



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

DEPARTMENT INFORMATION

Bachelorarbeit

Herausforderungen und Chancen des demografischen Wandels für öffentliche Bibliotheken – Befragungen der Zielgruppe 60plus zum Angebot der Stadtbücherei Wedel

vorgelegt von

Elisabeth Heinemann und Helena Kohler

Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement

erste Prüferin: Prof. Dr. Petra Düren

zweite Prüferin: Dipl. Bibliothekarin Andrea Koehn

Hamburg, Januar 2013

Danksagung

Die Verfasserinnen bedanken sich bei Frau Prof. Dr. Petra Düren für die erstklassige Betreuung dieser Arbeit und die heiteren Sprechstunden. Weiterhin bedanken sie sich bei Frau Dipl. Bibliothekarin Andrea Koehn, die die Kooperation mit der Stadtbücherei Wedel ermöglicht hat und während der Umsetzung stets hilfsbereit zur Seite stand. Hier soll ebenfalls dem gesamten Team der Stadtbücherei gedankt werden, das die Arbeit der Verfasserinnen unterstützte.

Seitens der Stadtverwaltung Wedel gilt der Dank zunächst Herrn Burkhard Springer, der als erster Ansprechpartner diese Arbeit ins Rollen brachte. Frau Christine Wulf sei gedankt für die hilfreiche Unterstützung in datenschutzrechtlichen Belangen. Außerdem möchten die Verfasserinnen Herrn Holger Franck für die Erklärungen bezüglich der Straßenumfrage danken.

Im privaten Kreise gilt der Dank allen Korrekturlesern sowie den Familien und Freunden der Verfasserinnen.

Ganz besonders danken die Verfasserinnen sich gegenseitig für die motivierenden gemeinsamen Stunden und die wundervolle Zusammenarbeit.

„Es kommt nicht darauf an, wie alt man wird,
sondern wie man alt wird.“¹

Prof. Dr. Ursula Lehr
(*1930, Gerontologin und ehemalige Bundesministerin)

¹ Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2008, Abruf: 08.01.2013

Abstract

Diese Arbeit befasst sich mit dem demografischen Wandel in Bezug auf die Nutzer von öffentlichen Bibliotheken. Es werden die Herausforderungen und Chancen dargestellt und ein Überblick zum aktuellen Forschungsstand gegeben. Anschließend werden die Erkenntnisse in der Praxis eingesetzt. Es werden fünf Hypothesen gebildet, die im Anschluss überprüft werden: In Kooperation mit der Stadtbücherei Wedel finden drei Erhebungen statt, bei denen sowohl die aktiven als auch die ehemaligen und potentiellen Nutzer befragt werden. Als Ergebnis dieser Befragungen werden kleine Schwachstellen aufgedeckt, die mithilfe der gegebenen Handlungsempfehlungen behoben werden können.

This work deals with the demographic change in relation to the users of public libraries. It gives an introduction of the challenges and opportunities, as well as an overview of the current state of research. These insights are now used for practical experience. Five hypotheses are formed and re-examined: In cooperation with the public library of Wedel, three surveys are implemented. Both the active and the former and potential users are interviewed. As a result of these surveys, some weak points are discovered that can be solved with the given recommendations.

Schlagworte:

Alter

Befragung

Benutzer

Bevölkerungsentwicklung

Öffentliche Bibliothek

Stadtbücherei Wedel

Inhaltsverzeichnis

Danksagung.....	
Abstract.....	I
Inhaltsverzeichnis.....	II
Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis.....	X
1. Einleitung.....	1
2. Forschungsstand.....	2
2.1 Demografischer Wandel in Deutschland und Strukturwandel.....	2
2.2 Institutionalisation des Lebenslaufs.....	8
2.3 Altersbilder und Heterogenität.....	11
2.4 Alltagsgestaltung.....	13
2.4.1 Zeitverwendung.....	14
2.4.2 Medien und Kultur.....	19
2.4.3 Ehrenamt.....	21
2.4.4 Fazit zur Alltagsgestaltung.....	24
2.5 Marketing.....	25
2.5.1 Werbung.....	25
2.5.2 Beratung.....	28
2.5.3 Universal Design.....	29
2.5.4 Fazit zum Marketing.....	34
2.6 Best-Practice-Beispiele aus Bibliotheken.....	35
2.7 Fazit zum Forschungsstand.....	38
3. Empirische Untersuchung.....	39
3.1 Methode.....	39
3.1.1 Wedel.....	39
3.1.2 Stadtbücherei.....	42
3.1.3 Hypothesen.....	44
3.1.4 Untersuchungsdesign.....	48
3.1.5 Pretest.....	53
3.1.6 Durchführung.....	55
3.2 Auswertung.....	61

3.2.1 Hypothesen.....	62
3.2.2 Interessen, Alltagsgestaltung und Mediennutzung.....	65
3.2.3 Befragung der aktiven Nutzer.....	93
3.2.4 Befragung der ehemaligen Nutzer.....	120
3.2.5 Befragung der potentiellen Nutzer.....	148
3.3 Rückblick.....	166
4. Schlussbetrachtung und Handlungsempfehlungen.....	167
5. Literaturverzeichnis.....	171
Verzeichnis des Anhangs.....	i
Schriftliche Erklärung.....	

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Entwicklung der Bevölkerungszahl von 1950 bis 2060 in Deutschland.....	3
Abb. 2: Bevölkerung nach Altersgruppen 2008 und 2060 in Deutschland....	4
Abb. 3: Altersaufbau der Bevölkerung 2008 und 2060 in Deutschland.....	5
Abb. 4: Bevölkerung in Privathaushalten nach Altersgruppen 2009 und 2030 in Deutschland.....	6
Abb. 5: Veränderung der zeitlichen Dauer von Lebensphasen.....	9
Abb. 6: Zeitverwendung der Männer und Frauen unterschiedlichen Alters nach Aktivitätsbereichen Montag – Freitag.....	15
Abb. 7: Zeitverwendung der Männer und Frauen unterschiedlichen Alters nach Aktivitätsbereichen Samstag – Sonntag.....	16
Abb. 8: Außer Haus verbrachte Zeit im Tagesverlauf nach Altersgruppen..	18
Abb. 9: Innovationsoffenheit damals und heute (Angaben in Prozent).....	19
Abb. 10: Altersaufbau 2008 in Deutschland und Schleswig-Holstein.....	40
Abb. 11: Altersaufbau 2060 in Deutschland und Schleswig-Holstein.....	41
Abb. 12: Eingang der Stadtbücherei Wedel.....	42
Abb. 13: Umschläge der versandbereiten Fragebögen.....	55
Abb. 14: Bahnhofstraße in der Wedeler Innenstadt.....	56
Abb. 15: Foyer der Stadtbücherei Wedel.....	56
Abb. 16: Antwortkärtchen und Studierendenausweis.....	58
Abb. 17: Rückumschlag mit beantwortetem Fragebogen.....	60
Abb. 18: Frage 1a "Wie oft betreuen Sie Kinder?".....	66
Abb. 19: Frage 1b "Wie oft besuchen Sie Familie und Freunde/Bekannte?"	67
Abb. 20: Frage 1c "Wie oft treiben Sie Sport oder besuchen Sportveranstaltungen?".....	68
Abb. 21: Frage 1d "Wie oft bilden Sie sich weiter?".....	69
Abb. 22: Frage 1e "Wie oft machen Sie Ausflüge in die Natur?".....	70
Abb. 23: Frage 1f "Wie oft beschäftigen Sie sich mit Heimwerken oder Handarbeit?".....	71
Abb. 24: Frage 1g "Wie oft arbeiten Sie in Küche oder Garten?".....	72
Abb. 25: Frage 1h "Wie oft engagieren Sie sich ehrenamtlich?".....	73
Abb. 26: zu Frage 1h "In welchem Bereich sind sie ehrenamtlich aktiv?"...	74

Abb. 27: zu Frage 1h "Kennen Sie den Förderverein der Stadtbücherei Wedel?".....	74
Abb. 28: Frage 1i "Wie oft besuchen Sie kulturelle Veranstaltungen?"	75
Abb. 29: Frage 1j "Wie oft besuchen Sie Kirche oder Gottesdienst?"	76
Abb. 30: Frage 2.1a "Wie oft lesen Sie Bücher?".....	77
Abb. 31: Frage 2.1b "Wie oft hören Sie Hörbücher?".....	78
Abb. 32: Frage 2.1c "Wie oft lesen Sie Zeitungen und Zeitschriften?"	79
Abb. 33: Frage 2.1d "Wie oft nutzen Sie Fernsehen oder Radio?".....	80
Abb. 34: Frage 2.1e "Wie oft nutzen Sie das Internet?".....	81
Abb. 35: Frage 2.1f "Wie oft hören Sie Musik?".....	82
Abb. 36: Frage 2.1g "Wie oft sehen Sie Filme?".....	83
Abb. 37: Frage 2.2a "Wie oft nutzen Sie Unterhaltungsliteratur?".....	85
Abb. 38: Frage 2.2b "Wie oft nutzen Sie Sachmedien?".....	86
Abb. 39: Frage 2.2c "Wie oft nutzen Sie Ratgeber oder Reiseführer?".....	87
Abb. 40: Frage 2.2d "Wie oft nutzen Sie Kinder- und Jugendbücher?".....	88
Abb. 41: Frage 2.3a "Wie oft recherchieren Sie im Internet zu einem Thema, das Sie interessiert?".....	89
Abb. 42: Frage 2.3b "Wie oft nutzen Sie E-Mails oder soziale Netzwerke?"	90
Abb. 43: Frage 2.3c "Wie oft lesen Sie Nachrichten und Aktuelles im Internet?".....	91
Abb. 44: Frage 2.3d "Haben Sie trotzdem grundsätzlich Interesse daran, den Umgang mit dem PC und dem Internet zu erlernen?"	92
Abb. 45: Frage 4b "Ich fühle mich in der Bücherei wohl.".....	93
Abb. 46: Frage 4c "Ich habe mit der Bücherei noch keine schlechten Erfahrungen gemacht.".....	94
Abb. 47: Frage 4d "Die Benutzung der Bücherei ist einfach.".....	95
Abb. 48: Frage 4e "Das Angebot der Stadtbücherei ist aktuell.".....	96
Abb. 49: Frage 4f "Der Zustand der Bücher ist gut.".....	97
Abb. 50: Frage 4g "Ich leihe hauptsächlich Musik, Filme und/oder Hörbücher aus.".....	98
Abb. 51: Frage 4h "Ich leihe hauptsächlich eMedien aus.".....	99
Abb. 52: Frage 4i "Die Mitarbeiter sind freundlich und hilfsbereit.".....	100
Abb. 53: Frage 4j "Die Mitarbeiter sind kompetent.".....	100
Abb. 54: Frage 4k "Die Mahngebühren sind angemessen.".....	102

