



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

DEPARTMENT INFORMATION

Bachelorarbeit

Summer schools: Ein neuer Ansatz für Teaching Libraries in Deutschland

vorgelegt von
Alexandra Gather

Bibliotheks- und Informationsmanagement

erste Prüferin: Prof. Ursula Schulz
zweite Prüferin: Prof. Christine Gläser

Hamburg, Oktober 2010

Abstract

Bibliotheken werden hauptsächlich mit Büchern assoziiert. Viele Menschen wissen nicht, was Bibliothekare außerdem noch alles leisten. Das Image der Bibliothekare und der Institution Bibliothek bedarf einer Überholung. Event-Marketing bietet dazu eine gute Möglichkeit. Ein Event, das dazu genutzt werden kann, die Expertise von Bibliothekaren aufzuzeigen und gleichzeitig gezielt Informationskompetenz an Studierende zu vermitteln, kann eine „Summer School“ sein.

Summer Schools bieten nicht nur eine Möglichkeit zur Fortbildung, sondern enthalten außerdem Kultur- und Unterhaltungselemente. Bisher existiert kein Summer School Konzept zur Vermittlung von Informationskompetenz, das gezielt für Studierende entwickelt wurde.

Eine Befragung großer Hochschulbibliotheken zeigt, dass die Befragten vor allem den personellen Aufwand für die Summer School als kritisch ansehen. Genauso beurteilen sie die Motivation der Studierenden, freiwillig an einem solchen Angebot teilzunehmen. Fast alle bestehenden Teaching-Library-Angebote besitzen keinen Event-Charakter und eignen sich daher nicht zum Event-Marketing.

Das hier entwickelte Summer School Konzept basiert auf der Beschränkung auf Studierende bestimmter Studienfächer. Die Teilnahme ist freiwillig. Neben täglichen Schulungsphasen werden Vorträge, Filmvorführungen, eine Exkursion, das Zusammentreffen mit Experten, gemeinsame Mittagessen, Wettbewerbe etc. angeboten. Der Aufwand für die Organisation und Evaluation einer Summer School ist relativ hoch. Allerdings bietet die geschlossene Atmosphäre die Möglichkeit, intensiv mit besonders interessierten Studierenden zu arbeiten und sich und die Bibliothek als kompetenten Ansprechpartner im Bereich „Information“ zu profilieren.

Schlagworte

Teaching Library, Konzept, Informationskompetenz, Summer School, Befragung, Bibliothek, wissenschaftliche Bibliothek

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	i
Abbildungsverzeichnis.....	iv
Tabellenverzeichnis.....	v
Verzeichnis der benutzten Abkürzungen.....	vi
1. Einleitung.....	1-2
2. Die Teaching Library Bewegung.....	2-5
3. Das Image von Bibliothekaren und Bibliotheken.....	5-7
4. Definition und Organisation eines Events.....	7-9
5. Event-Marketing als Einflussfaktor auf das Image.....	9-12
6. Die Befragung.....	12-30
6.1 Die Methode der Befragung.....	13-21
6.2 Umsetzung.....	21-22
6.3 Ergebnisse und Schlussfolgerungen.....	22-29
6.4 Reflexion.....	29-30
7. Summer School – Bedeutung und Verbreitung.....	31-39
7.1 Begriff.....	31-34
7.2 Verbreitung von Summer Schools zur Vermittlung von Informationskompetenz.....	34-39
7.3 Zwischenbilanz.....	39
8. Das Summer School Konzept.....	40-84
8.1 Didaktische und lerntheoretische Überlegungen.....	40-47
8.2 Zielsetzungen.....	47-48
8.3 Komponenten des Summer School Konzepts.....	49-84
8.3.1 Zielgruppe.....	49-51
8.3.2 Zeitpunkt.....	51
8.3.3 Dauer.....	51-52
8.3.4 Veranstaltungsarten und –inhalte.....	52-63
8.3.4.1 Fortbildung.....	52-58
8.3.4.2 Unterhaltung & Kultur.....	58-63

8.3.5 Teilnahme.....	63-64
8.3.6 Räume/Technik.....	64-65
8.3.7 Öffentlichkeitsarbeit und Werbung.....	65-72
8.3.8 Personal.....	72-73
8.3.8.1 Organisation.....	72
8.3.8.2 Durchführung.....	72
8.3.8.3 Öffentlichkeitsarbeit und Werbung.....	72
8.3.8.4 Evaluation.....	73
8.3.9 Budget.....	73-74
8.3.10 Nachhaltigkeit.....	74-75
8.3.11 Evaluation.....	75-78
8.3.11.1 Lernerfolg.....	75-77
8.3.11.2 Netzwerk.....	77
8.3.11.3 Image.....	77-78
8.3.11.4 Programm.....	78
8.3.12 Vorstellung eines möglichen Programms.....	78-84
9. Vor- und Nachteile des Summer School Konzepts.....	85-86
10. Ausblick.....	86-87
11. Fazit.....	87
Glossar.....	88-89
Literaturverzeichnis.....	90-103
Anhang.....	a-jj
Anhang 1: Liste aller befragten Hochschulbibliotheken.....	b-d
Anhang 2: Fragebogen.....	e-j
Anhang 3: Anschreiben zur Befragung.....	k
Anhang 4: Nachfassemail.....	l
Anhang 5: Auswertung der Befragung.....	m-jj

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Umfrage: Art der Teilnahme.....	24
Abb. 2: Umfrage: Das Interesse der Studierenden an Teaching-Library-Angeboten.....	25
Abb. 3: Umfrage: Häufigkeit eindeutig positiver Rückmeldungen.....	27
Abb. 4: Summer School Logo.....	70

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Summer School Programm: Montag.....	79
Tab. 2: Summer School Programm: Dienstag.....	80-81
Tab. 3: Summer School Programm: Mittwoch.....	81
Tab. 4: Summer School Programm: Donnerstag.....	82
Tab. 5: Summer School Programm: Freitag.....	83

Verzeichnis der benutzten Abkürzungen

OCLC	Online Computer Library Center
DAAD	Deutscher Akademischer Austausch Dienst
LISTA	Library and Information Science Technology Abstracts
LISA	Library and Information Science Abstracts
EnIL	European network on Information Literacy
OPAC	Online Public Access Catalog

1. Einleitung

„Die Rolle als Informations-Dienstleister [...] erfüllen die deutschen Bibliotheken [...] meist außerhalb der Wahrnehmung ihrer Geldgeber und ihrer Zielgruppen“ (Beck 2006, S. 18).

Die Problematik der unzureichenden Wahrnehmung der Bibliotheken als Informationsdienstleister ist die Motivation zu der hier vorliegenden Arbeit. Eine Möglichkeit, wie die Wahrnehmung von Bibliotheken verbessert werden kann, ist Event-Marketing, da es sich besonders dazu eignet, Imageverbesserungen zu erzielen (Kapitel 5, S. 9-12).

Die Idee, dass eine Summer School als Event großes Potential besitzt, die Wahrnehmung der Bibliothek bei ihren Geldgebern und Zielgruppen zu verbessern, ist im Zuge eines Seminars im Bereich „Teaching Library“ entstanden. In diesem Seminar ging es unter Anderem darum, ein innovatives Konzept für eine fiktive Teaching Library zu entwickeln. Dabei kam der Gedanke auf, eine Summer School zur Vermittlung von Informationskompetenz an Studierende durchzuführen und diese für die Imageverbesserung zu nutzen. Ich fand diese Möglichkeit so faszinierend, dass ich mich entschied, mich näher damit zu beschäftigen und meine Bachelorarbeit zu diesem Thema zu verfassen.

Die in dieser Arbeit bearbeitete Fragestellung lautet: Wie kann ein Summer School Konzept zur Vermittlung von Informationskompetenz für Studierende aussehen und was kann diese Positives bewirken?

Zielsetzung dieser Arbeit ist es daher, ein Summer School Konzept zur Vermittlung von Informationskompetenz zu entwickeln. Dabei beschränke ich mich auf die Betrachtung wissenschaftlicher Bibliotheken und auf die Zielgruppe der Studierenden. Sicherlich kann die Summer School Idee auf andere Zielgruppen, oder auch auf den Bereich der öffentlichen Bibliotheken übertragen werden. Dies ist jedoch nicht Gegenstand der vorliegenden Arbeit.

Gegliedert ist diese Arbeit in vier Teile.

Zunächst beschäftige ich mich nach einer kurzen Einführung in den Bereich „Teaching Library“ und den Begriff „Informationskompetenz“ mit dem Image von Bibliotheken und Bibliothekaren. Darauf folgt eine Betrachtung dessen, was ein Event eigentlich ausmacht und inwiefern Event-Marketing sich zur Beeinflussung des Images nutzen lässt.

Im zweiten Teil der Arbeit dient eine per Email durchgeführte Befragung großer Hochschulbibliotheken zur Beschreibung der aktuell existierenden Angebote zur Vermittlung von Informationskompetenz. Ferner werden Chancen und Schwierigkeiten von Teaching Libraries betrachtet und erläutert, wie die Befragten die Idee einer Summer School für diesen Bereich einschätzen.

In beiden Teilen werden Schlussfolgerungen für die Konzeptentwicklung gezogen.

Im dritten Teil setze ich mich schließlich mit dem Begriff und der Definition von „Summer Schools“ auseinander, um hinterher durch eine Internet- und Datenbankrecherche aufzuzeigen, dass es noch kein Summer School Konzept zur Vermittlung von Informationskompetenz speziell für Studierende gibt.

Damit liegt in dieser Arbeit ein neuer Ansatz für Teaching Libraries vor.

Auf den herausgearbeiteten Erkenntnissen und Schlussfolgerungen basierend wird anschließend das Summer School Konzept entwickelt. Zuletzt werden positive und negative Aspekte des entstandenen Konzepts betrachtet, um zu einem abschließenden Ausblick und einem Fazit zu dieser Arbeit zu kommen.

2. Die Teaching Library Bewegung

Im Bibliothekswesen werden unter dem Begriff „Teaching Library“ im Allgemeinen alle Aktivitäten zusammengefasst, deren Ziel es ist, Informationskompetenz zu vermitteln (vgl. Sühl-Strohmeier 2008a). Informationskompetenz ist ein Begriff, für den es verschiedene Definitionen gibt, die sich alle mit der Suche nach und der Bearbeitung von Informationen beschäftigen (vgl. CILIP 2009). Auf der deutschen Website „informationskompetenz.de“ steht, es handele sich um eine „Fähigkeit, die es ermöglicht, bezogen auf ein bestimmtes Problem Informationsbedarf zu erkennen, Informationen zu ermitteln und zu beschaffen sowie Informationen zu bewerten und

effektiv zu nutzen“ (Universitätsbibliothek München 2009). Diese Definition scheint von der American Library Association zu stammen, denn die erklärte bereits 1989: “To be information literate, a person must be able to recognize when information is needed and have the ability to locate, evaluate, and use effectively the needed information” (ALA 1989).

Ausführliche Standards mit Indikatoren zur Qualitätskontrolle beschreiben in den USA in fünf Bereichen detailliert, welche Fähigkeiten zwingend notwendig sind, um informationskompetent zu sein (vgl. ACRL 2010):

1. Die Art und der Umfang der benötigten Informationen können bestimmt werden.
2. Der Zugriff auf die gewünschten Informationen erfolgt effektiv und effizient.
3. Auf die angemessene Aufbereitung der Informationen erfolgt eine kritische Bewertung derselben.
4. Die aufbereiteten und bewerteten Informationen werden zweckmäßig genutzt.
5. Der Einfluss von Informationen auf Gesellschaft und Kultur wird eingeschätzt und Informationen werden ethisch korrekt auf eine legale Weise verwendet.

Grundlegend für den Erwerb von Informationskompetenz ist die Fähigkeit zum kompetenten Umgang mit Medien. Dazu gehört, dass man technisch mit den verschiedensten Medien zurechtkommt und sie effektiv für seine Zwecke nutzt. Darüber hinaus beinhaltet Medienkompetenz, dass man den Inhalt der Medien und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft kritisch hinterfragt. (vgl. Lux 2004, S. 39-41) Der Überfluss an Informationen im Informationszeitalter führt zu der Notwendigkeit, Informationskompetenz zu erwerben. Der effektive Zugang zu aktuellen Informationen beeinflusst das gesamte Leben eines Individuums, letztlich reichen die Auswirkungen so weit, dass sie die wirtschaftliche Situation einer Nation beeinflussen. Daher ist es für die Bekämpfung sozialer Ungerechtigkeiten und für eine wirtschaftliche Zukunft in der globalen Welt unumgänglich, Informationskompetenz zu lehren und lebenslanges Lernen anzuregen und zu ermöglichen. (vgl. ALA 1989)

Die Beschäftigung der Hochschulbibliotheken in Deutschland mit dem Thema Informationskompetenz und der Organisation von entsprechenden Angeboten, ist im Gegensatz zu denen der USA noch sehr jungen Datums. (vgl. Hütte 2006, S. 148)

Die Idee der Teaching Library erhielt in Deutschland erst vermehrt Aufmerksamkeit, nachdem 2001 eine Studie veröffentlicht wurde (vgl. Hütte 2006, S. 148), die sich mit der Informationskompetenz von Studierenden und Hochschullehrern speziell im Hinblick auf elektronische Angebote beschäftigte und bei beiden Gruppen für unzureichend befand (vgl. Klatt 2001).

2001 empfahl der Wissenschaftsrat auf Basis dieser Studie (vgl. Lux 2004), dass Bibliotheken sich verstärkt um die Vermittlung von Informationskompetenz bemühen müssten (vgl. Wissenschaftsrat 2001, S.49-52).

Da Informationskompetenz zu dem geforderten Niveau eines Bachelor-Abschlusses gehört, bieten sich Hochschulbibliotheken als Vermittler geradezu an (vgl. Sühl-Strohmenger 2008a), denn Bibliotheken verfügen über die grundlegenden Ressourcen zur Vermittlung von Informationskompetenz (vgl. Sühl-Strohmenger 2008b, S. 12-13). Inzwischen gilt Informationskompetenz als Schlüsselkompetenz (vgl. Hütte 2006, S. 138). Kompetenzen dienen dazu, komplexe Aufgaben mit erlernten Fähigkeiten und Einstellungen zu lösen. Schlüsselkompetenzen im Besonderen zeichnen sich dadurch aus, dass jeder Mensch sie erlangen sollte, da sie bedeutsam für die Bewältigung der Anforderungen des Lebens und für die Gesellschaft sind. (vgl. OECD 2003)

Im Jahr 2009 schließlich schulten wissenschaftliche Universal- und Hochschulbibliotheken über 400.000 Personen in fast 46.000 Schulungsstunden (vgl. hbz 2010). Zum Vergleich: Im Jahr 2001 wurden die Daten zu Benutzerschulungen von der Deutschen Bibliotheksstatistik noch gar nicht erfasst, im Jahr 2002 wurden fast 38.000 Schulungsstunden registriert (vgl. hbz 2010). Hier ist eine deutliche Steigerung der aufgewendeten Stunden erkennbar. Allerdings ergibt sich bei den Zahlenwerten aus dem Jahr 2009 eine relativ geringe Intensität pro Person (eine Stunde Schulungsaufwand bei einer angenommenen Gruppenstärke von 10 Personen).

Die Angebote zur Vermittlung von Informationskompetenz sind auf spezielle Themen und Zielgruppen ausgerichtet und adressieren nicht allein, wie man mit einer speziellen Problemstellung umgeht, sondern auch wie man im Allgemeinen verschiedene Problemstellungen mithilfe verschiedener Methoden bearbeiten kann (vgl. Hütte 2006, S. 141). Hochschulbibliotheken sehen die Vermittlung von

Informationskompetenz als eine ihrer wichtigsten Aufgaben und haben sich zu einem Lernort innerhalb der Hochschule entwickelt (vgl. Lux 2004, S. 111-113).

Trotz dieser erfreulichen Entwicklung ist eine Neuausrichtung des Images von Bibliotheken und Bibliothekaren notwendig, wie das folgende Kapitel zeigen wird.

3. Das Image von Bibliothekaren und Bibliotheken

Unter Image versteht man das zusammengestellte Bild von Einstellungen und Eindrücken zu einem Unternehmen oder einer Marke. Diese Einstellungen werden gelernt und können beeinflusst werden. Ein Image basiert nicht nur auf Logik, sondern auch auf Gefühlen und Erlebnissen, daher wird es oft nicht einmal bewusst wahrgenommen. Das Image kann aus Sprache, Bildern oder auch erlebten Episoden zusammengesetzt sein. (vgl. Trommsdorff 2009, S. 145-146, S. 155-156)

Durch die Medien wird die Vorstellung verbreitet, dass Bibliothekare graue Persönlichkeiten seien, die Bücher sortieren und mit Strenge auf die Lautstärke achten. Von der Bibliothekarin herrscht das Bild einer unverheirateten Frau mit Dutt und Brille vor, die äußerst unkommunikativ und monoton ist. Der Bibliothekar wird meist als verweichlicht oder deprimiert charakterisiert, ohne jegliche Kompetenz. Damit wird die Bibliothek als Arbeitsort für absonderliche Gestalten dargestellt. (vgl. Kießling 2008, S. 50-63)

In der Bevölkerung herrscht ein etwas besseres Bild vor, allerdings sieht kaum jemand den Beruf des Bibliothekars hoch an. Ein Grund dafür ist die Unkenntnis über die Anforderungen des Berufs und die zu beherrschenden Tätigkeiten. Da viele Bibliothekare aufgrund von Personalkürzungen auch Hilfstätigkeiten übernehmen müssen, verstärkt sich das Bild von dem nur Bücher einsortierenden Bibliothekar. (vgl. Kießling 2008, S. 66-71)

Während die "Information" als Ware in den letzten Jahren an Ansehen gewonnen hat, ist das Ansehen des Bibliothekars im Wesentlichen gleich geblieben. Er wird nicht als jemand mit Spezialwissen wie zum Beispiel Ärzte oder Anwälte gesehen, sondern als jemand mit Allgemeinwissen. Sobald es einem gelänge zu vermitteln, welches Spezialwissen Bibliothekare, unter anderem über Informationsbeschaffung und

–beurteilung, besitzen, verbessere sich nach Kießling automatisch das Image.
(vgl. Kießling 2008, S. 89-90)

Nicht nur der Bevölkerung, auch dem Staat und den Geldgebern mangelt es oft an Wissen über die Leistung von Bibliotheken für die Gesellschaft.
Hinzu kommt, dass der Beruf nach dem Ort der Arbeit bezeichnet wird, nicht nach dem, was gearbeitet wird. Ein Grund ist wohl, dass Bibliothekare eine Bandbreite an Tätigkeiten besitzen, durch die eine einheitliche Definition schwer wird.
Es mangelt auch am offenen Umgang mit den Nutzern, die häufig den Eindruck haben, ungelegen zu kommen. (vgl. Kießling 2008, S. 90-96)

Eine Studie von OCLC aus dem Jahr 2005, die auf einer Befragung von Menschen unterschiedlichen Alters in sechs Ländern basiert, fand unter anderem heraus, dass Bibliotheken in fast allen Fällen sofort mit Büchern assoziiert werden. Darüber hinaus nannten die Befragten nicht viel. Dieser Studie zufolge wird sowohl Bibliotheken als auch Suchmaschinen dieselbe Qualität bezüglich der zur Verfügung gestellten Informationen zugetraut. Allerdings passt die immer zugängliche Suchmaschine, die sofort Ergebnisse liefert, den meisten Befragten besser zu ihrem Lebensrhythmus. Auf die Frage, welche Aufgabe Bibliotheken haben, wurde zu einem Drittel erneut das Stichwort „Bücher“ genannt, allerdings fiel darüber hinaus bei über der Hälfte der Befragten der Begriff „Information“. Die Studie schlägt vor, dass Bibliotheken sich vermehrt um ein neues Image bemühen sollten. Dieses Image sollte sich mehr auf den Bereich der „Information“ konzentrieren, so dass Bibliotheken sich von der einseitigen Assoziation „Bücher“ hin zu einem zutreffenderen Bild weiterentwickeln.
(vgl. Rosa 2005, 6-7ff)

Eine Untersuchung der British Library sieht Bibliotheken in Isolationsgefahr. Bibliotheken müssen sich mehr um ihre Nutzer bemühen, da sich diese sonst durch neue Angebote wie zum Beispiel E-Books von der Nutzung der Bibliothek abwenden würden. Im Gegensatz zu kommerziellen Verlegern haben Bibliotheken keine eigene Marke und finden daher im Konkurrenzkampf weniger Beachtung.
(vgl. British Library 2008, S. 33)

Ebenso hält eine Zusammenfassung mehrerer Studien fest, dass Bibliotheken ihre Dienstleistungen und Ressourcen stärker bewerben müssen (vgl. Connaway 2010, S.

45). Denn niemand wird die professionelle Hilfe von Bibliothekaren ersuchen, wenn ihre Kompetenzen nicht bekannt und anerkannt sind (vgl. Sundin 2008, S. 41). Auch Kießling kommt zu dem Schluss, dass Kundenorientierung der entscheidende Faktor für die Zukunft der Bibliotheken und Bibliothekare sein wird, da die Nutzer über die Existenz der Bibliotheken entscheiden werden. Wichtig ist, dass die Nutzer wissen, mit welchen Kompetenzen ihnen Bibliothekare helfen können, dann verbessert sich auch das Image des Berufsfelds. Daher ist es notwendig, dass Bibliothekare sich und ihre Fähigkeiten präsentieren, zum Beispiel mittels Events. (vgl. Kießling 2008, S.113-117)

4. Definition und Organisation eines Events

Ein Event zeichnet sich durch Einzigartigkeit aus. Es findet nicht zufällig statt, sondern wird detailliert geplant. Events sind nicht alltäglich, sie unterscheiden sich von dem, was die Besucher als gewöhnlich empfinden. Was die Besucher auf dem Event erleben, wird im Voraus entschieden und geplant. (vgl. Berridge 2009, S. 5-9) Events gibt es in verschiedenen Arten, von Messen und Ausstellungen über Sportevents und Geburtstagsfeiern hin bis zu Events von internationaler Bedeutung. (vgl. Berridge 2009, S.12-13)

Bei der Organisation eines Events gibt es bestimmte Einflussfaktoren. Zum Einen spielen das Budget, der Veranstaltungsort und die Größe des Events eine wichtige Rolle zur Eingrenzung dessen, was möglich ist. Zum Anderen besitzen die Fähigkeiten der Organisatoren und ihre Kreativität großen Einfluss auf die Gestaltung des Events. Die Art des Events, der Auftraggeber und die Zielgruppen müssen ebenfalls bei der Organisation des Events bedacht und einbezogen werden. (vgl. Berridge 2009, S. 102-103)

Die Planung und Umsetzung eines Events sollte sich an bestimmten Schritten orientieren, um sicherzustellen, dass die Besucher genau das bekommen, was sie erwarten. Die Organisatoren des Events müssen sich klar darüber sein, welche Zielgruppen sie erreichen möchten und welche Bedürfnisse sie mit ihrem Event ansprechen können. Die zu erfüllenden Bedürfnisse müssen zu den Zielgruppen passen. Welchen Nutzen die Zielgruppen von dem Event haben, soll klar formuliert,

kommuniziert und bei der gesamten Planung bedacht werden. Außerdem muss entschieden werden, welche Gefühle und Erfahrungen bei den Teilnehmern entstehen sollen. Bei der Umsetzung des Events gilt es, genau das zu liefern, was man im Vorfeld versprochen hat, um die Besucher zufriedenzustellen.

(vgl. Berridge 2009, S. 131-135)

Die Erfahrung eines Besuchers hängt davon ab, ob er aktiv oder passiv ist, etwas absorbiert oder sich in etwas hineinziehen lässt. Ist der Besucher passiv und absorbiert ein Erlebnis, wird er unterhalten. Ist er hingegen aktiv und taucht in das Geschehen ein, flüchtet er sich geradezu in die Aktivität und lässt den Alltag hinter sich. Wird etwas absorbiert, während der Besucher aktiv beteiligt ist, lernt er etwas. Das passive Eintauchen in ein Event erfährt der Besucher durch die Ästhetik der Dekoration, der Räumlichkeiten und der Atmosphäre.

Die beschriebenen vier Kombinationen zusammen formen die Erfahrung des Besuchers auf dem Event. Die Organisatoren entscheiden darüber, welche Rolle jedes einzelne Element auf ihrem Event bekommt. So kann man sich beispielsweise dafür entscheiden, der Bildung den größten Anteil am Event zu geben. Die richtige Mischung von Bildung, Vergnügen, Ästhetik und Alltagsflucht bestimmt den Erfolg des Events. Um die richtige Mischung zu bestimmen, muss man sich an den Zielen der Veranstaltung, aber vor allem an den Bedürfnissen der Besucher orientieren.

(vgl. Berridge 2009, S. 123-124, S. 136-143)

Die Bedürfnisse der Zielgruppe, die Erfahrungen, die man für sie bereithält und die Einzigartigkeit von Events sind Faktoren, die in der gegenwärtigen Gesellschaft – der Erlebnisgesellschaft – darüber bestimmen, ob ein Angebot wahrgenommen wird oder nicht. Die Erlebnisgesellschaft wird fälschlicherweise oft als Spaßgesellschaft betitelt. Ziel der Erlebnisgesellschaft ist allerdings nicht grenzenloser Spaß. Es geht nicht darum, immer höher, schneller und weiter zu kommen. Vielmehr steht im Fokus, das zu tun, was innere Zufriedenheit schenkt.

Von der Außenorientierung, bei der zum Beispiel Status eine wichtige Rolle spielte, orientiert sich die Gesellschaft nun nach innen. Der Einzelne steht im Vordergrund, deswegen ist Standardisierung nicht mehr so erfolgreich wie Einzigartigkeit. Es geht darum, sich Möglichkeiten offenzuhalten und sich auf seine eigenen Interessen zu fokussieren. (vgl. Schulze 2005 VI – IX)

Daher spielt der Erlebnisfaktor bei Angeboten eine wichtige Rolle. Es gibt so viele Produkte, Angebote und Dienstleistungen, dass nur der Mehrwert, etwas Interessantes zu erleben, zur Entscheidung für das ein oder andere beiträgt.

(vgl. Schulze 2005, S. 58-59)

Allerdings ist die Gesellschaft bereits so sehr an das Neuartige, das Erlebbare gewohnt, dass inzwischen vermehrt subjektive Kriterien angewandt werden müssen, um zu einer Entscheidung zu kommen. Je mehr die Botschaft zu einem Produkt die Gefühle einer Zielgruppe anspricht, desto höhere Erfolgchancen hat es.

(vgl. Schulze 2005, S. 542-543)

Es gilt, jedem Produkt nicht nur einen Erlebniswert zuzuordnen, sondern auch eine Botschaft, die das Produkt mit Emotionen verbindet, zum Beispiel mit Entspannung, Unterhaltung etc. (vgl. Schulze 2005, S. 545)

Für die Entwicklung des Summer School Konzepts ergibt sich daher, dass...:

- ...etwas mit einzigartigen, nicht alltäglichen Elementen geschaffen werden muss.
- ...finanzielle, räumliche, personelle Einflüsse bedacht werden müssen.
- ...die Zielgruppen und ihre Bedürfnisse betrachtet werden müssen.
- ...der Nutzen und die Erlebnisse für die Zielgruppen festgelegt und emotional kommuniziert werden müssen, damit sie wahrgenommen werden.
- ...Bildung, Vergnügen, Ästhetik und Alltagsflucht in das Event integriert werden müssen.

5. Event-Marketing als Einflussfaktor auf das Image

Im Marketing geht es nicht nur um die Kommunikation von Angeboten, die wertvoll für potentielle Käufer sind, sondern auch um die Erschaffung, Verteilung und den Austausch von Angeboten mit Kunden, Partnern und der Gesellschaft. So formuliert Gundlach:

Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.
(Gundlach 2009, S. 260)

Im Marketing werden grundsätzlich vier Instrumente zur Beeinflussung des Marktes unterschieden (vgl. Trommsdorff 2009, S. 20-21):

- Preispolitik (Preisgestaltung)
- Kommunikationspolitik (zum Beispiel Werbung, persönlicher Verkauf)
- Produktpolitik (unter Anderem Produktimage, Produktentwicklung)
- Distributionspolitik (Absatzwege und –methoden)

Event-Marketing ist in den Bereich der Kommunikationspolitik einzuordnen. Es kann daher nicht allein eingesetzt werden, sondern muss unbedingt in die bestehende Kommunikationsstrategie integriert werden, um erfolgreich zu sein. (vgl. Beck 2006, S. 41-46)

Für Bibliotheken sollte Event-Marketing eine Rolle spielen, weil die Immaterialität der Dienstleistungen von Bibliotheken dafür sorgt, dass bei der Entscheidung der Nutzer, ob sie die Bibliothek in Anspruch nehmen, verstärkt das Image eine Rolle spielt, ebenso wie der Kontakt zum Bibliothekspersonal. (vgl. Beck 2006, S. 40-41)
Der Überfluss an Werbung führt dazu, dass Massenwerbung kaum Erfolge erzielt, daher muss erfolgreiches Marketing durch besondere Elemente hervorstechen, wie zum Beispiel die emotionale Einbindung des Kunden.

Ein Event zum Marketing zu nutzen bietet die einmalige Möglichkeit, nicht nur direkt und interaktiv mit dem Nutzer zu agieren, sondern es ist das einzige Mittel, was dem Nutzer ermöglicht, aktiv die Interaktion zu gestalten. Daher eignet es sich besonders, um Vertrauen bei den Kunden zu schaffen und das Image positiv zu gestalten. (vgl. Beck 2006 S. 45-49)

Event-Marketing findet durch die Interaktion mit dem Kunden statt, Ziel ist eine Emotionalisierung, durch die der Kunde zukünftig mit dem Unternehmen oder dem Produkt positive Gefühle verbindet. Jedes einzelne Element des Events ist geplant, es geht jedoch nicht darum, etwas zu verkaufen, sondern darum, etwas zu vermitteln. Es ist die Einzigartigkeit und das Ansprechen mehrerer Sinne, was die Erfahrungen der Teilnehmer bestimmt und es so ermöglicht, positive Erfahrungen in Kombination mit der eigenen Institution zu kreieren. (vgl. Beck 2006, S.57-62)

Auch die Wirtschaft hat das Event-Marketing für sich entdeckt und hält es für eine der wichtigsten und nützlichsten Methoden, um die Beziehung mit den Kunden positiv zu beeinflussen (vgl. Berridge 2009).

Um einen Eindruck davon zu gewinnen, wie das Event-Marketing in Bibliotheken aussieht, beschäftigte sich Beck unter Anderem mit den Roadshow-Konzepten aus Bochum und Freiburg und befand, dass Roadshows als Events zum Marketing beigetragen haben. Unter einer Roadshow wird in diesem Zusammenhang verstanden, dass Mitarbeiter der Bibliothek in verschiedenen Fachbereichen mithilfe von PC, Beamer und Leinwand die Dienstleistungen der Bibliothek speziell für den jeweiligen Fachbereich präsentieren (vgl. Universitätsbibliothek Bochum 2010). Bei ihrer Betrachtung der Roadshows stellte Beck einige Verbesserungsmöglichkeiten fest, von denen das zu entwickelnde Summer School Konzept profitieren kann. Die Autorin schlägt vor, den persönlichen Kontakt zu den Studierenden im Vorfeld und im Nachfeld zu intensivieren, um eine stärkere Kundenbindung zu erreichen. Außerdem sieht sie Potential, verstärkt für die Roadshows zu werben, zum Beispiel über einen universitätsinternen Radiosender. Weiterhin regt sie an, auch emotionale oder spannungsaufbauende Elemente in das Konzept der Roadshow zu integrieren, um den Erlebniswert für die Befragten zu erhöhen, zum Beispiel durch einen Wettbewerb. Letztlich plädiert sie dafür, dass ein Event im Nachfeld evaluiert werden muss, um Erkenntnisse über die Effektivität und den Nutzen zu erhalten und gegebenenfalls Verbesserungen einführen zu können. (vgl. Beck 2006, S. 86-88)

Nicht nur in Freiburg und Bochum, sondern auch in Aachen, bei der Virtuellen Fachbibliothek Recht und in Heidelberg entdeckten Bibliotheken Roadshows für sich. Allerdings gibt es aktuelle Termine für Roadshows nur an der Universitätsbibliothek in Freiburg (vgl. Freiburg 2010, ViFa Recht 2008, Thormann 2009, Universitätsbibliothek Bochum 2010, Specht 2005). Daraus lässt sich schließen, dass das Roadshow-Konzept zumindest eine Zeitlang erfolgreich war. Aus welchen Gründen sie an den übrigen Bibliotheken laut den Websites nicht mehr durchgeführt werden, lässt sich nur spekulieren. Es könnte aufgrund personeller Engpässe sein oder weil die Mitarbeiter durch die vermehrte Nutzung der übrigen Fortbildungsangebote verstärkt beansprucht werden.

Als Event besitzt die Summer School folglich das Potential, das Image von Bibliotheken über Event-Marketing positiv zu beeinflussen. Daher sollten bei der Konzeption eines Events „Summer School“ folgende Punkte beachtet werden:

- Nicht nur Möglichkeiten zur Vorstellung der Fähigkeiten und Kenntnisse der Bibliothekare sind enthalten, sondern auch emotionale oder spannende Elemente, die die Aktivität der Teilnehmer fördern.
- Medien werden eingeladen, um über die Summer School zu berichten.
- Verschiedene Werbemaßnahmen werden genutzt (z.B. Plakate, Flyer, Mund-zu-Mund Propaganda, Aushänge etc.).
- Das Angebot der Summer School wird kundenorientiert aufgebaut.
- Eine ausführliche Evaluation des Events wird sichergestellt.

Mit diesen Ideen im Hinterkopf lohnt sich ein Blick in die zusammengetragenen Ergebnisse aus der Befragung, die die gegenwärtig vorhandenen Angebote von Teaching Libraries untersucht hat.

6. Die Befragung

Die Befragung wurde aus Zeitgründen bereits im Frühjahr 2010 via Email durchgeführt, der Zeitraum der Befragung betrug fünf Wochen, vom 15.02.2010 bis zum 22.03.2010.

Sie soll Aufschluss über die aktuell bestehenden Angebote an Hochschulbibliotheken und über die Reaktionen bezüglich der Idee einer „Summer School“ zur Vermittlung von Informationskompetenz geben. Sie liefert somit Ideen und Argumente für, aber auch gegen das Summer School Konzept.

Die Befragung beschäftigte sich mit folgenden Fragestellungen:

- Welche Art von Angeboten zur Vermittlung von Informationskompetenz überwiegen zurzeit?
- Welchen Trend lassen die Teilnehmerquoten erkennen?
- Welchen Chancen und Schwierigkeiten sehen sich Hochschulbibliotheken als Lernorte gegenüber?
- Wie ist die spontane Reaktion der Hochschulbibliotheken auf die Idee einer Summer School zur Vermittlung von Informationskompetenz?

Nachfolgend werden zunächst die Methode und die Entwicklung der Befragung beschrieben. Darauf werden die Ergebnisse und die aus ihnen resultierenden

Schlussfolgerungen erläutert. Abschließend erfolgen eine Reflektion zu der Befragung und die Vorstellung möglicher Verbesserungsmöglichkeiten.

6.1 Die Methode der Befragung

Vor der Wahl der Methode steht die Formulierung des Problems, das man untersuchen möchte. Die Forschungsmethode sollte dazu geeignet sein, das Problem zu erforschen. (vgl. Atteslander 2008 S.46-47)

Die Befragung versteht sich als Recherche von Sachverhalten und Meinungen, die für die Konzeptentwicklung der Summer School von Bedeutung sind.

Außerdem sollten die Einstellungen der Bibliothekare zu der Konzeptidee einer Summer School in Erfahrung gebracht werden, wozu sich Befragungen besonders gut eignen (vgl. Atteslander 2008, S. 275).

Nach Atteslander erfolgt zur Erstellung einer Befragung zunächst die genaue Benennung und Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands. Darauf werden die Begriffe bestimmt, die für die Befragung von Bedeutung sind. Anschließend werden auf ihrer Basis Hypothesen formuliert. Um die formulierten Hypothesen zu überprüfen, werden schließlich den enthaltenen Begriffen Variablen und ihre Ausprägungen zugeordnet. (vgl. Atteslander 2008, S. 33-43)

Zu guter Letzt erfolgen die Frageformulierung und die Konstruktion des Fragebogens, sowie die Formulierung des Anschreibens.

Zur Benennung und Abgrenzung dessen, was untersucht wird, werden folgende Aspekte bestimmt (vgl. Atteslander 2008 S. 33):

- **Zeit:** Welcher Zeitraum (Momentaufnahme, Jahre...) in der Befragung untersucht und in welchem Zeitraum die Untersuchung durchgeführt wird.
- **Gegenstandsbereich:** Wer befragt wird.
- **Feldzugang:** Wie man Zugang zur Zielgruppe erhält.

Die Befragung, die für diese Arbeit erstellt wurde, sollte zu einer Momentaufnahme führen. Der Gegenstandsbereich der Befragung waren Hochschulbibliotheken, die zum Einen eine gewisse Größe und zum Anderen bereits Angebote zur Vermittlung

von Informationskompetenz besitzen. Die Befragung richtete sich damit an Bibliotheken, die das Konzept einer Summer School auch umsetzen könnten, also potentiell über die personellen und finanziellen Möglichkeiten verfügen und sich bereits als Teaching Library etabliert haben. Daher wurden Hochschulbibliotheken mit mehr als 1.000.000 Medieneinheiten über die Bibliotheksstatistik (vgl. BibS 2010) mit ihrer Webadresse herausgesucht. Anschließend wurden die Webadressen der Bibliotheken auf Angebote im Bereich Teaching Library überprüft, also auf Informationen über Informationskompetenz, Kursangebote, Online-Tutorials etc. Von 58 Hochschulbibliotheken mit mehr als 1.000.000 Medieneinheiten besaß eine auf ihrer Homepage lediglich ein paar online verfügbare Dokumente, die die Nutzung von verschiedenen Ressourcen erklärten. Diese Bibliothek wurde aufgrund des knappen Angebots von der Befragung ausgeschlossen. Eine Liste der befragten 57 Hochschulbibliotheken ist im Anhang zu finden (vgl. Anhang 1, S. b-d). Für die Kontaktaufnahme via Email wurden meist die Leiter des Informationszentrums beziehungsweise der Benutzung, oder falls vorhanden, direkte Ansprechpartner für den Bereich Teaching Library ausgewählt. War kein Ansprechpartner ersichtlich, wurde die allgemeine Emailadresse der Bibliothek für die Befragung genutzt.

Die für die Befragung verwendeten Begriffe wurden wie folgt definiert:

- **Hochschulbibliothek:** Dies sind die für die Befragung ausgewählten Hochschulbibliotheken mit mehr als 1.000.000 Medieneinheiten und auf der Homepage ersichtlichen Angeboten zur Vermittlung von Informationskompetenz.
- **Informationskompetenz:** Beschreibt im Zuge der Befragung wie man kompetent mit Informationsbedarf, -beschaffung, -aufbereitung, -bewertung und -verwendung umgeht, gemäß der vorher bereits erwähnten Standards. (vgl. ACRL 2010)
- **Interesse:** Hier geht es um die subjektive Einschätzung der Befragten, inwiefern sie das studentische Eigeninteresse an ihren Angeboten zur Vermittlung von Informationskompetenz als hoch, bzw. eher gering einschätzen. Eine Unterscheidung zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation wird

hierbei für nicht notwendig erachtet, da sowohl die Motivation bedingt durch äußere Faktoren, wie zum Beispiel das Erreichen einer bestimmten Qualifikation, als auch die Motivation, die durch das Interesse an der Sache selbst entsteht, zu Teilnahmebereitschaft führen können.

Zwar führt intrinsische Motivation zu besseren Lernerfolgen, aber die Chance, sie zu stimulieren, wird oft lediglich über die Teilnahmeförderung durch extrinsische Motivationsmittel erreicht. (vgl. Schlag 1995, S. 20-23)

Wenn das Interesse der Studierenden erst einmal bis hin zur Teilnahme geweckt wurde, sei es durch intrinsische oder extrinsische Motive, besteht die Möglichkeit, während des Kurses etc. die intrinsische Motivation zur Beschäftigung mit Informationskompetenz zu erhöhen.

- **Teilnahme:** Unter Teilnahme ist zu verstehen, dass die Angebote der Bibliothek wahrgenommen werden.
- **Teilnehmer:** Als Teilnehmer werden die Personen gesehen, die an den Teaching-Library-Angeboten der Bibliothek teilnehmen.
- **Teilnehmerzahl:** Die Anzahl derjenigen, die an den Angeboten der Bibliothek zur Vermittlung von Informationskompetenz teilgenommen haben.
- **Summer School:** Bezeichnet die Idee zu einer freiwilligen Veranstaltungsreihe zur Vermittlung von Informationskompetenz in der vorlesungsfreien Zeit.
- **Eventcharakter:** Ein Event zeichnet sich durch Einzigartigkeit aus. Es findet nicht zufällig statt, sondern wird detailliert geplant. Events sind nicht alltäglich, sie unterscheiden sich von dem, was die Besucher als gewöhnlich empfinden. Was die Besucher auf dem Event erleben können, wird im Voraus entschieden und geplant. (vgl. Berridge 2009, S. 5-9)
- **(Teaching-Library)-Angebote:** Bezeichnet alle Angebote der Befragten, die Informationskompetenz vermitteln sollen.

