegebenenfalls auch Semantik Media Wiki in Frage, wobei hier die Mitmachhürde ein ganz klein wenig grösser ist.

Welche Aspekte bei der Erstellung eines Wikis halten Sie für besonders wichtig?

Mit das Schwierigste bei einem Wiki ist die vernünftige Gliederung. Diese wird sich erst langsam ergeben, daher ist auch ein regelmässiges Überprüfen der bisherigen Struktur und ein Aufräumen notwendig. Diese Gliederung wird sich in einem ständigen Wandel befinden, als ständige Beta-Version. Ich denke, dies ist etwas, das insbesondere Bibliothekaren sehr schwer fällt. Aber vielleicht täusche mich auch und es kommt auf den Typen von Mensch an.

Wie kann bei extern eingesetzten Wikis die notwendige kritische Masse an Nutzern erreicht werden?

Das ist die Frage, die sich bei allen diesen Systemen stellt. Wenn man dazu ein Patentrezept hätte, könnte man als Berater arbeiten. Am besten ist immer, auf vorhandene Communities aufzubauen und auch erstmal zu schauen, ob es wirklich das eigene Wiki braucht, denn

viele kleine Communities, die zersplittert sind, erreichen weniger als eine grosse Community. Daher ist ein wichtiger Aspekt meiner Meinung die Nachnutzung von vorhandenen Strukturen.

Welche Schritte sollte eine Bibliothek unternehmen, um ihr Wiki auch für ihre Kunden bekannt zu machen und Hürden z.B. bei der Erstellung von Wiki Quellcode auf Seiten der Nutzer abzubauen?

Thema Wikis in das Schulungsangebot aufnehmen, beispielsweise, wie schreibe ich einen Artikel in der Wikipedia, Voraussetzung dafür ist intensives Auseinandersetzen der Bibliothekare mit diesen Medien.

Wo sehen Sie Anwendungsgebiete für Wikis in Bibliotheken ?

Die größten Potenziale liegen für Bibliotheken in Bereichen des internen Wissensmanagements, was man durchaus teilweise auch nach außen durchlässig machen könnte. Eine weitere Anwendung sehe ich in dem Erstellen der viel geliebten Protokolle. Diese könnten während einer Sitzung direkt im Wiki angelegt werden, dann weiter ausformuliert und korrigiert werden. Dies würde meiner Meinung nach in vielen Fällen die Prozesse beschleunigen, aber vielleicht sind Protokolle dafür in manchen Fällen auch einfach eine zu „politische“ Sache.

Gibt es eine Empfehlung, welche Sie allen, die ein Wiki starten möchten, mit auf den Weg geben wollen?

Ja, den Wahlspruch der Wikipedia „Seien Sie mutig“, wagen Sie etwas Neues und versuchen Sie Ihren Kollegen zu zeigen, dass Wikis sinnvoll sind und es sogar Spaß machen kann, sein Wissen zu teilen. Dies bildet meiner Meinung nach eine gute Basis für die Arbeit in jedem Wiki.



Abbildung 47: Patrick Danowski (Danowski, Patrick)

Patrick Danowski

ist wissenschaftlicher Angestellter der Staatsbibliothek zu Berlin. Zurzeit arbeitet er unter anderem in dem DFG Projekt "Funktionale Integration von ZDB und EZB zur Entwicklung

gemeinsamer endnutzerorientierter Dienstleistungen". Er ist Informatiker und wissenschaftlicher Bibliothekar. Sein Referendariat hat er an der Zentral- und Landesbibliothek Berlin gemacht, während die theoretische Ausbildung an der Humboldt Universität am Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaften stattfand. Dort hat er gleichzeitig den Master of Library and Information Science erworben. Seit September 2006 betreibt er das Weblog "Bibliothek 2.0 und mehr"(<http://www.bibliothek2null.de>). Seine Interessenschwerpunkte sind Open Access (insbesondere im Zusammenhang mit dem Kulturellen Erbe), Wikipedia und Bibliotheken sowie natürlich Bibliothek 2.0. Im Vorstand des Berliner Arbeitskreises Information (BAK) ist er seit Januar 2008. Von 2005 bis 2007 war er Mitglied im Vorstand von Wikimedia Deutschland e.V.

3 Innovative Projekte und Konzepte

Neben neuen Perspektiven durch die Web 2.0 Technologie für das Informationswesen haben sich auch andere Bereiche der Information und Kommunikation fortentwickelt. Ausgewählte fortschrittliche Ideen sollen im nachfolgenden in aller Kürze beispielgebend Erläuterung finden und ein Schlaglicht auf Innovationen im Bibliotheks- und Informationswesen werfen.

3.1 AV-Sitze

Eine interessante Idee bieten die AV-Sitze in der Medialounge des Zentrums für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe. Die dort aufgestellten Prototypen bestehen aus einem Sessel, an dessen Kopfstütze sich ein fest installierter Kopfhörer befindet. Vor die Sitze ist ein Bedienungsmodul, bestehend aus Monitor, Tastatur und Trackball (benutzbar wie eine Computermaus), montiert. Den Sesseln gegenüber, im Abstand von ca. 2m, ist ein Monitor angebracht, dessen Bild über eine Glasplatte in Richtung des Sessels reflektiert wird.

Der Einsatz dieser Geräte im Lesesaal würde eine moderne und neuartige Form der Präsentation von audio-visuellen Inhalten bieten. So ist es dem Nutzer möglich, Zugriff auf die digital vorgehaltenen AV-Materialien der Bibliothek zu erhalten. Dies können auf dem Bibliotheksserver abgelegte Filme, Musikstücke, Hörspiele, Originalaufnahmen etc. sein. Die Auswahl des Mediums findet über die Bedienelemente und den Monitor statt. Wenn ein zusätzliches Laufwerk angeschlossen wird, können auch alle physischen Speichermedien der Bibliothek (CD/DVD/Blu-ray Disc...) abgespielt und benutzt werden. Hierbei ist natürlich auf die jeweils aktuellen urheberrechtlichen Regelungen zu achten.

Die gespiegelte Sichtfläche des Monitors ist wesentlich weiter entfernt als an einem Arbeitstisch. Die Sessel erlauben eine bequeme Sitzhaltung. Die Kopfhörer in den Kopfstützen sind flexibel und lassen sich Körpergröße und Körperhaltung des Benutzers anpassen. Lärmbelästigung anderer Benutzer ist durch die erzwungene Benutzung der fest installierten Kopfhörer ausgeschlossen.

Das Benutzen des AV-Materials hat eher unterhaltenden Charakter, als dies die analytische Arbeit am Arbeitsplatz mit Monitor haben würde, da der Nutzer das dargebotene Material bewusster konsumieren kann. Das Bedienungsmodul am Sessel bietet dennoch Platz für eventuell zu benutzende Schreibunterlagen.



Abbildung 48: AV-Sitze der Medialounge des ZKM (Herm, Simon)

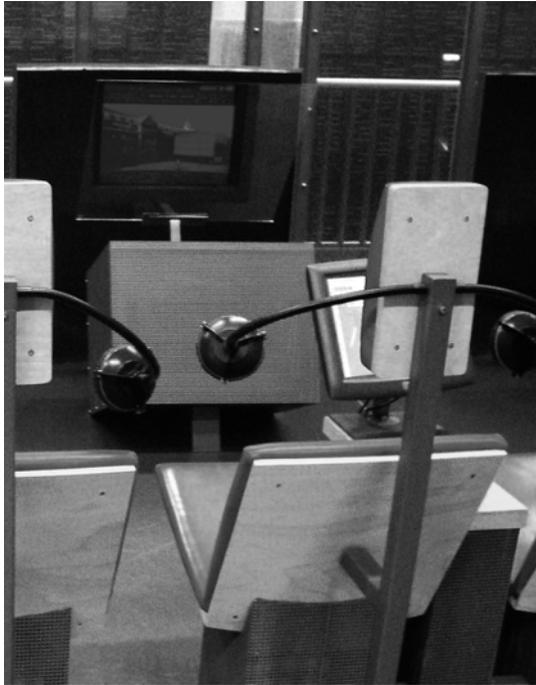


Abbildung 49: AV-Sitze: Blick auf Monitor (Herm, Simon)

3.2 Media Browser

Der Wandel an Medien in Bibliotheken erfordert auch neue Wege der Präsentation dieser Bestände. Insbesondere Filme, Spiele, Musik und Audiobooks sind nur schwer über klassische OPAC Ansätze den Kunden zu vermitteln, da diese auf den Medieninhalt nur mit Grundinformationen, beispielsweise dem Titel, eingehen. Aber auch das klassische Medium Buch gewinnt durch Catalogue Enrichment Projekte, wie zum Beispiel dem SWBplus neue Informationen, die es den Bibliothekskunden zu vermitteln gilt.

Einen Weg zeigt das Produkt Media Browser der Bertelsmanntochter arvato digital services. Mittels eines Medienterminals ermöglicht der Browser inzwischen an über 3.000 Anspielstationen in mehr als 15 europäischen Ländern, Kunden im Medieneinzelhandel den Zugriff auf Hintergrundinformationen zu den angebotenen Produkten. In Deutschland zählen zu den Referenzkunden unter anderem Media Markt, Saturn und Karstadt. Die Datenbank von arvato digital services umfasst aktuell rund 8 Millionen Media Trailer. Nach Angaben des Unternehmens ist ein Media Browser Terminal für Musik, Film, Spiele und Hörbuch bei entsprechender Vertragslaufzeit für eine monatliche Pauschale von unter 250 € bereits verfügbar. Bisher ist das System in Bibliotheken noch nicht im Einsatz, kann aber ohne weiteres erfolgen. Eine sinnvolle Erweiterung auf das Thema Buch und Bibliotheken setzt neben

den allgemeinen Metadaten wie ISBN, Titel, Autor, Verlag, zusätzlich das Vorhandensein des Buch-Covers und Buchbeschreibung voraus. Dieses ist im Zuge eines entsprechenden Projektes möglich.^{143,144}



Abbildung 50: Kunde Kunde in Interaktion mit dem Media Browser (arvato digital services)



Abbildung 51: Menüansicht des Media Browsers (arvato digital services)

¹⁴³ Gemäß Auskunft des Unternehmens

¹⁴⁴ Vgl. Sonopress GmbH.- URL: <http://www.mediabrowser.info/>, Letzter Zugriff: 31.08.2008

3.3 Buch Automaten

Auch die Idee, ob Buchautomaten zukünftig das Netz der Bibliotheken ergänzen könnten, ist einer Überlegung wert. So könnten sich Pendler an stark frequentierten Anlaufpunkten wie Bahnhöfen oder Zentralen Bushaltestellen mit aktueller Literatur versorgen. Auch könnte die Literaturversorgung zumindest ansatzweise in ländlichen Gebieten gewährleistet werden. Ein Hauptproblem von Buchautomaten stellt sicherlich das begrenzte Literaturangebot dar. Aber auch dieser offensichtliche Umstand kann bei entsprechender Auslegung des Systems zu einem zusätzlichen Nutzungsanreiz werden. Gemäß dem Vorbild der Packstationen der DHL/ Deutschen Post AG könnten in einem Buchautomaten der Bibliotheken nicht nur Bücher aus dem Grundbestand des Automaten ausgeliehen und zurückgegeben werden, sondern auch Bestellungen aus der Hauptstelle für die Nutzer zur Ausleihe Anlieferung finden.



Abbildung 52: Kundin vor Buchautomaten einer schwedischen Bibliothek (Yngström, Lotta)

3.4 My Room

Der Zugang zu Informationen in Bibliotheken mittels eines üblichen OPAC's bereitet den Nutzern häufig Probleme. Die Bedienung erschließt sich für den ungeübten Nutzer nicht sofort und gewonnene Informationen werden nicht in ihrem vollen Umfang erkannt. Die Benutzfreundlichkeit bei der OPAC Gestaltung wurde bislang zugunsten technischer Möglichkeiten vernachlässigt. Aber wozu dienen ausgefeilte Retrievalfähigkeiten eines OPAC, wenn der Benutzer nur einen geringen Teil dieser nutzt? Ein Weg, dem zu begegnen ist, die grafische Aufbereitung der im OPAC und Benutzerkonto enthaltenen Daten und die Integration kontextbasierender Hilfen. So kann ein Buchstapel die bisher ausgeliehenen Bücher zeigen oder Medien im Regal der Bibliothek zur Ausleihe vorgeschlagene Medien symbolisieren.

Ein Beispiel ist das Konzept für eine virtuelle Bibliotheksplattform "My Room". Dieses wurde von der Agentur "wagner+coerdt" (Karlsruhe) unter Mitarbeit von Prof. Dr. Frank Thissen (Hochschule der Medien Stuttgart) 2001 im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projektes "Entwicklung und Förderung innovativer weiterbildender Lernarrangements in Kultur und Weiterbildungseinrichtungen" (EFIL) entwickelt. Das dreijährige Projekt wurde vom Deutschen Institut für Erwachsenenbildung (Bonn) in Kooperation mit der Stadtbücherei Stuttgart durchgeführt. Eine Umsetzung des Konzepts ist bislang nicht realisiert.¹⁴⁵



Abbildung 53: Menüansicht des My Room (Wagner+Coerdt)

¹⁴⁵ Thissen, Frank: Verloren im digitalen Netz. In: Puhl, Achim/Stang, Richard (Hrsg.) (2002): Bibliotheken und die Vernetzung des Wissens. Bielefeld, S. 133-141

3.5 Guerilla-Marketing

Dort sein, wo die Nutzer sind. Dieser Leitsatz bedeutet auch, in Kommunikationskanälen der Nutzer vertreten zu sein. Egal, ob nun den Imagefilm der Bibliothek in YouTube zu zeigen, in einer speziell eingerichteten Gruppe in sozialen Netzwerken wie dem StudiVZ ein offenes Ohr für die Nutzer zu haben und über Entwicklungen der Bibliothek zu berichten oder in kommunalen Blogs die Belange der Bibliothek zu vertreten. Beispielsweise könnten Bibliotheken bei Verweisen auf Kulturveranstaltungen von ihren passenden Informationsangeboten berichten. Die Stadtbücherei Bremerhaven bietet etwa im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit dem Stadttheater auf ihrer Internetseite Hintergrundinformationen zu den dargebotenen Stücken, Biographien der Autoren und Komponisten, sowie Opern und Operetten auf CD und DVD, aber auch die passenden Noten¹⁴⁶. Auch auf der Seite des Stadttheaters wird auf die Angebote verwiesen. Ein anderweitiger Erfolg ist der Stadtbücherei Gerlingen gelungen. Beim Surfen über den Google Earth Globus wird ein Bild der Stadtbücherei angezeigt, welches durch einen in der Stadt ansässigen Bürger eingestellt wurde.



Abbildung 54: Stadtbücherei Gerlingen via Google Earth (Screenshot/Göhring, Martin)

¹⁴⁶ Vgl. Stadtbibliothek Bremerhaven.-
URL: <http://www.stadtbibliothek-bremerhaven.de/service/theatersaison.html>, Letzter Zugriff: 31.08.2008

3.6 Werbe- und Informationsdisplays im öffentlichen Raum

Insbesondere in Ballungszentren hat sich Citywerbung in Form von elektronischen Werbe-displays etabliert. So betreibt die Firma INFOSCREEN GmbH, ein Unternehmen der Ströer Gruppe, deutschlandweit über 220 Standorte in Nahverkehrsstationen. Bei Station-INFOSCREEN projizieren leistungsstarke Projektoren Bilder, Texte und kurze Filme auf Großbildflächen, die hinter den Gleisen angebracht sind. Auf Ton wird bewusst verzichtet, um auszuschließen, dass sich Fahrgäste belästigt fühlen. Das Programm bietet aktuelle Nachrichten, Wetterprognosen, Lifestyle- und Kulturtipps, Fahrhinweise, Cartoons und viele weitere Informationen. Diese sind feste Bestandteile einer ca. zehnmütigen Programmschleife. Das Programm ist täglich von 6.00 – 24.00 Uhr zu sehen und kann laufend von der Redaktionszentrale aktualisiert werden. Für Bibliotheken bietet sich die Chance mittels der lokalen Medienpartner von Anbietern elektronischer Werbedisplays Informationen zum kulturellen Leben als Programmbeitrag anzubieten. Interessanter ist diese neue Werbeform noch für Buchhandel und Verlage. Der Werbemittel-TKP (Stand: 2006/2007) liegt bei 2,53 €. Attraktiver als der reine TKP Preis ist aber sicherlich der POS nahe Ort, an dem die Werbebotschaft den potentiellen Kunden erreicht.¹⁴⁷



Abbildung 55: Station-INFOSCREEN, Frankfurt (INFOSCREEN GmbH)

¹⁴⁷ Vgl. STRÖER INFOSCREEN GmbH.- URL: <http://www.infoscreen.de/>, Letzter Zugriff: 31.08.2008

In vielen Bussen, U-Bahnen und S-Bahnen finden sich Displays, welche unter dem Sammelbegriff Fahrgast TV zusammengefasst werden. Das Programm ist dem der oben beschriebenen Infoscreens ähnlich. Um bei den Fahrgästen Aufmerksamkeit zu erzielen, ist neben der Einblendung von Werbebotschaften auch ein Infotainment-Angebot notwendig. Hierin liegt wiederum die Chance für Bibliotheken mit Ihren Angeboten zu werben. Neben der Präsentation eines kurzen Imagefilms sind auch Texteinblendungen zu Kulturveranstaltungen oder anderen Angeboten der Bibliothek denkbar.



