



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

DEPARTMENT INFORMATION

Bachelorarbeit

EINE BESTANDSPROFILIERUNG FÜR DIE GEMEINDEBÜCHEREI STOCKELSDORF

vorgelegt von
Svenja Fieting

Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement

erste Prüferin: Prof. Frauke Schade
zweite Prüferin: Prof. M.A. Dipl. Bibl. Birgit Dankert

Hamburg, Juni 2011

Abstract:

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Bestandsprofilierung mittels Portfolio-Analyse und Kundenbefragung in der Gemeindebücherei Stockelsdorf. Ergänzend dazu wurden die bis Mitte 2010 gültigen SINUS-Milieus erhoben, indem die von Gunnar OTTE klassifizierten Lebensstiltypen bei den Lesern der Gemeindebücherei festgestellt wurden. Zusätzlich werden die Bestandszusammensetzung sowie die Charakteristik der Großgemeinde Stockelsdorf vorgestellt, um als Abschluss Handlungsempfehlungen für den Medienbestand zu geben.

Schlagworte:

Benutzerorientierter Bestandsaufbau, Bestandskonzept, Bestandsprofilierung, Lebensführungstypologie, Lebensstil, SINUS-Milieus, Öffentliche Bibliothek, Stockelsdorf, Handlungsempfehlung

Ich bedanke mich bei der
Gemeindebücherei Stockelsdorf für die Chance,
meine Bachelor-Arbeit nicht nur über
das Bestandsmanagement schreiben zu können,
sondern meine Kenntnisse auch praktisch auf diese
Bücherei anwenden zu dürfen.

I Inhaltsverzeichnis

I	Inhaltsverzeichnis	II
II	Anhangsverzeichnis	IV
III	Abbildungsverzeichnis	V
IV	Tabellenverzeichnis	VIII
V	Abkürzungsverzeichnis	IX
1	Einleitung	1
1.1	Die Gemeindebücherei Stockelsdorf	4
1.2	Charakteristik der Gemeinde Stockelsdorf	7
2	Das Bestandsprofil	8
2.1	Das aktuelle Bestandsprofil der Gemeindebücherei Stockelsdorf	10
2.2	Die Anforderungen an ein neues Bestandsprofil	12
3	Die Kunden der Gemeindebücherei Stockelsdorf	13
3.1	Die SINUS-Milieus von SINUS Sociovision	14
3.2	Die Lebensstiltypologie von Gunnar Otte	24
3.3	Übertragung der Lebensstile auf die SINUS-Milieus	28
3.4	Die Kundenbefragung in der Gemeindebücherei Stockelsdorf	29
3.4.1	Vorbereitung	30
3.4.2	Durchführung	44
3.4.3	Ergebnisse	45
4	Die Portfolio-Analyse	72
4.1	Herkunft und Bedeutung der Portfolio-Analyse	73
4.2	Die Portfolio-Analyse in Bezug auf Bibliotheken	79
4.3	Die Anwendung der Portfolio-Analyse auf den Bestand der Gemeindebücherei Stockelsdorf	83

4.3.1	Medien Erwachsene	85
4.3.1.1	Belletristik	86
4.3.1.2	Sachliteratur	94
4.3.1.3	AV-Medien	105
4.3.1.4	Zeitschriften	107
5	Abschließende Handlungsempfehlungen zur Bestandsprofilierung der Gemeindebücherei Stockelsdorf	109
6	Fazit	115
VI	Literaturverzeichnis	118
7	Anhang	i

II Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Statistik 2010, 2009 und 2008, Gemeindebücherei Stockelsdorf	i
Anhang 2: Grafisch aufbereitete Statistik für die Jahre 2008 bis 2010, Gemeindebücherei Stockelsdorf	iii
Anhang 3: Einwohner der Gemeinde Stockelsdorf, Stand 30.09.2010	iv
Anhang 4: Interview mit Anette Popall, Büchereileitung	v
Anhang 5: Fragebogen in der Stadtbücherei Backnang, SZLATKI 2010	xiii
Anhang 6: Fragebogen in der Stadtbibliothek Bremen, BERKE 2011	xv
Anhang 7: Fragebogen in der Gemeindebücherei Stockelsdorf	xviii
Anhang 8: Auswertung der Items nach den Lebensführungstypen von Gunnar OTTE	xxi
Anhang 9: Übertragung der Lebensstile von Gunnar OTTE auf die SINUS-Milieus von SINUS Sociovision	xxii
Anhang 10: Die Bibliothek als Kommunales Infozentrum	xxx i
Anhang 11: Die Bibliothek als Tor zum Lernen für Schüler	xxx ii
Anhang 12: Jahresbericht 2010, Gemeindebücherei Stockelsdorf	xxx iii
Anhang 13: Leitbild der Gemeinde Stockelsdorf	xli
Anhang 14: Altersstruktur in Stockelsdorf (Hauptwohnsitzeinwohner)	xl viii

III **Abbildungsverzeichnis**

Abb. 1: SINUS-Milieus 2007	16
Abb. 2: SINUS-Milieus 2010	21
Abb. 3: Neun Lebensstile nach Gunnar OTTE	25
Abb. 4: Auswertung Frage 1: „Wie oft besuchen Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf?“	46
Abb. 5: Auswertung Frage 2: „Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich pro Besuch in der Gemeindebücherei Stockelsdorf?“	47
Abb. 6: Auswertung Frage 3: „Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz durch Ankreuzen: Die Gemeindebücherei Stockelsdorf ist für mich persönlich...“	48
Abb. 7: Auswertung Frage 4: „Wie bewerten Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf? (Schulnoten: 1 = sehr gut, 6 = ungenügend)“	49
Abb. 8: Auswertung Frage 5: „Geben Sie spontan drei Medienangebote an, die Sie nutzen! (z.B. DVDs, Romane,...)“	50
Abb. 9: Auswertung Frage 6: „Geben Sie spontan drei Serviceangebote an, die Sie nutzen! (z.B. Auskunft, Vorbestellung,...)“	51
Abb. 10: Auswertung Frage 7: „Mit welchem Ziel besuchen Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf hauptsächlich? (Mehrfachnennungen möglich)“	52
Abb. 11: Auswertung Frage 8: „Welche Themen interessieren Sie dabei besonders? (Bitte nennen Sie hier maximal fünf Gebiete)“	53
Abb. 12: Auswertung Frage 9: „Wie häufig finden Sie die Medien, die Sie suchen, vor Ort?“	54
Abb. 13: Auswertung Frage 10: „Woran orientieren Sie sich in der Gemeindebücherei Stockelsdorf, wenn Sie nach Medien suchen?“	55
Abb. 14: Auswertung Frage 11: „Wie gestalten Sie Ihren Alltag? Bitte	

geben Sie an, inwieweit die Beschreibung für Sie persönlich zutrifft!“	56
Abb. 15: Auswertung Frage 12: „Wie häufig üben Sie folgende Freizeitaktivitäten aus?“	57
Abb. 16: Auswertung Frage 13, Teil 1: „Wenn Sie einmal in einem Restaurant richtig gut essen gehen, wie viel geben Sie dann maximal pro Person aus?“	58
Abb. 17: Auswertung Frage 13, Teil 2: „Wenn Sie einmal in einem Restaurant richtig gut essen gehen, wie viel geben Sie dann maximal pro Person aus?“	59
Abb. 18: Auswertung Frage 14: „Wie alt sind Sie?“	60
Abb. 19: Auswertung Frage 15: „Sind Sie männlich? Weiblich?“	61
Abb. 20: Auswertung Frage 16: „Welchen höchsten Schulabschluss haben Sie?“	62
Abb. 21: Auswertung Frage 17: „In welchem Land sind Sie geboren?“	63
Abb. 22: Auswertung Frage 18: „Seit wann leben Sie in Deutschland?“	64
Abb. 23: Auswertung Frage 19: „Welche Sprache sprechen Sie innerhalb Ihrer Familie? (Mehrfachnennungen möglich)“	65
Abb. 24: Auswertung Frage 20: „Nutzen Sie neben der Gemeindebücherei Stockelsdorf auch andere Bibliotheken oder Büchereien? (Mehrfachnennungen möglich)“	66
Abb. 25: Auswertung der Kommentare	68
Abb. 26: Auswertung der Kommentare zur Umfrage	69
Abb. 27: Klassifizierung der Kunden in Lebensführungstypen	70
Abb. 28: Die SINUS-Milieus in der Gemeindebücherei Stockelsdorf	71
Abb. 29: Theoretische Grundlagen der Marktanteil-Marktwachstums-Matrix (SIMON 2002, S. 37)	75
Abb. 30: Belletristik Print; Leihfrist 28 Tage	86
Abb. 31: Hörbücher Belletristik; Leihfrist 28 Tage	88
Abb. 32: Belletristik mit AV-Medien; Leihfrist 28 Tage	90

Abb. 33: AV-Medien der Belletristik; Leihfrist 7 Tage	91
Abb. 34: Blu-Rays im Bereich Belletristik; Leihfrist 7 Tage	92
Abb. 35: DVDs im Bereich Belletristik; Leihfrist 7 Tage	93
Abb. 36: Pläne / Karten; Leihfrist 28 Tage	94
Abb. 37: Sachliteratur, Leihfrist 28 Tage	95
Abb. 38: Sach-CDs; Leihfrist 28 Tage	97
Abb. 39: Sachliteratur mit AV-Medien; Leihfrist 28 Tage	99
Abb. 40: Sach-DVDs; Leihfrist 7 Tage	101
Abb. 41: Sach-CD-ROMs; Leihfrist 14 Tage	103
Abb. 42: Musik-CDs; Leihfrist 28 Tage	105
Abb. 43: Grafische Aufbereitung der Bestandskennzahlen für 2008 bis 2010	iii

IV Tabellenverzeichnis

Tab.1: Gegenüberstellung Gemeindebücherei Stockelsdorf und Bibliotheksstandards	5/6
Tab. 2: Etatverteilung der Gemeindebücherei Stockelsdorf nach UMLAUF 2000	110
Tab. 3: Bestandskennzahlen 2010	i
Tab. 4: Bestandskennzahlen 2009	i
Tab. 5: Bestandskennzahlen 2008	ii
Tab. 6: Einwohner der Gemeinde Stockelsdorf, Stand 30.09.2010	iv
Tab. 7: Auswertungstabelle der Lebensstile von Gunnar OTTE	xxi
Tab. 8: Übertragung der Lebensstile von Gunnar OTTE auf die SINUS-Milieus (BERKE 2011a, Anhang S. 76-83)	xxx
Tab. 9: Bibliothek als Kommunales Infozentrum (UMLAUF 2000, S. 32)	xxxii
Tab. 10: Bibliothek als Tor zum Lernen für Schüler (UMLAUF 2000, S. 33)	xxxiii

V **Abkürzungsverzeichnis**

ALLG	Allgemein
BID	Bibliothek & Information Deutschland
BIO	Biologie
BWL	Betriebswirtschaftslehre
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
ERD	Erdkunde
GESCH	Geschichte
HW	Hauswirtschaft
KU	Kunst
LAN	Landwirtschaft
LIT	Literatur
MA	Mathematik
MED	Medizin
MUS	Musik
NAT	Naturwissenschaften
NO	Noten
PÄ	Pädagogik
PHIL	Philosophie
POL	Politik
PSY	Psychologie
R	Recht
REL	Religion
SH	Schleswig-Holstein
SOP	Sozialpolitik
SOZ	Soziologie
SPO	Sport und Freizeit
SPR	Sprache
TECH	Technik
TH	Theater

VO	Volkskunde
WEIH	Weihnachten
WI	Wirtschaft

1. Einleitung

Die Großgemeinde Stockelsdorf liegt zwischen Lübeck und Bad Schwartau. Wie diese beiden Städte, verfügt auch Stockelsdorf über eine eigene Bücherei, die auch die Bevölkerung der umliegenden Dorfschaften versorgt. Im selben Gebäude sind ein Jugendzentrum (vgl. GEMEINDE STOCKELSDORF 2011a) sowie die Volkshochschule Stockelsdorf (vgl. LOHFF 2011) untergebracht.

Der Bestand der Gemeindebücherei Stockelsdorf lag zuletzt bei ca. 38 000 Medieneinheiten. Zu ihrem Angebot zählen „Bücher, DVDs, PC-Spiele, CDs und Hörbücher“ (GEMEINDE STOCKELSDORF 2011b).

In der Bücherei sind zwei Vollzeit-Bibliothekarinnen beschäftigt, die von drei Verwaltungsfachangestellten in Teilzeit und von einer ehrenamtlich tätigen Bibliotheksassistentin unterstützt werden. Der Erwerbungsetat beläuft sich auf ungefähr 36 000 Euro (vgl. Anhang 4).

Mit zwölf Euro jährlich ist die Lesegebühr im Vergleich zur näheren Umgebung niedrig (Die Bibliothek der Hansestadt Lübeck verlangt beispielsweise 20 Euro pro erwachsenen Leser.). Kinder und Schüler lesen kostenfrei. Für Vormerkungen und Fernleihbestellungen aus dem Büchereisystem Schleswig-Holstein werden für die Kunden keine Gebühren fällig. Lage und Konditionen der Gemeindebücherei sind also durchaus Grundstein für eine gute Bibliotheksarbeit.

Dass dieses nicht so ist, beweist hingegen ein Blick auf die Ausleihzahlen: Trotz Bemühungen um einen übersichtlichen Medienbestand gehen die Ausleihen kontinuierlich zurück bzw. stagnieren (vgl. Anhang 2). Dieser Trend kann mit dem kürzlich erfolgten Umbau der Bücherei im Jahr 2009 zu erklären sein: Sie wurde dabei um einen zusätzlichen Raum erweitert und blieb sechs Monate geschlossen (vgl. GEMEINDEBÜCHEREI STOCKELSDORF 2010, S. 2).

Eine weitere Problematik scheint die fehlende Abgrenzung zu anderen Büchereien und Bibliotheken zu sein. So sagt die Leiterin der Gemeindebücherei über die Stadtbücherei Bad Schwartau: „Wir wissen, dass einige Leser beide Bibliotheken nutzen und dass einige Stockelsdorfer auch ganz abgewandert sind.“

Diese Einschätzung sowie die trotz des Umbaus besorgniserregende Ausleihentwicklung in der Bücherei legen den Schluss nahe, dass die Bestandspolitik an den Kunden vorbei stattfindet. Dies wiegt umso schwerer, als dass die Büchereizentrale Schleswig-Holstein ihr Zuschusssystem umgestellt hat (vgl. BÜCHEREIVEREIN SCHLESWIG HOLSTEIN E.V. 2010, S. 3): Fortan zählen nur noch Neuausleihen als Ausleihen. Verlängerungen werden bei Zuschüssen nicht mehr berücksichtigt. Da der Etat der Gemeindebücherei seit Jahren konstant bleibt, ist sie in besonderem Maße auf die Zuschüsse der Büchereizentrale angewiesen; ist der Bestand der Bücherei unattraktiv und folgen daraus weniger Ausleihen, sinkt der Etat, wodurch noch weniger Mittel für den Bestandsaufbau zur Verfügung stehen. Es entsteht eine Endlosschleife, die nur schwer durchbrochen werden kann.

Wie kann die Gemeindebücherei Stockelsdorf ihren Bestand also so profilieren, dass sie die Bedürfnisse ihrer (potenziellen) Kunden abdeckt, aber auch als Einrichtung eindeutige Orientierungshilfen beim Bestandsaufbau erhält?

Um diese Frage zu beantworten und ein benutzerorientiertes Bestandskonzept zu erstellen, werden folgende Methoden zum Einsatz kommen:

- Literatur-Recherche
- Portfolio-Analyse
- Kundenbefragung
- Experteninterview
- Ergebnis-Analyse

Im Einzelnen bedeutet das, zunächst Standards und Richtlinien zur Größe und zur Zusammensetzung des Bibliotheksbestandes zusammenzutragen, um diese Angaben mit dem Bestand der Gemeindebücherei Stockelsdorf zu vergleichen und schon zu diesem Zeitpunkt mögliche Schwächen und Stärken der Bücherei aufzudecken. Durch das Marketing-Instrument der Portfolio-Analyse wird diese Einschätzung fundiert.

Die Kundenbefragung dient der Ermittlung des Nutzerverhaltens und des Nutzerbedarfs. Darüber hinaus werden die Ergebnisse des im Wintersemester 2010/11 an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg durchgeführte studentischen Forschungsprojektes „Den Kunden im Fokus: Eine Milieustudie zur Profilierung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios der Stadtbibliothek Bremen“ (vgl. BERKE 2011a) auch für die Gemeindebücherei Stockelsdorf nutzbar, indem die dort entwickelte Methode zur Erhebung der SINUS-Milieus (vgl. SINUS INSTITUT HEIDELBERG 2011) auch auf die Kunden der Gemeindebücherei Anwendung finden wird.

Das Experteninterview dient dazu, eine konkrete Selbsteinschätzung der Bücherei und auch die unbedingten Anforderungen an ein Bestandskonzept in Erfahrung zu bringen.

Auf diesen Grundlagen wird ein kundenorientiertes oder zielgruppenspezifisches Bestandskonzept entwickelt, welches im Fazit prägnant zusammengefasst werden wird.

Ehe diese Methoden aber zum Einsatz kommen, ist es notwendig, sich die

Gemeindebücherei und ihr Umfeld genauer anzusehen.

1.1. Die Gemeindebücherei Stockelsdorf

„Die Gemeindebücherei ist [...] ein beliebter Treffpunkt für Menschen aller Altersgruppen, Lernort für Schülerinnen und Schüler, Bildungseinrichtung sowie Kommunikationszentrum“ (GEMEINDEBÜCHEREI STOCKELSDORF 2011, S. 1). Damit definiert sie sich selbst bereits als Bibliothek der Stufe 1, denn „die Bibliothek für den Grundbedarf ist Drehscheibe der Information, Lern- u. [sic!] Arbeitsinstrument und Forum für alle“ (BUNDESVEREINIGUNG DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBÄNDE 1994, S. 13).

Bibliotheken der Stufe 1 sind kleinere und mittlere öffentliche Bibliotheken und entweder Mittelpunktbibliotheken oder Zweigstellen größerer Zentralbibliotheken, aber auch Bibliotheken der Grundversorgung (vgl. BUNDESVEREINIGUNG DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBÄNDE 1994, S. 11).

Als Stufe-1-Bibliothek ist die Bücherei zuständig für den Grundbedarf der Bevölkerung. Sie hat damit Sorge zu tragen für die Befriedigung der Informationsbedürfnisse in allen Belangen des öffentlichen, politischen und gesellschaftlichen Lebens, Alltag, Freizeit, der Durchführung von Leseförderung, Kulturarbeit und Integration unterschiedlichster Bevölkerungsteile (vgl. BUNDESVEREINIGUNG DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBÄNDE 1994, S. 11).

Bei ihrer Arbeit muss die Gemeindebücherei ihrem Aufgabenspektrum nach Leistungen erbringen wie

- mindestens 2 Medieneinheiten pro Einwohner,
- der Nutzung entsprechende Bestandsstaffelung und -erneuerung,
- aktuelle Zeitungen und Zeitschriften,
- ca. 20-prozentiger Anteil audiovisueller Medien,

- mindestens 35 Öffnungszeiten an sechs Tagen die Woche,
- Teilnahme an Leihverkehr und Bibliotheksverbänden,
- mindestens fünfprozentiger Anteil Präsenzbestand für Informationszwecke,
- Flächen für Auslagen,
- sowie ausreichend geschultes Fachpersonal.

In der folgenden Tabelle werden aktuelle Gegebenheiten und Standards aus „Bibliotheken '93“ bzw. Empfehlungen Konrad UMLAUFs den Büchereidaten gegenüber gestellt, um eine bessere Vergleichbarkeit gewährleisten zu können:

Gemeindebücherei Stockelsdorf	Standards / Empfehlungen
Öffnungszeiten	
32 Öffnungszeiten / Woche	35 Öffnungszeiten / Woche
Medieneinheiten pro Einwohner	
ca. 2,3 Medieneinheiten / Einwohner	mind. 2 Medieneinheiten / Einwohner
Umsatz	
Gesamt: 3,09	Gesamt: keine Angaben
Kinder – und Jugendbücher: 3,7	Kinder- und Jugendbücher: 5-9
Sachbücher: 1,3	Sachbücher: 3-5
Belletristik: 3,1	Belletristik: 4-7
AV-Medien: 7,2	AV-Medien, Leihfrist 4 Wochen: 7-10
	AV-Medien, Leihfrist 1 Woche: 30-40
	AV-Medien, Mittelwert: 18,5-25
Bestandsblöcke	
Präsenzbestand: nicht ermittelbar	Präsenzbestand: 3 %
Sachliteratur: 39 %	Sachliteratur: 40 %
Belletristik: 19 %	Belletristik: 20 %
Kinder- und Jugendbücher: 24 %	Kinder- und Jugendbücher: 12 %

AV-Medien: 12 %	AV-Medien: 20 %
Zeitschriften: 1 %	Zeitschriften: keine Angabe
Nahbereich: nicht ermittelbar	Nahbereich: 12 %

Tab.1: Gegenüberstellung Gemeindebücherei Stockelsdorf und

Bibliotheksstandards¹ (vgl. Anhang 4; BUNDESVEREINIGUNG DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBÄNDE 1994, S. 11,14; GEMEINDEBÜCHEREI STOCKELSDORF 2011, S.5/6, Statistik S.1; UMLAUF 1997, S. 109, 134

Zunächst fällt auf, dass die Gemeindebücherei Stockelsdorf die Richtlinie von mindestens 2,0 Medieneinheiten pro Einwohner um 0,3 Medieneinheiten übertrifft; dagegen hält sie allerdings ein Defizit von drei Wochenöffnungsstunden gegenüber der Empfehlung, liegt damit aber dennoch um eine Stunde über der von der Büchereizentrale Schleswig-Holstein geforderten Mindestöffnungszeit für ein Einzugsgebiet wie die Großgemeinde von 31 Wochenöffnungsstunden (vgl. BÜCHEREIVEREIN SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V. 2010, S. 7).

Sofort fallen im Bereich der Kinder- und Jugendliteratur und der AV-Medien die großen Defizite gegenüber den Empfehlungen auf: So hält die Bücherei die doppelte Anzahl an Kinder- und Jugendmedien in ihrem Bestand und erreicht dennoch nicht den empfohlenen Umsatz in diesem Bereich. Ein überalterter Bestand kann daran ebenso beteiligt sein wie überfüllte und dadurch wenig einladende Regale oder mangelnde Bestandspräsentation. Auch befindet sich fast nur die Hälfte an AV-Medien im Bestand der Gemeindebücherei. Ansonsten nähern sich die Werte ziemlich genau an. Anders als beim Umsatz (siehe auch Kapitel 4.2 dieser Arbeit): Er wird von der Bücherei nahezu in jedem Bestandssegment unterschritten. Davon ist auch bei den AV-Medien auszugehen, da die Statistik der Bücherei diese nicht getrennt nach Leihfristen oder Medienarten, die auf die Leihfristen schließen lassen würden, ausweist (vgl. Anhang 1).

Gegenüber dem Vorjahr sind bei einer Aufstockung des Bestandes von

¹ Obiger Tabelle fehlen naturgemäß Daten, die weder von der Bücherei noch von den herangezogenen Quellen ausgegeben werden. Dadurch entstehen Unregelmäßigkeiten bei der Summenbildung der Prozente.

37 621 Medieneinheiten um 2,6 Prozent auf 38 612 Medieneinheiten die Ausleihen im Jahr 2010 zwar von 100 364 um 19,1 Prozent gestiegen; damit sind die Ausleihen trotz des 2009 stattgefundenen Umbaus in der Gemeindebücherei gegenüber 2008 dennoch um 6,6 Prozent niedriger ausgefallen, obwohl sie bei einer Löschung von insgesamt 3 523 – also 8,4 Prozent – insgesamt, erst recht bei einer teilweise stattgefundenen Bestandserneuerung, hätten steigen müssen. Der niedrige Umsatz ist folglich wahrscheinlich begründet in einem teilweise noch immer überaltertem Bestand oder mangelhaften Staffellungen: Entliehene Medien können nicht gleichzeitig von einem weiteren Nutzer ausgeliehen werden. Ein mangelndes Interesse an der Gemeindebücherei aus Nutzersicht besteht hingegen nicht: So stieg die Anzahl aktiver Leser – Kunden, die mindestens einmal im Jahr mindestens ein Medium ausleihen – von 2 139 auf 2 326 an. Das sind 8,7 Prozent mehr als gegenüber 2009 (vgl. GEMEINDEBÜCHEREI STOCKELSDORF 2011, S.4).

In der Kundekartei sind dabei allerdings 8 983 Leser verzeichnet. Die Summe der passiven Leser beträgt folglich 6 657 und beträgt damit 74,1 Prozent aller in der Kartei verzeichneten Kunden. Ob die Ausfälle auf Verzögerungen, Soziodemographie oder Desinteresse an der Bücherei zurückzuführen sind, lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt leider nicht feststellen.

1.2. Charakteristik der Gemeinde Stockelsdorf

Die Gemeinde Stockelsdorf hat insgesamt 16 752 Einwohner. Zu ihr gehören Afrade, Curau, Dissau, Eckhorst, Horsdorf, Klein Parin, Krumbeck, Malkendorf, Oberwohlde und Pohnsdorf (vgl. Anlage 3).

Bei den im Vorkapitel genannten 2 326 aktiven Lesern bedeutet das, dass

13,8 Prozent aller Einwohner der Großgemeinde einen Büchereiausweis der Gemeindebücherei Stockelsdorf besitzen und diese auch mindestens ein Mal im Jahr nutzen. Dabei weisen 2,5 Prozent der in Stockelsdorf gemeldeten Bürger einen Migrationshintergrund auf (vgl. Anlage 3). Mit 49 Prozent männlichen und 51 Prozent weiblichen Einwohnern, die sich auf insgesamt 56,7 km² verteilen, ist das Geschlechterverhältnis ausgeglichen (vgl. MARKOWSKI 2011).

Die Gemeinde hat für sich selbst die Richtlinie aufgestellt, zur Steigerung der Lebensqualität der Einwohner Stockelsdorfs das kulturelle Leben in Stockelsdorf zu fördern und zu unterstützen. Selbiges soll dabei auch für die Kinder- und Jugendarbeit gelten, um diese ansprechend zu gestalten (vgl. GEMEINDE STOCKELSDORF 1998, S. 2; Anhang 12).

Stockelsdorf grenzt an Lübeck und Bad Schwartau an. Während Bad Schwartau über eine Stadtbücherei verfügt, die wie die Gemeindebücherei Stockelsdorf keine weiteren Niederlassungen hat, unterhält Lübeck eine Stadtbibliothek mit fünf Zweigstellen.

2. Das Bestandsprofil

„Ein Bestandsprofil gibt an, nach welchen Kriterien die Bibliothek Medien aus den Angeboten der Medienmärkte auswählt und in ihren Bestand aufnimmt“ (UMLAUF 1995, S. 4). Eine solche Auswahl ist schon deshalb angeraten, weil die einzelne Bibliothek angesichts der seit Jahren steigenden Publikationsflut – 2009 kamen nur in Deutschland 90 000 Printtitel auf den Markt (vgl. BÖRSENVEREIN DES DEUTSCHEN BUCHHANDELS 2009) - schon aufgrund digitaler Medien unmöglich jede Neuerscheinung erwerben kann (vgl. HACKER 2008, S. 125). Bestandsprofile legen im Einzelnen also fest, welche Fachgebiete und Literaturarten aufgeteilt auf welche Sprachen und

Publikationsformen mit welcher Intensität von der Bibliothek gekauft werden (vgl. ebenda, S.126), sollen dabei aber die eigenen Zielgruppen und lokalen Besonderheiten berücksichtigen (vgl. SANNE 1999, S. 20).

Dabei kann ein Bestandskonzept auch die Funktion eines Leitbildes übernehmen, wenn die jeweilige Bibliothek keines besitzt, an das sich das Bestandskonzept anlehnen könnte (vgl. UMLAUF 1999, S. 9), da es in diesem Fall automatisch den roten Faden für das Handeln der Bibliothekare bereitstellt.

Ein Leitbild stellt die explizite Niederschrift der Hauptziele einer Organisation dar, welches gleichzeitig die Grundsätze festhält, an denen diese Organisation sich bei der Verfolgung der Hauptziele orientieren möchte. Zugleich können weitere Ziele festgelegt werden, die dem Hauptziel aber untergeordnet bleiben (vgl. BRUHN 2005, S. 152). Leitbilder werden dabei in aller Regel sowohl den Mitarbeitern – sofern sie nicht ohnehin mittels aktiver Beteiligung dieser erarbeitet werden – als auch den potenziellen Kunden zugänglich gemacht; sie dienen in beiden Dimensionen der Identifikation mit dem Unternehmen und der klaren Abgrenzung zu anderen Organisationen (vgl. ebenda).

Idealerweise besteht ein Bestandskonzept aus

- der Rolle, die die Bibliothek in ihrem Umfeld und im Bibliotheksgefüge spielen möchte,
- den Qualitätsmaßstäben, die die Bibliothek beim Bestandsaufbau einhalten will,
- der angestrebten Bestandsgröße, den Schwerpunkten im Medienbestand und ihrer Ausbaustufe sowie der Gewichtung einzelner Bestandssegmente,
- dem Etatbedarf und seiner Verteilung auf die Bestandssegmente und die Medienarten, die angeschafft werden und
- der Zielgruppe, die die Bibliothek primär mit ihrer Bestandspolitik

zu erreichen wünscht (vgl. UMLAUF 1995, S.6 – 13).

Ein derart differenziertes Konzept ist notwendig für Bibliotheken; eine alleinige Orientierung an Bestandskennzahlen oder Erfahrungswerten genügt nicht, sondern ist nur Hilfsmittel. Andernfalls ließe die betreffende Bibliothek zu, „daß [sic!] dasjenige [...] Bestandssegment, das die quantitativ stärkste Nachfrage erfährt, einfach expandiert – bei beschränkten Etat auf Kosten aller anderen Bestandssegmente“ (UMLAUF 1995, S. 19). Bestandsprofilierung heißt aber auch, weniger Funktionen auf einem dafür höherem Niveau zu erfüllen als ein möglichst breit gefächertes Aufgabenspektrum auf einem schlechten (vgl. UMLAUF 1997). Nachfolgend wird unter den hier genannten Gesichtspunkten das aktuelle Bestandskonzept der Gemeindebücherei Stockelsdorf beleuchtet, um im Anschluss daran die konkreten Bedarfe der Bücherei auszumachen.

2.1. Das aktuelle Bestandsprofil der Gemeindebücherei Stockelsdorf

Aktuell verfügt die Gemeindebücherei Stockelsdorf über kein fest definiertes Bestandskonzept (vgl. Anhang 4). Bislang erfolgte der Bestandsaufbau nach dem oben beschriebenen Prinzip der quantitativ stärksten Nachfrage, indem die Mitarbeiterinnen verstärkt auf saisonale und nicht-saisonale Ausleihschwerpunkte der Leser achteten und dem entsprechend der Bestandsaufbau auch unter zu Hilfenahme der Aktuell-Listen der Büchereizentrale Schleswig-Holstein – Bestelllisten mit gerade erst erschienen Titeln – erfolgte (vgl. Anhang 4).

Selbsternannte Schwerpunkte der Bücherei liegen dabei sowohl im Kinder- als auch im Erwachsenenbereich auf der Sachliteratur und im Speziellen im

Bereich der Leseförderung für Kinder (vgl. Anhang 4), für die gesonderte Mittel der Jebesen-Stiftung zur Verfügung stehen. Auch Medienkisten werden zu diesem Zweck selbst zusammengestellt oder von der Büchereizentrale Schleswig-Holstein geordert; auch eine Zusammenarbeit insbesondere mit den Grundschulen Stockelsdorfs besteht (vgl. Anhang 4). Nach eigenen Aussagen ist die Leserschaft der Gemeindebücherei breit gefächert: Kinder und Senioren befinden sich wie Familien genauso unter den Kunden wie Akademiker (vgl. Anhang 4). Die Bücherei will diese Zielgruppen auch bedienen und ebenso entsprechend breit wird der Bestand der Bücherei aufgebaut. Dabei wird der Bestand gleichzeitig als Schwachpunkt definiert: Die Regale sind zu voll, eine gezielte Präsentation der Medien daher kaum möglich. Sowohl die Aufstellungssystematik als auch die Regalbeschilderung wird als verbesserungswürdig angesehen (vgl. Anhang 4).

Insgesamt soll der Bestand möglichst aktuell gehalten werden – indem beispielsweise auch neueste AV-Medien einbezogen werden – und „einem gewissen Niveau“ entsprechen (vgl. Anhang 4). Dabei fehlt aber eine Definition dieses Niveaus, obwohl die Bücherei sich in der Vergangenheit an diesem „gewissen Niveau“ orientierte.

Auch ein detaillierter Etatverteilungsplan fehlt (vgl. Anhang 4): Vielmehr besteht die Etatverteilung aus einem Zusammenspiel zwischen konkreten Erfahrungswerten und fortlaufender Erfassung der ausgegebenen Medienmittel in einer separaten Excel-Tabelle.

Im Vordergrund steht eindeutig die Präsenz als Informations- und Bildungseinrichtung zur Informations- und Meinungsfindung sowie der sinnvollen Freizeitgestaltung (vgl. Anhang 4). Die Bücherei sieht sich selbst als einen wichtigen, auch kommunalen Treffpunkt an (vgl. ebenda).

2.2. Die Anforderungen an ein neues Bestandsprofil

Der Haupthandlungsbedarf der Gemeindebücherei Stockelsdorf lässt sich eindeutig identifizieren: Die Bücherei macht vereinzelt zwar Hauptnutzergruppen aus, versucht aber trotzdem, für alle potenziellen Zielgruppen da zu sein. In der Folge wird auch der Bestand der Gemeindebücherei so aufgebaut, dass er möglichst jeden Bibliothekskunden gleichermaßen interessiert. So findet eine Selektion der dabei besonders zu fördernden Bestandssegmente über Erfahrungen statt und über Bestandskennzahlen sowie Löschliten. Wie in Kapitel 2 „Das Bestandsprofil“ beschrieben, kann dieses Vorgehen irreführend oder sogar destruktiv für die gesamte Bibliothek ausfallen.

Wie auch die Bibliotheksleitung selbst ausgemacht hat, muss der Bestand zum Großteil auf die (potenziellen) Bibliotheksbenutzer und ihre Bedürfnisse abgestimmt sein (vgl. MOTZKO 2008). Aktualität ist eine Selbstverständlichkeit.

In diesem Zusammenhang ist auch die Leseförderung in der Gemeindebücherei Stockelsdorf eher obligatorisch als Profil gebend zu sehen (vgl. ebenda, S. 50), da es sich um eine Grundaufgabe Öffentlicher Bibliotheken handelt.

Die Hauptanforderung an ein neues Bestandsprofil ist also in erster Linie die Ermittlung der Kundenstruktur in der Gemeindebücherei Stockelsdorf; darauf aufbauend kann dann der Medienbedarf festgestellt werden und sich so ein individuelles Erwerbungsprofil abbilden lassen. Auch wegen des öffentlichen Auftrages von Bibliotheken muss dabei dieses Erwerbungsprofil außerdem in Abhängigkeit der Funktionsstufe der Bücherei (vgl. UMLAUF 1998, S.22) und ihrem damit verbundenem Literaturbedarf (vgl. BUNDESVEREINIGUNG DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBÄNDE 1994, S. 11) gesehen werden.

Wenn der Medienbedarf und seine Gewichtung festgestellt sind, kann ein

Etatverteilungsplan aufgestellt werden; in dieser Arbeit wird er als Empfehlung stattfinden.

3. Die Kunden der Gemeindebücherei Stockelsdorf

Wie bei den Bestandteilen eines Bestandprofils und auch im vorherigen Abschnitt ausgeführt, sind für ein solches die Zielgruppen nicht unerheblich, die die Bibliothek erreicht.

In den letzten Jahren haben sich zur Zielgruppenfindung und -charakteristik Milieu- und Lebensstilmodelle etabliert (vgl. HANDELSWISSEN 2011). Beide Kategorisierungsgrundlagen haben ihre Berechtigung, aber auch ihre Nachteile.

Milieus bilden sich aus sozial-materiellem Status, der Wert- und Grundhaltung eines Menschen sowie seiner Lebensart (vgl. HAAS 2007, S. 62). Während diese aber relativ statisch sind, weil der Großteil der Messparameter vom einzelnen Individuum nicht beeinflussbar ist, setzen Lebensstilanalysen genau bei den subjektiven Gestaltungsansätzen an (vgl. HAAS 2007, S. 55/56) und sind insofern genauer, als dass ihnen nicht die Gefahr einer Fehlinterpretation anhand soziodemografischer Zwillinge innewohnt. Es handelt sich dabei um zwei Menschen, die rein soziodemografisch absolut identisch sind, aber einen vollkommen unterschiedlichen Lebensstil pflegen (vgl. BOLTZ , Folie 10), wie dies beispielsweise bei Prinz Charles und Ozzy Osbourne der Fall ist. Allerdings hat der subjektive Ansatz der Lebensstilanalysen den Nachteil, dass gerade wegen stark subjektiver Parameter Lebensstile weniger als Milieus bei der Zielgruppenanalyse in der Lage sind, Zielgruppen zufriedenstellend zu beschreiben, da sich diese im Extremfall durchaus mehrmals im Jahr ändern können. Beispielsweise zieht ein begeisterter Theatergänger in einen Ort,

welcher lediglich ein kleines Kino besitzt, in dem womöglich nur populäre Filme gezeigt werden. Ob der ehemalige Theatergänger fortan dieses Kino besucht oder seine Abende daheim verbringt, hat jeweils eine unmittelbare Auswirkung auf seine Zuordnung zu einem Lebensstil und natürlich, ob er sich nach drei Monaten doch noch für die andere Möglichkeit entscheidet oder sich schlicht nach seinem Bekanntenkreis richtet.

Für welche der beiden Methoden der Zielgruppensegmentierung eine Bibliothek sich auch entscheidet: Ein bloßes Schätzen genügt nicht (vgl. MOTZKO 2008, S. 3), sondern „zur Kenntnis nehmen, wie sich die heutige Gesellschaft strukturiert, das müssen [Bibliothekare] schon. Danach können [sie] [...] entscheiden, welches Profil [die] Bibliothek haben soll, wen sie erreichen will und mit welchem Angebot das gelingt“ (ebenda). Denn es liegt auf der Hand, dass jedes soziale Milieu andere Bedürfnisse in Bezug auf ihre Freizeit-, Alltags- und Lebensgewohnheiten hat. Und: Je älter die Menschen werden, desto mehr verfestigen sich ihre Milieuzugehörigkeiten (vgl. MOTZKO 2008, S. 51). Im Gegensatz zu Lebensstilen sind Milieus als Indikator konstanter. Bei der Milieuzuordnung wird der Lebensstil oft mit eingeschlossen.

Als Typologie für diese Milieus haben sich insbesondere die SINUS-Milieus hervorgetan (vgl. SINUS INSTITUT HEIDELBERG 2011). Im Folgenden werden diese vorgestellt und eine Methode erklärt, wie jede Bibliothek individuell auf ihren Kundenstamm bezogen diese Milieus selbst erheben kann.

3.1. Die SINUS-Milieus von SINUS-Sociovision

„Der Milieubegriff bezieht sich [...] auf eine Gruppe von Personen, die sich hinsichtlich eines Merkmals (z.B. Lebensstil, [...] Weltsicht oder Klassenlage) gleichen. Er zielt [...] auf die Verknüpfung zwischen „objektiven“ Lebensbedingungen und deren „subjektiven“ Wahrnehmungen

sowie den daraus abgeleiteten Handlungskonsequenzen“ (HAAS 2007, S. 56).

Die in Deutschland wahrscheinlich bekanntesten Milieus sind die sogenannten SINUS-Milieus, die seit mehr als zwei Jahrzehnten in der freien Wirtschaft Anwendung finden (vgl. DANNHARDT 2007, S. 4). Sie werden erhoben anhand herkömmlicher, soziodemografischer Merkmale wie Alter, Bildung, Geschlecht, aber auch anderer Indikatoren wie Wertehaltungen, Lebensstil und Mentalität und auf dieser Grundlage in einer Kartoffelgrafik zu „Gleichgesinnten“ zusammengefasst (vgl. ebenda). Diese Kartoffelgrafik besteht aus zwei Achsen: Die linke, vertikale Achse drückt die soziale Lage aus und ist in drei Abschnitte geteilt, die jeweils eine soziale Schicht präsentieren. Die untere, horizontale Achse stellt die Grundorientierung der Milieus dar und fasst unter anderem Wertehaltung und Lebensstil zusammen. Da die Grundorientierung ebenfalls in drei Abschnitte aufgeteilt ist, ergibt sich für die Grafik selbst eine Aufsplitterung in neun Zellen. So lässt sich für jedes Milieu exakt ablesen, welcher sozialen Lage es angehört und welche Grundorientierung vorherrschend ist. Das heißt: „Je höher die Positionierung im Milieumodell, desto höher sind Bildung [...] und Einkommen; je weiter rechts, desto moderner ist die Grundorientierung des Milieus“ (DANNHARDT 2007, S. 5). Aufgrund der bei jeder Klassifizierung fast schon zwangsweise auftretender Mischtypen gibt es auch bei den SINUS-Milieus Überschneidungen. Erhoben wurden die Milieus bei Personen ab 14 Jahren (vgl. DANNHARDT 2007, S. 5). Untenstehend findet sich die „alte“ Kartoffelgrafik mit Stand von 2007, nachfolgend die aktuelle Milieuerortung aus dem Jahr 2010. Beide Grafiken beziehen sich jeweils auf die gesamte Bundesrepublik.

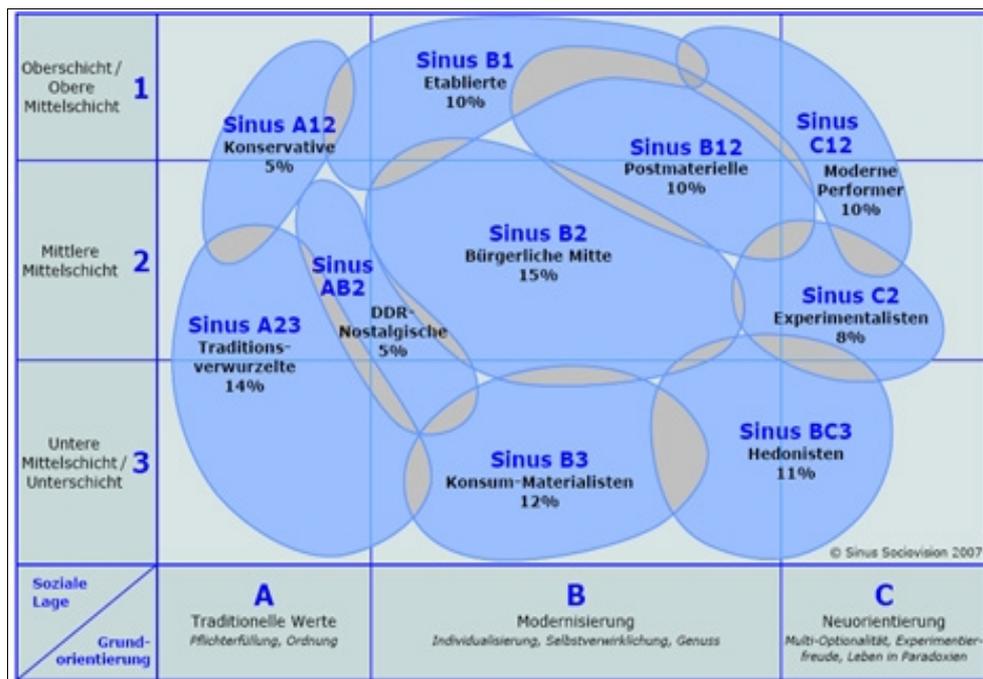


Abb. 1: SINUS-Milieus 2007 (SINUS 2007, S. 10)

In der dargestellten Kartoffelgrafik sind insgesamt zehn Milieus auszumachen. Diese Milieus lassen sich einteilen in gesellschaftliche Leitmilieus, traditionelle Milieus, in Mainstream-Milieus und hedonische Milieus (vgl. MOTZKO 2008, S. 51/52).

Gesellschaftliche Leitmilieus:

– *Etablierte:*

Es handelt sich um die selbstbewusste und gut gebildete Elite der Gesellschaft, die gut situiert, karriereorientiert und mit stark exklusiven Ansprüchen ausgestattet ist. Neuen technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen gegenüber sind Etablierte aufgeschlossen. Der Stellenwert von Luxus ist sehr hoch und die Absicherung ihrer Kinder ist ihnen sehr wichtig. Sie sind meist verheiratet und gehören mittleren Altersschichten an (vgl. DANNHARDT 2007, S. 6).

– *Postmaterielle:*

Auch die Postmateriellen sind in aller Regel gut gebildet und beruflich erfolgreich; dieses stark intellektuelle Milieu möchte in seinem Denken der Gesellschaft immer einen Schritt voraus sein und ist außerordentlich tolerant, multikulturell und global eingestellt. Postmaterielle schätzen guten Service und legen Wert auf eine gesunde, ausgeglichene Lebensweise. Sie sind in allen Altersspektren zu finden (vgl. DANNHARDT 2007, S. 7/8).

– *Moderne Performer*

Die modernen Performer sind ein sehr junges, ehrgeiziges Milieu, das sich durch eine hohe Flexibilität und Dynamik auszeichnet. Verbunden mit ihrem Streben nach Karriere und dem „Immer-höher-hinaus-Wollen“ spielt auch der Konsum eine herausragende Rolle, aber: Gekauft und genossen wird nur, was nicht nur innovativ, sondern auch dem eigenen Lebensstil angemessen ist. Sie vereinen in sich das Denken der Etablierten mit der Intellektualität der Postmateriellen und legen sich folglich schwer fest, um in jeder Situation flexibel zu bleiben und für sich selbst am vorteilhaftesten agieren zu können (vgl. DANNHARDT 2007, S. 9).

Traditionelle Milieus:

– *Konservative:*

Die Konservativen repräsentieren das alte, deutsche Bildungsbürgertum mit seinen Werten, Traditionen und Pflichtgefühl. Unter ihnen sind viele Ruheständler, die vormals gut situierte Berufe ausgeübt haben und sich nun weiterhin auch ehrenamtlich

engagieren. Neuem gegenüber sind Konservative eher zurückhaltend. Sie neigen dagegen stärker der Hochkultur zu und pflegen auch im Alter gehobene Lebensstandards, da sie über ausreichend finanzielle Rücklagen verfügen. Sie sind um geistige und körperliche Fitness bemüht und lehnen die stattfindende Globalisierung mehrheitlich ab (vgl. DANNHARDT 2007, S. 10).