Abb. 55: Frage 4l "Die Nutzungsgebühren sind angemessen.".....	102
Abb. 56: Frage 4m "Die Öffnungszeiten sind angemessen.".....	103
Abb. 57: Frage 4n "Es gefällt mir, dass ich Medien online suchen oder verlängern kann.".....	104
Abb. 58: Frage 4o "Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden.".....	105
Abb. 59: Frage 4p "Die Stadtbücherei ist gut zu erreichen.".....	106
Abb. 60: Frage 4q "Ich kann mich in der Bücherei gut orientieren.".....	107
Abb. 61: Frage 4r "Die Räumlichkeiten sind attraktiv.".....	108
Abb. 62: Frage 4s "Die Veranstaltungen interessieren mich.".....	109
Abb. 63: Frage 4t "Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt.".....	111
Abb. 64: Frage 4u "Ich wünsche mir, dass es eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren sowie zusätzliche PC-Arbeitsplätze in der Bücherei gibt."...	112
Abb. 65: Frage 4v "Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt.".....	113
Abb. 66: Frage 4w "Ich bringe jemand anderem Bücher aus der Bücherei mit.".....	114
Abb. 67: Frage 4x "Zusätzlich zu meinen ausgeliehenen Büchern und Medien, tausche ich z.B.mit Familie, Freunden.".....	115
Abb. 68: Frage 4y "Zusätzlich zu meinen ausgeliehenen Büchern lese ich Texte, Nachrichten u.ä. im Internet.".....	116
Abb. 69: Frage 4z "Zusätzlich zu meinen ausgeliehenen Büchern und Medien kaufe ich mir Bücher und Medien selbst.".....	117
Abb. 70: Frage 4a "Ich möchte nicht mehr alleine in die Bücherei gehen."	120
Abb. 71: Frage 4b "Ich fühle mich in der Bücherei nicht wohl.".....	121
Abb. 72: Frage 4c "Ich habe mit der Bücherei schon schlechte Erfahrungen gemacht.".....	122
Abb. 73: Frage 4d "Die Benutzung der Bücherei ist mir zu kompliziert."..	123
Abb. 74: Frage 4e "Das Angebot der Stadtbücherei ist veraltet.".....	124
Abb. 75: Frage 4f "Der Zustand der Bücher ist nicht gut.".....	125
Abb. 76: Frage 4g "Ich lese nicht gerne.".....	126
Abb. 77: Frage 4h "Ich möchte keine Bücher haben, die andere Leute	

angefasst haben."	127
Abb. 78: zu Frage 4h "Kennen Sie das Onleihe-Angebot? Haben Sie Interesse an eMedien?"	127
Abb. 79: Frage 4i "Die Mitarbeiter sind unfreundlich und nicht hilfsbereit."	129
Abb. 80: Frage 4j "Die Mitarbeiter wissen nicht Bescheid."	129
Abb. 81: Frage 4k "Die Mahngebühren sind zu hoch."	131
Abb. 82: Frage 4l "Die Nutzungsgebühren sind zu hoch."	131
Abb. 83: Frage 4m "Wenn ich Zeit habe, ist die Bücherei geschlossen."	132
Abb. 84: Frage 4n "Ich weiß nicht, wie ich Medien online suchen oder verlängern kann."	133
Abb. 85: Frage 4o "Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden."	134
Abb. 86: Frage 4p "Die Stadtbücherei ist schlecht zu erreichen."	135
Abb. 87: Frage 4q "Ich kann mich in der Bücherei nicht orientieren."	136
Abb. 88: Frage 4r "Die Räumlichkeiten sind unattraktiv."	137
Abb. 89: Frage 4s "Die Veranstaltungen interessieren mich nicht."	138
Abb. 90: Frage 4t "Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt."	139
Abb. 91: Frage 4u "Ich wünsche mir, dass es eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren sowie zusätzliche PC-Arbeitsplätze in der Bücherei gibt."	140
Abb. 92: Frage 4v "Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt."	141
Abb. 93: Frage 4w "Jemand anderes bringt mir Bücher aus der Bücherei mit."	142
Abb. 94: Frage 4x "Ich tausche Bücher und Medien, z.B. mit Familie und Freunden."	143
Abb. 95: Frage 4y "Was ich lesen möchte bekomme ich im Internet."	144
Abb. 96: Frage 4z "Ich kaufe meine Bücher und Medien lieber selbst."	145
Abb. 97: Frage 4a "Ich möchte nicht alleine in die Bücherei gehen."	148
Abb. 98: Frage 4d "Die Benutzung der Bücherei ist mir zu kompliziert."	149
Abb. 99: Frage 4g "Ich lese nicht gerne."	150
Abb. 100: zu Frage 4g "Hätten Sie Interesse daran, Hörbücher, Filme oder Musik auszuleihen?"	151

Abb. 101: Frage 4h "Ich möchte keine Bücher haben, die andere Leute angefasst haben.".....	152
Abb. 102: zu Frage 4h "Kennen Sie das Onleihe-Angebot? Haben Sie Interesse an eMedien?".....	153
Abb. 103: Frage 4m "Wenn ich Zeit habe ist die Bücherei geschlossen."..	154
Abb. 104: Frage 4o "Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden.".....	155
Abb. 105: Frage 4p "Die Stadtbücherei ist schlecht zu erreichen.".....	156
Abb. 106: zu Frage 4p "Ich weiß nicht wo es eine Bücherei gibt.".....	156
Abb. 107: Frage 4t "Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt.".....	157
Abb. 108: Frage 4u "Ich wünsche mir, dass es eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren sowie zusätzliche PC-Arbeitsplätze in der Bücherei gibt."...	158
Abb. 109: Frage 4v "Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt.".....	159
Abb. 110: Frage 4w "Jemand anderes bringt mir Bücher aus der Bücherei mit.".....	160
Abb. 111: Frage 4x "Ich tausche Bücher und Medien, z.B. mit Familie und Freunden.".....	161
Abb. 112: Frage 4y "Was ich lesen möchte bekomme ich im Internet."...	162
Abb. 113: Frage 4z "Ich kaufe meine Bücher und Medien lieber selbst."..	163

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Anteil der Altersgruppen 2008 in Deutschland und Schleswig-Holstein.....	40
Tab. 2: Anteil der Altersgruppen 2060 in Deutschland und Schleswig-Holstein.....	41
Tab. 3: Übersicht der drei Befragungen.....	57
Tab. 4: Stichprobendeskription.....	61
Tab. 5: Frage 3.1 "Waren Sie in Ihrer Kindheit in einer Bücherei?"	62
Tab. 6: Frage 3.1 "Mit wem waren Sie damals in einer Bücherei?"	63
Tab. 7: Frage 4o "Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden."	64
Tab. 8: Frage 4v "Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt."	64
Tab. 9: Frage 4t "Ich wünsche mir, dass eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt."	65
Tab. 10: Vergleich der Mediennutzung.....	84
Tab. 11: Vorschläge zu den Öffnungszeiten sortiert nach Häufigkeit (AN)	104
Tab. 12: Beliebte Veranstaltungen sortiert nach Häufigkeit (AN).....	110
Tab. 13: Vorschläge zu Veranstaltungen sortiert nach Häufigkeit (AN)....	110
Tab. 14: Weitere Vorschläge sortiert nach Häufigkeit (AN).....	118
Tab. 15: Vorschläge zu Veranstaltungen sortiert nach Häufigkeit (EN)....	139
Tab. 16: Weitere Vorschläge sortiert nach Häufigkeit (EN).....	146
Tab. 17: Weitere Vorschläge sortiert nach Häufigkeit (PN).....	164

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung(en)
Aufl.	Auflage
AV-Medien	audiovisuelle Medien
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
DVD	Digital Versatile Disc
ebd.	ebenda
erw.	erweitert
f.	die folgende
ff.	die folgenden
Hrsg.	Herausgeber
OPAC	Online Public Access Catalogue
PC	Personal Computer
s.	siehe
S.	Seite
Tab.	Tabelle(n)
überarb.	überarbeitet
u.a.	unter anderem
u.ä.	und ähnliches
vgl.	vergleiche
Verl.	Verlag
usw.	und so weiter
z.B.	zum Beispiel

1. Einleitung

Der demografische Wandel wirkt sich auch auf die Bibliotheken aus. So müssen sie sich darum bemühen, ältere Menschen als Nutzer zu binden. Dies kann Schwierigkeiten mit sich bringen, denn Ältere sind sehr verschieden. Der Gerontologe Paul Baltes erklärt dies anhand eines Beispiels:

„Diejenigen, die beispielsweise an einem Schulfest zur fünfzigsten oder sechzigsten Wiederkehr des Schulanfangs teilgenommen haben, können dies bestätigen. Wenn man in den Raum kommt, glaubt man, einige hätten ihre Kinder und andere ihre Eltern mitgebracht, und dies, obwohl alle gleichaltrig sind.“²

Um dennoch zu erfahren, welche Bedürfnisse ältere Nutzer haben, werden drei Befragungen vorgenommen. Dabei liegt der Schwerpunkt nicht nur auf den Nutzern, die einen gültigen Ausweis besitzen, sondern auch auf denjenigen, die sich entschlossen haben, die Stadtbücherei nicht mehr aufzusuchen. Weiterhin werden in einer Straßenumfrage Menschen befragt, die noch nie in der Stadtbücherei waren.

In dieser Arbeit wird zunächst der aktuelle Forschungsstand dargestellt. Im darauf folgenden Kapitel werden die durchgeführten Befragungen erläutert und ausgewertet. Daraufhin werden im letzten Kapitel Handlungsempfehlungen für die Stadtbücherei Wedel gegeben.

Aus Gründen der vereinfachten Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsneutrale Schreibweise verzichtet. Stellvertretend für beide Geschlechtsformen wird jeweils nur die kürzere, männliche Schreibweise verwendet.

² vgl. Baltes 2004, Abruf: 07.01.2013

2. Forschungsstand

Im folgenden Kapitel wird zunächst zur Begriffsklärung der demografische Wandel sowie der Strukturwandel des Alters dargestellt. Die beiden darauf folgenden Kapitel beschäftigen sich mit dem Begriff „Alter“ und dessen Wahrnehmung innerhalb der Gesellschaft. Im Kapitel Alltagsgestaltung wird aufgezeigt, mit welchen Aktivitäten Ältere in der Regel ihre Zeit verbringen. Das nächste Kapitel beschreibt, wie Marketing speziell für Ältere gestaltet werden muss. Im Anschluss folgt eine Vorstellung einiger Bibliotheken, die sich bereits um die Nutzergruppe der Älteren bemühen sowie eine Schlussfolgerung aus dem gesamten Kapitel 2.

2.1 Demografischer Wandel in Deutschland und Strukturwandel

Die Bevölkerung in Deutschland verändert sich ständig. Die Voraussagen und Trends dieser Entwicklung werden als demografischer Wandel bezeichnet. Das Statistische Bundesamt hat dazu eine koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung vorgenommen. Die aktuellste dieser Berechnungen trägt den Titel „Bevölkerung Deutschlands bis 2060“ und zeigt mögliche Szenarien der nächsten 50 Jahre auf. Doch allen dargestellten Varianten ist eines gemein: Sie kommen zu dem Ergebnis „Deutschlands Bevölkerung nimmt ab, seine Einwohner werden älter und es werden – auch wenn eine leicht steigende Geburtenhäufigkeit unterstellt wird – noch weniger Kinder geboren als heute.“³

Dieses Ergebnis fasst den Bericht treffend zusammen. Es folgen ausgewählte Abb. um auf die angesprochenen Entwicklungen einzugehen.

³ Statistisches Bundesamt 2009, S. 11

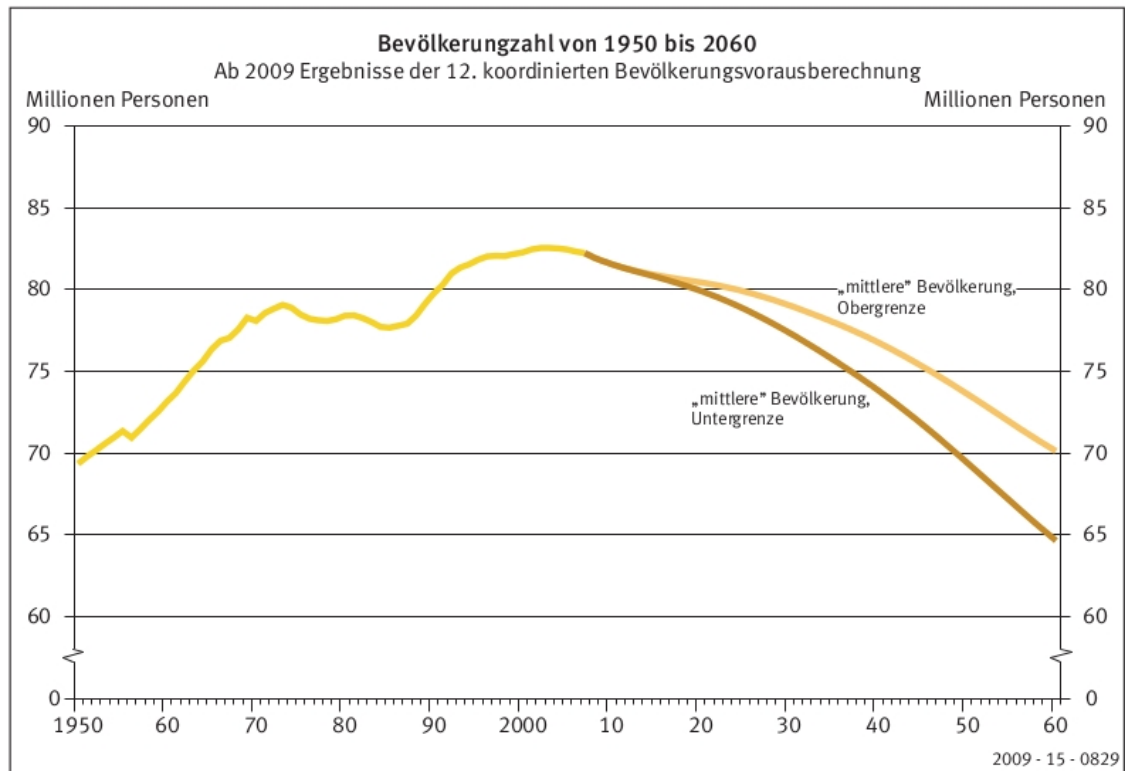


Abb. 1: Entwicklung der Bevölkerungszahl von 1950 bis 2060 in Deutschland

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009, S. 12

In Abb. 1 ist die Entwicklung der deutschen Bevölkerungszahl unter Berücksichtigung von Zuwanderern zu sehen. Deutlich ist, dass die Bevölkerung bereits seit 2003 kleiner wird. Dieser Prozess wird auch in den kommenden Jahrzehnten anhalten, so dass bis 2060, je nach Szenario, nur noch 65 bis 70 Millionen Menschen in der Bundesrepublik leben werden.