- **Studierender:** Als Studierender gilt jede Person, die an der Universität immatrikuliert ist, zu der die befragte Bibliothek gehört.
- **Zielgruppe:** Die Zielgruppe bezeichnet die Personen, die potentielle Kunden eines relevanten Marktes sind. Eine Zielgruppe teilt Merkmale miteinander, beispielsweise soziodemographische oder verhaltensorientierte. Zielgruppen werden durch spezifische Marketingstrategien angesprochen. Für die Befragung sind diejenigen Gruppen als Zielgruppen zu verstehen, die die befragte Bibliothek mit ihren Angeboten erreichen möchte. (vgl. Kirchgeorg 2010)

Nach der Bestimmung der Begriffe können nun auf ihrer Basis Hypothesen formuliert werden. Dabei wird beachtet, dass Hypothesen Aussagen sind, in denen mindestens zwei Begriffe auftauchen und in einen sinnvollen Zusammenhang mit logischen Operatoren (z.B. wenn...dann) gebracht werden. Darüber hinaus werden die Hypothesen widerspruchsfrei formuliert. Sie werden sich nicht zwangsweise auf eine bestimmte Frage beziehen, sondern eher auf Fragenkomplexe. Ferner wird bei der Formulierung der Hypothesen auf die Überprüfbarkeit durch die Untersuchungsmethode geachtet. (vgl. Atteslander 2008, S. 37-39)

Die Hypothesen zu der durchgeführten Befragung lauten wie folgt:

1. Die üblichen Angebote der Hochschulbibliotheken besitzen im Gegensatz zur Summer School keinen Eventcharakter.
2. Die Teilnehmerzahlen für die existierenden Angebote steigen überwiegend, weil immer mehr Angebote verpflichtend sind.
3. Das Interesse der Studierenden an den Angeboten der Hochschulbibliotheken ist gering, obwohl die Teilnehmerzahlen steigen.
4. Hochschulbibliotheken mangelt es an Anerkennung für ihre Angebote zur Vermittlung von Informationskompetenz, weil sie wenige positive Rückmeldungen erhalten.
5. Wenn die Hochschulbibliotheken der Idee einer Summer School zur Vermittlung von Informationskompetenz überwiegend skeptisch gegenüberstehen, werden sie vor allem Bedenken äußern.

Nachfolgend werden nun den in den Hypothesen enthaltenen Begriffen Variablen und die dazugehörigen Ausprägungen zugeordnet:

- **Angebot:** Die Angebote können Seminare, Führungen, Online-Tutorials, Diskussionen, Workshops, Vorführungen, Vorträge, Sprechstunden oder Roadshows sein. Das Seminarangebot kann benotet oder unbenotet sein. Außerdem können sich Angebote allgemein an die Studierenden, an bestimmte Studiengänge, an Phasen im Studium (z.B. Bachelorarbeit) oder auch an Schüler oder Hochschullehrer richten.
- **Teilnahme:** Die Teilnahme kann generell obligatorisch, überwiegend obligatorisch, zu etwa gleichen Anteilen obligatorisch und freiwillig, überwiegend freiwillig oder generell freiwillig sein.
- **Teilnehmeranzahl:** Für diese Arbeit interessiert die relative Entwicklung der Teilnehmeranzahl über den jüngsten Zeitraum. Die Anzahl der Teilnehmer kann über einen gewissen Zeitraum steigen, sinken oder gleich bleiben.
- **Interesse:** Das Interesse der Studierenden an den Angeboten der Hochschulbibliothek kann verschiedene Abstufungen zwischen hoch und niedrig haben.
- **Rückmeldung:** Rückmeldungen können von der Hochschulleitung, Kollegen oder den Teilnehmern kommen. Sie können über Befragungen durch Fragebögen, online etc. oder Gespräche eingeholt werden.
- **Anerkennung:** Anerkennung kann positives Feedback, Unterstützung bei Finanzierungen und der Umsetzung von Programmen, aber auch aktive Werbung für die Angebote durch die Professoren beinhalten, sowie eine Verbesserung des Images der Hochschulbibliothek bedeuten.

Nach der Definition der vorkommenden Variablen wurden Fragen entwickelt, die zur Ermittlung der gegenwärtigen Situation entsprechend der Selbsteinschätzung der Befragten dienen sollten. Bei der Entwicklung der Fragen wurde darauf Wert gelegt,

dass die Fragen einfach und eindeutig formuliert sind, um sicherzustellen, dass alle Befragten möglichst das gleiche Verständnis von dem Gegenstand der Frage haben. Außerdem sollten die Fragen den gleichen Bezugsrahmen für alle Befragten haben und deutlich machen, welcher Genauigkeitsgrad für die Beantwortung als angemessen angesehen wird. Die formulierten Fragen sollten die Befragten nicht überfordern und auch keine suggestive Wirkung haben.

(vgl. Kromrey 2006, S. 369-374)

Außerdem sollten die formulierten Fragen (vgl. Atteslander 2008, S.145-146):

- ...kurz sein.
- ...konkret gestellt sein.
- ...neutral formuliert sein.
- ...nicht mit hypothetischem Kontext gestellt sein.
- ...keine Logikfehler, wie etwa doppelte Verneinungen, enthalten.
- ...nicht gleichzeitig nach mehreren Sachverhalten fragen.

Zusätzlich wurde ausgewählt, in welcher Form die Fragestellung zu erfolgen hat.

Es gibt offene und geschlossene Fragen. Auf offene Fragen steht dem Befragten die Formulierung der Antwort vollkommen frei, was seitens des Befragten nicht nur einen gewissen Bildungsstand, sondern auch die nötige Motivation voraussetzt.

Bei geschlossenen Fragen muss der Konstrukteur des Fragebogens im Vorfeld alle Antwortmöglichkeiten kennen und in das Spektrum der Antwortmöglichkeiten aufnehmen. Meistens werden dazu Skalen verwendet. Die einzelnen Stufen der Einschätzungsskalen müssen verbal genau bezeichnet und Nummern zugeordnet werden können. Eine eindeutige grafische Darstellung unterstützt das Verständnis bei den Befragten. (vgl. Kromrey 2006, S. 375-377)

Im verwendeten Fragebogen wurden offene und geschlossene Fragen gemischt. Geschlossene Fragen wurden verwendet, um Vermutungen zu überprüfen. Offene Fragen wurden dort gestellt, wo die freie Formulierung der Meinung der Befragten wichtig war. Bei den geschlossenen Fragen wurde versucht, alle Antwortmöglichkeiten durch die vorgegebenen Kategorien abzudecken. Zur Sicherheit wurde jedoch auch die Gelegenheit zur Nennung nicht bedachter Antwortmöglichkeiten über eine Kategorie „Sonstige“ gegeben. Jede Skala wurde eindeutig benannt und Nummern wurden den Stufen zugeordnet.

Die ersten zwei Fragen des erstellten Fragebogens beziehen sich direkt auf die Art der Angebote, die die Teaching Libraries besitzen. Mit ihrer Hilfe sollte herausgefunden werden, für welche Zielgruppen die Hochschulbibliotheken Angebote besitzen und welcher Art diese Angebote sind, um Rückschlüsse auf den Eventcharakter ziehen zu können. Sie dienen gleichzeitig als Einleitungsfragen. Es folgt eine Frage, die einen Eindruck gibt, ob die Tendenz der Bibliotheken eher zu obligatorischen oder eher zu freiwilligen Angeboten geht.

Die zwei nächsten Fragen behandeln das Interesse der Studierenden. Zum Einen sollte an dieser Stelle herausgefunden werden, wodurch die befragte Hochschulbibliothek das Interesse zu wecken versucht, zum Anderen, wie sie das Interesse der Studierenden an Ihren Angeboten einschätzt.

Die nachfolgende geschlossene Frage bezieht sich auf die Teilnehmerzahlen der letzten zwei Jahre, gefolgt von der ersten offenen Frage, die dem Befragten die Möglichkeit gibt, einen Grund für das Steigen oder Sinken der Teilnehmeranzahl zu nennen. Die angeführten Gründe für das Steigen oder Sinken der Teilnehmerzahlen geben Aufschluss darüber, inwieweit die Angebote der Bibliothek akzeptiert und gewünscht sind.

Zwei weitere offene Fragen beschäftigen sich mit Chancen und Schwierigkeiten, die die Befragten bei der Vermittlung von Informationskompetenz durch ihre Hochschulbibliothek sehen. Sie dienen direkt dazu, festzustellen, welche Probleme die Teaching Libraries haben und welche Möglichkeiten sie für die Zukunft sehen. Darauf folgen drei geschlossene Fragen, in denen es um die Rückmeldungen geht, die die Hochschulbibliotheken zu ihrem Teaching-Library-Angebot erhalten. Es wird danach gefragt, wie oft evaluiert wird und auf welche Weise. Schließlich folgt eine Frage, wie viele Rückmeldungen innerhalb des letzten Jahres eindeutig positiv waren. Es wurde explizit nur nach den positiven Rückmeldungen gefragt, da anzunehmen ist, dass niemand gerne negative Rückmeldungen zugibt. Wenn die Befragten nicht viele positive Rückmeldungen erhalten haben, kann somit der Rückschluss erfolgen, dass es eher negative Rückmeldungen gab und die Bibliotheken in dieser Angelegenheit trotz ihrer Angebote keine große Anerkennung genießen. Die letzte Frage bezieht sich auf die Idee einer Summer School. Es wird die Situation beschrieben, dass ein Mitarbeiter mit der Idee einer Summer School auf den Befragten zukommt und um eine spontane Reaktion gebeten, aufgeteilt nach Chancen und Schwierigkeiten.

Diese Frage sollte möglichst direkt aufzeigen, welche Bedenken, aber auch welche Ideen den Befragten zum Thema Summer School einfallen.

Der Fragebogen wurde mit dreizehn Fragen bewusst kurz gehalten, um die Motivation für das Ausfüllen zu erhöhen. Außerdem sollte der Fragebogen als Informationsquelle für das Summer School Konzept dienen und nicht einen umfassenden Überblick über den Bereich der Teaching Library in Deutschland liefern. Bei der Gestaltung der Titelseite wurde darauf geachtet, noch einmal Absendedatum, Rücksendedatum, die Bearbeitungsdauer, sowie meine Kontaktadresse zu nennen, falls es Nachfragen geben sollte. (vgl. Anhang 2, S. e-j)

Vor der Umsetzung der Befragung wurde überprüft, inwieweit die Fragen richtig verstanden werden, ob es Erhebungsprobleme gibt und ob die vorgegebenen Antwortkategorien vollständig sind.

Die Fragen müssen sprachlich und inhaltlich verständlich sein. Sie sind sprachlich dann verständlich, wenn sie dem Sprachverständnisniveau der Befragten entsprechen, zum Beispiel also Fachausdrücke von allen verstanden werden. Inhaltlich verständlich sind Fragen, wenn die Intention der Fragen verstanden wird. (vgl. Atteslander 2008, S. 278)

Antwortkategorien müssen ebenfalls sprachlich und inhaltlich verständlich sein, außerdem sollten sie eindeutig, ausschließlich und vollständig sein. Das heißt, alle Antworten müssen eindeutig zugeordnet werden können und die Kategorien müssen sich gegenseitig ausschließen. (vgl. Atteslander 2008, S. 279)

Für diesen Pretest schickte ich den Fragebogen an einen Hochschulbibliothekar und eine Professorin aus dem Bibliothekswesen an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg. Das entspricht einer minimalen Simulation der echten Befragung. Die Kommentare und Anregungen bezüglich der Frageformulierung, den Antwortkategorien und der Reihenfolge und Sinnhaftigkeit der Fragen flossen in die Erstellung des finalen Fragebogens ein. Grundsätzlich wurde bei der Formulierung der Fragen darauf geachtet, lediglich Fachworte zu verwenden, die im Bibliothekswesen üblich sind und daher von allen Befragten verstanden werden. Außerdem wurden die Fragen möglichst kurz gehalten.

Bei der Erstellung des Anschreibens für die Befragung wurde darauf geachtet, dass es Aufschluss darüber gibt, wer für die Befragung verantwortlich ist, warum die Untersuchung durchgeführt wird, und welches Interesse der Befragter an der Beantwortung der Fragen hat (vgl. Atteslander 2008, S. 147).

Außerdem wurde kurz erläutert, warum der Empfänger ausgewählt wurde, was das Rücksendedatum ist, und inwiefern die Anonymität der Befragten gewahrt wird (vgl. Kirchhoff 2003, S. 29). Beim Rücksendedatum wurde Raum für eine Nachfassemail gelassen, um die Rücklaufquote zu erhöhen.

Außerdem wurde die voraussichtliche Dauer für das Ausfüllen der Befragung angegeben. (vgl. Anhang 3, S. k)

6.2 Umsetzung

Nachfolgend wird die Umsetzung der Befragung beschrieben. Dabei wird auf die Art der Befragung, den Datenschutz, die Versendung und Rücklaufquote und die Form der Auswertung eingegangen.

Ich habe mich dafür entschieden, die Befragung per Email mit einem Fragebogen (Word-Dokument) im Anhang durchzuführen. So konnten die Befragten direkt im Word-Dokument antworten und die Antwort schnell und unkompliziert zurücksenden. Auch für mich entstanden damit ein geringer Aufwand und keine finanzielle Belastung.

Allerdings war die Befragungssituation somit nicht direkt kontrollierbar. Die Antworten hätten von mehreren Personen beeinflusst worden sein können. Ebenso bestand das Risiko einer geringen Rücklaufquote oder unvollständig ausgefüllter Fragebögen. (vgl. Atteslander 2008, S. 147)

Der Datenschutz wurde wie folgt sichergestellt:

Zunächst einmal wurden die Ergebnisse nur für die Erstellung dieser Arbeit verwendet und bei der Auswertung anonymisiert, indem jedem zurückgesendeten Word-Dokument eine Nummer zugeordnet wurde. Da die Befragung in Fachkreisen stattfand und nicht nach sensiblen Daten gefragt wurde, wurde eine Anonymisierung der Zustellung der Antworten für unnötig erachtet.

Der Fragebogen wurde am 15.02.2010 versendet. Eine Woche vor dem Ende der Befragung wurde eine Nachfassemail verschickt, die diejenigen motivieren sollte, die

bis dahin noch nicht geantwortet hatten (vgl. Anhang 4, S. I). Zurückgesendet wurden insgesamt 35 Fragebögen, das entspricht einer Rücklaufquote von ungefähr 61 %. Leider war ein Dokument defekt und konnte daher nicht in die Auswertung einfließen. Daher wurden 34 Fragebögen ausgewertet. Es gab ein paar Fragen, die fälschlicherweise wiederholt nicht beantwortet worden sind, allerdings betrug die Fehlerquote nie mehr als 9 %. Daraus lässt sich schließen, dass die Fragen und der Fragebogen angemessen konstruiert waren und die Beantwortung der Befragung auf Interesse stieß.

Für die Auswertung wurden die Fragen und Antworten nach der Anonymisierung der Fragebögen in EXCEL übertragen. Prozente wurden berechnet und Diagramme erstellt. Wurde bei einer Frage mehr als ein Kreuz gemacht, bei der es keine mehrfache Antwortmöglichkeit gab, wurde dies unter „Keine/ungültige Antwort“ erfasst. Ungültig war die Beantwortung einer Frage auch, wenn eine vorangegangene Frage, die mit ihr im Zusammenhang stand, nicht beantwortet wurde. Dies kam in Einzelfällen vor. Die Auswertung der offenen Fragen erfolgte über eine inhaltliche Ordnung und Zusammenfassung der Antworten.

6.3 Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Im Folgenden erläutere ich die wesentlichen Ergebnisse. Die detaillierte Auswertung kann im Anhang gefunden werden (vgl. Anhang 5, S. m-jj).

Die befragten Hochschulbibliotheken besitzen alle ein allgemeines Angebot zur Vermittlung von Informationskompetenz für Studierende. Fast alle bieten auch Möglichkeiten für bestimmte Phasen des Studiums, wie zum Beispiel für Erstsemester oder Doktoranden, oder für bestimmte Studiengänge. Mit fast 90 % sind ebenso Angebote für Schüler stark vertreten. Veranstaltungen für Hochschullehrer werden nur von etwa einem Drittel der befragten Bibliotheken angeboten. Außerdem werden Angebote für Lehrer der Umgebung angegeben. Auch für weitere externe Nutzer, unter anderem speziell für die Gruppe der Senioren, gibt es bei einigen Bibliotheken spezifische Angebote zur Vermittlung von Informationskompetenz. Eine weitere Gruppe, für die einige Bibliotheken Angebote besitzen, ist das nicht wissenschaftliche Personal der Universität, außerdem wurden Angebote für Hilfskräfte und Tutoren extra genannt. In Einzelfällen gaben die Befragten an, dass

sie englischsprachige Angebote besitzen oder Angebote, die sich speziell auf eine Literaturart oder Datenbank beziehen. (vgl. Anhang 5, S. m-n)

Daraus lässt sich schließen, dass die Hauptzielgruppe der Hochschulbibliotheken ihre Studierenden sind, dicht gefolgt von den Schülern der Umgebung. Für diese Zielgruppen haben sie sehr spezielle Angebote entwickelt.

Alle Bibliotheken bieten Führungen an, circa zwei Drittel der Befragten geben an, dass ihre Institution den Studierenden über Online-Tutorials und betreute Übungen die Erlangung von Informationskompetenz ermöglicht. Gut 60 % der Hochschulbibliotheken organisieren Vorträge und halten Seminare ab. Vorführungen sind dagegen mit nur einem Drittel seltener vertreten. Immerhin knapp 12 % der befragten Bibliotheken bieten Roadshows an. Am seltensten werden Diskussionsveranstaltungen angeboten. Einige Bibliotheken geben außerdem an, dass sie Vorlesungen zu dem Themenkomplex halten. Andere bemerken, dass sie überwiegend dem „Learning Library“ Prinzip folgen. (vgl. Anhang 5, S. o-p)

Dieses Prinzip folgt der Idee, dass nachhaltige Lernerfolge durch die Förderung von Neugier und Zweifeln bei den Teilnehmern erzielt werden, und das auf freiwilliger Basis, ohne Prüfungsdruck. Die „Learning Library“ basiert auf der Erkenntnis, dass sich der Bereich der Information und der Technologie so schnell verändert, dass ein Seminar mit Bezug zu aktuellen Themen kaum nützlich für die Zukunft ist, solange nicht die Motivation für weitere Fortbildung bei den Teilnehmern geweckt wird. Daher wird beim Learning Library Prinzip darauf gesetzt, dass die Teilnehmer zu lebenslangem Lernen motiviert werden, indem man sie selbstorganisiert an einer selbstgewählten Problemstellung arbeiten lässt. Die Rahmenbedingungen werden vorgegeben und Hilfestellung geleistet, ansonsten entscheiden die Teilnehmer selbst über ihren Lernfortschritt und ihren Lernerfolg. (vgl. Rockenbach 2007)

Da nur wenige Bibliotheken Roadshows anbieten, kann die Hypothese, dass die Angebote der Bibliotheken kaum oder keinen Eventcharakter besitzen, für die meisten Fälle als bestätigt angesehen werden. Damit würde das Summer School Konzept als Event aus den bestehenden Angeboten hervorstechen.

Die Angebote der befragten Bibliotheken sind größtenteils freiwillig. Nicht einmal

10 % der Befragten gaben an, überwiegend obligatorische Angebote zu besitzen. Etwas mehr als ein Drittel der Befragten bietet zur Hälfte obligatorische, zur anderen Hälfte freiwillige Fortbildungsmöglichkeiten an. (vgl. Anhang 5, S. q-s)

Folgende Grafik veranschaulicht diese Ergebnisse:

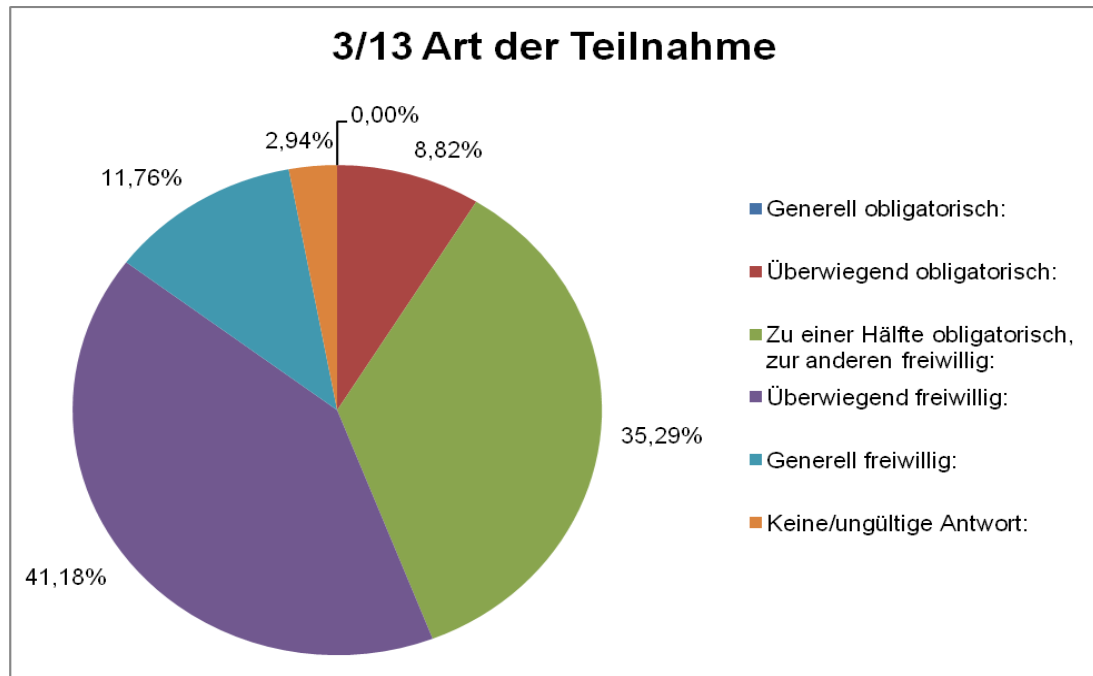


Abb. 1: Umfrage: Art der Teilnahme, eigene Darst., 2010

Damit ist jedoch nicht geklärt, ob die befragten Bibliotheken sich mehr obligatorische Angebote wünschen oder welche Angebote, die obligatorischen oder die freiwilligen, besser angenommen werden.

Das Interesse ihrer Zielgruppen wecken die befragten Bibliotheken hauptsächlich über Empfehlungen von Hochschullehrern und Professoren, Plakate und Flyer, sowie die Einbindung in die Curricula. Je 40 % versuchen ihre Zielgruppe durch die Vergabe von Credit Points, benotet und unbenotet, zur Teilnahme zu bewegen. Gut ein Drittel der Bibliotheken platziert Werbung in den Hochschulzeitschriften. Durch die Vergabe von Zertifikaten für die Teilnahme wird eher weniger geworben.

Am wichtigsten sind für die Bibliotheken die Vernetzung innerhalb der Universität mit Professoren und Fachschaften sowie eine enge Kooperation mit den umliegenden Schulen. Das schließe ich aus der häufigen Nennung dieser Punkte in der Kategorie „Sonstige“ der Frage 4. Außerdem nutzen die Bibliotheken ihre Homepage, Email und

Erstsemesterveranstaltungen, um auf ihre Angebote neugierig zu machen. Vereinzelt werden auch Blogs, RSS-Feeds, Lernmanagementsysteme, Newsletter und Social Networks verwendet. (vgl. Anhang 5, S. q-s)

Das tatsächliche Interesse der Studierenden an den Angeboten ihrer Bibliothek schätzt fast die Hälfte der Befragten als hoch ein. Etwa 30 % schätzen das Interesse hingegen als mittel und knapp 15 % sogar als niedrig ein.

Dieses Ergebnis ist mit Vorsicht zu behandeln, da hier nach der subjektiven Einschätzung der Bibliothekare zum studentischen Interesse gefragt wird. Die Ergebnisse können allenfalls als Indikator für das vorhandene Interesse der Studierenden gewertet werden. Da die Verteilung der Häufigkeiten recht ausgewogen ist, wird davon ausgegangen, dass die Antworten allenfalls etwas zum Besseren hin verschoben wurden, aber im Grunde ein korrektes Bild der Situation liefern. (vgl. Anhang 5, S. t)

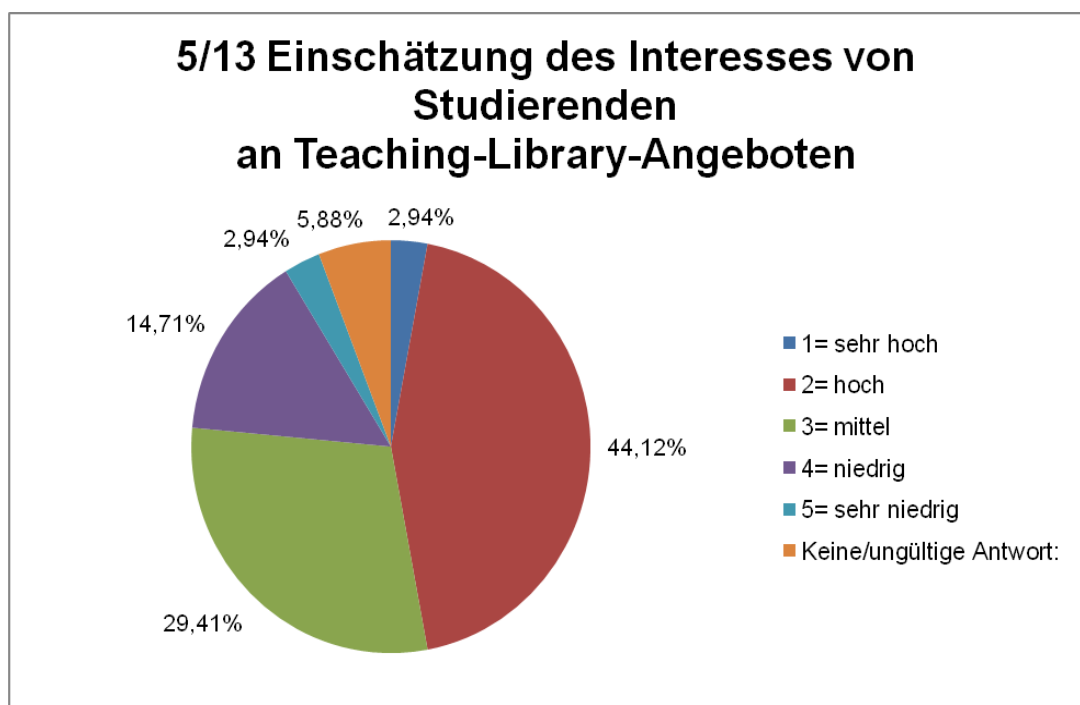


Abb. 2: Umfrage: Das Interesse der Studierenden an Teaching-Library-Angeboten, eigene Darst., 2010

Fast alle Bibliotheken geben an, dass die Teilnehmerzahlen innerhalb der letzten zwei Jahre gestiegen oder gar stark gestiegen seien. Lediglich knapp 9 % sprechen von gleich gebliebenen Teilnehmerzahlen und nur eine Bibliothek hatte rückläufige

Teilnehmerzahlen, dies jedoch aufgrund von Baumaßnahmen. Das Steigen der Teilnehmerzahlen wird vor allem auf verbesserte Werbemaßnahmen und Mund zu Mund Propaganda zurückgeführt. Außerdem spielen nach Meinung der Befragten inhaltlich und/oder methodisch verbesserte Angebote und vermehrt obligatorische Angebote eine Rolle. Weitere Einflüsse auf die steigenden Teilnehmerzahlen haben höhere Erstsemesterzahlen und die Umstellung auf Bachelor und Master. Das Sinken beziehungsweise Gleichbleiben von Teilnehmerzahlen wird auf Baumaßnahmen, enge Stundenpläne und paradoxerweise ebenfalls auf die Einführung der Bachelor und Master Abschlüsse zurückgeführt. Vermutlich wird die Umstellung auf Bachelor und Master auf der einen Seite als positiv angesehen, da die Vermittlung von Informationskompetenz für diese Abschlüsse vermehrt eine Rolle im Curriculum spielt. Auf der anderen Seite kann die neue Studienorganisation auch zu weniger Zeit für freiwillige Angebote aufseiten der Studierenden führen. (vgl. Anhang 5, S. t-w)

Daher hat sich die Hypothese, dass das Interesse der Studierenden gering ist, obwohl die Teilnehmerzahlen steigen, nicht bestätigt.

Die Hypothese, dass die steigenden Teilnehmerzahlen damit zusammenhängen, dass vermehrt obligatorische Angebote etabliert werden, wurde nicht widerlegt. Einen größeren Einfluss scheinen jedoch die vermehrten Werbemaßnahmen und die stärkere Mund-zu-Mund Propaganda zu haben, da diese Punkte häufiger von den Befragten als Gründe genannt wurden.

Chancen sehen die befragten Bibliotheken im Bereich Teaching Library vor allem darin, durch ihr Angebot einen Imagegewinn und eine höhere Akzeptanz ihrer Arbeit zu erzielen. Eine weitere Chance nach Meinung der Befragten ist, die Bibliothek generell bekannter zu machen und die Nutzung ihrer Dienstleistungen zu steigern, vor allem im Hinblick auf Quantität und Effektivität. Einige wünschen sich eine stärkere Einbindung ins Curriculum der Universität und eine Einbeziehung in die Fachbereiche. (vgl. Anhang 5, S. w-z)

Als Schwierigkeit empfinden die Befragten, ihr Angebot im Bereich Informationskompetenz trotz gegebener Personalknappheit oder fehlender technischer oder räumlicher Ressourcen auszubauen. Viele Bibliotheken beklagen, dass die Studierenden durch die Bachelor/Master Studiengänge kaum Zeit für ihre

Angebote haben. Einige finden es schwierig, Terminwünschen gerecht zu werden oder ein Angebot zu entwerfen, das allen Wünschen entspricht. Vereinzelt wird als Schwierigkeit genannt, die Studierenden zur Teilnahme zu motivieren.

(vgl. Anhang 5, S. z-bb)

Ihr Angebot evaluieren die befragten Bibliotheken größtenteils regelmäßig bis sehr oft. Allerdings evaluiert etwas mehr als ein Drittel der Bibliotheken eher selten. Etwa 70 % der Bibliotheken evaluieren durch Befragungen oder Gespräche mit den Teilnehmern. Knapp 60 % führen Gespräche mit den Lehrenden und etwa die Hälfte spricht mit Kollegen über die Angebote. Weniger als ein Drittel der Bibliotheken führt Online-Befragungen durch. Gerade einmal 6 % sprechen mit der Hochschulleitung zur Evaluation des Teaching-Library-Angebots. (vgl. Anhang 5, S. cc-dd)

Über diese Formen der Evaluation haben die Befragten innerhalb des letzten Jahres viele bis sehr viele positive Rückmeldungen erhalten (vgl. Anhang 5, S. ee).

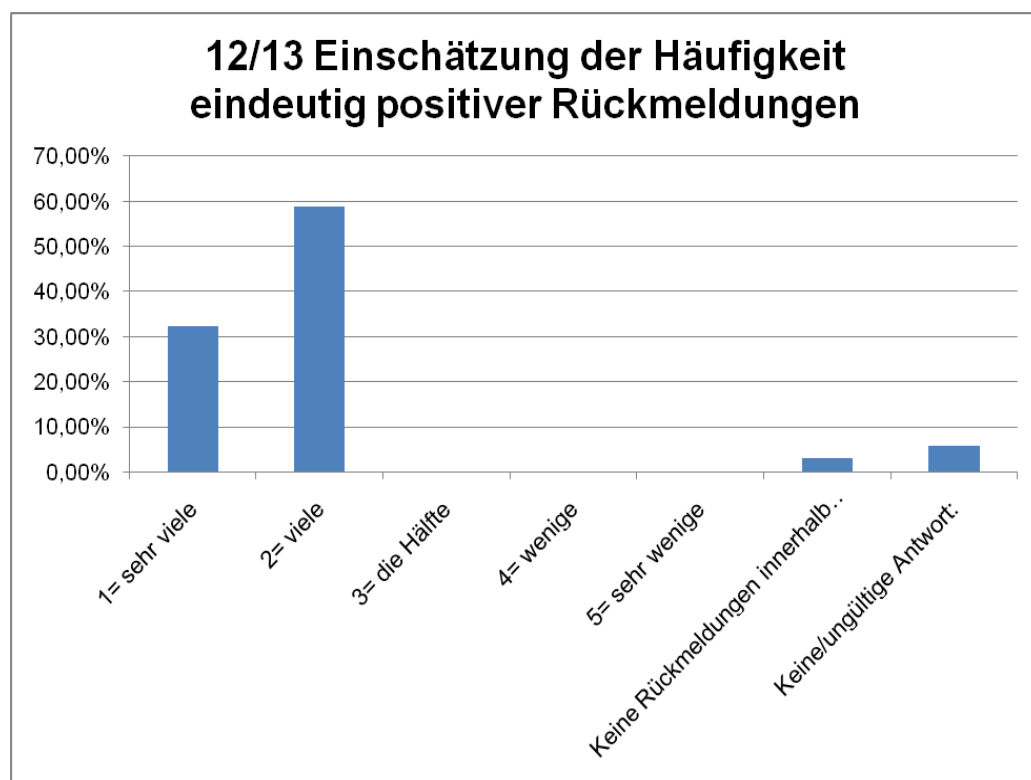


Abb. 3: Umfrage: Häufigkeit eindeutig positiver Rückmeldungen, eigene Darst., 2010

Die Antworten auf diese Frage kann man berechtigter Weise in Bezug auf ihre Aussagekraft relativieren, da in der Regel ungern zugegeben wird, dass man

negative Rückmeldungen erhalten hat. Für die Auswertung wird somit angenommen, dass die Frage zu etwa zwei Dritteln ehrlich beantwortet wurde, denn angesichts steigender Teilnehmerzahlen und steigender Nachfrage nach Angeboten erscheint es logisch, dass die positiven Rückmeldungen überwiegen. Im Rückschluss kann davon ausgegangen werden, dass die Angebote der Bibliotheken bei ihren Zielgruppen durchaus anerkannt sind.

Die spontanen Reaktionen auf die Idee einer Summer School zur Vermittlung von Informationskompetenz, also einer Veranstaltungsreihe in der vorlesungsfreien Zeit, waren gemischt. Während einige Antworten der Bibliotheken sehr skeptisch ausfallen und dieser Idee keine oder kaum Chancen eingeräumt werden, halten andere es für eine gute Idee. Ein paar Bibliotheken bieten bereits Veranstaltungen im Sommer an und haben damit gute Erfahrungen gemacht. Viele Befragte sehen die Summer School als Möglichkeit, ihr Wissen kompakt zu vermitteln und intensiver auf den Lernstoff eingehen zu können. Einige sehen in der Summer School eine Möglichkeit, mit besonders interessierten Studierenden arbeiten zu können. Manche Bibliotheken sehen eine Chance im Zeitpunkt der Summer School, da so Dozenten während des Semesters entlastet werden und auf der anderen Seite Überschneidungen mit anderen Veranstaltungen vermieden werden könnten. Außerdem sehen ein paar Befragte Möglichkeiten zur Profilbildung der Bibliothek. (vgl. Anhang 5, S. ff-hh)

Die Hauptschwierigkeiten bei der Idee einer Summer School sehen die Befragten in der mangelnden Personalkapazität und der geringen Bereitschaft der Studierenden, im Sommer an einer solchen Veranstaltung teilzunehmen. Kritisch wird hinterfragt, inwiefern man in der Urlaubszeit für Studierende und Bibliothekare ein Angebot kreieren soll, das in solchen Teilnehmerzahlen mündet, dass sich der hohe Aufwand lohnt. Einzelne Bibliotheken sehen kaum oder keine Schwierigkeiten und meinen in der Lage zu sein, eine Summer School zu organisieren. (vgl. Anhang 5, S. hh-jj)

Damit ist die Hypothese, dass die Bibliotheken der Idee einer Summer School überwiegend skeptisch gegenüberstehen, einerseits bestätigt, da viele Bedenken geäußert wurden. Allerdings gibt es auch einige positive Rückmeldungen, was zu einem relativ ausgewogenen Ergebnis von Bedenken und Zuversicht führt. Für die Entwicklung des Konzepts ergibt sich aufgrund der Befragung folgendes:

1. Die befragten Hochschulbibliotheken besitzen bereits vielfältige, aber auch sehr spezielle Angebote, auf die aufgebaut werden kann.
2. Es lohnt sich zu bedenken, inwiefern der Eventcharakter einer Summer School vermehrt positive Auswirkungen im Gegensatz zu den bestehenden Angeboten besitzt.
3. Der finanzielle und personelle Aufwand für die Summer School bedarf verstärkter Betrachtung.
4. Der Zeitpunkt der Summer School muss so gewählt sein, dass genügend Studierende Zeit für die Teilnahme haben und auch das nötige Personal vorhanden ist.
5. Das Angebot der Summer School muss so gestaltet sein, dass es das Interesse der Studierenden weckt.

6.4 Reflexion

Aufgrund der hohen Rücklaufquote und der geringen Fehlerquote bei der Beantwortung der Fragebögen, halte ich die Befragung insgesamt für gelungen. Die Ergebnisse haben Aufschluss darüber gegeben, welche Art von Angeboten zur Vermittlung von Informationskompetenz zurzeit an großen Hochschulbibliotheken vorherrscht. Außerdem ergab die Befragung Informationen darüber, wie das Interesse der Studierenden von den Bibliotheken derzeit geweckt wird. Die Art der Rückmeldungen und die steigenden Teilnehmerzahlen weisen darauf hin, dass die Hochschulbibliotheken als Anbieter von Informationskompetenz akzeptiert sind. Die Schwierigkeiten und Chancen der Teaching Libraries zeigen deutlich, dass im Bereich Personal, Technik und bei den Räumlichkeiten dringender Handlungsbedarf besteht, gleichzeitig gewinnen die Bibliotheken durch ihre Angebote an positiver Anerkennung. Am wertvollsten für diese Arbeit aber sind die Kommentare bezüglich der Idee einer Summer School, da sie aufzeigen, welche Kernprobleme zu bedenken sind.

Gäbe es die Möglichkeit, die Befragung noch einmal durchführen, so würde ich einige Punkte verbessern:

- Zunächst würde ich die Möglichkeit eines ausfüllbaren PDFs oder einer Online-Befragung überprüfen, da durch besonders lange Antworten in dem von mir gestalteten Word-Dokument das Layout verschoben wurde. Das hat

die Auswertung nicht behindert, aber vermutlich den ein oder anderen Befragten bei der Beantwortung gestört. Daher würde ich in Zukunft entweder ein ausfüllbares PDF oder eine Online-Befragung nutzen, um Layoutverschiebungen zu vermeiden.

- Desweiteren würde ich bei einigen Fragen für die Antworten mehr Kategorien einführen. So haben die häufigen Angaben unter „Sonstige“ zum Beispiel bei der Frage nach den Angeboten und der Art, wie Interesse geweckt wird, gezeigt, dass einiges bei der Erstellung des Fragebogens nicht bedacht wurde.
- Außerdem würde ich in Zukunft sofort jeden erhaltenen Fragebogen formal prüfen, um zu vermeiden, dass ich erst Monate nach der Befragung feststelle, dass ein Dokument defekt ist. Dann hätte ich zum Beispiel bei dem defekten Dokument noch einmal nachhaken und um ein PDF bitten können.
- Weiterhin würde ich die Fragen wie folgt ändern. Die etwas vage Frage nach der Einschätzung des Interesses der Studierenden an den Teaching-Library-Angeboten würde ich streichen. Auch die Fragen nach der Evaluation und den positiven Rückmeldungen würde ich entfernen, da ihre Aussagekraft für die tatsächliche Anerkennung der Bibliothek als Vermittler von Informationskompetenz letztlich gering ist. Stattdessen würde ich eine direkte Frage einführen, ob die Befragten denken, ihre Bibliothek sei innerhalb und außerhalb der Hochschule für ihr neues Angebot anerkannt, und mit einer offenen Frage eine Begründung erbitten.
- Auf die Frage, wie viele Angebote obligatorisch sind, würde ich weitere Fragen ergänzen, inwieweit die Bibliothek sich mehr obligatorische Angebote wünscht, beziehungsweise, ob sich freiwillige Angebote rentieren und welche Angebote besonders gefragt sind. Desweiteren würde ich gezielte Fragen nach der Personalkapazität für die Teaching Library und nach den finanziellen, technischen und räumlichen Ressourcen einführen, um weitere Rückschlüsse für die Umsetzbarkeit des Konzepts einer Summer School ziehen zu können.

7. Summer School – Bedeutung und Verbreitung

Im Folgenden werden zunächst der Begriff und die Bedeutung von „Summer School“ betrachtet. Darauf folgt die Beschreibung einer Recherche bezüglich der Verbreitung von Summer Schools zur Vermittlung von Informationskompetenz.

Bevor dann das Konzept entwickelt wird, wird eine kurze Zwischenbilanz zu dem bisher Erläuterten gezogen.

7.1 Begriff

Summer Schools sind weit verbreitet. Nachfolgend werden Informationen über Summer Schools aus verschiedenen Regionen vorgestellt, um zu einem Schluss zu kommen, wofür der Begriff steht.