Abbildung 56: Fahrgastfernsehen in einer Berliner U-Bahn (Kaiser, Ronald)

Die produzierten Inhalte lassen sich ebenso auf Displays, welche zunehmend in den Eingangsbereichen von Rathäusern aufgestellt werden, verwenden.

3.7 Informationsmonitore in Bibliotheken

Zunehmend finden auch Monitore zur Information der Benutzer ihren Weg in Bibliotheken. Die Funktionen der Bildschirme können vielfältig sein. Eine erste Verbreitung haben Monitore in der Rolle von News-Screens gefunden. Hierbei werden Informationen rund um die Bibliotheksnutzung zusammen mit weiteren Inhalten den Nutzern präsentiert. Sowohl der Einsatz von Texttafeln/Laufbändern als auch Filmen ist sinnvoll. Allerdings sollten die dargebotenen Inhalte für eine schnelle Informationsaufnahme „im Vorbeigehen“ zugeschnitten werden.

Info-Bildschirme eignen sich ebenso zum flexiblen Einsatz in Leitsystemen. So nutzt die UB Karlsruhe TFT Monitore zur Auszeichnung der Arbeitsbereiche an der Theke. Auf diese Weise lassen sich Arbeitsplätze flexibel für den Kundenbetrieb zuweisen. Ebenso ermöglichen die Displays Dienstleistungen zu bestimmten Zeiten gut sichtbar dem Nutzer zu vermitteln.

Digitale Bilderrahmen bieten die Möglichkeit, die Bestände der Artotheken auf neue Weise zu präsentieren. Bilder und Kunstwerke können mittels digitaler Bilderrahmen auch Ausstellungen inhaltlich sinnvoll ergänzen und ermöglichen Kuratoren in Bibliotheken auch aus konservatorischer Sicht schwierig zu präsentierende Bestände und Digitalisate den Besuchern zugänglich zu machen.

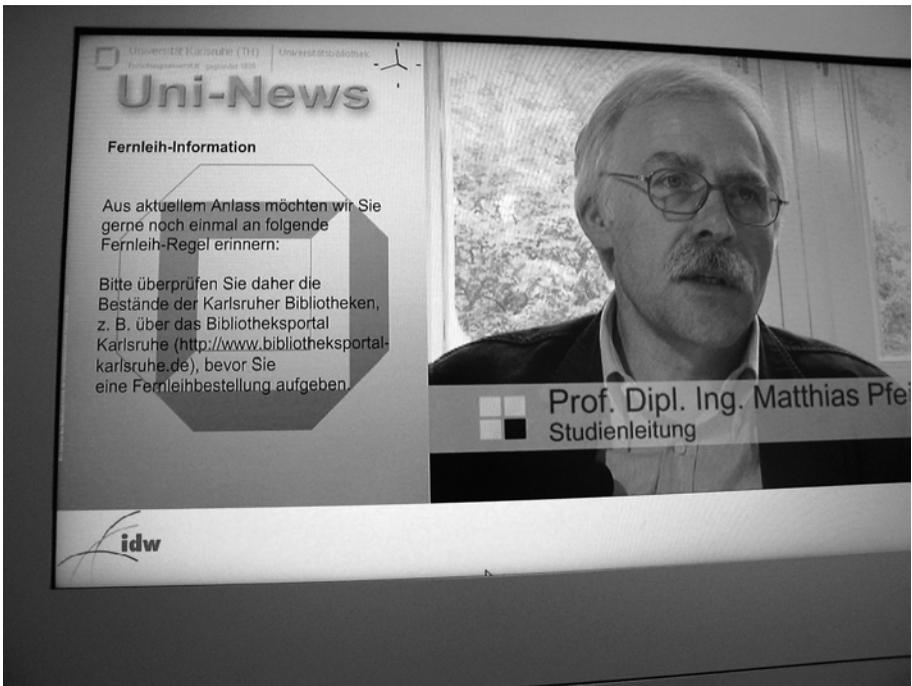


Abbildung 57: News-Screen an der UB Karlsruhe (Kaiser, Ronald)



Abbildung 58: Flexible Ausschilderung mittels Info-Bildschirm an der UB Karlsruhe (Kaiser, Ronald)

3.8 Service für alle Bürger und jedes Anliegen

Nach dem Vorbild der öffentlichen Verwaltung in New York plant die Bundesregierung mit hoher Priorität eine einheitliche Nummer 115, unter welcher künftig Bürger bei allen Anliegen mit Behörden bundesweit geholfen werden soll. Egal, ob die Frage lautet: Wo beantrage ich Kindergeld? oder wo kann der Problemmüll entsorgt werden?¹⁴⁸ Mit diesem Angebot wird das Gebiet der klassischen Auskunftsarbeit von Bibliotheken gestreift, aber mit Sicherheit nicht abgelöst. Bibliotheken haben bislang ihr Auskunftsangebot zentral nur über die Deutsche Internetbibliothek organisiert und hier eine erste Marke gebildet. Inzwischen haben auch private Anbieter wie die SMS Guru GmbH die Auskunftsdienstleistung für sich kommerziell entdeckt.¹⁴⁹ Über die Qualität der angebotenen Antworten kann sich

¹⁴⁸ Vgl. Daten müssen laufen, nicht die Bürger. In: InnoVisions Das Zukunftsmagazin der Fraunhofer-IuK Verbunds (2007) Juni/Juli/August, 6-17

¹⁴⁹ SMS Guru GmbH.- URL: <http://www.smsguru.de/?pageID=44&>, Letzter Zugriff: 31.08.2008

jeder selbst Gedanken machen, wenn er die Anforderungen an neue Auskunftsmitarbeiter bei diesem Dienst liest:

„Keine guten, sondern die besten. Du musst die berühmte sechsbuchstabile Suchmaschine im Schlaf und mit dem linken kleinen Finger bedienen können, die URLs der wichtigen Reiseportale auswendig können und noch dazu der deutschen Sprache perfekt mächtig sein.“¹⁵⁰

Was also fehlt, ist ein integrierter deutschlandweit verfügbarer Dienst durch Bibliotheken. Dieser sollte Anfragen auf allen Wegen, egal, ob als Telefonanruf, SMS, Mail oder mittels Instant Messenger-Diensten beantworten und unter einer Dachmarke der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden.

Solange dies noch als Zukunftsmusik in unseren Ohren klingt, ist den Benutzern schon geholfen, wenn möglichst viele Kommunikationskanäle geöffnet werden. Die Integration von Diensten, wie Skype in die Internetpräsents wie bei der Stadtbücherei Nordenham oder die Nutzung von Multi Messengern wie Trillian¹⁵¹, welche die gleichzeitige Nutzung von ICQ, AIM, Yahoo Messenger, MSN und IRC Chat im Auskunftsdienst ermöglichen, sind eine gute Entwicklung.

Hier geht's zu..

..unserer Homepage

..unserem Katalog

..unserer Email-Adresse

..RSS über Feedburner



Abbildung 59: Integration von Skype in den Internetauftritt der SB Nordenham (Screenshot)¹⁵²

¹⁵⁰ Ebenda

¹⁵¹ Cerulean Studios.- URL: <http://www.trillian.cc/>, Letzter Zugriff: 31.08.2008

¹⁵² Ebenda

4 ... und was kommt nach der Informationstechnik?

(Wolfgang Ratzek)

Information ist der Kitt der Gesellschaft.

Norbert Wiener (1894-1964), US-Mathematiker und Kybernetik-Pionier

Lesen Sie schnell, denn nichts ist beständiger als der Wandel im Internet!

Anita Berres, deutsche Publizistin

Mitarbeiter können alles: wenn man sie weiterbildet, wenn man ihnen Werkzeuge gibt, vor allem aber, wenn man es ihnen zutraut.

Hans-Olaf Henkel (*1940), ehem. Europa-Chef IBM, ehm. Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI)

Eine einfache Frage, die BID¹⁵³-Profis mit Leichtigkeit beantworten können sollten. Der Grund dafür ist ein einfacher: BID-Profis decken ein anderes Leistungsspektrum ab als reine IT'ler. Bei genauerer Betrachtung fällt jedoch auf, dass es ihnen schwerfällt, zu beschreiben, was deren genuine Tätigkeit ausmacht. Antworten wie beispielsweise „Beratung“, „Zugang zu Datenbanken“, „Leseförderung“, „Informations- und Medienkompetenz“ erinnern dann eher an Allgemeinplätze denn an bibliothekarische Alleinstellungsmerkmale (USP¹⁵⁴). Ziel-führender klingt dagegen „Teaching Library“, „Ask A Librarian“, „Bibliothek 2.0“; verweisen diese Tätigkeitsmerkmale doch auf Dienstleistungen, die von BibliothekarInnen angeboten werden.

Die Antwort auf die Frage „Was kommt nach der Informationstechnik“ erweist sich komplexer, als es auf den ersten Blick scheint, da sie mindestens drei Interpretationen zulässt:

1. Entwicklung der Informationstechnik an sich (IT-Paradigma)
2. Die Technik mit Information (sinnvoll, nutzbringend) umzugehen (Informations- und Wissensmanagement)
3. Wird Informationstechnik von einem anderen Paradigma substituiert (Paradigmenwechsel)

¹⁵³ BID = Bibliothek – Information – Dokumentation.

¹⁵⁴ USP = Unique Selling Proposition... Es bleibt sehr fraglich, ob durch die Teilnahme von Bibliotheken an Google Book Search (Digitalisierung Historische Bestände) nicht auch ein Alleinstellungsmerkmal von Bibliotheken verloren geht, oder anders gewendet: Die teilnehmenden Bibliotheken stärken Googles Stellung als universelle Enzyklopädie und schaffen sich damit eine ernste Konkurrenz; zumindest, wenn es den BID-Institutionen nicht gelingt, sich mit ihren Dienstleistungen von Google abzugrenzen, was schwierig sein dürfte, weil sie selbst auf das Internet und damit auch auf Google setzen.

Auf den nächsten Seiten wollen wir uns etwas näher mit dieser Problematik auseinandersetzen, und dabei auch eine Antwort geben, ob beispielsweise BibliothekarInnen von der Informatik-Industrie (vom IT-Paradigma) in die Irre geleitet werden und dabei möglicherweise BID-USP unbeachtet lassen, nämlich den Inhalt (Content), der zunehmend über IT-Systeme¹⁵⁵ bereitgestellt wird. In einer irgendwie gestalteten Informations- und Wissensgesellschaft sollte neben der technischen (syntaktischen) auch die semantische und pragmatische Seite von Information und Wissen ins Blickfeld der BID-Professionen stärker betont werden. Die oben genannten Zitate bieten dabei einen geeigneten Orientierungsrahmen.

„Information ist der Kitt der Gesellschaft“

Für ein besseres Verständnis der hier entwickelten Thesen, erscheint es sinnvoll erst einmal sinnvoll, einen Blick auf die zweite Hälfte der 1940er-Jahre zu werfen, da diese Zeit für einige bahnbrechende Entwicklungen im Bereich der Information und Kommunikation steht. Zu den Meilensteinen gehören unter anderem:

- Der von J. Presper Eckerts und John W. Mauchlys entwickelte erste elektronische digitale Universalrechner ENIAC (1942)¹⁵⁶ geht 1946/47 offiziell in Betrieb.
- Die für alle auch heute noch – ob nun Informations- und Kommunikationsprofi oder nicht – wichtige Lasswell-Formel geht auf das Jahre 1948 zurück. Der US-amerikanische Politik- und Kommunikationswissenschaftler Harold Dwight Lasswell entwickelte ein Modell der Massenkommunikation und brachte es auf die einfache Formel: Wer (Kommunikator) sagt was (Inhalt) über welchen Kanal (Medium) zu wem (Rezipient) mit welchem Effekt? (Lasswell-Formel)

In diesem Kontext gehören auch die revolutionären Arbeiten von Norbert Wiener sowie Claude E. Shannon und Warren Weaver.

Wie bereits eingangs angedeutet, stammt der Ausspruch „Information ist der Kitt der Gesellschaft“ von dem berühmten Mathematiker und Begründer der Kybernetik Norbert Wiener. Bevor wir uns eingehender mit dem Phänomen Information beschäftigen, wollen wir kurz auf die Theorie von den Regelkreisen (Kybernetik) eingehen, die sowohl in den naturwissenschaftlich-technischen als auch in den geistes- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen hohes Ansehen erlangte.

Kurzer Exkurs über Kybernetik

In seinem 1948 veröffentlichten Grundlagenwerk *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*¹⁵⁷ beschreibt Norbert Wiener wie komplexe Systeme¹⁵⁸, wie sie

¹⁵⁵ Hier ist bewusst von IT-Systemen und nicht von IKT-Systemen die Rede. Dazu später mehr.

¹⁵⁶ Der von Konrad Zuse entwickelte mechanische Rechner Z1 entstand 1937. Das Nachfolgemodell Z3 entstand 1943.

¹⁵⁷ Deutsch: Kybernetik: Regelung und Nachrichtenübertragung im Lebewesen und in der Maschine (1992).

¹⁵⁸ Obwohl sehr nützlich können wir im Rahmen dieser Arbeit nicht näher auf die Systemtheorie eingehen. Es sei nur soviel erwähnt, dass ein System aus einer bestimmten Anzahl von Elementen und deren Relationen besteht. So kann der BIX als ein System von Kennzahlen gesehen werden, um die Leistung von Bibliotheken zu messen und zu vergleichen (<http://www.bix-bibliotheksindex.de/>). Gleichzeitig wird auch klar, dass

in Natur und Technik vorkommen, durch Steuerungs- und Regelvorgänge (Feedback) im Gleichgewicht gehalten werden können. Wie im Titel bereits angekündigt, handelt es sich auch um Kommunikationsprozesse, die erforderlich sind, um den aktuellen Systemzustand zu erfassen und um das System zu regeln und zu steuern. Um einen Regelkreis in einen gewünschten Zustand zu halten oder zu transferieren, reguliert sich das System selbst (Homöostase) oder es erhält externen Input.

Eine Bibliothek, kann genauso wie unser Nervensystem oder das Verbundsystem im Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) – somit auch als ein Regelsystem betrachtet werden, wo, um einige kritische Erfolgsfaktoren, wie beispielsweise Öffnungszeiten, Budgets, Kunden, Medienbestand, Mitarbeitermotivation, zu betrieblichen Störungen, also Systemstörungen führen können¹⁵⁹. Im Rahmen des Neuen Steuerungsmodells – mit zum Beispiel Kontrakten, Leistungsanreize, Fördergespräche, Kosten- und Leistungsrechnung, Controlling – stehen zahlreiche Instrumente zur Optimierung des Systems Bibliothek zur Verfügung.

Kurzer Exkurs über Shannons & Weavers „Informationstheorie“

Wieners Arbeit muss auch in einem anderen Zusammenhang gesehen werden. 1949 erschien Claude E. Shannons und Warren Weavers „Mathematical Theory of Communication“ (Shannon/Weaver 1969), die weltweit bis heute als „Informationstheorie“ kursiert. Im Kern geht es dabei um die Bewältigung eines ingenieurwissenschaftlichen Problems bei der Nutzung einer Telefonleitung. Robert Fugmann (2008, S. 161) betont in seinem sehr lesenswerten Beitrag „Informationstheorie: Der Jahrhundertbluff“: „Verwirrung trat ein als diese Theorie¹⁶⁰ in `Informationstheorie` umbenannt wurde, obwohl sie noch immer auf die bloße Technik der Signalübertragung beschränkt war.“ Es heißt dann weiter „(m)it dieser Benennung beanspruchte die Theorie nun sogar ausdrücklich mit ihrem Namen ihre Zuständigkeit für das gesamte Informationswesen, obwohl sie noch immer Inhalt, Bedeutung, ja sogar Verständlichkeit der Nachrichten unbeachtet ließ, für deren Verarbeitung diese Theorie die Grundlage bilden sollte“ (ebd.) Dass die Informatik sich dieses Shannon-Weaverschen Paradigmas der Informationstheorie zu eigen gemacht hat, ist verständlich, völlig unverständlich dagegen, dass sehr viele BibliothekarInnen vor diesem Hintergrund eine Informatik-Mimikry (Ratzek 2001) betreiben, wodurch deren eigentliche Profession – wenn überhaupt – nur noch rudimentär zu erkennen ist. Das Bibliotheks-Paradigma¹⁶¹ –

mit diesem System eine Bibliothek kaum realiter abgebildet werden kann. Systeme dienen auch der Komplexitätsreduzierung, indem bestimmte Elemente vernachlässigt werden. Diese vernachlässigten Elemente können ein Eigenleben entwickeln und sich aufschaukeln und im schlimmsten Fall das System ins Chaos abgleiten lassen, wie das beim Mammakarzinom offensichtlich wird. Abschließend sei noch darauf hingewiesen, dass in der neueren Systemtheorie, Systeme nicht für sich selbst betrachtet werden (geschlossene System), sondern als offene in einer komplexeren Umwelt eingebettet sind. Vor diesem Hintergrund darf sich eine Bibliothek nicht mehr als unabhängige Institution sehen, sondern als einen öffentlichen Ort und Dienstleisterin im jeweiligen Einzugsgebiet positionieren (s.a. Ulrich 2006).