Während es heute noch ein relativ ausgewogenes Verhältnis zu je einem Fünftel der Gesamtbevölkerung zwischen dem Anteil junger (unter 20 Jahre) und älterer Menschen (über 65 Jahre) gibt, wird sich dies in den nächsten Jahrzehnten deutlich wandeln. Schon 2030 werden die Älteren ungefähr 29%, 2060 sogar 34% der Gesamtbevölkerung ausmachen⁴. Das Statistische Bundesamt sagt zudem voraus, dass im Jahr 2060 „doppelt so viele 70-Jährige leben, wie Kinder geboren werden.“⁵

⁴ vgl. Bundesministerium des Innern 2011, S. 1f.

⁵ Statistisches Bundesamt 2009, S. 5

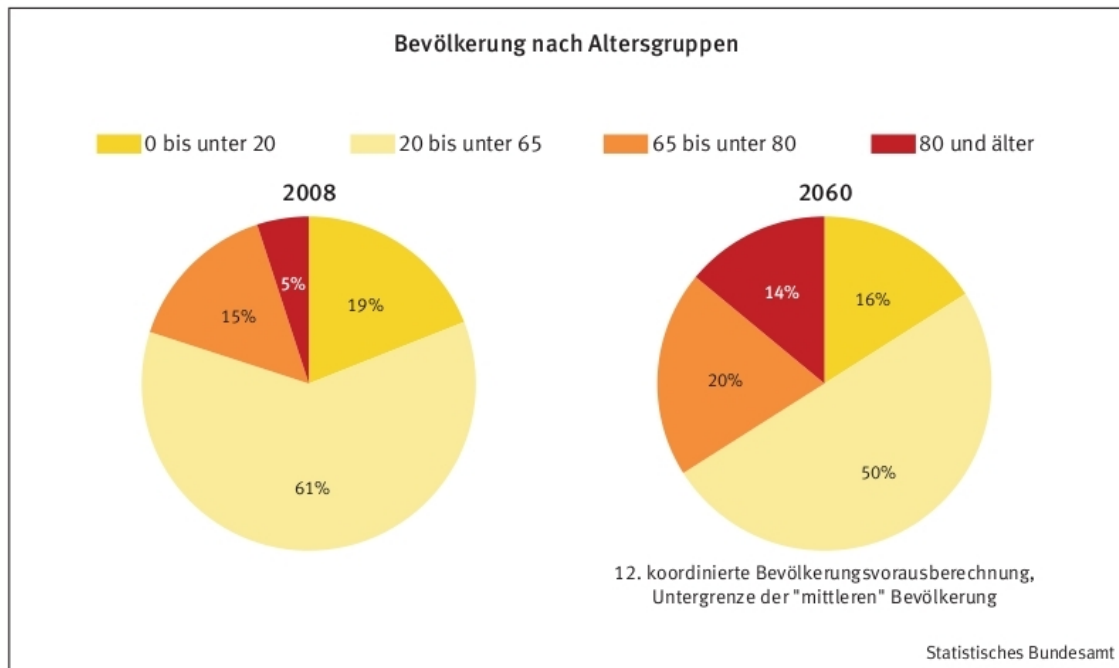


Abb. 2: Bevölkerung nach Altersgruppen 2008 und 2060 in Deutschland

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009, S. 16

Auch die Zusammensetzung der Älteren wird sich verändern. Wie Abb. 2 zeigt, machen die Hochaltrigen (80 Jahre und älter) derzeit gerade einmal 5% aus. Bis 2060 wird sich ihr Anteil fast verdreifachen.

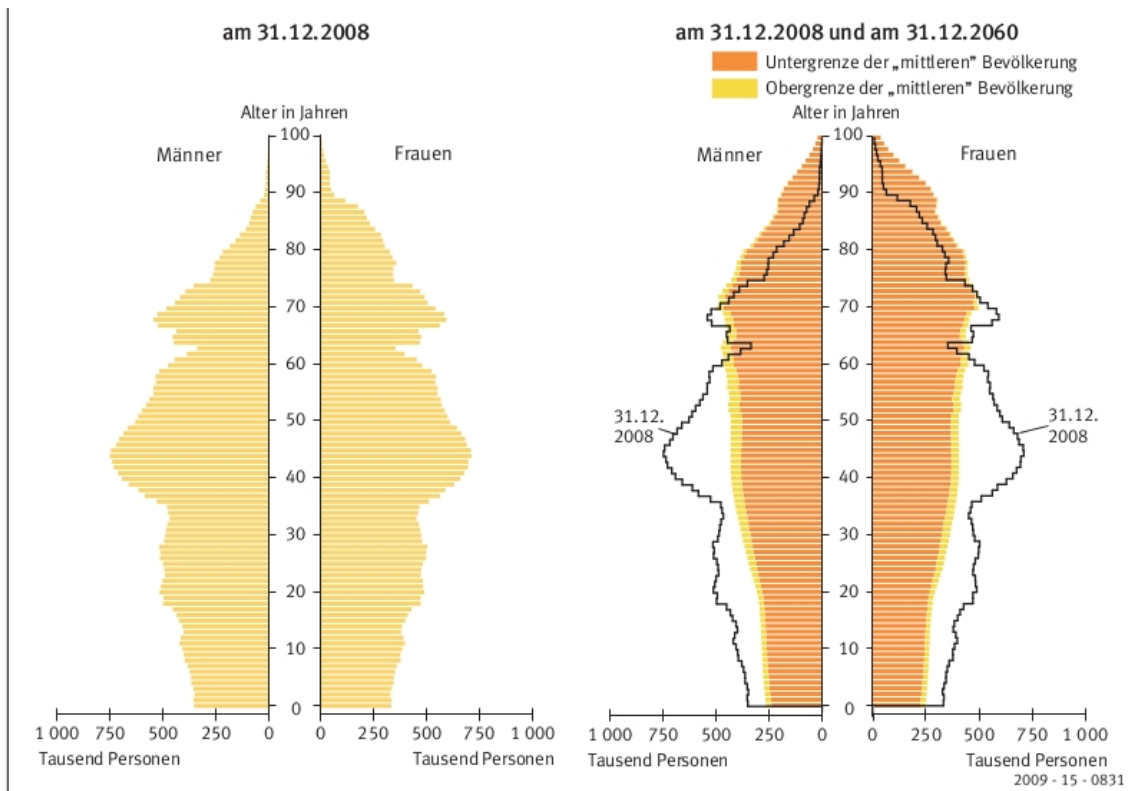


Abb. 3: Altersaufbau der Bevölkerung 2008 und 2060 in Deutschland

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009, S. 15

Abb. 3 zeigt den aktuellen und den zukünftigen Altersaufbau auf. Zum besseren Vergleich ist der Umriss der aktuellen Alterszusammensetzung auf der rechten Seite eingezeichnet. Anhand der Abb. lässt sich erkennen, dass in Zukunft weniger Kinder geboren werden. Gut zu erkennen ist die sogenannte „Babyboomer“-Generation, die sich im aktuellen Altersaufbau als Ausbuchtung der 40 bis 50-Jährigen darstellt.

Werden diese demografische Entwicklungen auf die Nutzer der Bibliothek übertragen, so bleibt festzuhalten, dass auch unter diesen der Anteil der Älteren immer größer wird. Gleichzeitig wird der Anteil der jüngeren Kunden kleiner, so dass die Angebote angepasst werden müssen. Was in dem Bereich „Angebote für ältere Bibliotheksnutzer“ bereits getan wird, zeigt das Kapitel 2.6 Best-Practice-Beispiele.

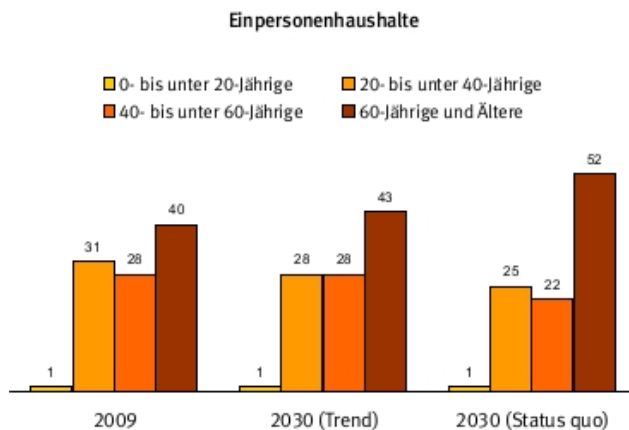


Abb. 4: Bevölkerung in Privathaushalten nach Altersgruppen 2009 und 2030 in Deutschland

Quelle: Statistisches Bundesamt 2011a, S. 9

Ebenfalls in den Bereich der Demografie fällt die Zusammensetzung der Privathaushalte. Hier lässt sich feststellen, dass die Anzahl der Ein- oder Zweipersonenhaushalte größer wird, immer weniger Menschen werden in größeren Haushalten leben⁶. Abb. 4 schlüsselt den Trend der Haushalte auch nach Altersgruppen auf. Deutlich zu erkennen ist, dass immer mehr Ältere alleine leben werden.

Für Bibliotheken bedeutet dies, dass sie durch ihre Angebote Kontakt- und Sozialisierungsmöglichkeiten schaffen können. Dadurch kann die zunehmende Isolation von älteren Alleinlebenden vermieden werden.

Auch im soziokulturellen Kontext findet eine Veränderung statt. Dies lässt sich anhand von fünf Kennzeichen darstellen⁷:

- Verjüngung des Alters: Ältere Menschen werden immer früher als „alt“ angesehen. bspw. gelten Mitarbeiter ab 50 Jahren schon als „ältere Arbeitnehmer“ und der durchschnittliche Berufsaustrittszeitpunkt liegt inzwischen bei 59 Jahren. Dies steht im Gegensatz zur Selbstwahrnehmung der Älteren, die sich meist jünger fühlen⁸.
- Entberuflichung: Frühere Berufsaufgabe und erhöhte durchschnittliche Lebenserwartung führen dazu, dass Ältere über einen längeren Zeitraum keiner entgeltlichen Tätigkeit nachgehen⁹. Um diese freige-

⁶ vgl. Statistisches Bundesamt 2011b, S. 28

⁷ vgl. Schimany 2003, S. 380

⁸ vgl. ebd., S. 381

⁹ vgl. ebd., S. 381f.

wordenen Zeitressourcen aufzufangen und gleichzeitig ein produktives Arbeiten im Alter zu ermöglichen, können Ältere sich freiwillig engagieren (s. Kapitel 2.4.3).