In Europa gibt es eine Website, die ein Suchformular für europäische Summer Schools anbietet. Das Suchformular ist zunächst aufgeteilt nach Thema, Ort und Zeitpunkt der Summer School. Eine Ebene tiefer kann weiter differenziert werden, wie viele Credit Points die Summer School einbringen soll, wie viel sie kosten darf und wie lange sie dauern soll. (vgl. Summer Schools 2010a)

Zurzeit sind über diese Website 210 Kurse von 74 Universitäten aus ganz Europa zu finden. (vgl. Summer Schools 2010b)

Von Landwirtschaft bis hin zu Visual Arts können zwischen Mai und September Kurse besucht werden, bei denen bis zu 10 Credit Points zu erreichen sind. Die Dauer der registrierten Kurse erstreckt sich von einer bis hin zu sechs Wochen. Die höchste Gebühr liegt bei 2000 Euro. (vgl. Summer Schools 2010a)

In den USA werden mit dem Begriff „Summer School“ zwei verschiedene Aspekte assoziiert. Zum Einen werden mit „Summer School“ Nachsitzkurse während des Sommers für Schüler verbunden, die schlechte Leistungen erbracht haben. Zum Anderen aber dienen Summer Schools an Colleges dazu, sich fortzubilden, Erfahrungen zu sammeln und Interessen zu entwickeln. Manche Summer School Programme sind sogar so beliebt, dass ein harter Konkurrenzkampf um die Teilnahme entsteht. Oft gibt es eine Gebühr, die für die Teilnahme gezahlt werden muss. Die Teilnahme an einer Summer School kann sogar die Annahme am gewünschten College positiv beeinflussen. (vgl. College Board 2010)

In Indien organisiert beispielweise die Firma einer täglich erscheinenden Zeitschrift Summer Schools für mehrere tausend Teilnehmer. Die Thematik der verschiedenen Summer Schools erstreckt sich von Karriere bis zur persönlichen Weiterentwicklung. Verschiedene Altersgruppen und verschiedene soziale Schichten werden angesprochen. (vgl. Patrika 2010)

In Großbritannien bieten viele renommierte Universitäten Summer Schools für internationale Studierende an (vgl. Institute of Continuing Education 2010, Cardiff 2010, Oxford 2010, SUISS 2010, Newcastle 2010, Boddy 2010), andere konzentrieren sich auf Angebote für ihre eigenen Studierenden (vgl. Kingston 2010, LSE 2010). Die Abertay University zum Beispiel bietet gezielt Summer Schools für Studienanfänger an, um sie auf das Studium und das Leben an der Universität vorzubereiten (vgl. Abertay 2010)

Die englischen Universitäten besitzen ein breites Angebot und eine Vielzahl an Kursen. Die University of Cambridge führt Summer Schools seit 1923 durch und bietet internationalen Studierenden eine Gelegenheit, die Universität kennenzulernen und sich in den verschiedensten Bereichen fortzubilden (vgl. Institute of Continuing Education 2010). In Newcastle wirbt die Universität damit, dass sich die Teilnehmer über die Summer Schools kulturell und akademisch fortbilden und gleichzeitig vergnügen können (vgl. Newcastle 2010). Die Kingston University in London plädiert dafür, während den Summer Schools verstärkt außerhalb der Universität experimentell zu lernen (vgl. Kingston 2010). In fast jeder der genannten Universitäten sind neben dem akademischen Programm soziale Aktivitäten geplant und es werden Bewerbungen für die Anmeldung zu einer Summer School gefordert. Auch in Großbritannien gibt es eine Website, die ein Suchformular für Summer Schools anbietet. Das dort abgebildete Themenspektrum reicht von Kursen, die jungen Schülern die Möglichkeit geben, einen Einblick in ihr Wunschstudienfach zu bekommen, über Haus und Garten bis hin zu Schriftstellerei, Film und Photographie. (vgl. Contrada 2010)

In Deutschland richten sich Summer School Angebote meistens an ausländische Studierende. Für diese gibt es viele Angebote, Credit Points für ihr Studium zu erlangen und nebenbei ihre Sprachkenntnisse aufzubessern. Damit versuchen die deutschen Universitäten sich als Studienort zu propagieren.

Für deutsche Studierende sind Summer School Angebote an der eigenen Universität rar, und für die Teilnahme an internationalen Summer Schools müssten deutsche Studierende genau so viel wie die Gäste zahlen. (vgl. Frick 2009)

Über die Website des Deutschen Akademischen Austausch Dienstes waren im Sommer 2010 292 verschiedene Summer Schools für internationale Studierende in Deutschland zu finden, inhaltlich reichten diese von Sprachkursen über Medizin und Mathematik bis hin zu Kunst, Musik und Film. (vgl. DAAD 2010)

Vergleicht man nun die Summer School Angebote der verschiedenen Regionen, kommt man zu dem Schluss, dass Summer Schools in erster Linie Kursangebote in den Sommermonaten zur Fortbildung in akademischer und kultureller Hinsicht für Studierende sind. Es gibt ein breites Themenangebot verschiedenster Kurse. Hinsichtlich der Dauer unterscheiden sich die Angebote sehr. Die akademische Leistung wird meist über Credit Points belohnt. Trotz aller Arbeit enthalten Summer Schools einen Anteil an sozialen Aktivitäten. Die Teilnahme an einer Summer School ist grundsätzlich freiwillig, meistens muss eine Gebühr gezahlt werden. Aus diesen Gemeinsamkeiten lassen sich folgende Merkmale für eine „Summer School“ erkennen: Freiwilligkeit, Sommer, Kultur, Freizeitaktivitäten, Fortbildung. Die Möglichkeit zur Fortbildung wird sozusagen angereichert mit Kultur- und Freizeitaktivitäten in der warmen Jahreszeit.

Die Studierenden entscheiden selbst über ihre Teilnahme, sie wählen aus einer Vielzahl von Angeboten jenes aus, das ihren Wünschen und Interessen am ehesten entspricht. Eine Summer School ist daher nicht einfach nur ein Seminar im Sommer – es ist ein kompaktes Angebot von Kultur, Freizeit und Bildung. Damit wird das geboten, was den Studierenden in Deutschland im Studienalltag fehlt, denn Leistungsdruck, geringe Wahlfreiheit, ständige Kontrollen und mangelnde Möglichkeiten für Auslandserfahrungen werden am neuen Bachelor/Master System beklagt (vgl. Kirsten 2010).

Für die Konzeptentwicklung einer Summer School, in der Informationskompetenz vermittelt werden soll, ergeben sich daraus eine Reihe von Schlussfolgerungen. Um von dem Image einer Mischung aus Kultur, Freizeit und Fortbildung profitieren zu können, müssen genau diese Komponenten vorhanden sein. Problematisch wird sein, dass eine kulturelle Auslandserfahrung an der eigenen Hochschule kaum

angeboten werden kann. Daher ist zu prüfen, inwiefern andere kulturelle Erfahrungen in das Summer School Konzept eingebaut werden können. Das zu entwickelnde Konzept sollte auf freiwilliger Teilnahme beruhen. Weiterhin muss bedacht werden, ob und welche Art von Leistungskontrollen es geben soll. Abzuwägen gilt, inwiefern Leistungskontrollen für den Erfolg der Fortbildung und das Erwirtschaften eventueller Credit Points notwendig sind, und inwiefern zu hoher Druck der Motivation der Studierenden und der besonderen Atmosphäre einer Summer School schaden kann. Eine weitere Herausforderung wird es sein, etwas zu kreieren, woran die Studierenden wirklich Interesse und Vergnügen haben.

7. 2 Verbreitung von Summer Schools **zur Vermittlung von Informationskompetenz**

Nach der inhaltlichen Einordnung des Begriffs „Summer School“ und der durchaus erheblichen Tradition und Verbreitung gilt es zu überprüfen, ob es bereits Summer Schools zur Vermittlung von Informationskompetenz für Studierende gibt. Falls dies der Fall sein sollte, müssen die existierenden Summer Schools im Hinblick auf Ideen und Kritik für diese Arbeit untersucht werden.

Bei der Recherche wurde zunächst das Internet über verschiedene Suchmaschinen nach Summer Schools zur Vermittlung von Informationskompetenz durchsucht. Dabei wurden jeweils die ersten zehn Seiten der Ergebnisse von google.de, cuil.com und ixquick.com ausgewertet, sofern ausreichend Ergebnisse vorhanden waren. Gesucht wurde mit „summer school“ und „library“, beziehungsweise „Bibliothek“ und „summer school“ und „information literacy“ beziehungsweise „Informationskompetenz“. Damit sollten sowohl deutsche als auch englische Ergebnisse gefunden werden.

Viele Ergebnisse waren unzutreffend, da die gesuchten Wörter nicht im Zusammenhang zueinander vorkamen, einige Ergebnisse wiederholten sich sehr oft. Die meisten brauchbaren Ergebnisse bezogen sich wiederum auf Angebote für Fachpublikum, wie zum Beispiel die „International Summer School“ an der Hochschule der Medien in Stuttgart. In dieser „International Summer School“ werden verschiedene Workshops entgeltlich angeboten, unentgeltlich für Studierende des Fachbereichs der eigenen Universität und von Partnerhochschulen. Credit Points können mit dem Besuch von Workshops erreicht werden, die von einheimischen und ausländischen Experten gehalten werden. Behandelt wurden dieses Jahr zum

Beispiel Themen zum Bereich Musik in Digitalen Bibliotheken oder Multimedia Systeme. (vgl. Hochschule der Medien 2010)

Ferner bot das European Network on Information Literacy (EnIL) mindestens 2008 eine internationale Summer School im Bereich Informationskompetenz für europäische Bürger und Bürger der USA, Canada oder Australien an (vgl. EnIL 2010a). Diese Summer School bestand aus einem fünftägigen Kurs und behandelte unter Anderem, wie man die Qualität von Informationen beurteilt und welche Art von Informationen es gibt (vgl. EnIL 2010b). Allerdings ging die Idee zu dieser Veranstaltung nicht von einer Bibliothek, sondern vom Italian National Research Council aus (vgl. EnIL 2010c).

Oft erhält man während der Recherche Hinweise zu einer alljährlichen Summer School von NordINFOLIT, einer finnischen Initiative aus dem Jahr 2001, die unter Anderem auch eine Summer School für das Fachpublikum etablierte (vgl. NordINFOLIT 2010). Inzwischen fand die neunte Summer School zum Themenbereich Digitale Bibliothek statt. Es wird keine Informationskompetenz an Studierende vermittelt, allerdings werden fachspezifische Themen behandelt. Die Summer School im Jahr 2010 beschäftigte sich beispielsweise zum Einen mit Lerntheorie und zum Anderen mit digitalen Werkzeugen unter dem Dach der digitalen Bibliothek. Sie richtete sich offiziell an jeden, der am Lernen und Lehren Interesse hat, dennoch spricht der Titel der Summer School „Transformation from Digital Library to Digital Learning“ (Helsingin yliopisto 2010) dafür, dass sich das Angebot an Individuen richtet, die mit dem Fach zumindest vertraut sind. (vgl. Helsingin yliopisto 2010)

„Learning and teaching in a digital world“ (LATINA) ist eine Summer School des Oslo University College für Lehrer und Studierende. Sie beschäftigt sich mit Lerntheorie, aber auch mit Tools im Web, die man zum Lehren und Lernen nutzen kann. (vgl. Schjønsby 2010)

Wirft man einen genaueren Blick auf den Inhalt der Summer School (vgl. Oslo 2010), stellt man fest, dass sich einige Inhalte auf die Vermittlung von Informationskompetenz beziehen. So geht es zum Beispiel unter Anderem um Blogs, die Kombination von Online-Quellen und Datenmanagement.

Einige Colleges bieten innerhalb ihrer Sommervorbereitungskurse für Studierende Kurse im Bereich Informationskompetenz an. So zum Beispiel die University of Abertay Dundee, die einen Punkt „Information Skills“ als Kursinhalt anbietet, in dem

es um die Nutzung der Bibliothek und online verfügbare Ressourcen geht (vgl. Abertay 2010). Die Providence High School bietet eine Summer School mit Namen „Digital Information Literacy“ (Providence 2010, S.11) für 5 Credit Points über vier Tage an. Dies ist das am ehesten zutreffende Ergebnis der Internetrecherche, da es sich um eine Summer School für Schüler handelt, die sich speziell auf Informationskompetenz bezieht, weitere Informationen gab es jedoch nicht. Es ist leider auch nicht ersichtlich, ob dieser Kurs von der Bibliothek durchgeführt wird. Inhaltlich geht es unter Anderem um verschiedene gängige PC-Programme und Recherchetechniken im Internet (vgl. Providence 2010, S. 11).

Weiterhin wurden zwei Datenbanken aus dem Bibliothekswesen auf Hinweise zu Summer Schools zur Vermittlung von Informationskompetenz überprüft. Zunächst die frei verfügbare „Library and Information Science Technology Abstracts (LISTA)“ von EBSCO. LISTA wertet circa 600 Zeitschriften aus und unter anderem auch Bücher und Konferenzberichte (vgl. EBSCO 2010). Gesucht wurde mit den Termini „library and summer school“, sowie mit „summer school and information literacy“ über die Schlagwortsuche. Mit „library and summer school“ ergaben sich elf Treffer. Die meisten bezogen sich auf Summer Schools für Bibliothekare. Lediglich ein Treffer wies in eine interessante Richtung mit dem Titel „Integrating information literacy skills into academic summer programs for precollege students“. Der Abstract informiert darüber, dass die Smith Reynolds Bibliothek an der Wake Forest Universität Einführungskurse in die Bibliothek und Katalogrecherche für High School Schüler entwickelt hat. Diese Kurse werden im Zuge von Sommerprogrammen abgehalten, an denen die Schüler an der Universität teilnehmen. (vgl. Collins 2009)

Dieser Treffer zeigt, dass Kurse zur Vermittlung von Informationskompetenz von Bibliotheken im Sommer stattfinden, allerdings nach bisherigem Stand der Recherche nur im Zuge von Summer Schools, die sich schwerpunktmäßig mit anderen Themen beschäftigten und nicht eigenständig dem Gegenstand „Informationskompetenz“ gewidmet sind. Die Suche nach „summer school and information literacy“ ergab in LISTA nur einen einzigen Treffer, der bereits über die vorherige Suche behandelt worden ist.

Außerdem wurde in der Datenbank „Library and Information Science Abstracts (LISA)“ recherchiert. LISA enthält Abstracts aus dutzenden Sprachen und hunderten Zeitschriften aus verschiedenen Ländern (vgl. Proquest 2010).

Gesucht wurde in LISA mit den Begriffen „summer school“ und „library“, beziehungsweise „summer school“ und „literacy“ oder „information literacy“.

Genutzt wurde dabei die Schlagwortsuche, oder eine Kombination aus Schlagwort- und Stichwortsuche, wobei als Stichwort „summer school“ angegeben wurde.

Bei der Suche mit „summer school“ und „information literacy“ oder einfach nur „literacy“ ergaben sich dieselben Treffer. Es handelte sich den gefundenen Abstracts zufolge um Summer Schools für Fachleute aus dem Bereich Informationskompetenz, in denen neue Entwicklungen und Lehrmethoden thematisiert wurden.

Mit den Begriffen „summer school“ und „library“ war die Treffermenge ergiebiger.

Dennoch gab es keinen Abstract, der auf eine Summer School zur Vermittlung von Informationskompetenz an Studierende hindeutete. Die Treffermenge erhielt jedoch eine beeindruckende Menge an Berichten über Summer Schools für Bibliothekare.

Durch die Befragung wurde deutlich, dass drei der befragten Bibliotheken Veranstaltungen im Sommer für Studierende zur Vermittlung von Informationskompetenz anbieten (vgl. Anhang 5, S. gg). Eine spezifisch darauf ausgerichtete Recherche ergab, dass es sich dabei um die Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf, die Universitätsbibliothek Duisburg-Essen und die Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin handelte.

Auf der Webpräsenz zum Thema Informationskompetenz der Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf lassen sich keine Informationen über Angebote speziell im Sommer finden. Auch auf der Webpräsenz der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät, für die die Bibliothek diese Angebote laut Befragung entwickelt hat, gibt es darüber keine Informationen. Daher liegt die Vermutung nahe, dass das Angebot lediglich über Mund-zu-Mund Propaganda und Plakate kundgetan wird. Ebenso lässt sich schließen, dass das Angebot nicht als Summer School betitelt wird, sondern dass es sich um die üblichen Kurse, nur zu einer anderen Zeit handelt. (vgl. Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf 2010, Universität Düsseldorf 2010)

Die Universitätsbibliothek der Universität Duisburg-Essen gab an, Kursangebote in den Semesterferien zu besitzen, allerdings war dazu nichts auf der Webpräsenz zu

finden. Daher wird auch hier vermutet, dass diese Angebote eher kurzfristig entstehen und nicht als ein großes Ereignis oder Summer School beworben werden. (vgl. Universitätsbibliothek Duisburg-Essen 2010)

Die Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin gab an, bereits Veranstaltungen zur Vermittlung von Informationskompetenz im Sommer anzubieten. Allerdings war auch dies nicht über die Webpräsenz ersichtlich (vgl. Freie Universität Berlin 2010). Insofern liegen ähnliche Schlüsse wie bei den zuvor besprochenen Angeboten der Universitätsbibliotheken nahe.

Eine weitere Recherche auf Websites von wissenschaftlichen Bibliotheken war bezüglich Hinweisen für Sommerkurse etwas ergiebiger. Die Universitätsbibliothek in Chemnitz bietet explizit einen Sommerkurs in den Semesterferien zum Recherchetraining an, allerdings ist das ein einzelnes Angebot (vgl. Universitätsbibliothek Chemnitz 2010). Die Leuphana Universitätsbibliothek bietet mehrere voneinander unabhängige Kurstermine innerhalb der Semesterferien an, zum Beispiel Einführungen zu verschiedenen Datenbanken (vgl. Leuphana 2010). Weiterhin bietet auch die Bibliothek der Hochschule für Angewandte Wissenschaften München Fortbildungskurse zur Vermittlung von Informationskompetenz in August und Anfang September an (vgl. Bibliothek Hochschule München 2010).

Zu guter Letzt wurde über die in der Begriffsrecherche gefundenen Suchformulare für Summer Schools überprüft, ob dort welche zur Vermittlung von Informationskompetenz registriert sind. Sofern möglich, wurde sowohl über die Kategorien als auch über das Suchfeld nach Summer Schools gesucht, die sich der Vermittlung von Informationskompetenz widmen.

In Großbritannien waren keine Summer Schools hinsichtlich dieser Thematik registriert. Das ergab die Betrachtung der Kategorien, sowie die Suche nach „library“, „information literacy“ und „information“. (vgl. Contrada 2010)

Das europäische Suchformular für Summer Schools ergab dasselbe. (vgl. Summer Schools 2010a). Auch über den DAAD fand sich keine Summer School, die allein darauf ausgerichtet war, Informationskompetenz zu vermitteln. (vgl. DAAD 2010)

Auf einer Website der USA fand sich weder in „Summer Camps/Programs“, noch in „Summer Pre-University“ ein Programm zur Vermittlung von Informationskompetenz. Auch an Informationen, ob in den angebotenen Kursen zumindest zum Teil Informationskompetenz vermittelt wird, mangelte es. (vgl. Study in the USA 2010)

Zusammenfassend ist festzustellen:

- Einige Bibliotheken bieten einzelne Kurstermine im Sommer zur Vermittlung von Informationskompetenz an.
- Ein paar Bibliotheken vermitteln Informationskompetenz im Zuge anderer Summer Schools ihrer Hochschule.
- Es gibt viele Summer Schools mit einer Beziehung zu Informationskompetenz für das Fachpublikum.
- In Einzelfällen gibt es Summer Schools, die Informationskompetenz vermitteln und nicht nur dem Fachpublikum offenstehen.

Für die Konzeptentwicklung folgt daraus, dass es keine Konzepte für eine Summer School gibt, deren Schwerpunkt auf der Vermittlung von Informationskompetenz an Studierende liegt, auf denen für das angedachte Konzept aufgebaut werden kann. Daher liegt mit dem nachfolgend ausgearbeiteten Summer School Konzept wohl ein neuer Ansatz für Teaching Libraries vor.

7.3 Zwischenbilanz

Bisher wurde erläutert, was die Teaching Library Bewegung ist, worin Informationskompetenz besteht und warum sie wichtig ist. Es wurde außerdem festgestellt, dass das Image von Bibliotheken nicht dem entspricht, was tatsächlich geleistet wird. Über das Event-Marketing wurde eine Möglichkeit aufgezeigt, wie sich das Image durch Interaktion mit den Teilnehmern positiv beeinflussen lässt. Die Befragung ergab, dass es Bibliotheken vor allem an personellen und finanziellen Kapazitäten mangelt, doch dass der Bedarf nach Angeboten steigt. Die Recherche nach dem Begriff „Summer School“ verdeutlichte, dass eine Summer School eine Atmosphäre bieten kann, die den Studierenden im Studienalltag fehlt. Bisher gibt es basierend auf einer Internet- und Datenbankrecherche kein Summer School Konzept, das sich speziell auf die Vermittlung von Informationskompetenz an Studierende beschränkt.

8. Das Summer School Konzept

Darauf basierend soll nun das Konzept einer „Summer School“ entwickelt werden. Außerdem soll das Für und Wider einer Summer School zur Vermittlung von Informationskompetenz erläutert werden. Abschließend wird im Ausblick auf die nächsten Schritte für die mögliche Umsetzung hingewiesen.

8.1 Didaktische und lerntheoretische Überlegungen

Vor der Entwicklung der einzelnen Komponenten des Summer School Konzepts steht eine Auseinandersetzung mit Didaktik und Lerntheorie, da der Lernfortschritt der Studierenden im Hinblick auf Informationskompetenz eines der Hauptziele der Summer School ist.

Didaktik und Lerntheorien beschäftigen sich damit, wie Menschen lernen.

Allerdings betrachten Lerntheorien, wie einzelne Personen lernen, und sie müssen sich dabei nicht zwingend auf das Unterrichtsgeschehen beziehen. Didaktik hingegen fokussiert ausnahmslos das Unterrichtsgeschehen und betrachtet die gesamte Situation zwischen Lehrenden, Studierenden, dem Raum, den Materialien und anderen Einflussfaktoren. (vgl. e-teaching 2006, S. 2-3)

Eine Beschäftigung mit beiden Perspektiven wird für die Konzeptentwicklung als unerlässlich angesehen, damit möglichst optimale Lernbedingungen innerhalb des Konzepts geschaffen werden können.

Im Folgenden wird daher zunächst auf lerntheoretische Aspekte eingegangen, dann auf das Modell der handlungsorientierten Didaktik. Anschließend wird behandelt, inwiefern David Kolbs „Experiential Learning Theory“ für die Summer School von Nutzen sein kann. Zu guter Letzt werden Schlussfolgerungen für das Konzept gezogen.

Studierende lernen oft nur oberflächlich. Tieferes Verständnis zu erlangen setzt voraus, dass die Studierenden sich eingehend mit der Materie beschäftigen.

(vgl. Levy 2005, S. 27)

Das Lehrkonzept beeinflusst, wie gut Studierende lernen.

Daher gilt es, einen pädagogischen Weg zu finden, der die Studierenden dazu bewegt, sich nicht nur oberflächlich mit Informationskompetenz zu beschäftigen.

Dabei unterscheidet man im Wesentlichen zwei Richtungen. Eine Richtung besteht in Konzepten und Theorien, in denen der Lehrende im Mittelpunkt steht. In ihnen geht es darum, Wissen und Konzepte eines Studienfachs zu vermitteln.

Die andere Richtung besteht in Konzepten und Theorien, bei denen die Studierenden im Mittelpunkt stehen. In ihnen geht es darum, nicht nur Wissen zu vermitteln, sondern auch den Studierenden zu helfen, ihre persönliche Sichtweise und ihr individuelles Verständnis zu entfalten. Diese Richtung ist effektiver, wenn es darum geht, Studierende zu tieferem Lernen zu bewegen. (vgl. Levy 2005, S. 28)

In der Praxis sind sich die Anhänger der letztgenannten Richtung – dem Konstruktivismus – weitestgehend einig, dass das Lernen als aktiv, situationsbezogen und sozial charakterisiert werden kann. (vgl. Levy 2005, S. 28-29)

Lernen ist aktiv, weil es durch aktive Beteiligung dem Lernenden gelingt, unter Anderem Erfahrungen und Informationen umzusetzen, zu reflektieren und Konzepte zu erstellen. Lernen ist außerdem situationsbezogen, weil abstrakte Konzepte den Studierenden nachhaltig vermittelt werden, indem man sie auf Situationen oder Probleme bezieht, die den Studierenden nah sind. Auf diese Weise lernen die Studierenden, in welchem Kontext und wie sie ein Konzept anwenden können. Lernen ist letzten Endes sozial, da das Austauschen von Informationen und Feedback eine wichtige Rolle für das Lernen spielt. Ohne Interaktion wird kein Lernerfolg erzielt. (vgl. Levy 2005, S. 29-32)

Daher ist es konstruktivistischen Lerntheorien zufolge sinnvoll, konkrete und praxisnahe Probleme zu behandeln, die Aktivität beim Lernen zu fördern und die Lernsituation sozial zu gestalten. Auf diese drei Aspekte wird nachfolgend ein wenig genauer eingegangen.

Bei problemorientierter Wissensvermittlung wird von Beginn an anhand einer bestimmten Problemstellung gearbeitet, sie fördert insbesondere die Entwicklung von neuem Wissen und neuen Kompetenzen. (vgl. Pfäffli 2005, S. 194)

Daher liegt die Nutzung dieser Methode für die Vermittlung von Informationskompetenz nahe.

Aktives Lernen bezeichnet die Verarbeitung von dargebotenem Wissen und die Anwendung desselben in Übungen oder konkreten Aufgaben. Es geht auch darum,

das Wissen kritisch zu hinterfragen, beziehungsweise sich damit intensiv auseinanderzusetzen.

Damit plädiert aktives Lernen dafür, dass Studierende ihr Lernen selbst bestimmen. Es ist allgemein anerkannt, dass reines Zuhören und anschließendes Auswendiglernen nicht dafür geeignet sind, das Verständnis der Studierenden nachhaltig zu fördern und sie zu befähigen, erlerntes Wissen auch umzusetzen. Übungen, Gruppenarbeiten oder Projekte fördern unter Anderem aktives Lernen. (vgl. Pfäffli 2005, S. 93-96)

Lernen kann sozial gestaltet werden, indem man kooperative, beziehungsweise kollaborative Lernmethoden in den Unterricht integriert. Diese Methoden stellen das Lernen innerhalb einer Gruppe in den Mittelpunkt und basieren auf soziokulturellen Lerntheorien. Soziokulturelle Lerntheorien beschreiben, dass Lernen zunächst vor allem durch soziale Interaktion stattfindet, und zwar in einem kulturellen Netzwerk. So lernen Kinder beispielsweise nicht dadurch, dass man ihnen einen Instruktionstext in die Hand gibt, sie lernen voneinander, von ihren Eltern oder beispielsweise von Kindergärtnern. Etwas bekommt für sie eine Bedeutung dadurch, dass sie sehen, wie andere damit umgehen. Dieser Umstand trifft auch auf Erwachsene zu. Daher spielt das Lernen in Gruppen eine wichtige Rolle für den Lerneffekt. (vgl. Wang 2007, S. 151)

Nicht jede Gruppenarbeit ist für kooperatives Lernen geeignet.

Um kooperatives Lernen zu ermöglichen, muss eine Gruppe an einer gemeinsamen Aufgabe arbeiten. Die Weichenstellung dafür ist, dass jedes Gruppenmitglied seinen Beitrag leistet und dass Interaktion stattfindet. (vgl. Farmer 1999, S. 1)

Studierende und Lehrende agieren in kooperativen Lernsituationen auf einer Ebene, die Lehrenden unterstützen und ermöglichen durch geeignete Rahmenbedingungen und Anregungen den Lernprozess der Studierenden, geben ihn aber nicht vor.

(vgl. Wang 2007, S. 156)

Nachgewiesenermaßen verbessert kooperatives Lernen nicht nur die Teamfähigkeit und das Selbstbewusstsein der Studierenden, sondern auch ihre Einstellung dem Unterricht gegenüber. Da andere von ihrer Arbeit abhängen, erhöht sich außerdem ihre Motivation. Bei praxisnahen Aufgaben wird zusätzlich das Verständnis der Studierenden für die Vorteile des Lerninhalts gesteigert. Durch den gegenseitigen Austausch von Ideen, Erfahrungen und Informationen können die Studierenden

außerdem ihr Wissen testen und Gelerntes übertragen. Damit ermöglicht das Arbeiten in einer Gruppe es, Aufgaben zu bewältigen, die man allein nicht geschafft hätte. (vgl. Farmer 1999, S. 1-2)

Kollaboratives Lernen, Konstruktivismus und Soziokulturelle Lerntheorien hängen eng zusammen und orientieren sich aneinander. (vgl. Jacklin 2010, S. 2-3)

Eine Kombination dieser drei miteinander verbundenen Theorien in Veranstaltungen zur Vermittlung von Informationskompetenz führt zu guten Lernerfolgen, engagierten und motivierten Studierenden und das Interesse für Informationskompetenz wird geweckt, wie von Jacklin durch Erfahrung aus der Praxis berichtet wird.

(vgl. Jacklin 2010, S. 11-15)

Mögliche Schwierigkeiten bei der Vorbereitung und Durchführung liegen in dem vermehrten Vorbereitungsaufwand, und möglichen Engpässen bei Materialien oder Ressourcen. Außerdem befindet Jacklin, dass eine Befolgung dieser Theorien und Prinzipien bei besonders großen Teilnehmerzahlen und kurzen Unterrichtseinheiten schwierig ist. (vgl. Jacklin 2010, S. 11)

Ein klarer Vorteil der Summer School liegt darin, dass zu große Teilnehmerzahlen und kurze Unterrichtseinheiten vermieden werden können.

Die wichtigsten Ideen dieser drei lerntheoretischen Komponenten lassen sich in der handlungsorientierten Didaktik wiederfinden.

Studierende sollen am Ende des Unterrichts in der Lage sein, gelerntes Wissen anzuwenden – doch viele didaktische Modelle ermöglichen genau das nicht.

Handlungsorientierte Didaktik besteht in Methoden und Ideen, die Studierende befähigen sollen, Kompetenzen zu erwerben, die sie auch in konkreten Problemsituationen anwenden können. (vgl. Pfäffli 2005, S. 189-190)

Die wichtigsten Komponenten handlungsorientierter Didaktik sind nach Pfäffli (vgl. Pfäffli 2005, S. 192-194):

- Die Nutzung realistischer und praxisnaher Aufgaben im Unterricht, die anspruchsvoll sind, aber die Studierenden nicht überfordern. Sie dienen nicht nur der Verständlichkeit, sondern lassen die Studierenden auch den Nutzen und Bedeutung des zu Lernenden erkennen.
- Aktives Lernen

- Kooperatives/kollaboratives Lernen
- Wissen muss in mehreren, verschiedenen Übungen angewendet werden, um es zu verfestigen. Denn innerhalb von vierundzwanzig Stunden, nachdem Menschen etwas gelernt haben, haben sie bereits 80 % des Gelernten wieder vergessen, es sei denn, man wirkt dem entgegen (vgl. Cooperstein 2004, S. 145).
- Der Verfolgung und Überprüfung bestimmter Lernziele.
- Eigenverantwortliches Lernen fördert die Motivation der Studierenden und ermöglicht es ihnen, ihre organisatorischen Fähigkeiten weiterzuentwickeln, die Lehrenden übernehmen dementsprechend vermehrt eine beratende Funktion.

Cooperstein und Kocevar-Weidinger halten fest, dass Bibliothekare aktives Lernen, kooperatives Lernen und praktische Übungen durchaus als effektiv und nützlich anerkannt haben. (vgl. Cooperstein 2004, S. 141)

Was jedoch derzeitig unter „aktivem Lernen“ veranstaltet wird, hat laut Cooperstein und Kocevar-Weidinger wenig mit dem zu tun, was von den Begründern der Theorie beabsichtigt war. Aktives Lernen im ursprünglichen Sinn befindet, dass jegliches Lernen von Erfahrungen ausgeht, es geht weniger darum, Studierende irgendwann aktiv werden zu lassen, sondern vielmehr darum, gleich zu Anfang mit Aktivität Erfahrungen zu ermöglichen, von denen Lernen ausgehen kann. (vgl. Cooperstein 2004, S. 141)

Einer der Begründer des Konzepts des „aktiven Lernens“ ist David Kolb (vgl. Cooperstein 2004, S. 141). Die „Experiential learning theory“ von David Kolb und seine Auffassung zu Lernstilen eignen sich als Modell besonders für das Erlernen von Fähigkeiten und Kompetenzen und sind auf die Hochschullehre übertragbar (vgl. Levy 2005, S. 32). Daher habe ich mich etwas näher mit dieser Theorie beschäftigt.

Die Basis der „Experiential learning theory“ von David Kolb ist die Erfahrung des Lernenden. Damit gehört sie zu den Theorien, deren Fokus auf den Studierenden liegt und ein tieferes Lernverständnis besonders begünstigt.

Die „Experiential learning theory“ versteht den Lernprozess als eine Spirale, die aus vier Stufen besteht und mindestens einmal vollständig durchlaufen werden muss,

damit nachhaltiger Lernerfolg erzielt wird. Je öfter man die einzelnen Stufen durchläuft, desto tiefer wird das Verständnis.

(vgl. Kolb 1999, S. 2-3, vgl. Kolb 2006, S. 6-7)

Die vier Stufen sind:

1. Der Lernende sammelt Erfahrungen, bei denen er Beobachtungen macht.
2. Der Lernende reflektiert die Beobachtungen, die er gemacht hat.
3. Der Lernende bildet daraus ein abstraktes Konzept.
4. Der Lernende experimentiert basierend auf dem Konzept.

Durch Experimentieren gelangt der Lernende wieder zu neuen Erfahrungen und es kann zu einem erneuten Lernprozess kommen.

Der Lernprozess kann anhand zweier Dimensionen beschrieben werden: Konkret oder abstrakt und reflexiv oder aktiv. Erfahrungen sind konkret, Konzepte hingegen abstrakt. Beobachtungen sind ein reflexiver Prozess, bei Experimenten hingegen ist der Lernende aktiv. (vgl. Kolb 1999, S. 2-4)

Die Lernstile von Studierenden unterscheiden sich laut Kolbs Theorie darin, welche Stufen des Lernprozesses bevorzugt werden. (vgl. Kolb 1999, S. 3-4)

We resolve the conflict between concrete or abstract and between active or reflective in some patterned, characteristic ways. We call these patterned ways 'learning styles.' (Kolb 1999, S. 4)

Ein Individuum ist nicht an einen Lernstil gebunden, sondern sein Lernverhalten wird durch einen Lernstil dominiert. Die Lernstile kann man wie folgt charakterisieren (vgl. Kolb 1999, S. 4-7):

- *Diverging style*: Der Lernende bevorzugt konkrete Erfahrungen und Beobachtungen zu machen. Er ist besonders gut darin, Ideen zu entwickeln und Informationen zu sammeln. Aufmerksames Zuhören, persönliches Feedback und Gruppenarbeiten liegen ihm. Er tendiert zu der Beschäftigung mit Geisteswissenschaften.
- *Assimilating style*: Der Lernende bevorzugt abstrakte Konzepte und Beobachtungen zu machen. Er ist besonders gut darin, eine große Menge an Informationen logisch zu ordnen. Die Logik einer Theorie ist ihm wichtiger als ihre Anwendbarkeit. Vorlesungen und Modelle entfachen sein

Interesse. Er bevorzugt Lektüre und Lerninhalte für sich selbst zu durchdenken. Er tendiert zu der Verfolgung einer wissenschaftlichen Karriere.

- *Converging style*: Der Lernende bevorzugt abstrakte Konzepte und Experimente. Er ist besonders gut darin, Theorien praktisch anzuwenden. Probleme löst er, indem er aktiv nach Lösungen sucht. Simulationen, Experimente, Labortätigkeiten und praktische Anwendungen liegen ihm am besten. Er tendiert zu technischen Studienfächern.
- *Accommodating style*: Der Lernende bevorzugt Experimente durchzuführen und konkrete Erfahrungen zu machen, aus denen er direkt seinen Lernerfolg zieht. Er ist besonders gut darin, Pläne auszuführen und Engagement bei Herausforderungen zu zeigen. Entscheidungen trifft er oft eher aus dem Bauchgefühl heraus anstatt anhand von Analysen. Gruppenarbeiten, Zielsetzungen, Projektarbeit und Feldarbeit liegen ihm besonders gut. Er tendiert zu Karrieren, in denen es darum geht, ständig in Aktion und effektiv zu sein.

Levy erläutert, dass die Experiential learning theory bereits als Rahmen für Veranstaltungen zur Vermittlung von Informationskompetenz vorgeschlagen worden ist, und sie gibt ein kurzes Beispiel, wie das aussehen könnte:

Nach einer interesseweckenden Einstiegsaufgabe gibt es eine Übung, die reflektiert wird. Danach führt eine Aufgabenstellung zu der Betrachtung anderer Sichtweisen, Möglichkeiten und Schlussfolgerungen. Abschließend werden die Studierenden dazu ermutigt, das Gelernte auf eine neue Aufgabe anzuwenden oder zu überlegen, wie sie in Zukunft das Gelernte benutzen können. (vgl. Levy 2005, S. 33)

Für die Fortbildung innerhalb der Summer School ergeben sich aus diesen didaktischen und lerntheoretischen Erkenntnissen folgende Empfehlungen:

- Bei jeder sinnvollen Gelegenheit sollte kollaboratives, beziehungsweise kooperatives Lernen ermöglicht werden.
- Die Aktivität der Teilnehmer sollte in höchstem Maß gefördert werden. Ein reiner Frontalvortrag ist dazu kaum geeignet. Deshalb sollten zusätzlich zu

Gruppenarbeiten auch zum Beispiel Übungen und Diskussionen als Unterrichtsmethode genutzt werden.

- Von Beginn der Summer School an sollten die Studierenden die Gelegenheit haben, an Problemstellungen und Aufgabenstellungen zu arbeiten, die so praxis- und lebensnah wie möglich sind.
- Es sollten Lernziele gesetzt und überprüft werden.
- Die Teilnehmer der Summer School sollten die Möglichkeit haben, des Öfteren eigenständig zu arbeiten.
- Die Inhalte sollten so vermittelt werden, dass der Lernprozess der Experiential learning theory durchlaufen wird. Folglich müssen den Teilnehmern Möglichkeiten gegeben werden, Erfahrungen zu machen, zu Beobachtungen zu kommen, Konzepte zu betrachten und zu durchdenken, und zu experimentieren. Dadurch werden auch die verschiedenen Lernstile laut Kolb angesprochen.
- Während der Summer School sollte auf bereits vermittelte Inhalte zurückgegriffen werden, beziehungsweise die wesentlichen Punkte sollten wiederholt werden, um der Vergessenskurve entgegen zu wirken.

Hochschulbibliotheken besitzen bereits Konzepte zu Unterrichtsgestaltung und Methodik, so nannten einige in der Befragung explizit das Learning Library Prinzip, als nach der Art ihrer Veranstaltungen in Frage 2 gefragt wurde (vgl. Anhang 5, S. o). Ich halte es für vollkommen legitim, an bestehenden Konzepten zur Methodik und Unterrichtsgestaltung festzuhalten. Allerdings zeigt die Theorie, dass aktivierende, kooperative und problemorientierte Lehrmethoden besonders für die Vermittlung einer Kompetenz und die Motivation von Studierenden geeignet sind. Zudem bietet die Summer School genügend Zeit und Möglichkeiten, handlungsorientierte Didaktik umzusetzen.

8.2 Zielsetzungen

Die Summer School ist eine einmalige Gelegenheit, intensiv mit motivierten Studierenden zu arbeiten und die Kompetenz der Bibliothekare unter Beweis zu stellen. Ferner wird die Bibliothek als moderne, zeitgemäße Einrichtung präsentiert, die nicht nur etwas von Informationsvermittlung, sondern auch von Unterhaltung und Interaktivität versteht. Die Strahlkraft des Events „Summer School“ hilft der Bibliothek,

ihre Zielgruppen auf sich aufmerksam zu machen, ihre Bedeutung zu untermauern und ihr Image zu verbessern.

Als Event liegt der Schwerpunkt der Summer School auf der Fortbildung. Allerdings enthält sie auch unterhaltende und einzigartige Elemente, die sich von dem Alltag der Teilnehmer unterscheiden. Die Ästhetik des Events wird durch eine entspannte Atmosphäre, in der Zusammengehörigkeit und Austausch im Mittelpunkt stehen, bestimmt.

Die Summer School soll gemäß der Begriffsrecherche Kultur-, Freizeit- und Fortbildungsmöglichkeiten anbieten. Die Vermittlung von Informationskompetenz hat oberste Priorität. Die Summer School soll außerdem die Stellung der Bibliothek innerhalb der Universität und ihr Netzwerk stärken, ihr Image verbessern, aber auch Spaß machen. Die Vernetzung der Bibliothek innerhalb der Hochschule spielt eine wichtige Rolle für den Erfolg der Angebote der Bibliothek. Je besser der Austausch zwischen Bibliothekaren und Lehrpersonal ist, desto eher lassen sich Angebote zur Vermittlung von Informationskompetenz in die Fächer integrieren und werden auch durch das Lehrpersonal propagiert (vgl. Harrison 2010, S. 92).