¹⁵⁹ Eine finanzielle Schieflage in der Kommune kann ebenso zur Schließung führen wie das Wegbleiben der Kunden, weil beispielweise die vorgehaltenen Medien oder die Öffnungszeiten nicht den Wünschen der Kunden entsprechen.

¹⁶⁰ Gemeint ist hier die „Mathematische Theorie der Kommunikation“.

¹⁶¹ „Paradigma“ oder „Disziplinäre Matrix“ im Sinne von Thomas Kuhns „Zur Struktur wissenschaftlicher Revolutionen“ (Kuhn 2008).

falls es dann eines gibt – kann sich als Informatik-Light-Variante mit ihren Interessensverbänden kaum als Pressure-Group positionieren und geschweige denn profilieren.¹⁶² Die Teilerfolge, wie das „Kulturfrühstück bei Bundespräsidenten“, die IFLA-Präsidenschaft von Claudia Lux oder die Empfehlung der Enquete-Kommission Kultur, wecken zwar Zuversicht, ändern aber nichts an der Tatsache, dass es keine bibliothekarische Pressure-Group gibt, wie sie beispielsweise die BITKOM¹⁶³ darstellt. Im Präsidium der BITKOM sitzen einflussreiche Persönlichkeiten wie Telekom-Chef René Obermann, Bertelsmann-Vorstand Rolf Buch, SAP-Vorstand Claus E. Heinrich, um nur einige zu nennen.

Vor dem Hintergrund des bisher geschilderten, durfte klar sein, und das wissen die meisten Information Professionals, dass wir es in einer Informations- und Wissensgesellschaft mit einer naturwissenschaftlich-technischen Dimension (Infrastruktur), einer ökonomischen Dimension (Finanzierung, Geschäftsfelder), eine kultursociologische/-psychologischen Dimension (individuelle(s) und kollektive(s) Verhalten und Verarbeitung). Diese Überlegungen führen uns dann zu den Fragen: Wer fühlt sich für das generelle Informations- und Wissensmanagement einer Region oder gar eines Landes zuständig? Ist es Google oder Wikipedia? Sind es Bibliotheken? „Sind es Google, Wikipedia und Bibliotheken? Nachdenklich sollte uns jedenfalls stimmen, wenn Google den spanischen Prinz-von-Asturien-Preis in der Sparte Kommunikation- und Geisteswissenschaften erhielt.¹⁶⁴ In der Begründung der Jury heißt es unter anderem, Google habe eine „gigantische kulturelle Revolution“ ermöglicht.¹⁶⁵

Hier geht die Philosophie des „kulturellen Erbes“ der Bibliotheken in die richtige Richtung. Das ist aber nur die eine Seite der Medaille. Die andere Seite wird durch einen Aktualitätsanspruch virulent, wenn möglich auch durch einen Vollständigkeitsanspruch verstärkt, was uns zum dritten Zitat führt und wir uns nun mit der Orientierungsfunktion befassen werden.

... wenn alles in Beliebigkeit mündet

Das Zitat von Anita Berres „Lesen Sie schnell, denn nichts ist beständiger als der Wandel im Internet!“ trifft den Kern eines Phänomens, das bereits Heraklit von Ephesos, der vor ca. 2500 Jahren mit Panta Rhei (alles ist im Fluss) dieses Phänomen auf den Punkt gebracht hatte. Längst erkennen vernetzt denkende Führungskräfte, dass heute das einzig Beständige, der Wandel ist, wie bereits Immanuel Kant vor circa 200 Jahren feststellte¹⁶⁶. Dementsprechend gehört Flexibilität und vernetztes Denken zu den Erfolg versprechenden Strategien, was in der Fachwelt auch als Change-Management oder Management des Wandels propa-

¹⁶² Zugegebenermaßen mehren sich die Erfolgsmeldungen. Zuversichtlich darf uns stimmen, dass am 4.7.2008 der Thüringer Landtag ein Bibliotheksgesetz verabschiedet hat.

¹⁶³ Auf der Homepage der BITKOM heißt es unter der Überschrift „Wir über uns“: „BITKOM ist das Sprachrohr der IT-, Telekommunikations- und Neue-Medien-Branche. BITKOM vertritt mehr als 1.100 Unternehmen, davon über 850 Direktmitglieder. Hierzu gehören fast alle Global Player sowie 600 leistungsstarke Mittelständler. Die BITKOM-Mitglieder erwirtschaften 135 Milliarden Euro Umsatz und exportieren High-Tech im Wert von 50 Milliarden Euro. BITKOM repräsentiert damit ca. 90 Prozent des deutschen ITK-Markts.“

¹⁶⁴ Weitere Kandidaten waren unter anderem Wikipedia.

¹⁶⁵ „Google erhält spanischen Kulturpreis. Stuttgarter Zeitung Nr. 135 v. 12.6.200. Zur Kritik an Google s.a. Strzolka 2008; Lehmann/Schetsche 2007

¹⁶⁶ Um genau zu sein, heißt es bei Kant „das einzig Beständige ist die Veränderung“

giert wird. Hierbei geht es sowohl um die Flexibilität der IKT-Systeme als auch um die Flexibilität der MitarbeiterInnen. Change-Management führt zu flexiblen und lernenden Organisationen¹⁶⁷.

So entwickelten die Japaner den Ansatz des KVP – des Kontinuierlichen Verbesserungsprozesses –, in der Web 2.0-Philosophie heißt das dann Perpetual Beta. Wenig flexible zeigt sich, wer auf Endkontrolle setzt, der praktisch hofft, dass alles wie geplant gelaufen ist und am Ende feststellt, das irgendwo etwas schiefgelaufen sein muss.¹⁶⁸ In seiner extremsten Ausprägung erscheint uns Flexibilität als Unordnung, Chaos oder völlige Beliebigkeit. Nicht selten wird das Idiom des englischen Philosophen und Lordkanzlers, Sir Francis Bacon (1561-1626), „Wissen ist Macht“ auch in „Wissen ist Macht, nichts wissen, macht auch nichts“ abgewandelt. Gerade in einer irgendwie gestalteten Informations- und Wissensgesellschaft, die im Prinzip das Gegenteil kultiviert, indem nicht der freie, komfortable und „vollständige“ Zugang zu den Informationsquellen gestaltet wird, sondern vielfältige Hürden aufgebaut werden, die von dem unzureichenden Erscheinungsbild von Bibliotheken als öffentliche Orte (Ulrich 2006) über Internet-Zensur (Strzolka 2008) und Manipulation als Gestaltungselement von Welt (Ratzek 2006) bis hin zum „Digital Divide“.

Sollte das, was für das Change-Management zutrifft, auch für Informationsquellen zutreffen? Wohl kaum. In der Informations- und Wissensgesellschaft haben wir es zunehmend mit flüchtigen Daten, mit Fehlinformation oder kurz: mit Informationspathologien¹⁶⁹ zu tun, aber auch mit Komplexität und Orientierungslosigkeit. Zwar fühlen sich viele Professionen, wie zum Beispiel IT'lerInnen, BibliothekarInnen, InformationswissenschaftlerInnen, angesprochen, aber prinzipiell verändert sich durch deren Tun kaum etwas. Die Probleme, wie hier angerissen, verschärfen sich eher noch.

Wo liegt das Problem?

Betrachten wir die allgemeine „weltweite“ IT-Euphorie, so entsteht leicht der Eindruck, dass es um Technik an sich geht. Wer die Technik besitzt, der besitzt das Wundermittel für all seine Probleme.¹⁷⁰ Die Marketing-Experten der IT-Wirtschaft, und die machen das richtig gut, suggerieren uns, dass nur die neusten Entwicklungen, und nur diese, tatsächlich unsere Probleme lösen. Unterstützung finden sie – durch entsprechende Lobbyarbeit der Pressure Groups – auch von der Politik. Im Endeffekt stellen wir dann doch nur fest, dass die

¹⁶⁷ Im Rahmen dieser Arbeit kann die lernende Organisation nur kurz angerissen werden. Das Lernen in Organisationen kann in Single-Loop Lernen, Double-Loop Lernen und Deutero-Lernen geschehen. Beim Single-Loop Lernen reagiert die Organisation auf ein Phänomen mit den bereits existierenden Instrumenten. Beim Double-Loop Lernen werden die etablierten Instrumente auf ihre Wirksamkeit hin überprüft und gegebenenfalls optimiert. Das Deutero-Lernen steht für die dritte Stufe, auf der das Lernen im Mittelpunkt steht.

¹⁶⁸ Während beim KVP – stark vereinfacht – die Devisen „baue Qualität in die Prozesse“ und „jeden Tage eine (kleine) Verbesserung“ lauten und damit Abweichungen sofort erkannt und behoben werden, steht – ebenfalls sehr vereinfacht – beim Endkontrollen-Paradigma erst einmal die Suche nach dem Fehler. Ist er gefunden, dann gilt die Behebung als „Dauerlösung“.

¹⁶⁹ Informationspathologien entstehen, wenn unter anderem, wenn Informationen falsch interpretiert, bewusst verfälscht, vorenthalten, falsch abgelegt werden usw.

¹⁷⁰ Dagegen steht die These – wer die Medien kontrolliert, bestimmt das Agendasetting. (http://www.bitkom.org/de/wir_ueber_uns/99.aspx). Ohne Inhalte kann es kein Agendasetting geben.

IT-Wirtschaft ihr Versprechen doch nicht einlösen konnte. Möglicherweise entstanden die Probleme gerade erst dadurch, dass diese Technik eingesetzt worden ist. So sollte der Einsatz von EDV, jetzt Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) uns die Arbeit erleichtern, tatsächlich müssen wir viel Aufwand betreiben, um die Systeme zu sichern oder betriebsbereit zu halten, zu nennen wären hier Beratung, Lizenzen, Schulung, Wartung, Phishing-/Viren-/Spam-Abwehr und anderes mehr. Das erfreut selbstverständlich die IT-Industrie, da sie von all diesen Aufwendungen profitiert. Wir vergessen dabei häufig, dass die Technik auch beherrscht werden will, dass die Technik auch verfügbar sein will (Stichwort: Systemabsturz, Medienbrüche), dass die Technik auch sinnvoll und nutzbringend eingesetzt werden muss. Gerade der letzte Aspekt soll uns hier näher beschäftigen.

Im Prinzip läuft dann vieles auf ein bloßes Habenwollen hinaus, dann stellen wir in der Regel fest, dass wir dann nicht selten der Faszination der Technik erliegen und der Anwendungsaspekt weitgehend ausgeblendet bleibt. So berichtet der Focus¹⁷¹, dass der Supercomputer RoadRunner nunmehr den bisherigen Weltmeister Asci Red als schnellsten Rechner der Welt ablösen wird. In dem Bericht erfahren wir, welche Prozessoren¹⁷² mit welcher Leistung zum Einsatz kommen und der Supercomputer runde 100 Millionen USD kosten wird, aber auch, dass die Leistung des RoadRunners bereits mit dem Projekt Folding@Home übertroffen wurde. Zu den Anwendungen gibt es in dem Bericht nur allgemeine Hinweise wie Klimasimulation, Analyse von Finanzmärkten in Echtzeit, medizinische Forschung.

In der Bibliothekswelt geht es ähnlich zu: kommuniziert wird der Zugang zu kostenpflichtigen Online-Datenbanken oder zum Internet an sich, da werden PC-Arbeitsplätze angeboten. Wozu eigentlich? Was haben die Kunden davon? Worin besteht die Dienstleistung?

„Humankapital“ – Unwort des Jahres 2004¹⁷³

Kommen wir zum dritten Zitat: „Mitarbeiter können alles: wenn man sie weiterbildet, wenn man ihnen Werkzeuge gibt, vor allem aber, wenn man es ihnen zutraut.“ (Hans Olaf Henkel) Die Aktion „Unwort des Jahres“¹⁷⁴ kürte „Humankapital“ zum Unwort des Jahres 2004. Die Begründung, wie es auf der Homepage heißt: Es „degradiert Menschen nur noch zu ökonomisch interessanten Größen“. Doch wenn wir die Bedeutung des Wortes analysieren, werden wir entdecken, dass hier im Prinzip etwas Positives verächtlich gemacht worden ist. In einer globalisierten Wirtschaft versuchen die Unternehmen ihre elementaren und dispositiven Produktionsfaktoren¹⁷⁵ dort einzukaufen, wo sie am günstigsten zu haben sind. Eine

¹⁷¹ Matthias Matting: Supercomputer: Spielend an die Spitze. Focus (Nr. 25, v. 16.6.2008, S. 86f.)

¹⁷² unter anderem auch Prozessoren der Sony-Playstation 3 zum Einsatz kommen.

¹⁷³ von der Jury „Unwort des Jahres“ gewählt (<http://www.unwortdesjahres.org/2004.html>; Letzter Zugriff: 23.6.2008))

¹⁷⁴ Auf Homepage der 1991 gegründeten Aktion heißt es unter „Allgemeines“ unter anderem: „Die Entscheidung über das »Unwort des Jahres« trifft eine unabhängige Jury. Ihre ständigen Mitglieder sind die Sprachwissenschaftler Prof. Dr. Nina Janich (Darmstadt), Prof. Dr. Margot Heinemann (Zittau), Prof. Dr. Martin Wengeler (Düsseldorf), Prof. Dr. Horst Dieter Schlosser (Frankfurt a. M.). Zwei weitere Jurorensitze sind jährlich neu mit Vertretern der öffentlichen Sprachpraxis besetzt (s. a. Kap. C).“

¹⁷⁵ Während in der Volkswirtschaftslehre die Produktionsfaktoren Boden, Kapital und Arbeitskraft im Mittelpunkt stehen, arbeitet die Betriebswirtschaftslehre mit den elementaren und dispositiven Produktionsfaktoren.

mögliche Orientierung dabei könnten schwache oder nicht existente Gewerkschaften sein, schwache oder existente Umweltschutzaufgaben und niedrige Produktionskosten (inkl. Personalkosten). Das ist jedoch nur ein Aspekt. Wirtschaftshandeln besitzt aber noch einen anderen Aspekt: die Faktorkombination, die eine effektive und effiziente Leistungserstellung ermöglicht. Vor dem Hintergrund des Produktionsparadoxons, darf bezweifelt werden, ob ein Mehr an Informationstechnik auch einen Mehrwert bedingt. Deshalb muss es auch um qualifiziertes, flexibles und motiviertes Personal gehen, den so genannten High Potentials, die durch die Beschaffung und Verarbeitung von Produktionsfaktoren neue Waren und/oder Dienstleistungen (Güter) erstellen, die auf bestehenden und neue Märkte abgesetzt werden können.

Exkurs über Kondratieff-Zyklen (Nefiodow 1991, 2001)

Sowohl Unternehmen, Organisationen und für die berufliche Entwicklung (Employability, Berufswahl) bleibt in einer volatilen Welt die Frage virulent: Welche Produkte und Märkte besitzen Entwicklungspotenziale¹⁷⁶. Hier greifen die mehr oder weniger verlässlichen Studien der Marktforschungsinstitute, der Trend- und Zukunftsforscher. Allgemeine Anerkennung erwarb Leo A. Nefiodow für die Weiterentwicklung der Kondratieff-Zyklen (Nefiodow 1991, 2001). Kondratieff -Zyklen dauern zwischen 40 bis 60 Jahren, also im Mittel 50 Jahre, und sorgen für Prosperität und münden einer Rezessionsphase. Kennzeichnend für jeden Kondratieff-Zyklus ist eine Basisinnovation. Für den 1. Kondratieff (1780-1849) war dies die Dampfmaschine, für den 2. Kondratieff (1840-1890) die Eisenbahn, für den 3. Kondratieff (1890-1940) die Elektrotechnik und die Chemie, für den 4. Kondratieff (1940-1990), integrierter Schaltkreis, Kernenergie, Transistor, Computer und das Automobil und für den 5. Kondratieff (seit 1990) die Informations- und Kommunikationstechnik. Seit einiger Zeit sieht Nefiodow auch einen 6. Kondratieff mit fünf Kandidaten: Biotechnologie, Nanotechnologie, Kernfusionsenergie, Technologie der regenerativen Energie und psychosoziale Gesundheit.