– *Traditionsverwurzelte:*

Das Kriegs- und Nachkriegsmilieu mit seinen traditionellen Werten Ordnung, Sauberkeit und Sparsamkeit legt viel Wert auf Sicherheit und die eigene Familie. Aufgrund ihrer oft nur geringen Renten pflegen sie einen bescheidenen Lebensstil innerhalb der eigenen vier Wände: Reisen oder Ausflüge sind aus finanzieller Sicht nahezu unmöglich; umso wichtiger in der Lebensgestaltung sind dafür Heimwerken, Gartenarbeit, das Fernsehen und die eigene Gesundheit. Traditionsverwurzelte halten sich an Vertrautes und Althergebrachtes (vgl. DANNHARDT 2007, S. 12).

– *DDR-Nostalgische:*

Die „Wendeverlierer“ finden sich überwiegend im Osten Deutschlands und haben in der DDR hochrangige Positionen in Politik und Unternehmensführung bekleidet. Inzwischen herrscht Verbitterung über den Verlust der damit verbundenen, wirtschaftlichen Sicherheit und dem verloren geglaubten, gesellschaftlichen Zusammenhalt der DDR, die in der Folge oft verklärt und idealisiert wird. Sichere Ankerpunkte sind für DDR-Nostalgiker vor allem Fleiß und Disziplin. Ihre Interessen sind auf ihre unmittelbare Umgebung ausgerichtet, beispielsweise Gartenarbeit und Heimwerken, aber auch Engagement in Vereinen und der Nachbarschaft (vgl. DANNHARDT 2007, S. 14).

Mainstream-Milieus:

– *Bürgerliche Mitte:*

Der gesellschaftliche Mainstream bemüht sich um ein Leben in gesicherten Verhältnissen und ist zunehmend von Abstiegsängsten betroffen; die Bürgerliche Mitte verfügt über eine hohe Leistungsbereitschaft, Anpassungsfähigkeit und Zielstrebigkeit und ist bemüht, sich durch Habitus und Statussymbolen vor allem nach unten hin abzugrenzen. Seine Freizeit verbringt das Milieu am liebsten mit Freunden und Familie, wobei es die optimale Balance zwischen Arbeit und Entspannung zu finden hofft. Beliebte Aktivitäten sind in diesem Rahmen vor allem gemeinsames Kochen und gemeinsame Unternehmungen, aber ebenso ruhige Fernsehabende in gleichgesinnter Gesellschaft (vgl. DANNHARDT 2007, S. 16).

– *Konsum-Materialisten:*

Der Bezeichnung entsprechend setzen Angehörige dieses sehr finanzschwachen Milieus vor allem auf Konsum um zu zeigen, dass sie mit der breiten Mitte der Gesellschaft mithalten können und ihr Verlierergefühl zu verdrängen: Arbeiter und Arbeitslose herrschen in dieser altersmäßig breit gestreuten, gesellschaftlichen Gruppe vor. Um ihr Leben im Hier und Jetzt nach ihren Wünschen ausgestalten zu können, nehmen Konsum-Materialisten trotz ihrer gestiegenen Vorsicht auch Schulden in Kauf. Oft steht dabei die „Flucht in Traumwelten“ im Vordergrund, die durch ausgiebigen Medienkonsum – überwiegend Videospiele und DVDs – erreicht wird, um über die Distanz zwischen dem eigenen sozialen Status und

den der Anderen hinweg zu täuschen (vgl. DANNHARDT 2007, S. 18).

Hedonische Milieus:

– *Experimentalisten:*

Das experimentierfreudigste Milieu bei SINUS ist sehr individualistisch, tolerant und spontan. Ohne einschränkende Konventionen und gesellschaftliche Normen wird nach Grenzerfahrungen gesucht. Davon zeugt auch der Single-Status des Großteils des sehr gut gebildeten Milieus. Bewusst lehnen sie gesellschaftliche Trends ab, um als „Lifestyle-Avantgarde“ eigene Akzente unabhängig von anderen zu setzen. Experimentalisten haben einen starken Bezug zur Multimedialität und ihre Themenprämissen sind nahezu grenzenlos. Obwohl ihre finanziellen Möglichkeiten durch die wirtschaftliche Entwicklung beschnitten wurde, sind sie noch immer sehr an Konsum interessiert und finden durch kreatives Denken immer wieder Möglichkeiten, sich ihre Wünsche und Ansprüche zu erfüllen (vgl. DANNHARDT 2007, S. 20).

– *Hedonisten:*

Hedonisten sind vor allem auf der Suche nach Spaß und Abwechslung. Das junge, noch einkommensschwache Milieu setzt Unterhaltung auch gerne zur Krisenbewältigung ein und als Ausgleich zum Berufsleben, in welchem es sich entgegen eigener Neigungen unterordnen und anpassen muss. Konsum soll nicht dem Prestige, sondern der spontanen Freude dienen. Der Kauf aktueller Produkte zählt ebenso wie abendliche Disco- und Kneipenbesuche. Im Gegensatz zu den Konsum-Materialisten sind Hedonisten dazu auch uneingeschränkt bereit, jederzeit Kredite aufzunehmen und ihr Geld unkontrolliert auszugeben (vgl. DANNHARDT 2007, S. 22).

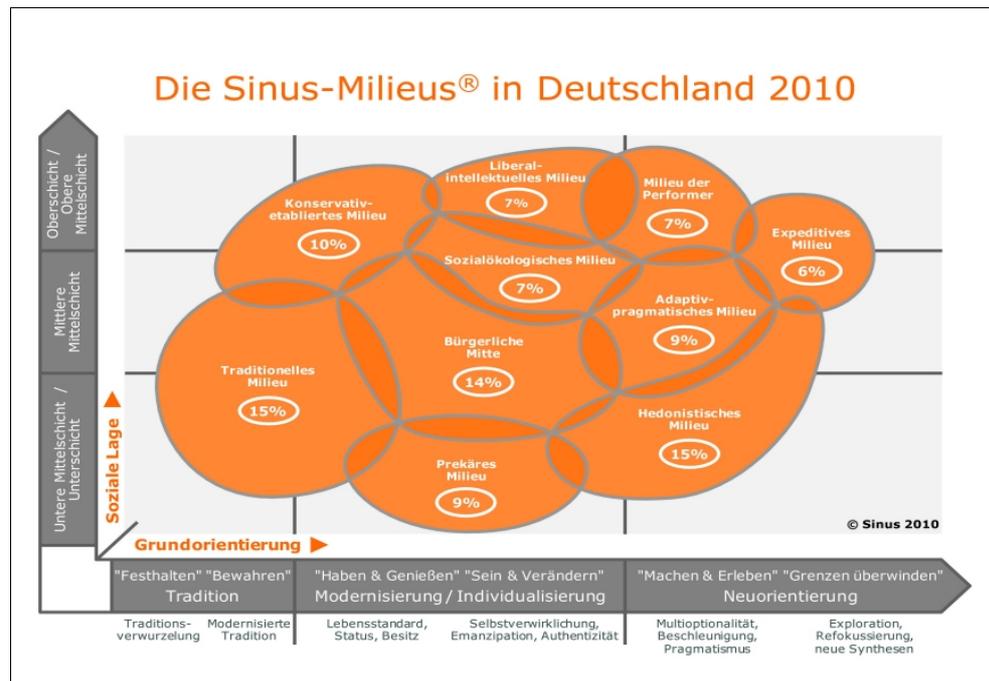


Abb. 2: SINUS-Milieus 2010 (SINUS 2010, S. 1)

Wie in der Grafik zu erkennen ist, hat sich an der Anzahl der Milieus im Vergleich zu den vorherigen Studien nichts verändert; neu sind die Bezeichnungen der Milieus sowie ihre Positionierung innerhalb der Grafik und die Charakteristika, die sie aufweisen.

Unterschieden wird jetzt zwischen sozial gehobenen, Milieus, Milieus der Mitte und Milieus der Unterschicht (vgl. SINUS 2010, S. 2).

Sozial gehobene Milieus:

– *Konservativ-etabliertes Milieu:*

Es handelt sich hierbei um die klassischen Etablierten.

Verantwortungsbewusstsein und Erfolgsstreben gehen einher mit den entsprechenden Führungsansprüchen und Exklusivitätsdenken.

Gleichzeitig ist das Milieu darin bestrebt, sich von anderen abzugrenzen (vgl. SINUS 2010, S. 2).

- *Liberal-intellektuelles Milieu:*
Dieses Milieu zeichnet sich durch Liberalität, vielseitigen, intellektuellen Interessen und überdurchschnittlicher Bildung aus. Der Wunsch eines selbstbestimmten Lebens ist in diesem Milieu sehr ausgeprägt (vgl. SINUS 2010, S. 2).

- Das *Milieu der Performer* zeichnet sich durch eine hohe Leistungsbereitschaft aus. Es ist multi-optional und effizienzorientiert. Performer besitzen eine hohe Medienkompetenz und beanspruchen für sich den Status als stilistische Avantgarde. Sie denken in global-ökonomischen Dimensionen (vgl. SINUS 2010, S. 2).

- *Expeditives Milieu:*
Angehörige des expeditiven Milieus sind offen für Neues und Veränderung. Sie stellen die kreative Avantgarde dar, die sowohl individualistisch als auch mental und geografisch ungebunden und digital stark vernetzt ist. Das Milieu ist immer auf der Suche nach neuen Grenzen (vgl. SINUS 2010, S. 2).

Milieus der Mitte:

- *Bürgerlich Mitte:*
Wie schon bei den Vorgänger-Milieus steht die Bürgerliche Mitte für Leistungs- und Anpassungsbereitschaft, die die gesellschaftliche Ordnung bejaht und nach beruflicher sowie sozialer Sicherheit und Harmonie strebt (vgl. SINUS 2010, S. 2).

- *Adaptiv-pragmatisches Milieu:*
Dieses ist ein zweideutiges Milieu, das ausgeprägt pragmatisch und nutzenorientiert ist: Die junge Mitte strebt nach Erfolg, Lustgewinn und Flexibilität, ist auf der anderen Seite aber auch kompromissbereit, konventionell und sehnt sich nach Sicherheit (vgl. SINUS 2010, S. 2).

- *Sozialökologisches Milieu:*
Das Milieu legt Wert auf politische Korrektheit und lebt sehr bewusst und idealistisch: Es steht der Globalisierung und dem damit verbundenem Konsum eher kritisch gegenüber. Das ökologisch-soziale Gewissen ist überdurchschnittlich stark ausgeprägt (vgl. SINUS 2010, S. 2).

Milieus der unteren Mitte bzw. der Unterschicht:

- *Traditionelles Milieu:*
Wie schon die Traditionsverwurzelten der vorherigen SINUS-Milieus strebt die (Nach-)Kriegsgeneration nach Ordnung und Sicherheit. Es handelt sich zum Großteil um Kleinbürger bzw. um Arbeiter (vgl. SINUS 2010, S. 2).

- *Prekäres Milieu:*
Das prekäre Milieu ist von starken Ängsten um Zukunft und existenzieller Sicherheit beherrscht, welches sich auch wegen geringer Aufstiegschancen und einer eher reaktiven Grundhaltung in das eigene soziale Umfeld zurückzieht. Es versucht, mit den Konsumgewohnheiten der breiteren Mitte Anschluss zu halten, um damit die eigene, soziale Benachteiligung zu kompensieren (vgl. SINUS 2010, S. 2).

– *Hedonistisches Milieu:*

Die Hedonisten sind unverändert geblieben: Es geht um Spaßorientierung und die Suche nach Erlebnissen sowie dem Leben im Hier und Jetzt. Das hedonistische Milieu verweigert Leistung und die Erwartung, sich den gesellschaftlichen Konventionen entsprechend zu verhalten (vgl. SINUS 2010, S. 2).

3.2. Die Lebensstiltypologie von Gunnar Otte

Der Soziologe Gunnar Otte legte mit seiner 2004 erstmals erschienenen Dissertation „Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen“ (vgl. OTTE 2008) einen Versuch vor, „Hypothesen der Lebensstilforschung mit systematischer Empirie zu konfrontieren“ (OTTE 2008, S. 23): Viele Theorien und Behauptungen zur Lebensstilforschung gelten inzwischen als bewiesen, obwohl sie niemals empirisch nachgewiesen worden sind (vgl. OTTE 2008, S. 23). Auch aus diesem Grunde bietet sich die Lebensstiltypologie von Gunnar Otte für Bibliotheken an, ihre Zielgruppen exemplarisch zu erfassen (vgl. SZLATKI 2010). Seine Typologie hat er mittels dreier Primärerhebungen verifiziert und konnte auf diese Weise neun Lebensführungstypen klassifizieren: denn auch Lebensstile, so individuell sie sich im Einzelfall ausnehmen mögen, lassen sich wegen expressiver und alltäglicher Handlungsmuster zusammenfassen, obwohl diese nicht an die Existenz einer Gruppe gebunden sind (vgl. HAAS 2007, S. 56).

OTTE orientierte sich bei seiner Zuordnung der Lebensstilindikatoren an zwei Dimensionen: dem Ausstattungsniveau, welches Auskunft über soziale Lage und materiellen Status gibt, und der Modernität bzw. der biografischen Perspektive. Damit sind subjektive Faktoren wie Werthaltung und

Präferenzen der eigenen Lebensgestaltung gemeint (vgl. OTTE 2008, S. 76/77). Er geht damit ähnlich wie SINUS vor. Gleichzeitig wählte er mit neun Lebensstiltypen eine mittelgroße Anzahl, um der Gefahr einer zu oberflächlichen Gesellschaftsdarstellung als auch der Unpraktikabilität zu vieler Lebensstile aus dem Weg zu gehen (vgl. ebenda, S. 75).

<i>Ausstattungs-</i> <i>niveau</i>			
gehoben	Konservativ Gehobene 1	Liberal Gehobene 4	Reflexive 7
mittel	Konventiona- listen 2	Aufstiegs- orientierte 5	Hedonisten 8
niedrig	Traditionelle Arbeiter 3	Heimzentrierte 6	Unterhaltungs- suchende 9
	Traditional / biogr. Schließung	Teilmodern / biogr. Konsolidierung	Modern / biogr. Offenheit
			<i>Modernität / biogr. Perspektive</i>

Abb. 3: Neun Lebensstile nach Gunnar OTTE 2008, S. 78

OTTE (2008, S.79-82) charakterisiert seine Lebensstiltypen wie folgt:

- *Konservativ Gehobene:*
Angehörige dieses Lebensstils führen einen hohen Lebensstandard, orientieren sich an Leistungs- und Führungsbereitschaft und orientieren sich an familiär-religiösen Werten. Sie sind der Hochkultur sehr zugetan und legen Wert auf Prestige.
- *Konventionalisten:*
Konventionalisten streben nach Sicherheit in häuslicher, familiärer Idylle und sind Fremdem und Neuem gegenüber eher verschlossen. Sie haben einen ausgesprochenen Sinn für Ordnung und Pflichterfüllung und neigen eher volkstümlichen Kulturformen zu.

Vereinzelt erfolgt aber ein Herantasten an Angebote der Hochkultur.
Im Allgemeinen besteht eine gutbürgerliche Orientierung.

– *Traditionelle Arbeiter:*

Angehörige dieses Lebensstils führen einen bescheidenen Lebensstandard, haben einen außerordentlichen Sinn für das Praktische und engagieren sich sehr in Nachbarschaft und Vereinen, wengleich aber auch starke Vereinsamungstendenzen festzustellen sind, die aufgrund altersbedingter Immobilität einsetzen. Sie orientieren sich eher an bescheidener Unterhaltung und sind typischen Hochkulturformen gegenüber eher reserviert.

– *Liberal Gehobene:*

Ein hoher Lebensstandard ist für diese Bildungselite selbstverständlich. Entsprechend gilt die Selbstverwirklichung im Beruf als hoher Wert und es besteht ein allgemein starkes Interesse an den unterschiedlichsten Kulturformen wie auch Aufgeschlossenheit gegenüber Innovationen und Erneuerung.

– *Aufstiegsorientierte:*

Dieses ist der Mainstream der Gesellschaft, der sich nach oben hin stark an den Liberal Gehobenen orientiert: Der Großteil steht solide im Berufsleben und hat Familie, strebt berufliches wie soziales Fortkommen an und orientiert sich mehr an etablierten Werten und Haltungen.

– *Heimzentrierte:*

Eng verwandt mit den Lebensstilen der Traditionellen Arbeiter und Konventionalisten ist der kinderreiche Lebensführungstyp der Heimzentrierten. Stärker als bei diesen ist jedoch die Verortung der

Volkstümlichkeit und damit verbundener Aktivitäten wie z.B. dem Schützenfest, aber es bestehen ebenso Zuneigungen zu Kino und moderner Musik.

– *Reflexive:*

Als Reflexive bezeichnet man Angehörige des global denkenden, experimentierfreudigen Lebensstils, die überwiegend jung-akademisch sind. Wegen ihrer Aufgeschlossenheit und Modernität und ihrer Offenheit gegenüber Neuem kann man die Reflexiven als kulturelle Vorreiter bezeichnen, die selten durch Partner oder Familie gebunden sind.

– *Hedonisten:*

Den gleichnamigen Vertretern der betreffenden griechischen Philosophierichtung entsprechend streben Angehörige des hedonischen Lebensstils nach Genuss und Lustgewinn. Sie sind spontaner als die Reflexiven und zeichnen sich durch Konsumorientierung, Extrovertiertheit und durch die Abkehr von bürgerlichen Werten und Normen aus. Hauptlebenszweck sind Auffälligkeit und Amusement.

– *Unterhaltungssuchende:*

Der letzte hier zu beschreibende Lebensstil verfügt über nur geringe Einkommen und strebt nach Ablenkung, dem Anschluss an den gesellschaftlichen Mainstream und vertraut mehr auf das eigene Glück anstatt auf eigene Arbeit, um voran zu kommen. Materieller Konsum sowie das damit verbundene Prestige und das Leben im Hier und Jetzt stehen ganz klar im Vordergrund. Ihre Freizeit verbringen Unterhaltungssuchende lieber draußen als in den eigenen vier Wänden.

An diesen Lebensführungstyp-Beschreibungen ist bereits zu erkennen, wie eng verwandt SINUS-Milieus und Otte-Lebensstile sind. Nur aufgrund beider Beschreibungen, wie sie in diesem und dem Vorkapitel dargestellt worden sind, lässt sich aber noch keine genaue Zuordnung treffen. Die dazu notwendige Methodik wird jetzt angesprochen.

3.3. Übertragung der Otte-Lebensstile auf die SINUS-Milieus

Bei der Durchführung des Forschungsprojektes in Bremen gab es auch eine Projektgruppe, die ein Milieuscreening der Bremer Kunden nach der oben dargestellten Lebensstiltypologie von Gunnar OTTE durchführte. Ziel dabei war es, seine Lebensstile auf die Milieus von SINUS Sociovision zu übertragen (vgl. BERKE 2011a, S. 47; siehe Anhang 11).

Grundlage dieser Übertragung waren zum einen Gunnar OTTES Doktorarbeit (OTTE 2008, S. 174-176), zum anderen eine Broschüre von SevenOneMedia aus dem Jahr 2007 (vgl. DANNHARDT 2007).

Problematisch war dabei allerdings, dass SINUS zum damaligen Zeitpunkt von zehn Milieus ausging, OTTE aber nur neun Lebensstilen beschreibt. Überschneidungen waren daher nicht zu vermeiden.

Bei der Übertragung spielten Lebensführung (LF), Freizeit (FZ), das Fernsehen (TV) sowie seltener Musik (MU) und Schichteinstufung eine Rolle. Dabei traten OTTES Kriterien denen von SINUS gegenüber eindeutig in den Vordergrund, „wenn es in den zwei Bereichen LF und FZ wesentlich mehr Übereinstimmungen gab“ (BERKE 2011a, S. 83). Weil in der herangezogenen Broschüre keine Aussage über Faktoren wie Kleidung (KL) genannt wurden, wurden diese bei der Zuordnung nicht berücksichtigt, sondern nur der Vollständigkeit halber aufgenommen.

Zunächst wurden die Lebensstile nach Otte notiert. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurden die Distanzen, die Otte den Lebensstilen zu einigen Lebensbereichen zugesprochen hat, nicht mit aufgenommen; [...]. Möglich wurde [die vollständige Auflösung der Lebensstile nach SINUS] durch denselben, schematischen Aufbau in Ausstattung- und Modernitätsniveau der beiden Grafiken. Ein Übereinanderlegen derselben ergibt dieselbe Struktur (BERKE 2011a, S.83/84).

OTTE berücksichtigt in seiner Lebensstiltypologie nicht explizit die DDR-Nostalgiker wie SINUS; da diese bei den neuen Milieus nicht mehr vertreten sind, ist ein Auslassen derselben nicht problematisch (vgl. ebenda, S. 84).

3.4. Die Kundenbefragung in der Gemeindebücherei Stockelsdorf

Ergänzend zu den in den Folgekapiteln noch vorzustellenden Portfolios wurde in der Gemeindebücherei Stockelsdorf auch eine Kundenumfrage durchgeführt.

Diese fand vom 11. April 2011 bis zum 21. Mai 2011 statt und erstreckte sich demnach über einen Zeitraum von sechs Wochen. Ziel war es, die Kundenbedarfe in Bezug auf den Bestand und die Dienstleistungen der Bücherei zu ermitteln sowie ihren Stellenwert und ihre Kundenfreundlichkeit in Bezug auf Angebote und Personal zu beleuchten. Darüber hinaus bot sie die Möglichkeit, die Lebensstile nach Gunnar OTTE festzustellen und auf Grundlage der zuvor erörterten Übertragung seiner Lebensstiltypologie auf die Milieus von SINUS Sociovision die in der Gemeindebücherei vertretenen SINUS-Milieus quantitativ zu benennen.

Mangels Literatur zu den neuen SINUS-Milieus beziehen sich die erzielten Ergebnisse aber noch auf das Vorgängermodell von SINUS Sociovision. Im Folgenden wird dargestellt, welche Vorarbeiten für die Kundenumfrage nötig gewesen sind, wie diese durchgeführt wurde und welche Ergebnisse gewonnen wurden.

3.4.1. Vorbereitung

Aufgrund des Zeitfensters, das für diese Arbeit gegeben war und dem Bestreben, ein möglichst repräsentatives Bild der Kundschaft in der Gemeindebücherei zu erhalten, wurde als Methode der Datenerhebung die Kundenbefragung via Fragebogen ausgewählt: Durch die daraus resultierende Standardisierung der Fragen und Antwortmöglichkeiten werden die Daten vergleichbar und nicht nur leichter, sondern auch eindeutig auswertbar (vgl. KALLUS 2010, S. 15/16).

Da im Rahmen des in der Einleitung erwähnten Forschungsprojektes bereits auf Grundlage des von Martin SZLATKI für die Stadtbücherei Backnang entwickelten Fragebogens (s. Anhang 4) ein Umfragebogen zu demselben Zwecken wie in der vorliegenden Arbeit konzipiert worden ist (s. Anhang 5), wurde dieser in angepasster Form auch für die Gemeindebücherei in Stockelsdorf verwendet (s. Anhang 6). Dabei wurde neben formaler Veränderungen die Bremer Version geringfügig um andere bzw. weitere Merkmalsausprägungen ergänzt (Fragen 4, 8 und 16) oder die Möglichkeit von Mehrfachnennungen eingeräumt (Frage 19).

Die Fragen 11 bis 13 wurden von Gunnar Otte entwickelt und für seine Lebensstilforschungen genutzt (vgl. OTTE 2008, S. 131 – 142). Die genauen Indikatoren hat Martin SZLATKI in seinem Aufsatz zu seiner Kundenbefragung in der Stadtbücherei Backnang dargestellt (vgl. SZLATKI

2010, S. 227).

Für die Fragen 9, 10 und 20 diente als Vorlage der von Marieluise Kröplin für ihre Kundenbefragung zur Nutzung der Sachliteratur in der Stadtbücherei Mölln entwickelte Fragebogen (vgl. KRÖPLIN 1994, Anlage 4). Diese waren im Einzelnen:

„5. Nutzen Sie noch andere Bibliotheken [sic!], um Sachbücher auszuleihen?

ja

nein

Wenn ja, welche?

Bibliothek in Lübeck

Bibliothek in Ratzeburg

Bibliothek in Schwarzenbek

Fahrbücherei

andere Bibliothek

7. Wie häufig [sic!] finden Sie die von Ihnen gesuchten Sachbücher?

immer

häufig

selten

9. Woran orientieren [sic!] Sie sich bei der Suche nach den gewünschten Sachbüchern?

an Schildern

an der Regalbeschriftung

am Regal

an den Auslagen

am Personal

am Alphabethischen [sic!] Katalog

() am Systematischen Katalog“

Diese Fragen wurden dem aktuellen Bedarf angepasst und operationalisiert.

„Auf Basis einer klaren [...] Operationalisierung des zu messenden [...] Merkmals lassen sich die Frage-Antwort-Komplexe (Items) in angemessener Weise so formulieren, dass die angezielten zuverlässigen Subtestwerte als Resultat der Fragebogenentwicklung tatsächlich sinnvolle Messwerte erbringen“ (KALLUS 2010, S. 23).

Das bedeutet auch, dass nur Items verwendet werden, die tatsächlich zusammenpassen und dass die Antworten disjunkt, also nicht überlappend, und erschöpfend sind.

Die für die Gemeindebücherei durchgeführte Operationalisierung gestaltet sich folgendermaßen:

1. Frage: Wie oft besuchen Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf?

Hypothese: Wenn die Leser weniger als einmal im Monat die Bücherei besuchen, dann benutzen sie die Bücherei unregelmäßig.

Variable: Häufigkeit

Merkmalsausprägungen für Häufigkeit:

- weniger als einmal im Monat
- einmal im Monat
- 2- 3- mal im Monat
- 4- mal oder öfter im Monat

2. Frage: Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich pro Besuch in der

Gemeindebücherei Stockelsdorf?

Hypothese: Je länger ein Leser in der Bibliothek verweilt, desto besser erfüllt die Bücherei seine Interessen.

Variable: Dauer

Merkmalsausprägungen für Dauer:

- bis zu 30 Minuten
- mehr als 30 Minuten bis zu einer Stunde
- mehr als eine Stunde

3. Frage: Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz durch Ankreuzen: Die Gemeindebücherei Stockelsdorf ist für mich persönlich...

Hypothese: Wenn den Lesern die Bibliothek eher unwichtig ist, dann ist eine schwache Kundenbindung vorhanden.

Variable: Kundenbindung

Merkmalsausprägungen für Kundenbindung:

- völlig unwichtig
- eher unwichtig
- eher wichtig
- sehr wichtig

4. Frage: Wie bewerten Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf?
(Schulnoten: 1 = sehr gut, 6 = ungenügend)

Hypothese: Wenn die Leser die Bücherei schlecht bewerten, dann

entspricht das Angebot der Bücherei nicht den Kundenwünschen.

Variable: Kundenzufriedenheit

Merkmalsausprägungen für Kundenzufriedenheit mittels Schulnoten von 1 bis 6:

- Atmosphäre
- Freundlichkeit der Mitarbeiterinnen
- Aktualität der Medien
- Beratung / Information
- Öffnungszeiten
- Insgesamt

5. Frage: Geben Sie spontan drei Medienangebote an, die Sie nutzen! (z.B. DVDs, Romane,...)

Hypothese: Wenn Leser spontan Medienarten nennen, dann sind diese für sie wichtig.

Variable: Medienarten

Merkmalsausprägungen für Medienarten:

- Medienarten, die von den Lesern genannt werden

6. Frage: Geben Sie spontan drei Serviceleistungen an, die Sie häufig benutzen! (z.B. Auskunft, Vorbestellung,...)

Hypothese: Wenn Leser bestimmte Serviceleistungen nicht nennen, sollten diese überdacht werden.

Variable: Serviceleistungen

Merkmalsausprägungen für Serviceleistungen:

- Serviceleistungen, die von den Lesern genannt werden

7. Frage: Mit welchen Zielen besuchen Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf hauptsächlich? (Mehrfachnennungen möglich)

Hypothese: Wenn die Leser einen Besuchsgrund angeben, dann muss der Bestand daran angepasst werden.

Variable: Besuchsgrund

Merkmalsausprägungen für Besuchsgrund:

- Infos / Medien für meine Freizeit / meine Hobbys
- weil ich neue Denkanstöße / neue Themen finden möchte
- aus literarisch-kulturellen Interessen
- für Kinder und Familie
- weil ich so Zugang zu Büchern und anderen Angeboten habe, die ich mir sonst finanziell nicht leisten könnte oder möchte
- für die Begegnung mit anderen Menschen
- für Schule / Ausbildung / Studium
- für berufliche Zwecke / berufliche Weiterbildung
- Sonstiges: (je nach Angabe des Lesers)

8. Frage: Welche Themen interessieren Sie besonders? (Bitte nennen Sie

hier maximal 5 Gebiete)

Hypothese: Wenn Leser Themen nicht nennen, dann sollte bei diesen über eine Bestandsverkleinerung nachgedacht werden.

Variable: Themen

Merkmalsausprägungen für Themen:

- Krimis
- Frauenliteratur
- Tierwelt
- Gedichte
- Märchen, Sagen
- Fantasy, Science Fiction
- Horror
- Naturwissenschaften
- Kunst, Musik
- Hauswirtschaft, Landwirtschaft
- Politik, Wirtschaft, Recht
- Ausbildung, Beruf
- Pädagogik, Psychologie
- Religion, Philosophie
- Biographien
- Freizeit, Sport
- sonstige Romane
- sonstige Sachliteratur

9. Frage: Wie häufig finden Sie die Medien, die Sie suchen, vor Ort?

Hypothese: Wenn Leser die von Ihnen gesuchten Medien selten oder nie finden, dann ist die Absenzquote zu hoch.

Variable: Häufigkeit

Merkmalsausprägungen für Häufigkeit:

- nie
- selten
- oft
- immer

10. Frage: Woran orientieren Sie sich in der Gemeindebücherei Stockelsdorf, wenn Sie nach Medien suchen?

Hypothese: Wenn die Leser überwiegend das Personal oder die Auslagen nennen, dann sollte die Aufstellungssystematik bzw. die Regalbeschriftung überarbeitet werden.

Variable: Leitsystem

Merkmalsausprägungen für Leitsystem:

- an den Regalschildern
- an der Regalbeschriftung
- an den Regalreihen bzw. der Regalanordnung
- an den Auslagen
- an den Mitarbeiterinnen

14. Frage: Wie alt sind Sie?

Hypothese: Je älter die Leser sind, desto schlechter ist der Bestand zur dauerhaften Gewinnung junger Neukunden ausgelegt.

Variable: Alter

Merkmalsausprägungen für Alter:

- das Alter, welches die Kunden selbst angeben

15. Frage: Sind Sie...

Hypothese: Wenn die Mehrzahl der Leser weiblich sind, dann sollte der Bestand stärker auf ein männliches Publikum ausgerichtet werden.

Variable: Geschlecht

Merkmalsausprägungen für Geschlecht:

- männlich
- weiblich

16. Frage: Welchen höchsten Schulabschluss haben Sie?

Hypothese: Wenn die Bücherei überwiegend von Angehörigen höherer Bildungsschichten genutzt wird, dann sollte eine aktivere Bestandsvermittlung geleistet werden.

Variable: Schulabschluss

Merkmalsausprägungen für Schulabschluss:

- noch Schüler(in)
- Schule beendet ohne Abschluss
- Volks- / Hauptschulabschluss
- Realschulabschluss / mittlere Reife
- Fachabitur
- Abitur
- Fachhochschulabschluss
- Hochschulabschluss
- anderer, und zwar: (je nach Angabe des Lesers)

17. Frage: In welchem Land sind Sie geboren?

Hypothese: Wenn viele Immigranten die Bücherei nutzen, dann muss ihr Angebot an fremdsprachiger Literatur entsprechend ausgeweitet werden.

Variable: Geburtsland

Merkmalsausprägungen für Geburtsland:

- Deutschland
- anderes, und zwar: (je nach Angabe des Lesers)

18. Frage: Seit wann leben Sie in Deutschland?

Hypothese: Wenn die Leser in Deutschland geboren wurden, dann genügt für die Bücherei ein durchschnittliches Angebot an fremdsprachiger Literatur.

Variable: Dauer

Merkmalsausprägungen für Dauer:

- Ich bin in Deutschland geboren.
- Ich lebe in Deutschland seit... (je nach Angabe des Lesers) Jahr(en).

19. Frage: Welche Sprache sprechen Sie innerhalb Ihrer Familie?
(Mehrfachnennungen möglich)

Hypothese: Wenn die Leser innerhalb ihrer Familien nur Deutsch sprechen, dann besteht keine überdurchschnittliche Nachfrage nach fremdsprachiger Literatur.

Variable: Sprache

Merkmalsausprägungen für Sprache:

- Deutsch
- andere Sprache(n), und zwar: (je nach Angabe des Lesers)

20. Frage: Nutzen Sie neben der Gemeindebücherei Stockelsdorf auch andere Bibliotheken oder Büchereien? (Mehrfachnennungen möglich)

Hypothese: Wenn die Leser neben der Gemeindebücherei Stockelsdorf auch andere, öffentliche Bibliotheken nutzen, dann ist der Stockelsdorfer Bestand austauschbar bzw. nicht umfangreich genug.

Variable: Bibliothek

Merkmalsausprägungen für Bibliothek, wenn der Leser die Frage

nicht verneint:

- Stadtbücherei Bad Schwartau
- Stadtbibliothek Lübeck
- Zentrale Hochschulbibliothek Lübeck
- andere, und zwar: (je nach Angabe des Lesers)

*Zum Abschluss haben Sie hier noch Platz für allgemeine Kommentare zur Gemeindebücherei Stockelsdorf und dieser Umfrage:
(je nach Angabe des Lesers)*

Zu den Vorarbeiten für eine Befragung gehört neben Fragebogenkonstruktion und Operationalisierung auch ein Vortest. „Da es keine Theorie der Befragung gibt [sic!] aus der alle Details der Konstruktion eines Fragebogens ableitbar sind, muss jeder Fragebogen vor dem Beginn der eigentlichen Datenerhebung [...] empirisch getestet werden“ (ESSER 2008, S. 347).

Mit einem solchen Pretest sollen die Verständlichkeit der Fragen überprüft, ihre Vollständigkeit und Eindeutigkeit garantiert und die ungefähre Dauer der Befragung ermittelt werden (vgl. MAYER 2009, S. 98).

Zu diesen Zwecken wurden vier solcher Pretests am 7. April 2011 nachmittags zwischen 15.00 Uhr und 17.30 Uhr in der Gemeindebücherei Stockelsdorf durchgeführt.

Allgemein gilt als Richtlinie für die Anzahl von Pretests, dass diese zwischen 25 und 75 Fällen liegen (vgl. CONVERSE 1986, S. 65). Zu beachten ist, dass die Vorlage zum Fragebogen ebenfalls schon an zehn Personen vorab getestet wurde (vgl. BERKE 2011a, S. 53). Da für die Gemeindebücherei Stockelsdorf nur wenige Modifikationen vorgenommen wurden, wie der vorhergehenden Operationalisierung entnommen werden kann, reicht die verhältnismäßig geringe Zahl an Testpersonen dennoch aus.

Befragt wurden eine 19-jährige Schülerin, eine 48-jährige Erzieherin, eine 71-jährige Rentnerin sowie ein 44-jähriger LKW-Mechaniker.

Alle Testpersonen lobten die Übersichtlichkeit des Fragebogens sowie die Wahl der Items. Insbesondere die Schülerin begrüßte die unterschiedlichen Auswahlskalen und die Möglichkeit freier Antworten.

Auch die befragte Rentnerin sowie die Erzieherin empfanden den Fragebogen als leicht lesbar und gut zu beantworten. Lediglich bei Frage 12 vermisste die 71-Jährige die Merkmalsausprägung „regelmäßig“, da sie selbst bestimmte Zeitungen „eben regelmäßig“ lese und mit der Antwortmöglichkeit „oft“ darum unzufrieden sei. Weil es sich bei diesem Item aber um eines der verwendeten OTTE-Items handelt und von diesem während seiner Lebensstilstudien verifiziert worden ist, wurde dieser Einwand nicht berücksichtigt.

Der LKW-Mechaniker, in der Gemeindebücherei Stockelsdorf gerade erst Kunde geworden, vermisste bei der ersten Frage die Antwortmöglichkeit „Ich bin zum ersten Mal hier“, wie Martin SZLATKI sie in seinem Fragebogen bereits gestellt hatte. Dies ist jedoch keine Merkmalsausprägung für die Besuchshäufigkeit, wie sie mit dieser Frage ermittelt werden soll. Zudem stieß bei Frage sieben die Antwort „weil ich so Zugang zu Büchern und anderen Angeboten habe, die ich mir sonst finanziell nicht leisten könnte oder möchte“ auf Belustigung. Bei näherem Nachfragen wollte der 44-Jährige seine Reaktion nicht näher begründen. Insgesamt „würde er damit klarkommen“.

Zum Abschluss lässt sich zum Pretest noch bemerken, dass alle Testpersonen ein großes Interesse an der Befragung zeigten. Dies ist nicht nur in Hinblick auf die voraussichtliche Bereitschaft der Bibliothekskunden, an der Kundenumfrage teilzunehmen, als positiv einzustufen, sondern auch

auf die durchschnittliche Befragungszeit: Jeder Pretest benötigte etwa acht bis zwölf Minuten und ist damit zwei Minuten länger gewesen als auf dem Fragebogen selbst angegeben. Durch das Layout des Fragebogens und die damit verbundene, großzügige Gestaltung lässt sich das individuelle Zeitempfinden jedoch dergestalt verkürzen, dass eine Abbruchquote unwahrscheinlich wird und sich bei den Befragten während der Beantwortung ein Erfolgserlebnis einstellt (vgl. ESSER 2008, S. 346/347).

Für die Befragung war nicht zuletzt auch zu beachten, dass diese nur dann repräsentativ sein kann, wenn von den in der Kundenkartei eingetragenen Lesern ein entsprechender Anteil im angegebenen Zeitraum auch befragt wird. Von der Grundgesamtheit musste also eine angemessene Stichprobe berechnet werden (vgl. MAYER 2009, S. 65/66).

„Je größer man die Stichprobe wählt, desto stärker nähern sich ihre Werte den wahren Werten der Grundgesamtheit an“ (ebenda, S.65). Als Grundgesamtheit wurden daher alle in der Kundenkartei eingetragenen Leser - das sind 8983 Kunden - herangezogen, unabhängig davon, ob sie noch aktiv sind oder nicht, da die Kundenumfrage auch bestimmte Aussagen über die Kundenbindung treffen sollte. Als Stichprobenfehler wurden 5 Prozent veranschlagt, die ebenfalls in die Berechnung eingehen. Das ist auch der üblichste Wert für Stichprobenfehler (vgl. MAYER 2009, S. 66).

Die Formel lautet:

$$n = \frac{N}{1 + d^2(N - 1)}$$

n = Stichprobenumfang

N= Grundgesamtheit

d = Stichprobenfehler

Die Berechnung erfolgt dann folgendermaßen:

$$n = \frac{8983}{1 + 0,05^2(8983 - 1)}$$

Als Ergebnis dieser Berechnung folgt, dass mindestens 383 Personen einen ausgefüllten Fragebogen hätten abgeben müssen; dieses Ziel konnte während des Befragungszeitraums jedoch nicht erreicht werden. Die Kundenbefragung ist also rein explorativ und kann mit 116 ausgefüllten Fragebögen als nicht repräsentativ angesehen werden. Dennoch besitzt ein Rücklauf dieser Größenordnung bei 2326 aktiven Lesern – hier hätte die erforderliche Stichprobe 342 betragen – mit rund 34 Prozent der eigentlichen Stichprobe eine gewisse Aussagekraft.

3.4.2. Durchführung

Wie eingangs erwähnt, betrug die Befragungszeit insgesamt sechs Wochen. Dies liegt darin begründet, dass die reguläre, maximale Erst-Ausleihzeit für ein Medium bis zu vier Wochen beträgt, bei Bedarf aber, z.B. in der Ferienzeit oder während der Urlaubszeit eines Kunden, auf sechs Wochen verlängert werden kann. Leser, die von dieser Möglichkeit Gebrauch machen, sollten mit abgedeckt werden.

Die Bücherei stellte für die Rückgabe der Fragebögen eine Box zur Verfügung, die im Eingangsbereich bei der Prospektauslage aufgestellt wurde: Da diese Box noch hergerichtet werden musste, startete die Befragung am 11. April erst gegen 11.00 Uhr.

Die Leser sollten die Fragebögen alleine und selbstständig ausfüllen, wobei die Mitarbeiterinnen der Bücherei für Rückfragen jederzeit zur Verfügung standen. Neben der Rückgabebox bestand auch die Möglichkeit, ausgefüllte Bögen direkt bei den Mitarbeiterinnen abzugeben. Die Bögen selbst lagen

zum einen neben der Rückgabebox aus und wurden auch bei jeder Ausleihe von den Mitarbeiterinnen an die Leser verteilt. Ob diese die Bögen vor Ort oder zu Hause ausfüllten, um sie bei ihrem nächsten Besuch wieder mitzubringen, stand den Kunden frei.

3.4.3. Ergebnisse

Von den eingegangen 116 Fragebögen sind 115 vollständig ausgefüllt gewesen. Vier entfielen aufgrund des zur Lebensstilbestimmung notwendigen, unterschrittenen Alters von mindestens 14 Jahren. Die Lebensführungstypen nach OTTE konnten bei 10 Fragebögen nicht bestimmt werden.

Im Folgenden wird nun die Auswertung der an die Leser der Gemeindebücherei Stockelsdorf gestellten Fragen der Reihenfolge nach analysiert. Welche Lebensstile sich dabei ergeben haben und wie im Umkehrschluss die Aufteilung nach den SINUS-Milieus aussieht, folgt am Ende der Auswertung.

1) Wie oft besuchen Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf?

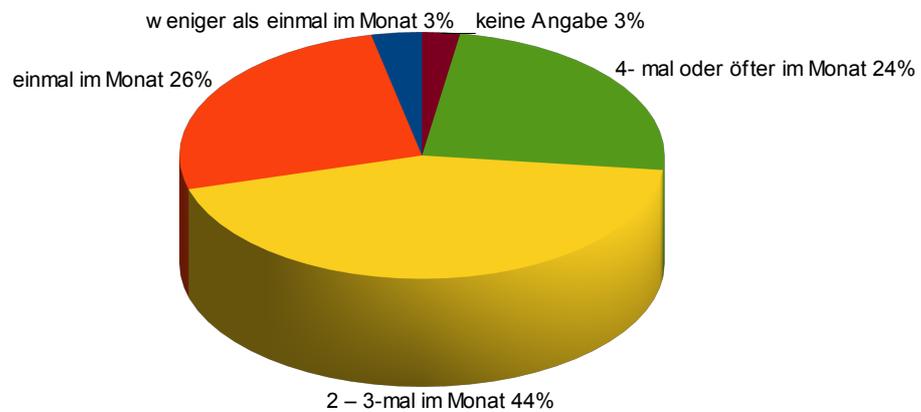


Abb. 4: Auswertung Frage 1: „Wie oft besuchen Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf?“

Fast die Hälfte der befragten Kunden besucht die Gemeindebücherei zwischen zwei und drei Mal monatlich. Beinahe gleich oft wurde die Aussage gemacht, die Bücherei weniger häufig oder öfter im Monat zu nutzen. Damit besucht fast jeder Kunde die Gemeindebücherei mindestens einmal im Monat. Daraus kann geschlossen werden, dass die Gemeindebücherei eine gute Kundenbindung zu ihren Lesern aufbauen konnte.

2) Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich pro Besuch in der Gemeindebücherei Stockelsdorf?



Abb. 5: Auswertung Frage 2: „Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich pro Besuch in der Gemeindebücherei Stockelsdorf?“

Fast zwei Drittel der Leser gaben an, sich höchstens 30 Minuten in der Gemeindebücherei aufzuhalten. Daraus lässt sich schließen, dass die Kunden relativ gezielt nach Medien suchen oder „zielgerichtet stöbern“. Etwa ein Drittel verbringt bis zu einer Stunde in der Bücherei, aber kein Leser gab an, sich länger als 60 Minuten dort aufzuhalten. Daraus kann der Schluss gezogen werden, dass der Bestand die Kundeninteressen ausreichend – oder negativ interpretiert – gerade ausreichend abdeckt, da ihr Büchereibesuch in den meisten Fällen nicht sehr lange dauert. Möglicherweise muss die Bücherei ihre Raumausstattung verbessern, damit die Kunden sich „heimischer“ fühlen. In jedem Fall ist dies ein Bereich, den die Gemeindebücherei für sich persönlich weiter ausloten kann.

3) Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz durch Ankreuzen:
Die Gemeindebücherei Stockelsdorf ist für mich persönlich...

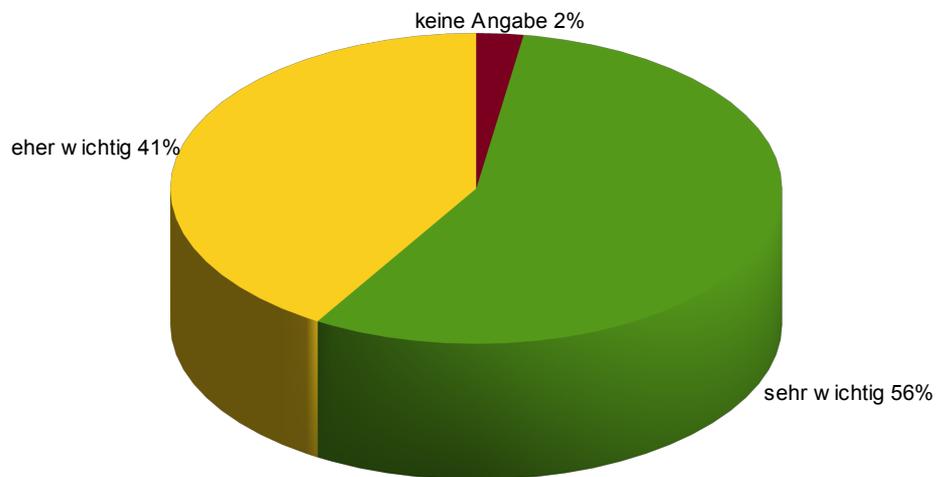


Abb. 6: Auswertung Frage 3: „Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz durch Ankreuzen:
Die Gemeindebücherei Stockelsdorf ist für mich persönlich...“

Die Kunden empfinden die Gemeindebücherei Stockelsdorf ausschließlich als wichtig. Der Grad der Wichtigkeit ist dabei bis auf eine Abweichung von 15 Prozent identisch. Die Bücherei kann damit davon ausgehen, dem Großteil ihrer Leserinteressen gerecht zu werden. Auch diese sehr gute Bewertung hinsichtlich der Bücherei weist auf eine gute Kundenbindung hin.