Daraus ergeben sich im Einzelnen die folgenden Zielsetzungen:

- Informationskompetenz wird den Teilnehmern vermittelt.
- Das Bewusstsein für die Bedeutung von Informationskompetenz für Studium und Beruf wird bei den Teilnehmern geweckt.
- Die Bibliothek baut ihr Kontaktnetzwerk innerhalb der Hochschule aus.
- Das Image der Bibliothek wird durch das Auftreten als kompetenter Ansprechpartner und Ausbilder verbessert.
- Die Bibliothek erhält ein Alleinstellungsmerkmal durch die Organisation der Summer School.
- Die Kultur- und Unterhaltungsanteile der Summer School dienen im Zuge des Event-Marketings zur Emotionalisierung der Teilnehmer und zur Auflockerung der Atmosphäre zwischen Lehrenden und Studierenden.

8.3 Komponenten des Summer School Konzepts

Der Grundgedanke der Summer School ist eine intensive und aktive Beschäftigung mit der Erlangung von Informationskompetenz innerhalb von fünf Tagen in der vorlesungsfreien Zeit im Sommer. Die Zielgruppe der Studierenden, für die die Summer School konstruiert wird, soll jährlich wechseln (Kapitel 8.3.1, S. 49-51). Damit müssen auch die Veranstaltungsinhalte jedes Jahr neu angepasst werden, das Grundkonstrukt bleibt jedoch erhalten. Innerhalb der Summer School werden verschiedene Veranstaltungsarten und –inhalte kombiniert. Die Teilnahme ist freiwillig. Für die Veranstaltungen der Summer School werden die Räumlichkeiten und technischen Möglichkeiten der Universität genutzt. Die Werbung für die Summer School erfolgt frühzeitig über alle verfügbaren Mittel. Die Veranstaltung wird im Hinblick auf die Zielsetzungen alljährlich evaluiert und entsprechend der entdeckten Defizite verbessert.

8.3.1 Zielgruppe

Da die Wahl der Zielgruppe das gesamte Konzept bestimmt – vom Angebot bis hin zur Werbung – wird diese Grundsatzentscheidung als erstes erläutert.

Die Zielgruppe der Summer School orientiert sich an bestimmten Fächergruppen, um zu gewährleisten, dass die Schulungen sich spezifisch auf das Rechercheverhalten, die Probleme und die Aufgabenstellungen der jeweiligen Studierenden beziehen können. Verschiedene Studien zum Nutzungsverhalten kamen nämlich zu dem Ergebnis, dass sich das Suchverhalten von Studierenden je nach Studienrichtung unterscheidet. (vgl. Connaway 2010, S. 5)

Für problemorientierte Wissensvermittlung ist es folglich von Vorteil, wenn die Teilnehmer einen ähnlichen Hintergrund haben. Die Studierenden sollten in der Lage sein, sich mit den Problemen und Themen der anderen Mitglieder innerhalb ihrer Schulungsgruppe identifizieren zu können, denn Konzepte und Fähigkeiten lernen Studierende am besten anhand naheliegender Sachverhalte und Erfahrungen (vgl. Levy 2005, S. 31). Weiterhin dient ein spezifisches Angebot dazu, das Interesse der Studierenden zu wecken.

Von einer Summer School, die alle Studierenden einschließt, wird abgesehen, weil dies keine spezifischen Angebote möglich machte und der Nutzen damit abhanden käme. In einem Summer School Konzept, bei dem viele verschiedene Veranstaltungen für verschiedene Zielgruppen kombiniert werden und die

Studierenden selbst entscheiden, woran sie teilnehmen, wäre eine intensive Vermittlung von Informationskompetenz nicht möglich gewesen. Die Summer School liefe somit Gefahr, zu einem Veranstaltungswirrwarr zu führen, das niemandem einen Mehrwert im Vergleich zu den bestehenden Angeboten bietet. Ein Merkmal von Summer Schools ist schließlich die Kompaktheit des Angebots. Um also ein kompaktes Angebot bieten zu können, ist die Konzentration auf bestimmte Studienrichtungen unerlässlich.

Wie viele Studiengänge durch die Summer School angesprochen werden, hängt mit den Strukturen der jeweiligen Universität und der Personalkapazität der Bibliothek zusammen. Zu beachten sind daher, welche Art von Studiengängen und welche Zusammenfassung der Fächer an der Universität bereits existieren, zum Beispiel durch Fachschaften. An der Humboldt Universität in Berlin gibt es unter anderem zwei Mathematisch-Naturwissenschaftliche und vier Philosophische Fakultäten. In der ersten Mathematisch-Naturwissenschaftlichen-Fakultät sind Biologie, Chemie und Physik zusammengefasst. Das sind Fächer, die miteinander in Beziehung stehen. Eine gemeinsame Schulung für die Studierenden dieses Bereichs sollte ohne größere Probleme möglich sein. Unter dem Dach der zweiten Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät sind allerdings Geographie, Mathematik, Informatik und Psychologie vereint. (vgl. Humboldt 2010)

Eine Ausrichtung der Summer School nach Fakultäten wäre somit problematisch, da Fakultäten nach anderen Prinzipien entstehen und man die Interessen von Studierenden der Geographie und der Psychologie in einer Schulung zum Thema Datenbankrecherche schwer vereinen kann. Rechercheprobleme von Studierenden der Mathematik und Informatik dürften eher miteinander in Beziehung stehen. Demnach vorstellbar wäre beispielsweise eine Summer School für Studierende der Naturwissenschaften, im nächsten Jahr eine für die geisteswissenschaftlichen Studiengänge, darauf dann könnte es eine Summer School für Studiengänge im Bereich Wirtschaft geben und schließlich für technische Studiengänge etc.

Die Anzahl der verfügbaren Bibliothekare und Fachreferenten für die entsprechende Fächergruppe spielt ebenfalls eine Rolle bei der genauen Auswahl der Studiengänge, für die die Summer School entwickelt wird, denn Parallelveranstaltungen sollen möglich sein. In der Summer School sollen nämlich Erstsemester und Fortgeschrittene zusammentreffen. Daraus ergibt sich für die Studierenden die Möglichkeit, andere Studierende aus jüngeren, beziehungsweise älteren Semestern

von in Verbindung stehenden Studiengängen kennenzulernen. Für die Bibliothekare und Fachreferenten bietet sich eine Plattform, auf der sie sich mit einigen Erstsemestern bekannt machen, aber auch höhere Semester ganz gezielt fortbilden können.

Als Fortgeschrittene sind all diejenigen Studierenden zu verstehen, die bereits ein oder mehrere Fachsemester an der Universität absolviert haben. Sie kennen die Anforderungen an Studierende größtenteils und es ist anzunehmen, dass sie die Systematik und das Gebäude der Bibliothek durch ihr Studium bereits kennengelernt haben. Daher muss das Angebot zwischen ihnen und Erstsemestern integrieren und differenzieren.

8.3.2 Zeitpunkt

Der Zeitpunkt der Summer School muss sorgfältig weit im Voraus gewählt werden. Zu beachten ist dabei nicht nur die Personalplanung, sondern auch welche anderen Termine an der Universität im möglichen Zeitraum bestehen, um Überschneidungen weitestgehend zu vermeiden und um genügend Räumlichkeiten zur Verfügung zu haben.

Bei der eigenen Personalplanung sollte die Möglichkeit einer Urlaubssperre für den Summer School Termin besprochen werden. Bei der Wahl des Zeitpunkts für die Summer School ist je nach Zielgruppe zu klären, wann Hausarbeitsabgabe- oder Klausurtermine anstehen. Je nach Vorlauf könnten Pläne sogar abgestimmt werden. Der Summer School Termin sollte möglichst nicht zu dicht an Klausur- oder Abgabeterminen liegen, damit die Studierenden Zeit haben, sich auf die Summer School zu konzentrieren. Auch die Erfahrungswerte, in welchen Monaten im Sommer die Studierenden am ehesten nicht vor Ort sind, sollten die Wahl des Zeitpunkts beeinflussen. Eine Summer School muss nicht zwangsweise in Juli oder August stattfinden. Bei meiner Recherche fand ich Summer Schools in Europa mit Terminen von Mai bis einschließlich September (vgl. Summer Schools 2010a). Man kann eine Veranstaltung im September also durchaus noch „Summer School“ nennen.

8.3.3 Dauer

Die Dauer der Summer School hängt ähnlich wie der Zeitpunkt von den sonstigen Veranstaltungen der Universität und der Personalplanung ab. Die benötigten Räumlichkeiten müssen über den gesamten Zeitraum verfügbar sein. Das Personal

muss anwesend und auch bereit sein, für die Dauer der Summer School einer höheren Arbeitsbelastung standzuhalten. Wiederum sollten Überschneidungen mit Konkurrenzveranstaltungen vermieden werden. Um genügend Zeit für die Angebote und Inhalte zu offerieren, wird eine Dauer von fünf Tagen für ausreichend gehalten. Fünf Tage bieten Zeit, intensiv mit den Teilnehmern zu arbeiten, gleichzeitig werden die Ressourcen der Bibliothek nicht allzu lange belastet.

8.3.4 Veranstaltungsarten und –inhalte

Nach Abhandlung der Rahmenbedingungen, die durch Didaktik, Lerntheorie, Zielgruppe, Zeitpunkt und Dauer der Summer School gegeben sind, erfolgt nun die Erläuterung zu den Angeboten der Summer School.

Das Hauptziel der Summer School ist die Vermittlung von Informationskompetenz, daher überwiegt der Anteil der Fortbildung in Form von Schulungen.

Während der Schulungen müssen Erstsemester und Fortgeschrittene zeitweise getrennt werden, um den unterschiedlichen Niveaus gerecht zu werden. Außer Schulungen werden auch Vorträge angeboten. Der Unterhaltungsanteil der Summer School besteht aus Wettbewerben, Kino und einer Party.

Der Kulturanteil wird hauptsächlich in den gemeinsamen Mittagessen, im Kino, bei einer Exkursion und auf der Party geboten.

Nachfolgend werden die einzelnen Anteile des Angebots der Summer School genauer charakterisiert und begründet.

8.3.4.1 Fortbildung

Der Fortbildungsanteil der Summer School ist am größten, da die Vermittlung von Informationskompetenz im Vordergrund steht. Ein Ziel ist es auch, das Bewusstsein für die Bedeutung von Informationskompetenz zu wecken.

Der Lernerfolg der Studierenden hat also oberste Priorität. Weiterhin bietet der Fortbildungsanteil der Summer School den Bibliothekaren die Möglichkeit, ihre Expertise unter Beweis zu stellen und durch die Interaktion mit den Teilnehmern direkt ihr Image und das der Bibliothek zu beeinflussen.

Die aus Lerntheorie und Didaktik gezogenen Schlussfolgerungen für das Summer School Konzept müssen bei der Erstellung der konkreten Fortbildungsangebote

berücksichtigt werden. Innerhalb dieses Konzepts wird anhand zweier Möglichkeiten aufgezeigt, wie eigenverantwortliches, aktives und kooperatives Lernen eingesetzt werden kann im „Experiential Learning Theory“-Zyklus.

Zu Anfang könnten die Studierenden mit verschiedenen Ressourcen zu einem bestimmten Rechercheproblem experimentieren und dann in Gruppen diskutieren und Schlussfolgerungen über Art, Nützlichkeit und Funktionsweise der Ressourcen ziehen, um dann in einer Präsentation und Diskussion der Ergebnisse zu einem Fazit zu kommen. Abschließend könnte der Lehrende simulieren, wie er vorgehen würde, um gute Ergebnisse mit den Ressourcen zu erzielen.

Alternativ könnten Freiwillige, die ein Rechercheproblem hatten oder demnächst einer Aufgabe gegenüberstehen, ihre Situation zu schildern. Die Studierenden sollten dann in Gruppen Konzepte entwickeln, wie vorzugehen wäre. Anschließend könnten die Studierenden ihr Konzept umsetzen und schließlich ihre Beobachtungen reflektieren, um zu Schlussfolgerungen kommen, was gut funktioniert hat und wie sie das nächste Mal vorgehen würden.

Die verschiedenen Lernstile der Studierenden werden im Bereich Fortbildung durch unterschiedliche Angebote und Methoden angesprochen. In den Schulungen bieten Anwendungen und Übungen Möglichkeiten, Erfahrungen zu sammeln und zu experimentieren. Gruppenarbeiten und Diskussionen können dazu dienen, Beobachtungen zu reflektieren oder zu Konzepten zu kommen. Da einige Lernstile passive Aufnahme von Informationen bevorzugen, sollten die Angebote der Summer School auch Vorträge beinhalten. Eine weitere Möglichkeit, diese Lernstile anzusprechen, wäre einen Artikel zur Lektüre zu geben während einer Schulungsphase. Für die Anwendung verschiedener Methoden innerhalb der Schulungsphasen spricht außerdem, dass abwechslungsreicher Unterricht die Konzentration und das Interesse der Teilnehmer fördert (vgl. Meier 2003a, S. 148).

Grundsätzlich sollte die Entscheidung, welche Inhalte in den Schulungsphasen vermittelt werden, zunächst von den Vorkenntnissen und Erwartungen der Teilnehmer abhängig gemacht werden. Berücksichtigt man diese Faktoren nicht, kann es leicht zu einer Unter- oder Überforderung der Teilnehmer und damit auch zu einem schlechten Lernerfolg kommen (vgl. Meier 2003a, S. 110).

Geisteswissenschaftler werden sich beispielsweise für andere Ressourcen

interessieren als Naturwissenschaftler, und was für Erstsemester neu ist, würde ältere Semester langweilen. Daher sollte zu Beginn der Summer School mit den Teilnehmern besprochen werden, was sie für Vorkenntnisse besitzen und was sie von der Summer School erwarten. Die Einstellung auf die Erwartungen und das Finden eines gemeinsamen Nenners innerhalb der Gruppe erfordert hohe Flexibilität von Seiten des Lehrenden (vgl. Meier 2003a, S. 118-120).

Bei der Auswahl der Inhalte spielt auch eine Rolle, welche Inhalte und Materialien für Schulungen an der jeweiligen Hochschulbibliothek bereits existieren. Diesbezüglich sollte man bewährte Angebote integrieren, denn die Befragung zeigte, dass bereits sehr spezielle Angebotsinhalte an Hochschulbibliotheken bestehen.

Wichtig ist, die Summer School nicht mit Inhalten zu überladen. Sie bietet zwar viel Zeit, mit den Teilnehmern zu arbeiten, aber letztlich ist die Zeit begrenzt. Zu viel Inhaltsvermittlung bedeutet meistens einen geringeren Lernerfolg für die Teilnehmer (vgl. Meier 2003a, S. 30).

Lernen ist situationsbezogen – besonders wenn es um die Vermittlung von Konzepten geht, somit ist die Situation der Studierenden mit einzubeziehen, was durch die Festlegung auf bestimmte Zielgruppen erleichtert wird. Die Teilnehmer können daher anhand ihrer spezifischen Bedürfnisse lernen, wie sie informationskompetent arbeiten.

Diese Faktoren berücksichtigend sollten vor der Umsetzung konkrete Lernziele für die Zielgruppe formuliert werden. Diese können sich an den Big 6 orientieren.

Der „Big 6 Skill Approach“ stellt ein Konzept zur Erlangung von

Informationskompetenz dar und richtet sich dabei nach der am Anfang dieser Arbeit dargestellten Begriffsdefinition von „Informationskompetenz“ (vgl. Lux 2004, S. 38).

Die sechs Stufen dieses Ansatzes eignen sich als Leitfaden für die Inhaltsvermittlung während der Schulungsphasen der Summer School. Sie bilden einen Prozess ab, der es Studierenden ermöglicht, effizient und effektiv ihr Informationsproblem zu bewältigen. Dabei muss der Prozess nicht strikt dieser Reihenfolge folgen (vgl. Eisenberg 2007):

- *Task Definition*

Das Informationsdefizit und die benötigten Informationen werden identifiziert.

- *Information Seeking Strategies*
Ideen für nützliche Ressourcen werden zusammengetragen und die besten werden für die benötigten Informationen ausgesucht.
- *Location and Access*
Die Ressourcen werden ausfindig gemacht und auf die benötigten Informationen wird zugegriffen.
- *Use of Information*
Die gefundenen Informationen werden ausgewertet.
- *Synthesis*
Die extrahierten Informationen werden organisiert und präsentiert.
- *Evaluation*
Effektivität und Effizienz des Vorgehens werden beurteilt.

In den Schulungsphasen der Summer School kann der „Big 6 Skill Approach“ exemplarisch genutzt werden, um mit den Studierenden den Prozess der Informationssuche durchzugehen und Strategien, Konzepte, Ressourcen und Möglichkeiten zu jeder Stufe zu vermitteln, beziehungsweise von den Studierenden erarbeiten zu lassen.

In den Schulungsphasen bietet sich außerdem die Möglichkeit, externe Experten einzuladen. Mitarbeiter von Datenbankhosts oder Literaturverwaltungsprogrammen könnten durch Vorführungen und Fragerunden den Teilnehmern etwas über ihr Produkt vermitteln. Das hat nicht nur den Vorteil, dass die Mitarbeiter der Bibliothek ein wenig entlastet werden, sondern auch den Effekt, dass die Studierenden einen Eindruck davon bekommen, dass Arbeit und Geld hinter den digitalen Angeboten der Bibliothek stehen. Die Bibliothek kann durch die Einbindung von externen Experten außerdem ihr Kompetenznetzwerk unter Beweis stellen. Innerhalb einer Woche böte es sich an, je nach Verfügbarkeit einen Mitarbeiter eines Datenbankhosts und/oder einen von einem Literaturverwaltungsprogramm einzuladen.

Zu klären ist, ob die entsprechenden Firmen den Auftritt der Experten als Arbeitszeit anrechnen und als Marketingmaßnahme finanziell unterstützen, oder ob Honorarverträge abgeschlossen werden müssen.

Erstsemester und Fortgeschrittene sollten gemeinsam von dem Auftritt der Experten profitieren. Auf diese Weise könnten Erstsemester eventuell von den Fragen der

Fortgeschrittenen lernen. Wichtig ist, dass die Experten nicht nur Werbung für ihr Produkt machen, sondern wirklich inhaltlich den Studierenden etwas Wertvolles mitgeben. Eine Absprache mit möglichen Experten über die Inhalte ihrer Vorführung wäre daher zu empfehlen.

Die Schulungen bilden die Grundsubstanz der Summer School, deswegen gibt es jeden Tag eine Schulungsphase von einigen Stunden. Das erschafft die Möglichkeit, mit den zu vermittelnden Inhalten flexibel umzugehen. Pausen können dann eingebaut werden, wenn die Teilnehmer und/oder der Lehrende sie benötigen. Damit die Schulungen eine Struktur haben, sollten Tagesziele für die Inhaltsvermittlung festgelegt werden, allerdings besteht kein Druck, diese zwingend zu erreichen. Vielmehr sollte auf das Vorankommen und die Interessen der Teilnehmer Rücksicht genommen werden, denn Informationskompetenz gehört zu den Gegenständen, bei denen „lebenslanges Lernen“ gefordert ist (vgl. Lux 2004, S. 32). Es wäre also naiv davon auszugehen, in einer einwöchigen Summer School alle Inhalte, Ressourcen und Strategien aus dem Bereich Informationskompetenz vermitteln zu können.

Der Unterschied zwischen Fortgeschrittenen und Erstsemestern besteht bei den Schulungsphasen lediglich in dem Niveau, bei dem angefangen wird und gegebenenfalls beim Fortschritt.

Für Erstsemester sollte es am ersten Tag unbedingt eine Bibliothekseinführung geben, um sie an den Ort zu führen, der die Summer School möglich macht, und um ihnen zu zeigen, was die Bibliothek für Möglichkeiten bietet. Das muss keine trockene Veranstaltung sein, denkbar wäre etwa eine Art Schnitzeljagd, um die Erstsemester mit der Bibliothek und dem OPAC vertraut zu machen.

Etwas Ähnliches wurde bereits in den USA bei einer Bibliothekseinführung erfolgreich versucht, basierend auf einer US-amerikanischen Reality TV-Show. Die Studierenden wurden dabei in Gruppen eingeteilt und bekamen eine erste Aufgabe. Die führte sie in die Bibliothek zu einem bestimmten Buch, bei dem dann die zweite Aufgabe versteckt war. Nach diesem System lernten die Studierenden den Bestand, die Lokalität der Bibliothek und den OPAC kennen. Das hat den Studierenden nicht nur Spaß gemacht, es forderte sie auch, selbst herauszufinden, wie man in der Bibliothek Medien lokalisieren kann. Die Möglichkeit, den Informationsschalter zu benutzen,

wurde nur bei Abgabe einer entsprechenden Spielkarte gestattet. (vgl. Eckenrode 2008, S. 127-138)

Zur Schnitzeljagd bei der Summer School könnten folgende Aufgaben gehören:

- Lokalisation eines Buches, das bedeutend für die Fächergruppe ist.
- Lokalisation einer gängigen Zeitschrift
- Lokalisation eines Fachbuches zu einem vorgegebenen Schlagwort.
- Lokalisation eines Fachbuches zu einem vorgegebenen Stichwort.
- Bestimmung des Unterschieds zwischen Schlag- und Stichwort.

Wie in dem genannten Beispiel aus den USA, sollte es nur einmal erlaubt sein, sich Hilfe am Informationsschalter zu holen. Am Ende der Schnitzeljagd sollte es ein paar Süßigkeiten geben, bevor das Schulungsprogramm beginnt.

Eine informelle Schnitzeljagd bietet den Erstsemestern nicht nur die Gelegenheit, die Bibliothek selbst zu entdecken, sondern auch die Möglichkeit, einander kennenzulernen.

In der anschließenden Schulungsphase kann dann an die Schnitzeljagd angeknüpft werden, indem man zum Beispiel die Teilnehmer nach ihren Eindrücken von den Ressourcen der Bibliothek fragt und ihnen erklärt, dass es außerdem ein großes digitales Angebot gibt.

Nach den Schulungsphasen treffen Erstsemester und Fortgeschrittene aufeinander. Zum Beispiel zu Vorträgen. Die Vorträge sollten genutzt werden, um Akzente zu setzen und dadurch zu zeigen, welche Bandbreite an Themen zu der Kompetenz der Bibliothekare und zum Bereich Informationskompetenz gehört.

Denkbar wäre zum Beispiel ein Vortrag „Wie funktioniert Google eigentlich?“ – denn das Wissen darum, wie die Rankings bei Google im Grunde entstehen, und welche Inhalte Google im Vergleich zu Bibliotheken bietet – oder eben auch nicht –, ist nicht nur nützlich für die Studierenden, sondern es kann sich auch positiv auf das Image der Bibliothek auswirken. Vorträge bieten auch die Möglichkeit, die Bedeutung von Informationskompetenz zu vermitteln. Ein Professor aus dem Fachbereich der Studierenden sollte einen kurzen Vortrag darüber halten, wozu Informationskompetenz den Studierenden im Fachstudium und später im Beruf nützt.

Ein weiterer wichtiger Gegenstand für einen Vortrag wäre das Thema Plagiate, welches je nach Fach unterschiedliche Aspekte hat. So muss ein Physiker sich anders vor der Gefahr des Plagiiens schützen als ein Geisteswissenschaftler. Der Vortrag könnte beispielsweise mit einer Demonstration anfangen, wie leicht Plagiate aus dem Internet zu entlarven sind. Eine kurze Vorstellung all dessen, was ein Plagiat ist, und eine kurze Checkliste, wie man Plagiate vermeidet, würden den Vortrag abrunden.

8.3.4.2 Unterhaltung & Kultur

Da einige Elemente des Unterhaltungsanteils in der Summer School die Möglichkeit bieten, kulturelle Erfahrungen zu integrieren, werden beide Aspekte hier gemeinsam behandelt.

Summer Schools im Ausland bieten Kulturerfahrungen, welche die eigene Universität im eigenen Land so nicht bieten kann. Dennoch ist es sinnvoll möglich, in die Summer School kulturelle Erfahrungen zu integrieren.

Das ist kein Muss, bietet aber einen atmosphärischen Mehrwert.

Unterhaltungswert in die Summer School einzuplanen macht nicht nur Sinn, weil es laut der Recherche nach der Bedeutung von „Summer School“ ein Element derselben ist. Es ist außerdem ein Bestandteil des Mix eines Events – neben Bildung sollte ein Event nämlich auch Vergnügen und Fluchtmöglichkeit vor dem Alltag bieten.

Wie bereits dargestellt wurde, ist die Emotionalisierung der Teilnehmer durch Spannung und Unterhaltung ein Teil des Event-Marketings und dient daher dazu, positive Erlebnisse und Gefühle mit der Bibliothek und der Summer School zu verbinden. Zudem sind es die Unterhaltungs- und Kulturelemente, die die Einzigartigkeit der Summer School ausmachen. Sie sind es, die über die normalen ständigen Schulungen und Unterrichtssituationen des Studierendenlebens hinausgehen. Sie schaffen eine vergnügliche Atmosphäre und ermöglichen es den Studierenden, vor dem Studienalltag zu flüchten. Daher sind sie unverzichtbar für den Erfolg der Summer School.

Die Unterhaltungselemente sollen nicht alle vollkommen ohne Bezug zum Thema Informationskompetenz sein. Wettbewerbe bieten sogar direkt die Möglichkeit, Unterhaltung mit Gelerntem oder zu Lernendem zu kombinieren.

Dabei soll keine harte Konkurrenzsituation zwischen den Studierenden etabliert werden, sondern vielmehr eine Möglichkeit, sich spielerisch und in einem Team mit Informationskompetenz auseinanderzusetzen.

Eine Möglichkeit besteht darin, einen Researchwettbewerb durchzuführen, in dem es vor allem um die Qualität der Rechercheergebnisse geht. Um das ganze allerdings etwas spannender zu gestalten, sollte eine bestimmte Zeit vorgegeben sein, in der der Fragebogen zu lösen ist.

Der in Aussicht gestellte Gewinn könnte etwa ein Kasten Bier sein.

Inhaltlich könnte der Researchwettbewerb das Zugreifen auf verschiedene Ressourcen voraussetzen, die die Teilnehmer während der Schulungsphasen kennengelernt haben. In jedem Fall sollten nicht alle Fragen mithilfe des Internets zu beantworten sein. Der Researchwettbewerb bietet auch die Möglichkeit, die Studierenden nach einem kulturellen Fakt recherchieren zu lassen. Es sollte eine gesunde Mischung aus Fach- und Spaßfragen vorherrschen, zum Beispiel:

- Wie viele Bibliothekare starben durch den Sturz von einer Leiter?
Eine recht einfach zu beantwortende Spaßfrage, der erste Treffer bei Google mit der Eingabe „Bibliothekar Tod Leiter“ führt gleich zum Ergebnis (Abruf 2010-08-24).
- Was steht auf der dritten Seite des Artikels „...“ in der vierten Zeile?
Bei dieser Frage sollte der entsprechende Artikel unbedingt nur über eine Datenbank der Bibliothek verfügbar sein und zu den Fachgebieten der Studierenden passen. Er sollte außerdem über naheliegende Schlagworte auffindbar sein. Damit wäre diese Frage schon etwas anspruchsvoller.
- Was ist der „Dia de los muertos“? Wikipedia und Blogs nicht benutzen!
Die Einschränkung, dass Wikipedia und Blogs nicht als Quelle benutzt werden dürfen, erschwert die Beantwortung dieser Kultur-Frage nicht wirklich, sie ist immer noch leicht über eine Google-Suche und nachfolgender Durcharbeitung der Ergebnisse zu beantworten. Aber die Einschränkung soll die Studierenden darauf aufmerksam machen, eine möglichst zuverlässige Quelle zu benutzen.

Der Researchwettbewerb soll nicht lange dauern und nicht endlos viele Fragen beinhalten. Fünf bis zehn Fragen sollten reichen. Pro richtiger Antwort und – sofern

dem Wissenstand der Teilnehmer angemessen – richtiger, formaler Quellenangabe könnte ein Punkt vergeben werden. Der- oder diejenige mit den meisten Punkten bekommt den Preis. Damit alle Teilnehmer in der Lage sind, am Wettbewerb teilzunehmen, sollte er nicht am Anfang der Summer School, sondern zu einem späteren Zeitpunkt durchgeführt werden.

Sollte die Universität technische Ressourcen für Filmaufnahmen und Filmbearbeitung besitzen, wäre auch ein Filmwettbewerb denkbar.

Dabei könnten Studierende sich etwas Medienkompetenz aneignen, indem sie ihren eigenen Film drehen und bearbeiten. Eine passende Auswahl von Informationen, also Informationsmanagement, ist auch gefragt, um einen guten Film zu erstellen.

Beispielsweise könnten drei Teams aus zwei Studierenden gegeneinander antreten. Für einen Tag werden sie von den sonstigen Veranstaltungen freigestellt – um einen Film über die Summer School zu drehen, das heißt es steht ihnen frei, in Schulungsphasen etc. reinzuschauen, Interviews zu machen oder eine Mittagessenszene zu drehen.

Am Nachmittag haben diese Studierenden dann Zeit, den Film zusammenzustellen, er sollte nicht länger als ein paar Minuten sein. Es sollte ihnen unbedingt jemand zur Seite gestellt werden, der sich mit den entsprechenden Geräten und Programmen auskennt. Vorkenntnisse bräuchten dann bei den Studierenden nicht vorhanden sein, um an diesem Wettbewerb teilzunehmen. Der Wettbewerb würde nicht nur dazu führen, dass einige Studierende etwas überameratechnik und Filmerstellung lernen, sondern auch zu einem vermutlich interessanten Film, der auf der Website der Bibliothek veröffentlicht werden kann. Sind entsprechende Möglichkeiten nicht vorhanden, wäre eine mögliche Alternative ein Wettbewerb, der sich über die ersten Tage der Summer School erstreckt und dessen Gewinner etwa in der Mitte der Summer School von allen Teilnehmern – Studierenden wie auch Lehrenden – bestimmt werden. Der Aufruf, das beste Foto zum Begriff „Informationskompetenz“ oder „Summer School“ zu machen – da wäre die Kreativität der Studierenden gefragt. Teilgenommen werden sollte in Gruppen, um die Teilnehmer einander näher zu bringen. Während einer Präsentation kann dann das beste Foto gewählt werden. Die Ergebnisse dieses Wettbewerbs würden sich auch zur Veröffentlichung auf der Website der Bibliothek eignen. Als Preis könnten zum Beispiel Freigetranke auf der Party vergeben werden.

Als „Kino“ wird in diesem Konzept das ein- oder zweimalige Zeigen eines Films während der Summer School bezeichnet. Das kann in einem Seminarraum stattfinden, solange der installierte PC eine Abspielmöglichkeit bietet und ein funktionierender Beamer vorhanden ist. Ob man für diese Gelegenheiten noch ein paar Tüten Chips besorgt liegt dabei ganz im eigenen Ermessen.

Die Filme sollten vor allem unterhaltsam sein, um auch mal eine Pause zu bieten von der Fortbildung. Allerdings kann man Filme auswählen, die im weitesten Sinne mit Information zu tun haben oder in denen eine Bibliothek als Ort eine Rolle spielt. Im Hinblick auf die Integration von Kultur in die Summer School kann abgestimmt werden, ob der Film in der Originalsprache gezeigt werden soll. Filmmöglichkeiten wären zum Beispiel Agatha Christies „The Body in the Library“, ein Miss Marple Film, oder der Klassiker „Der Name der Rose“.

Das gemeinsame Mittagessen bietet die Möglichkeit, Zusammengehörigkeit zu fördern und Dialogmöglichkeiten zu schaffen. Weiterhin kann es genutzt werden, um Kulturerfahrungen in die Summer School zu integrieren. Mit der Mensa kann abgemacht werden, dass für die Teilnehmer und Organisatoren der Summer School eine Woche lang ein bestimmtes Areal reserviert ist und dass jeden Tag ein Gericht aus einer anderen Kultur zubereitet wird. Dementsprechend müssten die Teilnehmer eine Gebühr nach der Anmeldung zahlen, so dass ein gemeinsames Mittagessen möglich ist. Für das jeweilige Mittagessen könnte ein interessanter Fakt über die entsprechende Kultur herausgesucht werden, beispielsweise zu den Themen Tischmanieren oder Gastfreundschaft. Bei einer Gebühr von 30 Euro pro Teilnehmer sollte es möglich sein, Essen und Trinken über die Mensa bereitzustellen und gegebenenfalls einmal für Nachmittagsveranstaltungen Eis zu kaufen, Kekse oder Ähnliches.

Die Exkursion ist ein optionaler Kulturteil des Konzepts, da es von den örtlichen Gegebenheiten abhängt, ob sie durchführbar ist. Die Exkursion soll in ein Institut oder eine Firma führen, die etwas mit der entsprechenden Zielgruppe der Summer School zu tun hat. Für Naturwissenschaftler könnte das etwa ein Naturwissenschaftliches Museum, Labor oder ein Planetarium sein. Künstler könnte eine Exkursion zu einer Kunstausstellung ansprechen und Studierende aus dem Bereich Technik würden vielleicht an einer Exkursion zu einer technischen Firma interessiert sein. Sofern die

Möglichkeit gegeben ist, eine Exkursion in dieser Art zu machen, ist zu überprüfen, inwiefern man das Thema Informationskompetenz integrieren kann.

Vorstellbar wären etwa Verbindungen zu den Themen „Plagiate“, „Intellectual Property“ oder speziellen Informationssystemen.

Das Exkursionsziel sollte im Bereich des Semestertickets liegen, dadurch würde als Kostenpunkt nur der Eintrittspreis anfallen, der auf die Teilnehmergebühr aufgeschlagen werden kann.

Die Party am vorletzten Abend der Summer School dient als vergnüglicher Abschluss der gemeinsamen Woche. Von einer Party am letzten Abend wird abgesehen, da die Gefahr besteht, dass die Teilnehmer bereits mit dem Event „Summer School“ abgeschlossen haben und nicht mehr viele zu der Party kommen. Die Feier kann in den Räumlichkeiten der Universität stattfinden, die normalerweise für Semesterparties oder Ähnliches verwendet werden. Die Fachschaftsräte oder der Allgemeine Studierendenausschuss können mit ihrer Erfahrung weiterhelfen, günstige Getränke und Rabatte zu erstehen und vielleicht können sie auch ein paar CDs mit Partymusik bereitstellen.

Eine von einer Bibliothek organisierte Party bietet Möglichkeiten, dass verstaubte Image aufzuwerten. Die Universitätsbibliothek Mannheim veranstaltete 2004 eine sehr groß angelegte Party mit 3000 Gästen und hat damit gute Erfahrungen gemacht (vgl. Beck 2006, S. 88-98). Die Party der Summer School hat natürlich einen viel kleineren Rahmen, bietet aber ebenfalls die Möglichkeit, die Bibliothekare in einem offenen und modernen Licht darzustellen. Auf der Party böte sich auch die Gelegenheit, ein Kulturelement zu integrieren, hier etwa der Bibliothekskultur. Der vorherrschende Stereotyp über Bibliothekare, wie in Kapitel 3 (S. 5-7) dargestellt, kann durchaus in humorvoller Weise zu einem belebenden Element umfunktioniert werden, entweder, indem man einen kleinen Bibliothekssketch spielt, der die strenge Bibliothekarin mit Dutt und Brille parodiert, oder indem man alle Partygäste bittet, sich als „typische Bibliothekare“ zu verkleiden.

Das Unterhaltungs-, bzw. Kulturprogramm sollte nachmittags oder abends stattfinden, eine Exkursion könnte allerdings je nach Ort andere Tageszeiten erfordern. Die Schulungsphase wird sich dann daran anpassen müssen. Fortgeschrittene und Erstsemester nehmen zusammen an diesen Angeboten teil, was einerseits die

Möglichkeit bietet, den Kontakt zwischen beiden Gruppen herzustellen, andererseits sind die Niveauunterschiede kein Grund, die Gruppen bei diesen Angeboten zu trennen.

8.3.5 Teilnahme

Die Teilnahme an der Summer School ist freiwillig. Dafür spricht zum Einen, dass zum Wesen einer Summer School das Element „Freiwilligkeit“ gehört, zum Anderen erhöht die freiwillige Teilnahme die Wahrscheinlichkeit, dass besonders interessierte Studierende teilnehmen. Die Gefahr dieser Regelung besteht klar in geringen Teilnehmerzahlen. Durch geeignete Werbung für die Summer School wird der Gefahr entgegengewirkt, dass zu wenige Teilnehmer kommen, siehe dazu den Punkt „Öffentlichkeitsarbeit und Werbung“ (Kapitel 8.3.7, S.65-72) innerhalb des Konzepts. Da nicht unbegrenzt Personal, Räume und Geld zur Verfügung stehen, sollten Unter- und Obergrenzen für die Teilnehmerzahlen von Erstsemestern und Fortgeschrittenen festgelegt werden. Zur Ermöglichung eines gleichwertigen Austausches wird ein Mischungsverhältnis von eins zu eins angestrebt.

Infolgedessen wird ein Anmeldeverfahren benötigt, das einfach gehalten werden sollte, damit keine unnötige Hemmschwelle entsteht. Einige Mindestangaben sind erforderlich: Name, Studiengang, Fachsemester, evtl. Matrikelnummer. Mit diesen Angaben können die Studierenden für die Veranstaltungen eingeteilt werden.

Die Anmeldung sollte der Einfachheit halber per Email möglich sein, bei den Werbemaßnahmen sollten die erforderlichen Angaben und die Emailadresse, bei der sich angemeldet werden kann, entsprechend genannt werden. Ebenso sollte die Anmeldung an der Information der Bibliothek möglich sein.

Die Auswahl der Teilnehmer erfolgt nach dem Prinzip „First come, first serve“ bis zur gewählten Mindestgrenze.

So werden diejenigen Teilnehmer bevorzugt, die sich als erstes für die Teilnahme entschieden und damit besonderes Interesse gezeigt haben. Da es immer möglich ist, dass Teilnehmer kurzfristig absagen, sollte es eine Warteliste geben, um das Nachrücken von Studierenden zu ermöglichen.

In jedem Fall sollte den Studierenden eine Antwort auf ihre Anmeldung gesendet werden. Bei erfolgreicher Anmeldung werden den Teilnehmern das Programm und die Bitte zur Überweisung der Gebühr übersendet. Dabei sollte transparent gemacht werden, wofür die Kosten im Einzelnen anfallen.

Die Studierenden, die weder einen Platz in der Summer School, noch in der Warteliste erhalten haben, sollten auf das weitere Programm im Semester verwiesen werden.

Bei erfolgreichem Abschluss der Summer School sollte es in jedem Fall für jeden Teilnehmer ein Zertifikat geben, das darüber Auskunft gibt, welche Inhalte wem über welchen Zeitraum vermittelt wurden. Auf diesem Zertifikat werden außerdem Logo und Motto der Summer School abgebildet. Daher sollte das Zertifikat auch farbig ausgedruckt werden. Über ein besonders gestaltetes Zertifikat soll den Teilnehmern das Gefühl vermittelt werden, dass sie Teil von etwas Besonderem waren.

Zusätzlich zu dem Zertifikat ist die Vergabe von Credit Points eine sinnvolle Maßnahme. Inwiefern dazu die Möglichkeit besteht, hängt von der jeweiligen Situation zwischen Universität und Hochschulbibliothek ab. Grundsätzlich ist es ein Mehrwert für die Studierenden, wenn sie durch die Teilnahme an der Summer School Punkte für ihr Studium erwirtschaften könnten. Generell ist nichts gegen eine Prüfung am Ende der Summer School einzuwenden, da sie auch die Erreichung der Lernziele überprüft. Der Druck sollte allerdings nicht zu hoch sein, da Prüfungsstress das angenehme Arbeitsklima und die Flexibilität hinsichtlich des Fortschritts und der Interessen der Teilnehmer beeinträchtigen würde.

8.3.6 Räume/Technik

Da die Summer School in der vorlesungsfreien Zeit stattfindet, ergibt sich die Gelegenheit, die an der Universität verfügbaren Räumlichkeiten und ihre technischen Möglichkeiten für die Summer School zu nutzen.

Wichtig dabei ist, dass ein möglichst zusammenhängendes Areal verwendet wird, damit sich die Teilnehmer nicht zerstreuen und ein Zusammengehörigkeitsgefühl entstehen kann. Benötigt werden Computerräume für die Schulungen und, je nach Teilnehmeranzahl, große Räumlichkeiten oder gar Hörsäle für die Vorträge, in denen entsprechend PCs und Beamer vorhanden sind. Außerdem sollte die Aula oder das Atrium der Universität zur Begrüßung verwendet werden. Zur Einführung der Erstsemester in die Bibliothek sollten auch die Räumlichkeiten derselben eingeplant werden. Sollte der Researchwettbewerb stattfinden, müsste der Wettbewerb abhängig von der Teilnehmerzahl etwa parallel in mehreren Computerräumen organisiert werden. Für die Filmvorführung muss ein hinreichend großer Raum mit Beamer und PC ausgestattet sein. Ein Areal der Mensa kann für die gemeinsamen

Mittagessen dienen. Für die Party sollten die Bereiche der Universität reichen, die üblicherweise für Feiern und Partys verwendet werden, wobei man sich auf die Erfahrung der Fachschaftsräte und des Allgemeinen Studierendenausschusses verlassen sollte.