Der Einsatz der jeweils neuesten Basistechnologie sorgt dafür, dass die vorgelagerten Kondratieff-Cluster, die einst selbst Basistechnologien hervorbrachten, nun neue Produkt- und Marktimpulse erhalten. Für den 5. Kondratieff wären das Navigationssysteme (in Kfz), Drug-Design (Pharmaindustrie) oder das Internet (E-commerce) zwei Beispiele.

Zwar wird die Informations- und Kommunikationstechnik noch für eine lange Zeit eine Rolle spielen, aber vor dem Hintergrund des 6. Kondratieffs scheint sie jedoch von diesem substituiert oder in ihm aufzugehen. Damit bleibt auch die Frage nach dem Stellenwert der Informations- und Wissensgesellschaft offen.

„Chaos als schöpferischer Impuls“ (Ratzek 1992)

Michael Hüther, Wirtschaftsprofessor an der Universität Osnabrück und im Stab des Sachverständigenrats zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, bringt es in einem Interview in der Welt am Sonntag (Nr. 19, v. 11.05.2008, S. 27) so auf den Punkt: „Der Einzelne muss heute ein anderes Maß von Risiken tragen, er muss anders für seine Lebensphasen vorsorgen. Und was wir vielleicht unterschätzen, ist das Maß an Unübersichtlichkeit.“ Er fährt dann fort: „Der Bürger bekommt ständig irgendwelche Informationen, die nicht konsistent sind. Die Finanzkrise können nicht einmal die Akteure am Finanzmarkt rich-

¹⁷⁶ In diesem Zusammenhang gewinnt das breite Spektrum der Fachinformation an Bedeutung.

tig einschätzen oder erklären. So etwas schafft Verunsicherungen“ (ebd.). Dies gilt analog für das Wirtschaftsleben, wo für das Management neue Absatzmärkte und -Wege zu erschließen sind, und wo Mitarbeiter für ihre Anstellungsfähigkeit (Employability) sorgen müssen.

Vom Besitz zum Zugang

Der englische Gelehrter Samuel Johnson (1709-1784) erkannte, dass es Wissen in zweierlei Form gebe: „Wir kennen den Gegenstand selbst oder wir wissen, wo wir Information über ihn erlangen.“ Damit könnten Bibliotheken, wie das der Autor hält, auch als externe Wissensspeicher aufgefasst werden. Problematisch erweist sich dabei die Entwicklung, dass Bibliotheken nicht mehr nur als (möglichst vollständigen) Medienspeicher dienen und diese auch besitzen, sondern zunehmend auch mit flüchtigen Daten, das heißt dynamischen Daten arbeiten. Plieninger/Stabenau/Heller (2007, S. 225) formulieren das so:

„Es ist nicht mehr notwendig, dass alles für die Ewigkeit gespeichert und verfügbar ist, es muss nicht alles unter einem Dach auf der Homepage sein, denn wozu gibt es Links? Folglich nutzt man ein Weblog hier, ein Wiki (und ein anderes dort) und weitere Dienste sorgen für die Verteilung von RSS und Mails, während die Lernplattform wieder anderswo angelegt wird.“

Vor diesem Hintergrund verändert sich auch das bibliothekarische Berufsbild. Plieninger/Stabenau/Heller (2007, S. 225) bringen das so auf den Punkt:

„Die Nutzer sind schnellebiger geworden, die Bibliothekare und Bibliotheken müssen es auch sein! Es ist daher nicht mehr notwendig, sich in der EDV-Technologie hundertprozentig auszukennen, vielmehr ist die Anwendung bestehender und frei angebotener Technologie gefragt. Es kommt mehr auf die Aufbereitung und Zusammenstellung des Inhalts an als auf die Mächtigkeit der Datenbankarchitektur und der Konsistenz des Layouts. Inhaltsgenerierung ist eine weitere wichtige Tugend: für die Zielgruppe der Bibliothek relevante Informationen suchen, aufbereiten und ins eigene Portfolio einbinden.“

Relevantes von Irrelevanten unterscheiden

Aufgrund der anhaltenden Datenexplosion und Medienvielfalt sind wir nicht mehr in der Lage, auch nur annähernd das für uns Relevante zu erfassen oder auszuwerten. Wie können wir Relevantes von Irrelevantem unterscheiden.

In der 3Sat-Sendung „neues“ vom 18. Mai 2008 stand ein hoch brisantes Thema auf der Tagesordnung: „Lug und Trug im Internet?“ In den Fokus gerieten dabei Weblogs, YouTube und MySpace. Die Macher der Sendung kritisierten, dass in Weblogs Werbeagenturen die Produkte eines Auftraggebers loben oder mit gefälschten Identitäten darstellen. Im Ankündigungstext heißt es dann treffend: „neues“ zeigt, dass im Umgang mit dem Web und dem sogenannten „user generated content“ eine neue Medienkompetenz notwendig ist und beleuchtet, wie diese viralen Werbestrategien funktionieren oder eben auch manchmal auch ganz und gar nicht... « (http://www.3sat.de/3sat.php?http://www.3sat.de/neues/neues_titel.html; Stand: 18.5.2008). Ein extremes Beispiel aus jüngster Zeit zeigt, wo die Gefahren liegen: Ein 13-jähriges Mädchen aus den USA beging im Oktober 2006 aus Liebeskummer Selbstmord, nachdem sie im Chat-Room MySpace gemoppt wurde. Die 13-Jährige flirtete mit einem 16-jährigen Jugendlichen. Tatsächlich handelte es sich um eine 49-jährige Frau und deren Tochter, die die verfügbaren MySpace-Informationen über das Mädchen

nutzte, um es zu quälen. Los Angeles ist die einzige Region, die Internet-Mobbing strafrechtlich verfolgen kann. Der 49-jährigen Mutter aus Missouri wird unter anderem Verschwörung vorgeworfen. Ihr drohen bis zu 20 Jahre Haft. (Internet-Mobbing bringt Mutter vor Gericht. <http://www.stern.de/politik/panorama:/Myspace-Internet-Mobbing-Mutter-Gericht/620512.html>; Stand: 18.5.2008; Internet-Mobbing: Mädchen beging Selbstmord. <http://www.kurier.at/nachrichten/160055.php>; Stand: 18.5.2008) Kritisch zu hinterfragen wäre hier, welchem Zweck die Vermittlung von Informations- und Medienkompetenz in der Teaching-Library-Philosophie dienen soll: Geht es nur um den Zugang und den kompetenten Umgang mit Inhalten oder geht es auch um die ethisch-moralische Dimension? <http://www.kurier.at/nachrichten/160254.php>

USP „Recherche-Coaching“

In einer diversifizierten Informations- und Wissensgesellschaft herrscht trotz einer „Informationsflut“¹⁷⁷ auch eine Informationsarmut. Hier könnten insbesondere Bibliotheken und deren RespräsentatInnen punkten, wenn sie, wie oben angedeutet, das Tätigkeitsfeld „Unterstützung bei der Bewältigung von Informationsproblemen“ präzisieren. „Recherche-Coaching“ wäre dann sowohl ein Qualitäts- als auch Alleinstellungsmerkmal und bestens für das Bibliotheksmarketing geeignet. Um das zu erreichen, fragen wir uns, was inhaltlich – stark vereinfacht – Aus- und Fortbildung erfolgreich macht: Die Verbindung von Theorie und Praxis¹⁷⁸ oder anders formuliert: Dozieren, Trainieren, Coachen. Was heißt das nun für die Institution Bibliothek? Auf der ersten Qualitätsstufe steht das Dozieren, wo ein/e DozentIn ein Thema oder ein Objekt präsentiert, etwa „Wie funktioniert das Internet?“ oder „Ein virtueller Rundgang durch die Bibliothek“. Bei dieser Vorgehensweise haben die Teilnehmer in der Regel keine Möglichkeit der direkten Anwendung. Die zweite Qualitätsstufe „Trainieren“ bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, das Erlernete (das Erinnernte) an Aufgaben auszuprobieren. Für die eben genannten Beispiele könnte die Aufgabe lauten: Wählen Sie drei Suchmaschinen aus und vergleichen deren Qualität und Erstellen Sie eine Literaturliste (mindestens 20 Titel mit Standortnachweisen) zum Thema „RFID-Anwendungen in Wirtschaft und Bibliotheken“. Die dritte und damit die höchste Qualitätsstufe ist das „Recherche-Coaching“, wo der Teilnehmer oder auch ein Kunde ein echtes Informationsproblem besitzt und für dessen Bewältigung professionelle Unterstützung benötigt. Gemeinsam mit dem Kunden entwickelt die Bibliothekarin oder der Bibliothekar eine Recherchestrategie. Die Ergebnisse fließen dann direkt in die reale Aufgaben- beziehungsweise Problemstellung ein. Beispiele hierfür wären Recherche á la Carte der Stadtbücherei Stuttgart oder „Book a Librarian“, eine Service, den „Danmarks Tekniske Informationscenter“ an „Danmarks Tek-

¹⁷⁷ Es bleibt fraglich, ob es eine Informationsflut geben kann, wenn Information etwas beschreibt, wie ein Individuum Daten in das eigene Informationsnetzwerk integriert und damit erweitert. Wissen wäre dann, die intellektuelle Instanz, die das eigene Informationsnetzwerk bewertet und darüber entscheidet, ob Daten in das eigene Informationsnetzwerk passen oder nicht und ob gegebenenfalls durch neue Erkenntnisse Teile des eigenen Informationsnetzwerkes eliminiert oder umstrukturiert werden müssen. Selbstverständlich kann es dabei zu Fehldeutungen und –entscheidungen kommen (Stichwort: Informationspathologien) Vor diesem Hintergrund wäre es sinnvoller von einer Datenflut zu reden.

¹⁷⁸ Das vom Autor praktizierte „projektintegriertes Studieren“ (z.B. Ratzek 2005a) steht hier für ein Beispiel: Mit externen Partnern werde dabei Projekte – zum Beispiel Imagefilme, Veranstaltungskonzeptionen, Web-Auftritte – durchgeführt, wodurch sowohl die Studierenden als auch der Auftraggeber profitiert.

nische Universität“ (DTU Tekinfo; <http://www.dtic.dtu.dk/>)¹⁷⁹ angeboten wird. (siehe auch Ratzek/Schreiber in Ratzek/Simon 2008)

Die zwei Hemisphären des WWW

Auf einer Metaebene charakterisieren „Folksonomy“, „Perpetual Beta“, Kollektive Intelligenz“ und „Social Software“ das Web 2.0. Zwar ist es nicht immer ganz so einfach, Social Software optimal zu nutzen, obwohl immer propagiert, ohne besondere Programmierkenntnisse. Weblogs und Wiki stehen hier für prominente Beispiele. Die dafür benötigte Hard-, Soft-, Org- und Brain-Ware war Gegenstand in diesem Buch. Nun ist es an der Zeit, dass auch die BID-Professionen diesen Paradigmenwechsel erkennen, akzeptieren und sich entsprechend öffnen. Damit soll angedeutet sein, dass die Karten in der IT-Welt neu gemischt werden. Joachim Hofer und Jens Koenen (2007, S. 20) formulieren das in einem Handelsblatt-Artikel so: „Die IT-Industrie wird Opfer ihrer eigenen Innovationen: In der neuen Medienwelt sind die Nutzer die neue Macht. Sie werden nicht nur die Entwicklung von Soft- und Hardware bestimmen, sie werden auch die Technologie am Arbeitsplatz mitgestalten.“ Ganz so einfach, wie diese These klingen mag, entwickelt sich die Internet-Welt, oder besser: das WWW nicht: Parallel zur Folksonomy-Welt entwickelt sich die Welt des E-Business und des E-Commerce. Hier geben „Web-Services“ oder „Web-Dienste“, den Ton an. In diesem oft falsch interpretierten Paradigma geht es unter anderem um die Skriptsprachen PHP oder Ruby on Rails¹⁸⁰ und der Web-Applikation Ajax („Asynchronous JavaScript and XML“)¹⁸¹. Aber auch in der Welt des Mitmach-Netzes (Folksonomy) geht es um die Wahl der Blog-Software (Nucleus oder Mambo? Serendipity oder b2revolution?), der Wiki-Software (MediaWiki, Python, Ruby?) und/oder den RSS-Editor (Alnera FeedWorkshop, Feed Writer oder ListGarden)

Damit sei angedeutet, dass doch einige IT-Kenntnisse notwendig sind, um etwas Eigenständiges anzubieten. Das Mitmach-Netz (Folksonomy) besitzt – ebenso wie das E-Commerce – eine gestalterische Komponenten. Folksonomy als reines Kommentar-Angebot greift zu kurz. Information- und Medienkompetenz muss auch die Möglichkeit bieten, aktiv mit eigenständigen Angeboten ins Geschehen einzugreifen.

Eine weitere Gefahr sowohl für Bibliotheken als auch für die IT-Industrie stellt Google dar¹⁸²; was auf den ersten Blick nicht so einleuchtet. Zwei Beispiele mögen dies belegen. Meines Erachtens begehen Bibliotheken einen nicht mehr gut zu machenden strategischen Fehler,

¹⁷⁹ Das DTU Tekinfo bietet mit „Spørg en bibliotekar“ (Ask a librarian) und "Lån en bibliotekar" (Leih ein Bibliothekar) zwei verschiedene Dienste. Im erste Fall geht es um eine Antwort auf eine persönlich oder via Web-Formular gestellte Fragen. Im zweiten Fall können DTU-Wissenschaftler, -Lehrpersonal und –Studierende, entweder als Einzelperson oder als Gruppe, eine/n BibliothekarIn für eine spezielle Aufgabe mieten. Wie Kasper Bøgh Pedersen vom DTU Tekinfo in einer Email vom 28.7.2008 mitgeteilt, geht es in erster Linie, um Recherchen, Schulungen, aber auch um Unterstützung bei der Anfertigung von studentischen Arbeiten. Die Inanspruchnahme ist in der Regel kostenfrei. Bei längerer und/oder sehr zeitaufwändigen Aufgaben, können wir einen Betrag erheben. (Det er som udgangspunkt gratis at benytte servicen, men ved længere og/eller meget tidskrævende opgaver vil der kunne opkræves et beløb.)

¹⁸⁰ Bei Ruby on Rails handelt es sich um ein Framework, das auf der quelloffenen Skriptsprache Ruby basiert.

¹⁸¹ AJAX steht für eine Technologie, die das Nachladen von Daten ermöglicht, ohne dass die gesamte Seite neu geladen werden muss.

¹⁸² Für eine kritische und sehr lesenswerte zu Google, s. Lehmann/Schetsche (2007) und Strzolka (2007)

wenn Sie an „Google Buchsuche“ (Google Book Search) teilnehmen, insbesondere, wenn sie ihre historischen Bestände Google überlassen. Damit verlieren die Bibliotheken ein Alleinstellungsmerkmal – in der Sprache der Marketeer „Unique Selling Proposition“ (USP).

Web 2.0 – Ein Auslaufmodell?

Die immer kürzer werdenden Innovationszyklen gelten als ein charakteristisches Phänomen des naturwissenschaftlich-technischen Fortschritts. Hoch innovative Unternehmen geraten gar in eine Innovationsfalle, wenn sie sich mit ihren innovativen Produkten/Verfahren selbst überholen. Hinzu kommt noch, dass die Konkurrenz ebenfalls nicht schläft und wahrscheinlich auch an einem ähnlichen Produkt/Verfahren arbeitet oder, wie oben angedeutet, durch Google-Produkte ausgebootet werden¹⁸³. Damit stehen Unternehmen vor einer hoch brisanten strategischen Frage: Wann ist die richtige Zeit für den Markteintritt (Time to Market-Strategie)? Nun werden Unternehmen kaum nur vor-sich-hinbasteln, sondern auch die nationalen und globalen Märkte beobachten. Bio-, Informations-, Nano- oder Umwelt-Technik, aber auch Bildung, Familie und Gesundheit bieten lukrative Perspektiven¹⁸⁴. Wie bereits angedeutet, brauchen wir auch Informationsprofis, die in der Lage sind, Chancen und Risiken zu erfassen, bewerten und in Handlung umzusetzen (Business/Competive Intelligence, Frühwarnung, Issue Management). In der Regel konzentrieren wir uns darauf, wo sich neue Marktchancen eröffnen, ausgeblendet bleibt dabei häufig die Fragen: Wann ist es an der Zeit, einen Markt aufzugeben, oder anders formuliert: Wann rentiert sich eine Investition nicht mehr. Noch drastischer formuliert: Wann laufe ich Gefahr, mit meinem Unternehmen vom Markt verdrängt zu werden.