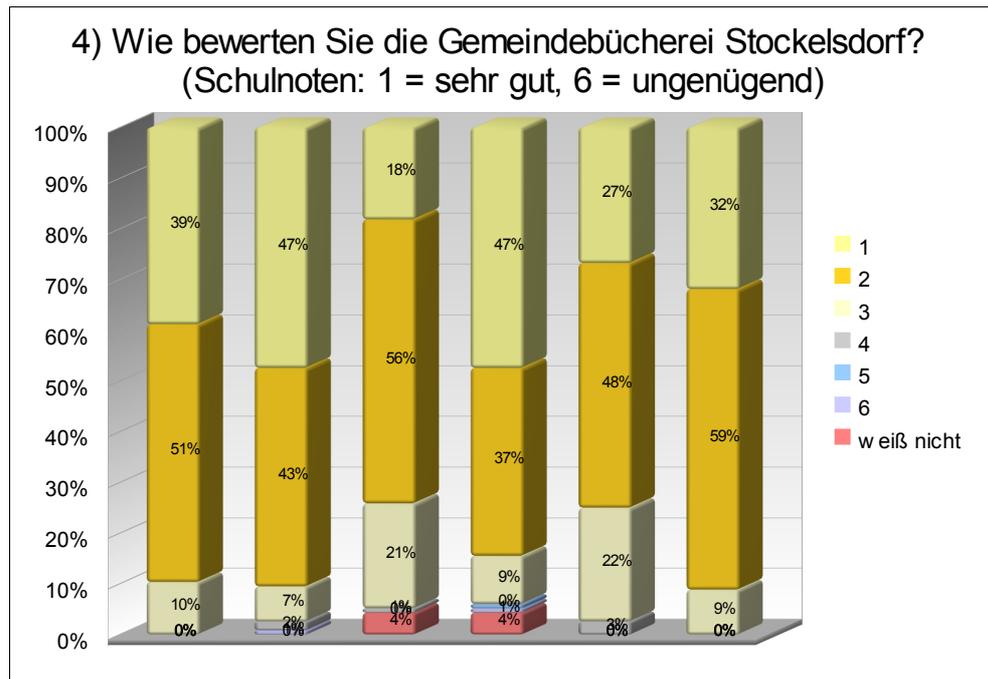


Abb. 7: Auswertung Frage 4: „Wie bewerten Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf?
(Schulnoten: 1 = sehr gut, 6 = ungenügend)“

Von links nach rechts:

Atmosphäre

Freundlichkeit der Mitarbeiterinnen

Aktualität der Medien

Beratung / Information

Öffnungszeiten

Insgesamt

Ausnahmslos haben alle abgefragten Bereiche die Note gut bis sehr gut erreicht; nennenswert befriedigende Antworten, also die Note drei, fielen mit knapp 20 Prozent in die Bereiche „Aktualität der Medien“ und „Öffnungszeiten“. Da sich die Leser zu diesen Punkten in den Kommentaren näher geäußert haben, wird auch während der Auswertung der Kommentare auf diese Punkte eingegangen werden.

Trotzdem sollte die Bücherei sich nicht auf die in der Grafik dargestellten Bewertungen ausruhen, sondern als Dienstleistungsunternehmen auch in Zukunft daran arbeiten, ihr Angebot stetig zu verbessern; besonders bei der

„Freundlichkeit der Mitarbeiterinnen“ und der „Beratung / Information“ muss die Bücherei bestrebt sein, Defizite, die zu einer schlechteren Bewertung als „gut“ führen, weiterhin zu verringern.

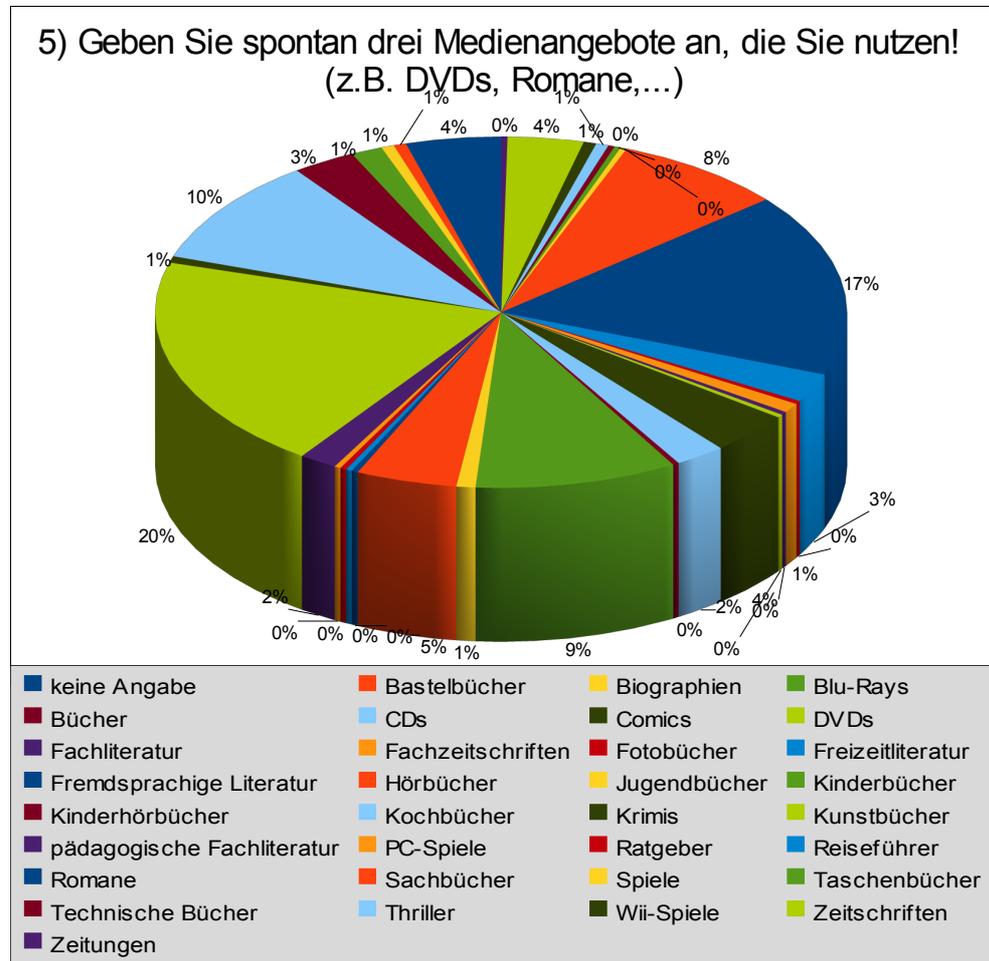


Abb. 8: Auswertung Frage 5: „Geben Sie spontan drei Medienangebote an, die Sie nutzen! (z.B. DVDs, Romane,...)“

Mit 20, 17, neun und acht Prozent sind es vor allem die Medienangebote der DVDs, Romane, Sachbücher und Hörbücher, die von den Kunden am meisten genutzt werden; deckungsgleich mit den Portfolio-Analysen (siehe folgende Kapitel) sind also auch bei den Spontannennungen AV-Medien sehr beliebt, was ebenfalls in vereinzelt Angaben von PC- und Wii-Spielen zum Ausdruck kommt. Dem Namen „Bibliothek“ entsprechend,

nimmt dabei aber auch das Buch weiterhin die Hauptrolle ein – was sich auch in den teilweise detaillierteren Angaben zu den hauptsächlich genutzten Medienarten ersehen lässt.

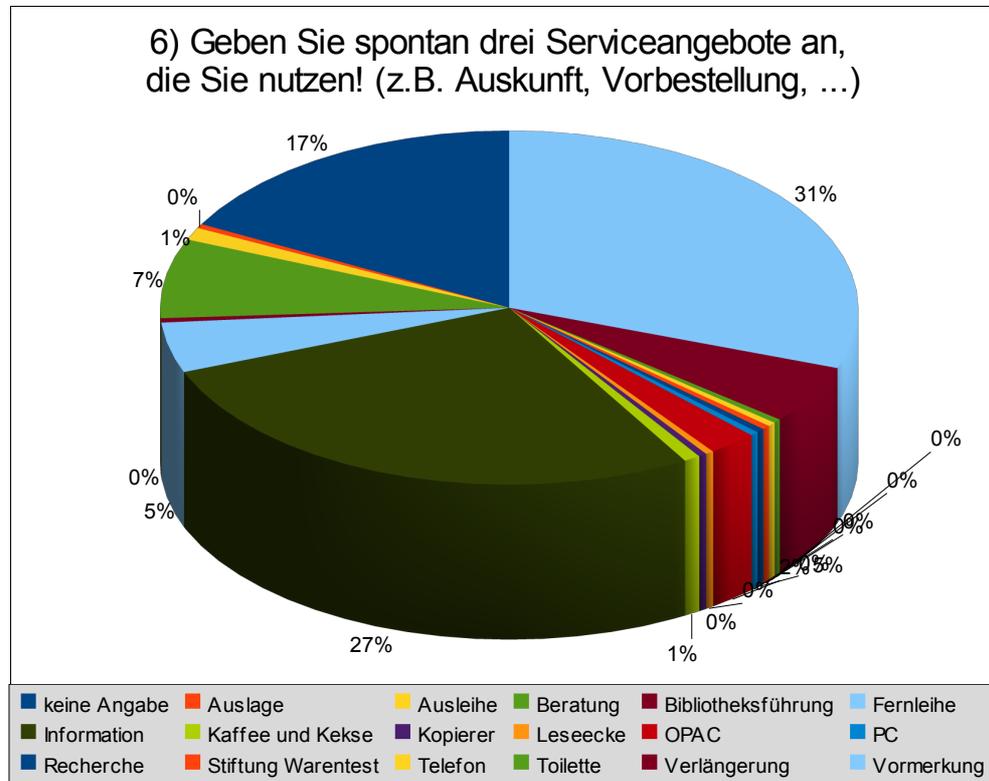


Abb. 9: Auswertung Frage 6: „Geben Sie spontan drei Serviceangebote an, die Sie nutzen! (z.B. Auskunft, Vorbestellung,...)“

Etwas übersichtlicher sind die Angaben zu den genutzten Services in der Gemeindebücherei: Die drei großen Blöcke stellen dabei bibliothekstypische Dienste wie das Vormerken von Medien (31 Prozent), die Inanspruchnahme der Information (27 Prozent) sowie das Nutzen von Rechercheangeboten (17 Prozent) dar. Beim zuletzt genannten lässt sich allerdings nicht genau ausmachen, ob damit das Selbst-Recherchieren in OPAC und Internet oder das recherchieren lassen durch die Bibliotheksmitarbeiterinnen in OPAC und Verbundkatalogen gemeint ist. Für die Bibliothek bedeutet das, verstärkt auf dieses Nutzerverhalten zu achten und entsprechend zu reagieren, z.B. durch die Einrichtung von

Zusatzangeboten wie Verknüpfung der Kunden-PCs mit weiteren Katalogen oder dem regelmäßigen Angebot von OPAC- bzw. Internetschulungen.



Abb. 10: Auswertung Frage 7: „Mit welchem Ziel besuchen Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf hauptsächlich? (Mehrfachnennungen möglich)“

Die Mehrzahl der Büchereibenutzer sucht beim Bibliotheksbesuch Medien für Hobbys und Freizeit; danach werden fast gleich oft die Benutzung für Kinder und Familie genannt und dass die Bücherei Zugang zu Büchern und anderen Angeboten bietet, die sich die Leser sonst nicht leisten könnten oder leisten wollten. Mit Abstand am wenigstens wird die Bücherei als sozialer Ort wahrgenommen, um mit anderen Menschen in Kontakt zu treten. Auch Medien für Beruf und Ausbildung sind eher weniger gefragt, wenn auch nicht gänzlich unerwünscht. Besonders vor dem Hintergrund des bestehenden Platzmangels in der Bücherei muss neben der generellen Aktualität des Bestandes geprüft werden, inwiefern entsprechende Medien

im Kinder- und Jugendbereich oder im Erwachsenenbereich z.B. in den Gruppen BWL und WI noch dem aktuellen Stand entsprechen bzw. ausgeliehen werden, um diese Gruppen zugunsten anderer Medien zu verkleinern.

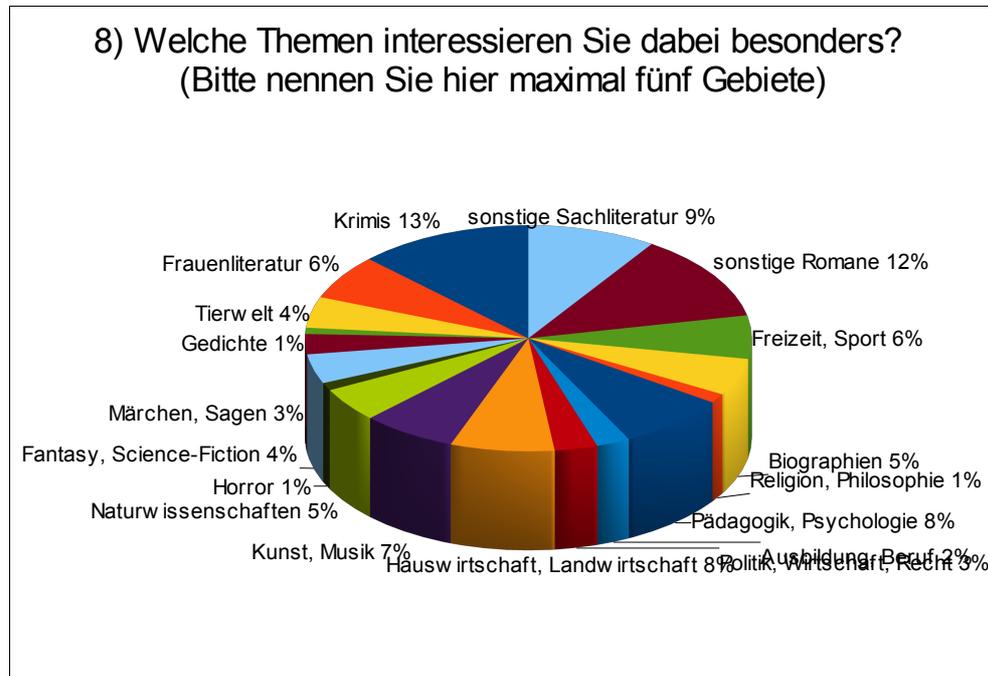


Abb. 11: Auswertung Frage 8: „Welche Themen interessieren Sie dabei besonders? (Bitte nennen Sie hier maximal fünf Gebiete)“

Der Umfrage nach ist die beliebteste Mediengruppe bei den Lesern der Krimi; unmittelbar darauf folgen mit 12 Prozent generell Romane. Am wenigsten genannt wurden mit neun Prozent die Sachliteratur und mit jeweils acht Prozent Psychologie bzw. Pädagogik und Hauswirtschaft sowie Landwirtschaft.

Im Ganzen kann dennoch keine eindeutige Aussage getroffen werden: Ausgenommen von Horror, Gedichte, Religion, Philosophie, Märchen und Sagen wurden mit Ausnahme dieser Themen alle in der Umfrage angebotenen nahezu gleich oft genannt. Hier hilft nur ein genauer Blick auf die Bestandsdaten, um ergänzend zu den hiesigen Ergebnissen eine

Nutzungstendenz bei den Büchereikunden abzeichnen zu können.

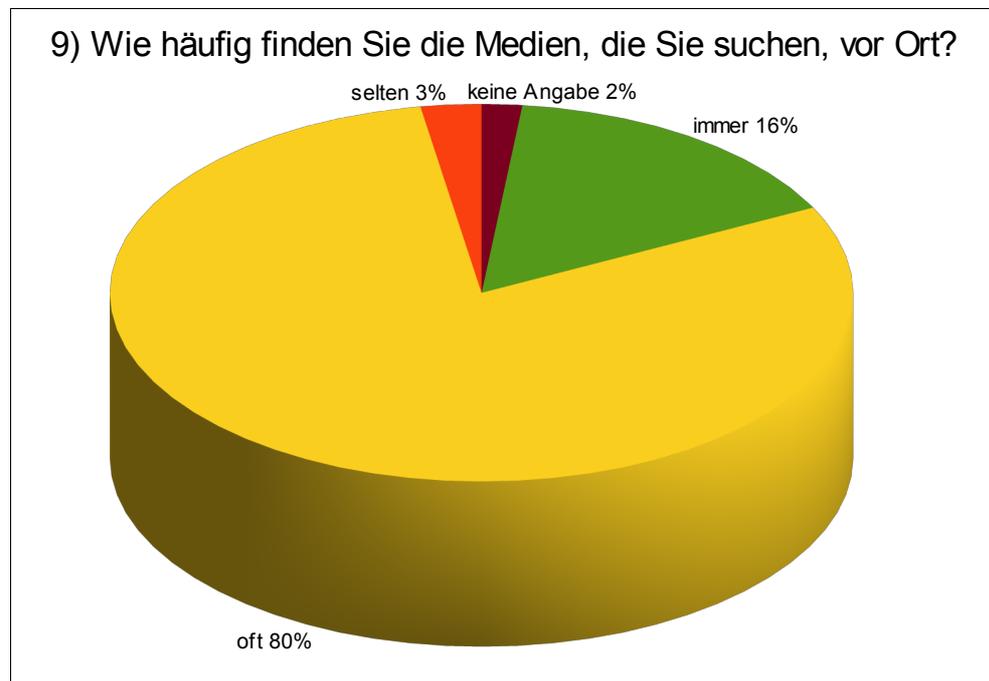


Abb. 12: Auswertung Frage 9: „Wie häufig finden Sie die Medien, die Sie suchen, vor Ort?“

Das Ergebnis der Auswertung von Frage neun ist eindeutig: Die Bücherei verfolgt bezüglich angeschaffter Exemplare und Staffeln eine angemessene Politik den Anforderungen ihrer Nutzer entsprechend. 80 Prozent von ihnen finden oft die gesuchten Medien. Zum einen ist der Bestand den Interessen der Kunden gegenüber damit als ausgeglichen einzuschätzen, zum anderen verlassen nur wenig Kunden die Bücherei frustriert – die Gefahr, Kunden durch Wegbleiben oder Abwanderung zu anderen Büchereien zu verlieren, ist damit gering. Dass gesuchte Medien nur selten gefunden werden, wurde so gut wie gar nicht genannt: Trotzdem kann die Bücherei hier reagieren, indem sie Medienpräsentation und Feinsortierung aktuell zu halten sucht. Nicht jedes Nichtauffinden gesuchter Medien ist auf momentane Absenz oder Spezialität z.B. das Thema betreffend zurückzuführen, sondern oft durch simple Fehleinstellung ins

Bücherregal.

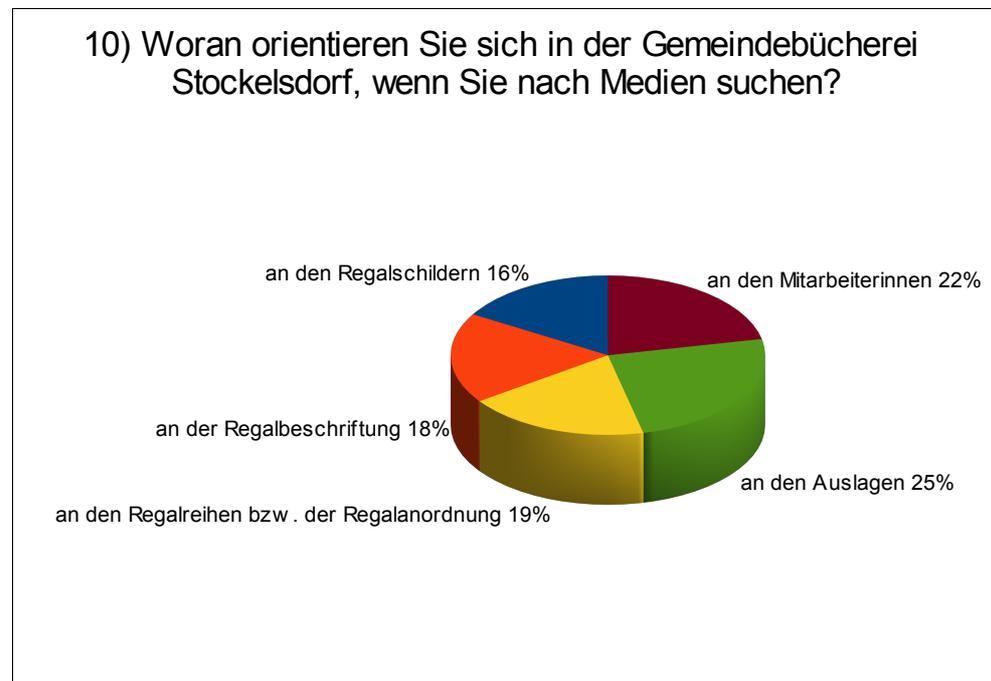


Abb. 13: Auswertung Frage 10: „Woran orientieren Sie sich in der Gemeindebücherei Stockelsdorf, wenn Sie nach Medien suchen?“

Wie auch bei der Themenpräferenz sind die Angaben zur Orientierung innerhalb der Bücherei uneindeutig. Daher liegt der Schluss nahe, dass die Büchereikunden flexibel ihren jeweiligen Wünschen entsprechend reagieren. Beispielsweise kennt eine Hausfrau den Bereich Hauswirtschaft durch häufige Nutzung so gut, dass ein Überfliegen der Regalbeschilderung ausreicht, erkundigt sich aber bei den Mitarbeiterinnen, weil sie ausnahmsweise eine DVD für ihren Sohn mitbringen soll. Ebenso kann es Leser geben, die sich bei ihrer Freizeitlektüre von den Buchaufstellern inspirieren lassen und solche, die „irgendetwas zum Dritten Reich“ suchen und sich deswegen zunächst am übergeordnetem Schild „Geschichte“ orientieren.

Auf den ersten Blick lässt sich noch keine konkrete Handlungsempfehlung für die Gemeindebücherei geben.

An dieser Stelle folgen mit den Fragen 11 bis 13 Items von Gunnar OTTE, die zur Bestimmung des Lebensstils herangezogen werden. Dadurch beziehen sie sich nicht direkt auf die Bibliothek als Einrichtung an sich, können aber Auswirkungen auf Bestand und Dienstleistungen haben, weswegen sie in der Folge trotzdem vorgestellt werden.

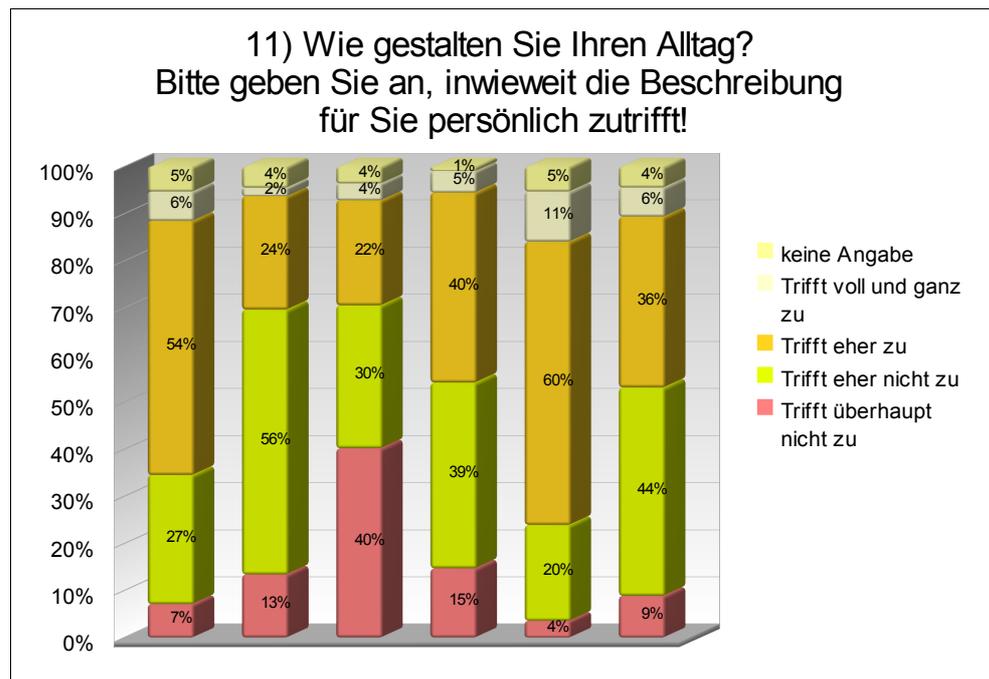


Abb. 14: Auswertung Frage 11: „Wie gestalten Sie Ihren Alltag? Bitte geben Sie an, inwieweit die Beschreibung für Sie persönlich zutrifft!“

von links nach rechts:

Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard.

Ich gehe viel aus.

Ich lebe nach religiösen Prinzipien.

Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest.

Ich genieße das Leben in vollen Zügen.

Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.

Die wenigsten Leser in Stockelsdorf leben nach religiösen Prinzipien und sind sowohl gut situiert als auch bestrebt, ihr Leben in vollen Zügen zu

genießen. Dabei sind sie eher zu Hause und in ihrem näherem Umfeld verankert, da sie tendenziell wenig ausgehen.

Diese Angaben decken sich zum einen gut mit der Position der Hauswirtschaft in der Portfolio-Analyse als auch mit der eher wenig ausgeprägten Themenpräferenz Religion.

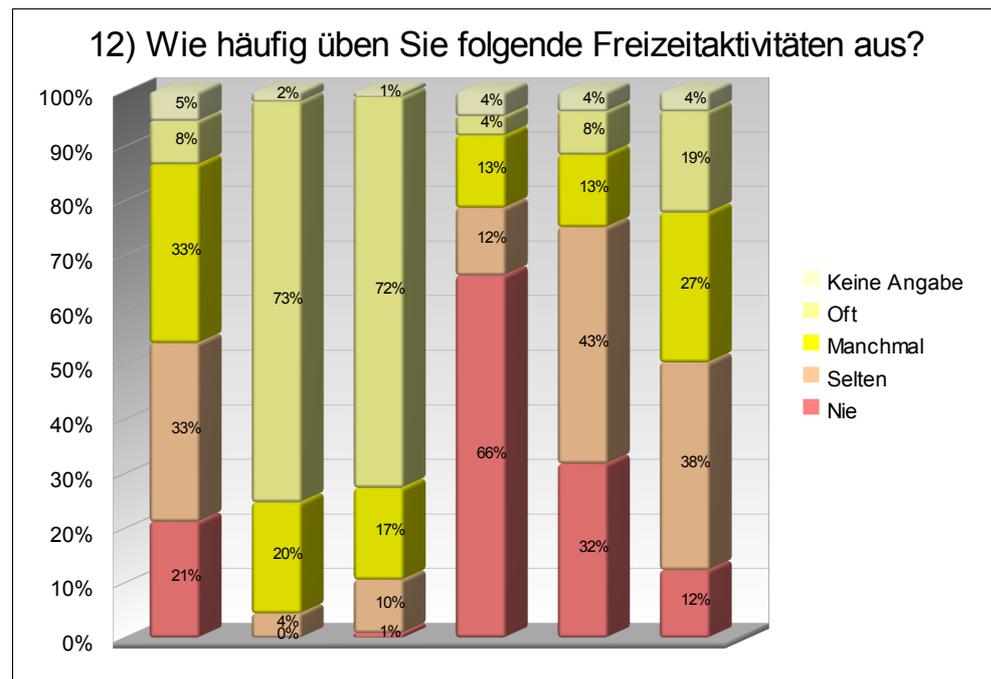


Abb. 15: Auswertung Frage 12: „Wie häufig üben Sie folgende Freizeitaktivitäten aus?“

Von links nach rechts:

Kunstaussstellungen oder Galerien besuchen

Bücher lesen (auch Fachbücher, aber keine Zeitschriften o.ä.)

Eine Lokalzeitung wie die „Lübecker Nachrichten“ lesen

Eine Boulevardzeitung wie die „Bild“ lesen

Eine überregionale Tageszeitung wie die „FAZ“ lesen

Eine Wochenzeitung wie den „Spiegel“ lesen

Am häufigsten lesen die Kunden Bücher und die lokale Presse, am wenigsten Boulevardzeitungen bzw. -zeitschriften. Relativ ausgeglichen sind der Besuch von Kunstaussstellungen oder Galerien und das Lesen von

Wochenblättern. Zum einen erklärt sich daraus die einigermaßen häufige Nennung des Themeninteresses „Kunst“, zum anderen wird aber auch ein vielseitiges Interesse deutlich, da Wochenzeitungen zum Großteil Wirtschaft und Politik, aber auch Themen wie Reisen und Boulevard abdecken.

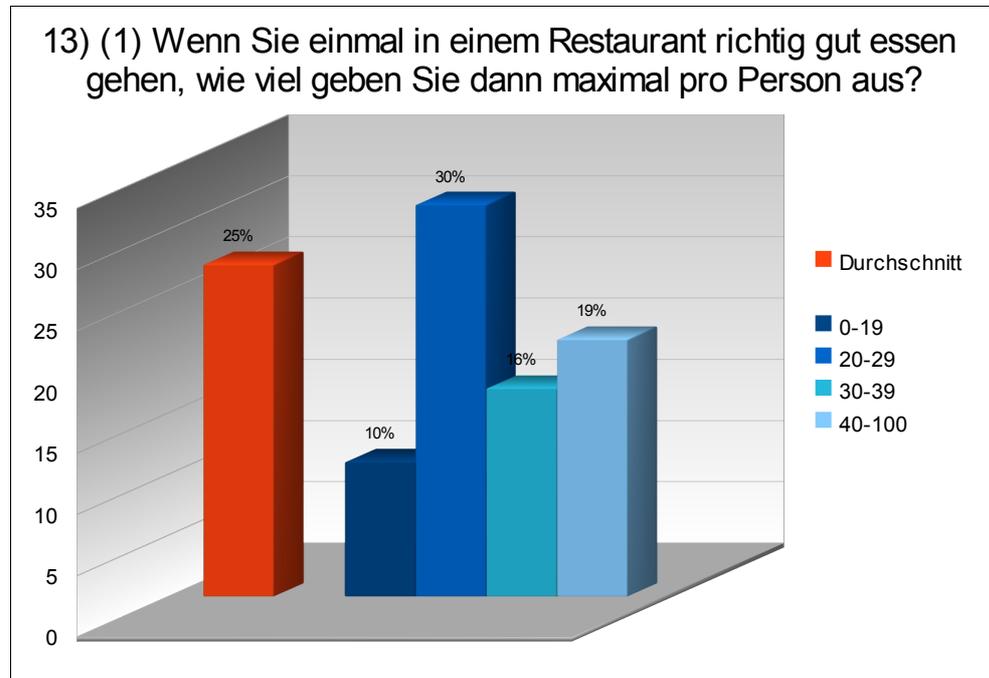


Abb. 16: Auswertung Frage 13, Teil 1: „Wenn Sie einmal in einem Restaurant richtig gut essen gehen, wie viel geben Sie dann maximal pro Person aus?“

Im Durchschnitt geben Stockelsdorfer bei einem Restaurantbesuch ca. 26,00 Euro pro Person aus – das deckt sich auch mit der häufigsten Angabe in der Kundenbefragung: Dort wurden von rund einem Drittel der befragten Werte von 20 bis 30 Euro angegeben. Eine relativ gute Situierung zeigt sich aber auch durch die 16 bzw. 19 Prozent, die entweder 30 bis 39 bzw. 40 Euro und mehr für ein Essen bezahlen.

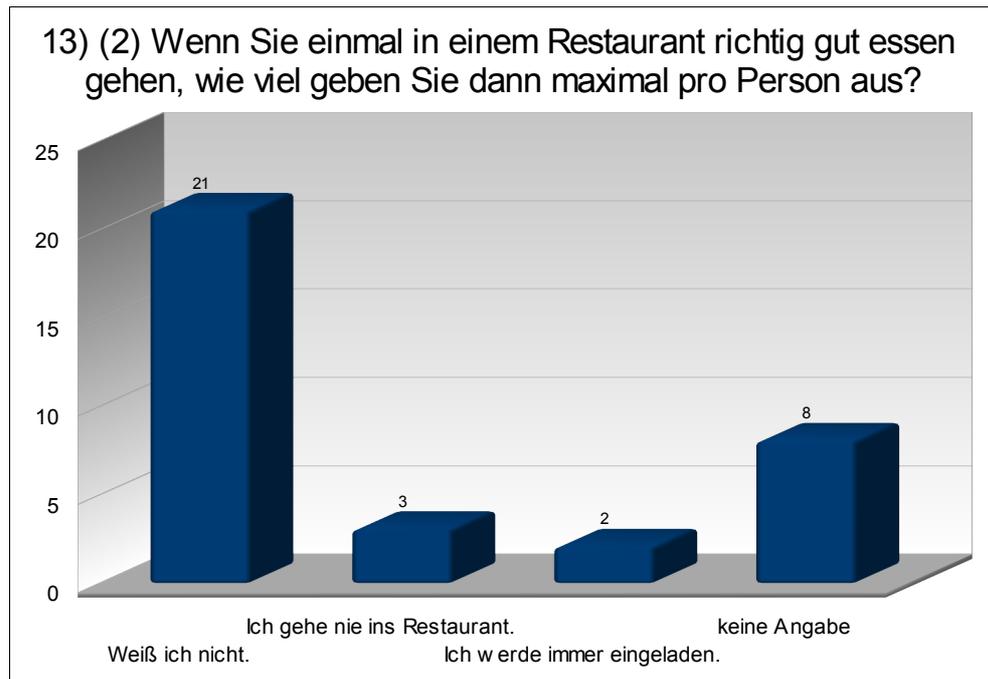


Abb. 17: Auswertung Frage 13, Teil 2: „Wenn Sie einmal in einem Restaurant richtig gut essen gehen, wie viel geben Sie dann maximal pro Person aus?“

Dabei weiß ein großer Teil der Befragten auch nicht, wie viel er ausgibt – entweder bestand Unschlüssigkeit bezüglich der Definition eines „Restaurants, in dem man richtig gut essen geht“, die Befragten konnten sich tatsächlich an keinen Betrag erinnern oder sie nutzten die Angabe „Weiß ich nicht“ als Alternative zu gar keiner Angabe – tatsächlich stieß die Frage nach dem maximal ausgegebenem Geldbetrag auf die größte Ablehnung.

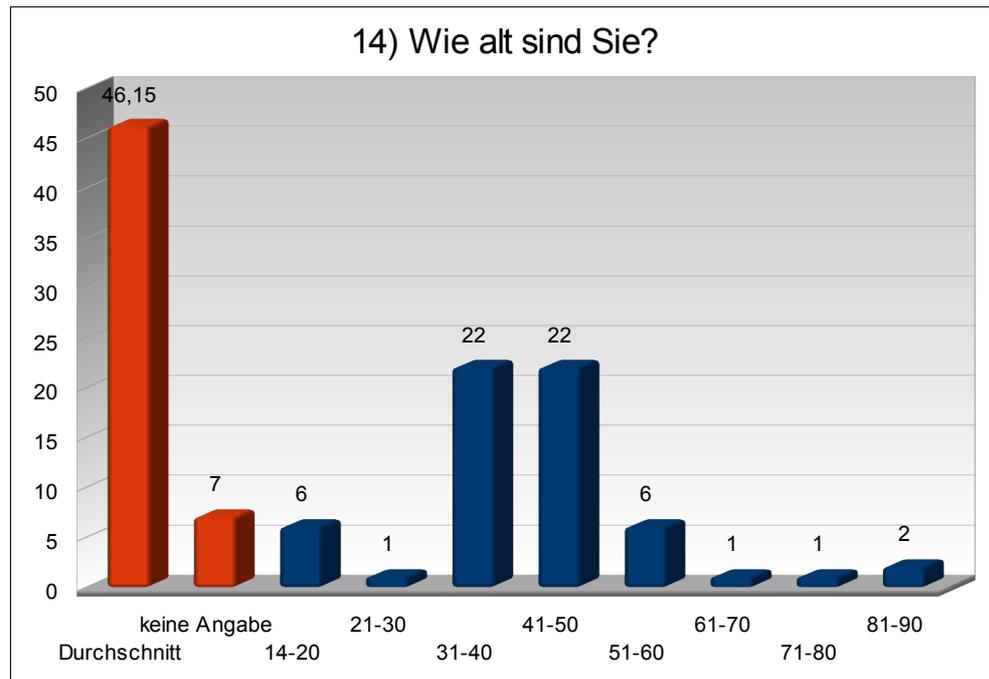


Abb. 18: Auswertung Frage 14: „Wie alt sind Sie?“

Der durchschnittliche Büchereibesucher ist 46 Jahre alt. Die meisten haben in diesem Alter bereits eine Familie gegründet und sind im Beruf fest verankert. Die meisten Altersangaben befinden sich in zu je gleichem Teil in den Klassen 31-40 Jahre und 41-50 Jahre. Während in ersterer gerade Familien gegründet werden oder gegründet worden sind, sind meistens kleinere oder schulpflichtige Kinder vorhanden, während die Kinder der bis 50-Jährigen gerade im Begriff sind, ihr Elternhaus zu verlassen oder schon verlassen haben. In beiden Fällen kann nicht sicher gesagt werden, ob die jungen Leser von 14- 20 Jahren – und folglich wahrscheinlich auch noch jüngere - „freiwillig“ die Bücherei benutzen oder von ihren Eltern angeleitet werden. Da auch die Altersverteilung bei den Älteren weniger und unregelmäßig ausgeprägt ist, muss die Bücherei in Stockelsdorf entsprechend reagieren: Der Bestand, der für die überwiegende Nutzung durch Familien bestimmt ist, kann gepflegt werden wie bislang, natürlich stets unter Berücksichtigung des Interessenwandels und gerade im Gespräch befindlicher Themen. Ansonsten muss der Kinder- und Jugendbestand

besser evaluiert, vielleicht auch sortiert werden: Nur durch ein ansprechendes Kinder- und Jugendangebot können auf Dauer nachhaltig Neukunden gewonnen werden, wenn zu einem späteren Zeitpunkt auch der Übergang in den Erwachsenenbereich gelingt.



Abb. 19: Auswertung Frage 15: „Sind Sie männlich? Weiblich?“

Die überwältigende Mehrheit in der Gemeindebücherei Stockelsdorf ist weiblich. Obwohl diese Aussage nur auf die befragten Kunden zutrifft, wird damit das Klischee der Frau als klassischer Buchleser auch weiterhin bedient. Für die Bücherei ist damit die unangenehme Erkenntnis verbunden, einen „männerfeindlichen“ Bestand zu besitzen oder diesen zu wenig zu bewerben: Die Bücherei sollte sich also ihren Bestand besehen und analysieren, wieviele Medien zu welchem Thema vorhanden und wie gut sortiert bzw. präsentiert sind; im Zusammenhang damit sollte man dann auch das Nutzerverhalten männlicher Leser beobachten, um herauszufinden, wo fehlgeleitetes oder ungenutztes Potential ruht. Dieses Potential ist dann in der Erwerbung und gegebenenfalls auch in vermehrter

Öffentlichkeitsarbeit (Pressemeldungen, Präsenz in Sport- und Schützenvereinen, Themenwänden...) umzusetzen.

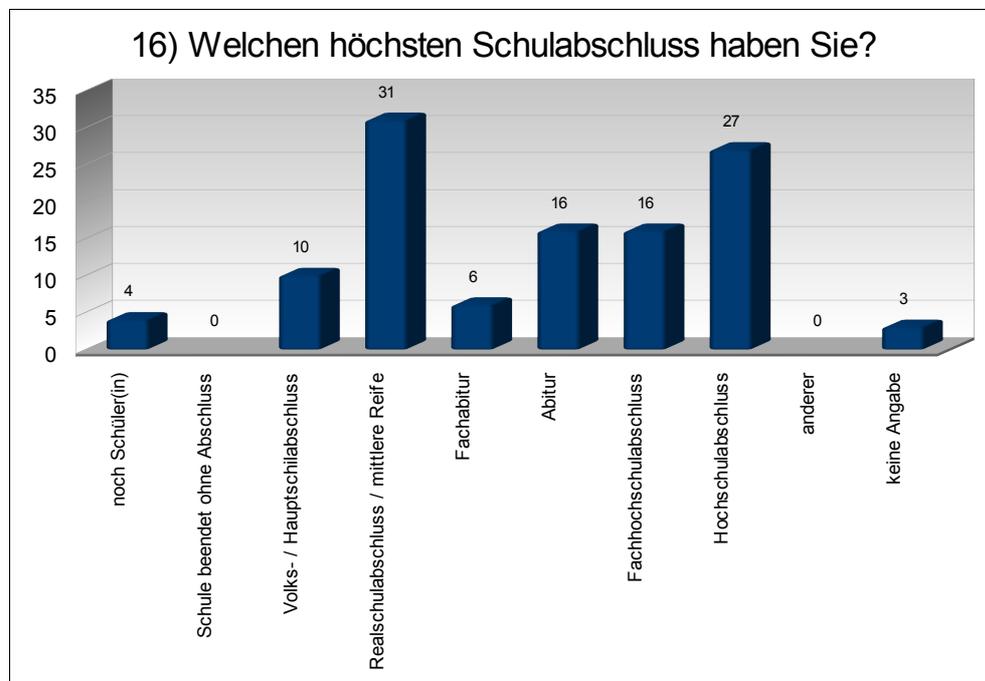


Abb. 20: Auswertung Frage 16: „Welchen höchsten Schulabschluss haben Sie?“

Obwohl in der Grafik der Realschulabschluss bzw. die mittlere Reife von den Bibliotheksnutzern als am häufigsten genannt ausgewiesen wird, gehören die Nutzer summarisch dennoch durch (Fach-)Hochschulabschlüsse zu der „Bildungselite“. Damit entspricht der Bildungsgrad der Bibliotheksnutzer dem durchschnittlichen Bildungsgrad des Bibliotheksnutzers in Deutschland schlechthin (vgl. BIBLIOTHEKSPORTAL 2011). Dies wird auch von den entsprechenden Untersuchungen Jahre danach noch gestützt, wie bereits bei den Hauptaltersklassen der Kundschaft in Stockelsdorf gesehen werden konnte (vgl. ebenda). Die Bücherei hat damit wie viele andere Bibliotheken das Problem, zwar gebildeteren, gut situierten Schichten zu erreichen, in die darunterliegenden jedoch nur bedingt vorzudringen. Dem lässt sich durch eine verstärkte

Präsenz in Schulen, z.B. durch Plakate und Flyer sowie Öffentlichkeitsarbeit in Zeitungen und Vereinen abhelfen; zumindest aber lässt sich so eine Tendenz setzen. Beispielsweise befindet sich nur zwei Straßen weiter die Stockelsdorfer Gemeinschaftsschule, ehemals Haupt- und Realschule, die durch die Schulreform zusammengelegt wurden.

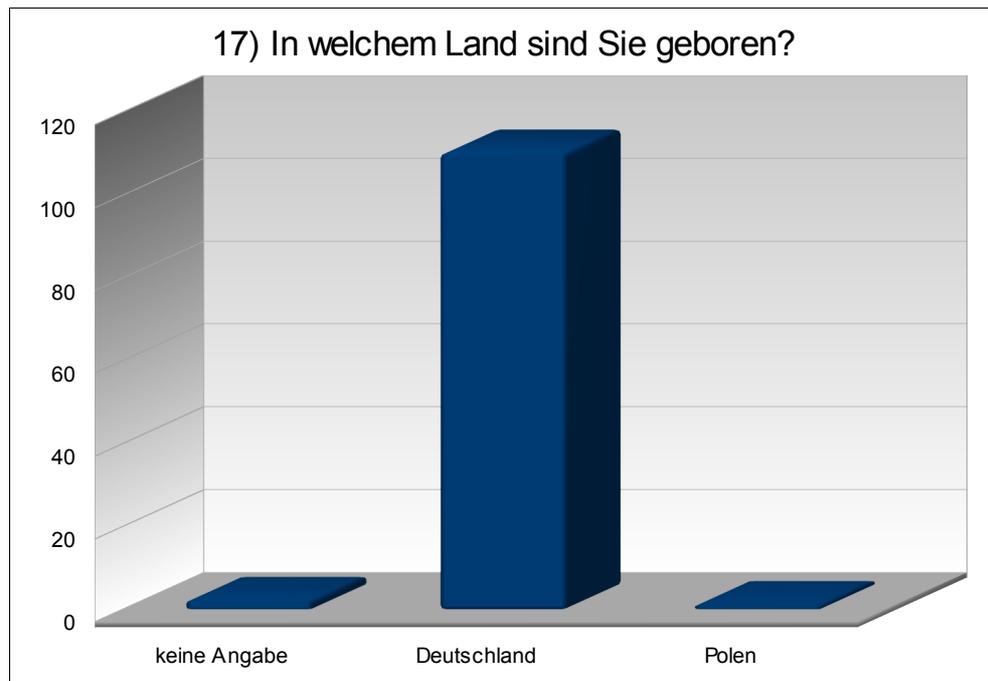


Abb. 21: Auswertung Frage 17: „In welchem Land sind Sie geboren?“

Das Umfrageergebnis ist eindeutig: Bis auf eine in Polen geborene Person sind alle Büchereibenutzer in Deutschland zur Welt gekommen. Die Bücherei kann dadurch davon ausgehen, dass ihre Leser die deutsche Sprache gut bis sehr gut beherrschen und auch alle Deutsch innerhalb ihrer Familien sprechen, was den Bedarf an fremdsprachiger Literatur, abgesehen von den an Schulen unterrichteten Fremdsprachen, erheblich einschränkt.

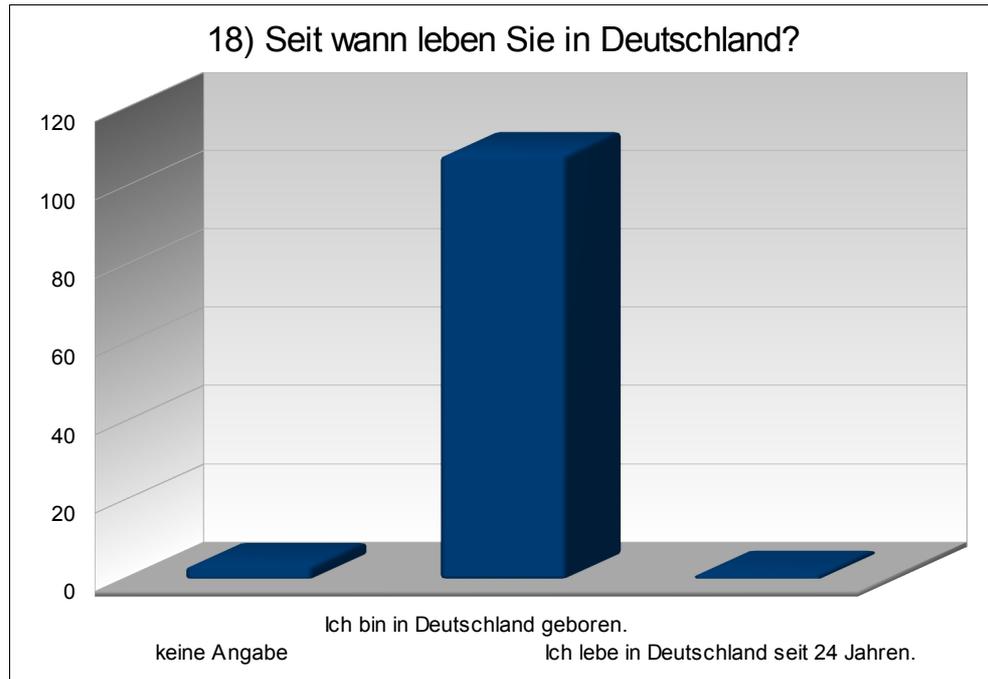


Abb. 22: Auswertung Frage 18: „Seit wann leben Sie in Deutschland?“

Als Äquivalent zur vorhergehenden Frage ist demnach Frage 18 anzusehen: Fast alle Leser wurden in Deutschland geboren. Ein außerhalb Deutschland zur Welt gekommener Leser lebt seit 24 Jahren in Deutschland. Die Schlussfolgerungen entsprechen im Wesentlichen denen der Auswertung zu Frage 17.