8.3.7 Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

In folgendem Abschnitt möchte ich Empfehlungen und Ideen bezüglich der Öffentlichkeitsarbeit und der Werbung für die Summer School behandeln. Es wird kein vollständig ausgearbeitetes Konzept hierfür erstellt, da der Bezug zu einer spezifischen Bibliothek fehlt und der Rahmen dieser Arbeit damit gesprengt werden würde.

Öffentlichkeitsarbeit umfasst im weitesten Sinne jede Kommunikation mit der Öffentlichkeit. In der Öffentlichkeitsarbeit werden Beziehungen aufgebaut, es wird um Vertrauen geworben und das Image der eigenen Institution gestaltet, um auf langfristige Sicht Erfolg zu gewährleisten. Sie ist ein Aspekt der Kommunikationspolitik. (vgl. Reisewitz 2010)

Die Öffentlichkeitsarbeit im Zuge der Summer School dient dem Zweck, die Bibliothek und die Summer School bekannt zu machen.

Es geht dabei im Vorwege vor allem um die Information der lokalen und hochschulinternen Presse über die Summer School. Pressevertreter sollten zu der Summer School eingeladen und Pressemitteilungen verfasst werden, damit auch im Nachfeld Berichte erscheinen.

Innerhalb der Hochschule gilt es, Fakultäten, Lehrstühle, Studierendenvereinigungen etc. auf die Summer School anzusprechen. Hier besteht ein fließender Übergang zwischen der Herstellung der Beziehung zu den hochschulinternen, relevanten Gruppen und der Werbung für die Teilnahme zur Summer School.

Werbung bildet ebenfalls einen Teil der Kommunikationspolitik und dient zur Meinungsbeeinflussung, die im besten Fall im gewünschten Verhalten mündet (vgl. Schulz 2010). Die Werbung bezweckt im Zuge der Summer School, die Zielgruppe zur Teilnahme zu motivieren. Daher kommt der Vermarktung der Summer School eine besondere Bedeutung zu, denn ohne die richtige Werbung wird das Programm

aufgrund mangelnder Teilnahme fehlschlagen. Alle verfügbaren Möglichkeiten und Kanäle sollten genutzt werden, so stellt LaGuardia fest:

„You cannot get the word out too many ways, too often, or too clearly.”
(LaGuardia 1996, S. 73)

Einige Möglichkeiten, die Idee und das Programm der Summer School zu verbreiten, sind (vgl. LaGuardia 1996, S. 73-74):

- Hochschulzeitschriften
- Emailverteiler
- Aushänge in der Bibliothek, auf dem Campus, in den Räumlichkeiten der Zielgruppe, bei Studierendenvereinigungen
- Die Bibliothekswebsite, die Website der Fakultät(en) der angesprochenen Studiengänge
- Versammlungen der Studierenden der entsprechenden Fachbereiche
- Mund-zu-Mund Propaganda

Der Mund-zu-Mund Propaganda kommt besondere Bedeutung zu, denn sie ist besonders effektiv, wenn es um das Publikmachen von Programmen geht (vgl. LaGuardia 1996, S. 74). Das Auftreten in Seminarveranstaltungen kurz vor Semesterende könnte dazu genutzt werden. Kontakte zu den Fakultäten der Zielgruppe können ebenso nützlich sein, zum Beispiel um Empfehlungen von Professoren und Fachschaftsräten für die Summer School anzuregen.

Die Nutzung von einem eventuell vorhandenen Facebook-Account der Bibliothek, Twitter oder anderen Web 2.0 Tools zur Werbung für die Summer School bietet eine weitere Möglichkeit, Kontakt zur Zielgruppe herzustellen und im Zuge der Öffentlichkeitsarbeit die Summer School bekannt zu machen.

Die Hochschulbibliotheken der Befragung sind sich der meisten dieser Möglichkeiten bewusst, einige nutzen auch Web 2.0 Tools zur Kommunikation mit ihren Zielgruppen (vgl. Anhang 5, S. q-r). Auf diese Praxis kann folglich aufgebaut werden bei den Werbemaßnahmen für die Summer School.

Insgesamt sollte auf allen Wegen den Studierenden aufgezeigt werden, wie sie von der Teilnahme an der Summer School profitieren können, wie die Beschäftigung mit Eventtheorie zu Beginn dieser Arbeit gezeigt hat (Kapitel 4, S. 7-9).

Daher sollte beispielsweise bei der Erstellung des Programms auch auf die Titelwahl der einzelnen Veranstaltungen Acht gegeben werden. Etwas „Datenbanken 1“ zu nennen, wirkt weniger attraktiv als „Fast Information – direkt zum Volltext!“. Damit wird zwar nicht ausgedrückt, um welche Ressourcen es inhaltlich geht – aber das Bedürfnis von Studierenden nach schnellem Zugriff auf Volltexte (vgl. Connaway 2010, S. 15-16) wird angesprochen und weckt Interesse.

Ziel muss es sein, die Motivation der Studierenden zur Teilnahme zu erhöhen.

Es gibt verschiedene Motivationskategorien, die Studierende zur Teilnahme bewegen können. Studierende könnten sich etwa dafür entscheiden, weil sie erkannt haben, dass ihnen bestimmte Kenntnisse fehlen. Manche versprechen sich eventuell Vorteile im Studium und später im Beruf von der Teilnahme an der Summer School. Wieder andere entscheiden sich für das Event, weil sie Freude an persönlicher Weiterbildung haben. Auch der Erfahrungsaustausch mit anderen Teilnehmern oder ein interessantes Beiprogramm können die Motivation der Teilnehmer beeinflussen.

(vgl. Meier 2003b, S. 124-125)

Daher sollten die Werbemaßnahmen versuchen, diese unterschiedlichen Motivationen anzusprechen. Dies könnte man zum Beispiel versuchen, indem man die Studierenden durch Fragen zu ihrem Studienalltag wachrüttelt, und darunter dann die Daten der Summer School kurz zusammenfasst:

1000.000 Treffer bei Google, aber nur zwei Artikel zum Thema?

3 Stunden gesurft – und noch keinen Schritt weiter bei der Hausarbeit?

Ihr Prof hat Ihnen empfohlen, in einer Fachdatenbank zu suchen, aber die liefert nichts Brauchbares?

Mal wieder ein Thema abbekommen, bei dem Sie keine Ahnung haben, wo sie anfangen sollen?

Sie möchten einfach lernen, wie sie effizienter recherchieren und Informationen aufbereiten können?

Summer School. Im Sommer 2011 speziell für Wirtschaftsstudierende.

→ Treffen Sie auf Experten!

→ Tauschen Sie sich mit anderen Studierenden aus!

Außerdem sollte die Summer School ihr eigenes Logo und einen eigenen Slogan haben, da sie der Summer School Wiedererkennungswert und positive Assoziationen verschaffen können. So erklärt Wurl prägnant:

„Wenn das Logo das Gesicht der Marke ist, dann sind sie [Slogans] es, die dem Gesicht eine unverwechselbare Stimme geben.“
(Wurl 2008, S. 295)

Nachfolgend werden kurz Kriterien zur Erstellung von Logos und Slogans erläutert. Grundsätzlich hält Henderson fest:

“Logos should be recognizable, familiar, elicit a consensually held meaning in the target market, and evoke positive affect [...]”
(Henderson 1998, S. 15)

Die Wiedererkennung des Logos ist die Voraussetzung für die Assoziation desselben mit dem dazugehörigen Unternehmen oder Produkt. Informationen lassen sich außerdem leichter merken, wenn sie von einem Bild begleitet werden. Ob sich allerdings jemand erinnern kann, wofür ein Logo steht, ist hauptsächlich von dem Design abhängig. Auf keinen Fall sollte das Logo negative Assoziationen auslösen, denn die Emotionen, die mit dem Logo verbunden werden, übertragen sich auch auf das dahinterstehende Produkt. (vgl. Henderson 1998, S. 15)

Außerdem enthält ein gutes Logo eine Bedeutung, die möglichst von allen Personen verstanden wird. (vgl. Henderson 1998, S. 15-17)

Logos können davon profitieren, dass sie bekannten Mustern ähnlich sehen. Durch diese Ähnlichkeit werden sie schneller erkannt und wahrgenommen, außerdem verbindet der Betrachter automatisch Emotionen mit dem Logo. Daher muss bei der Wahl eines Logos darauf Acht gegeben werden, welchem bekannten Muster man sich annähert und welche Emotionen damit verbunden sind.

(vgl. Henderson 1998, S. 17-18)

Zu abstrahierte und simplifizierte Logos führen zu geringeren positiven Effekten als etwas komplexere und natürliche Logos. Ein gewisser Grad an Komplexität stellt sicher, dass das Interesse der Zielgruppe über längere Zeit erhalten bleibt. Logos, die natürlich sind, enthalten mehr Bedeutung als abstrakte.

(vgl. Henderson 1998, S. 21-22)

Innerhalb eines Logos sollten sich Elemente wiederholen. Außerdem sollte es nicht vollkommen ausbalanciert und auch nicht perfekt symmetrisch sein. Abweichungen von der Norm erhöhen nämlich den Wiedererkennungseffekt.

(vgl. Henderson 1998, S. 24)

Das Logo der Summer School sollte in irgendeiner Form „Summer School“ oder „Information“ symbolisieren, und eventuell eine Verbindung mit der Bibliothek oder den Studierenden herstellen. Zum Beispiel könnten Elemente des Bibliothekslogos oder Farbelemente der Website integriert werden. Das Logo sollte jedes Jahr dasselbe sein, um Wiedererkennungswert zu gewährleisten. Ein veränderliches Element, das die jährlich wechselnde Zielgruppe und damit die Einzigartigkeit des Events symbolisiert, kann mit dem Logo kombiniert werden. Für Mathematik und Informatikstudierende könnte dies eine Zahl sein, beispielsweise eine Acht – liegend symbolisiert sie Unendlichkeit, der Gedanke hin zu unendlichen Möglichkeiten liegt somit nahe. Andere Möglichkeiten wären für Medizinstudenten etwa eine Schlange, für Biologiestudierende ein Strang DNA, für Geisteswissenschaftler etwa ein skizziertes Abbild des Denkers.

Bei dem Begriff „Summer“ assoziiert man sofort eine Sonne, daher halte ich dies für ein geeignetes Grundelement. Das Element „School“ kann durch einen Doktorhut symbolisiert werden. „Information“ ist immateriell und daher schwer abzubilden. Eine Möglichkeit wäre, Schriftzeichen, Zahlen und Symbole auf die Sonnenstrahlen zu plazieren, da sie Informationen kodieren beziehungsweise enthalten können. Nicht abgedeckt wäre dadurch aber beispielsweise die Information eines Bildes.

Zudem wurde von dieser Möglichkeit abgesehen, da die Schriftzeichen, Zahlen und Symbole bei der Verkleinerung des Logos nicht mehr erkennbar sind.

Mit einer Sonnenbrille wird dem Bild der Sonne mit dem Doktorhut ein wenig der Ernst genommen und etwas Flair von „Coolness“ verliehen, was auf die Unterhaltungselemente verweisen soll.

Von der Integration eines lächelnden Mundes wurde abgesehen, da eine Sonne mit Gesicht für zu kindlich gehalten wird. Die Farbgebung für die Sonnenbrille und den Doktorhut sollte schwarz sein, da dies der üblichen Farbe von Sonnenbrillen und Doktorhüten entspricht. Die Sonne selbst sollte sonnengelb, also mit einem satten, farbkraftigen Gelb gefüllt sein.

Gemäß der oben erwähnten Theorie sollte die Sonne nicht zu sehr abstrahiert werden, sondern konkret dem den Menschen geläufigen Bild der Sonne entsprechen. Außerdem sollte es nicht zu einfach und nicht zu perfekt sein.

Meine Vorstellung des Summer School Logos entspricht daher in etwa folgender Darstellung:



Abb. 4: Summer School Logo, eigene Darst., 2010

Rechts von der Sonne könnte dann der Slogan angeschlossen werden, gefolgt von dem veränderlichen Symbol der Fächergruppe.

Ein Slogan dient der Produktwerbung, er wird daher aus dem Produkt und dessen Eigenschaften heraus entwickelt. (vgl. Wurl 2008, S. 283)

So fasst Wurl prägnant zusammen:

„Ein guter Slogan erzählt ohne viele Worte alles über das Produkt [...]“
(Wurl 2008, S. 295)

Die Wirkung eines Slogans sollte nicht überbewertet werden. Er allein wird niemanden dazu bewegen, an der Summer School teilzunehmen, aber er ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Durch einen verbreiteten Slogan kann die Summer School in angenehme Erinnerung gebracht werden. (vgl. Wurl 2008, S. 295)

Die Wirkung eines Slogans wird besonders durch eine einfache Struktur, Verständlichkeit, Kürze, Rhythmus, Wohlklang und Originalität begünstigt. Der Name des Produkts sollte enthalten sein. (vgl. Wurl 2008, S. 287)

Zur Erstellung eines Slogans gibt es verschiedene Techniken, die üblicherweise angewandt werden (vgl. Wurl 2008, S. 284-286):

- Reime, Lautmalerei, Wortspiele
- Übertreibung, Überhöhung, Steigerung (der Produktname als Superlativ)
- Statement, Deskription
- Redewendung, Regelverstoß (bewusst integrierte grammatikalische Fehler)
- Fremdsprachen (Assoziation mit bestimmtem Land, Internationalität)

Der Slogan der Summer School sollte daher den Kern der Summer School prägnant zusammenfassen und einer der genannten Gestaltungsformen entsprechen.

Zunächst kamen mir Endreime in den Sinn:

Summer School – Bildung, Spaß und Kultur. Cool.

Verloren im Infopool – Rettungsring Summer School.

Diese wirken jedoch etwas plump. Darauf versuchte ich es mit einem Wortspiel, in dem irgendwie das Wort, beziehungsweise ein Teil des Wortes „Information“ integriert ist:

Summer School - bringt dich in Form!

Zwar trifft dieser Slogan durchaus den Kern der Sache, weckt aber wenig positive Assoziationen. Der Gedanke „Das habe ich nicht nötig“, liegt nahe.

Eine englische Variante ist:

Summer School and the study is easy.

Allerdings weckt diese Übertreibung – falls sie denn ernst genommen und nicht belächelt werden würde – zu hohe Erwartungen. Dennoch klingt ein vollständig englischer Satz im Ohr besser, als wenn deutsche und englische Begriffe gemischt sind. Zusätzlich verleiht der englische Satz der Summer School ein wenig internationales Flair.

Über weitere Assoziationen, Brainstorming und Gespräche mit Menschen in meiner Umgebung fand ich letzten Endes einen Slogan, der den Kern der Summer School trifft und zusätzlich durch eine gewisse Doppeldeutigkeit besticht:

Summer School. Find what you need.

Dieses Statement spricht nicht nur die Tatsache an, dass es während der Summer School darum geht, den Studierenden aufzuzeigen, wie sie das finden können, was sie brauchen. Das Statement lässt sich auch auf die Bedürfnisse der Studierenden übertragen – in der Summer School finden sie genau das Angebot, was sie brauchen.

In jedem Fall sollte für die Konzeption der Werbeinhalte und deren Gestaltung sowie für die Kontaktherstellung mit der Presse genügend Zeit eingeräumt werden. So können kreative Maßnahmen entstehen, die zur Zielgruppe passen und den Erfolg der Kampagne am ehesten gewährleisten.

8.3.8 Personal

Der Personalaufwand für die Summer School gehörte zu den am meisten geäußerten Bedenken in der Befragung (vgl. Anhang 5, S. hh-jj). Zweifellos erfordert die Organisation, Durchführung und Evaluation der Summer School hohen Personaleinsatz.

8.3.8.1 Organisation

Die Organisation der Summer School setzt zunächst die Abstimmung mit dem Kollegium, der Hochschulleitung und die Kooperationsbereitschaft der Fakultäten voraus. Die Organisation des Programms, der Werbemaßnahmen und der Ressourcen wird die überwiegende Personalzeit in Anspruch nehmen.

8.3.8.2 Durchführung

Während der Durchführung der Summer School ist das Personal der Bibliothek doppelt belastet, einerseits mit der Betreuung der Studierenden der Summer School, andererseits mit der Aufrechterhaltung der Bibliotheksarbeit.

8.3.8.3 Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

Vor der Summer School fällt besonders Arbeit im Bereich Werbung an. Währenddessen und danach muss mehr Zeit für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung stehen, um eine Profilierung der Bibliothek innerhalb und außerhalb der Hochschule zu erreichen.

8.3.8.4 Evaluation

Die Entwicklung der Evaluation, ihre Durchführung und ihre Auswertung hinsichtlich Kosten und Zielerreichung und das Besprechen und Einleiten von Korrekturmaßnahmen fallen ebenfalls mit einiger Personalanforderung ins Gewicht.

8.3.9 Budget

Die Kosten für die Organisation und Durchführung des Summer School Konzepts werden sich je nach Umsetzung unterscheiden. Im Konzept enthalten sind folgende Kostenpunkte:

- *Personal*

Die Personalkosten für die Organisation, Durchführung und Evaluation der Summer School sind der höchste Kostenpunkt. Gegebenenfalls fallen Honorarverträge mit externen Experten an.

- *Material*

Die Materialkosten für die Summer School bestehen in Schulungsmaterialien, die die Lehrenden eventuell drucken oder kopieren müssen und in Informationsblättern zum Programm der Summer School.

- *Werbung*

Die Werbekosten werden hauptsächlich durch die Personalzeit für die Erstellung von Plakaten, Kontaktherstellung mit der Presse, Fakultäten, Professoren und Studierenden erzeugt. Pressemitteilungen müssen geschrieben, evtl. Interviews gegeben werden. Für das Drucken der Plakate etc. fallen entsprechende Druckkosten an. Eventuell gibt es in der Universität eine günstige Möglichkeit, Plakate zu drucken, oder man sucht nach Sponsoren.

- *Technik/Strom*

Die Kosten für die technische Infrastruktur der Räumlichkeiten und der benötigte Strom werden durch die Nutzung der Universitätsräumlichkeiten von derselben getragen.

- *Essen*

Die Kosten für das gemeinsame Mittagessen und Extraleistungen (z.B. Eis essen) werden über eine Teilnahmegebühr abgedeckt.

- *Exkursion*
Die Kosten für eine Exkursion werden ebenfalls über die Teilnahmegebühr abgedeckt.
- *Wettbewerbsgewinne*
Geringe Kosten.
- *Film*
Falls keine passende DVD im Kollegium oder bei Bekannten vorhanden ist, muss diese angeschafft werden.
- *Party*
Die Kosten für die Getränke der Party müssen vorgestreckt werden, können aber durch Rabatte im Rahmen gehalten werden. Getränke können zum Selbstkostenpreis auf der Party verkauft werden, so dass letztlich keine Kosten dafür entstehen. Verkauft man die Getränke geringfügig teurer, könnten zusätzlich Kosten für Dekoration abgedeckt werden.

Durch die Teilnahmegebühr und den Verkauf der Getränke auf der Party ist ein Teil der Kosten gedeckt. Personal, Material, Technik, Druckkosten für PR-Materialien und Stromkosten sind die größten Kostenblöcke.

Universität und Universitätsbibliothek müssen abwägen, ob sie diese Kosten für die Idee einer Summer School aufbringen oder es vorziehen, sie anderweitig zu investieren. Kosten wie etwa die Wettbewerbsgewinne, die Filme und die Exkursions- und Essenskosten für die Lehrenden der Summer School würden zusätzlich durch das jährliche Budget der Bibliothek abgedeckt werden müssen.

Die Kosten für die Bibliothek könnten sich reduzieren, je nachdem, wie sehr die Hochschulleitung die Idee unterstützt.

8.3.10 Nachhaltigkeit

Die Summer School ist bei jeder Durchführung ein einzigartiges Ereignis, allein schon bedingt durch ihren Eventcharakter. Dadurch ergibt sich die Fragestellung, inwiefern die Summer School positive, nachhaltige Wirkungen erzielen kann.

Eine Imageveränderung ist wie bereits dargestellt eine langfristige Entwicklung, die nicht nur über ein Mittel erreicht werden kann. Allerdings geben die Erfahrungen mit Roadshows Anlass zu der Annahme, dass ein Event, bei dem die Bibliothek ihre

Expertise unter Beweis stellen kann, positive Nachwirkungen hinsichtlich der Benutzung und Anerkennung von Bibliotheksangeboten hat.

Falls die Teilnehmer zufriedengestellt wurden, wird sich das über Mund-zu-Mund Propaganda verbreiten.

Über Öffentlichkeitsarbeit kann die Bibliothek die erfolgreiche Summer School langfristig fördern und gleichzeitig dazu benutzen, ihre Innovationskraft und Nützlichkeit zu zeigen und für ihre weiteren Angebote zu werben.

Wurde Lernerfolg erzielt, werden die Teilnehmer der Summer School nachhaltig positive Effekte bezüglich ihres Studiums und ihres Lebens als mündiger Bürger spüren. Einige der genutzten Materialien, beispielsweise Powerpoint-Präsentationen, können auf der Bibliothekswebsite bereitgestellt und somit langfristig zugänglich gemacht werden.

8.3.11 Evaluation

Der Begriff der Evaluation umfasst den Prozess von der Methodenwahl zur Erfassung von Daten, über die Durchführung, bis hin zur Bewertung der gewonnenen Daten und dem Einleiten entsprechender Korrekturmaßnahmen zur Verbesserung des bewerteten Prozesses oder Ergebnisses. (vgl. Reischmann 2006, S.18)

Der Evaluation der Summer School kommt besondere Bedeutung zu, weil durch Evaluation festgestellt werden kann, welche Verbesserungen nötig sind, um die gewählten Ziele besser zu erreichen. (vgl. Meier 2003b, S. 188-189)

Im Folgenden werden entsprechend der Zielsetzungen Kriterien vorgeschlagen, anhand derer der Erfolg der Summer School zu messen ist.

Die Ziele der Summer School betrafen den Lernerfolg der Studierenden, das Netzwerk und das Image der Bibliothek. Außerdem sollte das Programm evaluiert werden, um Daten für eine Revision der Veranstaltungen zu erhalten.

8.3.11.1 Lernerfolg

Um ihre Bedeutung für die Universität unter Beweis stellen zu können, müssen Bibliotheken messen, welchen Lernerfolg sie durch ihre Maßnahmen erzielt haben.

So begründet McMillen:

If the core goal of the university [...] is student learning, then the library must clearly demonstrate the impact that it has on that goal. This cannot be accomplished solely by counting inputs, or by gathering satisfaction

surveys. These measures can ensure that the pieces for learning are in place, but they cannot tell us if learning happens. To do this the library must shift its focus away from what it teaches and find ways to measure what students learn. (McMillen 2007, S. 61)

Erschwert wird die Messung des Lernerfolgs durch die Tatsache, dass über die Summer School eine Kompetenz vermittelt werden soll, die jedoch wie bereits erwähnt nicht in ihrer Gesamtheit erlernt werden kann, da ständiges Dazulernen gefordert ist. Kompetenzen gehen über Können und Fertigkeiten hinaus, sie sind daher nicht messbar. Allerdings können als Indikatoren die Performanz der Teilnehmer oder ihre Selbsteinschätzung des Lernerfolgs herangezogen werden. (vgl. Böttcher 2006, S. 249-250)

Der Lernerfolg kann durch eine Leistungsprüfung am Ende der Summer School geprüft werden. Allerdings gibt eine solche Leistungsprüfung keinen Aufschluss darüber, inwiefern die Teilnehmer das Gelernte im Alltag wirklich anwenden können. Um darüber Rückschlüsse ziehen zu können, wäre die Möglichkeit einer Lerntransferprüfung gegeben, bei der das Gelernte auf neue Situationen im gewohnten Umfeld übertragen wird. (vgl. Götz 1999 S. 160-161)
Daher wird eine Kombination aus Lernerfolgs- und Lerntransferprüfung als am sinnvollsten erachtet. Durch sie kann rückgeschlossen werden, ob die Vermittlung von Informationskompetenz gelungen ist.

Zur Ermittlung des Lernerfolgs gibt es verschiedene Methoden.

Durch eine Befragung kann herausgefunden werden, welche Lernziele die Teilnehmer erreicht zu haben meinen und welche nicht. Der Fragebogen sollte Aussagen bezüglich der Lernziele enthalten, die von den Teilnehmern als mehr oder weniger zutreffend beurteilt werden können. Hierbei kann auch abgefragt werden, wie die Teilnehmer die Bedeutung von Informationskompetenz in Studium und Beruf vor und nach der Summer School einschätzen. Dadurch kann zumindest ein Trend abgelesen werden, ob die Teilnehmer Informationskompetenz nach der Summer School bedeutender finden oder nicht.

Eine weitere Möglichkeit, die Teilnehmer über das Gelernte reflektieren zu lassen, ist das Schreiben eines Briefes. In diesem Brief können die Teilnehmer ihren Lernerfolg formulieren und ihn an sich selbst adressieren. Einige Zeit später wird ihnen dieser Brief dann von der Bibliothek zugeschickt. Durch diese Methode wird den

Teilnehmern die Summer School und das Gelernte einige Wochen später in Erinnerung gerufen.

Die Ergebnisse eines Leistungstest können ebenfalls Aufschluss über den Lernerfolg der Teilnehmer geben. (vgl. Götz 1999, S. 165-169)

Die Lerntransferleistung kann durch einen zugesendeten Test geprüft werden. Dieser Test sollte einige Wochen oder gar Monate später verschickt werden. Er ermöglicht es, die Teilnehmer nach der Anwendung des Gelernten in der Praxis zu fragen.

Außerdem bietet sich dadurch die Möglichkeit nachzuhaken, welche Inhalte hilfreich waren beziehungsweise welche gefehlt haben. (vgl. Götz 1999, S. 169)

Die Gefahr besteht in einer niedrigen Rücklaufquote.

8.3.11.2 Netzwerk

Das Netzwerk der Bibliothek sollte sich durch das Kontaktieren von Experten, der Vernetzung mit Fakultäten, Professoren, Studierendenvereinigungen, Fachschaftsräten etc. erweitert haben, sofern dieses Netzwerk nicht bereits besteht. Kontakte und Zusammenarbeitsmöglichkeiten sollten sich auftun, beziehungsweise intensiviert werden. Entstandene Kontakte können für die Unterstützung von weiteren Programmen und Angeboten der Bibliothek genutzt werden.

8.3.11.3 Image

Inwiefern das Event-Marketing erfolgreich war und wirklich zu einer Imageverbesserung geführt hat, spielt eine wichtige Rolle bei der Beurteilung der Effektivität der Summer School. Die Effektivität von Event-Marketing bezüglich einer Imageverbesserung ist schwer zu messen, da es im Rahmen von anderen Marketingmaßnahmen stattfindet und noch nicht ausreichend Methoden dafür entwickelt und beurteilt wurden. Sehr oft findet in der Privatwirtschaft gar keine Evaluation des Event-Marketings statt.

Fokusgruppeninterviews oder Befragungen vor und nach der Summer School sind eine Möglichkeit, den Bekanntheitsgrad der Bibliotheksdienstleistungen, sowie die Meinungen und Einstellungen der Zielgruppe zur Bibliothek und ihren Leistungen herauszufinden.

Um den tatsächlichen Effekt auf die Wahrnehmung der Bibliothek durch die Summer School zu messen, wäre die Untersuchung der Meinung der Zielgruppen über einen längeren Zeitraum notwendig, um etwa zu einer Art Meinungsbarometer zu kommen. Event-Marketing ist außerdem dazu geeignet, die Mund-zu-Mund Propaganda anzuregen, daher sollten die Teilnehmer am Ende der Summer School gefragt werden, ob sie das Event bzw. die Dienstleistungen der Bibliothek weiterempfehlen würden. Weiterhin sollte die Berichterstattung der Medien bezüglich der Summer School ausgewertet werden. (vgl. Wood 2009)

Dies betrifft die Presseresonanz innerhalb und außerhalb der Hochschule, etwa in lokalen Zeitungen oder Fachzeitschriften aus dem Bibliotheksbereich. Die Presseresonanz kann Aufschluss darüber geben, ob sich die Bibliothek durch die Organisation der Summer School ein Alleinstellungsmerkmal erarbeitet hat. Das Feedback der Hochschulleitung, der involvierten Professoren und Fakultäten sollte durch Gespräche eingeholt werden.

Im Laufe der Zeit wird sich zeigen, ob Studierende vermehrt die Bibliotheksangebote zur Informationsversorgung oder zur Vermittlung von Informationskompetenz nutzen. Allerdings sollte hierbei bedacht werden, dass eine vermehrte Nutzung der Bibliotheksangebote auch auf andere Marketingmaßnahmen zurückzuführen sein kann.

8.3.11.4 Programm

Um Verbesserungen am Programm vornehmen zu können, sollten die einzelnen Veranstaltungen hinsichtlich positiver und negativer Aspekte untersucht werden. Dazu können die Studierenden zum Beispiel mittels grüner und roter Karten darum gebeten werden, positive und negative Aspekte bezüglich der Veranstaltungen und Methoden aufzuschreiben und dann an eine Stellwand zu pinnen (vgl. Meier 2003b, S. 189). Dadurch kann auch überprüft werden, ob sich die Kultur- und Unterhaltungsanteile der Summer School positiv auf die Atmosphäre ausgewirkt haben.

8.3.12 Vorstellung eines möglichen Programms

Nachdem das Konzept der Summer School erläutert und begründet worden ist, wird im Folgenden ein mögliches, konkretes Programm zur Veranschaulichung entworfen.

Das erstellte Programm ist als Anregung und Impuls zur Erstellung eines eigenen Programms im Sinne des Konzepts zu verstehen, und daher nicht im Detail ausgearbeitet. Übersichtstabellen zu dem Programm an den einzelnen Tagen einer hypothetischen Summer School sollen einen ersten Einblick geben, danach folgt jeweils eine Beschreibung des Tages.

Montag	Programm
12.09.2011	
09:00-10:00	Begrüßung und Kennenlernen
10:00-13.00	<i>Kennenlernen der Bibliothek für Erstsemester: Schnitzeljagd</i>
	Schulungsphase: „Information benötigt! Ich kam, sah und googelte?“
13:00-14:00	Mittagspause: Pizza
14:00-14:30	Vortrag: „Informationskompetenz – Bedeutung für Studium und Beruf“ Prof. Dr. Mustermann
14:30-14:45	Pause
14:45-17:00	Schulungsphase: „Information benötigt! Ich kam, sah und googelte?“

Tab. 1: Summer School Programm: Montag

Der erste Tag der Summer School beginnt mit der Begrüßung der Teilnehmer. Das Programm und die Mitwirkenden werden kurz vorgestellt, außerdem wird nach einer Kennenlernphase der Wettbewerb für das beste Foto zum Begriff „Summer School“ bekanntgegeben und Gruppen werden hierfür gebildet. Erstsemester und Fortgeschrittene werden aufgeteilt, die Fortgeschrittenen starten sofort mit der ersten Schulungsphase. Die Erstsemester werden zunächst noch einmal in Kleingruppen aufgeteilt und machen dann die Schnitzeljagd durch die Bibliothek, bei der sie durch die Bearbeitung verschiedener Aufgaben das Gebäude, den Bestand und den Katalog kennenlernen. Danach beginnt auch für sie die Schulungsphase „Information benötigt! Ich kam, sah und googelte?“. Innerhalb dieser werden die Erwartungen und Wünsche der Teilnehmer besprochen und anschließend wird an einem entsprechenden Punkt bei den ersten Stationen des

Big 6 Skills Approach angesetzt. Sowohl Fortgeschrittene als auch Erstsemester folgen dem Big 6 Skills Approach, allerdings kann an unterschiedlichen Niveaus angesetzt werden, beziehungsweise es können unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt werden.

Informationsbedarf und mögliche Ressourcen für die Recherche werden in der ersten Schulungsphase besprochen. Das bietet die Möglichkeit, das umfangreiche digitale Angebot der Bibliothek vorzustellen und den Vergleich zu ziehen, welche Informationen man durch Google findet und welche Fachinformationen einer Recherche über andere Zugänge bedürfen.

Für die Schulung wird ein konkretes Informationsproblem behandelt.

Dafür bietet sich die Möglichkeit, einen fiktiven Studierenden mit einem hypothetischen Informationsproblem zu erfinden. Zur Auflockerung kann man den Studierenden die Möglichkeit geben, der erfundenen Person Charaktereigenschaften zuzuordnen, um sie etwas lebendiger zu gestalten. Schließlich bespricht man, was man diesem Studierenden raten würde, damit er seinen Informationsbedarf decken kann. Man kann die Studierenden dabei Lösungswege ausprobieren lassen und sie gleichzeitig mit der Identifikation passender Ressourcen und Suchbegriffe vertraut machen. Diese Methode hat sich in der Praxis als sehr nützlich erwiesen, um die Studierenden aktiv am Lernprozess zu beteiligen. (vgl. Frey 2008, S. 95-102)

In der Mittagspause erklärt man den Studierenden, wie alt das Gericht Pizza ist und wie es früher aussah, als es noch keine Tomaten in Europa gab.

Danach erfolgt ein Vortrag von einem Professor aus dem Fachbereich der Teilnehmer über die Bedeutung von Informationskompetenz in Studium und Beruf.

Der Vortrag soll den Teilnehmern zeigen, wie nützlich die aktive Teilnahme an der Summer School sein kann.

Anschließend folgt eine zweite Schulungsphase, in der je nach den Fortschritten der Teilnehmer bereits Suchabfragen durchgeführt werden können.

Dienstag	Programm
13.09.2011	
09:00-13:00	Schulungsphase: „Schnell zum Ziel! Übung macht den Meister!“
13:00-14:00	Mittagspause: Gyros und Tzatziki

14:00-14:45	Vortrag: „Google’s Top 10“
14:45-15:00	Pause
15:00-17:00	Kino: Der Name der Rose

Tab. 2: Summer School Programm: Dienstag

Am zweiten Tag der Summer School beschäftigt sich die Schulungsphase gezielt damit, die Suchstrategien und –anfragen der Studierenden zu verbessern. Es geht um erweiterte Suchmöglichkeiten in Datenbanken, elektronische Zeitschriften, die Lokation von Primärquellen, das Finden der richtigen Suchworte, die Nutzung von Schlag- und Stichworten etc.

In der Mittagspause werden die Studierenden kurz über die griechische Esskultur informiert. Bei Fleischgerichten muss natürlich eine vegetarische Alternative vorhanden sein. Nach dem Mittag folgt ein Vortrag, in dem erklärt wird, wie die Ranglisten in Google zustande kommen. Nach einer kurzen Pause folgt ein Unterhaltungselement: In einem Seminarraum wird der Film „Der Name der Rose“ gezeigt und Chips werden bereitgestellt.

Mittwoch	Programm
14.09.2011	
09:00-13:00	Exkursion: „Ohne die richtige Information geht gar nichts!“
13:00-14:00	Mittagspause: Paella
14:00-16:00	Schulungsphase: „Schnell zum Ziel! Übung macht den Meister!“
15:15-16:00	Experte im Haus: Die Datenbank X
16:00-16:30	Wettbewerb: „Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte!“

Tab. 3: Summer School Programm: Mittwoch

Am dritten Tag der Summer School trifft man sich zu einer gemeinsamen Exkursion.

Die Exkursion orientiert sich an örtlichen Gegebenheiten bezüglich Museen, Firmenrundführungen etc. Ziel ist es, den Studierenden zu vermitteln, dass Forschung und Wirtschaft ohne die Verfügbarkeit von Informationen scheitern würden. Die Mittagspause bietet neben dem Gericht Paella Informationen über die Mahlzeiten in Spanien.

Danach wird das Gewinnerteam des Fotowettbewerbs ermittelt, dazu werden alle eingereichten Fotos vorgestellt. Das Gewinnerteam erhält eine bestimmte Anzahl Freigetränke für die Party.

In der Schulungsphase geht es wie am Vortag schon um die Recherche an sich. Ein Mitarbeiter eines Datenbankhosts wird innerhalb dieser Schulungsphase für Erstsemester und Fortgeschrittene gemeinsam die entsprechende Datenbank vorstellen und für Fragen bereitstehen. Für Wirtschaftsstudierende könnte beispielsweise ein Mitarbeiter von Genios eingeladen werden. Für Naturwissenschaftler wäre die Einladung eines Vertreters von Springerlink denkbar.

Donnerstag	Programm
15.09.2011	
09:00-13:00	Schulungsphase: "Die berühmte Nadel im Heuhaufen..."
13:00-14:00	Mittagspause: Kartoffelcurry
14:00-15:00	Wettbewerb
15:00-15:15	Pause
15:15-16:00	Vortrag: „Die achte Todsünde – sind Sie sicher, dass Sie schon alles über Plagiate wissen?“
21:00 – open end	Party

Tab. 4: Summer School Programm: Donnerstag

Am vorletzten Tag der Summer School beschäftigt sich die Schulungsphase mit der Informationsverarbeitung, also damit, wie man gefundene Quellen ordnet, aus ihnen relevante Informationen extrahiert und im Zuge dessen ebenfalls damit, wie man richtig zitiert.

Beim Mittagessen wird mitgeteilt, wie in der indischen Küche mit Gewürzen umgegangen wird. Darauf folgt der Recherchewettbewerb, der mehr oder weniger zeitgleich in mehreren Computerräumen stattfindet. Die Ergebnisse werden ausgewertet und verglichen. Der Gewinner bekommt einen Kasten Bier. Nach einer kurzen Pause folgt ein Vortrag mit Fakten über Plagiate und einer kurzen Checkliste, wie man sie vermeidet, einschließlich Fragerunde. Der Vortrag schließt damit an die Schulung am Vormittag an. Am Abend trifft man sich noch einmal zu einer ungezwungenen Party und die Mitarbeiter der Bibliothek führen einen kleinen Sketch auf, der die Vorurteile gegenüber Bibliothekaren parodiert.

Sollte man eine Prüfung am Ende des Summer School Programms anstreben, sollte die Party nicht direkt am Abend zuvor liegen, sondern vielleicht zu einer Art Bergfest gegen Mitte der Woche umfunktioniert werden.

Freitag	Programm
16.09.2011	
10:00-12:00	Schulungsphase: „1000 Quellen an 1000 Stellen – Organisation ist alles!“
12:15-13:00	Experte im Haus: „Das Literaturverwaltungsprogramm Citavi“
13:00-14:00	Mittagspause: Couscous
14:00-14:45	Vortrag: „Bibliothek? Das ist doch da, wo die ganzen alten Bücher stehen, oder?“
14:45-15:00	Pause
15:00-16:00	Evaluation

Tab. 5: Summer School Programm: Freitag

Der letzte Tag der Summer School beginnt etwas später aufgrund der Party am vorletzten Abend. In der Schulungsphase geht es um die Organisation einer Vielzahl gefundener Quellen. Bei genügend Zeit kann die Schulungsphase auch genutzt werden, um den Teilnehmern noch einmal typische Fehler bei der Informationsrecherche aufzuzeigen, beispielsweise durch ein Ratespiel. Dabei könnte

man den Studierenden eine unvoreilhaftige Vorgehensweise präsentieren und sie dann um Richtigstellung bitten.

Ein externer Experte stellt anschließend ein Literaturverwaltungsprogramm vor, beispielsweise Citavi.

Zum Mittagessen kann afrikanische Musik aufgelegt werden und es können ein paar Informationen zu afrikanischem Tanz gegeben werden.

Der letzte Vortrag der Summer School gibt der Bibliothek die Möglichkeit, noch einmal kurz darzustellen, was ihr Angebot ist – den Bestand in Print und digital, aber auch die Beratung und Fortbildung betreffend. Es ist sozusagen ein Vortrag in eigener Sache, witzig gestaltet kann er mit alten Klischees von verstaubten Büchern aufräumen. Daran anschließend erfolgt die Evaluation der Summer School, zuletzt werden die Zertifikate ausgehändigt.

9. Vor- und Nachteile des Summer School Konzepts

In der Befragung sind die wichtigsten Argumente bereits von den befragten Bibliothekaren und Bibliothekarinnen genannt worden (vgl. Anhang 5, S. ff-jj).

Die Organisation, Durchführung und Evaluation der Summer School erfordert hohe Personalkapazität. Die eigentlichen Kosten können zwar durch eine Teilnahmegebühr weitestgehend gering gehalten werden, aber das erforderliche Personal trägt zu den Kosten bei. Dafür bietet die Summer School Möglichkeiten zur Profilierung und zur intensiven Arbeit mit Studierenden.

Allerdings ist unklar, ob Studierende freiwillig an der Summer School teilnehmen würden, da die Semesterferien sowohl Urlaub als auch Prüfungszeit sind (vgl. Anhang 5, S. hh-jj).

Der Zeitpunkt der Summer School kann durchaus vorteilhaft gesehen werden, da es für einige Studierende eine Entlastung sein kann, ein solches Angebot im Sommer zu besuchen und die Möglichkeit nicht nur in der stressigen Semesterzeit zu haben. Für die einwöchige Summer School gibt es, wie bereits erwähnt, die Möglichkeit einer Urlaubssperre, was Personalprobleme reduzieren kann.

Die Räume und technischen Möglichkeiten der Universität können genutzt werden, was gerade den Bibliotheken zugutekommen könnte, die im Allgemeinen fehlende Räume und Technik für Schulungen beklagten (Kapitel 6.3, S. 27).