Historisch betrachtet, besitzen Regime, Produktneuheiten, Paradigmen nur eine begrenzte Laufzeit. Gilt das auch für das Internet, für das Web 2.0, für Bibliotheken? Kaum jemand denkt darüber nach, was als nächstes die Welt bewegen wird. So überschreibt das Handelsblatt.com (13.6.2008) einen Beitrag zum Web 2.0 „Die Geschäftsidee Web 2.0 ist tot!“ Die Verfasser – Jens Koenen und Thomas Knüwer – beziehen sich dabei auf eine Aussage des Google-Chefs Eric Schmidt, demnach "die Web 2.0 Architektur nicht für Umsatz" geeignet sei. Da gilt übrigens auch für die Idee, mit sozialen Netzwerken Geld zu verdienen.

Vor diesem Hintergrund bleibt es fraglich, ob zum Beispiel Bibliotheken jeden Trend in allen Facetten mitmachen müssen (Stichwort: Retro-Philosophie). Denkbar wäre auch, dass Bibliotheken als Trendsetter agieren könnten. Eine Möglichkeit bestünde darin, die intellektuelle Leistung/Wertschöpfung durch die Umwandlung von Daten in Information und Information in Wissen und Wissen in Innovation beziehungsweise in Weisheit (im Sinne von Horizonterweiterung) zu kommunizieren. Hinzu käme noch die Image- und Markenbildung¹⁸⁵.

¹⁸³ Google Earth oder Google SketchUp (Entwicklung von 3D-Modellen).

¹⁸⁴ erinnert sei hier an die bereits besprochenen Kondratieff-Zyklen (Nefiodow 1991, 2001), die auch das zukünftige Innovationspotenzial beschreiben.

¹⁸⁵ Zur Vertiefung dieses Themas siehe: Bargmann (2008); Braun/Lappat (2008), Ratzek/Simon (2008), Ratzek (2005b, 2004, 2003).

Wer fühlt sich den Inhalt verantwortlich?

So geht das manchmal. Für einen vom Verleger Tim O'Reilly veranstalteten Workshop im Jahre 2004 wurde ein attraktiver Titel gesucht und mit Web 2.0 gefunden (Alby 2007, S. 15). Niemand ahnte auch nur, nach dem Platzen der Dot.com-Blase, dass der Begriff und die dahinterstehenden Anwendungen eine derartige Dynamik entwickeln würden. Die Web 2.0-Mania führt dazu, dass inzwischen wohl jede Disziplin ein eigenes 2.0-Derivat benötigt. Da gibt es beispielsweise E-Government 2.0¹⁸⁶, Bank 2.0¹⁸⁷ und selbstverständlich auch „Library 2.0“ und, wie sollte es auch anders sein, das von Anglizismen wimmelnde Deutsch entwickelt ausnahmsweise eine „Bibliothek 2.0“-Variante. Standen in dem vorliegenden Buch eher die technischen und anwendungsorientierten Aspekte im Mittelpunkt, wurde in diesem Kapitel der Frage nachgegangen, ob die Verfügbarkeit von Informationstechnologie (IT) allein ausreicht, um eine wie auch immer gestaltete Informations- und Wissensgesellschaft zu formen. Die Antwort lautet trivialerweise nein. So deutet das Suffix „Gesellschaft“ im Konstrukt Informations- und Wissensgesellschaft darauf hin, dass es auch mindestens eine soziale und damit auch eine kulturelle Komponente gibt¹⁸⁸. Kommunikation, wie es in der lateinischen Wurzel „communicare“ mitschwingt, bedeutet unter anderem „mitteilen“ und „gemeinsam machen“. Damit wir uns auch über Distanzen mitteilen und verständlich machen können, benötigen wir, da unsere biologischen Kommunikationsmittel (Sprache, Mimik, Gestik) nicht ausreichen, technische Hilfsmittel zur Überbrückung¹⁸⁹. Kommunikation bildet somit das „Missing Link“. Verständlich auch, dass die Informatik-Industrie schnell das „K“ für Kommunikation integrierte und mit der „Informations- und Kommunikationstechnik“ (IKT) einen neuen marketingstrategischen Ansatz verfolgte. Zu bedenken bleibt jedoch, wie Silverstone und Sørensen in ihrem Aufsatz „Towards the ‘communication society‘“ betonen, dass das „K“ in IKT selten seriös in die Diskussion über die Informationsgesellschaft berücksichtigt wurde (zitiert nach Spilker/Levold in Levold/Spilker 2007, S. 18) Information Professionals, wie BibliothekarInnen und InformationswissenschaftlerInnen erkennen inzwischen, dass sich hier eine strategische Lücke auftut, die sie beheben könnten, wenn sie denn neben der technischen Dimension noch stärker die inhaltliche Dimension kultivierten, das heißt: Welchen wertschöpfenden Anteil besitzen beispielsweise BibliothekarInnen oder andere Information Professionals an der Transformation von Daten in Information und von Information an Wissen und von Wissen in (neue) Erkenntnisse. Diese Wertschöpfungskette führt in den Natur- und Technikwissenschaften zu Innovationen und in den Sozial- und Geisteswissenschaften zu „Weisheit“ (im Sinne von Einsicht). Damit rückt der Fokus „Mensch“ (Wersig 1993) auf die Tagesordnung, zum einen als „Konsument“, zum anderen als „Produzent“. Vor diesem Hintergrund erhalte die Institution Bibliothek und damit deren RepräsentantInnen ein Alleinstellungsmerkmal, in dem sie der Informationsgesellschaft ein Gesicht geben (Ratzek 2003). Denn: Die technische Verfügbarkeit – in Form einer Infra-

¹⁸⁶ Ein Programm des Bundes für eine zukunftsorientierte Verwaltung (<http://www.kbst.bund.de/Content/EGov/Initiativen/EGov2/EGov2.html>; Stand: 14.4.2008)

¹⁸⁷ Geschäftskonzeptes, IT-Trends und Innovationen für Banken und Finanzdienstleister (<http://www.bank-zweinnull.de/>; Stand: 14.4.2008)

¹⁸⁸ Eine politische Komponente schwingt bereit in der Informationstechnologie mit, da das Potenzial dieses FuE-Segment durch eine hervorragende Lobbyarbeit seitens der IT-Wirtschaft im Allgemeinen und deren Interessensvertretungen im Besonderen eine breite Unterstützung gesichert ist (Stichwort: IT-Gipfel)

¹⁸⁹ Dies gilt auch für technische Systeme und Anwendungen, wie zum Beispiel Telemetrie oder RFID-Tracking (Internet der Dinge).

struktur und damit verbunden der mehr oder weniger freie Zugang – allein kann nicht das Ziel einer Informations- und Wissensgesellschaft sein; vielmehr muss es um Inhalte gehen. Ein unzureichend vermarktetes Alleinstellungsmerkmal (USP) von Fachinformationszentren und Bibliotheken. Social Inclusion (Kaden/Kindling 2007¹⁹⁰), Teaching Library (Lux/Sühl-Strohmeier 2004) oder Informations- und Medienkompetenz stehen hier stellvertretend, wenn es nicht nur um das Einüben von Routinen geht, sondern auch um zum Beispiel das Reflektieren, das Aufzeigen von Alternativen und die Unterstützung bei der Bewältigung von Informationsproblemen (Recherche-Coaching¹⁹¹).

Exkurs über Medienkonvergenz versus Medienbrüche

Die Welt der Medien ist in Bewegung. Zum einen wachsen Teile der Medienwirtschaft zu neuen multimedialen Systemen zusammen (Medienkonvergenz), zum anderen entsteht eine Inkompatibilität der Formate (Standards) und führt immer wieder zu Medienbrüchen.

Medienkonvergenz bezeichnet das Zusammenwachsen verschiedener Teilbereiche der Medienwirtschaft, das heißt Endgerätehersteller (IBM, Apple), Netzwerker (Alcatel-Lucent S.A.) und Inhalteanbieter (Nachrichtenagenturen, Verlage, Filmproduzenten) kooperieren, fusionieren oder diversifizieren in die verschiedenen Teilbereiche der Kooperationspartner (Cooptition¹⁹²), wie das beispielsweise die Telekom AG als Endgeräte-, Netz- und Inhalte-Anbieter praktiziert. So kooperiert die Telekom-Tochter T-Home beispielsweise mit dem Privatsender Premiere bei der Übertragung von Bundesligaspielen. Außerdem kooperiert die Telekom-Tochter Congstar mit ebay im Bereich Mobilfunk (ebay-Prepaidkarte).

Die zahlreichen strategischen Allianzen und Dienstleistungen bedeuten jedoch nicht, dass die Informationsquellen überschaubarer werden, ganz im Gegenteil. Die hier angedeutete Entwicklung trifft auch auf den Informationsmarkt zu. Medienbrüche, Relevanzbewertung, Informationspathologien in der Informationsbeschaffung, -speicherung und -verarbeitung verlangen nach einem Schnittstellen- und Qualitätsmanagement, um die verschiedenen Informationsressourcen für die Problembewältigung effektiv und effizient zu nutzen. Recherche-Coaching und die Förderung von Informations- und Medienkompetenz spielen in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle.

Schlussbemerkung

Das Web 2.0 erweitert das World Wide Web von einem Netz der Anbieter zu einem Netz der Nutzer. „Folksonomy“ und „Soziale Software“ bilden dabei die Schlüsselbegriffe und eröffnen für breite Teile der Gesellschaft verbesserte Mitwirkungsmöglichkeiten bei der Ausgestaltung einer Informations- und Wissensgesellschaft. Die große Klammer für die vorangegangenen Ausführungen bildete die These, dass Informations- und Kommunikationstechnik an sich erst einmal nur eine inhaltsleere Hülle darstellt und von Inhaltelieferanten abhängig (Stichwort: Medienkonvergenz) ist.

¹⁹⁰ Kaden/Kindling sprechen dann doch von einer umstrittenen sozialen Bibliotheksarbeit.

¹⁹¹ Dazu später mehr.

¹⁹² Das Kunstwort Cooptition setzt sich aus Cooperation und Competition zusammen. Gemeint ist damit, dass beispielsweise Medienunternehmen in Teilmärkten gleichzeitig sowohl konkurrieren als auch kooperieren.

Mit der „Bibliothek 2.0“-Philosophie besteht die Chance, IT plus Inhalt so zu kombinieren, dass Bibliotheken mit ihren Dienstleistungen eine Plattform für Probleme, Trends, Issues¹⁹³ anbieten, an denen Interessierte – ob nun Kunde oder nicht – teilnehmen können (Collective Intelligence). Damit erhalten Bibliotheken auch ständig Anregungen zur Optimierung ihrer Dienstleistungen. Die Inhaltsgenerierung hängt jedoch von bestimmten Kenntnissen und Fähigkeiten ab, wie zum Beispiel Kenntnis über und Zugang zu Informationsressourcen, Vermeidung von Medienbrüchen, effektives und effizientes Retrieval.

Anhand dreier Thesen konnten verschiedene Problemlagen und Lösungsansätze für die eingangs gestellte Frage – „... und was kommt nach der Informationstechnik“ aufgezeigt werden. Zum einen müssen die inhaltlich orientierten Information Professionals stärker, wie es Fugmann (2008, aber auch Ratzek 2006, 2005b, Ratzek/Schreiber 2008, Ratzek/Simon 2008) angeht, die Grenzen der „Informationstheorie“ aufzuzeigen und anstelle des reinen Zugangs zu den Informationsressourcen den Nutzen von bibliothekarischen (Informations-) Dienstleistungen herausstellen, was wir mit dem Recherche-Coaching demonstriert haben. Damit wären wir endlich auch bei dem dritten Eingangszitat angelangt. In der Tat gibt es seit langem eine Diskussion über einen gravierenden Fachkräftemangel. Deutschland braucht IT'ler und neuerdings fehlen auch Ingenieure. Die Rolle von Information in der Markt- und Produktentwicklung scheint nur wenige zu beschäftigen. Die Elsevier-Kampagne „Never underestimate the Importance of a Librarian“¹⁹⁴ zeigt hier in die richtige Richtung und Claudia Lux geht mit ihrem Programm „Libraries on the Agenda!“ nun an die Praxis. Bleibt zu hoffen, dass auch nach ihrer Präsidentschaft die Euphorie erhalten bleibt. Was kommt also nach der Informationstechnik? Denn, um es mit Goethe zu formulieren, „[e]s ist nicht genug, zu wissen, man muß auch anwenden; es ist nicht genug, zu wollen, man muß auch tun.“

¹⁹³ Issues stehen für Themen, die für eine Institution, Behörde, Unternehmen, Verband, zu einem Problem werden können; deshalb ist es wichtig, bereits ein Issue-Management als Frühwarnsystem zu implementieren.

¹⁹⁴ <http://libraryconnect.elsevier.com/lcn/0102/lcn010221.html>.



Abbildung 60: Prof. Dr. Wolfgang Ratzek M.A.

Studierte Informationswissenschaft und Skandinavistik an der FU Berlin. Anschließend folgte die Promotion zum Dr. phil. (FU Berlin). Seine leitenden Funktionen in den Bereichen Marketing/Werbung, Unternehmens- und Personalberatung ermöglichten einen Einblick in sowohl Großunternehmen und mittelständische Unternehmen. Die Ergebnisse seiner Arbeit sind in zahlreichen Fachpublikationen dokumentiert. Seit WS 2000/01 ist er BWL-Professor für Informationseinrichtungen an der Hochschule der Medien Stuttgart, Fakultät Information und Kommunikation, Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement.

Kontakt: ratzek@iuk.hdm-stuttgart.de

5 Zusammenfassung und Ausblick

Die Bibliothek 2.0 mit ihren Diensten eröffnet sowohl den Bibliotheken als auch den Nutzern neue Perspektiven. Bibliotheken können gemäß der von IFLA Präsidentin Claudia Lux erhobenen Forderung „Libraries on the Agenda!“ ihre Eigenständigkeit und Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen. Durch die Nutzung neuer technologischer Entwicklungen sowie der Schöpfung innovativer Dienstleistungen werden Bibliotheken in einem neuen Licht wahrgenommen. Nicht mehr der Büchertempel liegt im Blick der Öffentlichkeit, sondern der Platz des Lebens & Lernens.

Durch den partizipatorischen Ansatz der neuen Mitmachbibliothek lernen Bibliothekskunden ihre Einrichtung in neuem Licht kennen. Nicht mehr das Medium sondern Nutzungsaspekte, wie die Generierung von Wissen oder das Erleben von Infotainment rücken verstärkt für die Kunden in den Mittelpunkt. Dienstleistungen erfahren eine verstärkte Akzeptanz durch eine zielgruppengerechtere Ausrichtung und höheren Verfügbarkeit. Das Internet schläft nie.

Die Dienste der Bibliothek 2.0 stellen Bibliotheksmitarbeiter vor neue Herausforderungen. Kürzere Lebenszyklen moderner Anwendungen und steigende Ansprüche an technischem Verständnis stellen erhöhte Anforderungen an Innovationsfähigkeit und lebenslangem Lernen dar. Diese Aufgaben sind nur mit qualifiziertem Personal zu bewerkstelligen.

Die Kenntnis über die Techniken des Web 2.0 hat inzwischen auch in die Bibliothekswelt Einzug gehalten und weite Verbreitung gefunden. Nun gilt es Anwendungen für Bibliotheken zu erschließen. Ideen und Visionen der Bibliothekare sind gefragt.

Die einzige Konstante der Bibliothek 2.0 ist der Wandel. Bibliothekare müssen sich als Informationsexperten unter Beweis stellen, um die Informationsflut zu bewältigen und Potenziale innovativer Anwendungen zu erkennen.

Der Aufbruch in die „Neue Welt“ der Bibliothek 2.0 gleicht einer Forschungsreise. Brechen wir auf und entdecken die Chancen!



Abbildung 61: Ronald Kaiser B.A.

Jahrgang 1980 ist Absolvent des Bachelor-Studiengangs Bibliotheks- und Informationsmanagement an der Hochschule der Medien Stuttgart (HdM). Kaiser war u.a. an der Entwicklung eines der ersten deutschen Podcasts beteiligt und ist Administrator des größten deutschen Fachwikis des BID Bereichs (B.I.T. Wiki). Aus diesen Erfahrungen heraus entstand das Fachbuch „Bibliotheken im Web 2.0 Zeitalter - Herausforderungen, Perspektiven und Visionen.“. Neben einer fortlaufenden Interviewreihe zur Bibliothekspolitik erschienen vom ihm bereits diverse Zeitschriftenartikel zu innovativen Anwendungen und Dienstleistungen im BID Bereich.