- Feminisierung des Alters: Es gibt mehr alte Frauen als alte Männer. Sie sind nach Verwitwung oder Trennung stärker auf Hilfen angewiesen und sind aufgrund von niedrigen Renteneinkünften eher von Altersarmut bedroht¹⁰.
- Singularisierung: Wie bereits in Abb. 4 dargestellt, leben ältere Menschen öfter alleine. Daraus lässt sich jedoch nicht schließen, dass sie einsam oder isoliert leben oder das Alleinsein als negativ empfinden¹¹. „Nicht die Anzahl, sondern die Qualität der sozialen Kontakte und die Struktur von Unterstützungsnetzwerken bestimmen darüber, ob ein sozial zufrieden stellendes Alter(n) gelingt und Isolation sowie Einsamkeit verhindert werden können.“¹²
- Hochaltrigkeit: Immer mehr Menschen erreichen ein sehr hohes Alter, wie in Abb. 4 zu erkennen ist. Mit der Hochaltrigkeit nehmen die negativen Erscheinungen des Alters zu, u.a. Multimorbidität¹³ und mentale Einschränkungen¹⁴.

Der demografische Wandel bringt somit einige Herausforderungen mit sich. Für Bibliotheken bedeutet dies, dass sie auf die neue Struktur ihrer Nutzer reagieren müssen: Nicht nur der Anteil der älteren Nutzer steigt stetig, auch die Zusammensetzung und Struktur von Älteren verändert sich.

¹⁰ vgl. ebd., S. 382

¹¹ vgl. ebd. S. 383

¹² Backes 2008, S. 233

¹³ Multimorbidität = gleichzeitiges Bestehen mehrerer Krankheiten bei einem Patienten

¹⁴ vgl. Schimany 2003, S. 388

2.2 Institutionalisation des Lebenslaufs

Jeder Mensch besitzt ein chronologisches Alter. Dieses Alter zeigt in Jahren an, wie alt er oder sie ist. Neben dieser kalendarischen Angabe kann jedem Menschen u.a. ein biologisches, ein soziales und ein persönliches Alter zugeordnet werden. Das biologische Alter beschreibt die jeweilige Entwicklungsstufe bzw. den Verfall des Körpers. Schon hier ist ersichtlich, dass das biologische Alter nicht parallel zum chronologischen Alter abläuft, da der Körper eines Menschen individuell altert¹⁵. Das soziale Alter hingegen wird vom Umfeld, also anderen Personen, bestimmt. Es wird meist geschätzt, ohne das chronologische Alter des Menschen zu kennen. So kann es dazu kommen, dass einem Menschen mehrere soziale Alter zugesprochen werden. Das persönliche Alter hingegen wird subjektiv empfunden und beschreibt die erreichte Stufe im eigenen Lebenslauf¹⁶. „Aufgrund all dieser Umstände kann es zwischen dem persönlichen Alter und dem sozialen oder öffentlichen Alter Unterschiede geben, und zwar gelegentlich riesige.“¹⁷

Jeder Mensch gestaltet seinen Lebenslauf auf individuelle Art, somit ist eine einheitliche Definition des Älterwerdens schwierig. Im Lauf der Geschichte, vor allem durch den Wechsel von der Agrar- zur Industriegesellschaft, festigte sich jedoch ein stereotypischer Lebenslauf, welcher sich am Erwerbssystem orientiert.

Dieser Lebenslauf gliedert sich in drei Teile: Vorbereitungs-, Berufs- und Ruhestandsphase. Wird angenommen, dass dieses Modell zu einem grundlegenden Regelsystem geworden ist, wird hierbei von der Institutionalisation des Lebenslaufs gesprochen¹⁸.

Im Laufe des 20. Jahrhunderts verkürzte sich die Erwerbsphase, während die Ruhestandsphase stetig ausgeweitet wurde (s. Abb. 5). Gründe hierfür sind u.a. die steigende durchschnittliche Lebenserwartung sowie das gleichzeitig sinkende Berufsaustrittsalter¹⁹.

¹⁵ vgl. Laslett 1995, S. 62

¹⁶ vgl. ebd., S. 63

¹⁷ ebd., S. 64

¹⁸ vgl. Schimany 2003, S. 310

¹⁹ vgl. Schimany 2003, S. 365

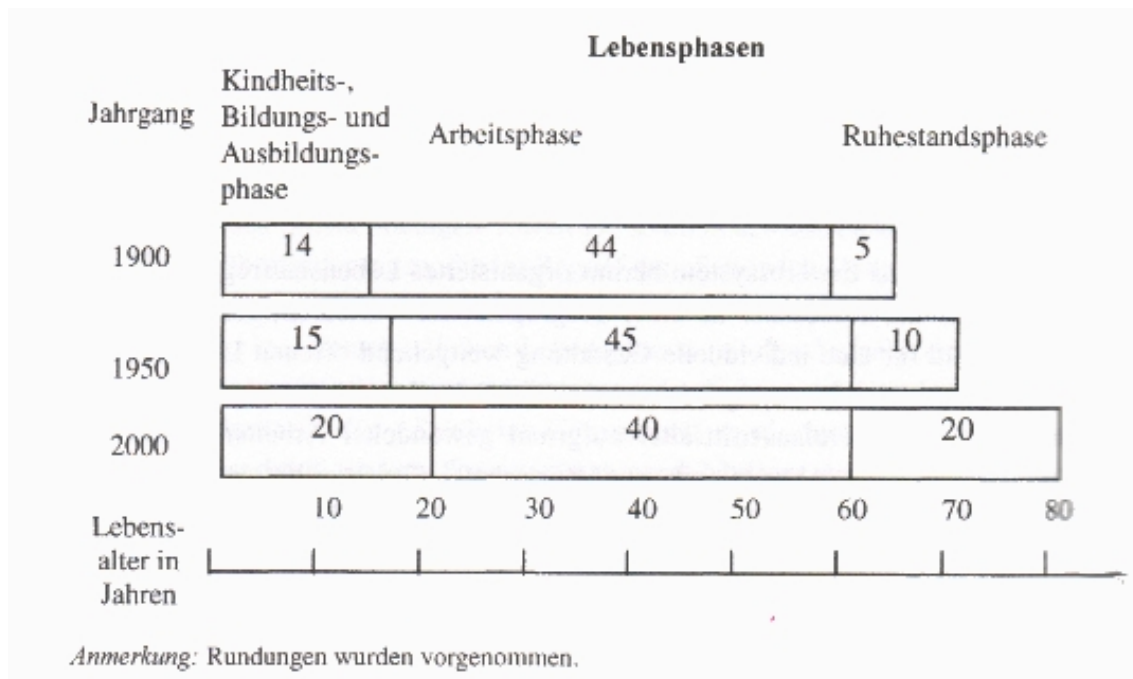


Abb. 5: Veränderung der zeitlichen Dauer von Lebensphasen.

Quelle: Schimany 2003, S. 366

Durch diese zeitliche Ausdehnung des Ruhestands muss zwischen einer Phase aktiver Pensionierung und einer Phase zunehmend funktionaler Einschränkungen unterschieden werden²⁰. Es ergeben sich also zwei Altersphasen: einerseits das sogenannte Dritte Alter, das ungefähr die Zeit von zehn bis 15 Jahren nach dem Austritt aus dem Berufsleben kennzeichnet und andererseits das sogenannte Vierte Alter, das durch gesundheitliche Probleme gekennzeichnet ist²¹. So führt der Strukturwandel des Alters (s. Kapitel 2.1) zu den vier Lebensphasen des Ersten bis Vierten Alters. „Am Anfang steht die Zeit der Abhängigkeit, Sozialisation, Unreife und Erziehung; zweitens folgt die Zeit der Unabhängigkeit, Reife und Verantwortung, des Verdienens und Sparens, drittens die Zeit der persönlichen Erfüllung und viertens die Zeit der unabänderlichen Abhängigkeit, der Altersschwäche und des Todes.“²²

Der Übergang vom Ersten zum Zweiten Alter kann durch den Berufseintritt definiert werden. Das Erste Alter umschließt damit die Kindheit und Jugend, während das Zweite Alter das Erwachsenenalter mit den verbundenen

²⁰ vgl. ebd., S. 368

²¹ vgl. BMFSFJ 2001, S. 66

²² vgl. Laslett 1995, S. 43

Pflichten darstellt.

Der darauf folgende Übergang zum Dritten Alter kann durch den Berufsaustritt bestimmt werden, aber auch durch das Ende des Familienlebens. Dies trifft besonders auf (Haus-)Frauen zu²³. Dieses neu gewonnene, erst durch den Prozess von demografischem und Strukturwandel geschaffene Dritte Alter dient der Selbstverwirklichung. Die „jungen Alten“ gewinnen durch den Berufsaustritt an Zeit, die sie nun für sich selbst nutzen können. Dazu gehört es, die eigene Unabhängigkeit zu unterstützen und Beziehungen zu schaffen²⁴.

Da diese Phase der Selbstverwirklichung noch nicht lange möglich war (längere Lebensdauer, kürzeres Berufsleben usw.), sind die „jungen Alten“ heutzutage unter den ersten, die das Dritte Alter durchlaufen. Sie dienen für die nächsten Generationen als Rollenmodell: „Das von denen, die sich in der heutigen Gesellschaft im Dritten Alter befinden, abgegebene Beispiel muß für ihre Nachfolger unausweichlich von Bedeutung sein und ihnen als Hinweis dienen, was sie tun oder lassen können, wenn sie selbst Mitglied dieser Gruppe werden.“²⁵

Die Definition des Dritten Alters festigt das Bild von Senioren, die aktiv ihr Alter genießen und dies schon lange Zeit im Voraus geplant haben. Nicht nur öffentliche Bibliotheken und Büchereien stehen nun vor der Aufgabe, die „jungen Alten“ im Dritten Alter zu beobachten und ihr Angebot dementsprechend zu bewerben oder umzustellen. Denn das selbst- und mitverantwortliche Leben im Alter ist nur möglich durch Fähigkeiten und Fertigkeiten, die schon in vorangegangenen Lebensphasen ausgebildet werden und im Alter vertieft werden können. „Weil das Dritte Alter die Vollendung und Ankunft ist, hat es, für den einzelnen jedenfalls, keine zwingende Zeitstruktur. Idealerweise sollte sie oder er in der Lage sein, die Erfahrung des Dritten Alters für jede mögliche Dauer an Jahren auszukosten.“²⁶

Der Wechsel zum Vierten Alter kann nicht allgemein festgelegt werden, da das biologische Alter sich nicht nach Kalenderjahren richtet (s. oben). So

²³ vgl. ebd., S. 43

²⁴ vgl. ebd., S. 286f.

²⁵ ebd., S. 286f.

²⁶ ebd., S. 278

kann es passieren, dass das Dritte Alter fünf, zehn oder sogar zwanzig bis dreißig Jahre andauert, bevor das Vierte Alter anbricht. All dies ist abhängig von der körperlichen Verfassung.

2.3 Altersbilder und Heterogenität

Jeder Mensch hat eine bestimmte Vorstellung davon, wie es ist alt zu sein oder zu werden, aber auch wie er ältere Menschen als Gruppe sieht. Diese individuellen oder auch gesellschaftlichen Vorstellungen werden Altersbilder genannt²⁷. Welches dieser Bilder „richtig“ oder „falsch“ ist, ist nicht klar zu sagen. Altert ein Mensch, verändert er sich in verschiedenen Bereichen (z.B. körperlich, psychisch und sozial) auf ganz individuelle Art und Weise, so dass niemand eine verallgemeinernde Aussage darüber machen kann, wie der Alternsprozess und das „Alter“ einer Person verläuft²⁸.

Dennoch spielen Altersbilder eine wichtige Rolle, wenn es z.B. um politische Entscheidungen wie das Renteneintrittsalter geht. Können ältere Menschen noch genauso viel leisten wie jüngere? Sind sie noch genauso belastbar? Oft werden älteren Menschen in diesen Bereichen Defizite unterstellt²⁹. Doch dass das nicht mehr stimmt, sondern die älteren Menschen dieser Tage „im Durchschnitt gesünder, besser ausgebildet und vitaler als frühere Generationen“³⁰ sind, muss immer weiter ins Bewusstsein der Gesellschaft rücken. Dies ist nicht nur Aufgabe der Politik, sondern auch die der Medien. Sie können helfen, das Bild „ins rechte Licht“ zu rücken und verzerrte Altersbilder zu verändern³¹. Worauf dabei z.B. in der Werbung geachtet werden müsste, wird in Kapitel 2.5.1 beschrieben. Denn ältere Menschen wollen durchaus noch aktiv sein und haben vielfältige Interessen. Dass sie diese zum Teil jedoch reduzieren müssen, liegt oft an „gesellschaftlich herabgesetzten Möglichkeiten“³².