Abb. 23: Auswertung Frage 19: „Welche Sprache sprechen Sie innerhalb Ihrer Familie?“
(Mehrfachnennungen möglich)

Wer in Deutschland geboren wurde, spricht nicht zwangsläufig nur Deutsch. Dieser Ansatz wird – wenn auch in bescheidenem Maße – durch die Ergebnisse der 19. Frage bestätigt.

Drei Personen gaben an, neben Deutsch auch Plattdeutsch zu sprechen. Zwei Personen sagten, dass sie neben Deutsch auch Englisch bzw. ausschließlich Englisch in ihrer Familie sprächen. Isländisch, Italienisch sowie Türkisch wurden jeweils nur einmal genannt. Die Bücherei steht aufgrund der geringen Nennungen von Fremdsprachen vor der Entscheidung, für wenige Bibliotheksnutzer in begrenztem Maße Literatur in den entsprechenden Fremdsprachen anzubieten und diese dann entsprechend zu bewerben, um die nötige Aufmerksamkeit auf diesen Teil des Bestandes zu lenken – dies würde zweifelsohne dem Prestige der Bücherei zugute kommen und für ihr Niveau sprechen – oder aber darauf zu verzichten, um die Geldmittel für Medien einzusetzen, die eine größere Nachfrage und damit einen erhöhten „Nutzen“ für alle Büchereibenutzer

vermuten lassen.

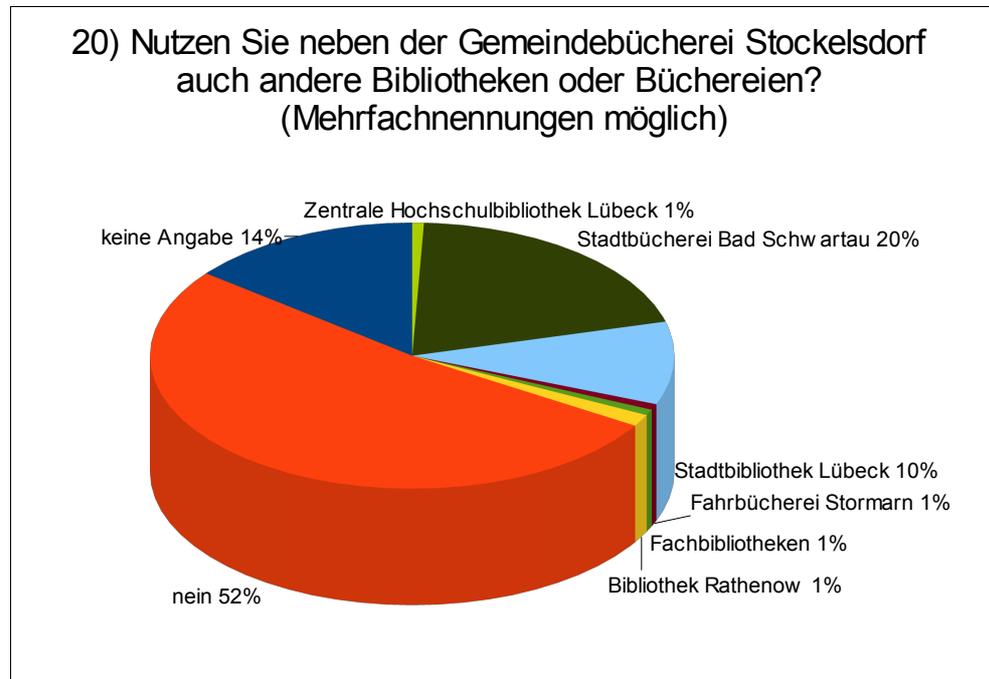


Abb. 24: Auswertung Frage 20: „Nutzen Sie neben der Gemeindebücherei Stockelsdorf auch andere Bibliotheken oder Büchereien? (Mehrfachnennungen möglich)“

Bei dieser Frage waren so gut wie keine Mehrfachnennungen von Bibliotheken oder Büchereien vorhanden, sofern auch andere Bibliotheken benutzt werden. Die Leser in Stockelsdorf nutzen zur Hälfte ausschließlich die Gemeindebücherei, zur anderen Hälfte auch andere Bibliotheken und Büchereien. Dies ist aufgrund der 14 Prozent, die keine Angabe dazu machten, eine geschätzte Größe, die aber dem Nutzungsverhalten aller Bibliotheksnutzer entsprechen dürfte. Begründen lässt sich dies mit den angegebenen Bibliotheken und der Nutzungshäufigkeit, die durch die erste Frage erhoben worden ist.

Zehn Prozent nutzen parallel die Stadtbibliothek Lübeck und jeweils ein Prozent die Bibliothek Rathenow, die Fahrbücherei Stormarn, Fachbibliotheken und die Zentrale Hochschulbibliothek Lübeck. Für die Gemeindebücherei Stockelsdorf sind sowohl Fachbibliotheken als auch die

Zentrale Hochschulbibliothek als „Konkurrenz“ zu vernachlässigen, da es sich um wissenschaftliche Bibliotheken bzw. Bibliotheken der Stufe 2 für den gehobenen Bedarf (vgl. BUNDESVEREINIGUNG DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBÄNDE 1994, S.11) mit folglich komplett anderem Profil und anderen Aufgabenspektren handelt. Die Nutzung der Fahrbücherei und der Bibliothek in Rathenow ist durch geografische Gegebenheiten und der damit verbundenen, räumlichen Distanz zu der Gemeindebücherei Stockelsdorf zu erklären: Dies würde teilweise auch konform gehen mit der Benutzungshäufigkeit von weniger als bzw. ein bis zweimal im Monat. Die Stadtbücherei Bad Schwartau hingegen wird von 20 Prozent der Stockelsdorfer Leser gleichzeitig genutzt und entspricht derselben Funktionsstufe wie die Gemeindebücherei Stockelsdorf. Die in der Einleitung gemachten Angaben der Büchereileitung können mit diesem Ergebnis nur bestätigt werden; die Gemeindebücherei kann daher erwägen, mit der Stadtbücherei Bad Schwartau Erwerbungsabsprachen zu treffen bzw. Aktivitätsschwerpunkte zu setzen, wenn es beispielsweise um Lesungen und dergleichen geht. Dies würde natürlich ähnliche Analysen auch in Bad Schwartau voraussetzen. Eventuell sind diese am Ort sogar schon vorhanden. Wie genau diese Absprachen aussehen und umgesetzt werden könnten, müssen die Bibliotheken dabei betreffend ihrer jeweiligen Zielgruppen selbst entscheiden. Im Hinblick auf die vorhergehenden Auswertungen könnte aber beispielsweise als eine von vielen Möglichkeiten erwogen werden, von Bad Schwartau ein ausgedehnteres Fremdsprachenspektrum anlegen zu lassen als in Stockelsdorf – was auch im Hinblick auf das Vorhandensein zweier Gymnasien vor Ort empfehlenswert erscheint – und damit verbunden ein größeres Angebot an Medien für Schule und Ausbildung sowie berufliche Weiterbildung bereit zu stellen. Umgekehrt kann Stockelsdorf beispielsweise verstärkt Unterhaltungsliteratur wie stets die aktuellsten Spiegel-Bestseller anschaffen und das Angebot an „Familienangeboten“ wie so genannte Familienfilme,

Fest- und Spaßmedien oder auch Brettspiele in ihren Bestand aufnehmen.

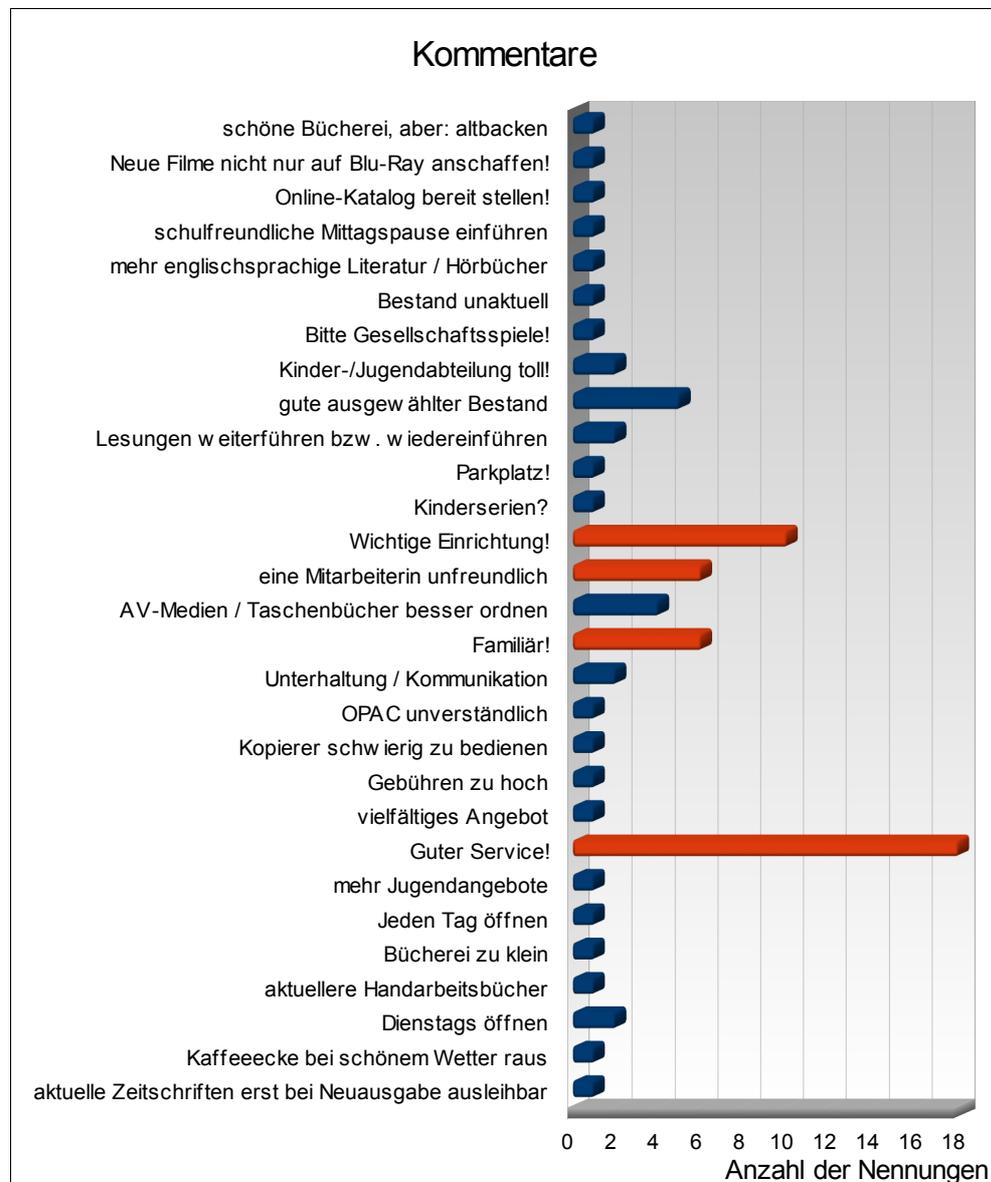


Abb. 25: Auswertung der Kommentare

Warum die Öffnungszeiten als nur mittelmäßig bewertet wurden, lässt sich anhand der Kommentare genauer feststellen: Die Leser wünschen sich eine schulfreundlichere Mittagspause (die Gemeinschaftsschule hat um ca. 13.20 Uhr Schulschluss, die Bücherei aber von 13.00 Uhr bis 14.30 Uhr Mittagspause), geöffnete Diensttage, durchgehende Öffnungszeiten und

sogar eine Sieben-Tage-Woche. Im Übrigen wurden Kommentare fast nur einmal angegeben: AV-Medien und Taschenbücher sollen systematisiert bzw. besser geordnet werden, ein Online-OPAC ist ausdrücklich erwünscht, Brettspiele sollen in den Bestand aufgenommen werden,...

Besonders betont haben die Kunden ihre Zufriedenheit bezüglich des Services (Subsumiert wurden hier die positive Aufnahme des Angebots an Erfrischungen, Beratung und Auskunft, das Fernleihangebot, u.a. bibliothekarischen Dienstleistungen). Ausdrücklich wurde auf die Wichtigkeit der Gemeindebücherei für die Gemeinde Stockelsdorf und der familiären Atmosphäre (darunter fallen der literarische Austausch mit den Mitarbeiterinnen, der namentlichen Anrede aus dem Stehgreif, der Möglichkeit privater Gespräche mit den Mitarbeiterinnen,...) hingewiesen.

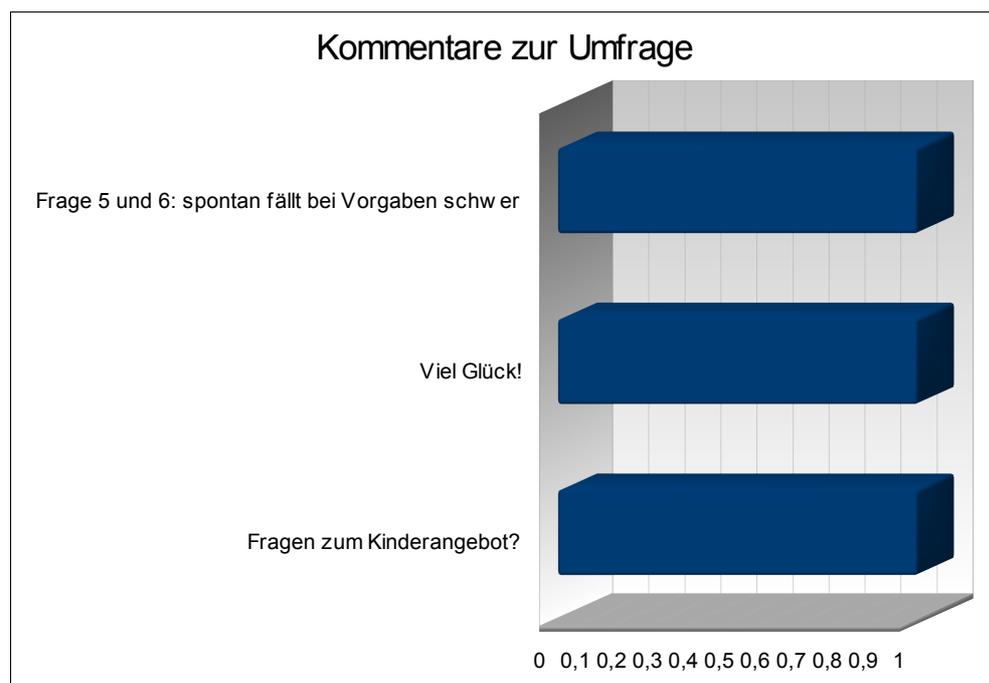


Abb. 26: Auswertung der Kommentare zur Umfrage

Nur drei Kunden äußerten sich direkt zur Umfrage:

Bemängelt wurden bei Frage 5 und 6 die durch das Geben von Beispielen fehlgeleitete Spontaneität der Antworten. Vermisst wurden zudem Fragen

zum Kinder- und Jugendangebot. Wie bereits angeführt, liegt der Grund im Weglassen selbiger bei der Altersfreigabe des Fragebogens. Zudem stellt sich die Frage, ob die Leser durch Aufnahme entsprechender Items überhaupt in der Lage wären, Antworten abzugeben, weil sie die Kinder- und Jugendabteilung z.B. nicht kennen oder für ihre Kinder antworten. Außerdem bestünde durch Letzteres die Möglichkeit, fehlgeleitete Entscheidungen beim Bestandsaufbau zu treffen, wenn Eltern und Verwandte den Kinderbestand als angemessen beurteilen, die Kinder selbst aber keinen Gefallen an ihm fänden und dies wegen ihres Alters nicht äußern könnten, wenn die hier genannte Altersgrenze bestünde. Hilfreicher an dieser Stelle kann die Arbeit mit den Kindern selbst sein, z.B. durch kleine Bestandsworkshops oder Besuche in Schulen bzw. entsprechende Gespräche bei Bibliotheksführungen für Kinder. Ein Kunde wünscht der Verfasserin überdies viel Glück beim Gelingen ihrer Arbeit.

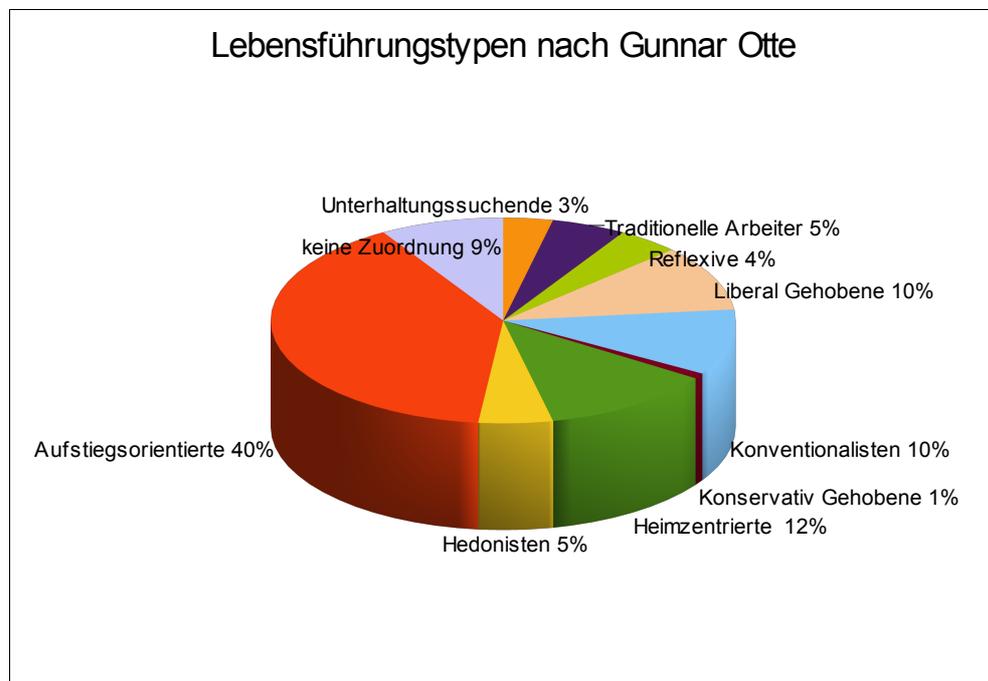


Abb. 27: Klassifizierung der Kunden in Lebensführungstypen

Bei der Zuordnung der Leser nach Lebensstilen ergibt sich ein mit 40 Prozent eindeutiger Schwerpunkt zu den Aufstiegsorientierten. Zwölf Prozent lassen sich den Heimzentrierten zuordnen und jeweils zehn Prozent den Liberal Gehobenen bzw. Konventionalisten. Die Eigenschaften der Typen wurden bereits unter „Die Lebensführungstypologie nach Gunnar OTTE“ erläutert.

Durch die Zusammensetzung dieser Lebensstile ergibt sich für die Gemeindebücherei Stockelsdorf in Bezug auf die SINUS-Milieus folgendes Bild:

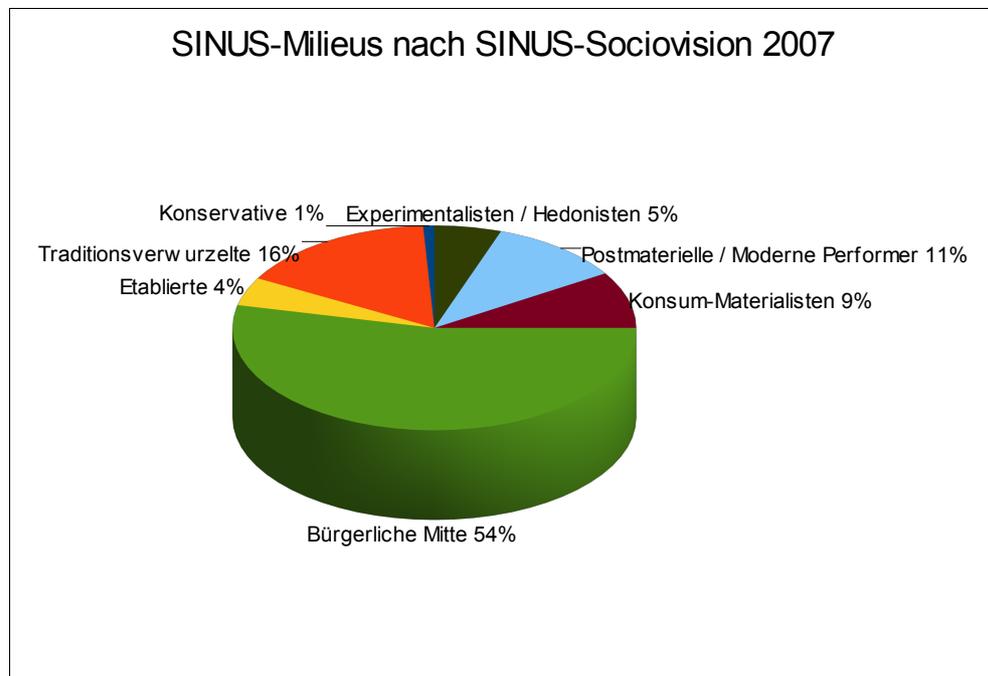


Abb. 28: Die SINUS-Milieus in der Gemeindebücherei Stockelsdorf

Wie in der Grafik durch den grünen und orangefarbenen Anteil zu bestimmen ist, ergeben sich für die Gemeindebücherei Stockelsdorf in Bezug auf ihre Zielgruppen eindeutige Handlungspräferenzen: 54 Prozent aller Büchereikunden gehören der Bürgerlichen Mitte an. 16 Prozent sind darüber hinaus Traditionsverwurzelte. Zusammen sind dies 70 Prozent der Kunden in Stockelsdorf. Im Hinblick auf die Übertragung der

Lebensstile auf die SINUS-Milieus (vgl. Anhang 8) und die daraus auch im Tortendiagramm ersichtlichen Mischtypen ist der Schwerpunkt auf die Bürgerliche Mitte und die Traditionsverwurzelten unbestreitbar. Auch hier wurde vormals bereits auf die Charakteristik der SINUS-Milieus von 2007 eingegangen.

4. Die Portfolio-Analyse

Nonprofit-Organisationen sind [...] dadurch gekennzeichnet, dass das Gewinnziel [...] nicht explizit enthalten [ist], sondern eine – wenn auch wichtige – Rahmenbedingung [darstellt]. Stattdessen rücken insbesondere bedarfswirtschaftliche bzw. soziale und gesellschaftliche Ziele als Primärziele [...] in den Mittelpunkt (BRUHN 2005, S. 33).

Wegen dieser Definition ist es umso wichtiger, dass die Nonprofit-Organisation „Bibliothek“ den ihr zur Verfügung stehenden Etat möglichst effektiv im Sinne ihrer Kunden einsetzt, aber auch umso schwieriger, da es keinen Gewinn als Messgröße für den Erfolg gibt. Ein wirkungsvolles Instrument, welches dabei helfen kann, ist das betriebswirtschaftliche Strategieinstrument der Portfolio-Analyse. Diese stellt mittels mathematisch ermittelter Bezugsgrößen eine fundierte, grafische Übersicht von Produkten, Angeboten etc. dar, die eine Grundlage zur Strategie- und Entscheidungsfindung sein kann.

Nachdem diese erklärt und dargestellt worden ist, wird erläutert, wie sie sich konkret auch für Bibliotheken nutzen lässt; es folgen hierauf die Ergebnisse der Portfolio-Analysen für den Bestand der Gemeindebücherei.

4.1. Herkunft und Bedeutung der Portfolio-Analyse

„Ein Portfolio ist eine gedanklich Zusammenfassung der Kapitalanlagen und Vermögensteile einer Person, eines Haushalts oder einer Institution [...]“ (SPREMANN 2006, S. 5). Ausgehend von dieser Definition eines Portfolios hat die zugehörige Portfolio-Analyse, die in den siebziger Jahren des vorherigen Jahrhunderts eingeführt wurde (vgl. SIMON 2002, S.33), ihren Ursprung in der Finanzwirtschaft, für die diese von Harry M. Markowitz entwickelt wurde (vgl. FLECK 2011). Ziel ist bei einer Portfolio-Analyse immer, ein möglichst ausgeglichenes Portfolio zu erhalten, um durch die Zusammenstellung unterschiedlicher Geldanlagen und Wertpapiere sichere und riskante Papiere, Aktien und Anleihen zu mischen, damit das finanzielle Risiko abschätzbar wird und auf das ganze Portfolio gesehen gering ausfällt (vgl. SPREMANN 2006, S 3/4).

Ähnlich verfahren wird bei der Übertragung der Portfolio-Analyse auf Unternehmen, indem die dort definierten Geschäftsfelder als Renditebringer angesehen und den ihnen zugerechneten Chancen und Risiken gemäß bei der Analyse berücksichtigt werden (vgl. SIMON 2002, S. 35). Ziel ist es dabei, unter Akzeptanz eines angemessenen Risikos eine langfristige Unternehmensrentabilität zu sichern, indem die Geschäftsfelder nicht nur in Bezug auf ihren Ist-Zustand, sondern auch im Hinblick auf ihren Soll-Zustand strategisch geplant werden (vgl. SIMON 2002, S. 35).

Bei den Matrizen, die zur Erstellung einer Portfolio-Analyse herangezogen werden, unterscheidet man zwischen dem Marktwachstums-Marktanteils-Portfolio der Boston Consulting Group und dem Marktattraktivitäts-Wettbewerbsvorteil-Portfolio, das McKinsey entwickelte (vgl. FLECK 2011). Das Marktwachstums-Marktanteils-Portfolio besteht aus einer Vier-Felder-Matrix, in der sich die Position eines Produktes bzw. eines Geschäftsfeldes in Bezug auf seinen Marktanteil und sein Marktwachstum ablesen lässt. Vereinfacht handelt es sich um eine Darstellung von Produkten bzw.

Geschäftsfeldern auf der Produktlebenskurve (vgl. SIMON 2002, S. 38). Die Neun-Felder Matrix des Marktattraktivitäts-Wettbewerbsvorteil-Portfolios bezieht im Gegensatz dazu externe Einflussfaktoren stärker ein als die Vier-Felder-Matrix. Die Marktattraktivität setzt sich hierbei zusammen aus dem Marktwachstum sowie der Marktgröße, der Marktqualität, der Energie- und Rohstoffversorgung und der allgemeinen Umweltsituation. Die Wettbewerbsstärke ist die Summe aus der relativen Marktposition und dem relativen Produktpotenzial, dem relativen Forschungs- und Entwicklungspotenzial und der relativen Qualität der Mitarbeiter (vgl. SIMON 2002, S. 45/46).

Für die vorliegende Arbeit ist die Neun-Felder-Matrix von McKinsey jedoch unerheblich, da auf den Medienbestand der Gemeindebücherei Stockelsdorf die Vier-Felder-Matrix der Boston Consulting Group Anwendung finden wird. Die Vier-Felder-Matrix eignet sich besser für das Bestandsmanagement von Bibliotheken, da diese zum einen reine Dienstleistungsunternehmen sind und zum anderen einen gesellschaftlichen, kulturellen Auftrag erfüllen, der ihnen als Non-Profit-Organisation nicht immer erlaubt zu handeln, wie es in der freien Wirtschaft möglicherweise gerade erforderlich wäre. Daher wird im Folgenden auch nur noch vom Marktwachstums-Marktanteils-Portfolio gesprochen.

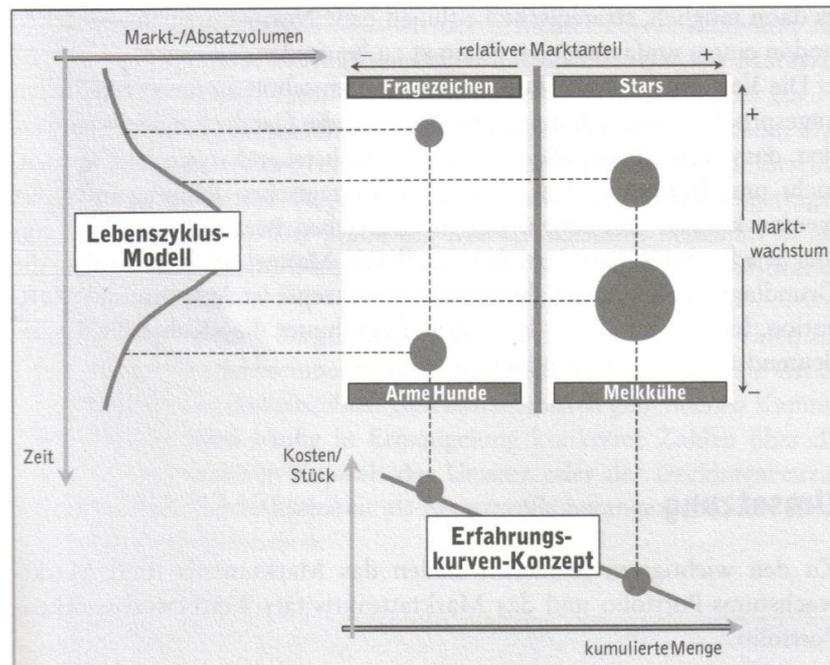


Abb. 29: Theoretische Grundlagen der Marktanteil-Marktwachstums-Matrix (SIMON 2002, S. 37)

Der Grafik gut zu entnehmen sind die Matrix der Portfolio-Analyse und ihr Zusammenhang mit dem Produktlebenszyklus und dem Erfahrungskurven-Konzept. Dabei gibt die Größe der Kreise in der Matrix Auskunft über das gebundene Kapital in den jeweiligen Produkten.

Das Erfahrungskurven-Konzept sagt aus, dass die Herstellungstückkosten immer weiter abnehmen, je mehr Stück eines Produktes produziert werden. Damit steigt zunehmend der Gewinn (vgl. FLECK 2011). Zu erkennen ist dies an der negativen Steigung der grafischen Darstellung des Konzeptes.

Die Produktlebenskurve oder auch das Lebenszyklus-Modell zeigt mit dem Graphen, welche Phasen ein Produkt durchläuft, sobald es in den Markt eingeführt worden ist (vgl. KLEMPIEN 2009a).

Zu Beginn steht die Einführungsphase, wenn der Graph noch mit einer schwachen Steigung verläuft: In dieser Phase liegen die Stückkosten noch sehr hoch und es ist noch unklar, wie die potenziellen Kunden auf das neue Produkt reagieren werden.

Während der Wachstumsphase wird die Kurve merklich steiler: Der Gewinn steigt, weil die Stückkosten immer weiter sinken, da sich nun merklich größere Stückzahlen des Produktes auf dem Markt absetzen lassen.

Befindet sich das Produkt in der Reifephase, beginnt der Umsatz zu stagnieren. Die Steigung wird wieder kleiner und der Graph flacher. Der Großteil des Gewinnes konnte bereits abgeschöpft werden. Trotz einer breiten Produktakzeptanz nimmt das Kundeninteresse ab, der Markt ist gesättigt. Schließlich weist die Kurve eine negative Steigung auf. Diese Phase heißt auch Degenerationsphase. Das betreffende Unternehmen muss in Bezug auf sein Produkt über einen Marktaustritt nachdenken.

In der Vier-Felder-Matrix werden Produkte in der Einführungsphase als Fragezeichen bezeichnet: Ihr Marktanteil ist noch klein, obwohl ihr Geschäftsfeld teilweise von einem hohen Marktwachstum gekennzeichnet ist. Die Chancen, dass die Fragezeichen als Star aus ihrer Position hervorgehen, sind ebenso groß wie jene, noch vor dem Durchlauf des Produktlebenszyklus wieder aus dem Markt auszuschneiden (vgl. SIMON 2002, S. 40).

Stars sind die „Wachstumsmotoren“ eines Unternehmens und befinden sich in der Wachstumsphase. Da sie sowohl ein hohes Marktwachstum als auch einen hohen Marktanteil aufweisen, erwirtschaften sie einen breiten Gewinn, der durch zunehmende Investitionen noch gesteigert werden kann (vgl. ebenda).

Zu Beginn der Reifephase weist die Portfolio-Matrix betreffende Produkte als Milchkühe aus, wenn weiterhin ein hoher Marktanteil besteht.

Milchkühe sind meist derart auf dem Markt etabliert, dass sie keiner großen Investitionen mehr bedürfen und dadurch andere, vielversprechende Produkte refinanzieren (vgl. ebenda, S. 41).

Sinkt der Gewinn eines Produktes stark oder tritt sogar Verlust ein, spricht man bei der Portfolio-Analyse von Armen Hunden: Sie befinden sich in der Degenerationsphase und weisen kein nennenswertes Marktwachstum als

auch keinen großen Marktanteil mehr auf. Märkte von Armen Hunden stagnieren oft oder wachsen so langsam, dass keine positive Rentabilität eingesetzter Mittel mehr vorliegt (vgl. ebenda).

Als strategische Entscheidungshilfe dienen bei der Portfolio-Analyse vier Normstrategien, eine für jeden Quadranten der Vier-Felder-Matrix, als Entscheidungshilfe (vgl. KLEMPIEN 2009b).

1. Investitionsstrategie: In vielversprechende Fragezeichen wird investiert, um ihren Marktanteil zu vergrößern und sie in den Quadranten der Stars zu führen. Greift die Strategie aber nicht, ist eine rasche Deinvestition anzuraten, um möglichst wenig Geldmittel zu verlieren und andere Fragezeichen rechtzeitig zu fördern.
2. Wachstumsstrategie: Durch weitere Investitionen soll die aktuelle Marktposition gestärkt und ausgebaut sowie gegen die Vorhaben der Konkurrenz verteidigt werden. Selbiges gilt auch für den Kostenaspekt in Bezug auf Kostenvorteile. Diese Strategie findet überwiegend Anwendung für Star-Produkte.
3. Abschöpfungsstrategie: Wie bei Milchkühen möglich, werden Gewinne abgeschöpft und in andere Geschäftszweige und Produkte investiert. Obwohl nach wie vor die Bemühung um Erhalt der Marktposition steht, sollten zur Vorsicht bereits ein schonender Abstoß des Produktes und eine mögliche, alternative Milchkuh geplant werden.
4. Deinvestitionsstrategie: Schließlich erfolgt der Abstoß der Armen Hunde, die im Idealfall einstige Milchkühe sind und den Produktlebenszyklus durchlaufen konnten. Dadurch sollen Mittel

freigesetzt werden, um diese gewinnbringend an anderer Stelle einsetzen zu können. Um Verluste in Grenzen zu halten, sollte die Abstoßung möglichst rasch geschehen.

Diese Strategien haben Auswirkungen auf den Marktanteil eines Geschäftsfeldes; das Marktwachstum vermögen sie nicht zu beeinflussen (vgl. BURMANN 2008, S. 265).

Die Portfolio-Analyse ist ein vergleichsweise leicht umzusetzendes Instrument: Grundsätzlich werden immer nur die Chancen und Risiken eines Geschäftsfeldes „durch ein System vom Bestimmungsfaktoren zum Ausdruck gebracht“ (BURMANN 2008, S. 265). Diese Bestimmungsfaktoren sind die Hauptdimensionen der zwei Achsen sowie der strategischen Priorität, die das Unternehmen einem Geschäftsfeld beimisst. Davon ausgehend, wird dieses nunmehr strategische Geschäftsfeld in der Matrix positioniert (vgl. BURMANN 2008, S. 265).

Am Ansatz der Portfolio-Analyse wird allerdings die beständige Fokussierung auf die Marktwachstumsdimension kritisiert und damit verbunden der einseitige Investitionsfluss der diesen Ansatz praktizierenden Unternehmen; zudem werden möglichen Synergien zwischen zwei strategischen Geschäftsfeldern keine Aufmerksamkeit geschenkt und auch die Manipulierbarkeit einzelner strategischer Geschäftsfelder durch unterschiedliche Gewichtungen ist ein Kritikpunkt. Wenn gleiche Mittelwerte bei der Berechnung auftreten, sind die Spezifitäten der einzelnen Geschäftsfelder ebenfalls nicht mehr unterscheidbar (vgl. FLECK 2011).

Die Unterstützungsfunktion der Portfolio-Analyse in Bezug auf die Unternehmensstrategie ist jedoch unbestritten. Ebenso können Entscheidungsprozesse direkter und zielgerichteter stattfinden, da die

Unternehmenskommunikation durch die eindeutige, grafische Darstellung der strategischen Geschäftsfelder in der Portfolio-Matrix verbessert wird: Informationslücken tauchen fast nicht mehr auf. Auch die Strukturübersicht, die die Portfolio-Analyse bei ihrer Durchführung automatisch liefert, ist ein wichtiger Faktor zu ihren Gunsten (vgl. FLECK 2011).

4.2. Die Portfolio-Analyse in Bezug auf Bibliotheken

Ausgehend von den Darstellungen des Vorkapitels wird ersichtlich, dass die Portfolio-Analyse sich auch als Instrument für das Bestandsmanagement in Bibliotheken eignet (vgl. SCHADE 2010).

BALL weist darauf hin, dass der Ansatz der Portfolio-Analyse im bibliothekarischen Bereich keine Neuheit ist (BALL 2001), setzt das Instrument aber nicht nur für den Bibliotheksbestand, sondern auch für die Beurteilung bibliothekarischer Dienstleistungen ein (vgl. ebenda). Wie auch Frauke SCHADE bemerkt, ergeben sich bei dieser Vorgehensweise starke Messprobleme (vgl. SCHADE 2010, S.123): Habe ich die Fernleihe tatsächlich genutzt, wenn ich das Buch niemals ausgeliehen habe? Habe ich an der Information schon eine Auskunft eingeholt, wenn ich nur wissen wollte, wo die Toiletten sind? Nutze ich durch das Betreten des Lesesaals bereits dieses Angebot oder muss ich mich zumindest an einen freien Platz gesetzt haben? Zwar erwirtschaften Bibliotheken keinen Gewinn, ihr Unternehmenserfolg ist jedoch als Kundennachfrage in Form von Ausleihen messbar (vgl. BERKE 2011a, S. 89/90). Dabei ist diese Messung eindeutig: Ich lasse ein Medium verbuchen und habe es damit ausgeliehen. Ich buche dasselbe Medium zurück und führe es dadurch wieder dem Zugriff durch andere Nutzer zu. Dabei verliert dieser Vorgang auch nicht seine Bedeutung, wenn ich die CD daheim nie angehört habe oder sie zwei Tage früher zurückbringe als die

Leihfrist mir gestatten würde: Die CD ist entweder verfügbar oder ausgeliehen.

Diese Messbarkeit ist zugleich eine Einschränkung, weil die Ausleihfrequenzen für eine Vergleichbarkeit innerhalb der Portfolio-Matrix identisch sein müssen. „Andernfalls ergäbe sich eine Verfälschung durch den sich quasi automatisch ergebenden, höheren Umsatz einer Gruppe mit kürzerer Leihfrist und eine Vergleichbarkeit wäre auf diese Weise nicht mehr gegeben [...]“ (BERKE 2011a, S. 90). Im Falle der Gemeindebücherei Stockelsdorf hieße das beispielsweise, die vor Ort vorhandenen Spielfilm-DVDs sowie die Belletristik nicht zusammen in derselben Portfolio-Matrix abbilden zu können, obwohl beide Medien zur „Schönen Literatur“ zählen, also demselben Strategischen Geschäftsfeld angehören (vgl. SCHADE 2010, S. 121), da belletristische Werke 28 Tage, DVDs jedoch nur sieben Tage entleihbar sind und zudem nicht verlängert werden können. Dieser Umstand ist umso schwerwiegender, da im System der Büchereizentrale Schleswig Holstein Verlängerungen nicht mehr als Ausleihe gezählt werden, worauf in der Einleitung bereits hingewiesen wurde.

Für die Portfolio-Analyse im bibliothekarischen Kontext sind die Bestandskennzahlen von elementarer Bedeutung, weil auf ihrer Grundlage die Position der einzelnen Bestandssegmente in der Matrix errechnet wird. Es sind dies der Ausleih- sowie der Bestandsanteil, die Effizienz und der Umsatz mit seiner Entwicklung (vgl. SCHADE 2010, S.125/126).

$$\text{Bestandsanteil} = \frac{\text{Bestand einer Bestandsgruppe}}{\text{Gesamtbestand}}$$

Der Bestandsanteil gibt Auskunft darüber, welchen Anteil am Gesamtbestand ein Bestandssegment bzw. eine Bestandsgruppe ausmacht.

$$\text{Ausleihanteil} = \frac{\text{Ausleihen einer Bestandsgruppe}}{\text{Ausleihen insgesamt}}$$

Der Ausleihanteil zeigt den Anteil der Ausleihen des gewünschten Bestandssegmentes bzw. der Bestandsgruppe an der Gesamtausleihe einer Bibliothek.

$$\text{Effizienz} = \frac{\text{Ausleihanteil}}{\text{Bestandsanteil}}$$

Der Effizienzquotient drückt das Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage bezüglich des Medienbestandes aus. Der relative Marktanteil in der Portfolio-Matrix wird daher durch die Effizienz des Bestandes ersetzt. Ein Effizienzquotient von eins weist ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Nachfrage und Angebot aus; ein Effizienzquotient von kleiner als eins zeigt, dass der Bestand im Verhältnis zur Nachfrage zu groß ist, ein Wert von größer als eins weist hingegen auf ein zu kleines Angebot von Seiten der Bibliothek im jeweiligen Bestandssegment oder der Bestandsgruppe hin (vgl. UMLAUF 1997, S. 135).

$$\text{Umsatz} = \frac{\text{Ausleihen } \mathfrak{J} \text{ Jahr}}{\text{Bestand}}$$

Der Umsatz drückt allgemein das Verhältnis der Jahresausleihen zur Bestandsgröße desselben Jahres aus. Dabei bleibt es dem Analysanden überlassen, in welcher Größenordnung er dieses Verhältnis berechnen will: Möglich sind sowohl die Beziehung eines Mediums zu seinem Bestandssegment als auch die Beziehung des Mediums zum Gesamtbestand der Bibliothek.

$$\text{Umsatzentwicklung} = \left(\frac{\text{Umsatz einer Bestandsgruppe aktuell}}{\text{Summe der Umsätze}} - 1 \right) 100$$

Die Umsatzentwicklung ersetzt in der Portfolio-Matrix das Marktwachstum. Sie gibt prozentual an, wie sich der Umsatz einer beliebigen Bestandsgruppe im Vergleich zum Vorjahr verändert hat.

Bei der grafischen Darstellungen der Ergebnisse ist zu beachten, dass die y-Achse des Koordinatenkreuzes die x-Achse stets bei 0,7 schneidet; es ist aber auch legitim, dass die Bibliothek diesen Wert auf 1,3 heraufsetzt, da Konrad UMLAUF (1997, S. 135) diesen Toleranzbereich für die Effizienz angibt. Die Entscheidung kann von den Maßstäben, die die analysierende Bibliothek für sich selbst ansetzt, als abhängig gesehen werden.

Die Höhe der x-Achse auf der y-Achse wird durch den Mittelwert der Umsatzentwicklung festgelegt, also der Summe der Umsatzentwicklung geteilt durch die Anzahl der Bestandsgruppen (vgl. SCHADE 2010, S. 128). So wie man die Portfolio-Analyse auf das Bestandsmanagement von Bibliotheken übertragen kann, können nach Frauke SCHADE (vgl. SCHADE 2010, S.120) auf dieses auch die Normstrategien der Portfolio-Analyse angewandt werden:

Fragezeichen → Bestandsgruppen, die sich in diesem Quadranten befinden, sollten beobachtet werden; es ist möglich, dass sich solche Bestandsgruppen zu Stars entwickeln, aber ebenso kann es sein, dass sie zu den Armen Hunden wechseln, ohne den Kreislauf in der Portfolio-Matrix durchschritten zu haben. Daher sollten Investitionen in dieser Gruppe gleichbleibend gehalten werden, bis sich eine eindeutige Entwicklungsrichtung abzeichnet.

Stars → Die Normstrategie für diesen Quadranten ist die Förderung durch verstärkte Anschaffung, da Effizienz als auch Umsatz hoch sind und eine gute Chance besteht, dass Bestandsgruppen sich hier zu Milchkühen entwickeln. Vorsicht geboten ist jedoch bei zu vielen Stars, da eine Bibliothek schwerlich jeder Gruppe dieselbe Aufmerksamkeit beim Bestandsaufbau widmen können. Um finanzielle Ressourcen sinnvoll

einzusetzen, müssen jene Stars mit Milchkuh-Qualitäten von den anderen Stars selektiert werden, um primär diese zu fördern, damit zukünftig der Milchkuhanteil im Bestandsportfolio angehoben wird.

Milchkühe → Bestandsgruppen in diesem Teil der Matrix benötigen keine gesonderte Förderung mehr, da ihr Umsatz als auch ihre Effizienz mit kleinen Schwankungen konstant ist. Nötig ist lediglich eine gleichmäßige Versorgung mit Investitionen.

Arme Hunde → „Bibliotheken sollten hier darüber nachdenken, betroffene Bestandsgruppen zu reduzieren oder sogar ganz aus ihrem Angebot zu nehmen, um ihre Ausleihquote zu verbessern oder sich Strategien überlegen, wie sie diese Bestandssegmente gezielt fördern kann“ (vgl. BERKE 2011a, S.92). Eine gezielte Förderung kann in Form einer geschickteren Bestandspräsentation erfolgen oder durch gezielte Empfehlungen. Arme Hunde tragen nur noch bedingt zum Gesamtausleiherfolg der Bibliothek bei, da die Nachfrage nach diesen Bestandsgruppen entweder sinkt oder stagniert.

4.3. Die Anwendung der Portfolio-Analyse auf den Bestand der Gemeindebücherei Stockelsdorf

Um die Portfolios der Gemeindebücherei erstellen zu können, wurden von dieser die Bestandsdaten für die Jahre 2009 und 2010 als Excel-Tabellen zur Verfügung gestellt. Stichtag ist jeweils der 31. Dezember.

Die Daten wurden roh geliefert, die Bücherei selbst fertigte bis zum Jahr 2010 keine Jahresberichte an; der erste Jahresbericht enthält ebenfalls keine detaillierten Angaben zu den Bestandsgruppen, sondern lediglich die

Aufteilung des Bestandes in Bestandssegmente.