Kontakt:

Ronald Kaiser

Fritz-Doppel-Straße 9

96215 Lichtenfels

Mail: kontakt@ronald-kaiser.com

Website: <http://www.ronald-kaiser.com>

Blog: <http://www.infonomy-log>

Literaturverzeichnis

- 1&1 Internet AG.**- URL: <http://www.1und1.de/>, Letzter Zugriff: 14.03.2008
- Aaken, Gerrit van:** Ich bin der Sender. - Mainz, Diplomarbeit 2005, 64 S. - http://praegnanz.de/file_download/5, Letzter Zugriff: 30.04.2008
- Aaken, Gerrit van:** LoudBlog.- URL: <http://www.loudblog.com/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008
- addLeader Ltd.:** RSS-Reader.- URL: <http://www.rss-verzeichnis.de/rss-reader.php>,
Letzter Zugriff: 12.03.2008
- Alby, Tom:** Web 2.0. Konzepte, Anwendungen, Technologien. München, Wien 2007.
- Allary Film, TV & Media:** Einstellungsgrößen.- URL: <http://www.movie-college.de/filmschule/filmgestaltung/einstellungsgroessen.htm>, Letzter Zugriff: 17.03.2008
- Allary Film, TV & Media:** Richtcharakteristik.- URL: <http://www.movie-college.de/filmschule/ton/richtcharakteristik.htm>, Letzter Zugriff: 17.03.2008
- Amtsblatt der Stadt Gerlingen, Nr. 17, 26.04.2007
- Apple Inc.: GarageBand.**- URL: <http://www.apple.com/de/ilife/garageband/>,
Letzter Zugriff: 25.04.2008
- Apple Inc.:** iPod + iTunes.- URL: <http://www.apple.com/de/itunes/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008
- Audacity.**- URL: <http://audacity.sourceforge.net/>, Letzter Zugriff: 02.04.2008
- B.I.T. WIKI.** Artikel Hauptseite.- Bearbeitungsstand: 21. Mai 2008, 07:21.
URL: <http://bit-wiki.de/index.php/Hauptseite> (Abgerufen: 25. Mai 2008, 17:52)
- Bacigalupo, Fabio:** Podcast Community und Verzeichnis.- URL: <http://www.podcast.de/>,
Letzter Zugriff: 25.04.2008
- Baker, Nicholson:** Der Eckenknick. Oder: Wie die Bibliotheken sich an den Büchern ver-sündigen. Reinbek b. Hamburg 2005.
- Bargmann, Monika:** „Mein Leben ist weniger glänzend, ich bin Bibliothekarin“. In: BuB 2/2008, S. 397-399
- BibCamp:** BibCamp - Potsdam/Berlin, 16./17. Mai 08 FrontPage.-
URL: <http://bibcamp.pbwiki.com/>, Letzter Zugriff: 23.05.2008
- Braun, Claudia; Lappat, Mareike:** „All about Schmidt“. In: BuB 2/2008, S. 406-412.
- Bundesministerium der Justiz:** Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz).- URL: <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/urhg/gesamt.pdf>, Letzter Zugriff: 15.03.2008
- Bundesministerium der Justiz:** Telemediengesetz.- URL: <http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/tmg/gesamt.pdf>, Letzter Zugriff: 15.03.2008
- Cerulean Studios.**- URL: <http://www.trillian.cc/>, Letzter Zugriff: 31.08.2008
- CosmoCode GmbH:** WikiMatrix.- URL: <http://www.wikimatrix.org/>, Letzter Zugriff: 31.03.2009
- Daten müssen laufen, nicht die Bürger.** In: InnoVisions Das Zukunftsmagazin der Fraunhofer-IuK Verbunds (2007) Juni/Juli/August, 6-17

- Dolan, Frankie; Rothman, David: LibWorm.**- URL: <http://www.libworm.com/>, Letzter Zugriff: 24.05.2008
- Dowd, Nancy: Library Videos-** the best of.- URL: <http://libraryvideos.blogspot.com/>, Letzter Zugriff: 16.03.2008
- Dreßler, Birgit; Mohrbach, Gabriele; Müller, Matthias:** ISIS, die neue Informationsplattform der Saarländischen Universitäts- und Landesbibliothek: ein Praxisbericht. Verzahnung von Dokumenten-Management und Wiki-Funktionalität. In: Information, Wissenschaft & Praxis 57(2006)5, S. 255 - 258
- Eck, Klaus:** Corporate Blogs: Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden. Zürich: Orell 2007, S. 182
- Elsdörfer, Michael:** podster.de - Das deutsche Podcasting und Podcast Portal.- URL: <http://podster.de/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008
- Farkas, Meredith:** Library Success: A Best Practices Wiki.- http://www.libsuccess.org/index.php?title=Main_Page, Letzter Zugriff: 24.05.2008
- FeedBurner, Inc.:** FeedBurner.- URL: <http://www.feedburner.com>, Letzter Zugriff: 14.03.2008
- Fliß, André:** podcastzentrale.de - das Podcast Verzeichnis.- URL: <http://www.podcastzentrale.de/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008
- Flitner, Ursula; Rall, Stefan:** RSS-Feeds der Bibliothek am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung.- URL: <http://www.mis.mpg.de/library/rall.pdf>, Letzter Zugriff: 25.05.2008
- Forschungszentrum Karlsruhe Hauptabteilung Bibliothek und Medien:** RSS - Feeds.- URL: <http://bibliothek.fzk.de/rss/rss.htm>, Letzter Zugriff: 16.04.2008
- Fox Interactive Media Germany GmbH.**- MySpace Deutschland.- URL: <http://www.myspace.com/>, Letzter Zugriff: 20.04.2008
- Freie Universität Berlin:** Einmal Lord Norman Foster lauschen.- URL: http://www.fu-berlin.de/presse/fup/2007/fup_07_167/index.html, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Fugmann, Robert: Informationstheorie:** Der Jahrhundertbluff. Eine zeitkritische Betrachtung. Teil 2. In: Information – Wissenschaft und Praxis 3/2008, S. 159-164.
- Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte:** Informationen zu den Podcasting-Lizenzen.- URL: <https://lizenzshop.gema.de/lipo/produkte/podcast/index.hsp>, Letzter Zugriff: 03.04.2008
- Google Inc.:** Blogger.- URL: <https://www.blogger.com/>, Letzter Zugriff: 14.03.2008
- Google Inc.:** Die benutzerdefinierte Suchmaschine von Google.- URL: <http://www.google.com/coop/cse/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Google Inc.:** Google Blog-Suche.- URL: <http://blogsearch.google.de/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Google Inc.:** Google Reader.- URL: <http://www.google.com/reader/>, Letzter Zugriff: 05.04.2008
- Gregarius.**- URL: <http://gregarius.net/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- GründerWiki.** Artikel Wiki Verzeichnis.- URL: <http://www.wikiservice.at/gruender/wiki.cgi?WikiVerzeichnis>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Hauschke, Christian:** Infobib.- URL: <http://infobib.de/blog/tools/biblioblogsuche/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008

- Hauschke, Christian; Stabenau, Edlef:** Über die 13 Dinge.- URL: <http://13dinge.wordpress.com/>, Letzter Zugriff: 31.03.2009
- Heller, Lambert; Stabenau, Edlef; Tan, Jin:** Planet Biblioblog 2.0.- URL: <http://rss.netbib.de/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Hofer, Joachim; Koenen, Jens:** Perestroika im weltweiten Computernetz. Handelsblatt, Nr. 109, v. 11.06.2007, S. 20.
- Hunecke, Heike:** Produktionsfaktor Wissen. Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Wissen und Standort von Unternehmen. In: Aachener Reihe Mensch und Technik. 45. 1. Aufl. Aachen: Mainz, 2003
- IAC Search & Media:** Bloglines.- URL: <http://www.bloglines.com/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Jamendo SA:** Jamendo.- URL: <http://www.jamendo.com/>, Letzter Zugriff: 25.03.2008
- Kaden, Ben ; Kindling, Maxi (Hrsg.):** Zugang für alle - Soziale Bibliotheksarbeit in Deutschland. Berlin 2007,
- Kaiser, Ronald:** Filmographie.- URL: <http://www.ronald-kaiser.com/film.htm>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Kaiser, Ronald:** Standortfaktor Information - Wie das Internet-Zeitalter Stakeholder verändert. In: Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung durch Informationsdienstleistungen. Das unterschätzte Potenzial von Bibliotheken Wolfgang Ratzek/Elisabeth Simon (Hrsg.) Berlin: Simon, 2008
- Kaiser, Ronald:** Storyboard Vorlage.- URL: <http://www.ronald-kaiser.com/film/StoryboardMaster.doc>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Kaiser, Ronald; Ratzek, Wolfgang:** Einführung in die Filmproduktion für Informationseinrichtungen – Von der Idee zum Produkt, In: Bibliothek: Forschung & Praxis 31 (2007), S. 353-358.
- Kansas City Public Library:** The Business & Finance Guide.- URL: <http://www.kclibrary.org/guides/businessandfinance/index.cfm?article=read&articleID=92>, Letzter Zugriff: 05.05.2008
- Kübler, Sahra; Ratzek, Wolfgang; Wursthorn, Lena [u.a.]:** Content is King - Projekt B.I.T.Wiki geht online!. In: BIT-online 10(2007)3, S. 262-264
- Kuhn, Thomas:** Die Struktur wissenschaftlicher Revolution. 2., rev. und um das Postskriptum von 1969 erg. Aufl., [Nachdr.]. Frankfurt am Main 2008.
- Lansing Public Library:** Podcast Information Page.- URL: <http://www.lansing.lib.il.us/podcasts.html#9>, Letzter Zugriff: 25.05.2008
- Lehman, Kai, Schetsche, Michael (Hrsg.):** Die Google-Gesellschaft. 2. Aufl. Bielefeld 2007.
- LISWiki.** Artikel Main Page.- Bearbeitungsstand: 13. Mai 2008, 09:29 UTC. URL: http://liswiki.org/w/index.php?title=Main_Page&oldid=16760 (Abgerufen: 25. Mai 2008, 16:52 UTC)
- LISWiki.** Artikel Weblogs - Non-English.- Bearbeitungsstand: 15. Mai 2008, 08:51 UTC. URL: http://liswiki.org/w/index.php?title=Weblogs_-_Non-English&oldid=16763 (Abgerufen: 25. Mai 2008, 16:32 UTC)
- LISWiki.** Artikel Weblogs.- Bearbeitungsstand: 22. Mai 2008, 23:10 UTC. URL: <http://liswiki.org/w/index.php?title=Weblogs&oldid=16771> (Abgerufen: 25. Mai 2008, 16:12 UTC)

- Lux, Claudia; Sühl-Strohenger, Wilfried:** Teaching Library in Deutschland. Wiesbaden 2004.
- MediaWiki.** Artikel Help:Formatting/de.- Bearbeitungsstand: 11. Juli 2007, 12:21. URL: <http://www.mediawiki.org/wiki/Help:Formatting/de> (Abgerufen: 26. Mai 2008, 08:07)
- MediaWiki.-** URL: <http://www.mediawiki.org/wiki/MediaWiki/de>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- mokono GmbH:** blog.de.- URL: <http://www.blog.de/>, Letzter Zugriff: 15.02.2008
- Münch, Vera:** Herkömmliche Bibliotheken sind tot. In: BIT-online 11(2008)1, S. 69-77
- Nefiodow, Leo A.:** Der fünfte Kondratieff : Strategien zum Strukturwandel in Wirtschaft und Gesellschaft. 2. Aufl. Frankfurt am Main 1991.
- Nefiodow, Leo A.:** Der sechste Kondratieff : Wege zur Produktivität und Vollbeschäftigung im Zeitalter der Information. St. Augustin 2001.
- Nefiodow, Leo A.:** Der sechste Kondratieff. Wege zur Produktivität und Vollbeschäftigung im Zeitalter der Information. 6. aktual. Aufl. St. Augustin 2006.
- NetbibWiki.** Artikel Planet Biblioblog 2.0.- Bearbeitungsstand: 02. Dezember 2007, 12:06. URL: <http://wiki.netbib.de/coma/planet?search=yep> (Abgerufen: 25. Mai 2008, 17:17 UTC)
- Netvibes.-** URL: <http://www.netvibes.com>, Letzter Zugriff: 15.04.2008
- Niggemeier, Stefan; Schultheis, Christoph:** BILDblog.- URL: <http://www.bildblog.de/>, Letzter Zugriff: 13.03.2008
- Olbertz, Dirk; Schröder, Jens:** blogcensus-report februar 2008.- URL: <http://blog.blogcensus.de/2008/02/29/blogcensus-report-februar-2008/>, Letzter Zugriff: 20.05.2008
- Pageflakes Inc.:** Pageflakes.- URL: <http://www.pageflakes.com>, Letzter Zugriff: 15.04.2008
- PBwiki, Inc.:** PBwiki.- URL: <http://pbwiki.com/>, Letzter Zugriff: 31.03.2009
- Petrasch, Thomas; Zinke, Joachim:** Einführung in die Videofilmproduktion. München, Wien 2003, S. 11-12
- Petzold, Matthias:** E-Mail-Kommunikation. URL: <http://www.uni-koeln.de/ewfak/psycho/Petzold/referate/schroeder.pdf>, Letzter Zugriff: 12.04.2008
- Plieninger, Jürgen:** In Weblogs schreiben. Hrsg. Berufsverband Information Bibliothek / Kommission für One-Person Librarians. – 1. Aufl. – 2007. (Checklisten ; 20) URL: <http://www.bib-info.de/fileadmin/media/Dokumente/Kommissionen/Kommission%20f%FCr%20One-Person-Librarians/Checklisten/check20.pdf>, Letzter Zugriff: 01.04.2009
- Plieninger, Jürgen; Stabenau, Edlef; Heller, Lambert:** Never run a changing system? Über die Chancen des Einsatzes "Sozialer Software" in der Bibliotheksarbeit. In: B.I.T.online 3/2007, S. 223-2228, 230-231.
- PodSafe Audio.-** URL: <http://www.podsafeaudio.com/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008
- Ratzek, Wolfgang:** „Spielball“ Bibliotheken. Berlin 2004.
- Ratzek, Wolfgang:** Der Human Factor in der Informationswelt. Der Informationswelt ein Gesicht geben. In: iwip 8/2003, S. 477-479.

- Ratzek, Wolfgang:** Inszenierung von Wirklichkeit – Manipulation als Gestaltungselement von Welt. In: Kopf-Kino. Gegenwartsliteratur und Medien. Hrsg. v. Lothar Bluhm und Christine Schmitt. Trier 2006, S. 343-359.
- Ratzek, Wolfgang:** Public Awareness im BDI-Bereich - Wider den Informatik-Mimikry. In: Information - Wissenschaft und Praxis 6/2001.
- Ratzek, Wolfgang:** Schäfer, Manuela: TV-Magazine. Berlin 2008.
- Ratzek, Wolfgang:** Schwarze Löcher. Schwarze Löcher: Im Sog der Informations- und Wissensindustrie. Wiesbaden 2005(b).
- Ratzek, Wolfgang:** Selbstorganisation in komplexen Welten. Chaos als schöpferischer Impuls. Frankfurt am Main [u.a.] 1992.
- Ratzek, Wolfgang; Schreiber, Carola:** Bibliotheksdienstleistungen als Beitrag zur regionalen Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung. In: s. Ratzek/Simon 2008.
- Ratzek, Wolfgang; Simon, Elisabeth:** Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung durch Informationsdienstleistungen. Das unterschätzte Potenzial von Bibliotheken. Berlin 2008.
- Ratzek, Wolfgang:** LIS-Studiengänge als Dienstleister für Studierende und Informationseinrichtungen. In: B.I.T.online 3/2005(a).
- Schmitz, Olaf A.:** WordPress Deutschland.- URL: <http://wordpress-deutschland.org/>, Letzter Zugriff: 20.03.2008
- Udell, Jon:** What Is Screencasting.- URL: <http://digitalmedia.oreilly.com/2005/11/16/what-is-screencasting.html?page=1#heading1>, Letzter Zugriff: 31.03.2009
- Shannon, Claude, E; Weaver, Warren:** The Mathematical Theory of Communication, Urbana, Chicago, London, 1969
- SMS Guru GmbH.-** URL: <http://www.smsguru.de/?pageID=44&>, Letzter Zugriff: 31.08.2008
- Sonopress GmbH.-** URL: <http://www.mediabrowser.info/>, Letzter Zugriff: 31.08.2008
- Spilker, Storstein Hendrik; Levold Nora:** Kommunikationsamfunnet. In: Kommunikationsamfunnet. Hrsg. von Nora Levold; Hendrik Storstein Spilker. Oslo 2007, S. 15-31.
- St. Joseph County Public Library.** Artikel Main Page.- Bearbeitungsstand: 15. April 2008, 17:02. URL: http://www.libraryforlife.org/subjectguides/index.php/Main_Page (Abgerufen: 26. Mai 2008, 08:24)
- Stadtbibliothek Bremerhaven.-** URL: <http://www.stadtbibliothek-bremerhaven.de/service/theatersaison.html>, Letzter Zugriff: 31.08.2008
- Stadtbücherei Nordenham:** Weblog der Stadtbücherei Nordenham.- URL: <http://stadtbuecherei-nordenham.de/wordpress/>, Letzter Zugriff: 23.05.2008
- Stadtbücherei Stuttgart:** Podcasts - Audiobooks.- URL: <http://www.stuttgart.de/stadtbuecherei/bvs/ausgabe.php?sid=246>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Städtische Bibliotheken Dresden:** Medienetage Dresden.- URL: <http://www.medienetage-dresden.de/>, Letzter Zugriff: 25.05.2008
- STRATO AG.-** URL: <http://www.strato.de/>, Letzter Zugriff: 14.03.2008
- Strauss, Alexander:** Analoge Telefonhybriden.- URL: http://www.alexstrauss.de/?page_id=6, Letzter Zugriff: 25.03.2008
- STRÖER INFOSCREEN GmbH.-** URL: <http://www.infoscreen.de/>, Letzter Zugriff: 31.08.2008