Studierende sind im Allgemeinen kaum motiviert, an Bibliotheksveranstaltungen zusätzlich zu der hohen Belastung durch das Studium und Nebenjobs teilzunehmen. Die Notwendigkeit dazu wird meist nicht gesehen, Angebote müssen daher verpflichtend sein, sollen sie Erfolg haben. (vgl. Lux 2004, S. 56-57)

Im Gegenschluss ergibt sich, dass die Studierenden zur Teilnahme motiviert werden können, indem man ihnen die Notwendigkeit, beziehungsweise die Nützlichkeit eines Angebots vermittelt. Die Werbung für die Summer School setzt genau an diesem Punkt an: Der Motivation der Studierenden. Ob die Ideen funktionieren, kann allerdings nur in der Praxis festgestellt werden.

Ein paar Bibliotheken haben mit Angeboten im Sommer laut der Befragung grundsätzlich gute Erfahrungen gemacht (vgl. Anhang 5, S. hh-jj).

Wie die Befragung außerdem gezeigt hat, sind die Angebote von großen Hochschulbibliotheken sehr vielfältig, sehr spezifisch und oft auch schon verpflichtend auf die eine oder andere Weise ins Curriculum eingebunden (Kapitel 6.3, S. 22-24). Das in dieser Arbeit erstellte Konzept einer Summer School versteht sich daher als zusätzliches Angebot zu den bisherigen Veranstaltungen der Bibliothek. Die Summer School kann nicht die Leistungen übernehmen, die durch die vorhandenen Führungen, Kurse etc. erbracht werden, da sie keine Massenveranstaltung ist und sich an eine sehr spezifische Zielgruppe wendet.

Die Durchführung der Summer School wird kaum zu personellen Entlastungen im Semester führen, sie kann sogar gegenteilige Effekte haben, wenn positive Mund-zu-Mund Propaganda stattfindet, die ja eigentlich gewollt ist.

Die Hauptfrage ist, welchen Mehrwert die Summer School im Vergleich zu bestehenden Angeboten besitzt.

Dieser Mehrwert liegt in der Möglichkeit zur Profilierung, zur Imageverbesserung durch das Event-Marketing und in der Möglichkeit zur intensiveren Arbeit mit Studierenden über einen längeren Zeitraum.

Wie in Kapitel 5 (S. 9-12) dargestellt, ist das Event-Marketing anderen Formen des Marketings durch die vermehrte Interaktion und Emotionalisierung der Teilnehmer überlegen.

In der Befragung nannten die Bibliotheken als Chance im Bereich Informationskompetenz vor allem die Imageverbesserung und die erhöhte Akzeptanz

ihrer Bibliothek. Sie sahen als Chance außerdem das Potential, Kontakte auszubauen und die Nutzung der Bibliothek durch die Studierenden effizienter und effektiver zu gestalten. Genau hier setzt das Summer School Konzept an. Die Bibliothek kann sich durch die Organisation einer Summer School ein Alleinstellungsmerkmal verschaffen. Durch die Freiwilligkeit der Teilnahme werden hauptsächlich wirklich interessierte Studierende an der Summer School teilnehmen. Die ausgeprägten Schulungsphasen bieten die Möglichkeit, tiefgehend und praktisch mit den Studierenden zu arbeiten und auf die Bedürfnisse Einzelner einzugehen, wie es selbst in Seminaren und Vorlesungen kaum möglich ist. Nur Blockkurse würden eine ähnliche Intensität bieten, allerdings müssten sie dann ebenso gezielt für eine bestimmte, fachspezifische Zielgruppe konzipiert worden sein.

Schließlich kann die Zusammenarbeit mit den Fachbereichen intensiviert und gefördert werden.

Als besondere Schwierigkeit empfanden die befragten Hochschulbibliotheken ihre Personal-, Technik-, Finanz- und Raumsituation (Kapitel 6.3, S. 26-27). Ein verbessertes Image und eine vermehrte Anerkennung der Bibliothek könnten zu einer Aufstockung der Ressourcen der Bibliothek durch ihre Geldgeber führen.

Jede Bibliothek muss für sich abwägen, inwiefern sie einer Imageverbesserung und Profilierung durch das Event-Marketing und der intensiven Arbeit mit Studierenden Vorrang gegenüber den Anstrengungen im Personal- und Finanzbereich gibt.

10. Ausblick

Für die tatsächliche Umsetzung des Konzepts sehe ich nach den bisher gemachten Erörterungen und Erläuterungen die folgenden Schritte.

Zunächst sollte mit allen möglichen Beteiligten die Motivationslage geklärt werden, weil der angestrebte Marketingeffekt wohl kaum mit einer demotivierten Mannschaft erreicht werden kann.

Darauf sollte eine Absprache mit der Hochschule und den Fachbereichen in die Wege geleitet werden.

Als nächsten Schritt empfehle ich, die ins Auge gefasste Zielgruppe hinsichtlich ihrer Interessen und Vorstellungen bezüglich eines Summer School Programms zu befragen, zum Beispiel durch Fokusgruppeninterviews, denn in der Event-Theorie

besteht eine der wichtigen Voraussetzungen für die Organisation eines erfolgreichen Events in der Identifizierung der Bedürfnisse der Zielgruppe (Kapitel 4, S. 7-9). Danach sollte festgelegt werden, wie sich die Bibliothek und ihre Mitarbeiter während der Summer School präsentieren wollen, also welches Image sie etablieren möchten. Nach diesen Vorarbeiten kann die Summer School als Projekt angegangen werden.

Unbestreitbar ist, dass Bibliotheken in Zukunft ihre Expertise unter Beweis stellen und sich ein neues Image erarbeiten müssen (Kapitel 3, S. 5-7). Es wäre sicherlich falsch, die Summer School als ein Allheilmittel zu betrachten, aber sie ist eine Möglichkeit und Maßnahme, etwas für ein neues Image und damit für die Zukunft der Bibliotheken zu tun.

11. Fazit

In der vorliegenden Arbeit wurde dargestellt, wie ein Summer School Konzept zur Vermittlung von Informationskompetenz an Studierende aussehen und welche positiven Wirkungen es haben kann. Dabei wurde explizit die Möglichkeit des Event-Marketings erörtert. Außerdem wurde betrachtet, welche Argumente gegen das entwickelte Konzept sprechen. Im Ausblick wurde schließlich aufgezeigt, was die nächsten Schritte vor einer Umsetzung des Konzepts wären.

Abschließend möchte ich meine persönliche Meinung zu dem Konzept äußern. Nachdem ich mich so ausführlich mit der Idee einer Summer School beschäftigt habe, sähe ich gerne in der Praxis, ob sich die theoretisch erwarteten Vorteile bewahrheiten. Gleichzeitig ist mir klar geworden, dass die entscheidende Frage ist, ob sich der hohe Aufwand angesichts der ohnehin steigenden personellen und finanziellen Belastungen für Bibliotheken wirklich „lohnt“. Müsste ich mich in der Position einer Bibliothekarin für oder gegen eine Umsetzung entscheiden, wäre sicherlich eine Beratung mit meinen Kollegen über die erhöhte Belastung und mit der Hochschulleitung bezüglich der Unterstützung der Idee ausschlaggebend. Als Absolventin plädiere ich allerdings dafür, das Konzept umzusetzen und zu evaluieren, wie es sich auswirkt. Ich bin überzeugt, dass man in dem Moment zu Stagnation verurteilt ist, in dem man sich aufgrund von erwarteten Belastungen nicht mehr traut, etwas Neues auszuprobieren.

Glossar

Event	ein einzigartiges, detailliert geplantes Ereignis, das die Erfahrung der Teilnehmer gezielt beeinflusst
Event-Marketing	eine spezielle Form des Marketings, die durch die Emotionalisierung und Interaktion mit den Teilnehmern eines Events zur Imageverbesserung und Kundenbindung beitragen kann
Experiential Learning Theory	Lerntheorie von David Kolb, in der die Erfahrung des Lernenden Basis des Lernprozesses ist
Didaktik	Theorien und Modelle, die sich mit dem Unterrichtsgeschehen auseinandersetzen und damit, wie Lernerfolg erreicht werden kann
Handlungsorientierte Didaktik	ein spezielles didaktisches Modell, das darauf abzielt, die Lernenden zu befähigen, gelerntes Wissen auch aktiv anzuwenden zu können
Informationskompetenz (Information literacy)	Fähigkeiten und Kenntnisse, die es einem Individuum ermöglichen, gezielt Informationen zu finden, aufzubereiten, kritisch zu hinterfragen und kompetent und ethisch mit Ressourcen umzugehen
Image	alle Einstellungen, Gefühle und Erfahrungen, die man im Zusammenhang mit einem Unternehmen, einem Produkt etc. verbindet
Kollaboratives Lernen	siehe kooperatives Lernen
Konstruktivismus	Überbegriff für all jene Lerntheorien, die dafür plädieren, dass Lernen sozial, situationsbezogen und aktiv ist, sowie dass die Erfahrung des Studierenden maßgeblich für den Lernerfolg ist

Kooperatives Lernen	eine Theorie, die davon ausgeht, dass ohne Interaktion innerhalb einer Gruppe kein nachhaltiges Lernen stattfinden kann
Lerntheorie	Theorien und Modelle, die sich mit den Lernprozessen eines Individuums beschäftigen, nicht zwingend auf das Unterrichtsgeschehen bezogen
Marketing	alle Aktivitäten, Instrumente und Prozesse, die dazu dienen, gezielt Märkte im Sinne der eigenen Institution bzw. des Auftraggebers zu beeinflussen
Medienkompetenz	Die Fähigkeit, Medien gezielt einzusetzen, zu nutzen, und die Ergebnisse und den Einfluss der Medien kritisch bewerten zu können
Öffentlichkeitsarbeit	umfasst jede Form der Kommunikation mit der Öffentlichkeit, um positive Beziehungen aufzubauen und das Unternehmen oder die Institution zu positionieren
Soziokulturelle Lerntheorie	eine Lerntheorie, in deren Mittelpunkt die Erkenntnis steht, dass Lernen ohne Interaktion innerhalb einer Gruppe und einer Kultur nicht stattfindet
Summer School	freiwillige Veranstaltungsreihe in der Sommerzeit zur Fortbildung, enthält auch Kultur und Unterhaltung
Teaching Library	Aktivitäten von Bibliotheken, die sich mit der Vermittlung von Informationskompetenz beschäftigen
Werbung	gezielte Meinungsbeeinflussung, um ein gewünschtes Verhalten zu erreichen

Literaturverzeichnis

Abertay 2010

THE UNIVERSITY OF ABERTAY DUNDEE (Hrsg.): *Summer School*. URL
<http://www.abertay.ac.uk/studying/find/ug/summer/>.- letzter Abruf 2010-08-08

ACRL 2010

ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES (Hrsg.): *Information Literacy Competency Standards for Higher Education*. URL
<http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/standards/informationliteracycompetency.cfm>.-
letzter Abruf 2010-07-31

ALA 1989

AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION (Hrsg.): *Presidential Committee on Information Literacy: Final Report*. URL
<http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/publications/whitepapers/presidential.cfm>.-
Aktualisierungsdatum: 10.01.1989.- letzter Abruf 2010-08-06

Atteslander 2008

ATTESLANDER, Peter ; CROMM, Jürgen (Mitarb.) [u.a.]: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 12. durchges. Aufl. Berlin : Erich Schmidt, 2008. - 359 S. - ISBN 978-3-503-10690-5

Beck 2006

BECK, Silke: *Event-Marketing in Bibliotheken*. Berlin : BibSpider, 2006. - 108 S. - ISBN 3-936960-14-3

Berridge 2009

BERRIDGE, Graham: *Events Design and Experience*. Amsterdam [u.a.] : Elsevier, 2009. - 296 S. - ISBN 978-0-7506-6453-0

Bibliothek Hochschule München 2010

BIBLIOTHEK HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN MÜNCHEN (Hrsg.): *Informationsveranstaltungen*. URL
<http://www.bib.hm.edu/serviceangebote/informationsveranstaltungen/index.de.html>.-
Aktualisierungsdatum: 07.09.2010.- letzter Abruf 2010-09-07

BibS 2010

HOCHSCHULBIBLIOTHEKSZENTRUM DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.): *BibS – die Suchmaschine für Bibliotheken*. URL

<http://www.bibliotheksstatistik.de/eingabe/dynrep/adrbrowser/bibs.php>.- letzter Abruf 2010-07-31

Boddy 2010

BODDY, Peter: *International Summer School*. URL <http://www.sussex.ac.uk/iss/>.- letzter Abruf 2010-08-08

British Library 2008

BRITISH LIBRARY ; JISC ; UNIVERSITY COLLEGE LONDON (Hrsg.) : *Information behaviour of the researcher of the future : a ciber briefing paper*. URL

<http://www.bl.uk/news/pdf/googlegen.pdf>. - 35 S. - Aktualisierungsdatum: 11.01.2008.- letzter Abruf 2010-07-28

Brohm 2006

BROHM, Michaela: *Evaluation von Schüler- und Lehrertrainingsprogrammen : Bedingungen, theoretische Ansätze, Forschungsdesigns*.- In: BÖTTCHER, Wolfgang (Hrsg.) ; HOLTAPPELS, Heinz Günter (Hrsg.) ; BROHM, Michaela (Hrsg.): *Evaluation im Bildungswesen : Eine Einführung in Grundlagen und Praxisbeispiele*. Weinheim [u.a.]: Juventa, 2006. – S. 245-263. – ISBN 978-3-7799-1530-0 – ISBN 3-7799-1530-8

Cardiff 2010

CARDIFF UNIVERSITY (Hrsg.): *The International Summer School*. URL

<http://www.cardiff.ac.uk/prospective/inter/elt/courses/summerschool/index.html>.- letzter Abruf 2010-08-08

CILIP 2009

CILIP CSG INFORMATION LITERACY GROUP (Hrsg.): *Definitions of IL*. URL

http://www.informationliteracy.org.uk/Information_literacy_definitions/Definitions.aspx. - Aktualisierungsdatum: 14.02.2009.- Abruf 2010-07-26

College Board 2010

COLLEGE BOARD (Hrsg.): *Summer School : It's not what you think*. URL

<http://www.collegeboard.com/student/plan/high-school/9839.html>.- letzter Abruf 2010-08-08

Collins 2009

COLLINS, Bobbie: Integrating information literacy skills into academic summer programs for precollege students. In: *Reference Services Review* 37 (2009), Nr. 2. - [Abstract abgerufen von Library, Information Science & Technology Abstracts]. - S. 143-154.- letzter Abruf 2010-08-10

Connaway 2010

CONNAWAY, Lynn Silipigni ; DICKEY, Timothy J.: *The Digital Information Seeker : Report of the Findings from Selected OCLC, RIN, and JISC User Behaviour Projects*. URL <http://www.jisc.ac.uk/publications/reports/2010/digitalinformationseekers.aspx>.- 15.02.2010.- letzter Abruf 2010-08-28

Contrada 2010

CONTRADA (Hrsg.): *Summer Schools & Summer Courses Directory*. URL <http://www.summer-schools.info/>.- letzter Abruf 2010-08-08

Cooperstein 2004

COOPERSTEIN, Susan E. ; KOCEVAR-WEIDINGER, Elizabeth: Beyond active learning : a constructivist approach to learning. In: *Reference Services Review* 32 (2004), Nr. 2, S. 141-148

DAAD 2010

DEUTSCHER AKADEMISCHER AUSTAUSCH DIENST (Hrsg.): *Study and Research in Germany: Summer Schools in Germany 2010*. URL <http://www.daad.de/deutschland/deutsch-lernen/sommerkurse/00490.en.html>.- letzter Abruf 2010-08-08

EBSCO 2010

EBSCO (Host): *Library and Information Science Technology Abstracts*.-[frei verfügbar].- letzter Abruf 2010-08-11

Eckenrode 2008

ECKENRODE, Dawn: *An "Amazing Race" through the library : Reality Television meets problem-based learning*.- In: COOK, Douglas (Hrsg.) ; SITTNER, Ryan L. (Hrsg.): *Practical Pedagogy for Library Instructors : 17 innovative strategies to improve student learning*. Chicago : Association of College and Research Libraries, 2008. – S. 127-138. - ISBN 978-0-8389-8458-1

Eisenberg 2007

EISENBERG, Mike: *What is the Big6?* URL

<http://www.big6.com/what-is-the-big6/>.- Aktualisierungsdatum: 09.10.2007.- letzter Abruf 2010-08-22

EnIL 2010a

EUROPEAN NETWORK ON INFORMATION LITERACY (Hrsg.): *EnIL International Summer School on "Information Literacy"*. URL

<http://www.ceris.cnr.it/Basili/EnIL/summerschool.htm>.- letzter Abruf 2010-08-12

EnIL 2010b

EUROPEAN NETWORK ON INFORMATION LITERACY (Hrsg.): *Information*. URL

<http://www.ceris.cnr.it/Basili/EnIL/information.htm>.- letzter Abruf 2010-08-12

EnIL 2010c

EUROPEAN NETWORK ON INFORMATION LITERACY (Hrsg.): *About EnIL*. URL

<http://www.ceris.cnr.it/Basili/EnIL/about.htm>.- letzter Abruf 2010-08-12

e-teaching 2006

REDAKTIONSTEAM E-TEACHING.ORG: *Didaktische Modelle*. URL http://www.e-teaching.org/didaktik/theorie/didaktik_allg/Modelle.pdf.

- Aktualisierungsdatum: 19.07.2006.- letzter Abruf 2010-09-12

Farmer 1999

FARMER, Leslie S. J.: *Cooperative Learning Activities in the Library Media Center*. 2. Aufl. Englewood, Colorado : Libraries unlimited, 1999. – 166 S. – ISBN 1-56308-542-9

Freiburg 2010

UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK FREIBURG (Hrsg.): *Roadshow*. URL

<http://www3.ub.uni-freiburg.de/index.php?id=1121>.- letzter Abruf 2010-08-14

Freie Universität Berlin 2010

UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK DER FREIEN UNIVERSITÄT BERLIN (Hrsg.): *Einführung, Kurse, Individuelles Coaching*. URL http://www.ub.fu-berlin.de/service_neu/einfuehrung/.

- letzter Abruf 2010-08-12

Frey 2008

FREY, Susan M.: *Constructing narrative to situate learning in library instruction : counseling an imaginary undergraduate.*- In: COOK, Douglas (Hrsg.); SITTLER, Ryan L. (Hrsg.): *Practical Pedagogy for Library Instructors : 17 innovative strategies to improve student learning.* Chicago : Association of College and Research Libraries, 2008. - S. 95-102. - ISBN 978-0-8389-8458-1

Frick 2009

FRICK, Marike: *Summer School : Sommer, Sonne, Seminar.* Zeit Online: Campus, 12.03.2009. URL <http://www.zeit.de/2009/12/C-Summerschool>.- letzter Abruf 2010-08-08

Götz 1999

GÖTZ, Klaus ; HÄFNER, Peter: *Didaktische Organisation von Lehr- und Lernprozessen : ein Lehrbuch für Schule und Erwachsenenbildung.* 5., durchges. Aufl. Weinheim : Deutscher Studienverlag, 1999. - 202 S. - ISBN 3-89271-310-3

Gundlach 2009

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (Hrsg.) ; GUNDLACH, Gregory T. ; WILKIE, William L.: *The American Marketing Association's New Definition of Marketing : Perspective and Commentary on the 2007 Revision.* In: *Journal of Public Policy & Marketing* 28 (2009), Nr. 2, S. 259–264

Harrison 2010

HARRISON, Amanda A. ; NEWTON, Angela: *Assessing undergraduate information literacy skills : how collaborative curriculum interventions promote active and independent learning.* In: MACKEY, Thomas P. ; JACOBSON, Trudi E.: *Collaborative information literacy assessment.* New York [u.a.] : Neal-Schuman, 2010. - S. 87-108. - ISBN 978-1-55570-693-7

hbz 2010

HOCHSCHULBIBLIOTHEKSZENTRUM DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.): *Variable Auswertung.* URL <http://www.bibliothekstatistik.de/eingabe/dynrep/index.php>.- letzter Abruf 2010-07-27

Helsingin yliopisto 2010

HELSINGIN YLIOPISTO (Hrsg.): *Nordic Information Literacy Summer School Transformation from Digital Library to Digital Learning : Korpo, Finland, 7-11 June, 2010*. URL

<http://www.helsinki.fi/infolukutaito/ILajankohtaista/2010summerschool.html>.-

Aktualisierungsdatum: 13.04.2010.- letzter Abruf 2010-08-12

Henderson 1998

HENDERSON, Pamela W. ; COTE, Joseph A.: Guidelines for selecting or modifying logos. In: *Journal of Marketing*, 62 (1998), Nr. 2, S. 14-30

Hochschule für Medien 2010

HOCHSCHULE FÜR MEDIEN 2010 (Hrsg.): *Bibliotheks- und Informationsmanagement: International Summer School 2010*. URL

http://www.hdm-stuttgart.de/bi/bi_akademie/summerschool.- letzter Abruf 2010-08-12

Hütte 2006

HÜTTE, Mario: Zur Vermittlung von Informationskompetenz an Hochschulbibliotheken - Entwicklung, Status quo und Perspektiven. In: *Bibliothek* 30 (2006), Nr. 2, S. 137-167 - URL <http://www.bibliothek-saur.de/t6030002.html>.- letzter Abruf 2010-07-26

Humboldt 2010

HUMBOLDT UNIVERSITÄT ZU BERLIN (Hrsg.): *Studiosseiten der Einrichtungen*. URL

http://www.hu-berlin.de/service/einrichtungen/index_studium.php.-

Aktualisierungsdatum: 03.03.2010.- letzter Abruf 2010-08-20

Institute of Continuing Education 2010

INSTITUTE OF CONTINUING EDUCATION (Hrsg.): *About the Summer Schools*. URL

<http://www.ice.cam.ac.uk/courses/summer-schools/about-summer-schools>.- letzter Abruf 2010-08-08

Jacklin 2010

JACKLIN, Marcie Lynne ; PFAFF, Heather: Working Together: Librarian and student collaboration through active learning in a library eclassroom. *Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research* 5 (2010), Nr. 1, S. 1-27

Kießling 2008

KIEßLING, Ina: *Image und Status von Bibliothekaren und Archivaren : Analyse, Ursachen und Wege zur Verbesserung*. Saarbrücken : VDM Verlag Dr. Müller, 2008. - 38 S. - Zugl.: Potsdam, Fachhochsch., Diplomarbeit, 2007. - ISBN 978-3-8364-6786-5

Kingston 2010

KINGSTON UNIVERSITY: *Summer 2010 classes*. URL <http://www.kingston.ac.uk/summerschool/summer-classes/>.- letzter Abruf 2010-08-08

Kirchgeorg 2010

KIRCHGEORG, Manfred ; GABLER VERLAG (Hrsg.): *Gabler Wirtschaftslexikon : Zielgruppe*. URL <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/13543/zielgruppe-v6.html>.- letzter Abruf 2010-09-01

Kirchhoff 2003

KIRCHHOFF, Sabine ; KUHNT, Sonja ; LIPP, Peter ; SCHLAWIN, Siegfried: *Fragebogen : Datenbasis, Konstruktion, Auswertung*. 3., überarb. Aufl. Opladen : Leske + Budrich, 2003. - ISBN 3-8100-3680-3

Kirsten 2010

KIRSTEN, Nadja ; SOEHRING, Maren: *Bologna-Reform : Achtung Baustelle! Zeit Studienführer 2010*, 26.05.2010. URL <http://www.zeit.de/studium/studienfuehrer-2010/Umbruch?page=1>.- letzter Abruf 2010-08-10

Klatt 2001

KLATT, Rüdiger ; GAVRIILIDIS, Konstantin ; KLEINSIMLINGHAUS, Kirsten ; FELDMANN, Maresa [u.a.]: *Nutzung elektronischer wissenschaftlicher Information in der Hochschulausbildung Barrieren und Potenziale der innovativen Mediennutzung im Lernalltag der Hochschulen : Kurzfassung*. Dortmund, Juni 2001. URL <http://www.stefi.de/download/kurzfas.pdf>.- letzter Abruf 2010-07-27

Kolb 1999

KOLB, David A. ; BOYATZIS, Richard E. ; MAINEMELIS, Charalampos: *Experiential Learning Theory : previous research and new directions*. Cleveland : Case Western Reserve University, 1999. URL <http://www.learningfromexperience.com/research-library/>.- letzter Abruf 2010-08-20

Kolb 2006

KOLB, Alice Y. ; KOLB, David A.: *Learning styles and learning spaces : a review of the multidisciplinary application of Experiential Learning Theory in higher education*. URL <http://www.learningfromexperience.com/research-library/>.- letzter Abruf 2010-08-20

Kromrey 2006

KROMREY, Helmut: *Empirische Sozialforschung : Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung*. 11., überarb. Aufl. Stuttgart : Lucius & Lucius, 2006. - ISBN 978-3-8282-0352-6 – ISBN 3-8282-0352-3

LaGuardia 1996

LAGUARDIA, Cheryl ; BLAKE, Michael ; FARWELL, Laura ; KENT, Caroline ; TALLENT, Ed: *Teaching the New Library : a how-to-do-it manual for planning and designing instructional programs*. New York [u.a.] : Neal-Schuman, 1996 (How-to-do-it manuals for librarians 70). - xii, 171 S. – ISBN 1-555-70214-7

Leuphana 2010

LEUPHANA (Hrsg): *Universitätsbibliothek*. URL <http://www.leuphana.de/bibliothek.html>.- letzter Abruf 2010-08-12

Levy 2005

LEVY, Philippa: *Pedagogy in a changing environment*. In: LEVY, Philippa (Hrsg.) ; ROBERTS, Sue (Hrsg.): *Developing the new learning environment : the changing role of the academic librarian*. Bodmin : Facet Publishing, 2005. - S. 24-48. - ISBN 1-85604-530-7

LSE 2010

THE LONDON SCHOOL OF ECONOMICS AND POLITICAL SCIENCE (Hrsg.): *LSE Summer School : Raise your profile this summer*. URL <http://www2.lse.ac.uk/study/summerSchools/summerSchool/Home.aspx>.- letzter Abruf 2010-08-08

Lux 2004

LUX, Claudia ; SÜHL-STROHMENGER, Wilfried: *Teaching library in Deutschland : Vermittlung von Informations- und Medienkompetenz als Kernaufgabe für öffentliche und wissenschaftliche Bibliotheken*. Wiesbaden : Dinges und Frick, 2004 (BIT online Innovativ 9). - 248 S. - ISBN 3-934997-11-2

McMillen 2007

MCMILLEN, Paula ; DEITERING, Anne-Marie: *Complex Questions, Evolving Answers : Creating a Multidimensional Assessment Strategy to build support for the „Teaching Library“*. In: WALTER, Scott (Hrsg): *The teaching library : approaches to assessing information literacy instruction*. Binghamton, NY : Haworth Information Press, 2007. - 230 S. - [co-published as Public Services Quarterly, Vol. 3, no. 1/2, 2007]. - ISBN 978-0-7890-3149-5

Meier 2003a

MEIER, Rolf: *Seminare erfolgreich planen: mit computergestützter Planungshilfe auf CD-ROM*. Offenbach : GABAL, 2003. - 224 S. - ISBN 3-89749-301-2

Meier 2003b

MEIER, Rolf: *Seminare erfolgreich durchführen : mit Videofallsbeispielen und einer Methodensammlung auf CD-ROM*. Offenbach : GABAL, 2003. - 222 S. - ISBN 3-89749-353-5

Newcastle 2010

NEWCASTLE UNIVERSITY (Hrsg.): *International Summer Schools*. URL <http://www.ncl.ac.uk/nuiss/>.- letzter Abruf 2010-08-08

NordINFOLIT 2010

NORDINFOLIT (Hrsg.): *Welcome to NordINFOLIT!* URL <http://www.nordinfolit.org/default.asp?nid=59>.- letzter Abruf 2010-08-12

OECD 2003

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (Hrsg.): *Definition und Auswahl von Schlüsselkompetenzen : Zusammenfassung*. 2003. URL <http://www.oecd.org/dataoecd/36/56/35693281.pdf>.- letzter Abruf 2010-08-09

Oslo 2010

OSLO UNIVERSITY COLLEGE (Hrsg.): *Filvedlegg*. URL <http://www.hio.no/Welcome-to-OUC/Summer-School-2010/Curriculum-LATINA>.- letzter Abruf 2010-08-12

Oxford 2010

UNIVERSITY OF OXFORD (Hrsg.): *Summer School for Adults*. URL <http://summerschool.conted.ox.ac.uk/>.- letzter Abruf 2010-08-08

Patrika 2010

RAJASTHAN PATRIKA (Hrsg.): *Patrika in Education : Initiate your journey to success : Summer School*. URL <http://pie.patrika.com/summer-school.htm>.- letzter Abruf 2010-08-08

Pfäffli 2005

PFÄFFLI, Brigitta K.: *Lehren an Hochschulen : eine Hochschuldidaktik für den Aufbau von Wissen und Kompetenzen*. Bern [u.a.] : Haupt, 2005. – 287 S. – ISBN 3-258-06871-2

Proquest 2010

PROQUEST: *Library and Information Science Abstracts*. - [kostenpflichtig]. - [für Mitglieder der Hochschule für Angewandte Wissenschaften verfügbar unter] URL http://rzblx10.uni-regensburg.de/dbinfo/detail.php?bib_id=hawhh&colors=&ocolors=&lett=f&titel_id=2104.- letzter Abruf 2010-08-11

Providence 2010

PROVIDENCE HIGH SCHOOL (Hrsg.): *Providence High School 2010 summer experience*. URL http://www.providencehigh.org/academics/Summer_School_Course_Book_2010.pdf.- letzter Abruf 2010-08-12

Reischmann 2006

REISCHMANN, Jost: *Weiterbildungs-Evaluation : Lernerfolge messbar machen*. 2. Aufl. Augsburg : Ziel, 2006. - ISBN 978-3-937-210-50-6 - ISBN 3-937-210-50-4

Reisewitz 2010

REISEWITZ, Perry ; GABLER VERLAG (Hrsg.): *Gabler Wirtschaftslexikon : Public Relations (PR)*. URL <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54933/public-relations-pr-v7.html>.- letzter Abruf 2010-09-02

Rockenbach 2007

ROCKENBACH, Susanne: *Neugier und Zweifel – Informationskompetenz anders!* - Vortrag anlässlich der 3. Internationalen Fachtagung „Die lernende Bibliothek / La biblioteca apprende“, 25. – 27. September 2007, Universität Innsbruck. URL <https://kobra.bibliothek.uni-kassel.de/bitstream/urn:nbn:de:hebis:34-2007100519309/1/VortragRockenbach.pdf>.- letzter Abruf 2010-08-02

Rosa 2005

ROSA, Cathy De ; CANTRELL, Joanne ; CELLENTANI, Diane ; HAWK, Janet [u.a.]: *Perceptions of libraries and information resources : A report to the OCLC membership*. Dublin, Ohio : OCLC, 2005. - vii-xvi, 1-1 - 6-8 S. - ISBN 1-55653-364-0 – URL <http://www.oclc.org/reports/2005perceptions.htm>.- letzter Abruf 2010-07-28

Schjønsby 2010

SCHJØNSBY, Elisabeth ; OSLO UNIVERSITY COLLEGE (Hrsg.): *LATINA : Learning and teaching in a digital world*. URL <http://www.hio.no/Welcome-to-OUC/Summer-School-2010/LATINA>.- Aktualisierungsdatum: 27.01.2010.- letzter Abruf 2010-08-12

Schlag 1995

SCHLAG, Bernhard: *Lern- und Leistungsmotivation*. Opladen : Leske + Budrich, 1995. - 160 S. - ISBN 3-8100-1380-3

Schulz 2010

SCHULZ, Jürgen ; GABLER VERLAG (Hrsg.): *Gabler Wirtschaftslexikon : Werbung*. URL <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/werbung.html>.- letzter Abruf 2010-09-02

Schulze 2005

SCHULZE, Gerhard: *Die Erlebnisgesellschaft : Kulturosoziologie der Gegenwart*. 2. Aufl. Frankfurt [u.a.] : Campus Verl., 2005. - 589 S. - ISBN 3-593-37888-4

Specht 2005

SPECHT, Ulrike: „UB on Tour“ auf dem Heidelberger Campus.- In: UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK HEIDELBERG (Hrsg.): *Theke aktuell : für Heidelberger Bibliotheken von Heidelberger Bibliotheken* 12 (2005), Nr. 1. URL http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/volltexte/2005/5443/pdf/Theke_Aktuell_2005_1_online.pdf.- letzter Abruf 2010-08-14

Study in the USA 2010

STUDY IN THE USA (Hrsg.): *Boarding schools in the USA*. URL http://profiles.boardingschoolsusa.com/Boarding_Schools_Category_Summer_Camps_Programs_English.html.- letzter Abruf 2010-08-11

Sühl-Strohmenger 2008a

SÜHL-STROHMENGER, Wilfried ; DANNENBERG, Detlev: *Teaching Library : Bedeutung des Begriffs "Teaching Library"*. URL <http://www.bibliotheksportal.de/hauptmenue/themen/bibliothek-und-bildung/teaching-library/>.- Aktualisierungsdatum: 02.06.2010.- letzter Abruf 2010-07-26

Sühl-Strohmenger 2008b

SÜHL-STROHMENGER, Wilfried: *Neue Entwicklungen auf dem Weg zur „Teaching Library“ – insbesondere bei Wissenschaftlichen Bibliotheken*. In: KRAUß-LEICHERT, Ute (Hrsg.): *Teaching library - eine Kernaufgabe für Bibliotheken*. 2., durchges. Aufl. Frankfurt, M. [u.a.] : Lang, 2008. - 189 S. - ISBN 978-3-631-57762-2 - ISBN 3-631-57762-1

SUISS 2010

THE SCOTTISH UNIVERSITIES' INTERNATIONAL SUMMER SCHOOL (Hrsg.): *The School*. URL <http://www.summer-school.hss.ed.ac.uk/suiss/about.html>.- letzter Abruf 2010-08-08

Summer Schools 2010a

SUMMER SCHOOLS IN EUROPE.EU (Hrsg.): *Summer Schools in Europe.eu : Find a summer course in 3 steps!* URL <http://www.summerschoolsineurope.eu/>.- letzter Abruf 2010-08-08

Summer Schools 2010b

SUMMER SCHOOLS IN EUROPE.EU (Hrsg.): *Summer Schools in Europe.eu : The largest directory of summer courses in Europe*. URL http://www.summerschoolsineurope.eu/download/SSIE_factsheet.pdf.- letzter Abruf 2010-08-08

Sundin 2008

SUNDIN, Olof: Negotiations on information-seeking expertise : A study of web-based tutorials for information literacy. In: *Journal of Documentation* 64 (2008), Nr.1, S. 24-44

Thormann 2009

THORMANN, Klaus: *Roadshow der Bibliothek*. URL [http://www.fh-aachen.de/bibnews_einzel.html?&tx_ttnews\[pS\]=1257634620&tx_ttnews\[pointer\]=2&tx_ttnews\[tt_news\]=2013&tx_ttnews\[backPid\]=824&cHash=98ed2eabb2](http://www.fh-aachen.de/bibnews_einzel.html?&tx_ttnews[pS]=1257634620&tx_ttnews[pointer]=2&tx_ttnews[tt_news]=2013&tx_ttnews[backPid]=824&cHash=98ed2eabb2).- Aktualisierungsdatum: 11.05.2009.- letzter Abruf 2010-08-14

Trommsdorff 2009

TROMMSDORFF, Volker ; KÖHLER, Richard (Hrsg.) ; DILLER, Hermann (Hrsg.): *Konsumentenverhalten*. 7. vollst., überarb. u. erw. Aufl. Stuttgart : Kohlhammer, 2009 (Kohlhammer Edition Marketing). - 335 S. - ISBN 978-3-17-020155-2

Universität Düsseldorf 2010

Heinrich-Heine Universität Düsseldorf (Hrsg.): *Herzlich Willkommen auf den Seiten der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät*. URL <http://www.math-nat-fak.uni-duesseldorf.de/>.- Aktualisierungsdatum: 26.04.2010.- letzter Abruf 2010-08-12

Universitätsbibliothek Bochum 2010

UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK BOCHUM (Hrsg.): *Roadshow : Überblick behalten - erfolgreich und kompetent recherchieren*. URL <http://www.ub.rub.de/Projekte/roadshow.html>.- Aktualisierungsdatum: 03.08.2010.- letzter Abruf 2010-08-06

Universitätsbibliothek Chemnitz 2010

UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK TECHNISCHE UNIVERSITÄT CHEMNITZ (Hrsg.): *Semesterferien! - Endlich Zeit für ...einen Recherchekurs?!* URL <http://www.bibliothek.tu-chemnitz.de/nutzerschulung/sommerangebot.html>.- Aktualisierungsdatum: 27.07.2010.- letzter Abruf 2010-08-12

Universitätsbibliothek Duisburg-Essen 2010

UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK DUISBURG-ESSEN (Hrsg.): *Informationsveranstaltungen*. URL <http://www.uni-due.de/ub/schulung/schulung.shtml>.- letzter Abruf 2010-08-12

Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf 2010

UNIVERSITÄTS- UND LANDESBIBLIOTHEK DÜSSELDORF (Hrsg.): *Informationskompetenz*. URL <http://www.ub.uni-duesseldorf.de/home/ik>.- letzter Abruf 2010-08-12

Universitätsbibliothek München 2009

UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK MÜNCHEN (HOST): *Glossar zu Begriffen der Informationskompetenz : Informationskompetenz*. URL <http://www.informationskompetenz.de/glossar/?term=344>.- letzter Abruf 2010-07-26

ViFa Recht 2008

VIRTUELLE FACHBIBLIOTHEK RECHT (Hrsg.): *Road-Show-on-Demand*. URL http://www.vifa-recht.de/vifa_recht/roadshow.html.- Aktualisierungsdatum: 14.11.2008.- letzter Abruf 2010-08-14

Wang 2007

WANG, Li: Sociocultural learning theories and information literacy teaching activities in higher education. In: *Reference & User Services Quarterly* 47 (2007), Nr. 2, S. 149-158

Wissenschaftsrat 2001

WISSENSCHAFTSRAT (Hrsg.): *Empfehlungen zur digitalen Informationsversorgung durch Hochschulbibliotheken*. Druckssache 4935/01, 2001. URL <http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/4935-01.pdf>.- letzter Abruf 2010-07-27

Wood 2009

WOOD, Emma H.: Evaluating Event Marketing : experience or outcome? In: *Journal of Promotion Management* 15 (2009), Nr. 1/2, S. 247–268

ANHANG

Anhang 1: Liste aller befragten Hochschulbibliotheken

Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin

Universitätsbibliothek der Humboldt Universität zu Berlin

Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg

Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen

Universitätsbibliothek der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Hochschulbibliothek der RWTH Aachen

Universitätsbibliothek der Ruhr-Universität Bochum

Saarländische Universitäts- und Landesbibliothek

Sächsische Landesbibliothek - Staats- und Universitätsbibliothek Dresden

Universitätsbibliothek Johann Christian Senckenberg

Staats- und Universitätsbibliothek Bremen

Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky

Universitätsbibliothek der technischen Universität Berlin

Universitätsbibliothek Technische Universität Chemnitz

Universitätsbibliothek Technische Universität München

Universitätsbibliothek der Bundeswehr Universität München

Universitätsbibliothek der Universität Konstanz

Universitätsbibliothek Universität Potsdam

Universitäts- und Forschungsbibliothek Erfurt/Gotha

Universitäts- und Landesbibliothek Bonn

Universitäts- und Landesbibliothek Darmstadt

Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf

Universitäts- und Landesbibliothek Sachsen-Anhalt

Universitätsbibliothek Augsburg

Universitätsbibliothek Bamberg

Universitätsbibliothek Bayreuth

Universitätsbibliothek Universität Bielefeld

Universitätsbibliothek Universität Würzburg

Universitätsbibliothek Technische Universität Dortmund

Universitätsbibliothek Universität Duisburg Essen

Universitätsbibliothek Erlangen-Nürnberg

Universitätsbibliothek Freiburg

Bibliothekssystem Justus-Liebig-Universität Gießen

Universitätsbibliothek Ernst Moritz Arndt Universität Greifswald

Technische Informationsbibliothek Universitätsbibliothek Hannover

Universitätsbibliothek Kassel - Landesbibliothek und Murhardsche Bibliothek der Stadt Kassel

Universitätsbibliothek Kiel

Universitätsbibliothek Leipzig

Universitätsbibliothek Johannes-Gutenberg Universität Mainz

Universitätsbibliothek Mannheim

Universitätsbibliothek Philipps Universität Marburg

Universitätsbibliothek Ludwigs-Maximilian Universität München

Universitätsbibliothek Osnabrück

Universitätsbibliothek Paderborn

Universitätsbibliothek Passau

Universitätsbibliothek Regensburg

Universitätsbibliothek Rostock

Universitätsbibliothek Universität Siegen

Universitätsbibliothek Stuttgart

Universitätsbibliothek Tübingen

Universitätsbibliothek Bergische Universität Wuppertal

Universitätsbibliothek Eichstätt-Ingolstadt

Universitätsbibliothek Braunschweig

Universitäts- und Stadtbibliothek Köln

Universitätsbibliothek Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

ULB Münster

Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek Jena

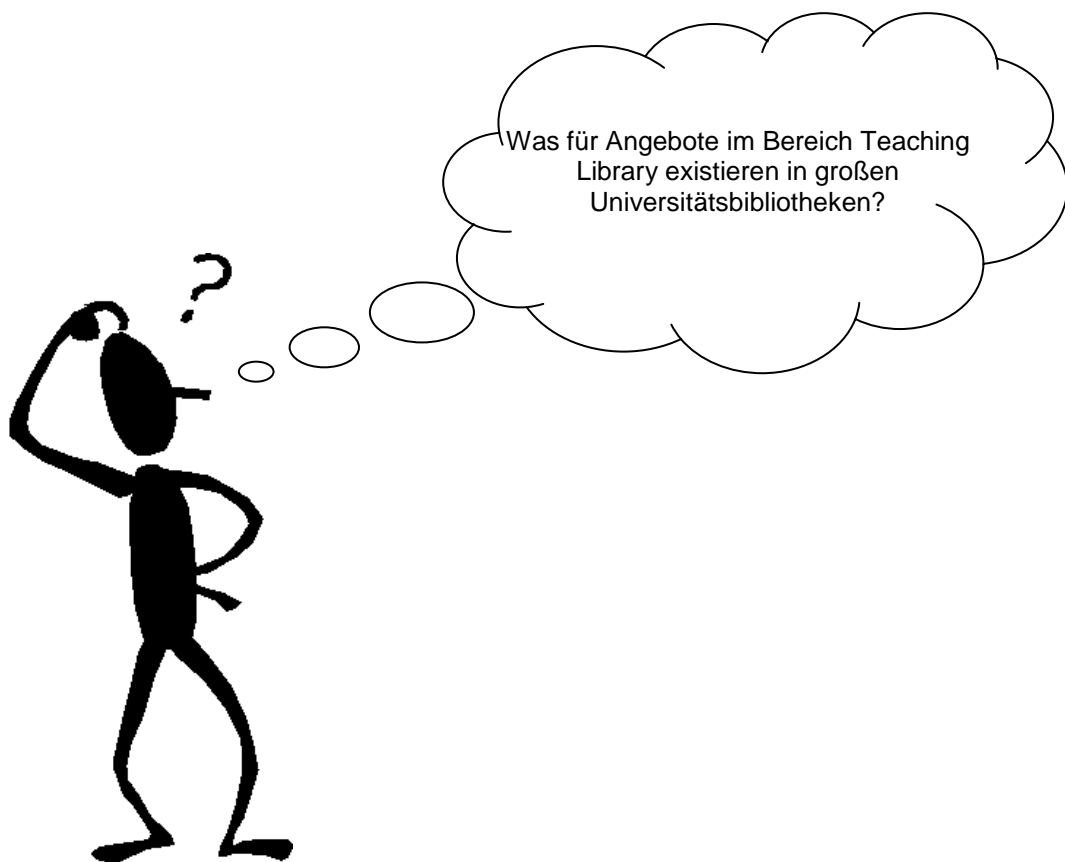
Fragebogen

im Rahmen der Bachelor-Arbeit von Alexandra Gather

Absendedatum: 16.02.2010

voraussichtliche Bearbeitungszeit: 15 Min.