²⁷ vgl. BMFSFJ 2010a, S. 5

²⁸ vgl. Backes 2008, S. 92

²⁹ vgl. BMFSFJ 2010a, S. 11

³⁰ BMFSFJ 2010b, S. V

³¹ vgl. BMFSFJ 2010b, S. IX

³² vgl. Backes 2008, S. 126

Diese individuell sehr unterschiedlich ausgeprägten Interessen und Werte erkennen auch Gassmann und Reepmeyer, die sich mit der Gruppe der über 50 Jahre alten Menschen beschäftigt haben. Dabei stellen sie die Werte der „alten Generation“ (1920-1940 geboren) denen der „Übergangsgeneration“ (1940-60 geboren, auch Babyboomer genannt) und der „jungen Generation“ (1960-80 geboren) gegenüber³³.

Während der ersten und der letzteren Generation eindeutig Werte wie

- Arbeitsethos, Sparsbereitschaft, Verpflichtung gegenüber Konventionen und Bindungen, Bildung als Privileg (alte Generation)

bzw. im Gegensatz dazu

- Freizeitorientierung, Verschuldungsbereitschaft und Individualisierung, Bildung als Selbstverständlichkeit (junge Generation)

zugeordnet werden können, ist dies bei der Übergangsgeneration nicht so einfach möglich³⁴.

Den Babyboomern ist der Wunsch nach sozialer Integration gemein. Dabei wollen sie auch mit produktiven Tätigkeiten an der Gesellschaft teilhaben. Jedoch gehen die individuellen Werte immer weiter auseinander³⁵.

Das zeigt, dass nicht nur die körperlichen und psychischen Veränderungen im Verlauf des Alterns unterschiedlich ausfallen, sondern auch die Wertvorstellungen und Interessen. Es kann also nicht mehr von einer homogenen Gruppe ausgegangen werden, die nur eine Phase „Alter“ kennt. Ganz im Gegenteil muss also von einer Heterogenität des Alters gesprochen werden³⁶. Und so müssen auch Bibliotheken erkennen, dass ihre älteren Nutzer sich untereinander völlig unterscheiden können. Nicht jeder „Alte“ fühlt sich schon so, gerade wenn das Angebot für diese Zielgruppe bei einer Altersstufe angesetzt wird, in der die meisten Menschen noch erwerbstätig sind (z.B. Zielgruppe 50plus).

³³ vgl. Gassmann 2006, S. 36

³⁴ vgl. ebd.

³⁵ vgl. ebd., S. 39

³⁶ vgl. Schimany 2003, S. 389

2.4 Alltagsgestaltung

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, den eigenen Alltag zu strukturieren. Dabei bildet sich jeder Mensch ein individuelles Profil. Im Allgemeinen können die verschiedenen Strukturierungsmittel durch vier Merkmale unterschieden werden³⁷:

- Institutionen geben den Zeitrahmen und gegebenenfalls die Regelmäßigkeit der Aktivitäten vor. Neben der Mitgliedschaft in Vereinen zählen hierzu auch Ehrenämter, Volkshochschulkurse und sonstiges freiwilliges Engagement.
- Fest vereinbarte Termine mit Privatpersonen beinhalten bspw. Stammtische, Häkelrunden oder Kaffeekränzchen. Die Termine sind nicht an Institutionen gebunden.
- Der Kontakt zu Privatpersonen kann ohne feste Termine, also spontan erfolgen. Darunter zählen u.a. regelmäßige Telefonate, deren Zeitpunkt und Zeitdauer vorher nicht festgelegt wurden.
- Manche Aktivitäten werden von äußeren Einflüssen bestimmt, bspw. wetterabhängige Hobbies wie Schwimmen in der Natur, Eisangeln oder Sonnenbaden. Andere Aktivitäten geben den Rhythmus selbst vor, da sie an spezielle Pflichten gebunden sind (bspw. Haustier- oder Gartenpflege).

Weitere Routinen wie Hausarbeit, Zeitung lesen oder Fernsehen fallen unter persönliche Verteilzeiten und sind dadurch keine relevanten Merkmale zur Unterscheidung der oben genannten Strukturierungsmittel.

Bei der individuellen Zeitgestaltung gibt es Profile, die sich stark an festen Terminbindungen orientieren, sowie Profile, die weder durch feste Termine noch durch spontane Bindungen geprägt sind. Zwischen diesen beiden Ausprägungen gibt es eine Mischform, die sich durch eine ausgewogene Mischung von Bindungen und Freiräumen auszeichnet³⁸. Durch die bereits erwähnte Heterogenität der Älteren kann von keinem allgemein gültigen Zeitgestaltungsprofil ausgegangen werden. „Bei den älteren Menschen existiert

³⁷ vgl. Burzan 2004, S. 117ff.

³⁸ vgl. ebd., S. 120ff.

eine große Bandbreite von Zeitgestaltungsmustern.“³⁹

In den folgenden Abschnitten wird zunächst die Zeitverwendung älterer Menschen untersucht. Weiterhin werden die für Bibliotheken wichtigen Bereiche „Medien und Kultur“ sowie „Ehrenamt“ beleuchtet.

2.4.1 Zeitverwendung

Im Rahmen der Zeitbudgeterhebung von 2001/02 des Statistischen Bundesamtes wurden verschiedene Auswertungen vorgenommen. Eine dieser Auswertungen beschäftigt sich insbesondere mit der Zeitverwendung älterer Menschen. Dabei wurden nicht nur entsprechende Altersgruppen eingeteilt („20-39 Jahre“, „40-59 Jahre“, „60-69 Jahre“ und „über 70 Jahre“)⁴⁰, sondern auch die Aktivitäten der Testpersonen in die Kategorien „Regeneration“, „produktive Tätigkeiten“ und „konsumtive Aktivitäten“ unterteilt⁴¹.

Die Bereiche lassen sich nach den Verfassern Engstler, Menning, Hoffmann und Tesch-Römer folgendermaßen beschreiben⁴²:

- Regeneration: überlebensnotwendig und physisch notwendige Aktivitäten, z.B. Schlafen, Nahrungsaufnahme und Körperpflege
- Produktive Tätigkeiten: zweitrangig nach der Regeneration, z.B. Erwerbsarbeit, Hausarbeit oder Ausübung eines Ehrenamtes
- Konsumtive Aktivitäten: ebenfalls hinter Regeneration einzuordnen, z.B. Sozialleben, Sport, Hobbies und Bildung

Die Auswertung beginnt mit zwei Abb. zur Zeitverwendung von Männern und Frauen, unterteilt nach den zuvor festgelegten Aktivitätsbereichen. Dabei wird zwischen Werktagen und dem Wochenende unterschieden. Ebenfalls bietet die Darstellung die Möglichkeit zu vergleichen, ob und wie die äl-

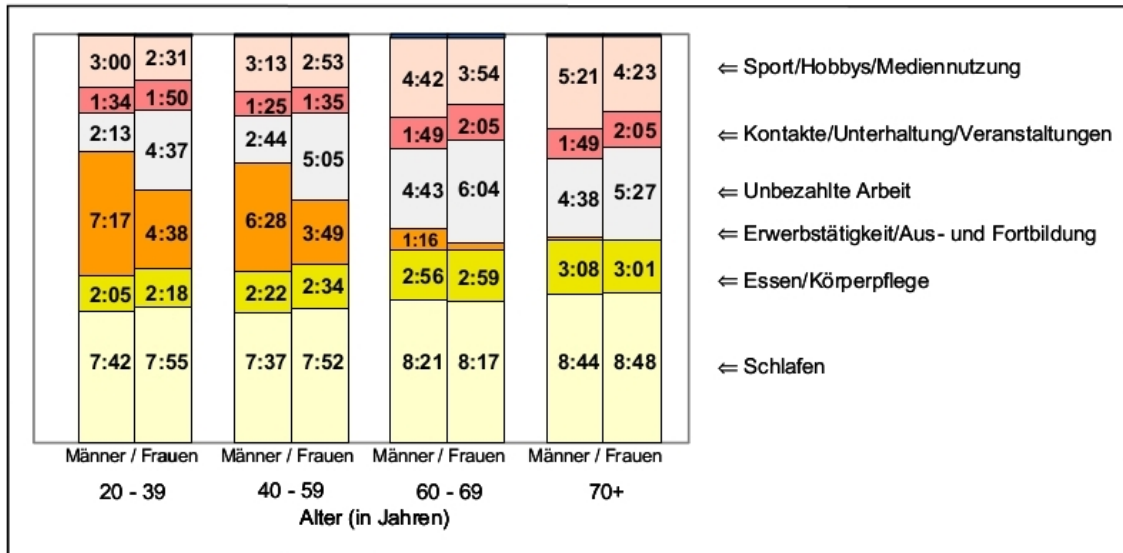
³⁹ ebd., S. 123

⁴⁰ vgl. Engstler 2004, S. 217

⁴¹ vgl. ebd., S. 218

⁴² vgl. ebd.

teren Menschen (Altersgruppen „60-69 Jahre“ und „über 70 Jahre“) ihre Zeit anders verwenden als die Menschen in den jüngeren Altersgruppen.



Datenbasis: Zeitbudgeterhebung 2001/02

Abb. 6: Zeitverwendung der Männer und Frauen unterschiedlichen Alters nach Aktivitätsbereichen Montag – Freitag.

Quelle: Engstler 2004, S. 221

Abb. 6 zeigt die durchschnittliche Zeitverwendung der Bevölkerung von Montag bis Freitag in Datenformat Stunden:Minuten je Tag.

Es ist zu erkennen, dass Tätigkeiten, die in den Bereich der Regeneration fallen, bei sämtlichen Altersgruppen einen großen Teil des Tages einnehmen. Bei den Älteren nehmen diese Tätigkeiten jedoch mehr Zeit in Anspruch. Auch mit zunehmenden Alter nehmen Regenerationstätigkeiten mehr Zeit in Anspruch (die Gruppe 70+ schläft z.B. noch länger als die vorangehende Altersgruppe). Ein Unterschied zwischen den Geschlechtern lässt sich jedoch kaum beobachten.

Danach werden die produktiven Tätigkeiten aufgeführt, unterteilt in bezahlte und unbezahlte Arbeit. Deutlich zu erkennen ist, dass bezahlte Arbeit im Alter weniger Zeit in Anspruch nimmt, was sich durch den Eintritt in die Rente erklären lässt. Dafür nimmt der Anteil der unbezahlten Arbeit bei den Älteren zu. Es bleibt also mehr Zeit, sich in Haushalt zu betätigen oder eh-

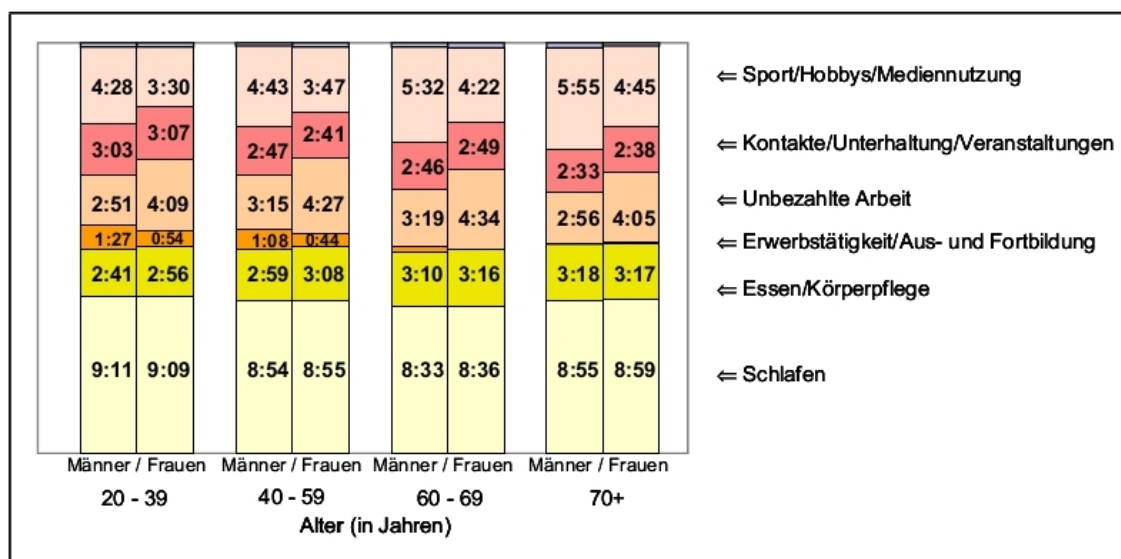
renamtliche Tätigkeiten auszuüben.