- Strzolka, Rainer:** Das Internet als Weltbibliothek. Suchmaschinen und ihre Bedeutung für den Wissenserwerb. Berlin 2008.
- Tangient LLC.:** Wikispaces.- URL: <http://www.wikispaces.com/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Technische Universitätsbibliothek Hamburg-Harburg:** podcampus.- <http://www.podcampus.de/node/404>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Technorati, Inc.:** Technorati Front Page.- URL: <http://technorati.com/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- the Blogging Libraries Wiki.-** URL: http://www.blogwithoutalibrary.net/links/index.php?title=Welcome_to_the_Blogging_Libraries_Wiki, Letzter Zugriff: 20.05.2008
- Thissen, Frank:** Verloren im digitalen Netz. In: Puhl, Achim/Stang, Richard (Hrsg.) (2002): Bibliotheken und die Vernetzung des Wissens. Bielefeld, S. 133-141
- TNS Infratest Forschung GmbH:** Monitoring Informationswirtschaft. 9. Fakten-bericht 2006, München: TNS Infratest.- URL: http://www2.tns-infratest.com/06_BI/bmwa/infrasearchreg/reg9.asp?dfilename=FB9_Vollversion_de.pdf, Letzter Zugriff: 12.04.2008
- Tower Hamlets Borough Council:** Idea Store.- URL: <http://www.ideastore.co.uk/>, Letzter Zugriff: 05.04.2008
- Udell, Jon:** What Is Screencasting.- URL: <http://digitalmedia.oreilly.com/2005/11/16/what-is-screencasting.html?page=1#heading1>, Letzter Zugriff: 31.03.2009
- Ulrich, Paul S.:** Die Bibliothek als öffentlicher Ort und öffentlicher Raum. Berlin 2006
- Universitäts- und Landesbibliothek Münster Zweigbibliothek Medizin:** Archive for the 'Pod-cast' Category.- URL: <http://www.neu.uni-muenster.de/ZBMed/aktuelles/category/podcast/>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Universitäts- und Landesbibliothek Münster Zweigbibliothek Medizin:** Wissens-Wiki.- URL: <http://medbib.klinikum.uni-muenster.de/wiki/HomePage>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Universitätsbibliothek Freiburg:** Podcasts der UB Freiburg.- URL: <http://www3.ub.uni-freiburg.de/?id=111>, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Universitätsbibliothek Karlsruhe:** Suchergebnisse im Katalog der Universitätsbibliothek Karlsruhe.- URL: http://www.ubka.uni-karlsruhe.de/rss/rss.php?opac=UBKA_OPAC&query=ut%3DBibliothek, Letzter Zugriff: 25.05.2008
- Universitätsbibliothek München:** E-Tutorials.- URL: <http://www.ub.uni-muenchen.de/etutorials/>, Letzter Zugriff: 24.05.2008
- Universitätsbibliothek Regensburg:** Informationen zum Datenbank-Infosystem (DBIS).- URL: http://rzblx10.uni-regensburg.de/dbinfo/index.php?bib_id=alle&colors=3&ocolors=40&ref=about, Letzter Zugriff: 14.05.2008
- Universitätsbibliothek Stuttgart:** UB Aktuelles.- <http://www.ub.uni-stuttgart.de/wordpress/>, Letzter Zugriff: 16.04.2008
- Universitätsbibliothek TU Hamburg-Harburg:** Podcast Feed.- URL: <http://www.tub.tu-harburg.de/podcast/tubcast.xml>, Letzter Zugriff: 25.04.2008
- Van Eimeren, Birgit; Frees, Beate:** ARD/ZDF-Online-Studie 2005. Nach dem Boom: Größter Zuwachs in internetfernen Gruppen. In: Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegeellschaften, Hrsg.(2005): Media Perspektiven 2005. Frankfurt/Main: Arbeitsgem., 362-379. URL: <http://www.daserste.de/service/ardon105.pdf>, Letzter Zugriff: 12.05.2008

- Verbundzentrale des GBV:** Verbund-Wiki GBV.- URL:
<http://www.gbv.de/wikis/cls/Startseite>, Letzter Zugriff: 23.05.2008
- VernissageTV.**- URL: <http://vernissage.tv/blog/>, Letzter Zugriff: 14.03.2008
- Weber, Larry:** Marketing to the Social Web : How Digital Customer Communities Build Your Business. 1. Aufl. New York NY: Wiley, J 2007, S 168-169
- Wersig, Gernot:** Fokus Mensch. Bezugspunkte postmoderner Wissenschaft: Wissen, Kommunikation, Kultur. Frankfurt am Main 1993.
- wiki.podcast.de.** Artikel Musikquellen für Podcaster.- Bearbeitungsstand: 05. Mai 2008, 07:30. URL: http://wiki.podcast.de/index.php?title=Musikquellen_f%C3%BCr_Podcaster&oldid=9030 (Abgerufen: 26. Mai 2008, 06:36)
- wiki.podcast.de.** Artikel Podcatcher.- Bearbeitungsstand: 20. Mai 2008, 11:20. URL: <http://wiki.podcast.de/index.php?title=Podcatcher&oldid=9049> (Abgerufen: 26. Mai 2008, 07:12)
- WikiIndex.**- http://www.wikiindex.org/Main_Page, Letzter Zugriff: 26.05.2008
- Wikipedia,** Die freie Enzyklopädie. Artikel Liste von Wiki-Software.- Bearbeitungsstand: 7. Mai 2008, 08:06 UTC. URL: http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Liste_von_Wiki-Software&oldid=45738922 (Abgerufen: 17. Mai 2008, 19:59 UTC)
- Wikipedia,** Die freie Enzyklopädie. Artikel RSS.- Bearbeitungsstand: 4. April 2008, 13:33 UTC. URL: <http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=RSS&oldid=44514760> (Abgerufen: 18. April 2008, 18:44 UTC)
- Wikipedia,** Die freie Enzyklopädie. Artikel Web feed.- Bearbeitungsstand: 14. März, 2008, 16:53 UTC. URL: http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Web_feed&oldid=198223591 (Abgerufen: 18. April 2008, 17:20 UTC)
- Wikipedia,** Die freie Enzyklopädie. Artikel Wiki.- Bearbeitungsstand: 16. April 2008, 08:30 UTC. URL: <http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Wiki&oldid=44957568> (Abgerufen: 18. April 2008, 17:12 UTC)
- Winkler, Owen:** Blog Software Breakdown.- URL:
<http://asymptomatic.net/blogbreakdown.htm>, Letzter Zugriff: 12.01.2009
- WordPress.**- URL: <http://wordpress.org/>, Letzter Zugriff: 20.03.2008
- Wunschel, Alexander:** Podcastumfrage.- URL: <http://tellerrand.typepad.com/tellerrand/podcastumfrage/>, Letzter Zugriff: 25.04.2008

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Schulungsraum im Idea Store Whitechapel, London (Kaiser, Ronald)	13
Abbildung 2:	Blick in die Bibliothek medien@age, Dresden (Kaiser, Ronald)	14
Abbildung 3:	Onlinenutzung im Tagesverlauf (ARD/ZDF-Online-Studie 2005)	17
Abbildung 4:	Front-End einer WordPress Demo Seite (Screenshot)	23
Abbildung 5:	WYSIWYG Editor eines MySpace Blogs (Screenshot)	25
Abbildung 6:	Funktionsweise von Trackbacks (Eigene Darstellung)	26
Abbildung 7:	Referenzieller Bezug einzelner Blogs durch Trackback/Pingbacks (Eigene Darstellung)	27
Abbildung 8:	Schematische Abbildung einzelner Einflussphären aus inhaltlicher Sicht (Eigene Darstellung)	27
Abbildung 9:	LIBWORM Bibliotheksblog Suchmaschine (Screenshot)	30
Abbildung 10:	Weblog der Stadtbücherei Nordenham (Screenshot)	31
Abbildung 11:	Jochen Dudeck (Dudeck, Jochen)	35
Abbildung 12:	Web-Feed/RSS Icon	36
Abbildung 13:	Quelltext eines RSS Version 2.0 Web-Feeds (Screenshot)	37
Abbildung 14:	Darstellung der Funktionsweise eines Feedreaders (Eigene Darstellung)	38
Abbildung 15:	Darstellung des webbasierenden Feedreaders Google Reader (Screenshot)	39
Abbildung 16:	Webservice Pageflakes (Screenshot)	40
Abbildung 17:	Ausschnitt aus der Internetseite der Hauptabteilung Bibliothek und Medien (HBM) am Forschungszentrums Karlsruhe (Screenshot)	41
Abbildung 18:	Ausschnitt aus der Auflistung der laufenden Subscriptions mit Verweis auf das Web-Feed (Intranet MPI für Bildungsforschung)	42
Abbildung 19:	Ausschnitt aus dem Katalog der UB Karlsruhe (Screenshot)	43
Abbildung 20:	Uwe Dierolf (Dierolf, Uwe)	45
Abbildung 21:	Videofilm als multimediales Gesamtkunstwerk (Petrasch, Thomas und Zinke, Joachim 2003)	46
Abbildung 22:	Beispiel eines Storyboards (Eigene Darstellung)	49
Abbildung 23:	Weißabgleich vor Beginn der Filmaufnahmen (Kaiser, Ronald)	53
Abbildung 24:	Einrichtung der Kamera und Auswahl des Bildausschnitts vor Drehbeginn (Kaiser, Ronald)	54
Abbildung 25:	Beispiel einer Totalen (Kaiser, Ronald)	55
Abbildung 26:	Beispiel einer Halbtotale (Kaiser, Ronald)	56
Abbildung 27:	Beispiel einer Halbnahen Einstellung (Kaiser, Ronald)	57
Abbildung 28:	Beispiel einer Nahaufnahme (Kaiser, Ronald)	58
Abbildung 29:	Beispiel einer Detailaufnahme (Kaiser, Ronald)	59
Abbildung 30:	Schnittprogramm Magix video deLuxe 2004/2005 (Eigene Darstellung)	62
Abbildung 31:	Marcel Brannemann (Brannemann, Marcel)	65
Abbildung 32:	Inoffizielles Podcasting Logo (Marquardt, Peter)	66
Abbildung 33:	Schematische Darstellung der Podcastbereitstellung und Nutzung (Erweiterte Darstellung)	67
Abbildung 34:	Interview mit dem Aufzeichnungsgerät Edirol R-09 (Kaiser, Ronald)	68
Abbildung 35:	Display eines externen Aufzeichnungsgeräts (Edirol R-09) mit Pegelanzeige (Kaiser, Ronald)	69

Abbildung 36:	Audioaufnahme mittels eines Headsets (Kaiser, Ronald)	69
Abbildung 37:	Audiobearbeitungsprogramm Audacity (Screenshot)	70
Abbildung 38:	Übersicht über die 6 verschiedenen CC-Lizenzen im deutschen Rechtsraum in Version 2.0 (Screenshot)	73
Abbildung 39:	Webseite des Podcast JUcast mit Audio und Videoinhalten erstellt mittels der Software Loudblog (Screenshot)	75
Abbildung 40:	Podcatcher iTunes (Screenshot)	76
Abbildung 41:	Podcatcher Juice mit Logo der Bibliothek (Screenshot)	77
Abbildung 42:	Alexander Kurz (Kurz, Alexander)	81
Abbildung 43:	Auszug aus der Textformatierungsübersicht von MediaWiki (Screenshot)	84
Abbildung 44:	Wiki basierende Subject Guides der St. Joseph County Public Library (Screenshot)	87
Abbildung 45:	Startseite des B.I.T WIKI (Screenshot)	88
Abbildung 46:	WIKI der Zweigbibliothek Medizin der Universitäts- und Landesbibliothek Münster (Screenshot)	89
Abbildung 47:	Patrick Danowski (Danowski, Patrick)	93
Abbildung 48:	AV-Sitze der Medialounge des ZKM (Herm, Simon)	96
Abbildung 49:	AV-Sitze: Blick auf Monitor (Herm, Simon)	97
Abbildung 50:	Kunde Kunde in Interaktion mit dem Media Browser (arvato digital services)	98
Abbildung 51:	Menüansicht des Media Browsers (arvato digital services)	98
Abbildung 52:	Kundin vor Buchautomaten einer schwedischen Bibliothek (Yngström, Lotta)	99
Abbildung 53:	Menüansicht des My Room (Wagner+Coerdt)	100
Abbildung 54:	Stadtbücherei Gerlingen via Google Earth (Screenshot/Göhring, Martin)	101
Abbildung 55:	Station-INFOSCREEN, Frankfurt (INFOSCREEN GmbH)	102
Abbildung 56:	Fahrgastfernsehen in einer Berliner U-Bahn (Kaiser, Ronald)	103
Abbildung 57:	News-Screen an der UB Karlsruhe (Kaiser, Ronald)	104
Abbildung 58:	Flexible Ausschilderung mittels Info-Bildschirm an der UB Karlsruhe (Kaiser, Ronald)	105
Abbildung 59:	Integration von Skype in den Internetauftritt der SB Nordenham (Screenshot)	106
Abbildung 60:	Prof. Dr. Wolfgang Ratzek M.A.	121
Abbildung 61:	Ronald Kaiser B.A.	123

Abkürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
AJAX	Asynchronous JavaScript and XML
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
AVCHD	Advanced Video Codec High Definition
AWI	Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung
BID	Bibliothek – Information – Dokumentation
BIX	Bibliotheksindex
CD	Compact Disc
CMS	Content-Management-System
DBIS	Datenbank-Infosystem
DNB	Deutsche Nationalbibliothek
DOI	Digital Object Identifier
DVD	Digital Versatile Disc
EDI	Electronic Data Interchange
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
EZB	Elektronische Zeitschriftenbibliothek
FAQ	Frequently Asked Questions
GB	Gigabyte
GEMA	Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GPRS	General Packet Radio Service
GVL	Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten
HA DuA	Hauptabteilung Dokumentation und Archive
HdM	Hochschule der Medien
HDTV	High Definition Television
HDV	High Definition Video,
IAMSLIC	International Association of Aquatic and Marine Science Libraries and Information Centers
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
IM	Instant messaging
Inc	Incorporated
IT	Informationstechnik
KunstUrhG	Kunsturheberrechtsgesetz

KVP	Kontinuierlicher Verbesserungsprozess
LLC	Limited Liability Company
LMU	Ludwig-Maximilians-Universität
MP3	MPEG-1 Audio Layer 3
MPI	Max-Planck-Institut
ÖB	Öffentliche Bibliothek
ÖPNV	Öffentlichen Personennahverkehr
OPAC	Online Public Access Catalogue
OS	Operating System
O-Ton	Originalton
PDF	Portable Document Format
PHP	PHP: Hypertext Preprocessor
PND	Personennamendatei
POS	Point of sale
PR	Public Relations
RSS	Really Simple Syndication
SA	Société Anonyme
SMS	Short Message Services
SWR	Südwestrundfunk
TKP	Tausend-Kontakt-Preis
TMG	Telemediengesetz
ToC	Table of Contents
UB	Universitätsbibliothek
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
UrhG	Urheberrechtsgesetz
URL	Uniform Resource Locator
URN	Uniform Resource Name
USP	Unique Selling Proposition
VG Wort	Verwertungsgesellschaft Wort
Vlog	Video Blog
VRS	Video Relay Service
WLAN	Wireless Local Area Network
WWW	World Wide Web
WYSIWYG	What You See Is What You Get
XML	Extensible Markup Language
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

B.I.T.online – Innovativ

DINGES & FRICK

Die B.I.T.online Innovativ-Reihe auf einen Blick

Band 1: Innovationsforum 1999 – Internet und Intranet in Bibliotheken

STEFAN STIEGLITZKI: Gebührenfreie Internet-Datenbanken für den Auskunftsdienst

RALF SANGL: Konzeption eines Intranets zur Verbesserung der Inhouse-Information

ISBN: 3-934997-00-7, Brosch., 180 Seiten, € 17,00

(z.Z. vergriffen – Neuauflage in Vorbereitung)

Band 2: Innovationsforum 2000 – Neuer Service von Bibliotheken

CLAUDIA DICKHAUS: E-Mail und Call-Center · PROJEKTTEAM FRANKFURT: Leit- und Orientierungssysteme als Teil der Öffentlichkeitsarbeit an Wissenschaftlichen Bibliotheken · HEIDRUN GEYER: Patentinformation im Wandel

ISBN: 3-934997-02-3, Brosch., 210 Seiten, € 17,00

(z.Z. vergriffen – Neuauflage in Vorbereitung)



Band 3: Innovationsforum 2001 – Die neue Seite der Bibliothek

ANJA GROSSE: Die neue Seite der Bibliothek – Beispiele und Tipps für Online-Marketing Öffentlicher Bibliotheken · MARKUS FELDER: Der Bibliothekar als Freiberufler · MARGARETE POLOK: Strategien und Konzepte zur Langzeitsicherung digitaler Publikationen in Bibliotheken

ISBN 978-3-934997-04-2 , Brosch., 182 Seiten, € 19,50



Band 4: Innovationsforum 2002

– Elektronische Dienste für Bibliotheken

ANNETTE BRESSER: Accessibility – Websitegestaltung für Blinde und Sehbehinderte · SANDRA KUHN / HEIKE MATTHEIS: Konzeption eines E-Learning-Portals und seine Realisierung für die Bereiche Information und Neue Medien · ANKE REINHARD: Electronic Commerce – Chancen für Bibliotheken?