Rücksendedatum: 01.04.2010



Nachfragen bitte an:

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Alexandra Gather

alexandra.gather@haw-hamburg.de

Bitte ordnen Sie bei den folgenden Fragen das Angebot Ihrer Bibliothek im Bereich Teaching Library ein. Setzen Sie ein X hinter die zutreffende Antwort.

1/13 Was für Angebote zur Vermittlung von Informationskompetenz bietet Ihre Bibliothek? (Mehrfachnennungen möglich)

Allgemeine Angebote für Studierende:

Angebote für bestimmte Studiengänge:

Angebote für bestimmte Phasen im Studium (z.B. für Erstsemester, Doktoranden):

Angebote für Hochschullehrer:

Allgemeine Angebote für Schüler/innen:

Sonstige (*nennen Sie diese bitte*):

2/13 Welcher Art sind Ihre Angebote? (Mehrfachnennungen möglich)

Führungen:

Seminare:

Vorträge:

Betreute Übungen:

Diskussionen:

Online-Tutorials:

Vorführungen:

Roadshows:

Sonstige (*nennen Sie diese bitte*):

3/13 Ist die Teilnahme an den Angeboten Ihrer Bibliothek für Studenten obligatorisch oder freiwillig?

Generell obligatorisch:

Überwiegend obligatorisch:

Zu einer Hälfte obligatorisch, zur anderen freiwillig:

Überwiegend freiwillig:

Generell freiwillig:

4/13 Wodurch versuchen Sie das Interesse Ihrer Zielgruppe zu wecken?

(Mehrfachnennungen möglich)

Vergabe von Credit Points (unbenotet):

Vergabe von Credit Points (benotet):

Einbindung ins Curriculum:

Vergabe von Zertifikaten:

Ansprechende Plakate/Flyer:

Berichte in Hochschulzeitschriften:

Empfehlungen durch Professoren/Lehrende:

Sonstige (*nennen Sie diese bitte*):

Bitte setzen Sie bei den folgenden Fragen ein X in das zutreffende Kästchen (Doppelklick).

5/13 Wie schätzen Sie das Interesse der Studenten an Ihren Teaching-Library-Angeboten ein?

1= sehr hoch

2= hoch

3= mittel

4= niedrig

5= sehr niedrig

hoch

niedrig

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6/13 Sind die Teilnehmerzahlen an Ihren Angeboten innerhalb der letzten zwei Jahre gesunken oder gestiegen?

1= stark gestiegen

2= gestiegen

3= gleich geblieben

4= gesunken

5= stark gesunken

stark gestiegen

stark gesunken

Unser Angebot ist
jünger als 2 Jahre

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7/13 Worauf führen Sie das Steigen/Sinken der Teilnehmerzahlen zurück?

8/13 Was für Chancen sehen Sie für Ihre Bibliothek bei Ihren Angeboten im Bereich Informationskompetenz?

9/13 Was für Schwierigkeiten sehen Sie für Ihre Bibliothek bei Ihren Angeboten im Bereich Informationskompetenz?

Bitte setzen Sie bei der folgenden Frage ein X in das zutreffende Kästchen (Doppelklick).

10/13 Evaluieren Sie Ihre Teaching-Library-Angebote?

1= ja, sehr oft

2= ja, oft

3= ja, regelmäßig

4= ja, aber selten

5= nein, nie (in diesem Fall weiter mit Frage 13)

ja, sehr oft

nein, nie (in diesem Fall weiter mit Frage 13)

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Setzen Sie ein X hinter die zutreffende Antwort.

11/13 Wie evaluieren Sie Ihre Teaching-Library-Angebote?

(Mehrfachnennungen möglich)

Befragung von Teilnehmern (durch Fragebögen, Punktabfrage etc.):

Gespräche mit Teilnehmern:

Online-Befragung:

Gespräche mit Kollegen:

Gespräche mit Lehrenden:

Gespräche mit der Hochschulleitung:

Sonstige (*nennen Sie diese bitte*):

12/13 Wie viele Rückmeldungen sind eindeutig positiv gewesen innerhalb des letzten Jahres?

1= sehr viele

2= viele

3= die Hälfte

4= wenige

5= sehr wenige

sehr viele

1

2

3

4

5

sehr wenige

Keine Rückmeldungen

innerhalb des letzten Jahres

13/13 Stellen Sie sich vor, ein Mitarbeiter kommt auf Sie zu und regt an, dass eine Summer School zur Vermittlung von Informationskompetenz in Ihrer Bibliothek organisiert werden könnte. Auf Nachfrage erklärt er Ihnen, dass er sich darunter eine Veranstaltungsreihe innerhalb einer Woche in der vorlesungsfreien Zeit vorstellt.

a) Welche Chancen sehen Sie in einem solchen Angebot?

b) Welche Schwierigkeiten sehen Sie in einem solchen Angebot?



Anhang 3: Anschreiben zur Befragung

Liebe zukünftige Kollegen und Kolleginnen,

ich bin Studentin an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg im Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement und erbitte Ihre Mithilfe für das Gelingen meiner Bachelorarbeit.

Im Zuge meiner Abschlussarbeit führe ich eine Umfrage an großen Universitätsbibliotheken mit Teaching-Library-Angeboten durch, um etwas über die bestehenden Angebote zu erfahren. Ich verfolge nämlich eine neue Konzeptidee, in der ich auf die bereits existierenden Angebote, Herausforderungen und Chancen eingehen möchte.

Mit ihren Antworten würden Sie mir bei der Entwicklung meines Teaching-Library-Konzeptes helfen. Deshalb würde ich mich sehr freuen, wenn Sie sich 15 Minuten Zeit für diese Befragung nehmen könnten. Bitte füllen Sie das angehängte Word-Dokument aus, das können Sie direkt am PC tun, und senden Sie es bis zum 22.03.2010 via Email an mich zurück.

Ihre Antworten fließen nur in meine Bachelorarbeit ein und werden nicht an Dritte weitergegeben oder in irgendeiner anderen Weise verwertet. Ihre Anonymität wird gewahrt, indem vor der Auswertung jedem Dokument eine Nummer zugeordnet wird, die als Identifikation dient. Ihre Bibliothek taucht namentlich nur in der Liste der befragten Bibliotheken auf.

Vielen Dank für Ihre Mithilfe
Mit freundlichen Grüßen
Alexandra Gather

Email: alexandra.gather@haw-hamburg.de

Anhang 4: Nachfassemail

Liebe zukünftige Kollegen und Kolleginnen,

knapp die Hälfte der angeschriebenen Universitätsbibliotheken hat sich bereits an meiner Umfrage zu bestehenden Teaching Library Angeboten beteiligt. Das ist sehr erfreulich für mich, da mir Ihre Antworten bei der Entwicklung eines neuen Teaching Library Konzeptes helfen.

Da sich der Befragungszeitraum langsam dem Ende neigt, würde ich mich sehr freuen, wenn noch mehr Bibliotheken die Zeit finden könnten, sich an meiner Umfrage zu beteiligen.

Die Umfrage dauert 15 Minuten und beinhaltet 13 Fragen. Ich habe den Befragungszeitraum aufgrund der Leipziger Buchmesse, die vermutlich die Zeit von einigen von Ihnen diese Woche beansprucht, bis zum 01. April verlängert.

Bei Interesse stehen Ihnen die Umfrageergebnisse und/oder meine Bachelorarbeit nach Beendigung der Bearbeitung gerne zur Verfügung.

Ihre Anonymität wird gewahrt, Ihre Bibliothek taucht namentlich nur in der Liste der befragten Bibliotheken auf.

Über eine Rücksendung des angehängten Fragebogens bis einschließlich 01. April würde ich mich sehr freuen!

Mit freundlichen Grüßen
Alexandra Gather

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Email: alexandra.gather@haw-hamburg.de

Gesamtauswertung der Befragung zu Teaching Library Angeboten in wissenschaftlichen Bibliotheken mit mehr als 1000.000 Medieneinheiten

Rücklaufstatistik:	
Gesamtzahl der befragten Bibliotheken:	57
Gesamtzahl eingesendeter Fragebögen:	35 <i>1 Dokument leider defekt</i>
Gesamtzahl ausgewerteter Fragebögen:	34
Rücklaufquote:	59,65%

1/13 Was für Angebote zur Vermittlung von Informationskompetenz bietet Ihre Bibliothek? (Mehrfachnennungen waren möglich)

Antwortkategorie	Anzahl	Prozent
Allgemeine Angebote für Studierende:	34	100,00%
Angebote für bestimmte Studiengänge:	33	97,06%
Angebote für bestimmte Phasen im Studium (z.B. für Erstsemester, Doktoranden):	32	94,12%
Angebote für Hochschullehrer:	11	32,35%
Allgemeine Angebote für Schüler/innen:	30	88,24%

Wortwörtliche Antworten aus der Kategorie "Sonstige" (inhaltlich geordnet):

Angebote für Lehrer aus der Region
 Angebote für Lehrer der umliegenden Schulen, v.a. von Gymnasien
 Angebote für Lehrer/innen
 LehrerInnen, Seniorinnen
 Seniorenstudium, Tutoren
 Seniorstudenten und Gasthörer, Tutoren, Berufstätige

nicht-/wissenschaftliches Personal der Universität
 Hilfskräfte, Tutoren/-innen, Studierende im Alter, hochschulexterne Gruppen

Schulungen in allen Fächern, Facharbeitensprechstunde für Schüler der Oberstufe
 Spezielle Angebote für Schüler/innen, Spezielle Angebote für Studierende

englischsprachiges Schulungsangebot (auf Anfrage)

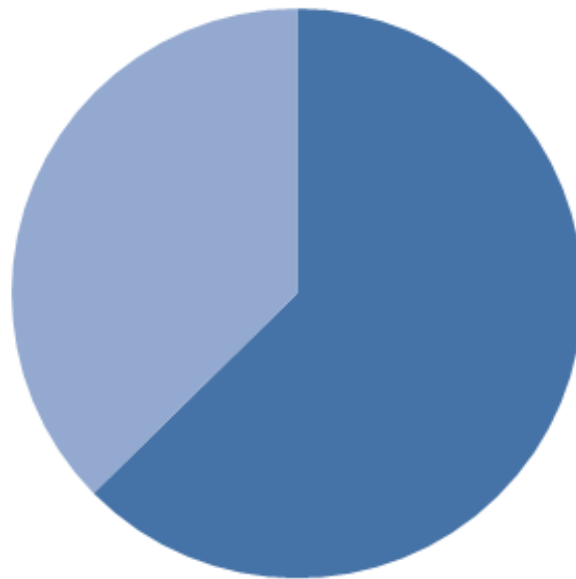
Angebot für Regionalnutzer (Leser der Region, Nicht-Hochschulangehörige)
 Angebote für beliebige Gruppen ab 5 Personen nach Vereinbarung
 Allgemeine Angebote für externe Benutzer
 Angebote für externe Gruppen

Angebote für bestimmte Literaturarten: Einführung rund um Zeitschriften für höhere Semester
 Angebote für bestimmte Informationsmittel (v.a. bestimmte Datenbanken)

Keine/ungültige Antwort: 0

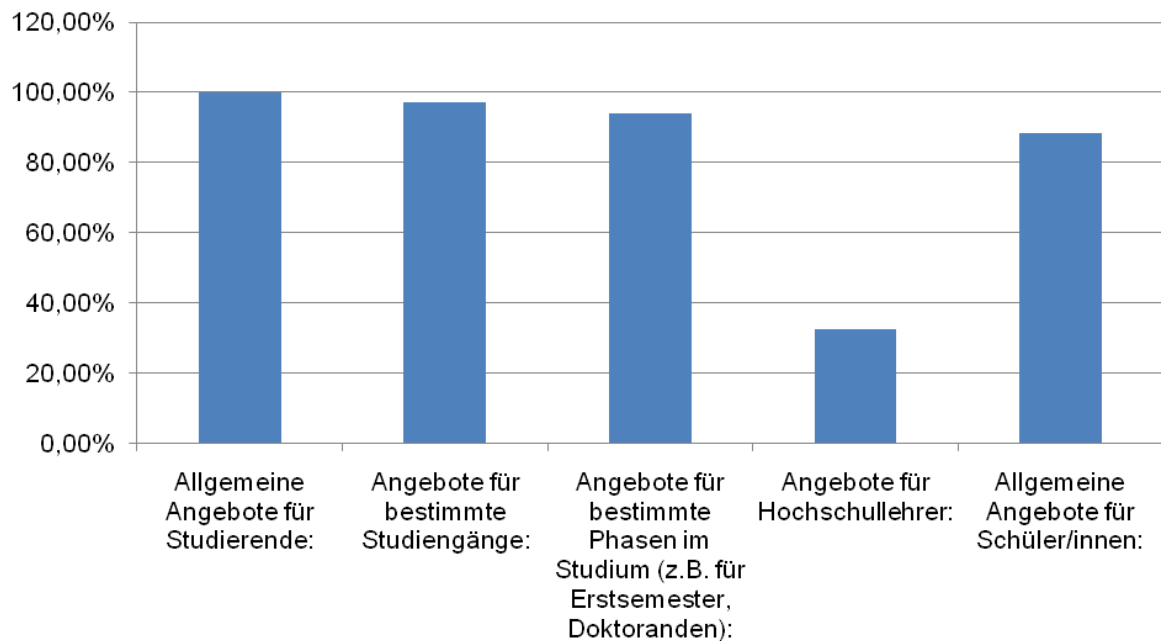
Zusammenfassung "Sonstige": weitere Angebote für Personal der Universität (z.B. Hilfskräfte, Tutoren), außerdem für Lehrer, Schüler und andere hochschulexterne Nutzer (z.B. Senioren, Berufstätige etc.), vereinzelt englischsprachig oder für bestimmte Literaturarten oder Datenbanken

Rücklaufquote



- Gesamtzahl der befragten Bibliotheken:
- Gesamtzahl ausgewerteter Fragebögen:

1/13 Vorhandensein von Angeboten zur Vermittlung von Informationskompetenz



2/13

Welcher Art sind Ihre Angebote?

(Mehrfachnennungen waren möglich)

Antwortkategorie	Anzahl	Prozent
Führungen:	34	100,00%
Seminare:	21	61,76%
Vorträge:	21	61,76%
Betreute Übungen:	26	76,47%
Diskussionen:	2	5,88%
Online-Tutorials:	24	70,59%
Vorführungen:	12	35,29%
Roadshows:	4	11,76%

Wortwörtliche Antworten aus der Kategorie "Sonstige" (inhaltlich geordnet):

Wir gestalten den überwiegenden Teil unserer Veranstaltungen nach dem „Learning Library“ Konzept und nicht als dozentenorientierte Vorträge etc. Es sind also überwiegend kommentierte Übungen.

learning library-Konzept, s.

<https://kobra.bibliothek.uni-kassel.de/bitstream/urn:nbn:de:hebis:34-2007100519309/1/VortragRockenbach.pdf>

Unsere Angebote bestehen meistens aus aktivierenden Komponenten (Kurzeinführungen, Übungen, Präsentation der Ergebnisse durch TeilnehmerInnen etc.)

Blended Learning, Methodenmix, Stationsarbeit, Selbstgesteuertes Lernen, Lernen in der gesamten Bibliothek, Lernsituationen an den Infopoints und in den betreuten Bibliotheksbereichen

Einführung für Schüler nach dem Karussellprinzip (Lernen durch Lehren): Mix aus Vortrag, Gruppenarbeit und Vorträgen / Vorführungen durch die Schulungsteilnehmer nach Erarbeitung einer Lernstation.

E-Learning: Online-Lehrveranstaltung

Workshops, Blockseminare

Vorlesungen (2 SWS)

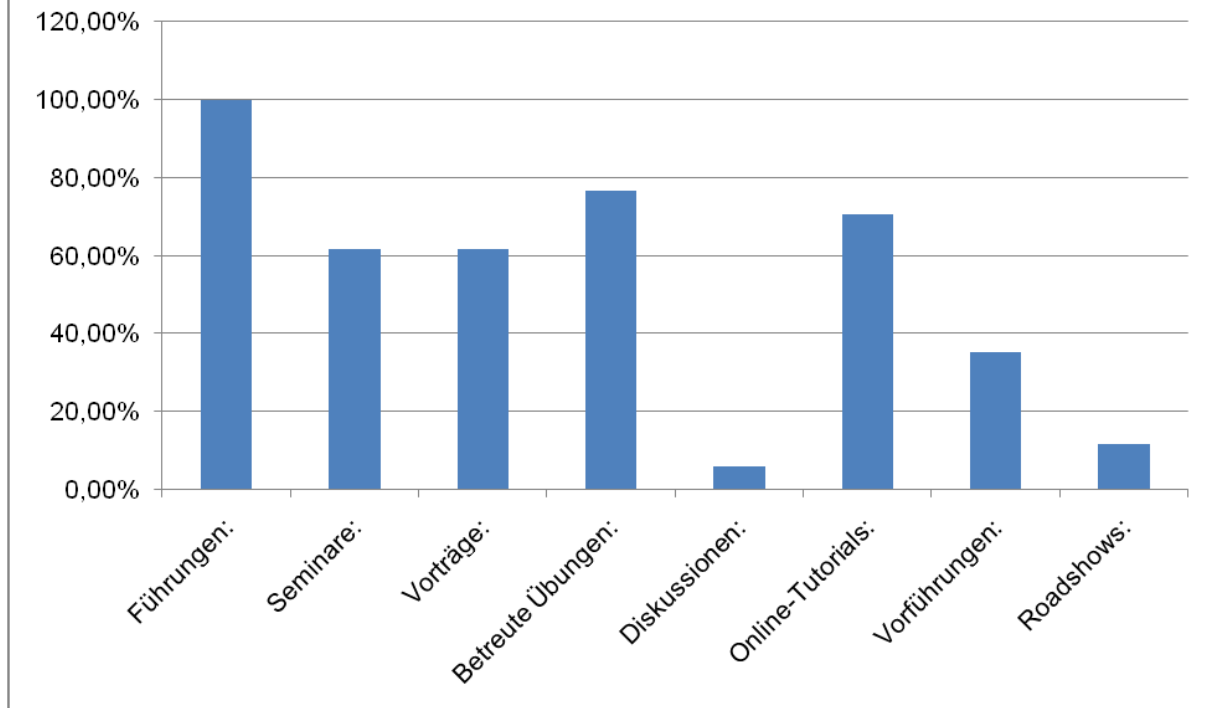
Vorlesung (4 SWS)

Keine/ungültige Antwort:

0

Zusammenfassung "Sonstige": Angebote überwiegend am "Learning Library" Konzept orientiert, vereinzelt Nutzung von E-Learning oder Blended Learning, Lernen durch Lehren, Methodenmix
zwei der befragten Bibliotheken geben außerdem Vorlesungen an

2/ 13 Art der Angebote



3/13 Ist die Teilnahme an den Angeboten Ihrer Bibliothek für Studenten obligatorisch oder freiwillig?

Antwortkategorie	Anzahl	Prozent
Generell obligatorisch:	0	0,00%
Überwiegend obligatorisch:	3	8,82%
Zu einer Hälfte obligatorisch, zur anderen freiwillig:	12	35,29%
Überwiegend freiwillig:	14	41,18%
Generell freiwillig:	4	11,76%
<i>Keine/ungültige Antwort: Begründung: Nachfrager entscheiden jedesmal darüber, deshalb nicht zu generalisieren</i>	1	2,94%

**4/13 Wodurch versuchen Sie das Interesse Ihrer Zielgruppe zu wecken?
(Mehrfachnennungen waren möglich)**

Antwortkategorie	Anzahl	Prozent
Vergabe von Credit Points (unbenotet):	14	41,18%
Vergabe von Credit Points (benotet):	13	38,24%
Einbindung ins Curriculum:	24	70,59%
Vergabe von Zertifikaten:	9	26,47%
Ansprechende Plakate/Flyer:	29	85,29%
Berichte in Hochschulzeitschriften:	12	35,29%
Empfehlungen durch Professoren/Lehrende:	29	85,29%

Wortwörtliche Antworten aus der Kategorie "Sonstige" (inhaltlich geordnet):

Generell machen wir Angebote zielgruppenorientiert, d.h. für Studierenden: sie kommen im Rahmen ihres Seminars XY mit dem entsprechenden Hochschullehrer. Nur der ist unser ansprechpartner – nur bei dieser Gruppe machen wir Marketing – dort aber viel: bei den Neuberufenentagen, in der Studiendekanekonferenz, im servicecenter Lehre etc. etc.

Für SchülerInnen: AnsprechpartnerInnen sind hier analog die Lehrkräfte:

1 mal pro Jahr eine Infoveranstaltung für die Lehrkräfte

Unsere Angebote sind v.a. integrativ. Der Bedarf bei Erstsemestern ist offenkundig und wird durch viele Veranstaltungen abgedeckt. Unser Ziel ist es, nun auch höhere Semester für unser Angebot zu interessieren. Dazu wird voraussichtlich zum WS2010 ein Pilotprojekt gestartet, in dem in Lehrveranstaltungen eines ausgewählten Fachbereichs fortgeschrittene Module eingesetzt werden sollen.

Prüfungsvorleistung, Kooperationsvereinbarung mit Gymnasien,
Fortbildungsveranstaltungen für Gymnasiallehrer

Empfehlungen durch Lehrer, Homepage (Rubrik Einführungen)

Empfehlungen von Lehrern innerhalb der Schulen

Persönliche Anschreiben an die Schulleitungen der umliegenden Schulen mit Flyern
zur Verteilung an die Lehrkräfte

Begrüßungs-E-Mail der ULB für alle Erstsemester, Erstsemesterbegrüßung der Universität, Homepage der ULB, Werbung über Tutoren der Orientierungswochen

Infostand bei Erstsemesterbegrüßung der TU, Werbung auf den Webseiten der ULB, Infomappe für neue ProfessorInnen, Kontakt zu den Fachschaften

Bewerbung in Erstberatungsgesprächen an der Information, auf der Homepage der Bibliothek

Werbung im Bibliotheks-Blog, eigene Publikation zu allen Veranstaltungen

RSS-Feed

Newsletter, Rundmail, Informationsstände

Gut platzierte Hinweise auf der Homepage

Mund-zu-Mund-Propaganda

Homepage, E-Mail-Verteiler, Fachschaften informieren

Aushänge zu Semesterbeginn; Angebote auf der Homepage der UB

Internetauftritt, E-Mail-Listen der Fachbereiche/Institute

Bewerbung und Umsetzung der Anmeldung im Lernmanagementsystem Stud.IP

Homepage, Versand über Mailverteiler

Einladungen per E-Mail, Veranstaltungskalender der Universität, Newsletter der Bibliothek

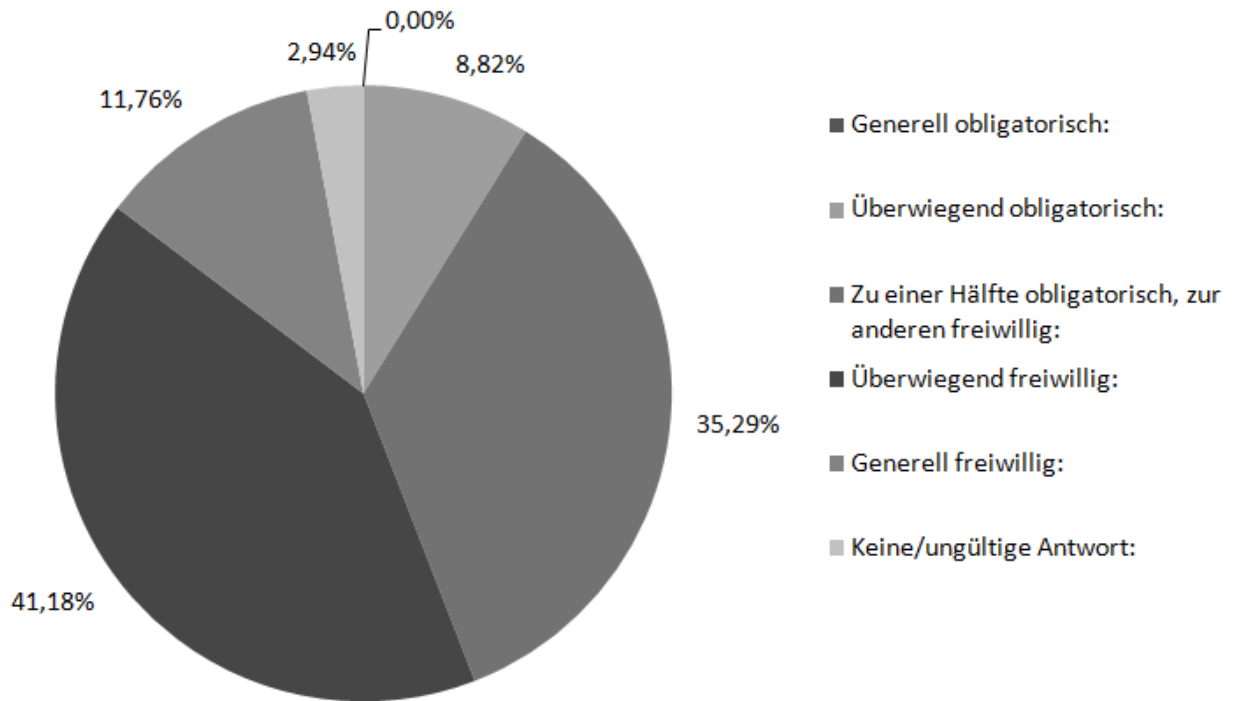
Hinweise auf Homepage, Social Networks, Vorlesungsverzeichnis, Erstsemestertage

Keine/ungültige Antwort:

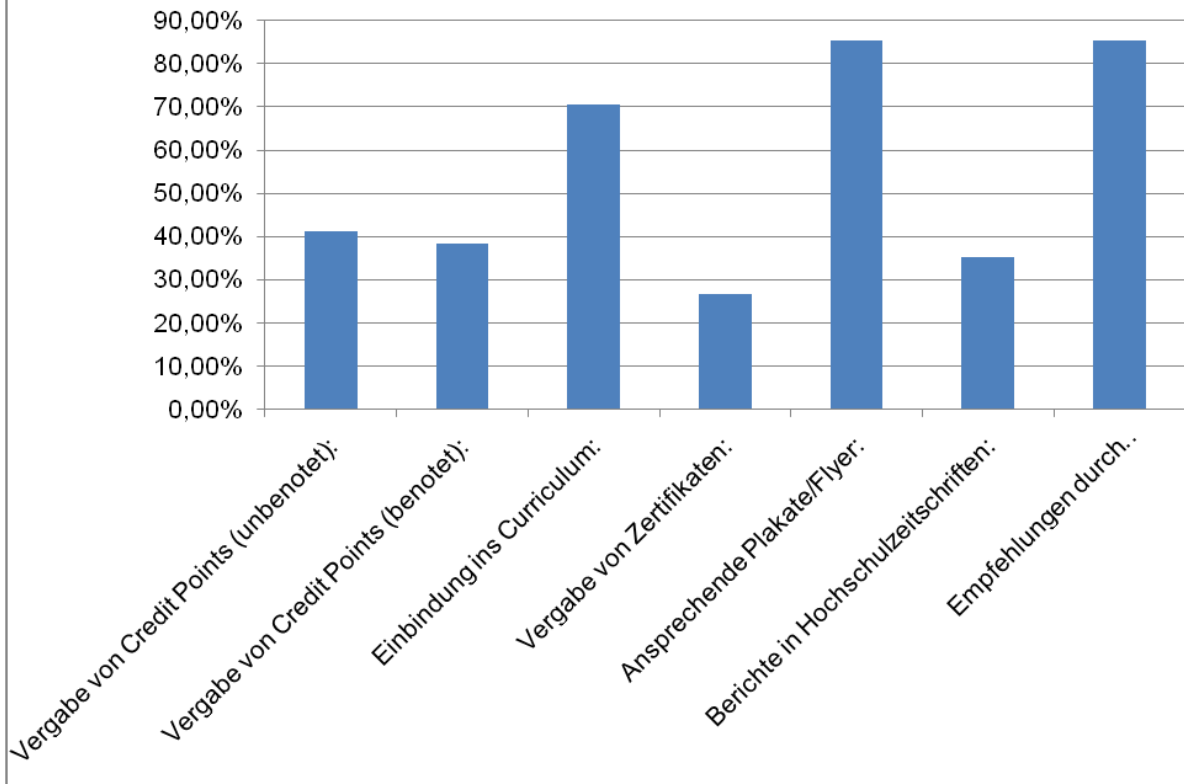
0

<p>Zusammenfassung "Sonstige": Vernetzung innerhalb der Universität (mit Professoren, Fachschaften), starke Kooperation mit Schulen, Nutzung von Erstsemesterveranstaltungen, Homepage der Bibliothek und Email, vereinzelt Nutzung von Blogs, RSS-Feeds, Lernmanagementsysteme, Newsletter, Social Networks</p>

3/13 Art der Teilnahme



4/13 Strategien zur Interessensweckung bei den Zielgruppen



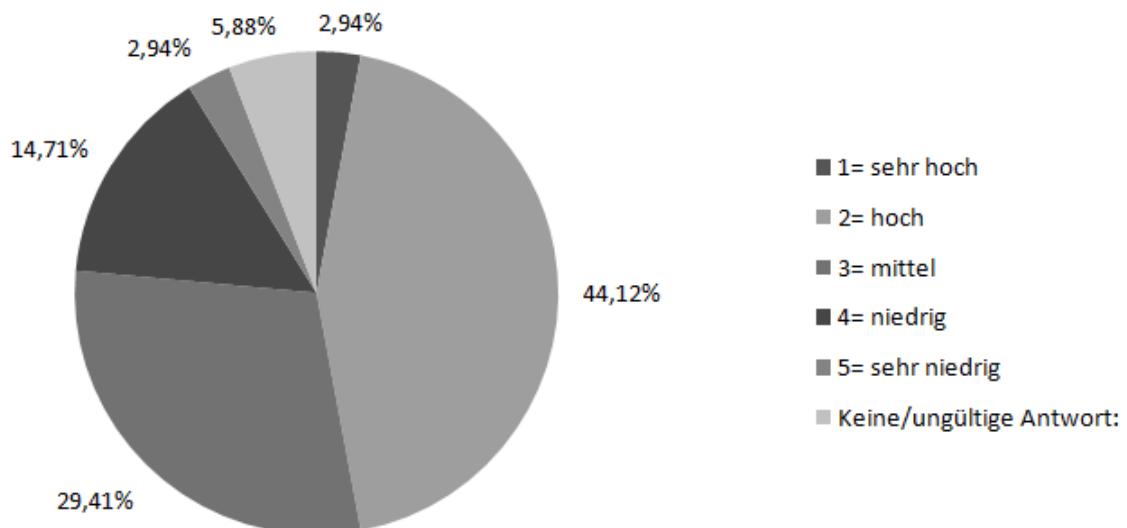
5/13 Wie schätzen Sie das Interesse der Studenten an Ihren Teaching-Library-Angeboten ein?

Antwortkategorie	Anzahl	Prozent
1= sehr hoch	1	2,94%
2= hoch	15	44,12%
3= mittel	10	29,41%
4= niedrig	5	14,71%
5= sehr niedrig	1	2,94%
Keine/ungültige Antwort:	2	5,88%

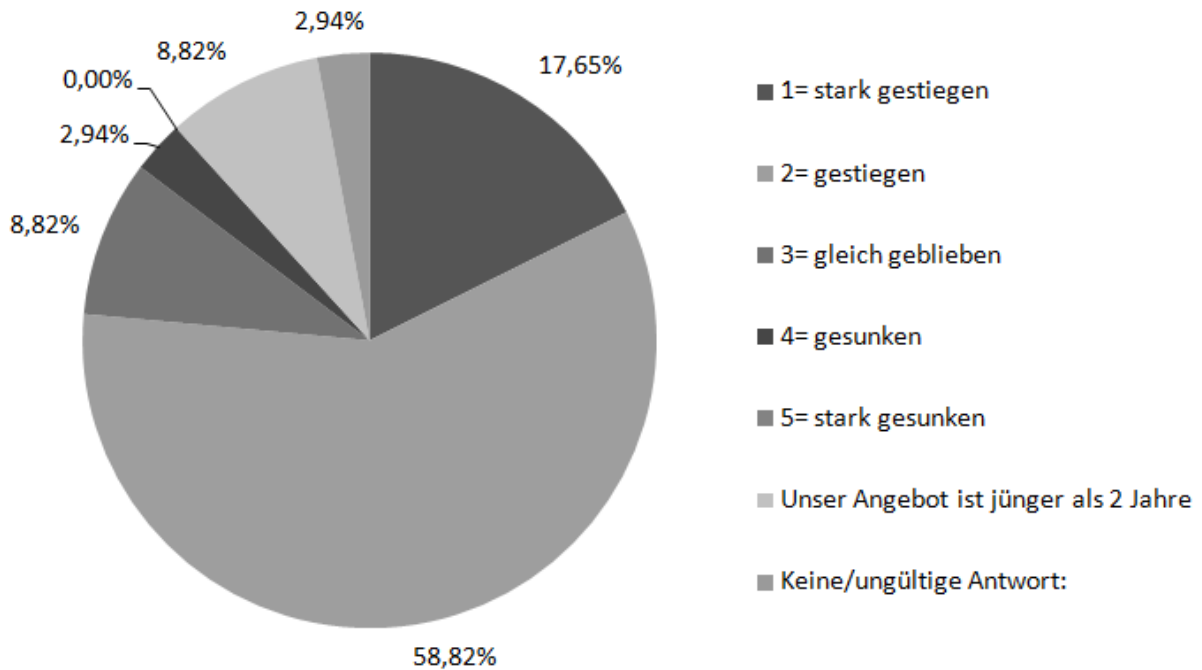
6/13 Sind die Teilnehmerzahlen an Ihren Angeboten innerhalb der letzten zwei Jahre gesunken oder gestiegen?

Antwortkategorie	Anzahl	Prozent
1= stark gestiegen	6	17,65%
2= gestiegen	20	58,82%
3= gleich geblieben	3	8,82%
4= gesunken	1	2,94%
5= stark gesunken	0	0,00%
Unser Angebot ist jünger als 2 Jahre	3	8,82%
Keine/ungültige Antwort:	1	2,94%

5/13 Einschätzung des Interesses von Studierenden an Teaching-Library-Angeboten



6/13 Teilnehmerzahlen innerhalb der letzten 2 Jahre



7/13 Worauf führen Sie das Steigen/Sinken der Teilnehmerzahlen zurück?

Wortwörtliche Antworten (inhaltlich geordnet):

Verstärkte Werbung

Bessere Werbung, bessere Organisation des Ablaufs, bessere technisch Bedingungen in den Schulungsräumen

wir werben innerhalb der Fachbereiche und der Institute mehr für unsere Veranstaltungen. Alle Veranstaltungen werden auf der Homepage angekündigt und man kann sich online anmelden. Gute Mund- Mund-Propaganda von Teilnehmern an unseren Veranstaltungen

steigender Bekanntheitsgrad des Angebots

etablierung des Programms bei der Hochschullehrern, die ja auch nicht so schnell wieder weg sind wie studies

Bessere Werbung im LMS, größere Verlässlichkeit in der Umsetzung

Angebote der Bibliothek werden bekannter.

Das Angebot spricht sich herum, die Meinungen dazu sind sehr positiv, also wollen auch Studierende, die das Angebot bisher als nicht nützlich angesehen haben, diese Veranstaltungen besuchen.

Bereich Schüler stark steigend, da Umstellung von Gymnasium in neun Jahren auf Gymnasium in 8 Jahren mit Verankerung Bibliotheksbesuch im Lehrplan (Seminararbeiten); bei Studierenden leicht steigend auf Grund von Pflichtveranstaltungen

Angebote für unterschiedliche Fakultäten hinzugenommen

Etablierung der Studieneinheit Informationskompetenz (INK)
Spezielle Angebote für Schulen im Hinblick auf die G8-Umstellung

Die Teilnehmerzahl bei Veranstaltungen für Schüler/innen ist seit der Einführung der W-Seminare im G8 angestiegen.

Führungen für Schüler der 11.Klasse, da im Lehrplan des G8 in bayerischen Gymnasien ein Wissenschaftspropädeutisches Seminar (mit Besuch einer bibliothekarischen Einrichtung) vorgesehen ist.

Anstieg: Viel Mundpropaganda unter den Lehrern, Einführung des W-Seminars (G8), Studenteneinführungen wurden weniger seit Bachelor-Einführung, da keine Credit Points bei uns vergeben werden. Trotzdem höhere Gesamt-Teilnehmerzahl

vielfältiges Angebot für die Studierenden
verstärkte Nachfrage zu Schulungen für das Literaturverwaltungsprogramm Citavi
Angebote für W-Seminare im Rahmen des neuen G8 in Bayern

es gibt mehr Angebote als früher

Angebot: Literaturverwaltung

Höhere Nachfrage in den Fächern, neue dem Bedarf entsprechende Angebote (gruppenspezifisch, moderne Lehr- und Lernmethode „Learning Library“)

Inhaltliche und methodische Überarbeitung der Kurse
(Einsatz von aktivierenden Methoden), bessere Werbung (Homepage etc.)
Einbindung in das Curriculum in einzelnen Studiengängen

Mehr obligatorische Kurse bei gleichbleibend niedrigem Interesse an den freien Angeboten

Einsatz eines Teams Informationskompetenz zur laufenden Verbesserung bestehender Schulungsange und zur Entwicklung neuer zielgruppenorientierter Schulungskonzepte

Verbesserung des Angebots, Druck bei den Studierenden durch BA/MA

Einführung der BA-/ MA-Abschlüsse

Neustrukturierung des Schulungsangebotes, Einführung der BA/MA-Studiengänge mit Teilnahmepflicht an Schulungen der UB

höhere Einsschreibezahlen / Erstsemesterzahlen
Umstellung der Studiengänge auf BA (Informationskompetenz als Schlüsselqualifikation > Bibliothek als Partnerin in der Hochschullehre)
ggfs. Werbemaßnahmen? / Multiplikatoren?

In erster Linie werden unsere Angebote als Einführungen für Erstsemester in die Bibliothek genutzt. Hier kommt es regelrecht zu Massenveranstaltungen (Integration unserer Angebote v.a. in die universitären Orientierungseinheiten). Eine Rolle spielt dabei sicher die gute Zusammenarbeit mit den Institutsbibliotheken und mit dem an der Universität agierenden Arbeitskreis für berufsqualifizierende Kompetenzen (Integration in ABK-Veranstaltungen).