Auch die konsumtiven Aktivitäten nehmen bei den Älteren mehr Zeit ein als bei den jüngeren Altersgruppen.

Bei den produktiven und konsumtiven Aktivitäten ist in fast allen Altersgruppen ein Unterschied zwischen den Geschlechtern zu erkennen. Die Männer sind länger mit Erwerbsarbeit beschäftigt, während die Frauen mehr Zeit für unbezahlte Tätigkeiten verwenden.

Im Bereich der sozialen Kontakte liegen stets die Frauen vorne, im Bereich Sport, Hobbies und Mediennutzung die Männer.

Aus der Zeitbudgeterhebung geht ebenfalls hervor, dass „60- bis 70-jährige Alleinlebende, vom Schlafen abgesehen, mehr als Dreiviertel der verbleibenden Zeit ihres Alltags allein“ verbringen⁴³. Dabei sind soziale Kontakte besonders im Alter von großer Wichtigkeit, insbesondere wenn es darum geht Hilfe in Form von pflegender Unterstützung von anderen zu erhalten⁴⁴.



Datenbasis: Zeitbudgeterhebung 2001/02

Abb. 7: Zeitverwendung der Männer und Frauen unterschiedlichen Alters nach Aktivitätsbereichen Samstag – Sonntag

Quelle: Engstler 2004, S. 222

Abb. 7 zeigt, dass an Wochenenden alle Altersgruppen länger schlafen. Da-

⁴³ BMFSFJ 2003, S. 42

⁴⁴ vgl. Backes 2008, S. 74

bei ist das Mehr an Schlaf unter den Älteren nicht so groß wie unter den jüngeren Altersgruppen. Gleiches lässt sich auch für den restlichen Regenerationsbereich beobachten.

Alle Altersgruppen verwenden weniger Zeit für bezahlte Arbeit, die Gruppen ab 60 Jahre verwenden auch weniger Zeit für unbezahlte Arbeit. Dies lässt sich für die Frauen im erwerbstätigen Alter übertragen. Erwerbstätige Männer gehen am Wochenende der unbezahlten Arbeit jedoch länger als werktags nach.

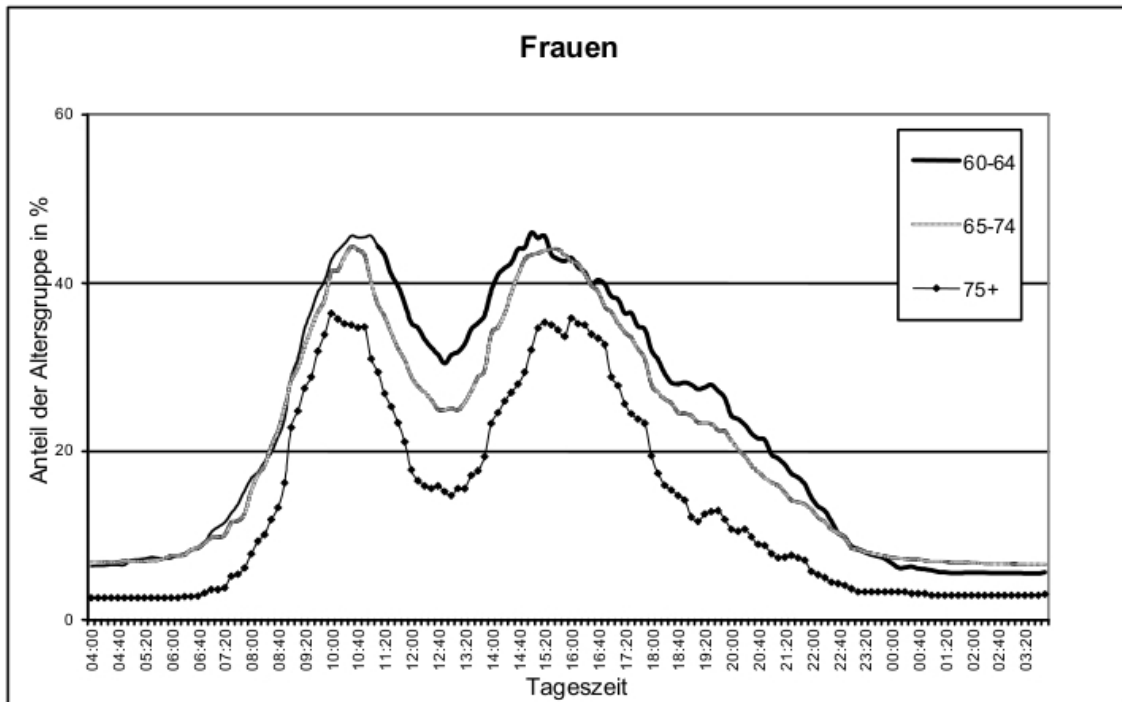
Die verbleibende Zeit ist für alle Altersgruppen Freizeit. Und so lässt sich erkennen, dass auch die Gruppe der nicht mehr Erwerbstätigen noch einen ähnlichen Wochenrhythmus wie die Erwerbstätigen hat⁴⁵.

Aus der Zeitbudgeterhebung geht ebenfalls hervor, dass die Aktivitäten älterer Menschen immer stärker an ihre Wohnungen gebunden sind. Dies lässt sich neben dem Eintritt in die Rente auch durch „gesundheitliche Einschränkungen und sich verändernde Freizeitinteressen“ erklären⁴⁶. Eine wichtige Rolle spielt dabei auch das Umfeld in dem die älteren Menschen leben: gibt es eine gut ausgebaute Infrastruktur, die es ermöglicht, Ziele außerhalb der Wohnung ohne große Umstände zu erreichen? Ist dies nicht gegeben, nehmen ältere Menschen weniger an dem sozialen und kulturellen Leben teil⁴⁷.

⁴⁵ vgl. Engstler 2004, S. 222

⁴⁶ vgl. ebd., S. 236

⁴⁷ vgl. ebd.



Datenbasis: Zeitbudgeterhebung 2001/02

Abb. 8: Außer Haus verbrachte Zeit im Tagesverlauf nach Altersgruppen

Quelle: Engstler 2004, S. 238

Bei der außer Haus verbrachten Zeit (Abb. 8), lassen sich zwei Zeitgipfel beobachten. „Beliebte“ Zeiten das Haus zu verlassen sind somit der Vormittag von etwa 10 bis 11 Uhr und der Nachmittag zwischen 14 und 16 Uhr⁴⁸. Ähnlich sehen auch die Kurven der männlichen Durchschnittswerte aus, wobei unter ihnen ein größerer Anteil vormittags das Haus verlässt. Ebenfalls zu erkennen: Die Zeit, die außerhäuslich verbracht wird, nimmt mit zunehmendem Alter ab.

⁴⁸ vgl. ebd., S. 238

2.4.2 Medien und Kultur

Menschen im Dritten Alter interessieren sich vor allem für die Themen, die ihrer Selbstverwirklichung zugute kommen. In kultureller Hinsicht beschäftigen sich Ältere in ihrem Ruhestand u.a. mit Reisen, anspruchsvollen Fernsehprogrammen, Lektürekursen oder dem Besuch von kulturellen Einrichtungen wie Schlösser, Kathedralen, Kirchen, anderen Monumenten oder Museen und Galerien⁴⁹.

Diese Aktivitäten tragen zur eigenständigen Weiterbildung bei und sind ein Beispiel für das sogenannte Lebenslange Lernen. Unter Lebenslangem Lernen sind Aktivitäten zu verstehen, die der Förderung von Informationskompetenz dienen. Für diese Aktivitäten brauchen Ältere Zugang zu Bibliotheken, Museen und anderen kulturellen und bildenden Einrichtungen⁵⁰. Diese Einrichtungen müssen sich den Älteren öffnen und sie als Partner für das Lebenslange Lernen ansehen. Dem Bedürfnis der „jungen Alten“, sich weiterzubilden, wird damit stattgegeben. „Ihre Situation – in der Tat unser aller Situation, wenn wir unserem Alter gerecht werden – verlangt, daß das Bildungssystem [...] unverzüglich die beschriebene lebenslange Partnerschaft anerkennt.“⁵¹

Nicht nur der Lernprozess an sich, sondern auch das Einbringen in kulturelle Tätigkeiten ist auf allen Seiten von Vorteil. Eine Steigerung der kulturellen Partizipation von Älteren legt den Grundstein für mehr gesellschaftliches Engagement und Teilhabe an der Gestaltung von kulturellen Prozessen⁵².

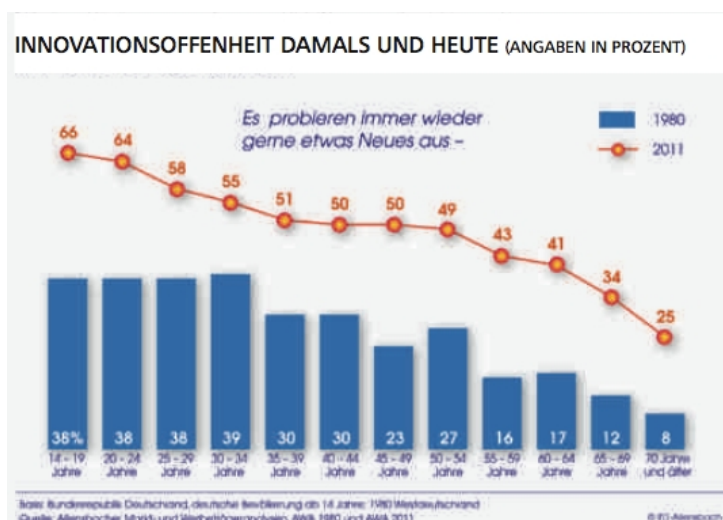


Abb. 9: Innovationsoffenheit damals und heute (Angaben in Prozent)

Quelle: Bruttel 2012, S. 198ff.

⁴⁹ vgl. Laslett 1995, S. 250

⁵⁰ vgl. ebd.

⁵¹ ebd., S. 248f.

⁵² vgl. Keuchel 2009, S. 26

Kulturelle Partizipation und Lebenslanges Lernen regen auch die Nachfrage nach dem Umgang mit Neuen Medien an⁵³. Die Innovationsoffenheit stieg in den vergangenen dreißig Jahren von 11 auf 30 Prozent. Dies stellt Oliver Bruttel in seinem Aufsatz „Gesellschaftlicher Strukturwandel“ dar und er verwendet dazu die Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen von 1980 und 2011 (s. Abb. 9). Heutzutage lassen sich immer mehr Ältere für Innovationen begeistern. Dies bedeutet für Bibliotheken, dass sie auch bei Älteren auf neue Technologien (z.B. eBooks) setzen können.

Das steigende Interesse Älterer an neuen Technologien lässt sich u.a. damit begründen, dass der Umgang mit Computer und Internet vielen „jungen Alten“ aus ihrem – noch nicht lang zurückliegenden – Berufsleben vertraut ist. So zeigt die deutschlandweit größte Studie zur Internetnutzung im Jahr 2012 den größten Zuwachs von Internetnutzern in den älteren Altersgruppen. Der Anteil der Internetnutzer bei den 60 bis 69-Jährigen stieg im Gegensatz zum Vorjahr um knapp 3% auf 60,4%. Bei der Gruppe 70plus war ein Zuwachs von 3,6% auf 28,2% zu verzeichnen. Innerhalb der jüngeren Altersgruppen war der Zuwachs bedeutend geringer⁵⁴.