Ehe mit den Bestandsdaten gearbeitet werden konnte, mussten sie noch aufbereitet werden: Diese Arbeit nahm etwa zweieinhalb Wochen in Anspruch. Verzögert wurde die Aufbereitung außerdem durch diverse Fehler in den Datensätzen, die bis auf die Kinder- und Jugendmedien aber bereinigt werden konnten. Wegen dieser Fehler ließen sich auch keine Portfolios für die Kinder- und Jugendmedien erstellen. In Anbetracht bisheriger Ergebnisse, wie beispielsweise in der Ist-Soll-Gegenüberstellung und der Hauptklassifizierung der Büchereikunden als Bürgerliche Mitte, wird der Gemeindebücherei Stockelsdorf dringend geraten, ihren Kinder- und Jugendbestand genauer zu untersuchen, um die Ursachen seiner geschwächten Position zu ergründen.

Den folgenden Darstellungen vorausgeschickt werden muss zudem, dass auch für Portfolio-Analysen im Bereich des Bestandsmanagements in Bibliotheken strategische Geschäftsfelder erstellt werden können. Für die Interpretation erstellter Bestands-Portfolios sowie zur Entscheidungsfindung kann dies sehr hilfreich sein, beispielsweise im oben angesprochenen Dilemma zu vieler Stars.

Ausgehend von der Fragestellung dieser Arbeit und dem gänzlich fehlendem Bestandsprofil der Gemeindebücherei Stockelsdorf erscheint zunächst eine generelle Evaluation des Bestandes als zielführender, wenngleich auf die bei den SINUS-Milieus angeführten Besonderheiten der in Stockelsdorf vertretenen Milieus eingegangen werden soll. Die nachfolgenden Interpretationen der Portfolios für die Gemeindebücherei Stockelsdorf werden also Interpretationen auf der Grundlage der vorgestellten Normstrategien unter besonderer Berücksichtigung der SINUS-Milieus sein.

Zuletzt muss an dieser Stelle auch an das umgestellte Zuschusssystem der Bücherei gedacht werden: Für die Bücherei ist es wichtig herauszufinden,

inwiefern sich dieser Umstand tatsächlich auf die Ausleihzahlen auswirkt: Viele vermeintlich schlechte Positionen von Bestandsgruppen in den folgenden Portfolio-Matrizen könnten mit damit einhergehenden Defiziten bei den „Erst-Ausleihen“ erklärt werden.

4.3.1. Medien Erwachsene

Im Folgenden werden aus den Bestandssegmenten der Erwachsenen die erstellten Portfolios wiedergegeben und analysiert. Da die Analyse nicht nur anhand der empfohlenen Normstrategien erfolgen soll, sondern auch die vormals in der Bücherei erhobenen SINUS-Milieus einbeziehen wird, kann in Kombination mit den weiteren Daten aus der Kundenbefragung ein maximaler Bezug des Bibliotheksbestandes auf die Bibliothekskunden erfolgen.

Unter diesem Aspekt fällt auch die festgelegte Altersgrenze der Kundenbefragung von 14 Jahren ins Gewicht: Bis zu einem gewissen Alter kommt es bei Kindern selten vor, dass diese Medien aus dem Erwachsenenbestand entleihen, wenn dies aufgrund der gängigen Jugendschutzrichtlinien von der Bibliothek überhaupt geduldet wird. Erst in den oberen Schulklassen ist dies erforderlich, wenn beispielsweise differenziertere Literatur für ein Referat oder eine Facharbeit benötigt wird. Hierdurch sind Spekulationen bei der vorzunehmenden Analyse zur Gänze ausgeschlossen, weil alle Milieus frei von Mutmaßungen bestimmt werden konnten.

Mit Ausnahme nicht zuortbarer Sachmedien sind alle Bestandskürzel aufgelöst worden.

4.3.1.1. Belletristik

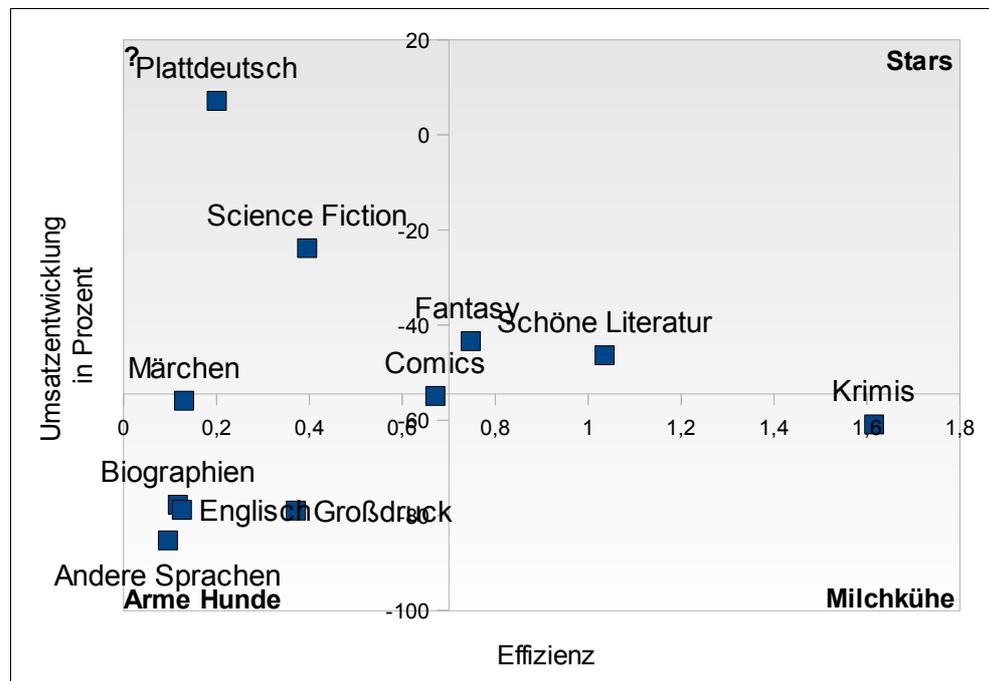


Abb. 30: Belletristik Print; Leihfrist 28 Tage

Bei der gedruckten Belletristik weist die Bücherei ein ausgeglichenes Portfolio auf, in dem jedoch zu wenig Milchkühe enthalten sind: Zunächst sind zwei Fragezeichen zu erkennen: plattdeutsche Literatur und Science Fiction, ein traditionelles Männersegment. Die weite Abgeschlagenheit vom literarisch verwandtem Feld der Fantasy ist mit der überwiegend weiblichen Leserschaft zu erklären: Science Fiction ist eher wissenschaftlich, logisch geprägt, während Fantasy sich durch eine Irrealität anderer, u.a. mythologisch-fantastischerer Komponenten auszeichnet. Traditionell sind es daher eher die Männer, die zur Science Fiction greifen. Fantasy und die nicht näher spezifizierte, schöne Literatur sind Stars. Beide liegen nahe am Übergang zu den Milchkühen. Effizienz und Umsatz sind hoch. Mit einer gezielteren Bestandsaktualisierung durch Löschung seit langem nicht mehr nachgefragter Titel und Neukauf von Bestsellern – nach einem Kommentar in der Kundenumfrage sind diese Mangelware – und

anderen Neuerscheinungen kann besonders die schöne Literatur in den Milchkuhquadranten befördert werden. Beispiele für Themen, wenn man sich an den Hauptzielgruppen Bürgerliche Mitte und Traditionsverwurzelte (vgl. Berke 2011b, S. 129, 178) orientiert, entstammen überwiegend der seichteren Unterhaltung und dem Mainstream: Bestseller, von Familie und Freunden empfohlene Unterhaltung, Artromane, Krimis u.s.w. Natürlich ist dabei auf den Erhalt von Klassikern zu achten, um den kulturellen Auftrag der Bibliotheken auch in dieser Hinsicht nicht zu vernachlässigen, aber auch, um der Nebenzielgruppe der Postmateriellen gerecht zu werden (vgl. Berke 2011b, S. 44): Postmaterielle haben eine Präferenz für klassische Literatur, moderne Unterhaltung, Satire, Dramen und Science Fiction. Arme Hunde sind Biographien, Englisch und andere Sprachen sowie Großdruck. Besonders die schlechte Position des Großdruckes lässt sich mit den jungen und mittleren Alterssegmenten der Bürgerlichen Mitte (vgl. BERKE 2011b, S. 173) – der Hauptnutzergruppe der Gemeindebücherei Stockelsdorf – erklären. Auch die anderen prozentual über fünf gelegenen Milieus – durch Vertretung von weniger als 15 Prozent aber nur Nebenzielgruppen – weisen kein entsprechendes Alter auf, um Großdruckbücher nutzen zu müssen: Moderne Performer sind das jüngste Milieu überhaupt, Postmaterielle befinden sich hauptsächlich in den Vierzigern, von dort bis in die Fünfziger hinein erstreckt sich die Altersspanne der Konsum-Materialisten (vgl. BERKE 2011b, S. 200). Lediglich die zweite große Zielgruppe – die mit 16 Prozent dennoch eher gering vertreten ist – sind die Traditionsverwurzelten, die siebzig Jahre und älter sind (vgl. ebenda, S. 124).

Nicht genau zuzuordnen sind Comics und Märchen für Erwachsene: Beide befinden sich zwischen Armen Hunden und Fragezeichen und zumindest Comics sind so weit in der Mitte der Matrix angesiedelt, dass sie sich praktisch in jeden Quadranten hinein entwickeln können. Die Bücherei kann hier, um die optimale Strategie für sich zu finden, die Erwachsenen-Comics

besser präsentieren und bewerben; auch bei den Märchen kann durch Experimentieren mit Regalanordnung, Platzierungen innerhalb der Bibliothek und andersartigen Präsentationsform (wie beispielsweise eine mit entsprechenden Märchen und Märchenbänden ausgestaffierte Präsentationswand zum Geburtstag der Gebrüder Grimm oder Hans Christian Andersen) erkundet werden, inwiefern die Sachgruppe in der Zukunft wirklich von den Kunden nachgefragt werden wird.

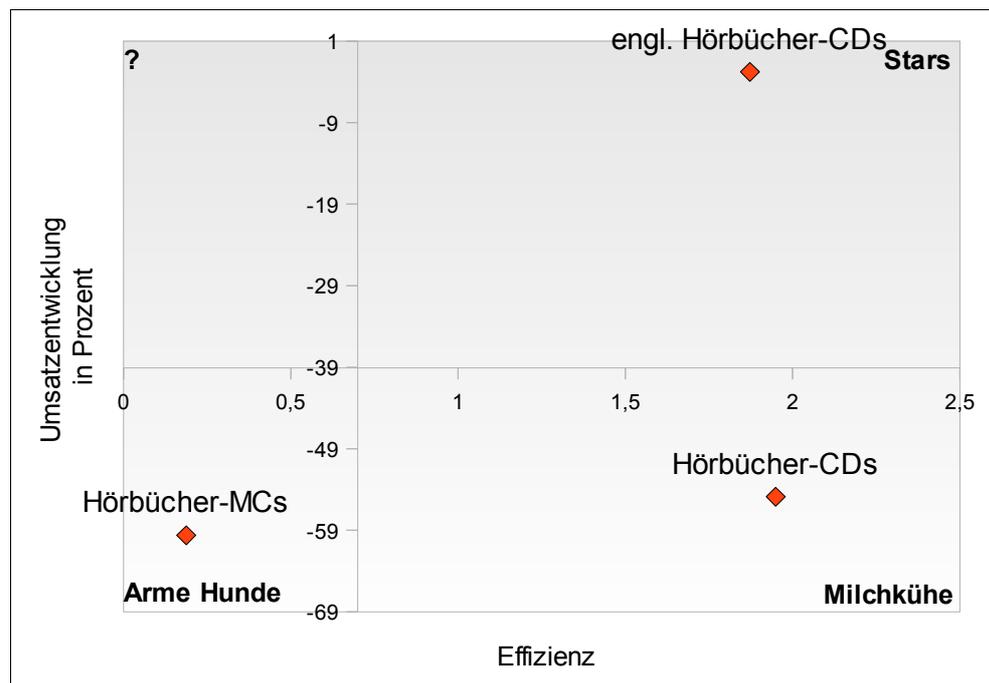


Abb. 31: Hörbücher Belletristik; Leihfrist 28 Tage

Hörbücher werden von der Bürgerlichen Mitte und den Traditionsverwurzelten generell nicht stark rezipiert. Nur etwa ein Viertel aller Angehörigen der gesellschaftlichen Mitte und mit 28 Prozent wenig mehr Vertreter der Traditionsverwurzelten konsumieren überhaupt Hörbücher (vgl. BERKE 2011b, S. 137, 185). Von den in der Gemeindebücherei vertretenen Milieus werden sie dabei am ehesten von den Modernen Performern angenommen (vgl. ebenda, S. 85). Dennoch sind Hörbücher und vor allem englischsprachige Hörbücher außerordentlich gut

aufgestellt: Die Bücherei scheint also eher von den Angehörigen der Milieus besucht zu werden, die Hörbücher ausleihen, oder die wenigen, die vorhanden sind, versorgen sich auf „Vorrat“ mit den Hörmedien. Auffallend ist in der ansonsten guten Portfolio die Arme-Hund-Position der Hörbuch-MCs: Aus den Bestandsdaten geht hervor, dass der Bestand an MCs in der Gemeindebücherei Stockelsdorf schwindend gering ist und die letzten Jahre haben gezeigt, dass die CD die MC immer weiter zurückgedrängt hat. Dieser Trend ist auch hier erkennbar und die Gemeindebücherei sollte daraus die Konsequenz ziehen, die Hörbuch-MCs ganz auszusondern: Besonders nachgefragte Titel dieses Segmentes können ersatzweise als CD angeschafft werden, sofern erforderlich. Aus der Umfrage geht hervor, dass manche Kunden die geringe Auswahl an englischsprachiger Literatur und folglich an englischsprachigen Hörbüchern bemängeln: Wie fast alle Milieus ist besonders die Bürgerliche Mitte auf gute Ausbildungen ihrer Kinder bedacht (vgl. BERKE 2011b, S. 174), was sich schon in den bei den Milieubeschreibungen angeführten Abstiegsängsten zeigt. Die Bücherei sollte also nicht nur im Hinblick auf den hohen Umsatz und die hohe Effizienz der englischen Hörbücher eine Aufstockung in die Wege leiten, sondern auch in Bezug auf die Bedürfnisse ihrer Hauptzielgruppe.

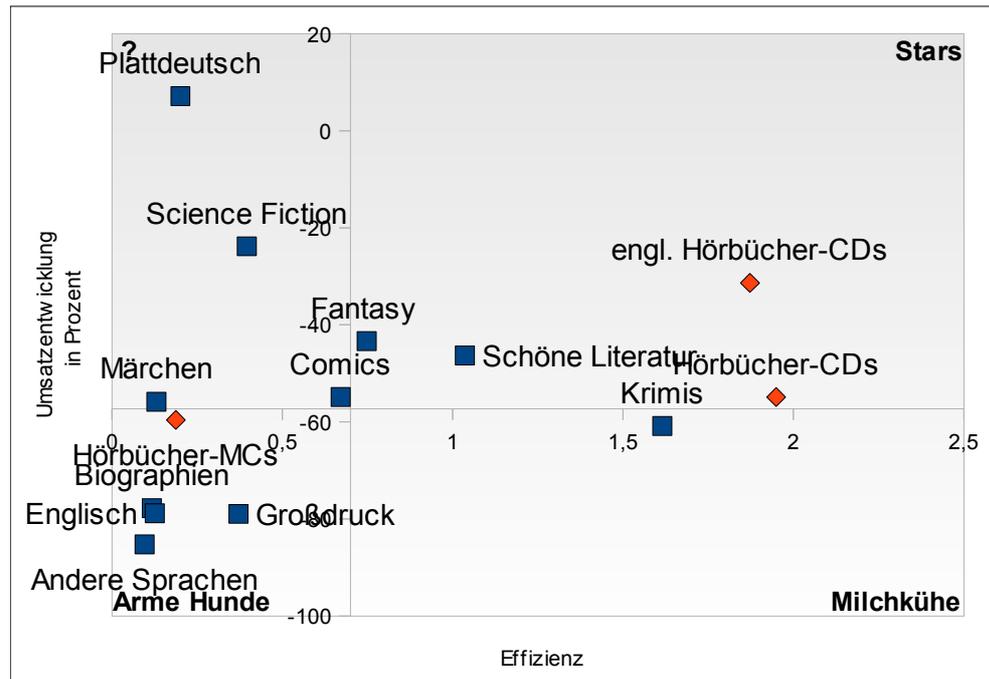


Abb. 32: Belletristik mit AV-Medien; Leihfrist 28 Tage

Beide Portfolios zusammen vermitteln ein kaum anderes Bild. In der Regel ist es so, dass besonders AV-Medien hohe Ausleihzahlen erzielen und damit häufig einen signifikant höheren Umsatz verbunden mit einer ausgeprägten Effizienz aufweisen. Die vorliegende Matrix zeigt dennoch nur kaum merkliche Veränderungen: Obwohl das arithmetische Mittel, welches den Schnittpunkt der Graphen mitbestimmt, verändert wurde, haben sich die Positionen der einzelnen Mediengruppen kaum verändert. Nur die Hörbücher sind mit in das Star-Feld gerutscht und Märchen und Comics sind zu eindeutigen Fragezeichen geworden. Im Hinblick auf die gemachten Handlungsempfehlungen verändert sich für die gemeinsame Portfolio der Print- und Hörbuch-Belletristik also fast nichts: Nur Krimis und deutschsprachige Hörbücher verdienen nun weiterhin eine ähnliche Förderung wie andere Stars der Portfolio. Zumindest Krimis werden von allen Milieus gerne im Fernsehen verfolgt und dürften – wie es die Matrix schon zeigt – auch in literarischer Form sehr beliebt sein (vgl. BERKE 2011b, S. 15, 45, 78, 107, 130, 178, 206, 232).

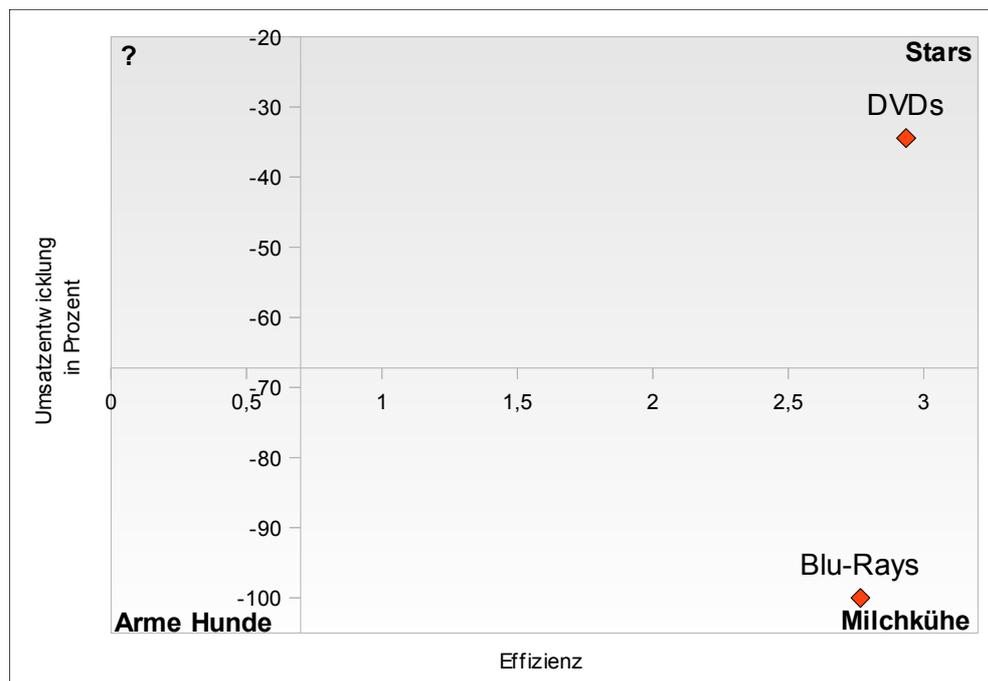


Abb. 33: AV-Medien der Belletristik; Leihfrist 7 Tage

Die Portfolio zu den AV-Medien gestaltet sich erwartungsgemäß für die Bücherei als sehr erfreulich: Spielfilme auf DVD sind eindeutige Stars und müssen unbedingt weiterhin gefördert werden. Sowohl die hohe Effizienz als auch der starke Umsatz weisen auf einen Bestand hin, der Potential zur Milchkuh hat. In der Summe ist der Blu-Ray-Bestand im Vergleich mit den DVDs in der Gemeindebücherei Stockelsdorf viel kleiner, da sie 2010 neu eingeführt wurden; würden die Blu-Rays separat in einer Portfolio-Matrix dargestellt werden, nähmen sie einen Platz auf der Schwelle von den Stars zur Milchkuh ein.

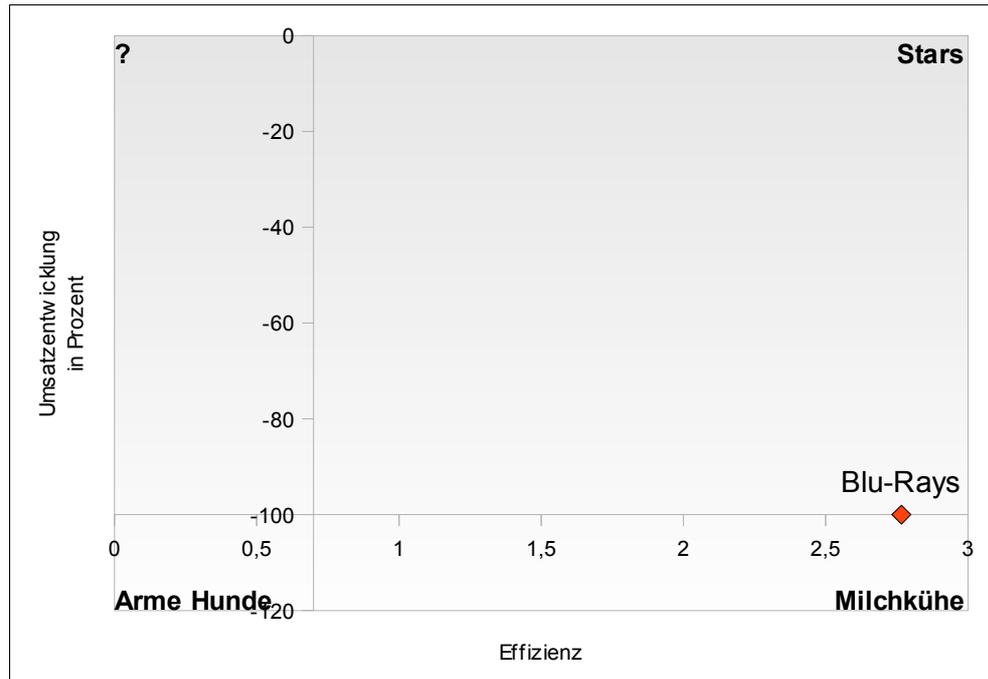


Abb. 34: Blu-Rays im Bereich Belletristik; Leihfrist 7 Tage

Die Position der Blu-Rays in Abbildung 32 im Bereich der Milchkühe lässt sich damit erklären, dass blu-ray-fähige Abspielgeräte in den Privathaushalten noch nicht dieselbe Verbreitung wie DVD-Player und -recorder gefunden haben: Dadurch sind Blu-Rays zwar ein gefragtes Medium in Stockelsdorf, den DVDs trotz der guten Position im Bestandsgefüge aber noch unterlegen. Bestätigt wird diese Annahme durch entsprechende Kommentare in der Kundenbefragung: Hier wird angeregt, Filme, die als Blu-Ray angeschafft werden, auch als DVD zu erwerben, wo diese Möglichkeit besteht.

Dieser Eindruck wird auch von der separaten DVD-Portfolio bestätigt: DVDs nur für sich betrachtet sind klare Milchkühe.

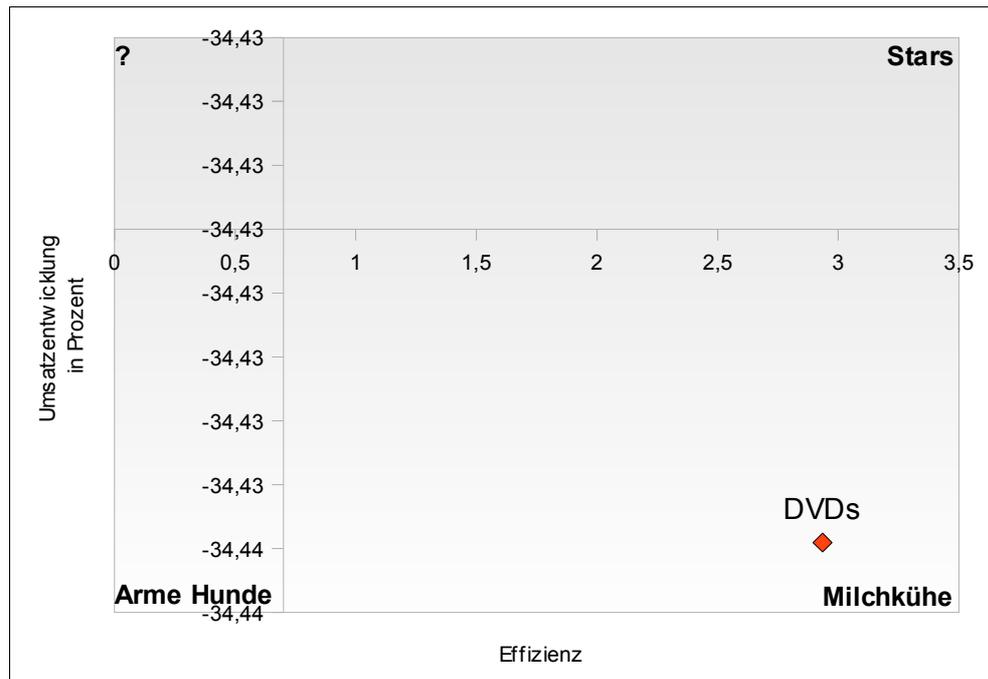


Abb. 35: DVDs im Bereich Belletristik; Leihfrist 7 Tage

Im Ganzen bedeutet das, dass die Bücherei in Bezug auf Spielfilme ihre Strategie weiterverfolgen kann wie bisher: Die Bürgerliche Mitte als auch die Traditionsverwurzelten gehören zu den Milieus, die in ihrer Freizeit am meisten fernsehen (vgl. BERKE 2011b, S. 126, 321) und besonders bei der Bürgerlichen Mitte stehen Fernsehabende mit Freunden und Familie hoch im Kurs, da zum einen gerne ferngesehen wird, zum anderen aber auch gerne Gäste eingeladen werden oder man sich mit seinen Kindern beschäftigt (vgl. ebenda, S. 319). Am beliebtesten sind dabei Krimis, Actionfilme, Science Fiction und Familienserien sowie -filme (vgl. BERKE 2011b, S. 322). Bei den Traditionsverwurzelten kommen noch u.a. Arztserien hinzu (vgl. ebenda, S. 129).

Zu beachten ist aber, dass die wenigsten Traditionsverwurzelten überhaupt ein DVD-Abspielgerät besitzen; auch die Bürgerliche Mitte sieht lieber fern, als sich eine DVD anzuschauen (vgl. BERKE 2011b, S. 136, 184/185).

Es geht also nicht nur um eine bloße Aufstockung und bessere Ordnung / Präsentation des DVD- und Blu-Ray-Bestandes, sondern auch um die

richtige Auswahl neu anzuschaffender Medien.

4.3.1.2. Sachliteratur

Zur Sachliteratur der Gemeindebücherei Stockelsdorf gehören Karten, Bücher, DVDs, CD-ROMs und Sach-CDs.

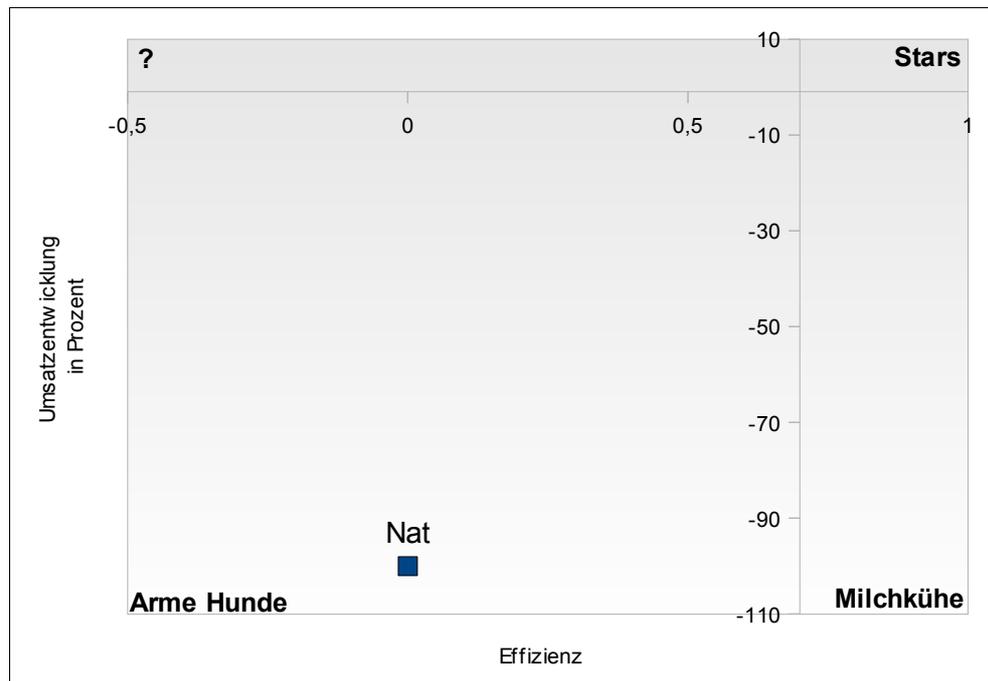


Abb. 36: Pläne / Karten; Leihfrist 28 Tage

Im Bestand der Gemeindebücherei befindet sich genau eine Karte aus dem Bereich Naturwissenschaft: Innerhalb der letzten zwei Jahre gab es nur eine Ausleihe dieses Mediums. Mit null liegt die Effizienz deutlich unter eins. Der Umsatz ist daher nicht nur sehr klein, selbst mit einem Exemplar ist der Kartenbestand deutlich größer als die Nachfrage.

Die Gemeindebücherei sollte das Medium daher aus ihrem Bestand aussondern und eventuell wieder auftretenden Bedarf über den Leihverkehr bedienen.

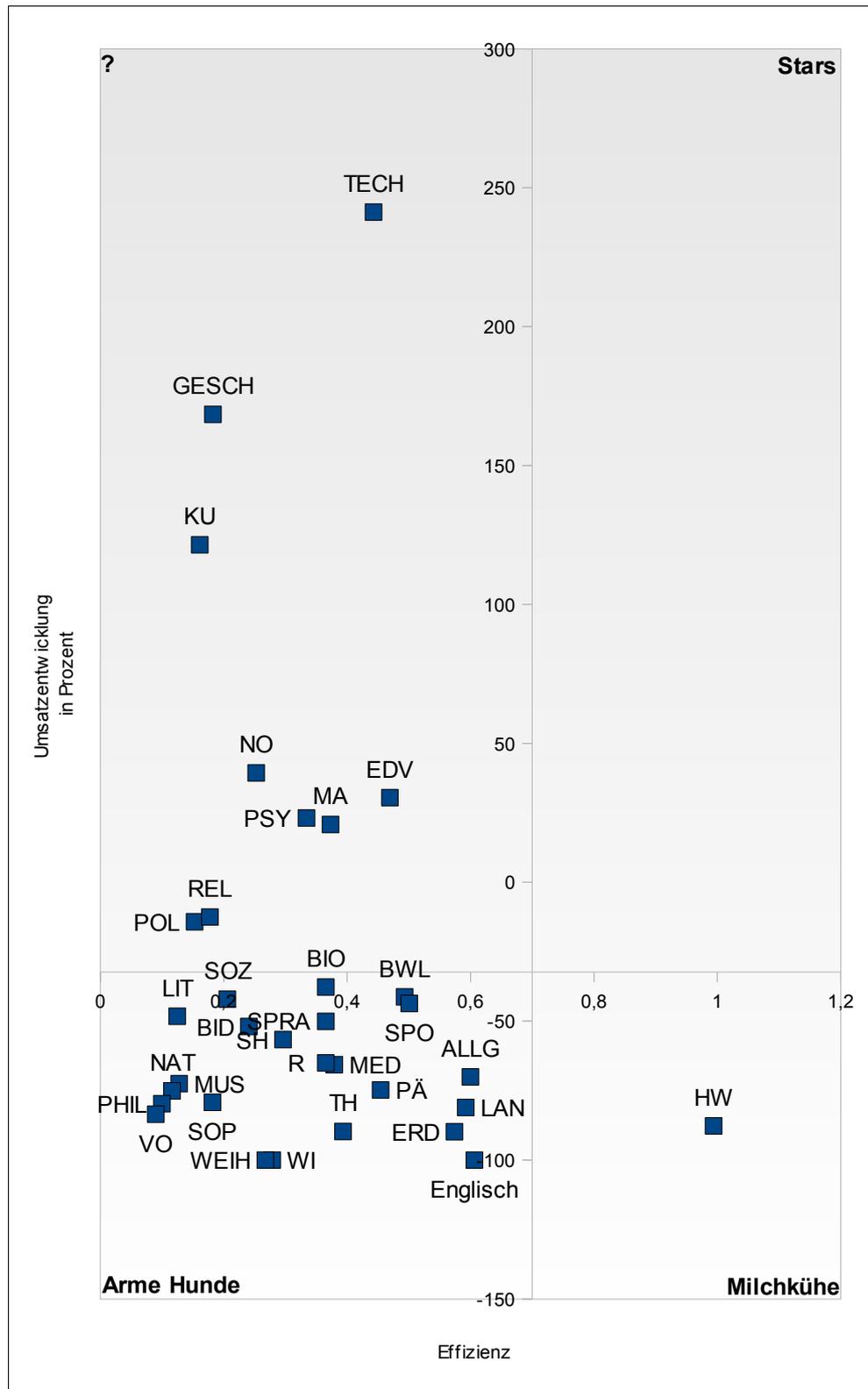


Abb. 37: Sachliteratur, Leihfrist 28 Tage

Die Portfolio zu den Sachbüchern ist sehr unausgeglichen.

Die Gruppe Hauswirtschaft ist die einzige Milchkuh – angesichts der Hauptnutzergruppen Bürgerliche Mitte und Traditionsverwurzelte nicht verwunderlich, da diese Milieus ihre Freizeit überwiegend in häuslicher Umgebung verbringen und gerne Freunde und Verwandte zum Essen einladen (vgl. BERKE 2011, S. 126, 176). Auch sonst hat das Kochen besonders bei der Bürgerlichen Mitte einen hohen Stellenwert.

Die Bücherei weist bei ihren Sachbüchern jedoch keinen einzigen Star auf und sämtliche andere Sachgruppen verteilen sich überwiegend im Armen-Hunde-Bereich: Fragezeichen sind Technik, Geschichte, Kunst, Noten, EDV, Psychologie, Mathematik, Religion und Politik.

Für diese Sachgruppen gelten ähnliche Strategien wie für die Armen Hunde und Fragezeichen bei der Belletristik: Die Gemeindebücherei kann durch Büchertische, Frontalpräsentationen und Themenwänden versuchen, größere Aufmerksamkeit für diese Sachgruppen zu erregen.

Ungewöhnlich ist allerdings die Platzierung der Medizin, Erdkunde, Englisch und Sport – letztere eine Gruppe, in welcher nicht nur Sportmedien, sondern auch alle möglichen Freizeitthemen einsystematisiert werden – bei den Armen Hunden. Traditionsverwurzelte interessieren sich sehr für das Thema Gesundheit, die Bürgerliche Mitte verweist gerne (vgl. BERKE 2011, S.). Auch ist die Bürgerliche Mitte, wie oben bereits erwähnt, bei ihren Freizeitaktivitäten sehr heimorientiert: Besonders durch den hohen Kinderreichtum bieten sich Tätigkeiten wie Basteln und Outdoor-Aktivitäten bei Spaziergängen an (vgl. ebenda, S. 176). Sehr wahrscheinlich ist in der Folge ein überalterter Bestand der betreffenden Sachgruppen.

Auch andere Gruppen, die nahe der y-Achse liegen, sollten auf ihre Aktualität und Zusammenstellung überprüft werden. Möglich ist ebenfalls, dass viele Medien bereits so stark verschlissen sind, dass ihr äußeres Erscheinungsbild für Kunden nicht mehr attraktiv genug wirkt und sie die Medien, obwohl inhaltlich ansprechend, ungern ausleihen. Ein ähnliches

Vorgehen ist auch bei der Sachgruppe Hauswirtschaft anzuraten; diese kann dadurch zusätzlich gestärkt werden, besonders im Hinblick auf physischen Verschleiß.

Die Gemeindebücherei sollte dringend alle Sachgruppen im Quadranten der Armen Hunde dahingehend prüfen, inwiefern sie nachgefragt werden und auf welche Themenbereiche sich die Nachfrage schwerpunktmäßig verteilt: Andere Untergruppen sind auszudünnen, die übrigen um Neuerscheinungen zu ergänzen. Gerade bei Sachmedien spielt nicht nur das äußere Erscheinungsbild und ihre Präsentation, sondern auch der inhaltliche Aspekt eine herausragende Rolle.

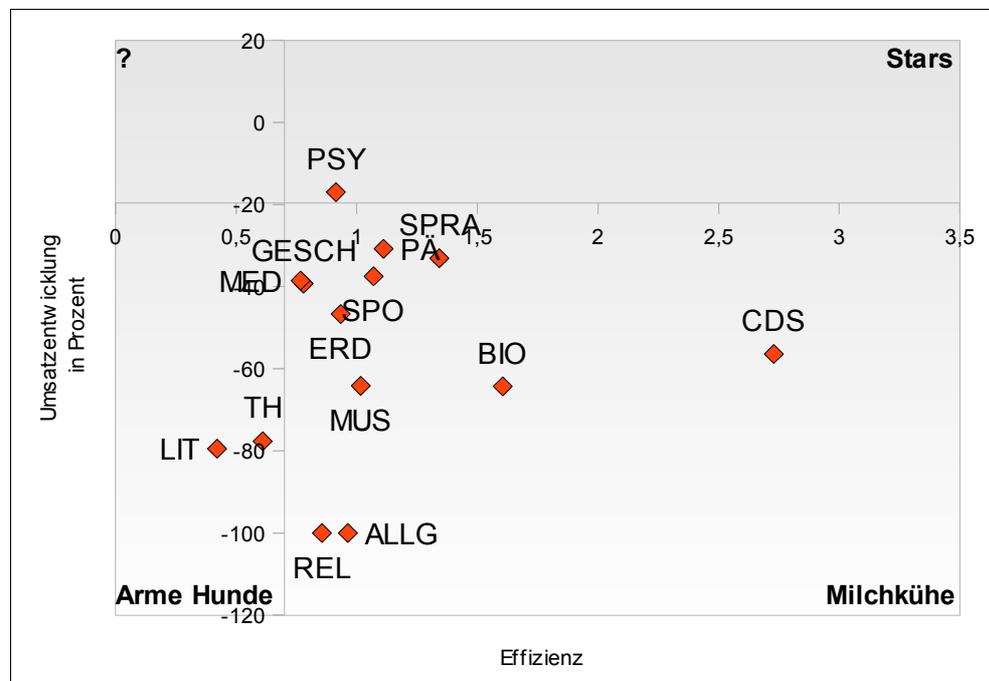


Abb. 38: Sach-CDs; Leihfrist 28 Tage

Dringend erweitert werden muss der Bestand an Politik-CDs: Sie weisen eine Umsatzentwicklung von 55 auf und sind in der Grafik daher nicht mehr darstellbar. Auch aufgestockt werden sollten Psychologie-CDs: Hier sind nur noch wenige Interventionen nötig, um diese in den Milchkuh-Quadranten zu bringen.

Insgesamt hat die Bücherei – mit Ausnahme der Literatur- und Theater-CDs – fast nur Milchkühe in ihrem Sach-CD-Bestand. Die Gruppen, Sprache, Pädagogik, Biologie und CDS (darunter sind alle CDs subsumiert worden, die in den Bestandsdaten als Sachmedium eingeordnet, aber nicht näher systematisiert wurden) weisen eine Effizienz von größer als eins aus, der Bestand ist damit im Verhältnis zur Nachfrage also noch zu klein. Bei dieser sehr guten Portfolio gilt insgesamt, dass der Bestand in Zukunft weiterhin aktuell gehalten und ansprechend präsentiert werden muss, um die guten Werte und Leihergebnisse für die Bücherei beizubehalten; auf diese Weise wird es wahrscheinlich auch möglich sein, Literatur und Theater von den Armen Hunden zu Milchkühen zu transformieren: Beide Gruppen sind noch sehr nahe der Achse; schon eine bessere Präsentation wird etwas ausrichten können, da die Sach-CDs auch ansonsten sehr gut gestellt sind.

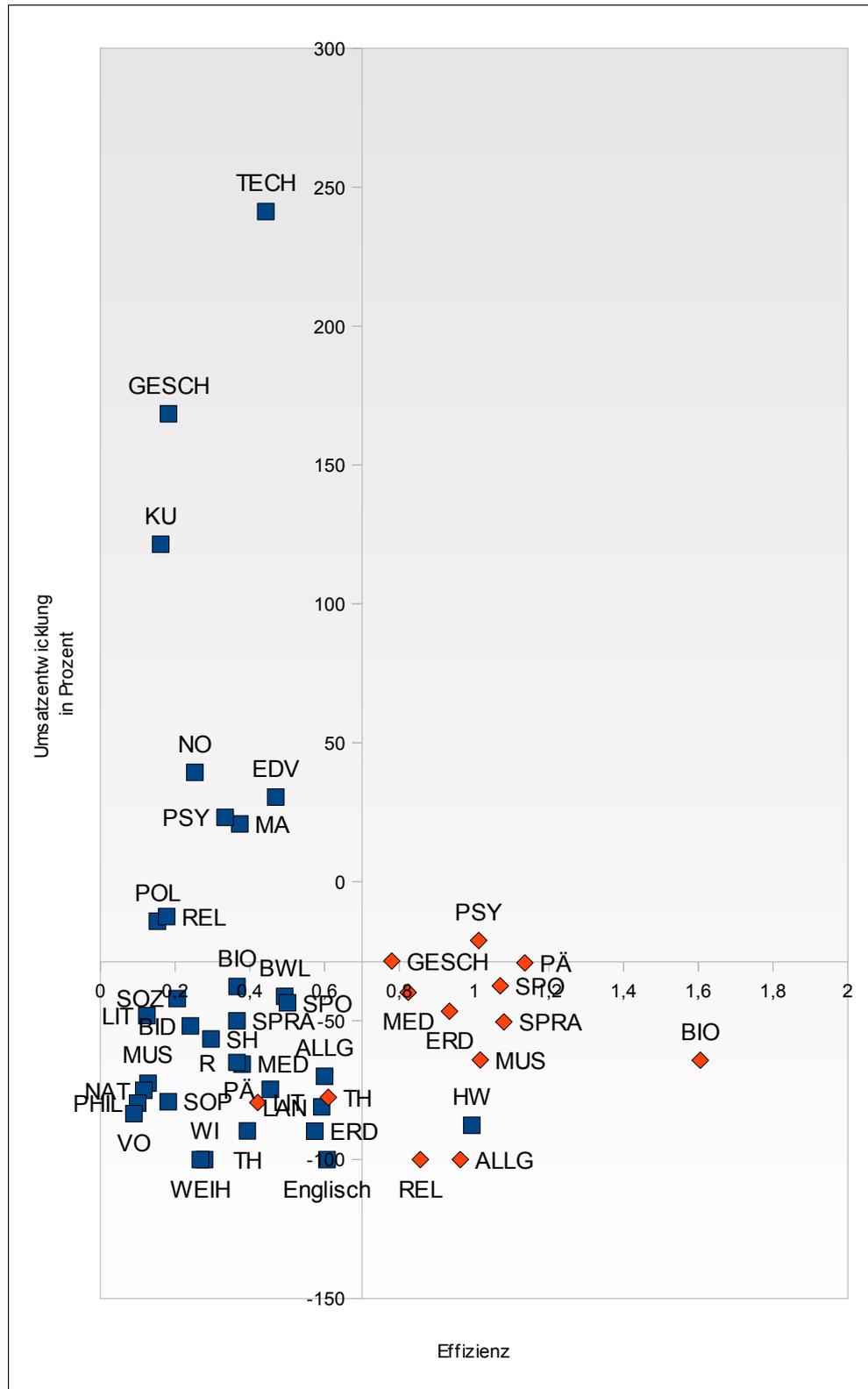


Abb. 39: Sachliteratur mit AV-Medien; Leihfrist 28 Tage

Auch die Sachliteratur-Portfolio ändert sich nur unwesentlich, wenn Print- und AV-Medien zusammen betrachtet werden: Politik-CDs haben ihre Umsatzentwicklung weiter gesteigert, sie befinden sich nun bei 550 und können auch aufgrund ihrer Effizienz von 3,17 nicht mehr dargestellt werden; auch die Gruppe CDS entfällt in der Darstellung: Sie weist eine Effizienz von 2,73 mit einer Umsatzentwicklung von -56,41 auf. Auch hier sind die Philosophie-CDs deckungsgleich mit der allgemeinen Gruppe. Möglicherweise trägt auch die in der Bücherei verhältnismäßige Minderheit mit insgesamt elf Prozent der Postmateriellen und Modernen Performer zum guten Stand der CDs bei: Beide Milieus sind sehr medienaffin, besonders Moderne Performer unter beständigem Leistungsdruck und Leistungswillen (vgl. BERKE 2011, S. 70). 41 Prozent aller Modernen Performer nutzen regelmäßig CDs, Postmaterielle zu 31 Prozent. Damit sind diese fast gleichauf mit den in der Bücherei mit neun Prozent vertretenen Konsum-Materialisten, bei denen die CD eine Durchdringung von 32 Prozent hat (vgl. BERKE, S. 211). Bei der Bürgerlichen Mitte sind es nur 19, bei den Traditionsverwurzelten 15 Prozent (vgl. ebenda, S. 136, 185). Es ist also möglich, dass besonders Moderne Performer und Postmaterielle den Großteil der Sach-CDs mittragen, da Bildung hier den fast höchsten Stellenwert genießt.

In Bezug auf die Printmedien in den einzelnen Sachgruppen verändert sich im Grunde nichts an den vorgeschlagenen Strategien: Äquivalent zu den Kurs-Angeboten der Volkshochschule und anderen ortsinternen Ereignissen, aber auch zu überregionalen Nachrichten wie Nobelpreisverleihung oder Entwicklungen in der Politik kann die Bücherei Medien gesondert präsentieren und, durchaus aus verschiedenen Medienarten gemischt, Aufmerksamkeit erregen und zusammen mit Bestandsaktualisierung versuchen, weitere Milchkühe und Stars zu generieren.