Zu enge Stundenpläne der Studierenden, die dadurch kaum noch Zeit für Aktivitäten haben, die nicht unmittelbar zum Studium gehören

Stärkere Einbindung der Studierenden in Bachelor-Studiengänge; Baumaßnahme in der ULB

Keine/ungültige Antwort:

6, wovon 3 vermutlich nicht geantwortet haben, weil bei ihnen die Teilnehmerzahl gleich geblieben war und die Frage damit nicht mehr zutreffend formuliert war

Zusammenfassung: Das Steigen der Teilnehmerzahlen wird vor allem auf verbesserte Werbemaßnahmen, Mund zu Mund Propaganda, verbesserte Angebote (inhaltlich, methodisch), obligatorische Angebote, höhere Erstsemesterzahlen und die Umstellung auf BA/MA zurückgeführt. Das Sinken von Teilnehmerzahlen wird auf Baumaßnahmen, enge Stundenpläne und das Einführen von BA/MA zurückgeführt.

8/13 Was für Chancen sehen Sie für Ihre Bibliothek bei Ihren Angeboten im Bereich Informationskompetenz?

Wortwörtliche Antworten (inhaltlich geordnet):

wir werden versuchen, uns stärker im Curriculum einzubinden

Es wäre wünschenswert, mehr in die Angebote der Uni integriert zu werden.

Integration von bibliothekarischen Informationskompetenz-Veranstaltungen in universitäre Curricula

Eine nachhaltige Etablierung in der Lehre

Verstärkte Einbindung in das Curriculum

Stärkere Integration in Studiengänge durch verstärkte Kontakte zu den Dozenten

Die Studierenden sind eher in der Lage selbständig Literatur zu finden und auszuwählen.

Über die Veranstaltungen erhalten sie einen Überblick welche Möglichkeiten sie überhaupt haben.

Dies entlastet zum einen die Auskunft, zum anderen werden

unsere Bestände/elektron. Angebote besser genutzt und die Studierenden sind zufriedener.

Bessere Nutzung der durch die Bibliothek lizenzierten elektronischen Angebote

durch Steigerung von Informationskompetenz erzielen die Studierende bessere Ergebnisse während des Studiums, die Akzeptanz von bibliothekarischen Dienstleistungsangeboten steigt bei Studierenden, Dozenten, Trägern

Informationskompetenz ist eine unverzichtbare Schlüsselqualifikation für erfolgreiches Lernen, Studieren und Forschen, gerade mit Blick auf die Bachelor-Studiengänge. Dabei sollen die fachlichen Kompetenzen der Studierenden ergänzt werden um differenzierte Fähigkeiten und Fertigkeiten der Recherche, der Auswahl, der Bewertung und der Verarbeitung wissenschaftlich relevanter Informationen sowie die Beachtung rechtlicher und ethischer Zusammenhänge.

Wissenschaftliche Bibliotheken sind daher zentrale Orte des Lernens und Forschens in der Hochschule: Sie stellen Wissensressourcen, räumlich-technische Infrastruktur und professionelle Beratungs- und Serviceleistungen bereit.

Die Förderung der Informationskompetenz erfolgt meist in Kooperation mit den Fächern. Die Bibliothek wird damit anerkannter Lehr- und Lernort für Informationskompetenz zur Unterstützung der Hochschullehre.

Unterstützung der Studierenden: kürzere Studienzeiten erfordern die Kompetenz, zur Verfügung effizient Informationen suchen und beschaffen zu können, dafür ist die Bibliothek erster Ansprechpartner und stellt ein breites Schulungsangebot Entlastung der Informationsstelle durch informationskompetente Benutzer

Gute Chancen, wenn wir es schaffen den positiven Mehrwert, den unsere Studierende durch die Schulungen erlangen können, noch deutlicher darzustellen!

Positive Wahrnehmung der Bibliothek und Imagegewinn
Frühe Kundenbindung

Die Bibliothek präsentiert sich innerhalb der Universität bzw. innerhalb des jeweiligen Fachbereichs als kompetenter Ansprechpartner im Informationssektor.

IK ist DER wichtigste inhaltliche Teil der Öffentlichkeitsarbeit der UB.
Eine evaluation hat ergeben, dass die UB im Bereich vermittlung von IK fast die besten Noten von allen bereichen bekam.

sehr gute Sichtbarkeit der Bibl. als Dienstleister im Bereich *Lehre*;
stärkere Nutzung der Services der Bibliothek

Dass Studierende die UB als Lernort kennenlernen, die Mitarbeiter als kompetente Informationsvermittler erfahren und durch vertiefende Kenntnisse im Bereich der Informationskompetenz effizienter ihr Studium gestalten können

Bekanntmachung aller Angebote der Bibliothek (gedruckte und elektronische Medien)
Erhöhte Akzeptanz der Bibliothek

Steigerung der Nutzung des Informationsangebotes
Profilierung der Bibliothek als Informationsexperte

Die Chancen sehe ich in einer besseren Wahrnehmung und Nutzung der Bibliothek und ihrer Angebote. Für Studienliteratur und vor allem für E-Medien wie Datenbanken, elektronische Zeitschriften und E-Books wird sehr viel Geld ausgegeben.

Hier muss vor allem ein hoher Nutzungsgrad erreicht werden.

Die Bibliothek soll als Lernort fungieren und vor allem als notwendige Stütze eines erfolgreichen Studiums erfahren werden. IK-Veranstaltungen ermöglichen die Vermarktung und Vermittlung der Mehrwerte einer Bibliothek.

Die Präsentation der Bibliothek nach aussen; Bekanntmachen der Einrichtung sowie der bibliotheksspezifischen Angebote – dadurch ggf. Steigerung der Benutzer-/Ausleihzahlen

Das Angebot steigert die Akzeptanz der Bibliothek, weil sie sich neuen Aufgabenfeldern öffnet

Angebote im Bereich Informationskompetenz fördern die Nutzung der UB insgesamt.

Die Bibliothek hat darüber hinaus auch die Möglichkeit als Dienstleisterin für die Universität wahrgenommen zu werden und sich als Partnerin zu etablieren.

effektivere und effizientere Nutzung der Bibliotheksangebote

Schüler/innen des G8 „flächendeckend“ mit der Nutzung der Bibliothek vertraut machen

Wichtiges, neues Betätigungsfeld für Bibliotheken, Positionierung innerhalb der Universität

Kollegen werden als kompetente Ansprechpartner gesehen, die Verbindung zwischen Forschung & Lehre einerseits und Serviceeinrichtung Bibliothek andererseits ist eng, damit ist ein guter Austausch vorhanden, die Bedürfnisse der Kunden können so rasch wahrgenommen und auf sie eingegangen werden.

Die intensive Schulung der Gymnasiasten im Umkreis durch uns führt dazu, dass immer mehr Erstsemester ein paar Grundlagen der Literatursuche beherrschen. Schulungen betonen den Dienstleistungscharakter einer Bibliothek und bringen die Leistungen und Angebote mehr ins Bewusstsein der Nutzer. Viele gute Leistungen der Bibliotheken (E-Journals, Datenbanken...) kann man durch Schulungen bekannter machen, sodass sie auch besser genutzt werden. Weitere Einbeziehung in die Fachbereiche, Synergieeffekte (Weniger notwendige Beratungen in der Bibliothek + mehr Informationen über relevante / gewünschte Angebote; weniger Schulungsaufwand zu wissenschaftl. Arbeiten / Literatursuche in den Fachbereichen), Angebote von Online-Tutorials, in denen die Informationen zeit- und ortsunabhängig abgerufen werden können.

Eine bessere Einbettung in den Kontext „Schlüsselkompetenzen“, inklusive eines Angebotskatalogs, der auch Angebote wie Office-Programme, Literaturverwaltung etc. umfasst

Durch neue Arten der Vermittlung von Informationskompetenz (z.B. Blended Learning-Veranstaltungen) mehr Studierende zu erreichen.

Fehlt noch Online-Tutorial Medizin

Zusammenfassung: Die befragten Bibliotheken sehen vor allem Chancen darin, durch ihr Angebot im Bereich IK einen Imagegewinn zu erzielen, die Bibliothek bekannter zu machen und die Nutzung ihrer Dienstleistungen zu steigern, was Quantität und Effektivität betrifft. Einige Wünschen sich eine stärkere Einbindung ins Curriculum der Universität und eine Einbeziehung in die Fachbereiche.

9/13 Was für Schwierigkeiten sehen Sie für Ihre Bibliothek bei Ihren Angeboten im Bereich Informationskompetenz?

Wortwörtliche Antworten (inhaltlich geordnet):

Hoher Personalbedarf, vor allem um neue Angebote entwickeln zu können.
Großer organisatorischer und logistischer Aufwand

Zu große Kurse, zu wenig Personalkapazität

Anfragen übersteigen die personellen Möglichkeiten

personelle Engpässe und somit Grenzen, das Angebot zu erweitern

personelle Engpässe, mangelnde Ausstattung durch fehlenden Schulungsraum

Die Angebote dauerhaft und in entsprechender Qualität auch personell unterstützen zu können

zu wenig (hauptamtliches) Personal im IK-Bereich

Marketing muss noch verstärkt werden

die hohe Nachfrage nach Schulungen ist mit gleich bleibendem Personalstamm zu bewältigen

Informationskompetenz ist nur ein Bereich der Tätigkeiten – die Personalressourcen sind nicht ins Unendliche ausweitbar, damit ist eine Steigerung des jetzigen Angebots nur noch bedingt zu leisten.

Vermittlungsaufgaben sind personalintensiv, ein Ausbau der Angebote hängt von der Bereitstellung weiterer Ressourcen ab

Personalkapazitäten, Unsicherheiten beim Personal (Bereich Didaktik) > erhöhter Bedarf an Weiterbildungen

Aufgrund der Freiwilligkeit sind die Teilnehmerzahlen i.d.R. niedriger als erwartet, d.h. Schwierigkeit Studierende anzusprechen. Problem des richtigen Zeitpunktes.

Durch die sehr personal-intensiven zweistündigen Karussell-Führungen für Schüler (2 Mitarbeiter der Bibliothek à 2h pro Schulung) ist die zentrale Information teilweise nur mit einer Person besetzt. Fragende vor Ort müssen daher teilweise mit Wartezeiten rechnen. Die Studenten hätten Bedarf an Einführungen, sind nur nicht zur Teilnahme verpflichtet. Das fehlende Bewusstsein bezüglich der Wichtigkeit der Schlüsselqualifikation „effektive Literatursuche“ bei den Studienanfängern ist bedauerlich. Desiderat: Verpflichtung zur Teilnahme an einer Bibliothekseinführung: Noch mehr Schulungen sind aber ohne zusätzliches Personal kaum möglich. Die Einbindung ins Curriculum ist nicht immer einfach. Die Fachreferenten, die überwiegend die Informationskompetenzkurse durchführen, müssen viel Zeit dafür investieren.

Die Einbindung ins Curriculum ist nicht immer einfach. Die Fachreferenten, die überwiegend die Informationskompetenzkurse durchführen, müssen viel Zeit dafür investieren.

Die Ressourcen der Bibliothek, die nicht steigen sondern eher sinken werden, mit der Nachfrage in Einklang zu bringen

IK-Veranstaltungen zu organisieren und durchzuführen erfordern einen immensen Arbeits- und Zeitaufwand. Außerdem gehen Bibliotheken, auch wir, oft an die Grenzen ihrer zur Verfügung stehenden Ressourcen. Vor allem die Akquirierung von Dozenten gestaltet sich immer wieder als schwierig. Die v.a. zu Beginn des WS starke Nachfrage nach IK-Angeboten, insbesondere nach Fachführungen, erfordert viel logistisches Geschick der Koordinatoren. Die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen lässt kaum Zeit, das Konzept weiterzuentwickeln und auf neue Bedarfe wie z.B. Literaturverwaltung einzugehen. Ein Defizit ist derzeit auch der unzureichende und viel zu kleine PC-Pool der SUB. Es fehlt ein gut ausgestatteter Schulungsraum.

Weiter steigende Teilnehmerzahlen wären personell nur schwer zu bewältigen

Es ist wichtig, dass die Bibliothek langfristig über ausreichend didaktisch geschultes Personal und die lernförderliche räumliche und technische Ausstattung verfügt.

Der Umsetzung neuer Schulungskonzepte sind Grenzen gesetzt, weil wir nicht über einen Schulungsraum mit Übungs-PCs verfügen

Fehlen räumlicher und technischer Ressourcen; fehlende technische Vorkenntnisse, um „neue“ Technologien (PowerPoint, etc.) für Führungen nutzen zu können

Immer wieder Herausforderung, die Schulungen an die Bedürfnisse der Studierenden und an die Dozentenwünsche anzupassen; Schwierigkeiten, den Terminwünschen im WS gerecht zu werden (räumlich und personell), die meisten Schulungen finden Ende Oktober bis Mitte Dezember statt; hin und wieder hohe Teilnehmerzahlen pro Schulung

Angebot für alle Studierenden zu entwerfen

Die Angebote der Bibliothek passen nicht immer mit den aktuellen Erfordernissen Studiums zusammen. Die Kommunikation zwischen Studierenden/Lehrenden/Bibliothekarinnen und Bibliothekaren muss weiter intensiviert werden. Damit ist ein enormer Aufwand verbunden.

Die Zeit der Studierenden ist sehr knapp bemessen.

Die Unterstützung wird „auf den Punkt genau“ gewünscht.

Datenbanken oftmals nicht selbsterklärend genug.

Die Studenten – aufgewachsen mit GOOGLE – wollen es nicht zu kompliziert haben.

Die Studierenden haben in den neuen Studiengängen weniger Zeit für unsere Angebote. Eine Integration unserer Angebote in die Studiengänge wäre wünschenswert.

allgemeine Probleme der Studienstruktur BA/ MA (Bologna-Prozess)

es ist immer noch schwierig, die Studierenden zu erreichen und ihnen klar zu machen, dass sie nur profitieren, wenn sie an unseren Schulungen teilnehmen.

Bachelor-Studierende haben kaum Zeit im Stundenplan für freiwillige Veranstaltungen der Bibliothek
„Google-Generation“ lässt sich zunächst ungerne die Internet-Nutzung erklären

Die Studierenden finden angesichts voller Stundenpläne kaum noch Zeit, Veranstaltungen zu besuchen. Deswegen sinkt die Nutzung des freien Veranstaltungsangebotes, was nur durch curriculare Veranstaltungen kompensiert werden kann.

Schwierig, die Studierenden zu überzeugen, trotz engen Stundenplans Zeit für freiwillige Angebote der Bibliothek abzugeben, wenn für Studenten noch kein konkreter Bedarf erkennbar – wenn Bedarf erkannt wird, meistens keine Zeit mehr für gründliche Schulungen.
Wahrnehmung der Studierenden: Ich kann das, außerdem gibt es doch Google.

s.o.: Studierende haben weniger Zeit

Bei den Bachelor/Master-Studiengängen bleibt kaum frei verfügbare Zeit für die Studierenden

Studierende sind durch das Studium zeitlich stark belastet, kaum Zeit für Kurse außerhalb des Curriculums. Freie Internet-Angebote vermitteln den Eindruck von guten Suchergebnissen. Die Hochschule ist technisch-naturwissenschaftlich ausgerichtet, die Bibliothek hat in diesen Studiengängen traditionell keine große Bedeutung, da nicht so literaturintensiv wie geisteswissenschaftliche Fächer.

Keine/ungültige Antwort:

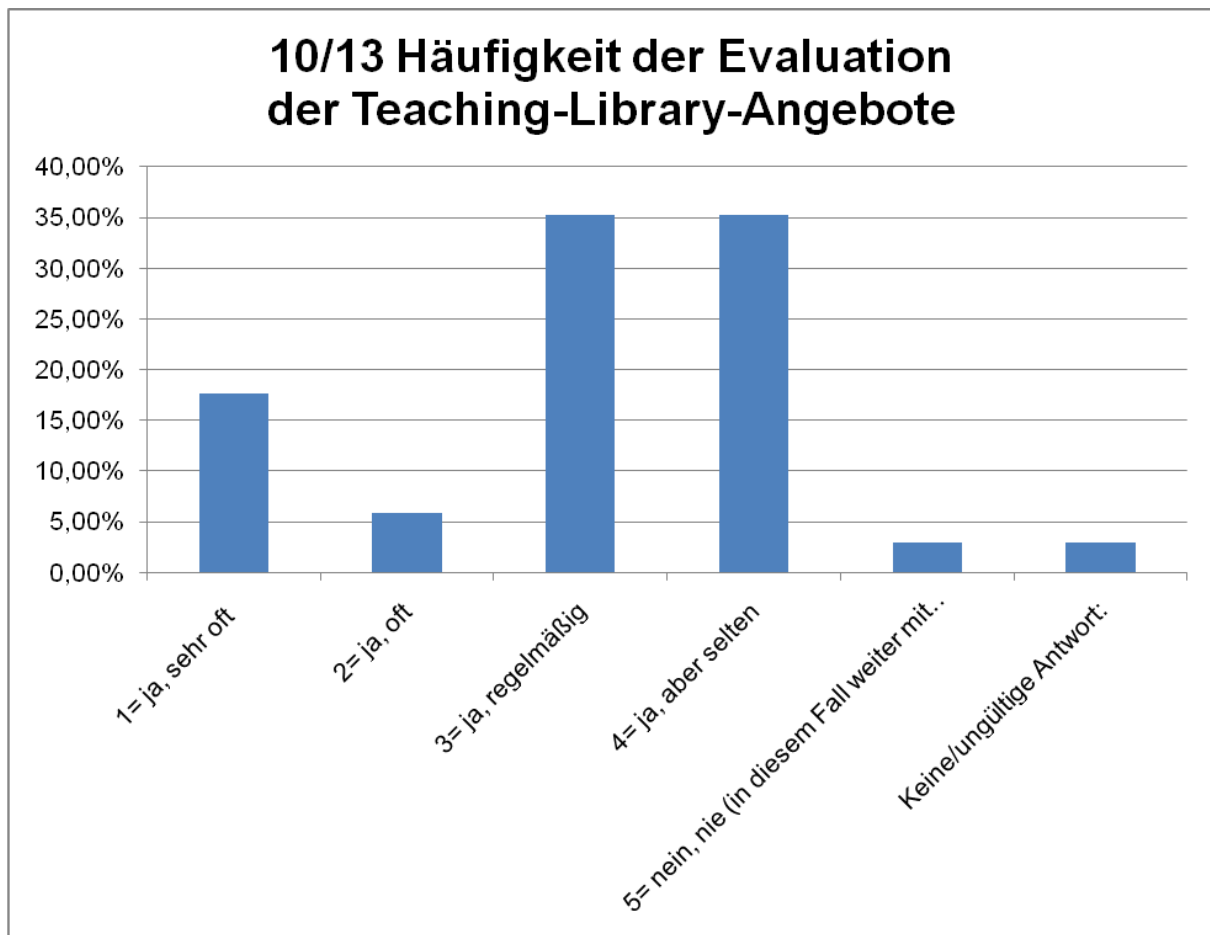
2

Zusammenfassung: Bibliotheken haben Probleme, ihr Angebot im Bereich Informationskompetenz auszubauen wegen Personalknappheit oder fehlenden technischen oder räumlichen Ressourcen. Viele Bibliotheken beklagen, dass die Studierenden durch die BA/MA Studiengänge kaum Zeit für die Angebote der Bibliothek haben. Einige finden es schwierig, Terminwünschen gerecht zu werden oder ein Angebot zu entwerfen, das allen Wünschen gerecht wird. Vereinzelt wird als Schwierigkeit genannt, die Studierenden zur Teilnahme zu motivieren.

10/13

Evaluieren Sie Ihre Teaching-Library-Angebote?

Antwortkategorie	Anzahl	Prozent
1= ja, sehr oft	6	17,65%
2= ja, oft	2	5,88%
3= ja, regelmäßig	12	35,29%
4= ja, aber selten	12	35,29%
5= nein, nie (in diesem Fall weiter mit Frage 13)	1	2,94%
Keine/ungültige Antwort:	1	2,94%



11/13 **Wie evaluieren Sie Ihre Teaching-Library-Angebote?**
(Mehrfachnennungen möglich)

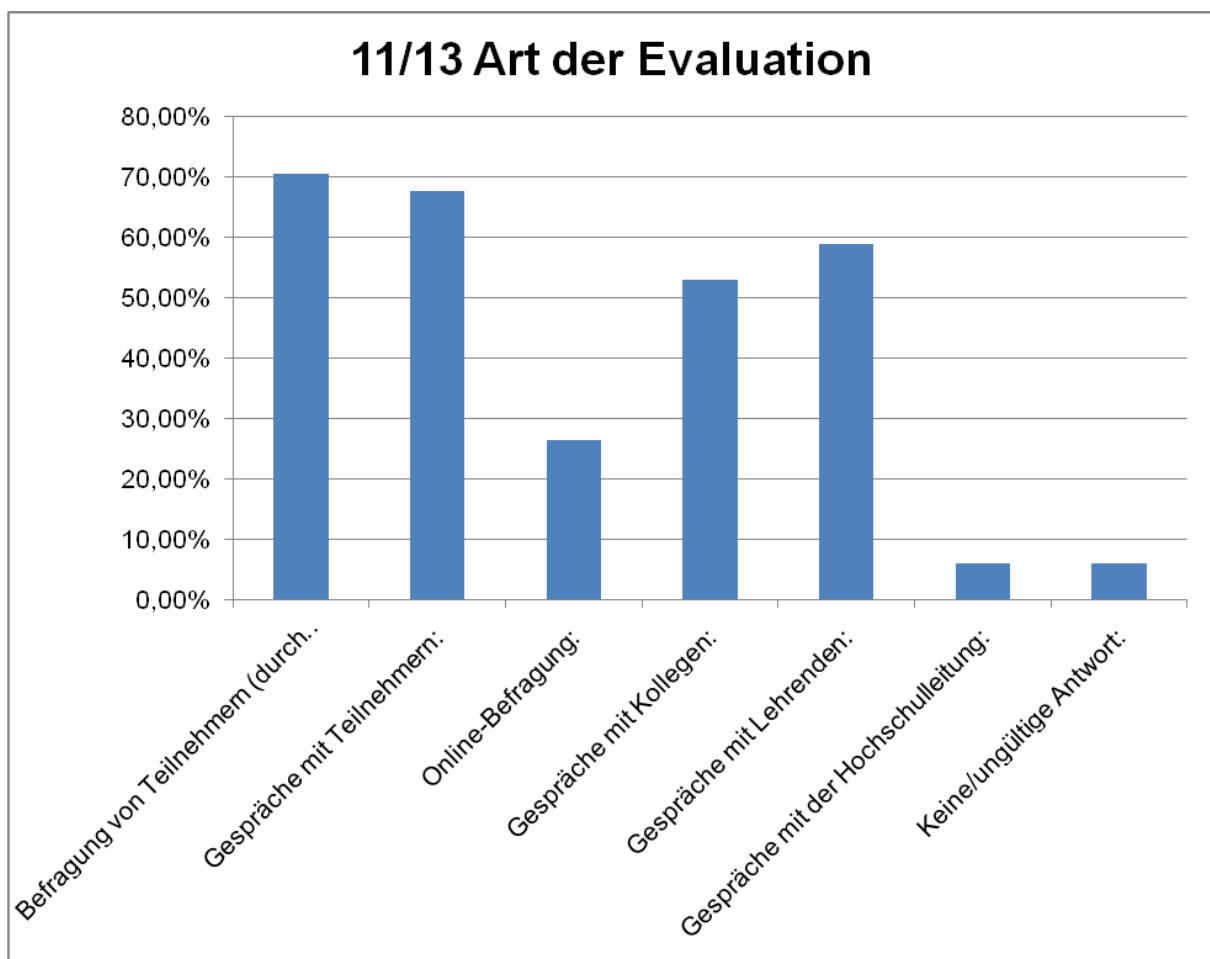
Antwortkategorie	Anzahl	Prozent
Befragung von Teilnehmern (durch Fragebögen, Punktabfrage etc.):	24	70,59%
Gespräche mit Teilnehmern:	23	67,65%
Online-Befragung:	9	26,47%
Gespräche mit Kollegen:	18	52,94%
Gespräche mit Lehrenden:	20	58,82%
Gespräche mit der Hochschulleitung:	2	5,88%
Keine/ungültige Antwort: (einmal keine Antwort, weil nicht evaluiert wird, siehe Frage 10)	2	5,88%

Wortwörtliche Antworten aus der Kategorie "Sonstige" (inhaltlich geordnet):

Desweiteren führen wir einen jährlichen Erfahrungsaustausch mit den KollegInnen der Institutsbibliotheken durch.

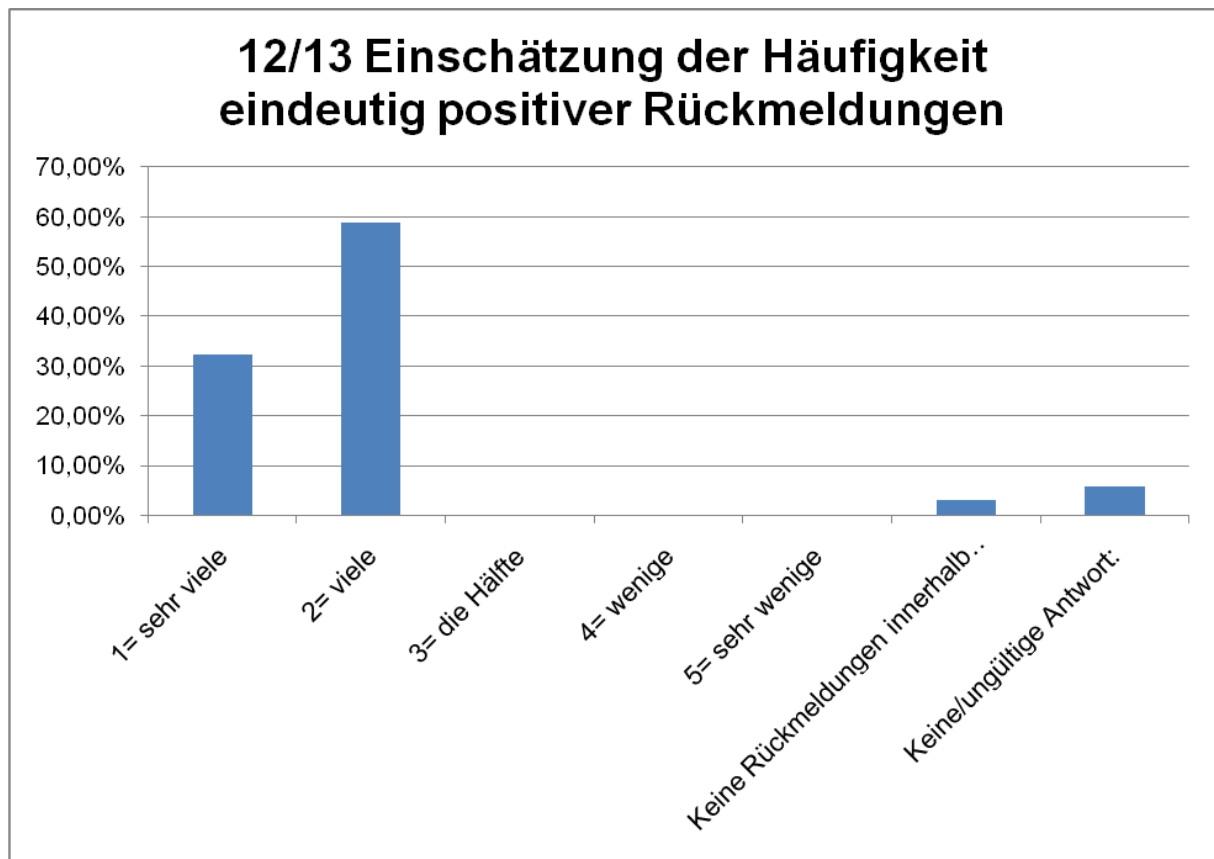
Hospitationen, kollegiale Beartung

Zusammenfassung "Sonstige": Gespräche mit Kollegen wurden extra genannt, außerdem wurden in einem Einzelfall Hospitationen zur Evaluierung durchgeführt.



12/13 **Wie viele Rückmeldungen sind eindeutig positiv gewesen innerhalb des letzten Jahres?**

Antwortkategorie	Anzahl	Prozent
1= sehr viele	11	32,35%
2= viele	20	58,82%
3= die Hälfte	0	0,00%
4= wenige	0	0,00%
5= sehr wenige	0	0,00%
Keine Rückmeldungen innerhalb des letzten Jahres	1	2,94%
<i>Keine/ungültige Antwort: (einmal keine Antwort, weil nicht evaluiert wird, siehe Frage 10)</i>	2	5,88%



13/13 Stellen Sie sich vor, ein Mitarbeiter kommt auf Sie zu und regt an, dass eine Summer School zur Vermittlung von Informationskompetenz in Ihrer Bibliothek organisiert werden könnte. Auf Nachfrage erklärt er Ihnen, dass er sich darunter eine Veranstaltungsreihe innerhalb einer Woche in der vorlesungsfreien Zeit vorstellt.

a) Welche Chancen sehen Sie in einem solchen Angebot?

Wortwörtliche Antworten (inhaltlich geordnet):

Keine

Keine. Wir hatten dies vor der Baumaßnahme (2007) angeboten und stark beworben (mit ECTS-Punkten!). Resonanz: 3 Anmeldungen.

geringe Chancen

Wenige. Die Angebote sind noch nicht in dem Umfang etabliert und von den Studierenden akzeptiert, dass sich eine Summer School in der vorlesungsfreien Zeit „lohnen“ würde.

Während des Semesters sähe das anders aus ...

keine besseren im Vergleich zum jetzigen Angebot unserer Bibliothek Vergleich

hängt völlig vom Marketing/Werbung für die Veranstaltung ab

relativ gute

grundsätzlich gute Chancen

für einige zielgruppen wäre das eine möglichkeit – Sie erreichen darüber aber all die nicht, die in der vorlesungsfreien zeit nicht am hochschulort sind, arbeiten müssen etc. lernen und der ansatz in der UB XXXX geht von einem anderen Ansatz aus: das erarbeiten von IK muss in den kursen ANGEREGT werden und muss DANACH – eigenverantwortlich lebenslang weitergehen. Man ist nicht „fertig“ mit IK nach einem einwöchigen block – dazu verändert sich die ik welt auch zu schnell – deshalb muss der ball angestoßen werden – neugier und zweifel geweckt werden....

Erreichen „gemischter“ Zielgruppen (Studierende, Mitarbeiter, Regionalnutzer)
Reihe als Weiterbildungsangebot der Bibliothek > erhöhte Akzeptanz (s.a. 8/13)

konzentrierte Aktion für interessierte Studierende, evtl. als Vorbereitungskurs für kommende Erstsemestler (also nach dem Abi)

Gute Idee, da vermutlich an dieser Veranstaltung besonders interessierte Nutzer teilnehmen würden

Der Vorteil wäre, ein kompaktes Seminar gestalten zu können und genügend Zeit für einzelne Module einplanen zu können. Mit den Studierenden könnte viel intensiver gearbeitet werden.

Kompakte und intensive Vermittlung von Inhalten in lockerer Atmosphäre

Weitaus effizientere Möglichkeit, die Informationskompetenz der Studierenden zu fördern als in einzelnen 1 ½ stündigen Schulungen

eine Woche bietet genügend Zeit umfassend und auch mit Übungsphasen Informationen zu vermitteln. Man könnte eher auf die Probleme einzelner Teilnehmer eingehen.

Das Ik-Angebot lässt sich entzerren, wodurch insbesondere die Arbeitsbelastung der Dozenten verringert wird.

wir bieten bereits IK-Veranstaltungen in den Semesterferien an

Machen wir schon für die Math.Nat.Fak.

Da unserer MitarbeiterInnen bereits regelmäßig – auch mehrtägige - Veranstaltungen (Blockseminare, Kompaktveranstaltungen) in den Semesterferien durchführen, hat solch eine Veranstaltung, gute Chancen realisiert zu werden

Guter Überblick / Rüstzeug für Studium zeitlich kompakt vermittelt; in der vorlesungsfreien Zeit weniger Druck durch engen Stundenplan

„Kompakte“ Informationsvermittlung: mehrere inhaltlich aufeinander aufbauende Module könnten unmittelbar nacheinander stattfinden
eine größere Anzahl von Teilnehmern könnte erreicht werden – falls die Leute wirklich frei haben und vor Ort erreichbar sind

Vertiefung der Inhalte

Mit geschickten Werbemaßnahmen könnte sich die Bibliothek mit einem solchen Angebot gut profilieren. Die Informationskompetenz einer Gruppe von Studierenden könnte deutlich verbessert werden.

Vorteil: kann man gut im Voraus planen (Vorbereitung, Mitarbeiterereinsatz) und bewerben; Möglichkeit der Vermeidung von terminlichen Überschneidungen mit anderen Veranstaltungen der Uni; Schaffung guter Grundlagen bei Studierenden

Gute Chancen, weil die Studierenden nicht durch andere Lehrveranstaltungen an der Teilnahme gehindert werden und weil die Bereitschaft der Studierenden steigt, auch in der studienfreien Zeit Angebote zu nutzen

Erreichen von Personen, die sonst zeitlich sehr unflexibel sind

Für ausländische Studierende eine sehr wichtige Veranstaltung, die bei uns bis dato eher durch Kleingruppenführung umgesetzt wird. Hier hätte man die Möglichkeit ein Konzept mit Nachhaltigkeit zu entwickeln

Die Bibliothek ist offensichtlich bekannt als Informationskompetenz-Vermittlerin.

Eine Zusage würde nicht nur die Teilnehmer fortbilden sondern auch den Stand der Bibliothek in der Hochschule stärken.

Aussenwirkung, ... siehe 8/13

Da die Universität sehr viele Summer Schools durchführt, würde dies noch ein zusätzliches Angebot sein. Eine Summer School „pure“ Infokompetenz würde ich selbst nicht begrüßen. Wichtig wäre es, die „Infokompetenz“ direkt ins wissenschaftliche bzw. geistige Arbeiten zu integrieren. Eine Loslösung von Inhalten bzw. Arbeitsvorgängen würde ich für schwierig erachten.

Möglichkeit zur Profilbildung der Bibliothek

Die Bibliothek könnte Ihren Ruf in Bezug auf Vermittlungsangebote verbessern

Sehr gute Idee! Bei guter Werbung im Vorfeld gäbe es bestimmt hohe Teilnehmerzahlen.

Zusammenfassung: Während einige Bibliotheken sehr skeptisch sind und dieser Idee keine oder kaum Chancen einräumen, halten andere es für eine gute Idee, einige bieten bereits Veranstaltungen im Sommer an und haben damit gute Erfahrungen gemacht. Viele Befragte sehen die Summer School Idee als Möglichkeit, ihr Wissen kompakt zu vermitteln und intensiver auf Lernstoff eingehen zu können. Einige sehen in der Summer School eine Möglichkeit, mit besonders interessierten Studierenden arbeiten zu können. Manche Bibliotheken sehen eine Chance im Zeitpunkt der Summer School, da so Dozenten während des Semesters entlastet werden und auf der anderen Seite Überschneidungen mit anderen Veranstaltungen vermieden werden könnten. Außerdem sehen ein paar Befragte Möglichkeiten zur Profilbildung der Bibliothek.

b) Welche Schwierigkeiten sehen Sie in einem solchen Angebot?

Wortwörtliche Antworten (inhaltlich geordnet):

Die Resonanz bei den Studierenden innerhalb der Semesterferien ist fraglich (insbesondere im Sommer).

Veranstaltung sollte intensiv beworben werden und Anreize bieten, damit sie auch in der vorlesungsfreien Zeit wahrgenommen wird.

die Studierenden von der Sinnhaftigkeit der Teilnahme zu überzeugen.
Terminfindung mit den beteiligten Kollegen (Urlaubszeit)

Personelle Abdeckung dieses Angebotes ist extrem schwierig.
Außerdem müßte eine langfristige Terminplanung im Vorfeld erfolgen.

genügend Studierende zu finden, die an einem solchen Angebot teilnehmen möchten.
Genügend Kollegen zu finden, die sich an einer solchen Woche beteiligen würden.

geringe Teilnehmerzahlen trotz starker Werbung; personelle Betreuung da Urlaubszeit

allgemeine Personalplanung

personelle Ressourcen, da im Sommer die Haupturlaubszeit, zu wenig geeignete Räumlichkeiten

Personelle, räumliche, technische Kapazitäten fehlen (Urlaubszeit); in den Semesterferien ist Prüfungszeit, daher wahrscheinlich mangelndes Interesse von Seiten der Studenten

Personalkapazitäten (Urlaubszeit), Sprachenkenntnisse von Personal und Teilnehmern ausreichend?, Studenten befinden sich im Urlaub

Seit der Umstrukturierung des Studiums auf Bachelor/Master bleibt den Studierenden wenig Zeit um solche Angebote wahr zu nehmen.
Es ist fraglich, ob die Personaldecke der Bibliothek eine solche Veranstaltungsreihe zuließe.

Großer Organisations- und Personalaufwand
Erwünschte Zielgruppe ist unter Umständen nur schlecht erreichbar:
Studierende sind während der vorlesungsfreien Zeit oft nicht vor Ort

Die Entwicklung und ständige Aktualisierung eines tragfähigen Curriculums bindet ungemein Personal. Die Kosten-Nutzen-Relation ist negativ.

Welche Anreize für Teilnahme (Kreditpunkte)? Aus Sicht der Studierenden wichtig genug, um eine Woche dafür einzuplanen (d.h. Genügend Teilnehmer)? Es muss differenziert werden, für welches Fach ein solches Angebot gemacht wird (für Ingenieure u. ä. Fächer spielt die Literaturrecherche zu Studienbeginn keine besonders große Rolle).
Aus Sicht der Bibliothek: wer soll dieses Angebot betreuen, gibt es hier genügend Kapazität?

Terminprobleme (Studierende in Urlaub, Hausarbeiten, Praktika, Jobs)
Motivation der Studierenden, wenn Teilnahme nicht verpflichtend ist
Motivation der Mitarbeiter (es sollten meiner Meinung nach mehrere sein)
für einen solchen Kompaktkurs (Vorbereitung, Durchführung; Urlaubszeit im Sommer)

geringes Interesse während der vorlesungsfreien Zeit
Zeitraum von einer Woche ist zu lang für einen freiwilligen Kurs

Angebote während der Semesterferien werden nach bisherigen Erfahrungen nicht wahrgenommen. Nachgefragt sind in den Semesterferien nur Einführungen in Literaturverwaltungsprogramme, und zwar vor allem von Doktoranden.

das Studierende zum großen Teil in den Semesterferien arbeiten, Praktika machen, verreisen oder Hausarbeiten schreiben

Sommer bedeutet auch immer Urlaubszeit, sowohl bei den Studierenden als auch bei den Bibliothekaren. Die Zeit muss gut gewählt werden. Außerdem muss ein besonderer Anreiz geschaffen werden, um Teilnehmer zu gewinnen. Hier ist Marketing gefragt. Die Organisation der Dozenten sehe ich ebenfalls als Schwierigkeit. Auf jeden Fall muss hier ein Team antreten, das sich wiederum sehr gut abstimmen muss. Interessant wäre es allemal.

geringe Nachfrage in den Ferien
geringes Bewusstsein der Notwendigkeit

Studierende sind durch das Studium zeitlich stark belastet, kaum Zeit für Kurse außerhalb des Curriculums. Freie Internet-Angebote vermitteln den Eindruck von guten Suchergebnissen. Die Hochschule ist technisch-naturwissenschaftlich ausgerichtet, die Bibliothek hat in diesen Studiengängen traditionell keine große Bedeutung, da nicht so literaturintensiv wie geisteswissenschaftliche Fächer.

Nachteil: Wie viele kommen bei Freiwilligkeit und angesichts der Dauer?
Evtl. dann in Zusammenarbeit mit Fachbereichen (verpflichtender Besuch?)-?

Der sehr hohe Umsetzungsaufwand stünde wahrscheinlich in einem schlechten Verhältnis zur möglichen Teilnehmerzahl

Terminplanung mit den Kollegen, wer steht in den Sommermonaten zur Verfügung. Von der Anzahl – die eher gering sein würde – hängt dann auch die Art der Veranstaltung ab, die man entwickeln müsste.

Blockkurse, in denen es vor allem um Wissensvermittlung geht, sind sowohl für die Teilnehmer als auch für den Lehrenden sehr anstrengend.

Prinzipiell keine (s.o.); das Angebot dürfte allerdings nicht zu kurzfristig angesetzt werden.

Eigentlich keine. Wir haben genügend Erfahrung und Material, um eine solche Veranstaltung auch kurzfristig organisieren zu können.

Keine/ungültige Antwort:

1

Zusammenfassung: Die befragten Bibliotheken sehen die Hauptschwierigkeiten bei der Idee einer Summer School in der mangelnden personellen Kapazität und der Bereitschaft der Studierenden, im Sommer teilzunehmen. Kritisch wird hinterfragt, inwiefern man in der Urlaubszeit für Studierende und Bibliothekare ein Angebot kreieren soll, das in solchen Teilnehmerzahlen mündet, dass sich der hohe Aufwand lohnt. Einzelne Bibliotheken sehen kaum oder keine Schwierigkeiten, sehen sich sogar in der Lage, eine Summer School zu organisieren.

Eidesstattliche Versicherung

„Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangabe kenntlich gemacht.“

Ort, Datum

Unterschrift