Durch den Strukturwandel (s. Kapitel 2.1) gibt es mehr Frauen höheren Alters, was sich auf die Internetnutzung als hemmenden Faktor auswirkt⁵⁵. Das steigende Interesse am Internet ist die Basis für den Erfolg von Senioren-Websites wie bspw. www.feierabend.de - dem „Webtreff für die besten Jahre“. Die Website besteht u.a. aus sozialem Netzwerk, Nachrichtenportal sowie diversen Themengebieten mit Ratgebern und Tipps.

Neue Medien dienen nicht allein der Unterhaltung, sie sind auch wichtig für soziale und kulturelle Teilhabe. Um niemanden auszugrenzen, ist es Angelegenheit der bildenden Institutionen und auch Bibliotheken „älteren Menschen Angebote zu machen, um deren Medienkompetenzen zu fördern und den Nutzungsgrad neuer Medien zu erhöhen“⁵⁶.

Der größere Anteil an Freizeit nach dem Berufsaustritt schlägt sich in der intensiveren Nutzung von Fernsehen und Radio nieder. Auch andere klassische Medien wie Zeitungen und Zeitschriften werden von den „jungen Alten“ konsumiert. Das

⁵³ vgl. ebd., S. 26

⁵⁴ vgl. TNS Infratest 2012, S. 5

⁵⁵ vgl. Egger 2008, S. 578

⁵⁶ BMFSFJ 2010a, S. 14

Internet dient ihnen meist weniger als Unterhaltungsmedium, sondern eher als Informationsquelle. Der Vorteil dieser nicht interaktiven Medien liegt darin, dass der Zuschauer nicht mit einbezogen wird und eine passive Rolle spielt. „Zu erwarten ist aber auch, dass zukünftig immer mehr Nutzer höhere Anforderungen an die multimediale Vernetzung von Fernseh- und Hörfunkprogrammen mit zusätzlichen Optionen und Inhalten stellen und das Internet als 'All-in-one-Medium' verstehen werden.“⁵⁷ Dies bedeutet auch, dass die lineare Nutzung von Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften in den Hintergrund tritt.

In Kapitel 3.2.2 wird die Mediennutzung Älterer anhand der empirisch erhobenen Daten in Wedel analysiert.

2.4.3 Ehrenamt

Die Institutionalisierung des Lebenslaufs (s. Kapitel 2.2) ist stark an das Erwerbssystem gebunden. Im Allgemeinen wird davon ausgegangen, dass die Berufsphase im Alter von 60 bis 70 Jahren endet. Zu diesem Zeitpunkt wird in der Gesellschaft den Älteren der Ruhestand gegönnt. Gleichzeitig spricht man ihnen die Fähigkeit abgesprochen, produktiv zu arbeiten⁵⁸. Zwar werden Ältere durchaus von Alterserscheinungen und Krankheiten geplagt (Multimorbidität s. Kapitel 2.1), jedoch kann nicht generell davon ausgegangen werden, dass sie dadurch nicht mehr produktiv arbeiten können.

Es gibt genug Gründe, die Perspektive von produktiven Tätigkeiten im Alter positiv hervorzuheben. Der Ansatz des „Active Ageing“⁵⁹ unterstreicht die Potentiale und Chancen von Älteren und stellt das Alter als aktive Lebensphase dar⁶⁰. Laut „Active Ageing“ ist das Alter keine Zeit des Zurücklehnens, sondern kann als vitale und agile Phase verstanden werden.

Der Unterschied zwischen Erwerbsarbeit und Ehrenamt liegt in der Vergütung. Die Ausübung eines Ehrenamts erfolgt meist ohne Entgelt. Darüber hinaus ist ehrenamtliche Arbeit weit gefasst. Sie umschließt sowohl die Arbeit in Vereinen als auch Haushaltsarbeit im Familienverbund, bürgerschaftlichem Engagement und

⁵⁷ Egger 2008, S. 587

⁵⁸ vgl. Laslett 1995, S. 59

⁵⁹ Active Ageing = aktives Altern

⁶⁰ vgl. Heinze 2011, S. 22

Hobbys. Somit liegt ein weiteres gemeinsames Merkmal ehrenamtlicher Tätigkeiten im gesellschaftlichen Nutzen⁶¹.

Ehrenamtliche Arbeit ist keine Randerscheinung. Etwa ein Drittel der Gesamtbevölkerung engagiert sich ehrenamtlich⁶². Der Anteil liegt unter den 60 bis 69-Jährigen sogar bei 37%. Trotz fortgeschrittenen Alters engagiert sich ein Viertel der Altersgruppe 70 und älter⁶³.

Viele ehrenamtlich Engagierte tragen zu einem großen Volumen von unentgeltlicher Arbeit. Es ist sehr schwierig zu berechnen, wie teuer es wäre, die ehrenamtliche Arbeit wie Erwerbsarbeit zu vergüten. Einer Berechnung zufolge leisten die 60 bis 85-Jährigen freiwillig Engagierten jährlich unentgeltliche Arbeit in Höhe von etwa 36 Milliarden Euro. Dies entspricht etwa 18 Prozent der jährlichen Leistungen der gesetzlichen Rentenversicherungen und der Beamtenversorgung⁶⁴. Als Grundlage wurde dafür der Durchschnittslohn einer studentischen Hilfskraft im Bundesland Berlin gewählt.

An anderer Stelle wird geschätzt, dass etwa 3,2 Millionen Vollzeitbeschäftigte benötigt werden, um das Arbeitsvolumen ehrenamtlich Engagierter in Deutschland zu erfüllen⁶⁵. Ehrenamtliches Engagement hat auch indirekte Wirkung auf die Wirtschaft. bspw. wird durch die ehrenamtliche Kinderbetreuung die Erwerbsbeteiligung von Frauen gefördert, da sich Kinder und Beruf leichter vereinbaren lassen⁶⁶. Der gesellschaftliche Nutzen von ehrenamtlicher Arbeit erstreckt sich somit auch auf wirtschaftliche Positionen. Ältere Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren, leisten ökonomisch produktive Arbeit. Um dies zu leisten, muss ihnen die Möglichkeit gegeben werden, sich ehrenamtlich einzubringen. Besonders in Bereichen, die von älteren Menschen stark frequentiert werden, sollte ehrenamtliches Engagement gefördert werden. Beispiele hierfür sind Selbsthilfegruppen oder kulturelle Einrichtungen sowie Unternehmen, die Leistungen oder Produkte für ältere Menschen anbieten. „Immer da, wo die Seniorenwirtschaft auf ältere Menschen in ihren konkreten sozialen und lebensweltlichen Bezügen zielt, sind entsprechende Anknüpfungspunkte für Vernetzungen mit dem bürgerschaftlichen

⁶¹ vgl. ebd., S. 103

⁶² vgl. ebd., S. 99

⁶³ vgl. BMFSFJ 2010c, S. 32

⁶⁴ vgl. Künemund 2000, S. 289ff.

⁶⁵ vgl. Heinze 2011, S. 99

⁶⁶ vgl. ebd., S. 279

Engagement auszuloten.“⁶⁷

Freiwilliges Engagement und unentgeltliche Arbeit sind besonders dann gefragt, wenn knappe Ressourcen es nicht ermöglichen, Personal einzustellen. Gerade im öffentlichen und kulturellen Bereich gehen Schließungen und Kürzungen mit finanzieller Knappheit einher. Hier bietet das ehrenamtliche Engagement eine plausible Lösung, denn „es gibt [...] keine Knappheit an Personen im Dritten Alter, die in der Lage sind, unser kulturelles Kapital in Gebrauch zu halten, was auch immer die Leute im Zweiten Alter sagen oder tun mögen.“⁶⁸ Ein Beispiel hierfür ist die ehrenamtliche Betreuung von Galerien oder kulturellen Einrichtungen, so dass die Öffnungszeiten erweitert werden oder konstant bleiben. Besonders in Vereinen und ähnlichen Organisationen wird das Leistungsvermögen ehrenamtlicher Beschäftigung deutlich: „Zahlreiche Vereine und Initiativen könnten ohne diese aktive Mitwirkung nicht existieren.“⁶⁹

Es hängt also teilweise an dem Engagement Älterer, ob diese Organisationen bestehen und funktionieren können. Um dies zu leisten, muss die Aufgabe des Ehrenamtlichen strukturiert, eindeutig und lösbar sein. Der Ehrenamtliche sollte diese Arbeit gut in seinen Alltag integrieren können. Von Vorteil ist es, wenn die Aufgabe zusätzlich Einfallsreichtum und Spontaneität ermöglicht⁷⁰. In Selbsthilfegruppen bspw. können Ältere anderen Älteren helfen, in dem sie ihren großen Erfahrungsschatz mit anderen teilen⁷¹. Gleichzeitig ist ehrenamtliches Engagement nicht der Ausgleich für Fehler in der Verwaltung und darf nicht als solches angesehen werden⁷².

Ehrenamtliche Arbeit, ob in Vereinen, Selbsthilfegruppen, kulturellen Institutionen oder im individuellen Familienkreis, wirkt sich positiv auf das Gemeinwohl aus. „Es geht hier nicht nur um den Zusammenhalt der Generationen, sondern darüber hinaus um jenen der Gesellschaft insgesamt – um den 'sozialen Kitt', der aktuell auch in den Diskussionen um die Bürger- oder Zivilgesellschaft eingefordert wird.“⁷³

Da ehrenamtliches Engagement nicht vergütet wird, muss es entsprechend wert-

⁶⁷ ebd.

⁶⁸ Laslett 1995, S. 251f.

⁶⁹ Dietzel-Papakryriakou 2008, S. 51

⁷⁰ vgl. Heinze 2011, S. 37

⁷¹ vgl. Dietzel-Papakryriakou 2008, S. 61

⁷² vgl. Heinze 2011, S. 37

⁷³ ebd., S. 100

geschätzt werden. Ehrenamtliche Arbeit erfährt jedoch unterschiedlich hohes soziales Ansehen: Der Vorsitz eines Vereins bspw. nimmt oft einen anderen Stellenwert ein als die Pflege eines bettlägerigen Familienmitglieds. Beides sind informelle, also ehrenamtliche Tätigkeiten. Egal wie unterschiedlich die Tätigkeiten sein mögen, sie werden meist nicht als Beschäftigung gewertet⁷⁴. Diese Haltung gegenüber dem Ehrenamt gilt es zu ändern. Dies ist obliegt den Einrichtungen, die von ehrenamtlichen Mitarbeitern profitieren oder auf sie angewiesen sind.

Abschließend ist zu erwähnen, dass nicht nur ehrenamtliche Tätigkeiten zum Gemeinwohl beitragen. Ältere Menschen können sich ihren Hobbys, der Kultur oder Vereinen in größerem zeitlichen Umfang widmen. Dies trägt nicht nur zur Selbstkultivierung, sondern auch zur sozialen Kultivierung bei⁷⁵.

2.4.4 Fazit zur Alltagsgestaltung

„Zeit ist ein Ordnungsfaktor für ältere Menschen. Das heißt Regelungen darüber, wann, wie oft und wie lange etwas zu geschehen hat, ist auch für Menschen, die nicht mehr im Erwerbsleben stehen, nach wie vor von Bedeutung.“⁷⁶

Dieses Kapitel hat gezeigt, dass sich die Zeitverwendung älterer Menschen in ihren Grundzügen an den Rhythmus von Werktagen und Wochenenden hält. Mit dem Austritt aus dem Berufsleben wird ein großes Zeitfenster frei. Dieses wird hauptsächlich mit unbezahlter Arbeit und Hobbies gefüllt. Ältere Menschen haben bestimmte Zeiten für außerhäusliche Aktivitäten (Vormittag und früher Nachmittag), die für Bibliotheken von Interesse sind, da sie sich mit den Öffnungszeiten daran orientieren können. Durch ehrenamtliche Tätigkeiten leisten Ältere ökonomisch produktive Arbeit, die nicht nur dem Gemeinwohl dient, sondern auch die Existenz von Institutionen (wie Vereinen) sichert. Ein großes Interesse zeigen ältere Menschen an Medien und Kultur, dabei nutzen sie sowohl klassische als auch neue Medien.