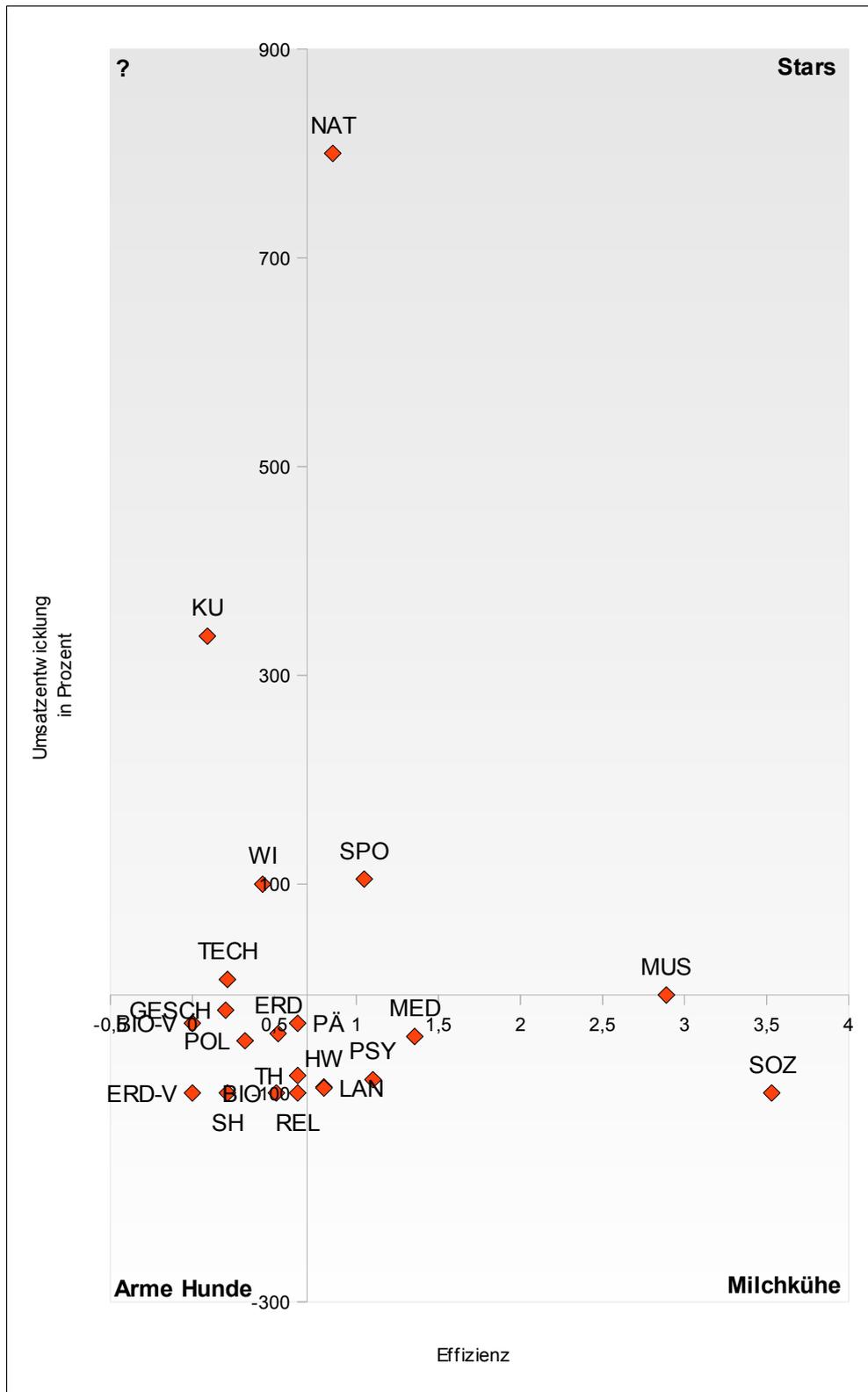


Abb. 40: Sach-DVDs; Leihfrist 7 Tage

Die Sach-DVDs bilden ein sehr durchmischtes Portfolio.

Am erfolgreichsten bei den Kunden sind Sozialpolitik, Medizin, Psychologie, Hauswirtschaft und Landwirtschaft: Bei den vier zuletzt genannten muss die Bücherei besonders bestrebt um Erneuerung und Präsentation sein; besonders Hauswirtschaft und Landwirtschaft drohen, in den Bereich der Armen Hunde einzutreten.

Naturwissenschaften und Sport sind eindeutige Stars. Eine weitere Förderung ist hier anzuvisieren. Besonders bei den Naturwissenschaften ist die Umsatzentwicklung sehr gut und dieser Trend kann weiter unterstützt werden. Bei Musik reichen schon geringe Investitionen, um zu einer Milchkuh zu werden: Die Sachgruppe liegt genau auf der Grenze.

Für die wenigen Fragezeichen und die verhältnismäßig vielen Armen Hunde können dieselben Strategien gelten wie im Bereich der Sach-CDs. Eine Möglichkeit wäre auch, die DVDs von den Printmedien gesondert zu präsentieren, wie es im Kinder- und Jugendbereich schon der Fall ist: Möglicherweise nehmen die Kunden Filme nicht als solche wahr, wenn sie wie ein Buch im Regal stehen.

Mit Milieupräferenzen oder -abneigungen sind die Armen Hunde indes nicht zu erklären: DVDs werden von nahezu allen Milieus im Verhältnis zu anderen Medienarten wenig genutzt und es ist vorstellbar, dass bei Sach-DVDs die Vermittlung daher noch schwieriger sein dürfte als bei herkömmlichen Spielfilmen (vgl. BERKE 2011, S. 22, 52, 85, 115, 136, 185, 211, 239). Bei diesen konnte man bereits sehen, dass sie beim Büchereipublikum sehr beliebt sind.

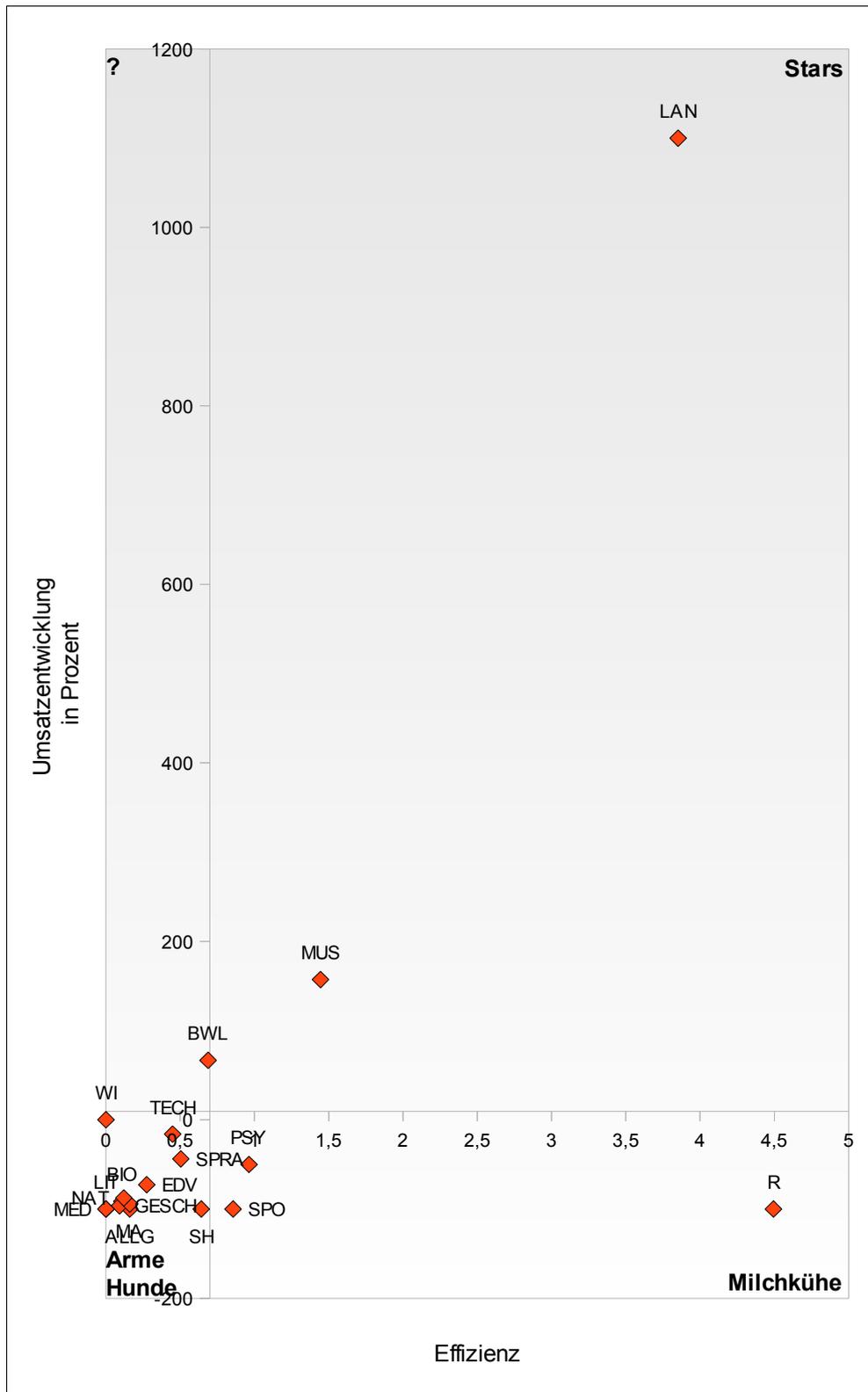


Abb. 41: Sach-CD-ROMs; Leihfrist 14 Tage

Die Portfolio zu den CD-ROMs ist ebenfalls sehr einseitig: Es gibt keine Fragezeichen, aber zwei Stars: Landwirtschaft und Musik. Die drei Milchkühe sind Sport, Psychologie und Recht.

Besonders bei Landwirtschaft und Recht ist die Effizienz sehr hoch. Der gesteigerten Kundennachfrage sollte durch vermehrte Anschaffungen in diesen Sachgruppen Rechnung getragen werden. Auch Psychologie und Sport sind weiterhin gesondert zu pflegen, da sie sich nahe dem Achsenschnittpunkt befinden.

Auch hier kann der Bücherei letztlich geraten werden, die CD-ROMs wie auch in der Kinder- und Jugendabteilung gesondert aufzustellen oder herausgehoben zu präsentieren, sei es in Form einer Themenwand oder auf einem Tisch mit „Büchereiempfehlungen“.

Besonders bei CD-ROMs können aber nicht nur physische Abnutzung, Systemveraltung oder inhaltliche Veralterung ausschlaggebend für eine schlechte Nutzung sein: auch fehlende Features und Funktionalitäten der CD-ROM können die Nutzung beeinflussen.

Bei einer CD-ROM zum Thema Landwirtschaft reicht es beispielsweise in den seltensten Fällen aus, einfach nur ein Gartenpflanzenlexikon in Form einer Hypertextstruktur anzubieten oder einen Kalender, der für jede Jahreszeit die richtige Gartenpflege angibt; vielmehr sind auch interaktive Features wichtig, wie beispielsweise das Ansehen von Videofilmen als Demonstration von Arbeitsschritten oder ein integrierter „Gartenplaner“, wie man ihn beispielsweise für die eigene Wohnung im Bereich der Innenarchitektur erwerben kann.

Insbesondere Moderne Performer und Postmaterielle legen großen Wert auf derartige Funktionalitäten (vgl. DANNHARDT 2007, S. 6). Aber auch für die Bürgerliche Mitte können diese Aspekte im Hinblick auf ihr Status- und Mainstreamdenken wichtig sein.

4.3.1.3. AV-Medien

„Audiovisuelle Medien (auch AV-Medien) sind technische Bild- und Tonträger, die mit einem photographischen oder akustischen Verfahren hergestellt und mit einem technischen Gerät abgespielt [...] werden“ (HACKER 2008, S. 98).

AV-Medien – in diesem Fall nur auditiv, da ausschließlich über das Ohr aufnehmbar –, die bislang noch nicht dargestellt worden sind, sind Musik-CDs.

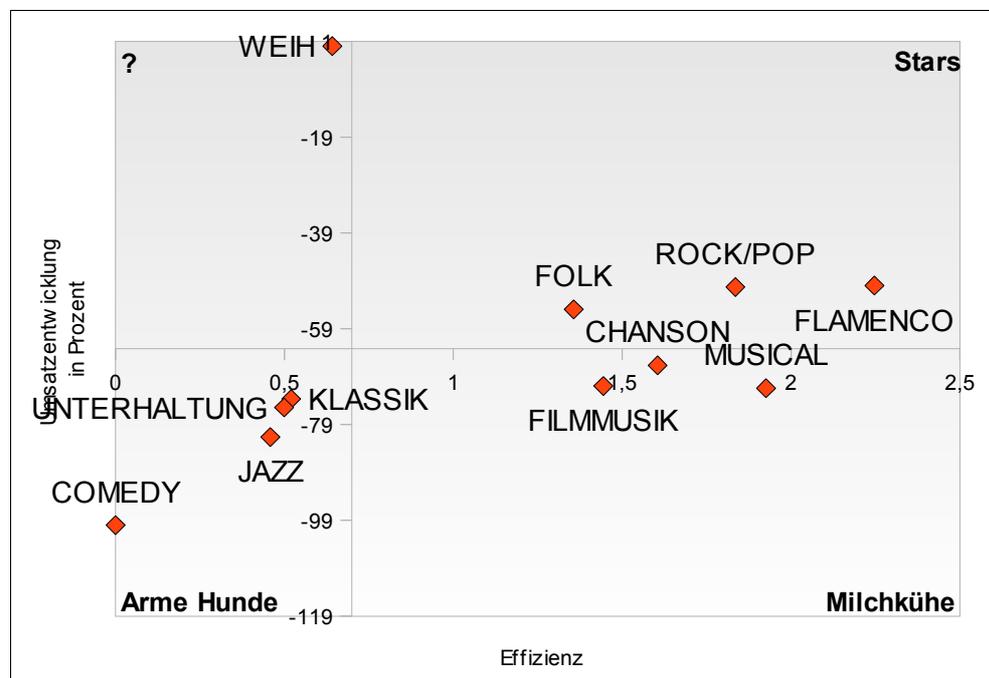


Abb. 42: Musik-CDs; Leihfrist 28 Tage

In Bezug auf die Musik-CDs besitzt die Gemeindebücherei Stockelsdorf ein weitestgehend ausgeglichenes Portfolio: In jedem der vier Quadranten sind Genres vertreten.

Einziges Fragezeichen sind Weihnachts-CDs. Ihr Umsatz ist schon sehr hoch, sie liegen nahe der Grenze zu den Stars: Hier genügen unter Umständen schon verhältnismäßig wenig Investitionen in Form von

Neuanschaffungen, um WEIH selbst zu einem Star zu machen. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass die Rezipienten von WEIH als Gruppe jahreszeitabhängig konsumieren: Investitionen sind daher erst, wenn sich die Position der Sachgruppe auch zur Weihnachtszeit nicht nennenswert verändert, über das übliche Maß der Erneuerung hinaus zu tätigen.

Stars sind schon jetzt Rock- bzw-Pop-Musik, Folklore und Flamenco-Musik. Diese drei Gruppen sind bereits auf der Schwelle zur Milchkuh.

Diese Anordnung ist aufgrund der Zielgruppenanalyse in der Gemeindebücherei nicht verwunderlich: Die Hauptzielgruppe Bürgerliche Mitte hat eine gesonderte Vorliebe u.a. für deutschen und internationalen Pop sowie deutsche und internationale Rock-Musik (vgl. BERKE 2011b, S. 180).

Folklore ist dabei nur mittelmäßig besetzt (vgl. ebenda). Dasselbe lässt sich auch von der zweiten großen Zielgruppe, den Traditionsverwurzelten, sagen: Auch sie haben keine gesonderte Vorliebe für Folk, sind im Gegensatz zur Bürgerlichen Mitte Rock- und Popmusik gegenüber aber stark abgeneigt. Stattdessen tendieren sie mehr als die Bürgerliche Mitte zu deutschem Schlager (vgl. ebenda, S.131).

Die Genres Chanson, Musical und Filmmusik werden in der Gemeindebücherei bereits regelmäßig genutzt; sie sind im Milchkuhquadranten zu finden. Effizienz und Umsatz sind fast gleichbleibend. Traditionsverwurzelte und die Bürgerliche Mitte nehmen diese Musikrichtungen gleichermaßen gut an (vgl. BERKE 2011b, S. 131, 180).

Auch insgesamt ist das Medium „CD“ bei diesen Milieus sehr beliebt (vgl. BERKE 2011b, S. 136, 185).

Unter den Armen Hunden befinden sich hingegen Comedy, Unterhaltung, Klassik und Jazzmusik. Im Hinblick auf die bisher geschilderten Musik-Vorlieben der beiden Hauptzielgruppen und beiderseitigen Abneigung gegenüber Klassik und Jazz ist dies nicht verwunderlich (vgl. BERKE 2011b,

S. 131, 180).

Andere Milieus, die in der Kundenbefragung zu mehr als fünf Prozent vertreten sind, sind Postmaterielle bzw. Moderne Performer und Konsum-Materialisten: Auch diese drei Milieus zeigen keine übermäßigen Vorlieben für die Armen Hunde in der Portfolio-Matrix, wenngleich bei den Postmateriellen und den Modernen Performern die Affinität zur Klassik minimal ausgeprägter ist (vgl. BERKE 2011b, S. 46, 79, 207). Ansonsten sind sich alle fünf hier genannten Milieus in ihrem Musikgeschmack sehr ähnlich (vgl. BERKE 2011b, S. 46, 79, 131, 180, 207).

Nichtsdestotrotz wird insbesondere Jazz dennoch mittelstark von den Milieus genutzt; da sich dieser wie auch Unterhaltung und Klassik relativ dicht an der Achse zu den Milchkühen befindet, kann die Bücherei hier zunächst versuchen, durch eine geschicktere und ansprechendere Präsentation der Musik-CDs mehr Ausleihen zu erzielen. In Anbetracht der beiden Hauptzielgruppen Bürgerliche Mitte und Traditionsverwurzelte sollte aber auch ganz klar eine komplette Aussonderung des betreffenden Bestandes und auch der Klassik erwogen werden. Pop und Rock sollten unbedingt vermehrt ausgebaut werden: Es handelt sich hierbei um das – mit Ausnahme bei den Traditionsverwurzelten – mit Abstand beliebteste Genre. „Comedy“ hingegen ist der schwächste Arme Hund: Effizienz wie auch Umsatz sind hier am geringsten. Da es bei keinem Milieu eine explizite Beliebtheit genießt (vgl. BERKE 2011, S. 46, 79, 131, 180, 207), sollte die Bibliothek über eine vollständige Löschung des Bereiches nachdenken.

4.3.1.4. Zeitschriften

Wie in Kapitel 4.2 erörtert, müssen Strategische Geschäftsfelder Homogenität nach innen und Heterogenität nach außen aufweisen.

Diese beiden Bedingungen sind bei den Zeitschriften jedoch nicht erfüllt. Nach innen sind sie durchaus homogen – sie sind auf Papier gedruckte Erzeugnisse, die insgesamt 14 Tage lang entleihbar sind – nach außen hin jedoch fehlt die erforderliche Heterogenität, um die Titel in einer Portfolio-Matrix darstellen zu können: Die Zeitschriften sind in ihrer Gesamtheit Publikumszeitschriften, in die keine Special-Interest-Zeitschriften eingebunden sind, und laut der Datensätze aus der EDV auch in keine Systematik eingeordnet. Eine Systematisierung ist folglich auch auf den Zeitschriftenheften selbst nicht erkennbar. Nur die Medienart ist angegeben. Die Zeitschriften sind also auch nach außen hin homogen.

Weil Zeitschriften bedingt durch die Praxis des Abonnement-Bezuges aber stets einen festen Teil des Etats binden, sollten sie auch bei der Gemeindebücherei Stockelsdorf bei der Betrachtung des Bestandes nicht vernachlässigt werden. Regelmäßig, am besten jährlich, sollte ihre Resonanz bei den Lesern anhand der Ausleihen gemessen werden, um mit Hilfe der Ausleihentwicklung eines Zeitschriftentitels seine Relevanz für die Leser abzuschätzen und einen Titel gegebenenfalls abbestellen zu können. Dabei muss die Bibliothek jedoch auch darauf achten, „Ausleihsperrern“ (In der Gemeindebücherei Stockelsdorf beispielsweise ist die neueste Ausgabe von „Der Spiegel“ grundsätzlich eine Woche ab Einarbeitung nur für die Präsenznutzung freigegeben.) und die Möglichkeit freiwilliger Präsenznutzung durch die Leser mit einzukalkulieren.

Denkbar für Analysen dieser Art ist u.a. die grafische Aufbereitung jedes Zeitschriftentitels mit seinen Jahresausleihen in einem Trend- oder Balkendiagramm. Während ein Trenddiagramm aus Gründen übersichtlicher Darstellung besser nur einen Zeitschriftentitel darstellen sollte, auf der anderen Seite aber mehrere Jahre gleichzeitig betrachtet werden können, entsteht dadurch eine Übersicht ähnlich dem Produktlebenszyklus (vgl. Kapitel 4.1). Allerdings muss die Bibliothek folglich mehrere

Trenddiagramme auf einmal pflegen. Ein Balkendiagramm hingegen hat die Vorteile, dass weniger Arbeitsaufwand zu seiner Erstellung betrieben werden muss, weil sich mehrere Titel gleichzeitig nebeneinander darstellen lassen; aus eben diesem Grund ist eine bessere Vergleichbarkeit auch im Hinblick auf die Zeitschriftenpräferenzen der Leser gegeben. Zusätzlich lassen sich durch verschiedenfarbige Balken das aktuelle Jahr und das vergangene Jahr abbilden und so unter Heranziehung der Vorjahresdiagramme Trends bei den Lesern besser einschätzen. Auf diese Art lassen sich auch Fehlschlüsse durch vereinzelte Ausleihrenner aufgrund eines in einer Zeitschrift dargestellten, gerade aktuell-brisanten Themas ausgleichen, da die Gesamtausleihen pro Jahr und Titel herangezogen werden. Die Wahrscheinlichkeit von Fehlinvestitionen der Bibliothek lässt sich durch eine derartige Herangehensweise minimieren.

5. Abschließende Handlungsempfehlungen zur Bestandsprofilierung der Gemeindebücherei Stockelsdorf

Im Laufe der vorliegenden Bestandsprofilierung wurde bereits der Ist-Zustand der Gemeindebücherei Stockelsdorf erfasst und mit den empfohlenen Soll-Zuständen und Standards abgeglichen. Anhand der Kundenumfrage und der Portfolio-Analysen wurden nicht nur die Zielgruppen und ihre Prämissen dargestellt, sondern auch erste Hinweise einer möglichen Profilierung des Medienbestandes gegeben.

Die Organisation der Gemeindebücherei stimmt bereits zu großen Teilen mit den gängigen Empfehlungen von UMLAUF und *Bibliotheken '93* überein (vgl. Tab. 1). Sie ist eine Bibliothek der 1. Stufe und damit für die Grundversorgung der Bevölkerung zuständig.

Für die Gemeindebücherei Stockelsdorf kommen damit zwei Möglichkeiten der Rollenwahrnehmung in Frage:

Als Zentrum populärer Medien befriedigt eine Bibliothek hauptsächlich Unterhaltungs- und Freizeitinteressen ihrer Leser, indem sie Unterhaltungsromane, populäre Zeitschriften, Spielfilme und Hobbybücher anbietet (vgl. UMLAUF 2000, S. 33). Gegebenenfalls staffelt sie auch solche Titel, die stark nachgefragt werden. Sie wendet sich an Frauen, Männer, Eltern und Senioren, die überwiegend einen Haupt- bzw. Realschulabschluss erworben haben und über das fortgeschrittene Laienstadium nicht hinausgehen (vgl. ebenda).

Ein kommunales Infozentrum ist hauptsächlich bemüht um „ratsuchende Laien, engagierte Bürger, Verbraucher, Arbeitslose, Eltern, Frauen, Männer [und] Senioren“ (UMLAUF 2000, S. 32). Eine solche Bibliothek deckt idealerweise alle Niveau-Stufen vom einfachen Laien bis zum spezialisierten Laien ab und bietet neben dem regulären Bestand auch Informationsbroschüren, Zeitungen, Reiseliteratur, populäre Sachbücher sowie Stadtzeitungen, Lokalzeitungen und Zeitschriften zum Zeitgeschehen u.a. an (vgl. UMLAUF 2000, S. 32). Außerdem ist eine Stadt- oder Gemeindeauslage Standard (vgl. ebenda).

Letztlich wird auch die Rolle als Kommunales Infozentrum für die Gemeindebücherei Stockelsdorf als Hauptfunktion vorgeschlagen: Die Einrichtung unterhält bereits enge Kontakte zur ortseigenen Volkshochschule und bietet Informationsmaterial zu Volkshochschulkursen, Kulturveranstaltungen, politische Ereignisse etc. an. Freizeit- und Familienbedarfe deckt das Kommunale Infozentrum ebenso ab wie das Zentrum populärer Medien; zudem hat die Zielgruppenanalyse in Bezug auf die Altersstruktur der Kunden ergeben, dass Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene stark unterrepräsentiert sind, weswegen sich in der

gegenwärtigen Situation – auch wegen eingeschränkter Bildungsmöglichkeiten nach der Gesamtschule – eine Profilierung als ein Ort der Bildungs- und Ausbildungsunterstützung ebenfalls nicht hinreichend genug anbietet. Dieses würde sich überwiegend auf Lehr- und Lernmaterialien für Schüler, Auszubildende und Studenten spezialisieren (vgl. UMLAUF 2000, S. 32).

Auch weisen die meisten Kunden mindestens das Abitur auf oder haben sogar studiert. Auch im Hinblick darauf kann damit gerechnet werden, dass ein Bedarf für die vorgeschlagene Spezialisierung besteht.

Dies zeigt sich auch in Abbildung zehn, die die Auswertung der hauptsächlichsten Besuchsgründe der Büchereibesucher angibt. Dort nehmen Hobby- und Freizeitfaktoren zwar einen großen Raum ein, aber auch aus anderen Faktoren wie „kulturell-literarischem Interesse“ und „Denkanstößen und neue Themen“ gebildete Summen sind als entscheidend zu berücksichtigen.

Im Hinblick auf ihre Funktion als Kommunales Infozentrum kann die Bücherei sich selbst als „Schwarzes Brett“ für Jobinformationen und Bürgerangelegenheiten etablieren und eines Tages möglicherweise als Schnittstelle zwischen Gemeinde und Bürgern fungieren.

Aber auch das Leitbild der GEMEINDE STOCKELSDORF (1998) fällt hierbei ins Gewicht: Nahezu durch das gesamte Dokument zieht sich die Zielsetzung, Stockelsdorf zu einem Ort zu machen, in dem zu leben Freude bereitet; auch möchte die Gemeinde ihre Einwohner bei allen Belangen ihres Lebens so gut wie möglich unterstützen und jederzeit mit Rat und Tat zur Seite stehen (vgl. GEMEINDE STOCKELSDORF 1998, S. 2/3; Anhang 12), indem „schnelle Hilfe, tatkräftige Unterstützung [...], objektive Beratung [...] [und der] Dialog mit den BürgerInnen“ (ebenda, S.3) angestrebt wird.

Die Bücherei als unbürokratische Einrichtung kann hier wertvolle Unterstützung leisten.

Gleichzeitig muss auch bedacht werden, dass ein Bestandskonzept einem

kommunalen Leitbild immer untersteht und sich mit an diesem zu orientieren hat. Darauf wurde in Kapitel 2.2 hingewiesen.

Obwohl zu einem früheren Zeitpunkt in dieser Arbeit schon davon abgeraten worden ist, sich zu stark auf Kinder und Schüler zu konzentrieren, sondern diese Aufgabe teilweise an die Stadtbücherei Bad Schwartau abzugeben, sei hier dennoch ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Bücherei diese Zielgruppe nicht vernachlässigen darf: Nicht nur unterhält die Bücherei bereits gute Kontakte zu Kindereinrichtungen und Schulen am Ort und beginnt, sich wieder mehr in der Leseförderung zu engagieren wie beispielsweise durch die erstmalige Teilnahme am Sommerleseclub (vgl. HACHMANN 2011, S. 481-483) in diesem Jahr, auch darf die Hauptzielgruppe „Bürgerliche Mitte“ nicht vergessen werden: und dieses Milieu ist, wie bereits mehrfach erwähnt, ein sehr kinderreiches Milieu. Auch in der Umfrage machte der Faktor Kinder und Familie, ebenfalls in Abbildung zehn ersichtlich, als zweithäufigste Antwort einen nicht unerheblichen Faktor für die Büchereibenutzung aus.

Ergänzend wird also vorgeschlagen, sich weiterhin als „Tor zum Lernen für Schüler“ (vgl. UMLAUF 2000, S. 33) zu betätigen, wenn der Schwerpunkt dabei auch auf Kinder generell und nicht auf Schüler gelegt werden sollte: Es geht um die Erreichung von Kindern in Vorschule und Grundschule, die unterhalten werden wollen. Außerdem werden sie auf ihrem Weg zu Selbsterkenntnis, Urteilsbildung und genereller Wissensaneignung begleitet, nicht nur ausschließlich aus Sicht schulischen Unterrichtes gesehen (vgl. UMLAUF 2000, S. 33). Neben der in den Interviews schon angesprochenen Medienkisten (vgl. Anhang 4) geht es also vor allen Dingen darum, Bilderbücher, Sachbücher für Kinder sowie Comics und Spiele u.a. anzuschaffen (vgl. UMLAUF 2000, S. 33). Lernmaterialien sollten den Bestand ergänzen, aber nicht die Hauptrolle spielen. Zudem wird der

Bücherei im Hinblick auf den Vergleich des Ist-Zustandes mit den Standards und Empfehlungen am Beginn dieser Arbeit empfohlen, ihren Kinder- und Jugendbestand einzudämmen. Ein aktueller und profilierter Bestand für Kinder im oben beschriebenen Sinne erfüllt den Auftrag der Bücherei und die Wünsche der Kunden besser als ein breit gefächerter, dafür aber unübersichtlicher und unspezifizierter Bestand mit alten Medien.

Damit fehlt für ein vollständiges Bestandskonzept der Gemeindebücherei Stockelsdorf nur noch ein Etatverteilungsmodell.

Zur Etatverteilung werden in der Praxis – etwa nur die Hälfte aller Bibliotheken erstellt Etatverteilungsmodelle – Gewichtungsfaktoren bestimmt, die Prioritätensetzungen darstellen (vgl. UMLAUF 2000, S. 9). Um den Erwerbungsetat entsprechend der Gewichtungsfaktoren auf die einzelnen Sach- bzw. Mediengruppen zu verteilen, wird die Summe der Gewichtungsfaktoren gebildet. Hier ist diese 9,2 und die Differenz zu 10,0 beträgt damit 0,8. Dieser Gewichtungsfaktor gibt die Reserve für unvorhergesehene Anschaffungen an.

10,0 entsprechen dem gesamten Erwerbungsetat, also 100 Prozent. Im Falle der Gemeindebücherei Stockelsdorf sind das 36 000 Euro.

Damit entspricht ein Gewichtungsfaktor von eins zehn Prozent; ein Gewichtungsfaktor von zwei macht 20 Prozent der Erwerbungsmitel einer Bibliothek aus. Folglich entspricht ein Gewichtungsfaktor von 0,9 neun Prozent des gesamten Erwerbungssetats u.s.w.

Die folgende Tabelle stellt einen Vorschlag zur Verteilung der Erwerbungsmitel der Gemeindebücherei Stockelsdorf auf der Grundlage von Konrad UMLAUFs Empfehlungen für ein Kommunales Infozentrum dar:

Verteilung auf Bestandsblöcke	Kommunales Infozentrum	Gemeindebücherei Stockelsdorf
Sachbücher	2	7 200
Belletristische Bücher	0,9	3 240
Kinder-, Jugendbücher	0,7	2 520
Fremdsprachige Bücher	0,7	2 520
Musiktonträger	0,5	1 800
Kindertonträger	0,5	1 800
Belletristische Tonträger	0,6	2 160
Spielfilme	0,6	2 160
Sachfilme	0,7	2 520
Kinder-, Jugendfilme	0,5	1 800
CD-ROM Sachprogramme	1	3 600
CD-ROM Spiele	0,5	1 800
Summe	9,2	33 120
Freie Summe	0,8	2 880

Tab. 2: Etatverteilung der Gemeindebücherei Stockelsdorf nach UMLAUF 2000, S. 35

Nähere Angaben zur Etatverteilung, beispielsweise auf einzelne Sachgruppen wie Allgemeines oder Literatur, kann zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht gemacht werden und muss von der Bücherei selbst erarbeitet werden: Empfehlungen sind nichts anderes als Vorschläge, die in dieser Form nicht auf jede Bibliothek zutreffen müssen und können, da jede Bücherei in ein anderes Gefüge eingebettet ist und folglich andere Rahmenbedingungen vorfindet, als sie bei den Empfehlungen veranschlagt worden sind.

6. Fazit

Die Gemeindebücherei Stockelsdorf befindet sich sowohl geografisch als auch materiell in einer guten Ausgangssituation. Auch die Medienausstattung insgesamt wie auch die angebotenen Services entsprechen zum Großteil den gängigen Empfehlungen und Benutzerwünschen.

Das Hauptproblem der Bücherei liegt vielmehr in der „Lebenslüge der [...] Bibliothek für alle [...]“ (vgl. MOTZKO 2008, S. 50), als die sich die Bücherei dem geführten Interview nach selbst auffasst (vgl. Anhang 4). Wie die Nutzeranalyse ergeben hat, sind es vor allem Bürgerliche Mitte und Traditionsverwurzelte, die die Bibliothek benutzen und der durchschnittliche Bibliotheksbenutzer ist 46,15 Jahre alt (vgl. Abb. 18). Aufgrund der Bestandskennzahlen kann nicht vollends gesagt werden, dass die Bibliothek sich nicht an ihren Kundenstamm anpasse bzw. sich auf bestimmte Zielgruppen mehr spezialisieren als auf andere – aber sie spezialisiert sich noch nicht genug. Auch die These, die Bücherei habe mit stetig sinkenden Ausleihzahlen zu kämpfen, konnte in ihrer Gesamtheit nicht bewiesen werden (vgl. Anhang 2), sondern bezieht sich vielmehr temporär auf bestimmte Mediengruppen. Trotzdem sind nur wenige Mediengruppen von ihrer Substanz her wirklich gut aufgestellt. In der Tat scheint es auch so zu sein, dass Bestandsaufbau und Bestandsaussonderung nicht konform miteinander gehen. Darauf weisen „gefühlte Ausleihrenner“ wie die Sachgruppe Erdkunde hin (vgl. Anhang 4), die wie jedes Sachmedium nicht unerheblich von ihrer Aktualität lebt und laut Portfolio-Analyse einen schlechten Stand hat (vgl. Abb. 36 und 38). Die Bücherei wird viele ihrer Probleme bereits durch eine stringenteren Löschpolitik lösen können. Auch durch ein Mehr an Kundenwünscherfüllungen hat die Bücherei gute Chancen und wird ihren Ruf noch weiter verbessern.

Voraussetzung dazu ist aber auch, dass die Bücherei weiterhin Nutzerforschung betreibt: Portfolios sind idealerweise alle ein bis zwei Jahre zu erstellen, um die Auswirkungen eigener Erwerbungsentscheidungen nebst anderer bestandspolitischer Vorgänge unmittelbar festzustellen. Im Einklang läge dieses Vorgehen auch damit, dass bei der Portfolio-Analyse für den Bibliotheksbestand die Kennzahlen zweier aufeinander folgender Jahre als Grundlage dienen.

Wie sich gezeigt hat, reicht die Betrachtung der Bestandskennzahlen alleine nicht aus. Um Entscheidungen im richtigen Maße unterstützt treffen zu können, ist auch eine regelmäßig wiederholte Kundenbefragung, auch in Bezug auf die erreichten Milieus, empfehlenswert: alle fünf bis zehn Jahre erscheint hier als angemessen. Zum einen sind Milieuzuordnungen relativ statisch, wie in dieser Arbeit aufgezeigt wurde, zum anderen benötigt die Umsetzung von Kundenwünschen und bis sich diese Maßnahmen positiv in der Kundenresonanz zeigen, eine gewisse Zeit. Die Zeitdimension unter den Richtlinien eines langfristigen Zieles (vgl. GABLER 2011) anzusetzen, erscheint daher nur logisch.

Das Bestandsprofil, welches diese Arbeit für die Gemeindebücherei Stockelsdorf erarbeitet hat, lautet zusammengefasst:

- Der Bücherei wird eine Ausrichtung als Kommunales Infozentrum mit leichtem Einschlag als Ort des Lernens für Schüler empfohlen. Beim Ort des Lernens für Schüler wird geraten, sich mehr auf die allgemeinen Bedürfnisse von Kindern als auf Schulkinder einzurichten.
- Beim Bestandsaufbau soll die Bücherei die Niveaustufen vom Laien Anfänger bis hin zum Laien spezialisiert berücksichtigen – letzteres aber nur so weit, wie sich die Anschaffung auf langer Sicht gesehen für die Bücherei lohnt und wo ein Bestellen über den Leihverkehr

nicht möglich oder unzumutbar wäre. Bei der generellen Qualität anzuschaffender Medien muss die Bücherei selbstverständlich die gängigen Jugendschutzrichtlinien berücksichtigen, aber sollte stringent darauf achten, keine Zensur oder Vorzensur zu üben, um ihren Kunden ein breitgefächertes Informationsangebot sowie verschiedene Sichten auf diese Informationen zu bieten. Nur so können die Leser sich umfassend und meinungsbildend informieren.

- Die Bücherei hält bereits mindestens zwei Medieneinheiten pro Einwohner in ihrem Bestand und sollte auch in Zukunft diesen Richtwert nicht unterschreiten; den Schwerpunkt im Medienbestand gibt zum einen die Rolle als Kommunales Infozentrum, zum anderen die Hauptzielgruppe der Bürgerlichen Mitte und Traditionsverwurzelten vor. Das bedeutet, dass die Bücherei ihren Schwerpunkt nach wie vor auf die Sachmedien legen sollte und sich bei dieser Schwerpunktsetzung an ihren Hauptzielgruppen orientiert. Auf die Aktualität der Medien ist strikt zu achten. Trotzdem soll auch die Komponente der Bibliothek als Unterstützung sinnvoller Freizeitgestaltung nicht vernachlässigt werden.
- Auch der Etatbedarf und die Etatverteilung erfolgt den Gewichtungsfaktoren eines Kommunalen Infozentrums nach; im Laufe der Zeit wird die Bücherei aber für sich selbst herausfinden müssen, inwiefern eine Abwandlung der Gewichtungsfaktoren für sie persönlich erforderlich ist, um ihrer Funktion sowie ihrem Kundenstamm gerecht zu werden.

V Literaturverzeichnis

Ball 2001

BALL, Rafael: *Von Melkkühen, lahmen Pferden und toten Tieren: Bibliotheksdienstleistungen in der Portfolio-Analyse*. In: B.I.T. Online 4 (2001) 2

[HTTP://WWW.B-I-T-ONLINE.DE/ARCHIV/2001-02/FACH1.HTM](http://www.b-i-t-online.de/archiv/2001-02/fach1.htm) (Abruf: 2011-04-28)

Berke 2011a

BERKE, Kristin; EISSING, Annika; FIETING, Svenja : *Den Kunden im Fokus: Eine Milieustudie zur Profilierung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios der Stadtbibliothek Bremen*. Ute Krauß-Leichert und Frauke Schade (Hrsg.). Hamburg: Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Fakultät Design, Medien, Information, Department Information, Projektendbericht 2011

Berke 2011b

BERKE, Kristin; HOEHNE, Martin; KAMIN, Anette: *Milieu-Atlas: Eine Handreichung für Öffentliche Bibliotheken zum Konsum-, Freizeit- und Mediennutzungsverhalten der SINUS-Milieus*. Ute Krauß-Leichert und Frauke Schade (Hrsg.). Hamburg: Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Fakultät Design, Medien, Information, Department Information, 2011

Bibliotheksportal 2011

BIBLIOTHEKSPORTAL (Hrsg.): *Wer nutzt öffentliche Bibliotheken – und wofür?*

<http://www.bibliotheksportal.de/themen/bibliothekskunden/bibliotheksnutzungen.html#c555> (Stand: 2011-04-18; Abruf: 2011-05-27)

Boltz

BOLTZ, Dirk-Mario: *«Einführung der Sinus-Milieus in der Schweiz»: Die Bedeutsamkeit von Zielgruppen-Typologien für Marketing und Kommunikation*. TeleVison, publisuisse (Hrsg.). http://www.sinus-institut.de/uploads/tx_mpdownloadcenter/television.pdf (Abruf: 2011-05-15)

Börsenverein des Deutschen Buchhandles 2009

BÖRSENEREIN DES DEUTSCHEN BUCHHANDELS (Hrsg.): *Buch & Markt. Zahlen & Fakten.*

http://www.boersenverein.de/de/nordrhein_westfalen/Zahlen_und_Fakten/158164 (Abruf: 2011-05-14)

Bruhn 2005

BRUHN, Manfred: *Marketing für Nonprofit-Organisationen: Grundlagen – Konzepte – Instrumente.* Hermann Diller, Richard Köhler (Hrsg.). Stuttgart: Kohlhammer, 2005
ISBN 3-17-018281-1

Büchereiverein Schleswig-Holstein e.V. 2010

BÜCHEREIVEREIN SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V. (Hrsg.): *Förderung der Stand- und Fahrbüchereien in den Städten und Gemeinden Schleswig-Holsteins.* 8. aktual. Aufl. Rendsburg: Büchereiverein Schleswig-Holstein e.V., 2010

Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheksverbände 1994

BUNDESVEREINIGUNG DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBÄNDE (Hrsg.): *Bibliotheken '93: Strukturen – Aufgaben – Positionen.* Berlin; Göttingen: Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheksverbände, 1994.
ISBN 3-87068-445-3
ISBN 3-930457-00-8

Burmann 2008

BURMANN, Christoph; KIRCHGEORG, Manfred; MEFFERT, Heribert: *Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele.* 10. vollst. überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2008
ISBN 978-3-409-69018-8

Converse 1986

CONVERSE, Jean M.; PRESSER, Stanley: *Survey Questions: Handcrafting the Standardized Questionnaire.* (Quantitative Applications in the Social Sciences. A SAGE University Paper; 63). Newbury Park; London; New Delhi: SAGE, 1986
ISBN 0-8039-2743-6

Dannhardt 2007

DANNHARDT, Karin; NOWAK, Dorothea: *Sinus-Milieus: Lebensstil, Fernsehnutzung und Umgang mit neuer Kommunikationstechnologie*. SevenOne Media GmbH (Hrsg.). Erhältlich unter:
http://seveninemedial.de/unternehmen/bibliothek/publikationen/index.php?fuseaction=details&mgm_publ_id=325&nofollow=1 (Abrufdatum: 2011-04-30)
URL:
http://appz.sevenonemedial.de/download/publikationen/Sinus_2007.pdf
(Redaktionsschluss: 2007-07-02) [PDF]

Esser 2008

ESSER, Elke; HILL, Paul B.; SCHNELL, Rainer : *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 8., unveränderte Auflage. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2008
ISBN 978-3-486-58708-1

Fleck 2011

FLECK, Thomas (Hrsg.): *Portfolio-Analyse: Vom finanzwirtschaftlichen Portefeuille zum Portfolio-Management*.
<http://www.4managers.de/management/themen/portfolio-analyse/> (Abruf: 2011-06-02)

Gabler 2011

Gabler Wirtschaftslexikon: Das Wissen der Experten: *Fristigkeit*. Gabler-Verlag (Hrsg.).
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1588/fristigkeit-v6.html> (Abruf: 2011-06-19)

Gemeinde Stockelsdorf 1998

GEMEINDE STOCKELSDORF (Hrsg.): *Leitbild der Gemeinde Stockelsdorf: Ein Team für Stockelsdorf*. - 6 S. [unveröffentlicht]

Gemeinde Stockelsdorf 2011 a

GEMEINDE STOCKELSDORF (Hrsg.): *Jugendzentrum*.
<http://www.stockelsdorf.de/index.phtml?NavID=367.138&La=1> (Abruf: 2011-05-19)

Gemeinde Stockelsdorf 2011 b

GEMEINDE STOCKELSDORF (Hrsg.): *Bücherei*.

<http://www.stockelsdorf.de/index.phtml?mNavID=357.6&sNavID=367.148>

(Abruf: 2011-04-24)

Gemeindebücherei Stockelsdorf 2011

GEMEINDEBÜCHEREI STOCKELSDORF (Hrsg.): *Jahresbericht 2010*.

[unveröffentlicht]

Haas 2007

HAAS, Alexander: *Medienmenüs: Der Zusammenhang zwischen Mediennutzung, SINUS-Milieus und Soziodemographie* (Angewandte Medienforschung. Schriftenreihe für die Kommunikationswissenschaft; 39). München: Reinhard Fischer, 2007.