ISBN 978-3-934997-05-9 , Brosch., 290 Seiten, € 24,50



Band 5: Innovationsforum 2003 – Informationskompetenz
MARLENE FRITSCH: Bibliotheksarbeit für Kinder unter drei Jahren und ihre Betreuungspersonen in Öffentlichen Bibliotheken am Beispiel der ersten zertifizierten Öffentlichen Bibliothek in Deutschland · GABRIELE GEBAUER: Qualitätsmanagement in Öffentlichen Bibliotheken · SABINE RAUCHMANN: Die Vermittlung von Informationskompetenz in Online-Tutorials: eine vergleichende Bewertung der US-amerikanischen und deutschen Konzepte
ISBN 978-3-934997-06-6 , Brosch., 290 Seiten, € 24,50



Band 6: Vademecum e-Zeitschriften: Glossar und Bibliographie
(Bearbeitet von Bruno Bauer). Das Werk wendet sich an alle Bibliothekare und Informationsfachleute in Praxis und Ausbildung sowie an Wissenschaftler und Studenten, die als Nutzer der elektronischen Zeitschrift an der aktuellen Entwicklung dieser Publikationsform interessiert sind
ISBN 978-3-934997-07-3 , Brosch., 132 Seiten, € 19,50



Band 7: Innovationsforum 2004 – Bibliotheken – Moderne Dienstleister und Unternehmen
CLAUDIA LATZE: Entwicklung einer Balanced ScoreCard für die Hamburger Öffentliche Bücherhallen · MARIA UEBEL: Die Neue Dresdner Jugendbibliothek medien@age – Konzeption und Erfolgsmessung der zielgruppenspezifischen Bibliotheksarbeit · THOMAS ZACHLOD: Auskunft und Informationsdienstleistungen Deutscher Bibliotheken im Internet
ISBN: 978-3-934997-08-0 , Brosch., 260 Seiten, € 24,50



Band 8: – Zur Ermittlung der Qualität von Bibliotheksdienstleistungen – Konzept und Ergebnisse einer 2003 durchgeführten Benutzerumfrage
HOLGER MÜHLENKAMP unter Mitarbeit von MAGDALENA SIMONJI
Als Teil des öffentlichen Hochschul- und Wissenschaftssektors sind die meisten wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland deutlichen Mittelkürzungen ausgesetzt. Diese Entwicklung zwingt die Bibliotheken erstens zur Steigerung ihrer Wirtschaftlichkeit (Effizienz) und zweitens zu einer stärkeren Kunden- bzw. Nutzerorientierung.
Der vorliegende Beitrag resultiert aus einer Benutzerbefragung, die

von der Universitätsbibliothek Hohenheim in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Ökonomik sozialer Dienstleistungen an der Universität Hohenheim durchgeführt wurde. Er richtet sich vor allem an die Entscheider in wissenschaftlichen Bibliotheken, die zunehmend mit der Forderung konfrontiert sind, die verbleibenden Mittel stärker als bisher zu rechtfertigen

ISBN 978-3-934997-09-7 , Brosch., 116 Seiten, € 24,50



Band 9: Teaching Library in Deutschland

Vermittlung von Informations- und Medienkompetenz als Kernaufgabe für Öffentliche und Wissenschaftliche Bibliotheken
CLAUDIA LUX / WILFRIED SÜHL-STROHMENGER

„Teaching Library“ – dies ist nicht nur der Titel dieses Buches, sondern vor allem auch eine selbstbewusste Behauptung in einem Land, in dem die Politik die Bibliotheken als Partner des Lernens noch nicht entdeckt hat, in dem die kommunalen Gremien in Zeiten des Sparens die Ausgaben für Bibliotheken als angeblich freiwillige Leistungen in dem Feld der Kultur neben Museen und Theatern munter kürzen.

Das vorliegende Buch zeigt eindrucksvoll die erstaunliche Vielfalt der Initiativen und den Einfallsreichtum der Bibliothekare, im Hinblick auf eine pointiertere Einbindung der gesamten Bibliotheken in unser Bildungssystem
ISBN 978-3-934997-11-0 , Brosch., 252 Seiten, € 29,50



Band 10: – Wenn ich nur wüsste, ob meine Botschaft angekommen ist? Beispiele zur Erfolgsbewertung

BETTINA FEIFEL / STEFFI WERNER: Wissensmanagement – Trend oder Einbahnstraße · FRIEDRIKE ELFLEIN: Wissensmanagement im Staatsministerium Baden-Württemberg – Von der Idee zur Umsetzung · WALTER GÜRTH: Wer nicht weiß, wo er hin will ... Partizipatives Weiterbildungscontrolling ist mehr als Kostenerfassung · ROLAND MANGOLD: Schlechter Schüler oder schlechter Lehrer? Eine kommunikations-psychologische Betrachtung der Problematik von Lehrevaluationen · CHRISTOPH BRASS: Öffentlich ablesen und an den Rathäusern jeden Orts affizieren zu lassen. Eine kurze Geschichte der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit von der Kanzlerrede bis zum Internet · SABINE GRAUMANN / MARTINA KEIL: Neue Methoden zur Messung der PR-Effizienz, dargestellt an einem Fallbeispiel aus der Praxis · SUSANNE ZIEHR: Medienresonanzanalyse für Internet-Publikationen. Untersuchung einer Dienstleistung und ihres Marktes · CHRISTINE FISCH: Erfolgscontrolling von Veranstaltungen im Informationsbereich · RENATE HANISCH / WOLFGANG RATZEK: Nur ein gesundes Team ist ein erfolgreiches Team. Das Motivationsförderprogramm im Hotel Intercontinental Berlin

ISBN 978-3-934997-12-7 , Brosch., 160 Seiten, € 24,50



Band 11 – Innovationsforum 2005

GÜNTHER, SABINE: Das Web Contact Center: eine Herausforderung für Bibliotheken

SIEWEKE, BEATE: Bibliothecae Quo Vadis? Herausforderungen an die Bibliothek von morgen

WIEGEMANN, SVENJA: Implementierung einer benutzungsfreundlichen Oberfläche für mobile Endgeräte am Beispiel eines Bibliotheksinformationssystems

ISBN 978-3934997-13-4 272 Seiten, € 24,50



Band 12 - Innovationspreis 2006

– Neues für Bibliotheken – Neues in Bibliotheken

BLANCK, SANDRA: Wert und Wirkung von Bibliotheken

KLINGENBERG, ANDREAS: Unterrichtsmodell zur Entwicklung von Informationskompetenz bei Schülern der gymnasialen Oberstufe

ISBN 978-3934997-14-1 180 Seiten, € 24,50



Band 13: „Was für ein Service!“ - Entwicklung und Sicherung der Auskunftqualität von Bibliotheken

Herausgegeben von TOM BECKER unter Mitarbeit von CARMEN BARZ

* Von der Suche über das Finden zum Wissen – Routine in wohl jeder Bibliothek.

Die zielgerichtete Suche im Auftrag des Kunden, vom Stellenwert der bibliothekarischen Auskunft über Qualitätsmanagement, theoretische Grundlagen und Praxisbeispiele im Auskunftsdienst bilden den roten Faden des Buches, das ausgewählte Beiträge aus Theorie und Praxis beinhaltet.

ISBN 978-3-934997-15-8 212 Seiten, € 29,50



Band 14: Innovationspreis 2007 – Was tun?

Junge Informationsspezialisten zeigen ihre Fachkompetenz

Digitale Buchformen in Bibliotheken und der Einsatz elektronischer Bücher in Bibliotheken

Open Access in der deutschen Bibliotheks-, Informations- und Dokumentationsszene

(Es wird mehr darüber geschrieben als in der Praxis umgesetzt!)

Nutzung von Wikis im bibliothekarischen Kontext

ISBN 978-3-934997-16-5 404 Seiten, € 29,50



Band 15: Beate Guba: Unbekannte Portalwelten? Der Wegweiser!

Portale erhöhen die Attraktivität einer Einrichtung, wenn die entsprechenden Inhalte und Dienste bereitgestellt werden! Die in zwei Teile gegliederte Publikation beinhaltet die Wesensmerkmale von Portalen und eine Diskussion der unterschiedlichen Bezeichnungen.

Es werden Fachinformations-, Bibliotheks- und Universitätsportale aus verschiedenen Ländern präsentiert und diskutiert, wobei auf drei Anwendungen - jene der Universitäten Buffalo, Nottingham und ETH Zürich - im Detail eingegangen wird. So wird der Leser vom eher theoretischen Bereich der Portaltypologie auf anschauliche

Weise in die Welt der praktischen Anwendungen hinübergeleitet und es werden die Vorzüge dieser Technologie deutlich gemacht.

ISBN 978-3-934997-18-9 124 Seiten, € 29,50



Band 16: Simone Zahn: RFID in Bibliotheken

Wie können Bibliotheken die RFID-Technologie für ihre Bedürfnisse nutzen? Wie kann die RFID-Infrastruktur in Bibliotheken verstärkt genutzt werden, wie kann die Nutzung aussehen und wie kann man sie umsetzen?

In diesem Buch werden sowohl Einsatzmöglichkeiten beschrieben, die bereits in der Realität in Betrieb sind, als auch Anwendungsvorschläge offeriert, die in Zukunft bei einer Weiterentwicklung der Technik und Standards denkbar sind. Die Beschreibung der Anwendungen orientiert sich chronologisch an einem bibliothekarischen Geschäftsgang-Modell. Zu Beginn erfolgt eine umfassende Einführung in die Tech-

nologie von RFID, angefangen bei der Funktionsweise und Entstehung über eine allgemeine Erläuterung der Unterscheidungsmerkmale von RFID-Systemen, bis hin zur praktischen Umsetzung im Bibliotheksumfeld

ISBN 978-3-934997-19-6 104 Seiten, € 29,50



Band 17: Jin Tan: Bibliotheken in Second Life

Angesichts einer rasanten Entwicklung in der virtuellen Welt versuchen momentan einige Bibliotheken, in Second Life ihre Dienste anzubieten. Das Buch versucht, das Phänomen Second Life zu erklären, wobei zahlreiche Aspekte berücksichtigt und durch konkrete Beispiele verdeutlicht werden. Darüber hinaus werden die Veränderungen des Bibliotheksumfeldes und die Ziele der Bibliothek in diesem Zusammenhang analysiert.

Dabei wird Second Life als ein neues Medium verstanden, das die herkömmliche digitale Kommunikation vervollständigt. Bibliotheken

als Ort der Kommunikation können und sollten diese dreidimensionale Plattform für einen besseren Service in der digitalen Welt einsetzen. Das Buch entwickelt ein allgemeines Konzept, das von Bibliotheken für ihren Auftritt in Second Life genutzt werden kann.

ISBN 978-3-934997-20-2 96 Seiten, € 24,50



**Band 18 - Innovationspreis 2008:
Multikulturelle Bibliotheksarbeit**
Vorschulische Sprach- und Leseförderung
von Kindern mit Migrationshintergrund

Das Buch beschäftigt sich mit der vorschulischen Sprach- und Leseförderung von Kindern mit Migrationshintergrund und stellt das Konzept eines Sprach- und Leseförderungsprogramms für Kinder ausländischer Herkunft für die Bücherhalle Wilhelmsburg vor. Mit Leseprobe online.

ISBN 978-3-934997-21-9 104 Seiten, € 24,50



**Band 19 - Innovationspreis 2008:
Moderne Bibliothek – Neue Herausforderung an den Service**

STASCH, BENJAMIN:

Musik-, Film- und Hörbuchdownloads: Eine Perspektive für das Dienstleistungsangebot öffentlicher Bibliotheken?
Hochschule für Medien, Stuttgart (Bachelor)

SCHREIBER, CAROLA:

Aspekte der Rhetorik und ihre Bedeutung für die bibliothekarische Arbeit in Bezug auf Benutzerschulungen, Mitarbeitergespräche und Verhandlungen mit dem Unterhaltsträger.

Hochschule für Medien, Stuttgart (Bachelor)

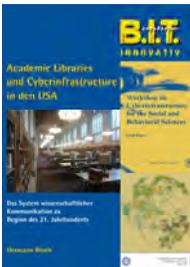
ISBN 978-3-934997-22-69 152 Seiten, € 29,50



Band 20 – Ronald Kaiser: Bibliotheken im Web 2.0 Zeitalter
Herausforderungen, Perspektiven und Visionen

Kurzfassung Die im angloamerikanischen Raum geprägte Idee des Web 2.0 hat schnell in die Welt der Bibliotheken und Informationsinstitutionen unter dem Schlagwort Library 2.0 Einzug gefunden. Hierunter subsumieren sich neue Dienstleistungen und Webapplikationen der Bibliothek wie Blogs, Podcasts, Web-Feeds und Wikis. In Deutschland prägt sich für diese neue Dimension bibliothekarischer Angebote der Begriff Bibliothek 2.0 ein. Die Arbeit präsentiert einen technischen Hintergrund, Arbeitsweisen einzelner Anwendungen und zeigt Wege zur Integration dieser in die Arbeit der Bibliotheken. Darüber hinaus werden innovative Entwürfe zur künftigen Gestaltung bibliothekarischer Dienstleistungen mittels Techniken des Web 2.0 vorgestellt.

ISBN 978-3-934997-23-3 132 Seiten, € 24,50



Band 21 : Hermann Rösch: Academic Libraries und Cyberinfrastructure in den USA. Das System wissenschaftlicher Kommunikation zu Beginn des 21. Jahrhunderts.

Die Untersuchung befasst sich mit der Rolle der wissenschaftlichen Bibliotheken im Wissenschaftssystem der USA. Unter systemtheoretischer Perspektive geht es dabei zum einen um die Frage, welche Auswirkungen die digitale Revolution auf das gesellschaftliche Funktionssystem Wissenschaft bzw. die wissenschaftliche Kommunikation insgesamt hat. Zum anderen wird die strukturelle Entwicklung des auf bibliothekarische Institutionen und Dienstleistungen gestützten

Systems der Informationsversorgung für die Wissenschaften in den USA analysiert.

Am Beispiel der US-amerikanischen Verhältnisse wird untersucht, ob und in welchem Umfang ein funktional differenziertes System wissenschaftlicher Bibliotheken dazu in der Lage ist, dem Funktionsbedarf netzbasierter digitaler Kommunikation der Wissenschaften nach dem jetzt erkennbaren Stand der Entwicklung gerecht zu werden. In der aktuellen Debatte spielen die Konzepte „Cyberinfrastructure“ und „Digital Scholarship“ eine herausragende Rolle. Besondere Beachtung verdienen die Spezifika der US-amerikanischen Wissenschafts- und Forschungslandschaft. Zu erwähnen sind in diesem Zusammenhang die extrem föderalistische Landesstruktur, die zu einer Fragmentierung der Kompetenzen führt, und die vergleichsweise starke marktwirtschaftliche Orientierung der Hochschulen, die eine Konkurrenzsituation erzeugt und zumindest eine partielle Fragmentierung der Interessen zur Folge hat.

ISBN 978-3-934997-20-0 136 Seiten, € 24,50



**Tagungs- und Kongressband Leipzig 2007
INFORMATION UND ETHIK**

Dritter Leipziger Kongress für Information und Bibliothek
Schirmherrschaft: Bundespräsident Prof. Dr. Horst Köhler
Leipzig, 19. bis 22. März 2007

Herausgegeben von Barbara Lison

Auszüge online lesen

ca 780 Seiten, ISBN 978-3-934997-17-2 ISSN 1616-5136
€ 79,00 - (€ 69,00 für persönliche Mitglieder der Verbände)