ISBN 978-3-8329-4406-3

Hachmann 2010

HACHMANN, Ute; KELLER-LOIBL, Kerstin: *Die Lust am Lesen wecken: Leseclubs im Sommer: »Leseferne« Jugendliche im Visier / Bilanz und Perspektiven*. In: BuB 63 (2011) 6, S. 481-483

Hacker 2008

HACKER, Rupert: *Bibliothekarisches Grundwissen*. Klaus Gantert (Hrsg.). 8., vollst. neu bearb. und erw. Aufl. München: Saur, 2008

ISBN 978-3-598-11771-8

Handelswissen 2011

IBH RETAIL CONSULTANS GMBH (Hrsg.): *Zielgruppen und Zielgruppenmodelle*.

http://www.handelswissen.de/data/themen/Kundenbindung/Konsumentenmarktforschung/Allgemeiner_Ueberblick/zielgruppen.php (Abruf: 2011-05-15)

Kallus 2010

KALLUS, K. Wolfgang: *Erstellung von Fragebogen*. 1. Aufl. Wien: facultas.wuv, 2010

ISBN 978-3-8252-3277-1

Klempien 2009a

KLEMPIEN, Dana: *Der Produktlebenszyklus*. Enrico Reimus (Hrsg.). Controlling-Portal: Alles zum Thema Controlling.
<http://www.controllingportal.de/Fachinfo/Grundlagen/Der-Produktlebenszyklus.html> (Stand: 2009-01-28; Abruf: 2011-06-02)

Klempien 2009b

KLEMPIEN, Dana; MAURER, Sergej: *Portfolio-Analyse: Vier-Felder-Matrix*. Enrico Reimus (Hrsg.). Controlling-Portal: Alles zum Thema Controlling.
<http://www.controllingportal.de/Fachinfo/Grundlagen/Portfolio-Analyse-Vier-Felder-Matrix.html> (Stand: 2009-01-28; Abruf: 2011-06-02)

Kröplin 1994

KRÖPLIN, Marieluise : *Anregungen für einen benutzerorientierten Bestandsaufbau: Benutzerprofil, Bestandskalkulation und Befragung in der Stadtbücherei Mölln*. Hamburg: Fachhochschule Hamburg, Fachbereich Bibliothek und Information, Diplomarbeit 1994

Lohff 2011

LOHFF, Mirko: *Volkshoschsule Stockelsdorf e.V: Das neue Programm 2010 / 2011*. Birgit Kubasch (Hrsg.)
<http://www.vhs-stockelsdorf.de/> (Abruf: 2011-05-19)

Markowski 2011

MARKOWSKI, Andreas (Hrsg.): *Orte in Deutschland. Orte und Städte: Gemeinde Stockelsdorf*.
<http://www.orte-in-deutschland.de/24617-gemeinde-stockelsdorf.html>
(Stand: 2009-12-31; Abruf: 2011-06-01)

Mayer 2009

MAYER, HORST OTTO : *Interview und schriftliche Befragung: Entwicklung, Durchführung und Auswertung*. 5., überarb. Auflage. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2009
ISBN 978-3-486-59070-8

Motzko 2008

MOTZKO, Meinhard: *Abschied von der Lebenslüge der »Bibliothek für alle«: Bildungsarmut, Mobilitätsverlust, Multi-Kulti-Gesellschaft: Die Zukunft erfordert völlig neue Strategien*. In: BuB 60 (2008) 01

Otte 2008

OTTE, Gunnar : *Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und methodischen Neuorientierung der Lebensstilforschung*. 2. Aufl. Wiesbaden : VS, 2008
ISBN 978-3-531-16256-0

Sanne 1999

SANNE, Lutz: *Austausch im Kreis. Austauschbestände der Kreisbibliotheken in Brandenburg – Inhalte, Bestandabsprachen, Finanzierung, Organisation*. In: Bestandsaufbau auf neuen Wegen. Konrad Umlauf (Hrsg.). Bad Honnef: Bock und Herrchen, 1999 (BuB special)
ISBN 3-88347-206-9

Schade 2010

SCHADE, Frauke: *Die Portfolio-Analyse als Methode zur Profilierung von Bibliotheksbeständen*. In: Gut ist uns nicht genug! Methoden zur Qualitätssicherung und perspektivischen Portfoliobestimmung für (Öffentliche) Bibliotheken. Tom Becker (Hrsg.). B.I.T. Online 2010

SINUS Institut Heidelberg 2011

SINUS INSTITUT HEIDELBERG: SINUS-Milieus:
<http://www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html> (Abruf: 2011-04-24)

Simon 2002

SIMON, Hermann; GATHEN, Andreas von der: *Das große Handbuch der Strategieinstrumente: Werkzeuge für eine erfolgreiche Unternehmensführung*. Frankfurt a.M.: Campus Verlag, 2002

Sinus 2007

SINUS SOCIOVISION (Hrsg.): *Informationen zu den Sinus-Milieus® 2007*.
<http://p-kraushaar.de/gfx/sinus.pdf> (Stand: 2007-01; Abruf: 2011-05-15)
[PDF]

Sinus 2010

SINUS- INSTITUT HEIDELBERG (Hrsg.): *Die Sinus-Milieus*®.

<http://www.sinus->

[institut.de/fileadmin/dokumente/Infobereich_fuer_Studierende/Infoblatt_Studentenversion_2010.pdf](http://www.sinus-institut.de/fileadmin/dokumente/Infobereich_fuer_Studierende/Infoblatt_Studentenversion_2010.pdf) (Abruf: 2011-05-15) [PDF]

Spremann 2006

SPREMANN, Klaus: *Portfoliomanagement* (International Management and Finance). 3., überarb. und erg. Aufl. München, Wien: Oldenbourg, 2006.

Szlatki 2010:

SZLATKI, Martin : *Kundenorientierung! Doch wer sind unsere Zielgruppen? Eine explorative Lebensstil-Studie für eine neue Qualität der Zielgruppenbetrachtung in Bibliotheken*. In: BECKER, Tom : *Gut ist uns nie gut genug : Instrumente zur Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung für die "ausgezeichnete Bibliothek"* Bd. 30. Wiesbaden : Dinges & Frick, 2010, S. 219-242

Umlauf 1995

UMLAUF, Konrad: *Bestandskonzepte für Öffentliche Bibliotheken*. Peter Zahn (Hrsg.). Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität, 1995 (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft und Bibliothekerausbildung ; 22)

Umlauf 1997

UMLAUF, Konrad: *Bestandsaufbau an öffentlichen Bibliotheken*. Paul Kaegbein (Hrsg.). Frankfurt am Main: Klostermann, 1997 (Das Bibliothekswesen in Einzeldarstellungen)
ISBN 3-465-02926-7

Umlauf 1999

UMLAUF, Konrad: *Innovation aus der Krise. Methoden beim Umgang mit unbefriedigenden Erwerbungssetats*. In: Bestandsaufbau auf neuen Wegen. Konrad Umlauf (Hrsg.). Bad Honnef: Bock und Herrchen, 1999 (BuB special)
ISBN 3-88347-206-9

Umlauf 2000

UMLAUF, Konrad: *Etatverteilung für den Bestandsaufbau mit Profil*. Konrad Umlauf (Hrsg.). Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2000 (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft ; 78)

7 Anhang

Anhang 1:

Statistik 2010 der Gemeindebücherei Stockelsdorf

Medienarten	Bestand	Ausleihen
Sachliteratur Kinder + Jugend	4542	13376
Schöne Literatur Kinder + Jugend	6649	27936
Summe	11191	41312
Sachliteratur Erwachsene	15056	19354
Schöne Literatur Erwachsene	7220	22470
Summe	22276	41824
Zeitschriften	459	2260
CD, CD-ROM, DVD	4686	34092
Gesamtbestand	38612	
Gesamtentleihungen		119488

Tab. 3: Bestandskennzahlen 2010

Statistik 2009 der Gemeindebücherei Stockelsdorf

Medienarten	Bestand	Ausleihen
Sachliteratur Kinder + Jugend	3959	7715
Schöne Literatur Kinder + Jugend	6788	22145
Summe	10747	29860
Sachliteratur Erwachsene	15052	19318
Schöne Literatur Erwachsene	6949	24658
Summe	22001	43976
Zeitschriften	501	3572
CD, CD-ROM, DVD	4372	22956
Gesamtbestand	37621	
Gesamtentleihungen		100364

Tab. 4: Bestandskennzahlen 2009

Statistik 2008 der Gemeindebücherei Stockelsdorf

Medienarten	Bestand	Ausleihen
Sachliteratur Kinder + Jugend	4209	11733
Schöne Literatur Kinder + Jugend	8186	31928
Summe	12395	43661
Sachliteratur Erwachsene	17444	21898
Schöne Literatur Erwachsene	7768	24560
Summe	25212	46458
Zeitschriften	452	3876
CD, CD-ROM, DVD	3665	29568
Gesamtbestand	42135	
Gesamtentleihungen		125911

Tab. 5: Bestandskennzahlen 2008

Anhang 2:

Grafisch aufbereitete Statistik für die Jahre 2008 bis 2010, Gemeindebücherei Stockelsdorf

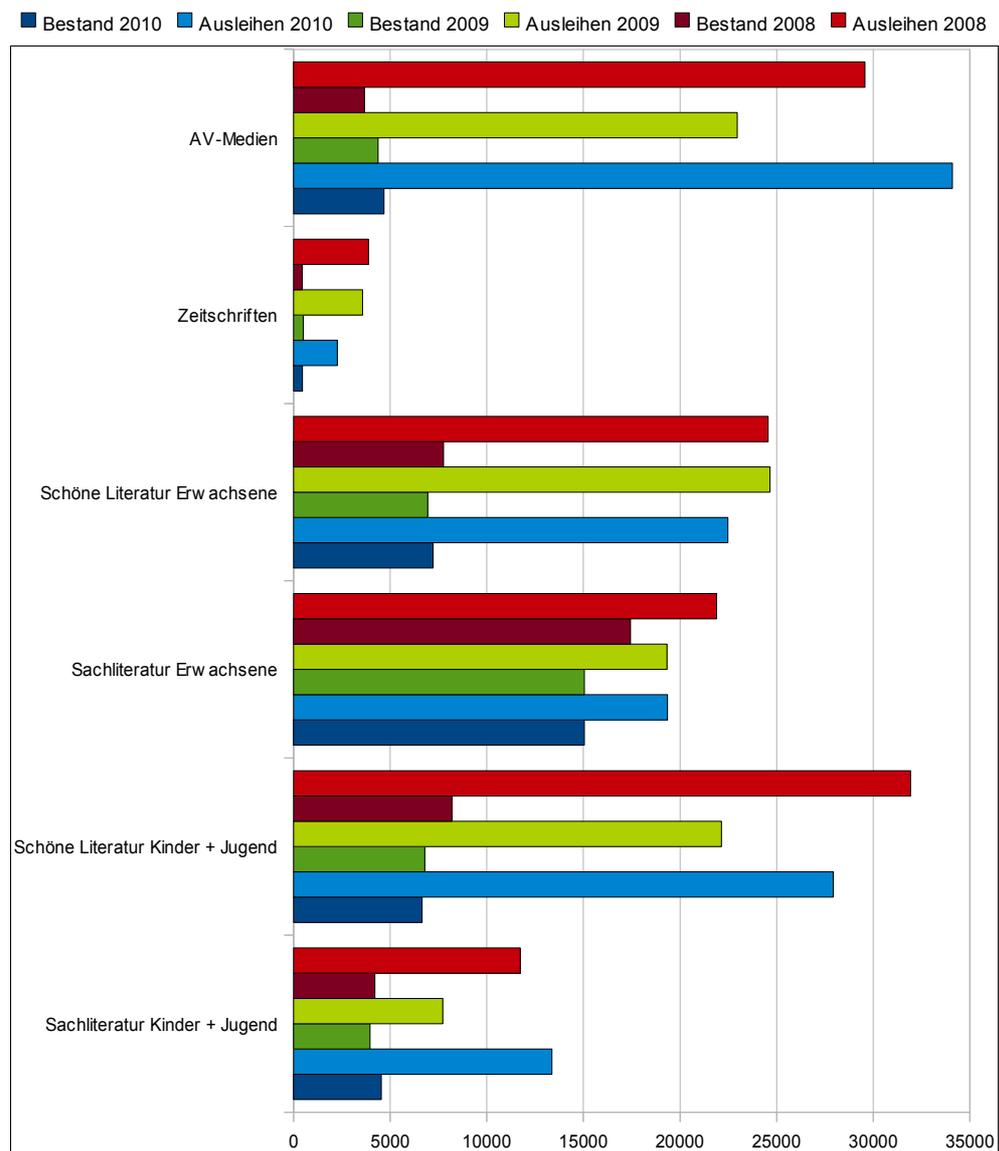


Abb. 42: Grafische Aufbereitung der Bestandskennzahlen für 2008 bis 2010

Anhang 3:

Einwohner der Gemeinde Stockelsdorf, Stand 30.09.2010

	Einziges oder Hauptwohn.	Neben wohn.	Gesamt	Deutsche	Ausländer
Arfrade	392	6	398	390	8
Curau	567	28	595	584	11
Dissau	509	11	520	495	25
Eckhorst	728	30	758	749	9
Horsdorf	144	11	155	155	-
Klein Parin	177	14	191	187	4
Krumbeck	187	11	198	197	1
Malkendorf	105	4	109	109	-
Obernwohlde	278	11	289	286	3
Pohnsdorf	183	9	192	187	5
Dörfer gesamt:	3270	135	3405	3339	66
Stockelsdorf	13482	461	13943	13594	349
Gemeinde gesamt:	16752	596	17348	16933	415

Tab. 6: Einwohner der Gemeinde Stockelsdorf, Stand 30.09.2010

Erstellt am 10.11.2010

Abweichung von der **amtlichen Einwohnerzahl/**

Vergleichszahl des Statistischen Amtes für Hmbg.

Und Schlesw.-Holst. **Per 30.09.2010** **17050**

Anhang 4:

Interview mit Anette Popall, Büchereileitung

Interviewerin: *Svenja Fieting*

Datum: *04.05.2011*

Bibliothek: *Gemeindebücherei Stockelsdorf*

Leitung: *Anette Popall*

Im Folgenden wird Svenja Fieting mit I abgekürzt und Anette Popall mit P.

I: Seit wann sind Sie in der Gemeindebücherei Stockelsdorf beschäftigt und wie sehen Ihre Tätigkeitbereiche aus?

P: Also, ich bin seit dem 01.06.2010 in der Gemeindebücherei Stockelsdorf und verantwortlich für den Bestandsaufbau der Erwachsenenliteratur und der AV-Medien und die Personalführung, alles Administrative und dazu zählen natürlich auch Ausleihe, Leserberatung, Auskunft und noch andere Tätigkeiten.

I: Und wie würden Sie die Gemeindebücherei charakterisieren, zum Beispiel im Hinblick auf die Bücherei als Einrichtung an sich oder auch auf ihre Kunden?

P: Die Bücherei ist ein zentraler Treffpunkt und ein kommunaler Treffpunkt in Stockelsdorf, der rege genutzt wird, wo sich auch Menschen, Mütter zufällig treffen und im Klönschack verharren oder auch einfach nur Kaffee trinken können. Es ist eine wichtige Einrichtung zur Informationsversorgung und zur sinnvollen

Freizeitgestaltung. Wir machen sehr viel Leseförderung für die Kinder, arbeiten dazu mit Institutionen im Ort zusammen, ja, und sie wird auch sehr gut von den Stockelsdorfern oder Bürgern und Bürgerinnen angenommen.

I: Wo, würden Sie sagen, liegen denn die Stärken der Bücherei?

P: Die Stärken der Bücherei liegen auf jeden Fall in den Öffnungszeiten: Wir sind 32 Wochenstunden für unsere Leser da und das wird auch rege angenommen und genutzt und unsere Stärken liegen auch darin, dass wir einen sehr breit gefächerten Bestand haben, eigentlich alle Bedürfnisse abdecken, aktuelle AV-Medien haben, die auch wechselseitig gestaltet sind und auch da auf dem Laufenden sind und unsere Stärke liegt vor allem auch auf den Räumlichkeiten; dass wir hier in der Villa Jepsen auf alle Fälle sehr schöne Räume haben, was besonders hier gerade auffällt, und deswegen kommen die Kunden auch gut und gerne zur Bibliothek.

I: Können Sie in der Bücherei irgendwelche Schwächen ausmachen?

P: Ja: Eine deutliche Schwäche ist natürlich der Bestand, der einfach ein bisschen, ziemlich groß ist, also die Regale sind einfach alle zu voll. Es müsste meines Erachtens gerade im Erwachsenensachbuchbestand ein bisschen ausgedünnt werden, dass man die Bücher auch besser präsentieren kann, auch damit der Leser einfach nicht erschlagen wird von der Anzahl der Bücher im Regal; besonders Hauswirtschaft und Landwirtschaft, die sehr gut genutzt werden, haben einfach eine wahnsinnige Menge im Bestand und das ist einfach zu viel, obwohl sie gut genutzt werden.

- I: Was würden Sie denn sagen, welche Zielgruppen Sie erreichen und sind diese Zielgruppen die, die Sie auch erreichen wollen?
- P: Wir erreichen eine ganze Menge an Zielgruppen, also einerseits sehr viele Kinder aller Altersgruppen. Wir arbeiten sehr eng mit den Grundschulen am Ort zusammen, wo man mit unseren Klassensätzen auf Leseförderung setzt. Wir erreichen aber auch jetzt eigentlich alle Altersgruppen, sehr viele Senioren aber auch jetzt viele Menschen mittleren Alters, die dann entweder mit ihren Kindern kommen oder eben auch für sich oder für die berufliche Fortbildung Hilfe suchen. Das ist natürlich im Moment eben nur so ein Eindruck von dem, was man gerade sieht, aber um das genauer festmachen zu können, bedarf es eben dieser Untersuchung, die Sie ja jetzt gerade hier machen und auf das Ergebnis bin ich schon sehr gespannt.
- I: Sie haben nun schon zum wiederholten Male hier die Leseförderung ins Spiel gebracht: Machen Sie dazu auch irgendwelche Veranstaltungen oder sonstige Aktivitäten?
- P: Ja: Wir haben die glückliche Situation, dass es hier in Stockelsdorf eine Stiftung gibt, die Jepsen-Stiftung, die uns Geld zur Leseförderung Verfügung stellt, so dass wir beispielsweise an den landesweiten Bundesjugendbuchwochen teilnehmen konnten und können. Wir können auch aufgrund dieser Spende die sogenannten Wissensboxen der Büchereizentrale nutzen und anbieten. Das ist ein Zusatzangebot zu unserem Bestand, in dem bestimmte Medien und Medienkisten bereitgestellt werden, dass auch begeistert angenommen wird; darüber hinaus stellen wir aber auch aus dem eigenen Bestand Medienkisten, Bücherkisten zur Verfügung, um die

Bücherei bei neuen Lesern und Leserinnen bekannt zu machen. Das sind so die Standards. Wir werden jetzt im Sommer in den Sommerferien erstmalig am Jugendleseclub teilnehmen, in dem gerade die Kinder und Jugendlichen angesprochen sind.

I: Dann würde ich jetzt ganz gerne zu der Bestandspolitik der Bücherei kommen: Wie würden Sie denn den Bestand der Gemeindebücherei im Hinblick auf Schwerpunkte und Zielgruppen genauer charakterisieren?

P: Also einmal ist der Schwerpunkt auf jeden Fall, das kann man ganz klar sagen, erstmal auf dem Buch. Die AV-Medien sind ein wichtiger Bestandteil, der auch gute Ausleihen bringt, aber es ist immer noch eine Bibliothek, eine Bücherei, und keine Mediothek. Dann muss man sagen, das im Moment der Schwerpunkt immer noch auf den Erwachsenensachbüchern auch liegt, oder auch allgemein Sachbüchern: Auch bei den Kinderbüchern ist der Sachbuchanteil der, der sehr gut geht, gerade bei der Kinderliteratur. Und es wird dabei eigentlich auch schon ein bisschen bisher geschaut dass immer ein gewissen Niveau – aber das ist leider auch nicht genauer definiert – dabei gehalten wurde. Also meine Vorgängerin war auch darin konsequent, dass gewisse Bücher, dabei wohl auch bestimmte Bestseller, nicht angeschafft werden. Angeschafft werden sonst jetzt eben auch Ratgeberliteratur, Reiseführer sind sehr beliebt.

I: Damit haben Sie ja auch schon einige Erwerbungs-schwerpunkte angesprochen. Gibt es denn jetzt direkt ein Bestandskonzept oder dieses Bestandskonzept im Grunde das, wie Sie gerade gesagt haben, wie Sie selber Bücher anschaffen?

P: Ja, denn ein fest definiertes Bestandskonzept gibt es nämlich nicht. Einerseits gibt es schon Bücher und Medien, die man in öffentlichen Bibliotheken einfach haben muss, auch wenn man weiß, dass sie nicht gut gehen. Meine Prämisse ist schon, regionale Autoren zu fördern bei den Bestandsgruppen, also der Belletristik, aber auch schon bei Sachbüchern. Dann schaue ich eben auch schon, wie denn die Gegebenheiten vor Ort sind, welche Autoren und Sachgruppen denn gerade gefragt sind, dass das dann eben auch gefördert wird, aber darüber hinaus auch, ja, dass so ziemlich alle Bereiche des öffentlichen Lebens eigentlich auch abgedeckt sind, darunter auch schon aktuelle, auch zu aktuellen, politischen, Themen, und darüber hinaus eben wirklich schon alle Aufgaben einer öffentlichen Bibliothek im Grunde abgedeckt sind: Das beinhaltet dann schon Vielfalt und Meinungsbildung, das muss dann eben auch schon da sein.

I: Wie hoch ist denn der Etat, den Sie insgesamt haben, und wie verteilt sich dieser auf die einzelnen Bestandsbereiche in der Bücherei?

P: Also, der Etat ist immer so um die 36 000 Euro; wir liegen damit sehr gut. Wir haben trotz der Finanzkrise auch noch keine Einschnitte überstehen müssen. Da wir im Moment leider noch kein Erwerbungsmodul für unsere Software haben, das wird demnächst angeschafft, habe ich jetzt noch nicht im Kopf, wie, ja, sich der Etat auf die einzelnen Literaturarten und Sachgruppen verteilt. Ich habe dann mehr so geguckt, was denn so an Büchern mitgehen, was man eben löscht und anschafft, und habe das dann mit so Excel-Listen dann kontrolliert; aber da fließen natürlich auch einige

Erfahrungswerte rein, so dass man dann guckt, wie man das intern verteilen kann.

I: Wie wurde der Bestand bisher evaluiert?

P: Evaluiert wurde er einmal über Löschlisten, dass einmal ich mir immer wieder die Zeit genommen habe in der EDV zu ermitteln, wie denn bestimmte Systemstellen, bestimmte Literaturgruppen gelaufen sind. Und was gar nicht ging, das wurde dann gelöscht. Aber das müsste da etwas mehr von werden, dass der Bestand evaluiert wird.

I: Können Sie in etwa einschätzen, welche Bestandssegmente bislang stark oder wenig nachgefragt werden und warum das so ist?

P: Also beim Sachbestand, dem Erwachsenensachbestand geht ganz stark der Bereich Freizeitgestaltung, also Garten, Hauswirtschaft, Handarbeiten, natürlich Gestalten. Nachgefragt werden genauso Medien aus dem Gesundheitsbereich. Weniger nachgefragt ist die Geschichte und der Literaturbereich. Das liegt wohl auch an zu vielen Medien, viele Medien gehen da auch einfach sehr schlecht. Sehr gut gehen dagegen vor allem die Reiseführer: Es wird sehr viel gereist in Stockelsdorf. Bei den Kindern die erzählende Literatur, auf jeden Fall Comics, die gehen gut, Sachbücher, die werden dort eigentlich immer gerne mitgenommen und natürlich Wirtschaftsbücher; dann eben auch natürlich Romane, denn der klassische Bibliotheksleser ist die Frau, ist weiblich. Und Romanleser sind eben auch präsent, nur Klassiker gehen eben weniger gut.

I: Haben Sie denn Erwerbungsabsprachen getroffen, beziehungsweise

sind Sie denn Kooperationen mit anderen Bibliotheken oder Einrichtungen eingegangen?

P: Nein, das sind wir nicht. Wir arbeiten zwar mit den anderen Büchereien schon so eng zusammen, dass wir da den Leihverkehr haben und diesen auch nutzen können, wenn wir denn wollen und dann auch aus anderen Büchereien etwas bestellen können, aber gezielte Absprachen gibt es nicht.

I: Wie ist denn Ihre Selbsteinschätzung im Hinblick darauf, was denn in der Bücherei verändert, verbessert oder auch optimiert werden kann?

P: Ja, also, verbessert werden kann auf alle Fälle die Bestandspräsentation, also wie gesagt das Aufstellungssystem. Also auch mehr löschen, dass dann auch mehr Platz für die Bestandspräsentation ist; verändert und verbessert werden kann dann natürlich vor allem auch die Regalbeschilderung, die ist seit dem Umbau nicht mehr wirklich vorhanden; auch der Platz ist noch nicht so richtig gelöst, aber das hängt eben auch mit dem Bestandsaufbau und den Löschungen zusammen, dass sich dabei wohl auch noch Verschiebungen ergeben werden im Regal, sodass man sich momentan noch nicht um die Beschilderungen sorgen muss. Ja, ansonsten sind es die Medien, die verbessert und optimiert werden können, aber das kann man ja immer verbessern oder optimieren: Beim Bestand ist es ja immer so.

I: Um den Bestand geht es auch in der letzten Frage, nämlich: Wie sieht Ihrer Meinung nach der ideale Bestand der Gemeindebücherei Stockelsdorf aus und welche Schritte halten Sie dafür für notwendig

und denken Sie, dass sie diese mit den Kompetenzen und Ressourcen, die Sie haben, auch erreichen können?

P: Das ist 'ne sehr komplexe Frage: Der ideale Bestand, sofern es ihn denn überhaupt gibt, der Bestand ist auf jeden Fall ein aktueller Bestand, der ansprechend präsentiert ist, ja, die Bücher und die Medien in einem guten Zustand, in einer Aufstellung und einem System, der für den Leser leicht durchschaubar ist, dass er die Medien selbstständig auch gut finden kann. Der ideale Bestand ist zum größten Teil auch ausgerichtet auf die Bedürfnisse der Nutzer. Natürlich gibt es auch Bücher, die man einfach haben muss, auch wenn sie einfach nicht gut gehen, wie bei der Belletristik die Klassiker, die nicht gerade die Ausleihrenner sind, die man aber trotzdem im Bestand haben muss und schon in einer Ausgabe vorhanden sein müssen. Wichtig ist einfach die Erstellung eines Bestandskonzeptes, um einen roten Faden zu haben, an dem man sich wirklich orientieren kann. Im Übrigen gehe ich einfach ganz stark davon aus, dass man die notwendigen Schritte mit den Kompetenzen, die wir hier vor Ort haben auch sehr gut bewältigen kann und dass das innerhalb eines Jahres umgesetzt sein dürfte.

I: Haben Sie noch Anmerkungen oder Kommentare zu Themen, die im Interview nicht angesprochen worden sind?

P: Nein, ich fand es im Grunde recht ausführlich.

I: Dann danke ich Ihnen vielmals für dieses Interview.

Anhang 5:

Fragebogen in der Stadtbücherei Backnang, SZLATKI 2010



Liebe Leserinnen und Leser,
die Stadtbücherei führt in diesen Tagen im Rahmen eines studentischen Forschungsprojekts eine Befragung durch. Dabei geht es darum, mehr über das Nutzungsverhalten und die Alltagsgestaltung von Büchereikunden zu erfahren.

Die Befragung dauert 5-10 Minuten und ist selbstverständlich anonym.

Für Nachfragen steht Ihnen eine Mitarbeiterin jederzeit gerne zur Verfügung.

Helfen Sie uns, Sie besser kennen zu lernen - vielen Dank!
Marianne Engelhardt, Büchereileitung
Stadtbücherei Backnang

Ein Forschungsprojekt von:
Stadtbücherei Backnang, Hochschule der Medien Stuttgart und
Regierungspräsidium Stuttgart, Fachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen

1) Wie oft besuchen Sie die Stadtbücherei?

mehrmals wöchentlich
 einmal wöchentlich
 mehrmals monatlich
 einmal monatlich
 seltener als einmal im Monat
 ich bin zum ersten Mal hier

2) Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich in der Stadtbücherei?

bis zu 30 Minuten
 bis zu einer Stunde
 länger als eine Stunde

**3) Bitte vervollständigen Sie den Satz:
Die Stadtbücherei ist für mich persönlich...**

völlig unwichtig eher unwichtig eher wichtig sehr wichtig

**4) Wie bewerten Sie die Stadtbücherei insgesamt?
(Schulnoten: 1 = sehr gut, 6 = ungenügend)**

1 2 3 4 5 6

**5) Welche Büchereiangebote nutzen Sie hauptsächlich?
(Sie können hier mehrere Antworten ankreuzen)**

Angebote für Kinder und Jugendliche
(z.B. Bücher / andere Medien / Veranstaltungen)

Angebote für Erwachsene:

Romane / Erzählungen
 Sachbücher
 Zeitungen
 Zeitschriften
 Hörbücher / Literatur-CDs
 Musik-CDs
 CD-ROMs für den Computer
 Filme
 Computer- / Internetzugang
 Veranstaltungen
 Auskunft / Beratung
 Arbeitstische / Leseplätze
 Sonstiges: _____

Ein Forschungsprojekt von:
Stadtbücherei Backnang, Hochschule der Medien Stuttgart und
Regierungspräsidium Stuttgart, Fachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen

**6) Welche Themen interessieren Sie dabei besonders?
(Bitte nennen Sie hier max. 5 Gebiete)**

**7) Warum besuchen Sie die Stadtbücherei hauptsächlich?
(Sie können hier mehrere Antworten ankreuzen)**

für Schule / Ausbildung / Studium
 für berufliche Zwecke / berufliche Weiterbildung
 um mich persönlich weiterzubilden
 um mich zu informieren
 für meine Freizeit / meine Hobbys
 weil ich überraschende Denkanstöße / neue Themen finde
 aus literarisch-kulturellen Interessen
 für Kinder und Familie
 weil ich so Zugang zu Büchern / anderen Angeboten habe,
die ich mir sonst finanziell nicht leisten könnte
 für die Begegnung mit anderen Menschen
 um mir die Zeit zu vertreiben
 weil ich mich gerne in der Bücherei aufhalte
 Sonstiges: _____

Sie haben bereits die erste Hälfte des Fragebogens beantwortet!

Nun folgen die allgemeinen Fragen zu Alltagsgestaltung und Freizeit. Die Stadtbücherei will damit im Rahmen eines studentischen Forschungsprojekts erheben, welche gesellschaftlichen Gruppen sie erreicht.

Bitte füllen Sie gerade auch diese Fragen sorgfältig aus!
Herzlichen Dank!

8) Wie gestalten Sie Ihren Alltag? Bitte sagen Sie für jede Beschreibung, inwieweit sie für Sie persönlich zutrifft?

	trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft eher zu	trifft voll und ganz zu
Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich gehe viel aus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich lebe nach religiösen Prinzipien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich genieße das Leben in vollen Zügen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9) Wie häufig üben Sie folgende Freizeitaktivitäten aus?

	nie	selten	manchmal	oft
Kunstaustellungen oder Galerien besuchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bücher lesen (auch Fachbücher, aber keine Zeitschriften o.ä.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Lokalzeitung wie die „Backnanger Kreiszeitung“ lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Boulevardzeitung wie die „Bild“ lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine überregionale Tageszeitung wie die „FAZ“ lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Wochenzeitung wie den „Spiegel“ lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10) Wenn Sie einmal in ein Restaurant richtig gut Essen gehen, wie viel Euro geben Sie dann maximal pro Person - inklusive Getränke - aus?

_____ € weiß nicht

gehe nie ins Restaurant

werde immer eingeladen

Ein Forschungsprojekt von:
Stadtbücherei Backnang, Hochschule der Medien Stuttgart und
Regierungspräsidium Stuttgart. Fachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen

Gleich haben Sie es geschafft!

Zum Schluss nur noch ein paar Fragen zu Ihrer Person:

11) Wie alt sind Sie? _____ Jahre

12) Sind Sie männlich ? weiblich ?

13) Welchen höchsten Schulabschluss oder Hochschulabschluss haben Sie?

noch Schüler(in)

Schule beendet ohne Abschluss

Volks- / Hauptschulabschluss

Realschulabschluss / Mittlere Reife

Abitur / Fachabitur

Hochschulabschluss / Fachhochschulabschluss

anderer und zwar: _____

14) In welchem Land sind Sie geboren?

Deutschland

anderes und zwar: _____

15) Welche Staatsangehörigkeit haben Sie?
(Mehrfachnennung möglich)

deutsch

andere und zwar: _____

16) Welche Sprache sprechen Sie innerhalb Ihrer Familie?
(Mehrfachnennung möglich)

Deutsch

andere und zwar: _____

Zum Abschluss haben Sie hier noch Platz für allgemeine Kommentare zur Stadtbücherei und der Umfrage:

Damit sind Sie am Ende angelangt.
Bitte werfen Sie den Fragebogen in die Rückgabebox.
HERZLICHEN DANK FÜR IHRE TEILNAHME!

Anhang 6:

Fragebogen in der Stadtbibliothek Bremen, BERKE 2011



Liebe Kundinnen und Kunden,
im Rahmen eines studentischen Forschungsprojekts der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg führt diese in der Stadtbibliothek Bremen in diesen Tagen eine Befragung durch.

Dabei geht es für die Gestaltung unserer Angebote darum, mehr über das Nutzungsverhalten und die Alltagsgestaltung von BibliothekskundInnen zu erfahren. Die Befragung dauert ca. 5-10 Minuten und ist selbstverständlich anonym.
Für Nachfragen stehen Ihnen die Mitarbeiter/innen jederzeit gerne zur Verfügung.

Annika Eissing, Svenja Fieting, Isabelle Jährig
Studierende der Hochschule für angewandte Wissenschaften Hamburg
Ansprechpartnerin vor Ort: Tina Echterdiek
Leitung der Zentralbibliothek
Stadtbibliothek Bremen

1) Wie oft besuchen Sie die Stadtbibliothek vor Ort?

- weniger als einmal im Monat
 einmal im Monat
 2- bis 3-mal im Monat
 4-mal oder öfters im Monat

2) Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich in der Stadtbibliothek pro Besuch?

- bis zu 30 Minuten
 mehr als 30 Minuten bis zu einer Stunde
 länger als eine Stunde

**3) Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz durch Ankreuzen:
Die Stadtbibliothek ist für mich persönlich...**

- völlig unwichtig eher unwichtig eher wichtig sehr wichtig

**4) Wie bewerten Sie die Stadtbibliothek?
(Schulnoten: 1 = sehr gut, 6 = ungenügend)**

	1	2	3	4	5	6	Weiß nicht
Atmosphäre							
Freundlichkeit der Mitarbeiter/innen							
Aktualität der Medien							
Veranstaltungen							
Ausstellungen							
Beratung / Information							
Insgesamt							



5) Geben Sie spontan drei Medienangebote an, die Sie häufig benutzen!
(zum Beispiel: DVDs, Datenbanken, Romane ...)

- _____

6) Geben Sie spontan drei Serviceangebote an, die Sie häufig in Anspruch nehmen!
(zum Beispiel: Auskunft, Arbeitsplätze...)

- _____

8) Mit welchem Ziel besuchen Sie die Stadtbibliothek hauptsächlich?
(Sie können hier mehrere Antworten ankreuzen)

- Infos / Medien für meine Freizeit / meine Hobbys
 weil ich neue Denkanstöße / neue Themen finden möchte
 aus literarisch-kulturellen Interessen
 für Kinder und Familie
 weil ich so Zugang zu Büchern / anderen Angeboten habe, die ich mir sonst finanziell nicht leisten könnte / möchte
 für die Begegnung mit anderen Menschen
 für Schule / Ausbildung / Studium
 für berufliche Zwecke / berufliche Weiterbildung
 Sonstiges: _____

7) Welche Themen interessieren Sie besonders?
(Bitte nennen Sie hier max. 5 Gebiete)

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Krimis | <input type="checkbox"/> Naturwissenschaft | <input type="checkbox"/> Pädagogik, Psychologie |
| <input type="checkbox"/> Frauenliteratur | <input type="checkbox"/> Kunst, Musik | <input type="checkbox"/> Religion |
| <input type="checkbox"/> Tierwelt | <input type="checkbox"/> Hauswirtschaft, Landwirtschaft | <input type="checkbox"/> Biographien |
| <input type="checkbox"/> Gedichte | <input type="checkbox"/> Politik, Wirtschaft | <input type="checkbox"/> Freizeit, Sport |
| <input type="checkbox"/> Märchen | <input type="checkbox"/> Recht | <input type="checkbox"/> sonstige Romane |
| <input type="checkbox"/> Fantasy | <input type="checkbox"/> Ausbildung, Beruf | <input type="checkbox"/> sonstige Sachliteratur |

Sie haben bereits die erste Hälfte des Fragebogens beantwortet!
Nun folgen allgemeinen Fragen zu Ihrer persönlichen Freizeitgestaltung, die selbstverständlich auch streng vertraulich behandelt werden.

Herzlichen Dank!

**9) Wie gestalten Sie Ihren Alltag?
Bitte geben Sie an, inwieweit die Beschreibung für Sie persönlich zutrifft**

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu
Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich gehe viel aus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich lebe nach religiösen Prinzipien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich genieße das Leben in vollen Zügen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10) Wie häufig üben Sie folgende Freizeitaktivitäten aus?

	Nie	Selten	Manchmal	Oft
Kunstaustellungen oder Galerien besuchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bücher lesen (auch Fachbücher, aber keine Zeitschriften o.ä.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Lokalzeitung wie den „Weser Kurier“ lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Boulevardzeitung wie die „Bild“ lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine überregionale Tageszeitung wie die „FAZ“ lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Wochenzeitung wie den „Spiegel“ lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstiges: _____

11) Wenn Sie in einem guten Restaurant essen gehen, wie viel Euro geben Sie dann maximal pro Person - inklusive Getränke -aus?

_____ € weiß ich nicht
 ich gehe nie ins Restaurant
 ich werde immer eingeladen

Zum Schluss nur noch einige allgemeine Fragen.

12) Wie alt sind Sie? _____ Jahre

13) Sind Sie männlich ? weiblich?

14) Welchen höchsten Schulabschluss haben Sie?

- noch Schüler(in)
 Schule beendet ohne Abschluss
 Volks- / Hauptschulabschluss
 Realschulabschluss / Mittlere Reife
 Abitur / Fachabitur
 Hochschulabschluss / Fachhochschulabschluss
 anderer und
 zwar: _____

15) In welchem Land sind Sie geboren?

Deutschland

anderes Land und zwar:

16) Seit wann leben Sie in Deutschland?

Ich bin Deutschland geboren.

Ich lebe in Deutschland seit: _____

**17) Welche Sprache sprechen Sie innerhalb Ihrer Familie?
(Mehrfachnennung möglich)**

Deutsch

andere Sprache und

zwar: _____

18) Welche Einrichtung der Stadtbibliothek Bremen besuchen Sie überwiegend?

Bitte nur einen Ort ankreuzen!

- Zentralbibliothek
- Huchting
- Lesum
- Osterholz
- Vahr
- Vegesack
- West
- Busbibliothek

**Zum Abschluss haben Sie hier noch Platz für allgemeine
Kommentare zur Stadtbibliothek und der Umfrage:**

*Bitte werfen Sie den Fragebogen in die Rückgabebox oder geben
Sie ihn am Empfang ab.
HERZLICHEN DANK FÜR IHRE TEILNAHME!*

Anhang 7:

Fragebogen in der Gemeindebücherei Stockelsdorf



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamt
Hamburg University of App

Liebe Leserinnen und Leser,

im Rahmen meiner Bachelor-Arbeit führe ich in Kooperation mit der Gemeindebücherei Stockelsdorf eine Kundenumfrage durch.

Diese Umfrage hat das Ziel, mehr über das Nutzungsverhalten und die Alltagsgestaltung der Büchereibesucher zu erfahren. So können Angebot und Service für Sie noch besser gemacht werden!

Die Befragung dauert etwa 5 – 10 Minuten und ist selbstverständlich anonym.

Für Fragen stehen Ihnen die Mitarbeiterinnen der Gemeindebücherei Stockelsdorf gerne zur Verfügung!

Svenja Fieting
Studentin an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Ansprechpartnerin vor Ort: Anette Popall
Leiterin der Gemeindebücherei Stockelsdorf

1) Wie oft besuchen Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf?

weniger als einmal im Monat
 einmal im Monat
 2- 3- mal im Monat
 4- mal oder öfter im Monat

2) Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich pro Besuch in der Gemeindebücherei Stockelsdorf?

bis zu 30 Minuten
 mehr als 30 Minuten bis zu einer Stunde
 mehr als eine Stunde

3) Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz durch Ankreuzen: Die Gemeindebücherei Stockelsdorf ist für mich persönlich...

völlig unwichtig eher unwichtig eher wichtig sehr wichtig

4) Wie bewerten Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf? (Schulnoten: 1 = sehr gut, 6 = ungenügend)

	1	2	3	4	5	6	weiß nicht
Atmosphäre							
Freundlichkeit der Mitarbeiterinnen							
Aktualität der Medien							
Beratung / Information							
Öffnungszeiten							
Insgesamt							



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamt
Hamburg University of App

5) Geben Sie spontan drei Medienangebote an, die Sie nutzen! (z.B. DVDs, Romane, ...)

6) Geben Sie spontan drei Serviceangebote an, die Sie nutzen! (z.B. Auskunft, Vorbestellung, ...)

7) Mit welchem Ziel besuchen Sie die Gemeindebücherei Stockelsdorf hauptsächlich? (Mehrfachnennungen möglich)

Infos / Medien für meine Freizeit / meine Hobbys
 weil ich neue Denkanstöße / neue Themen finden möchte
 aus literarisch-kulturellen Interessen
 für Kinder und Familie
 weil ich so Zugang zu Büchern und anderen Angeboten habe, die ich mir sonst finanziell nicht leisten könnte oder möchte
 für die Begegnung mit anderen Menschen
 für Schule / Ausbildung / Studium
 für berufliche Zwecke / berufliche Weiterbildung

8) Welche Themen interessieren Sie dabei besonders? (Bitte nennen Sie hier maximal 5 Gebiete)

<input type="radio"/> Krimis	<input type="radio"/> Horror	<input type="radio"/> Pädagogik, Psychologie
<input type="radio"/> Frauenliteratur	<input type="radio"/> Naturwissenschaften	<input type="radio"/> Religion, Philosophie
<input type="radio"/> Tierwelt	<input type="radio"/> Kunst, Musik	<input type="radio"/> Biographien
<input type="radio"/> Gedichte	<input type="radio"/> Hauswirtschaft, Landwirtschaft	<input type="radio"/> Freizeit, Sport
<input type="radio"/> Märchen, Sagen	<input type="radio"/> Politik, Wirtschaft, Recht	<input type="radio"/> sonstige Romane
<input type="radio"/> Fantasy, Science Fiction	<input type="radio"/> Ausbildung, Beruf	<input type="radio"/> sonstige Sachliteratur

9) Wie häufig finden Sie die Medien, die Sie suchen, vor Ort?

- nie
- selten
- oft
- immer

10) Woran orientieren Sie sich in der Gemeindebücherei Stockelsdorf, wenn Sie nach Medien suchen?

- an den Regalschildern
- an der Regalbeschriftung
- an den Regalreihen bzw. der Regalanordnung
- an den Auslagen
- an den Mitarbeiterinnen

Sie haben bereits die erste Hälfte des Fragebogens beantwortet!

Nun folgen allgemeine Fragen zu Ihrem Alltag und Ihrer Freizeitgestaltung. Ihre Antworten werden natürlich auch hier streng vertraulich behandelt.

Vielen Dank!

11) Wie gestalten Sie Ihren Alltag? Bitte geben Sie an, inwieweit die Beschreibung für Sie persönlich zutrifft!

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu
Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard.				
Ich gehe viel aus.				
Ich lebe nach religiösen Prinzipien.				
Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest.				
Ich genieße das Leben in vollen Zügen.				
Mein Leben gefällt mir. Dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.				

12) Wie häufig üben Sie folgende Freizeitaktivitäten aus?

	Nie	Selten	Manchmal	Oft
Kunstaustellungen oder Galerien besuchen				
Bücher lesen (auch Fachbücher, aber keine Zeitschriften o.ä.)				
Eine Lokalzeitung wie die „Lübecker Nachrichten“ lesen				
Eine Boulevardzeitung wie die „Bild“ lesen				
Eine überregionale Tageszeitung wie die „FAZ“ lesen				
Eine Wochenzeitung wie den „Spiegel“ lesen				

13) Wenn Sie einmal in einem Restaurant richtig gut essen gehen, wie viel geben Sie dann maximal pro Person aus?

- _____ €
- Weiß ich nicht.
 - Ich gehe nie ins Restaurant.
 - Ich werde immer eingeladen.

Zum Schluss habe ich noch ein paar allgemeine Fragen an Sie.

14) Wie alt sind Sie?

_____ Jahre

15) Sind Sie...

- männlich
- weiblich

16) Welchen höchsten Schulabschluss haben Sie?

- noch Schüler(in)
- Schule beendet ohne Abschluss
- Volks- / Hauptschulabschluss
- Realschulabschluss / mittlere Reife
- Fachabitur
- Abitur
- Fachhochschulabschluss
- Hochschulabschluss
- anderer, und zwar: _____

17) In welchem Land sind Sie geboren?

- Deutschland
- anderes, und zwar: _____

18) Seit wann leben Sie in Deutschland?

Ich bin in Deutschland geboren.

Ich lebe in Deutschland seit _____ Jahr(en).

19) Welche Sprache sprechen Sie innerhalb Ihrer Familie?
(Mehrfachnennungen möglich)

Deutsch

andere Sprache(n), und zwar: _____

20) Nutzen Sie neben der Gemeindebücherei Stockelsdorf auch
Andere Bibliotheken oder Büchereien?
(Mehrfachnennungen möglich)

nein

ja, und zwar:

- Stadtbücherei Bad Schwartau
- Stadtbibliothek Lübeck
- Zentrale Hochschulbibliothek Lübeck
- _____

Zum Abschluss haben Sie hier noch Platz für allgemeine Kommentare zur
Gemeindebücherei Stockelsdorf und dieser Umfrage:

Bitte werfen Sie den Umfragebogen in die Rückgabebox oder geben ihn an der
Ausleitheke ab.

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!!

Anhang 8:

Auswertung der Items nach den Lebensführungstypen von Gunnar OTTE

	Trifft überhaupt nicht zu / nie	Trifft eher nicht zu / selten	Trifft eher zu / manchmal	Trifft voll und ganz zu	Weiß nicht / keine Antwort
A1	1	2	3	4	-
A2	1	2	3	4	-
A3	1	2	3	4	-
A4	1	2	3	4	-
A5	≥ 50 € = 4	30 – 49 € = 3	20 – 29 € = 2	< 20 € = 1 = gehe nie ins Restaurant	-
M1	1	2	3	4	-
M2	4	3	2	1	-
M3	4	3	2	1	-
M4	1	2	3	4	-
M5	1	2	3	4	-

Tab. 7: Auswertungstabelle der Lebensstile von Gunnar OTTE

A1 = Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard

A2 = Kunstausstellungen oder Galerien besuchen

A3 = Bücher lesen

A4 = überregionale Tageszeitungen wie die „FAZ“ lesen

A5 = Restaurant-Beitrag

M1 = Ich gehe viel aus.

M2 = Ich lebe nach religiösen Prinzipien.

M3 = Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest.

M4 = Ich genieße das Leben in vollen Zügen.

M5 = Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.

- Ausstattungsniveau (A1+A2+A3+A4+A5)
- Modernität / biographische Perspektive (M1+M2+M3+M4+M5)
- Jeweils mindestens vier Werte, andernfalls ungültig
- bei vier Antworten die Summe durch vier dividieren
- bei fünf Antworten die Summe durch fünf dividieren

(vgl. BERKE 2011a, Anhang S.70)

Anhang 9:

Übertragung der Lebensstile von Gunnar OTTE auf die SINUS-Milieus von SINUS Sociovision

<i>SINUS-Milieus</i>	<i>Lebensstile</i>
<p>1) <i>KONSERVATIVE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traditionen der Familie • Sparsamkeit, Sauberkeit, Ordnung • Gehobener Lebensstandard <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ehrenamt / Nachbarschaft und Vereine • Theater / Opern / Museen • Nationale Orientierung <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informations- und Nachrichtensendungen • Kultursendungen und –shows • Seichte Unterhaltungsserien / -filme 	<p><i>KONSERVATIV GEHOBENE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traditionen der Familie • Religiöse Prinzipien • Bildungsreisen • Sparsamkeit, Sauberkeit, Ordnung • Gehobener Lebensstandard <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunstaussstellungen • Gottesdienste • Klassische Konzerte • Bücher lesen • Kunsthalle/-vereine • Nationaltheater • Vorträge / Lesungen • Landesmuseum für Technik / Arbeit, Reißmuseum <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oper • Klassische Musik • Dt. Volksmusik <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kultursendungen • Dokumentationen zur Zeitgeschichte • Politische Magazine <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • überregionale Tageszeitung • Lokalzeitung <p>→KL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • exklusive Boutiquen <p>→Schichteinstufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 0%

	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiterschicht 3% • Mittelschicht 59% • Obere Mittelschicht 34% • Oberschicht 3%
<p>2) <i>TRADITIONSVERWURZELTE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traditionen der Familie • Sparsamkeit, Sauberkeit, Ordnung • Einfaches, schlichtes Leben • Gemütlich zu Hause bleiben <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seniorentreffs / Kaffeefahrten • Fernsehen <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dt. Volksmusik • dt. Schlager <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heimatfilme • Unterhaltungsserien • Rechtlich-öffentliche Sender <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokalzeitung <p>→Schichtestufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht • Arbeiterschicht 	<p><i>KONVENTIONALISTEN</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • religiöse Prinzipien • Traditionen der Familie • Sparsamkeit, Sauberkeit, Ordnung • Viel nachdenken <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gottesdienste • Seniorentreffs • Bücher lesen • Luisenpark / Herzogenriedpark <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dt. Volksmusik • dt. Schlager • internat. Folklore • Oper <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heimatfilme • Volkstheater <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokalzeitung <p>→Schichtestufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 0% • Arbeiterschicht 17% • Mittelschicht 71% • Obere Mittelschicht 12% • Oberschicht 0% <p>-----</p> <p><i>TRADITIONELLE ARBEITER</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traditionen der Familie • Sparsamkeit, Sauberkeit, Ordnung • Religiöse Prinzipien • Einfaches, schlichtes Leben • Gemütlich zu Hause bleiben

	<ul style="list-style-type: none"> • Erhaltung der Gesundheit <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seniorentreffs • Gottesdienste • Fernsehen <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dt. Volksmusik • dt. Schlager <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heimatfilme • Volkstheater • Unterhaltungsserien • Shows / Quizsendungen <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boulevardzeitung <p>→Schichteinstufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 1% • Arbeiterschicht 38% • Mittelschicht 55% • Obere Mittelschicht 6% • Oberschicht 0%
<p>3) <i>ETABLIERTE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mit Luxus umgeben • Leben in vollen Zügen genießen • Traditionelle Werte • „Up-to-Date“ (Technik, Medien etc.) <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunst / Kultur • Sportveranstaltungen <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sportsendungen • Nachrichten / Politik (Talkshows u.a.) • Serienklassiker <p>→Schichteinstufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obere Mittelschicht • Oberschicht 	<p><i>REFLEXIVE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • viel ausgehen • Leben in vollen Zügen genießen • Ständig etwas los im Leben • Gehobener Lebensstandard • Bildungsreisen • Neue Erfahrungen machen • Mit Luxus umgeben <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunstaussstellungen • Kunsthalle / Kunstverein • Kneipen • Nationaltheater • Internet • Alternative Kulturszene • Kino • Klassische Konzerte • Bücher lesen • Diskotheken • Restaurants

	<ul style="list-style-type: none"> • Computer • Mit Freunden zusammensein • Rheinpromenade / Waldpark • Einkaufsbummel <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jazz • Reggae / Soul / Funk • Rock / Pop <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • überregionale Tageszeitung <p>→KL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • exklusive Boutiquen • Secondhand-Shops <p>→Schichteinstufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 1% • Arbeiterschicht 6% • Mittelschicht 62% • Obere Mittelschicht 30% • Oberschicht 2%
<p>4) <i>BÜRGERLICHE MITTE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alles im Leben hart erarbeitet • Traditionen der Familie • Vom Fernseher berieseln lassen • Sparsamkeit, Sauberkeit, Ordnung • Gemütlich zu Hause bleiben • (einfaches, schlichtes Leben) <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fernsehen • Mit Kindern beschäftigen • Technik/Medien: wenn „salonfähig“ und notwendig für die Kinder <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterhaltungsserien • Gesundheit und Wohnen • Ratgeber <p>→Schichteinstufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mittelschicht • Obere Mittelschicht 	<p><i>HEIMZENTRIERTE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • einfaches, schlichtes Leben • Sparsamkeit, Sauberkeit, Ordnung • Gemütlich zu Hause bleiben • Alles im Leben hart erarbeitet • Vom Fernseher berieseln lassen • Traditionen der Familie <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fernsehen • Mit Kindern beschäftigen <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dt. Schlager • dt. Volksmusik <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterhaltungsserien • Volkstheater <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boulevardzeitung <p>→KL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Versandhäuser

	<p>→Schichteinstufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 4% • Arbeiterschicht 33% • Mittelschicht 58% • Obere Mittelschicht 4% • Oberschicht 1% <p>-----</p> <p><i>AUFSTIEGSORIENTIERTE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • religiöse Prinzipien <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gartenarbeit • Heimwerken, Basteln, Handarbeiten • Bücher lesen <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • internat. Folklore <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokalzeitung <p>→Schichteinstufung :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 0% • Arbeiterschicht 12% • Mittelschicht 74% • Obere Mittelschicht 11% • Oberschicht 2%
<p>5) <i>KONSUM-MATERIALISTEN</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ständig etwas los im Leben • Leben in vollen Zügen genießen • Spaß haben und sich etwas leisten • Viel ausgehen <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mithalten / zeigen, was man hat und ist • Ablenkung vom Alltag <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterhaltungssendungen /-shows • Doku-Soaps • Crime • Sitcoms 	<p><i>UNTERHALTUNGSSUCHENDE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ständig etwas los im Leben • Leben in vollen Zügen genießen • Spaß haben und sich etwas leisten • Viel ausgehen • Führungsposition wichtig • Spielhallen <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskotheken • Stadtteil-/Straßenfeste • Faulenzen • Besuch von Sportveranstaltungen <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Techno / House / R'n B'

<ul style="list-style-type: none"> • Science-Fiction / Fantasy / Mystery <p>→Schichteinstufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht • Arbeiterschicht 	<ul style="list-style-type: none"> • Hip Hop <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actionfilme • MTV / VIVA • Science Fiction / Fantasy <p>→ZT :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boulevardzeitung <p>→KL :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Läden mit junger Mode • Versandhäuser <p>→Schichteinstufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 3% • Arbeiterschicht 26% • Mittelschicht 67 % • Obere Mittelschicht 4% • Oberschicht 0% <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p><i>HEDONISTEN</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • viel ausgehen • ständig etwas los im Leben • Leben in vollen Zügen genießen • Gehobener Lebensstandard <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskotheken • Kneipen • Kino • Fitness-Center • Aktivsport • Volksfeste Innenstadt <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hip Hop • Techno / House / R'n B' • Independent / Punk • Reggae / Soul / Funk <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MTV / VIVA • Science Fiction / Fantasy <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boulevardzeitung <p>→KL :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Läden mit junger Mode
--	--

	→Schichteinstufung: <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 1% • Arbeiterschicht 14% • Mittelschicht 64 % • Obere Mittelschicht 21% • Oberschicht 1%
<p>6) <i>POSTMATERIELLE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Globalität / Multikulturalität • Mit Luxus umgeben • Immer einen Schritt voraus sein • Karriere und Gelassenheit • Privilegiendenken <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienaffinität / Zweckmäßigkeit und Angemessenheit • Vielseitige Interessen und Aufgeschlossenheit in allen Bereichen <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kultur / Kunst • Politik / Gesellschaft • (Spielfilm)Serien <p>-----</p> <p>7) <i>MODERNE PERFORMER</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leben in vollen Zügen genießen • Beruflicher Erfolg / persönliches Gewinnstreben • Mobilität / Flexibilität • „Up-to-Date“ (Technik, Medien,etc) • gehobener Lebensstandard • ständig etwas los im Leben <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multikulturalität <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Science-Fiction • (Spielfilm)Serien • Populäre Wissenssendungen 	<p><i>LIBERAL GEHOBENE</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bildungsreisen • Gehobener Lebensstandard • Luxusobjekte: Kunstwerke usw. • Phantasievoll und schöpferisch • Psychologie und Selbsterfahrung • Religiöse Prinzipien • Traditionen der Familie • Leben in vollen Zügen genießen <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunstaussstellungen • Klassische Konzerte • Kunsthalle / Kunstverein • Nationaltheater • Vorträge / Lesungen • Bücher lesen • Alternative Kulturszene • Kurse besuchen, Weiterbildung • Volkshochschulkurse • Landesmuseum / Reißmuseum • Ausflüge und Tagestouren • Internat. Gemeinschafts- und Begegnungszentren <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • klassische Musik • Oper • Jazz • Musical <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kultursendungen

<ul style="list-style-type: none"> • Casting-Shows 	<ul style="list-style-type: none"> • Politische Magazine <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • überregionale Tageszeitung <p>→KL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • exklusive Boutiquen <p>→Schichtestufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 0% • Arbeiterschicht 2% • Mittelschicht 65% • Obere Mittelschicht 33% • Oberschicht 0%
<p>8) <i>EXPERIMENTALISTEN</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Lifestyle“-Avantgarde • Leben in vollen Zügen genießen • Ständig etwas los im Leben • Spaß haben und sich etwas leisten • Phantasievoll und schöpferisch <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multimedia • Experimentierfreude / neue Erfahrungen <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartoons / Zeichentrickserien • Magazine • Science-Fiction / Fantasy / Mystery • Comedy <p>→Schichtestufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeiterschicht • Mittelschicht • Obere Mittelschicht <p>-----</p> <p>9) <i>HEDONISTEN</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • viel ausgehen • ständig etwas los im Leben • Leben in vollen Zügen 	<p><i>HEDONISTEN</i></p> <p>→LF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • viel ausgehen • ständig etwas los im Leben • Leben in vollen Zügen genießen • Gehobener Lebensstandard <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskotheken • Kneipen • Kino • Fitness-Center • Aktivsport • Volksfeste Innenstadt <p>→MU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hip Hop • Techno / House / R'n B' • Independent / Punk • Reggae / Soul / Funk <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MTV / VIVA • Science Fiction / Fantasy <p>→ZT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boulevardzeitung <p>→KL :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Läden mit junger Mode <p>→Schichtestufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht 1% • Arbeiterschicht 14% • Mittelschicht 64 % • Obere Mittelschicht 21%

<p>genießen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individualität / sich abheben von der Masse <p>→FZ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Szene / Diskotheken / Kneipen / Bars / Lounges / ... • Kino • Partys / Volksfeste / Events <p>→TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Science Fiction / Fantasy • Telenovelas • Soaps • Unterhaltungssendungen • Castingshows • Reality-Shows <p>→Schichteinstufung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschicht • Mittelschicht 	<ul style="list-style-type: none"> • Oberschicht 1%
--	--

Tab. 8: Übertragung der Lebensstile von Gunnar OTTE auf die SINUS-Milieus

(BERKE 2011a, Anhang S. 76-83)

Anhang 10:

Die Bibliothek als Kommunales Infozentrum

Beispielhafte Merkmale	Höchstrangige Zielgruppen	Höchstrangige Niveaus	Höchstrangige Medienfunktionen	Höchstrangige Medien-gattungen
Bürgerinformation über die Stadt	Ratsuchende Laien	Laien Anfänger	Öffentliches Engagement	Infobroschüren
Blätter örtlicher Vereine, Kirchen, Initiativen, Behörden	engagierte Bürger	Laien fortgeschritten	Hobby	Zeitungen
Verbraucher-information	Verbraucher	Laien spezialisiert	Wissens-popularisierung	Ratgeber, Anleitung
Jobbörse	Arbeitslose		Recht, Geld, Verbraucher	Fakten-, Zahlen-, Namen-, Waren-, Bildverzeichnis
Broschüren-sammlung	Eltern		Familie	Quelle, Dokumentation, Normen-, Gesetzessammlung und -kommentar
Zeitungen, Lokal-, Bezirkszeitungen	Frauen		Freizeit-Reisen	CD-ROM Fakten
Stadtzeitungen	Männer		Haushalt	populäres Sachbuch
Zeitschriften zum Zeitgeschehen	Senioren		Alltagstechnik	Reiseführer
Zusammenarbeit mit Behörden, Bürgerberatung			Heimwerken	Karten und Pläne
Sprechstunden der Stadtverordneten, Stadträte, Bürgermeister			Gesundheit	Report, Gutachten, Behördenbericht
Höchste Aktualität				
Einschlägige Linksammlung ins Internet stellen				

Tab. 9: Bibliothek als Kommunales Infozentrum (UMLAUF 2000, S. 32)

Anhang 11:

Die Bibliothek als Tor zum Lernen für Schüler

Beispielhafte Merkmale	Höchstrangige Zielgruppen	Höchstrangige Niveaus	Höchstrangige Medienfunktionen	Höchstrangige Medien-gattungen
Unterhaltende Kinderbücher Kindermedien Kindercomis Kooperation mit Schulen Maßnahmen zur Leseförderung Blockausleihe an Kindereinrichtungen Spiele, Lernspiele Starke Staffelnung der meistgefragten Titel Internet-einführungen einschlägige Bookmarksammlung	Kinder Schüler	Vorschule Grundschule	Lernen und Ausbildung Unterhaltung Urteilsbildung Selbsterkenntnis Wissens-popularisierung	Lehr-, Lern-, Übungsmaterialien Bilderbücher Kinder- und Jugendsachbuch Kinder- und Jugenderzählung, -roman MC Kinder- und Jugendprogramm CD-Audio Kinder- und Jugendprogramm Diskette Lehr-, Lern- und Übungsmaterialien CD-Rom Spiele Comics

Tab. 10: Bibliothek als Tor zum Lernen für Schüler (UMLAUF 2000, S. 33)

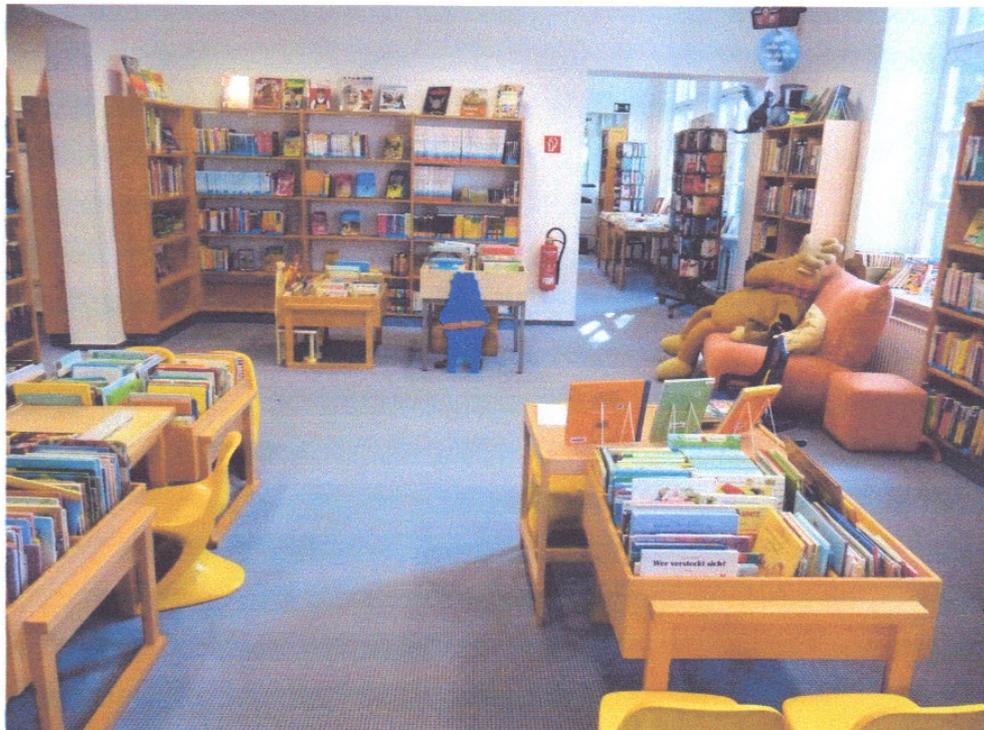
Anhang 12:

Jahresbericht 2010, Gemeindebücherei Stockelsdorf

Jahresbericht 2010



**Gemeindebücherei
Stockelsdorf
Villa Jepsen
Ahrensböcker Straße 78
23617 Stockelsdorf**



VORWORT

Die Gemeindebücherei eine wichtige Einrichtung in Stockelsdorf, die ihren Besucherinnen und Besuchern ein vielseitiges Informationsangebot in Form verschiedener aktueller Medien bietet. Sie ist zudem ein beliebter Treffpunkt für Menschen aller Altersgruppen, Lernort für Schülerinnen und Schüler, Bildungseinrichtung sowie Kommunikationszentrum.

Die Hauptaufgaben einer modernen Öffentlichen Bibliothek sind:

- Die professionelle Bereitstellung und Vermittlung von Informationen und Medien, insbesondere im Bereich Lebenslanges Lernen zur allgemeinen und beruflichen Aus- und Fortbildung.
- Orientierungshilfe zu gesellschaftlich relevanten Themen und Unterstützung bei der freien Meinungsbildung
- Freien Zugang zu Informationen zu bieten
- Vermittlung von Medienkompetenz
- Leseförderung
- Unterstützung bei sinnvoller Freizeitgestaltung
- Kulturelle Veranstaltungsarbeit

Gerade für die Bereiche Medienkompetenzvermittlung, Leseförderung und kulturelle Veranstaltungsarbeit ist eine aktive Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen nötig.

So arbeitet die Gemeindebücherei eng mit den Stockelsdorfer Schulen und Kindergärten zusammen und pflegt Kontakte zu den anderen Kultur- und Bildungseinrichtungen am Ort. Dies zeigt sich in einem vielseitigen Veranstaltungsprogramm, zahlreichen Klassenführungen und Besuchen von Kindergärten.

Die Gemeindebücherei 2010

Das Jahr 2010 war für die Bücherei ein Jahr mit vielen Veränderungen:

Am 04. Januar eröffnete die Bücherei nach einem halben Jahr umbaubedingter Schließzeit. Durch die großzügige Unterstützung der Friedrich Bluhme und Else Jebesen - Stiftung wurden die Räumlichkeiten saniert und durch eine zusätzlichen Raum erweitert, in dem die Jugendbücherei untergebracht ist.

Diese Veränderungen haben natürlich einen Einfluss auf die statistischen Ergebnisse der Büchereiarbeit.

Muss man im Vergleich mit dem Vorjahr die lange Schließzeit berücksichtigen, da die Bücherei teilweise nur sehr eingeschränkt oder gar nicht nutzbar war.

Aus diesem Grund werden im Anhang auch die Zahlen von 2008 angegeben, um einen Vergleich zu ermöglichen.

Der Bücherei ist es erfreulicherweise gelungen, die Schließzeit des Umbaus gut zu überstehen, wie die steigenden Zahlen der aktiven Nutzer zeigen.

Auch die Ausleihe, die wegen des Umbaus zurückging, steigt wieder.

Am 30. Mai verabschiedete sich Frau Brigitta Koldehoff nach 24 Jahren als Büchereileiterin in den verdienten Ruhestand. Die Nachfolge trat Frau Anette Popall am 01. Juni 2010 nahtlos an.

Ein weniger erfreuliches Kapitel war eine Serie von Diebstählen von DVD; PC- und Konsolenspielen, die im Jahr 2010 verstärkt auftrat.

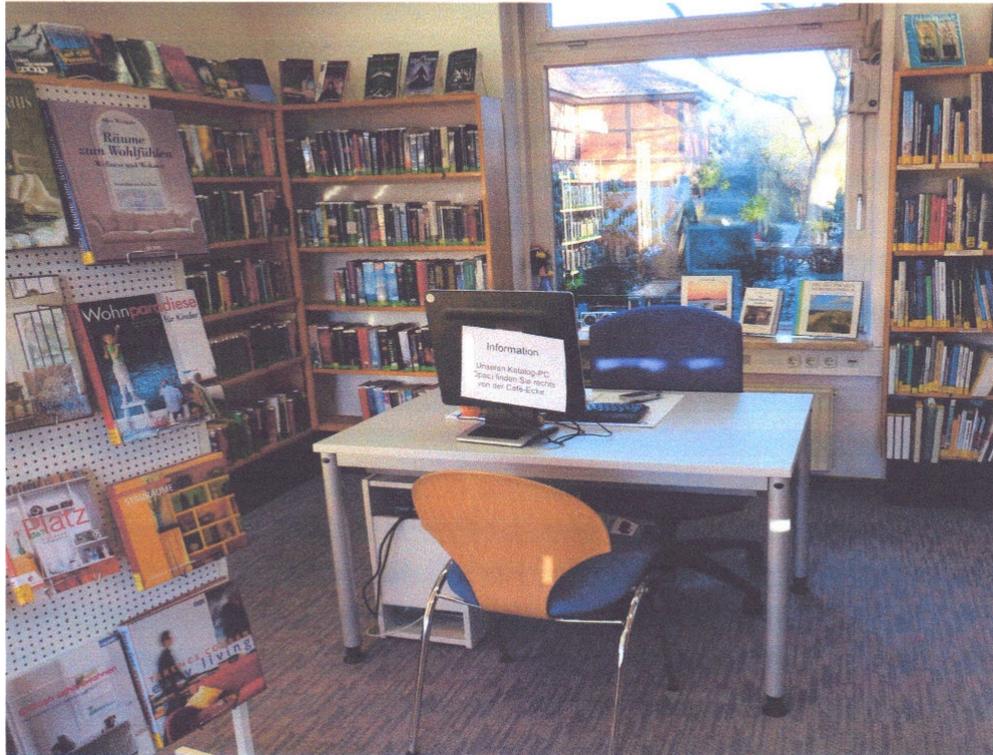
Durch Sicherungsmaßnahmen wie speziell verschließbare Hüllen und Schilder, die die Anzeige jedes entdeckten Diebstahls androhen, konnte das Problem behoben werden.

Im Sommer wurde im Rahmen des Umbaus ein Informationsplatz im Sachbuchraum eingerichtet sowie das Mitarbeiterinnenbüro neu möbliert.

Der Informationsplatz ist eine Erweiterung des Dienstleistungsangebotes, da somit eine Kollegin nicht mehr im Büro, sondern für die Leserinnen und Leser ansprechbar in der Bücherei sitzt.

So können Fragen schneller beantwortet werden, Engpässe an der Verbuchung abgebaut werden zudem ist eine Aufsicht in den Büchereiräumen.

Die Gemeindebücherei betätigt sich aktiv an der Berufsorientierung junger Menschen, indem Sie Praktikumsplätze vergibt. Diese Möglichkeit nutzten 2010 eine Studentin der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg sowie eine Schülerin der Cesar Klein Schule Ratekau.



Der neue Informationsplatz im Sachbuchraum

Die Bücherei in Zahlen:

(Vorjahr in Klammern)

- Entleihungen: 119.488 (100.364)
- aktive Leser: 2326 (2139)
- Neuanmeldungen: 388 (213)
- Medienbestand: 38.612 (100.364)
- Medienumsatz: 3,09 (2,66)
- Medienzugänge: 2435 (2546)
- Medienabgänge: 2698 (5191)
- Bestellungen im gebenden Leihverkehr: 371 (283)
- Bestellungen im nehmenden Leihverkehr: 300 (220)
- Öffnungszeiten: 1607 (1258)
- Anzahl der Veranstaltungen: 16 (20)
- Anzahl Teilnehmer / Teilnehmerinnen: 592 (509)

Öffentlichkeitsarbeit:

Die Öffentlichkeitsarbeit der Gemeindebücherei Stockelsdorf teilt sich in zwei Aufgabenschwerpunkte: Zunächst die klassische Öffentlichkeitsarbeit in Form von allgemeinen Informationen in Form von Pressearbeit, Informationsmaterial (Handzetteln etc.) und Informationsveranstaltungen.

So präsentierte sich die Bücherei am Verkaufsoffenen Sonntag am 03.10.2010 mit einem Büchertisch. An diesem Tag konnte sich die neue Büchereileiterin den Stockelsdorfer Bürgerinnen und Bürgern vorstellen und neue Leserinnen und Leser gewinnen.

Der zweite Schwerpunkt ist die Kontaktarbeit mit den Schulen und Einrichtungen vor Ort, die sich die Leseförderung zum Hauptziel gesetzt hat.

Dazu zählt neben Einführungsveranstaltungen für Kindergartengruppen und Schulklassen die Bereitstellung von Bücherkisten für die o. g. Einrichtungen.

Für den Bereich der Leseförderung erhielt die Gemeindebücherei Stockelsdorf finanzielle Unterstützung der Friedrich Bluhme und Else Jepsen - Stiftung.

Daher konnte die Bücherei im November 2010 an den landesweiten Kinder- und Jugendbuchwochen teilnehmen und acht Schulklassen zu vier Veranstaltungen mit Kinderbuchautoren und –autorinnen sowie Musikern und Musikerinnen anbieten, die den Kindern Literatur und den Umgang mit Sprache in verschiedenen Formen vorstellten.

Zusätzlich ist es möglich, durch die Spende an dem Angebot der Büchereizentrale teilzunehmen und Wissensboxen zu verschiedenen Themen zu abonnieren, die dann an Schulen und Kindergärten entliehen werden können.

Dieses Angebot stellt eine Erweiterung und Ergänzung des eigenen Medienbestandes dar und ermöglicht es der Bücherei, mehrere Schulklassen auch zeitgleich mit Themenkisten zu versorgen.

Die Öffentlichkeitsarbeit in Zahlen:

- Veranstaltungen insgesamt: 16
- Teilnehmer/ Teilnehmerinnen: 592
- Davon Einführung in die Bibliotheksnutzung: 15
- Teilnehmer / Teilnehmerinnen: 277
- Davon entfallen 11 Führungen auf Schulen mit 232 Teilnehmenden und 3 Führungen auf Kindergärten mit 45 teilnehmenden Kindern.
- Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche: 7
- Teilnehmer / Teilnehmerinnen: 300
- Veranstaltungen für Erwachsene: 1
- Teilnehmer / Teilnehmerinnen: 15
- Ausleihe von Themenkisten: 39

Die Gemeindebücherei Stockelsdorf in Zahlen:

Die Gemeindebücherei ist 32 Stunden in der Woche für ihre Leserinnen und Leser geöffnet. Damit übertrifft sie die Mindestanforderungen der Büchereizentrale um vier Stunden. Im Jahr 2010 stand sie mit 1607 Öffnungstunden zur Verfügung.

Die Leserschaft der Gemeindebücherei Stockelsdorf:

Öffentliche Bibliotheken sind die am stärksten genutzten Kultureinrichtungen in Deutschland.

Das zeigt sich auch in Stockelsdorf:

1653 Stockelsdorferinnen und Stockelsdorfer nutzen die Bücherei aktiv, das heißt, sie haben mindestens einmal im Jahr Medien entliehen. Das sind 10 % der Bevölkerung.

Zusätzlich nutzen 673 Personen aus den umliegenden Kommunen die Bücherei, so dass sich eine Gesamtsumme von 2326 aktiven Leserinnen und Lesern ergibt.

Die Bücherei konnte 388 neue Leserinnen und Leser gewinnen, die sich 2010 neu angemeldet haben.

Der Medienbestand und seine Nutzung:

Ein aktueller Medienbestand ist die Basis für eine erfolgreiche Büchereiarbeit.

Daher ist es wichtig, neben laufenden Neuanschaffungen auch veraltete Literatur auszusondern. So erwarb die Bücherei 2546 neue Medien und sortierte 2435 Medien aus.

Der Gesamtbestand betrug am 31.12.2010 38.612 Medien, die 119.488 Entleihungen erbrachten.

Das heißt, jedes Medium ist im Durchschnitt dreimal entliehen worden.

Ausblick:

Auch für das Jahr 2011 stehen für die Gemeindebücherei große Projekte an:

Durch die Installation eines Internetkataloges wird die Bücherei Online erreichbar sein, das heißt, die Leser können den Katalog von zu Hause aus einsehen.

In diesem Zusammenhang ist auch eine eigene Homepage der Bücherei geplant.

Zusätzlich sorgen weitere Investitionen in die EDV-Anlage für ein effektiveres Arbeiten, z. B. eine verbesserte Möglichkeit der Medienbestellung.

Die gute Zusammenarbeit mit den Institutionen vor Ort wird weiter gepflegt und ausgebaut: So wird die Gemeindebücherei 2011 erstmalig an dem Leseförderungsprojekt „FerienLeseClub“ teilnehmen, das von der Büchereizentrale Schleswig-Holstein und der Nordmetall Stiftung unterstützt wird.

Ein weiterer Aufgabenbereich ist die Optimierung des Medienbestandes, wobei die Bücherei eine Absolventin der Hochschule für Angewandte Wissenschaften betreut, die für ihre Bachelorarbeit ein Bestandskonzept für die Bücherei entwickelt und eine Kundenbefragung durchführen wird.

Anhang 13:

Leitbild der Gemeinde Stockelsdorf

Leitbild

der Gemeinde Stockelsdorf



Ein Team für Stockelsdorf

Politik und Verwaltung wollen mit diesem Leitbild für die Verwaltungsreform die Grundlage schaffen, die vor uns liegenden Aufgaben gemeinsam zu bewältigen.

Das Leitbild soll aufzeigen:

- **Wie stellen wir uns die Gemeinde Stockelsdorf in Zukunft vor**
- **Wie Bürgernähe aktiv betrieben werden soll**
- **Wie wir durch die Einführung neuer Steuerungselemente die Zusammenarbeit von Kommunalpolitik und Verwaltung neu gestalten**

Stete Information der BürgerInnen vor, während und nach Entscheidungen stehen im Mittelpunkt.
Transparenz und Bürgerbeteiligung prägen unser Handeln.

• Wie stellen wir uns die Gemeinde Stockelsdorf in Zukunft vor

Lebensqualität

Es soll Freude machen, in Stockelsdorf zu leben.

Wir verbessern die Lebensqualität der BürgerInnen der Gemeinde durch fortwährende Bestrebungen:

- ansprechende Kinder- und Jugendarbeit zu leisten
- die Seniorenarbeit und altengerechtes Bauen und Wohnen zu unterstützen
- die Sicherheit für unsere Familien und Lebensgemeinschaften zu erhöhen,
- Minderheiten, z.B. Ausländer, Schwache und Behinderte, zu integrieren
- die Schaffung und Erhaltung ausreichend attraktiver Arbeitsplätze in zukunftsorientierten Unternehmen zu ermöglichen,
- das kulturelle Leben in der Gemeinde zu fördern und zu unterstützen

Gemeindliche Entwicklung

- Wir bemühen uns um eine geordnete maßvolle Entwicklung der Gemeinde
- Flächennutzungs- und Landschaftsplan sind Grundlage und zugleich Verpflichtung für eine flächenschonende Bauleit- und Verkehrswegeplanung
- Das Modell der "aktiven Bodenvorratspolitik" ist unser Beitrag zur kostenbewußten Wohneigentumsförderung.
- Wohnungsbau und Gewerbeflächen werden maßvoll weiterentwickelt
- Die gering vorhandene historische Bausubstanz soll saniert und erhalten werden
- Der Kleinstädtische Charakter der Gemeinde soll gefördert werden
- Ökologisch Wünschenswertes soll ökonomisch sinnvoll verwirklicht werden

Dorfschaften

- Wir sichern eine weitgehend selbstbestimmte Entwicklung der Dorfschaften unserer Gemeinde und pflegen deren dörflich geprägten Charakter.
- Dorfschaften sind ein prägendes Element der Großgemeinde Stockelsdorf, der Schutz ihrer Eigenständigkeit ist uns Verpflichtung.

Wirtschaft und Verkehr

- Wir ermöglichen Handel, Gewerbe, Handwerk und Landwirtschaft angemessene Entwicklungsmöglichkeiten.
- Stockelsdorf wünscht unternehmerische Initiativen vor allem dann, wenn diese unter Berücksichtigung ökologischer Gesichtspunkte Arbeitsplätze schaffen und erhalten.
- Wir streben nach einem umwelt- und bürgergerechten Verkehrswesen durch die Möglichkeiten zur Erweiterung des ÖPNV, zur Verkehrsberuhigung und der Entlastung des Ortskernes von Durchgangsverkehr, sowie durch die Schaffung neuer Rad- und Wanderwege

Schutz natürlicher Lebensgrundlagen

- Wir gewährleisten den Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen Wasser, Boden und Luft auch durch Nutzung technischer Möglichkeiten und durch vorbildlichen Umgang mit den natürlichen Ressourcen.
- Wir sind uns unserer Mitverantwortung für die Bewahrung einer gesunden Umwelt bewußt.

• Wie Bürgernähe aktiv betrieben werden soll

Schnelle Hilfe und

Tatkräftige Unterstützung des Bürgers,

Objektive Beratung,

Couragiertes Eintreten für BürgerInnen und Bedienstete,

Kompetenz und

Einsatzbereitschaft bei der Bearbeitung von Anträgen. Wir sind

Lernfähig und

Selbstkritisch und stehen ständig im

Dialog mit den BürgerInnen, um unsere

Organisation zu verbessern und personelle wie materiell

Ressourcen zu erschließen und sind immer

Freundlich

Schnelle Hilfe

- Wir schaffen kurze Wege
- Wir schaffen ein Leitsystem
- Alle MitarbeiterInnen sind von den BürgerInnen ansprechbar und helfen gern weiter
- Bei uns wandern die Akten und zunehmend nur noch die Daten, nicht aber die BürgerInnen

Tatkräftige Unterstützung der BürgerInnen

- Wir tun alles, damit sich die BürgerInnen uns nicht hilflos ausgeliefert fühlen
- Wenn wir um Rat gefragt werden und helfen können, kennen wir keine Zuständigkeitsgrenzen

Objektive Beratung

- Niemand darf Nachteile haben, weil er/sie ungeschickt handelt oder im Umgang mit der Verwaltung und den Gesetzen unerfahren ist
- Niemand soll Vorteile haben, nur weil er/sie auf unerfahrene MitarbeiterInnen stößt
- Wir gehen auf die Wünsche ein, erwarten aber Verständnis, daß wir ihnen nicht geben können, was ihnen rechtlich nicht zusteht

Couragiertes Eintreten für BürgerInnen und Bedienstete

- Jeder ist ein Einzelmensch, daher gehen wir individuell auf ihn/sie ein
- Wir gehen auf die Wünsche ein, erwarten aber Verständnis, daß wir das Mögliche tun, aber auch nur Menschen sind
- Bei uns sind die Führungskräfte als Weichensteller für die Bürgernähe ebenso verantwortlich wie die MitarbeiterInnen mit dauernden Kundenkontakt
- Die Führung macht das Klima für oder gegen Bürgernähe
- Im Umgang miteinander werden wir im Team zusammenarbeiten, einander helfen und unterstützen
- Wir werden andere stets so behandeln, wie wir behandelt werden möchten.

Kompetenz und

Einsatzbereitschaft bei der Bearbeitung von Anträgen

Was für uns als selbstverständlich gilt, stellt sich aus der Sicht der BürgerInnen nicht ebenso dar.

Wir müssen den BürgerInnen nicht nur das geben, was ihnen zusteht, sondern sie so informieren, daß sie Sicherheit und wir ihr Vertrauen gewinnen.

Lernfähigkeit und

Selbstkritik

- Wir sind bereit, unser Fachwissen regelmäßig aufzufrischen und uns fortzubilden
- Wir wollen unsere Leistungen ständig neu überprüfen, um Schwächen zu erkennen und abzubauen

Dialog mit dem Bürger

- Kritik werden wir ernst nehmen und sinnvolle Verbesserungsvorschläge umsetzen
- Unser Handeln soll, im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten, daran ausgerichtet werden, was die BürgerInnen von der Verwaltung erwarten
- Wir werden versuchen, die bestehenden Vorurteile möglichst vollständig auszuräumen

Organisation verbessern

- Die MitarbeiterInnen unterliegen einer ständigen Überprüfung, ob sie entsprechend ihren Fähigkeiten eingesetzt werden
- Wir wollen die Verantwortungskompetenzen des einzelnen weitmöglichst erweitern
- Die Verwendung gegebener und zu beschaffender Mittel und Arbeitsmaterialien soll sinnvoll erfolgen

Ressourcen erschließen

- Das Haushaltswesen soll so gestaltet werden, daß mehr Anreize für wirtschaftliches Verhalten entstehen
- Mit den vorhandenen finanziellen und materiellen Mitteln wollen wir möglichst effektiv und sparsam umgehen

Freundlichkeit

Wir bemühen uns in allen Situationen den BürgerInnen gegenüber freundlich zu sein, auch wenn wir gegen ihn/sie einschreiten müssen, um höherwertige Interessen zu wahren

Auch im Umgang mit anderen Kolleginnen und Kollegen wollen wir eine freundliche Atmosphäre schaffen

• **Wie wir durch die Einführung neuer Steuerungselemente die Zusammenarbeit von Kommunalpolitik und Verwaltung neu gestalten**

Das Verhältnis von Verwaltung und Politik in der Gemeinde Stockelsdorf wird durch folgende Grundsätze bestimmt:

Grundlegendes Vertrauen ist die Basis der Zusammenarbeit

Die gemeinsame Gestaltung der Zukunft Stockelsdorf erfolgt auf dem Weg des Kontraktmanagements, d.h.:

- die Ziele werden gemeinsam erarbeitet und von der Politik festgelegt.
- bei der Konzeption zur Umsetzung durch die Verwaltung beschränkt sich die Politik auf die Vorgabe allgemeiner Richtlinien.
- Über den aktuellen Stand der Zielerreichung wird kontinuierlich auf der Grundlage des Controllings berichtet
- Die Entscheidungsprozesse der politischen Gremien und der Verwaltung müssen durch klare Aufgabenzuweisung und Bündelung der Aufgaben vereinfacht und beschleunigt werden.
- Kommunikation hat für uns zukünftig einen höheren Stellenwert als bisher.
- Eine frühestmögliche, gegenseitige und ständige Information schafft gemeinsame Grundlagen.

Gleichzeitig fühlt sich die Politik an folgende Grundsätze gebunden:

Wir steigern die Attraktivität der Gemeinde als Arbeitgeberin, um gutes Personal zu erhalten, zu gewinnen und zu fördern. Die Politik wird dafür Mittel und Freiräume gewähren und die dazu benötigten verbesserten Techniken bereitstellen.

Wir wollen den Leistungsgedanken, die Qualifizierung, die Gesundheit und die Arbeitssicherheit, die Zufriedenheit und die Anerkennung und die soziale Kompetenz fördern. Nur über die Motivation der Beschäftigten ist eine hohe Produktivität und Dienstleistungsqualität der Gemeindeverwaltung zu erreichen.

Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber allen Beschäftigten bewusst.

Wir tragen durch unsere Personalplanung und -politik zur Verwirklichung der Gleichstellung von Frauen und Männern im Beruf bei. Deshalb ist Frauenförderung eine Gemeinschaftsaufgabe, für die jeder Verwaltungsbereich mitverantwortlich ist.

Wir setzen uns für die leistungsgerechte Bezahlung, für die Schaffung von Leistungsanreizen, Prämierung von Verbesserungsvorschlägen und durch die Neudefinition der Tätigkeitsfelder und Kompetenzen ein.

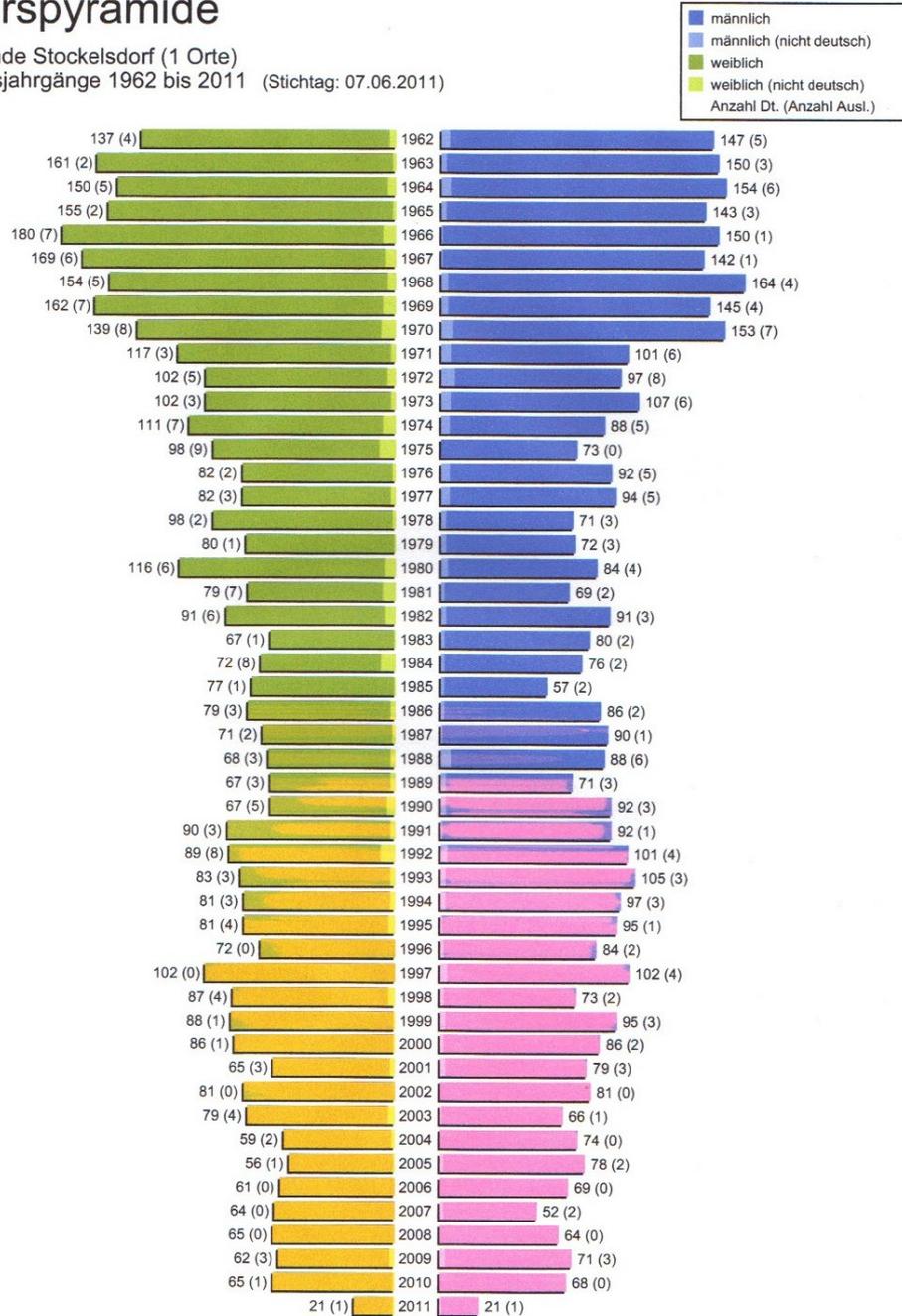
Anhang 14:

Altersstruktur in Stockelsdorf (Hauptwohnsitzeinwohner)

Alterspyramide

Gemeinde Stockelsdorf (1 Orte)
Geburtsjahrgänge 1962 bis 2011 (Stichtag: 07.06.2011)

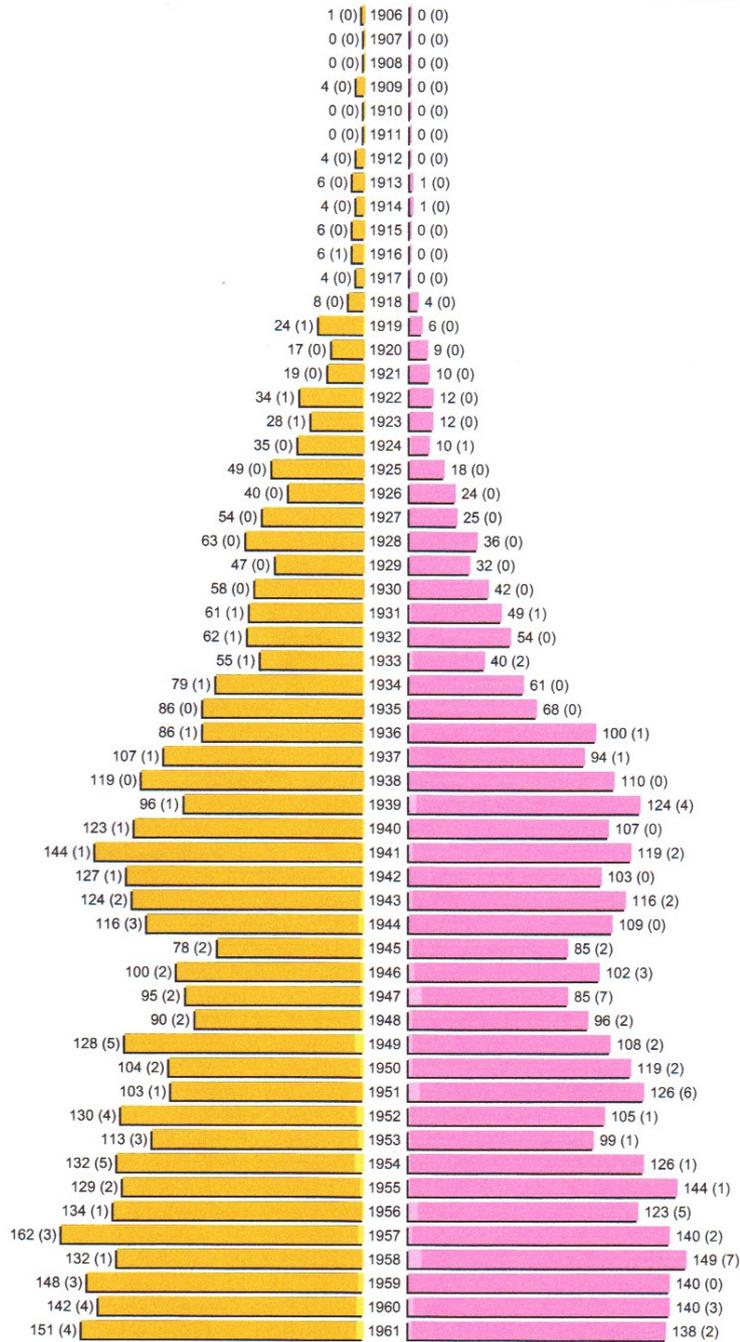
erstellt am: 07.06.2011



Alterspyramide

Gemeinde Stockelsdorf (1 Orte)
Geburtsjahrgänge 1906 bis 1961 (Stichtag: 07.06.2011)

erstellt am: 07.06.2011



Summe Deutsche weiblich / männlich (gesamt): 8404 / 7998 (16402)

Summe Ausländer weiblich / männlich (gesamt): 233 / 203 (436)

Einwohner gesamt weiblich / männlich (gesamt) : 8637 / 8201 (16838)

Orte: Stockelsdorf

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.

Unterschrift: Svenja Fieting