⁷⁴ vgl. Laslett 1995, S. 263

⁷⁵ vgl. ebd., S. 291

⁷⁶ Burzan 2004, S. 124

2.5 Marketing

Wie bereits in Kapitel 2.1 dargestellt, ist der Bevölkerungsanteil der Älteren groß und wird weiter wachsen. „Für wachsende Märkte kann mit gleichbleibenden Einsatz mehr erreicht werden.“⁷⁷ Für Bibliotheken bedeutet dies, dass sie unter Beibehaltung der Marketingmaßnahmen eine zunehmend größere Gruppe von potentiellen Nutzern ansprechen werden.

Da in der Gesellschaft eine Sensibilisierung des Themas demografischer Wandel stattfindet, müssen Bibliotheken in ihrem Marketing zeigen, dass auch sie sich damit auseinandersetzen. Dazu muss die Zielgruppe der älteren Menschen differenziert werden, da sich „junge Alte“ von Hochbetagten in ihren Wünschen und Ansprüchen stark unterscheiden.

Ältere Menschen – besonders die Gruppe der „jungen Alten“ - gelten als konsumfreudig, kompetent und kaufstark⁷⁸. Ihr großes Interesse an Medien macht sie zu aufmerksamen Bibliotheksnutzern. Der Eintritt in das sogenannte Dritte Alter (s. Kapitel 2.2) ermöglicht es ihnen, sich mit selbstgewählten Themen beschäftigen, die der Selbstverwirklichung dienen.

Im Folgenden wird im Hinblick auf die Zielgruppe 60plus erläutert, wie Bibliotheken durch Werbung auf sich aufmerksam machen können, wie diese durch Beratung unterstützt und wie die Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen optimiert werden kann.

2.5.1 Werbung

Das Dritte Alter ist die Lebensphase der Selbstverwirklichung und Veränderung (s. Kapitel 2.2). Zusätzlich gibt diese Lebensphase Raum für Wissensdurst, Lernen, Reisen und Kultur⁷⁹. Weitere Bedürfnisse sind Sicherheit, Komfort, Wellness, Convenience sowie Kultur und Genuss⁸⁰. Bibliotheken sollten in ihrem seniorenspezifischem Marketing diesen Bedürfnissen gerecht werden.

Ältere legen bei guter Werbung Wert auf Authentizität und Glaubwürdigkeit. Die Werbung sollte den Nutzen und die Funktion eines Produktes klar und verständ-

⁷⁷ Reidl 2007, S. 98

⁷⁸ vgl. Heinze 2011, S. 62

⁷⁹ vgl. Reidl 2007, S. 137

⁸⁰ vgl. Turocha 2007, S. 274

lich darstellen⁸¹. Trotzdem darf Werbung für diese Zielgruppe humorvoll sein. Ältere wollen vital sein und vor Lebensfreude strahlen. Werbung für Ältere muss diese Bedürfnisse darstellen. Auch Bilder von mehreren Generationen in geselliger Laune werden von Älteren gerne angenommen⁸².

Dabei sollte kein direkter Bezug auf die Alterssituation genommen werden, denn Ältere wollen nicht lesen, dass sie alt sind. „Lassen Sie also ihre älteren Kunden nicht alt aussehen, sondern kompetent!“⁸³ Stattdessen wollen sie ihre Bedürfnisse (z.B. Vitalität, Schönheit, Weisheit oder Kompetenz) vermittelt bekommen. Storytelling, also das Erzählen einer kurzen Geschichte (z.B. mit älteren Nutzern als Hauptperson), kann ebenfalls als Marketinginstrument genutzt werden⁸⁴.

Werbung sollte Ältere in ihrer spezifischen Lebenssituation darstellen, und zwar in einer Situation, die authentisch, ansprechend und begehrenswert ist⁸⁵. „Die Kunst liegt darin, Emotion und Information in Einklang zu bringen, ohne dass dies die Komplexität der Zielgruppe überfordert.“⁸⁶ Die Bedürfnisse Älterer und ihre Anforderungen an Produkte sind vielschichtig und können nicht immer problemlos eruiert werden, da sie von den Älteren selten oder nur stark verzerrt wahrgenommen werden. Oft wollen sich ältere Menschen ihre Einschränkungen nicht eingestehen oder sie haben ihr Anspruchsniveau im Laufe ihres Lebens gesenkt⁸⁷.

Ältere Menschen sind sehr marketingerfahren, da sie mit Werbetricks seit Jahrzehnten vertraut sind. „Best-Agers sind Konsumprofis. Ihre Lebenserfahrung macht sie zu erfahrenen Kunden, ihre Konsumerfahrung zu kritischen Kunden, die genau informiert werden möchten.“⁸⁸ Sie haben eine kritischere Sicht auf Innovationen und sind nur mit echten Nutzungsfortschritten zu locken.

Eine leichte Bedienbarkeit und unkomplizierte Beherrschbarkeit der Produkte sind ebenfalls ein wichtiges Kriterium. Ältere vertrauen auf Marken, die hohen Anforderungen gerecht werden und das abgegebene Versprechen der (Premium-)Qualität halten⁸⁹. Dabei sind sie auch dazu bereit, mehr Geld auszu-

⁸¹ vgl. Reidl 2007, S. 68

⁸² vgl. Restani 2007, S. 118

⁸³ Reidl 2007, S. 124

⁸⁴ vgl. Turocha 2007, S. 274

⁸⁵ vgl. Reidl 2007, S. 71

⁸⁶ ebd., S. 93

⁸⁷ vgl. Gassmann 2006, S. 40

⁸⁸ vgl. Reidl 2007, S. 67

⁸⁹ vgl. Turocha 2007, S. 274

geben.

Da die Häufigkeit von größeren Investitionen (z.B. der Kauf eines Autos) im Alter abnimmt, legen ältere Kunden Wert auf gute Qualität. Das erworbene Auto könnte das letzte Auto sein, deshalb gönnen sich Ältere auch teurere Marken⁹⁰.

Bei der Vermarktung von Produkten sollte der Schwerpunkt auf dem Nutzen der Produkte (eventuell besonders für ältere Menschen) gelegt werden. Ein Beispiel hierfür ist die Allianz Unfallversicherung 60 plus, die auch einen Einkaufsservice und die Vermittlung von Putzkräften anbietet⁹¹.

Eine weitere Marketingstrategie ist es, den kompetenten Verbraucher mit dem kompetenten Produkt darzustellen. Ein Beispiel hierfür ist die Tomatensoße von der Premium-Marke Bertolli, welche in der Werbung von alten italienischen „Donnas“ (Frauen) zubereitet und von der gesamten Familie, auch den Älteren, geschätzt wird⁹².

Wie bereits erläutert, wollen Ältere nicht auf ihr Alter oder ihre Gebrechen angesprochen werden. Somit wollen sie auch nicht als alte Menschen angesprochen werden. Begriffe wie „Senioren“, „Best-Ager“, „Mature-Consumers“, „Silversurfer“ oder „Golden Oldies“ sollte als Ansprache vermieden werden. Stattdessen sollte die Ansprache über die gewünschten Bedürfnisse (Vitalität usw.) gestalten werden. Die verwendete Sprache muss klar verständlich sein, dabei sollte sie wenig fremdsprachige Wörter (z.B. Anglizismen oder „Denglisch“) beinhalten. Es empfiehlt sich, kurze Sätze von sieben bis zehn Wörtern zu verwenden⁹³.

Ältere legen viel Wert auf Qualität. „So untersuchen z.B. ehrenamtlich tätige und eigens dafür geschulte Ältere als 'Seniorenscouts' die 'Seniorenfreundlichkeit' von Geschäften und dergleichen und vergeben u.a. Gütesiegel [...]“⁹⁴. Die Gütesiegel bestätigen älteren Nutzern, dass das jeweilige Geschäft (oder z.B. die jeweilige Bibliothek) auf ihren Bedarf eingeht. Die Geschäfte (oder Bibliothek) können die Gütesiegel in ihrem Marketing nutzen.

Eine weitere Marketingstrategie ist es, die Zielgruppe der Älteren indirekt anzusprechen. Oftmals kümmern sich jüngere Angehörige wie Kinder, Verwandte oder

⁹⁰ vgl. Reidl 2007, S. 99

⁹¹ vgl. ebd., S. 115

⁹² vgl. ebd., S. 119

⁹³ vgl. Reidl 2007, S. 84f.

⁹⁴ Heinze 2011, S. 244

Bekannte darum, Produkte für Ältere anzuschaffen⁹⁵. So können auch Bibliotheken darauf setzen, die Angehörigen über Dienstleistungen und Produkte für Ältere zu informieren. Fühlt der Angehörige sich gut informiert und ist davon überzeugt, dass die Bibliothek für Ältere attraktiv ist, so wird er oder sie gern als Multiplikator im Bibliotheksmarketing dienen.

Ältere wollen vom Nutzen eines Produktes oder einer Dienstleistung überzeugt werden, bevor sie darauf eingehen. Dazu sollte der Nutzen wenn möglich sichtbar und wahrnehmbar sein. Darüber hinaus möchten Ältere ein Produkt eventuell ausprobieren, bevor sie sich dafür entscheiden⁹⁶.

Werbung für ältere Nutzer muss vollständig und glaubwürdig sein, sie darf keine Übertreibungen wiedergeben. Wiederholungen hingegen sind nützlich, um den Nutzen eines Produktes in den Mittelpunkt zu stellen. Die wichtigsten Aspekte des Produktes sollten zu Beginn erläutert werden. Die Aussagen über die Funktion müssen klar verständlich sein, ohne dass dabei auf Anglizismen oder Fachbegriffe zurückgegriffen wird. Hauptsache ist jedoch, dass die Werbung die Kompetenz Älterer und nicht deren Defizite anspricht⁹⁷.

2.5.2 Beratung

Neben den zuvor beschriebenen Besonderheiten in der Werbung muss auch die entsprechende Beratung älterer Menschen sorgfältig bedacht werden.

Die Lebensphase Alter hält zahlreiche Veränderungen in nahezu allen Lebensbereichen bereit, wie bspw. Beruf und Finanzen oder auch Gesundheit, Wohnen und Pflege⁹⁸.

Durch die ständig wachsende Zahl der Angebote für ältere Menschen und die tendenziell zu beobachtende „Verkleinerung des sozialen Netzwerkes, das früher für Ratschläge und Problemlösungen [...] zur Verfügung stand“⁹⁹, entsteht gerade in dieser Zielgruppe Beratungsbedarf.

Dieser Bedarf kann und sollte nicht nur über Ratgeber in schriftlicher Form ge-

⁹⁵ vgl. Gassmann 2006, S. 68

⁹⁶ vgl. ebd., S. 104f.

⁹⁷ vgl. Reidl 2007, S. 86f.

⁹⁸ vgl. Backes 2008, S. 339

⁹⁹ ebd.

deckt werden. Ältere Menschen legen großen Wert auf guten Service sowie Kompetenz und Einfühlungsvermögen¹⁰⁰. Dies sind wichtige Aspekte, die den jeweiligen Ansprechpartnern (wie z.B. auch den Mitarbeitern einer Bibliothek) bewusst sein und in deren Ausbildung berücksichtigt werden müssen¹⁰¹.

Ebenso wichtig ist der Ansatz der Vernetzung von sozialen Dienstleistungen¹⁰². Dadurch können die jeweiligen Stärken gebündelt werden und die Handlungsfähigkeit wird erhöht¹⁰³.

Auch Bibliotheken als Informationseinrichtungen können Teil dieses Netzes sein. In Zusammenarbeit mit Altersheimen oder Verbänden zu bestimmten Themen, die die Zielgruppe interessieren, können verschiedene Veranstaltungen geplant und durchgeführt werden (z.B. Vorträge oder Gesprächsrunden).

Davon profitieren zunächst die Besucher der Veranstaltungen durch die gewonnenen Informationen. Gerade die Bibliothek als zentrale Informationseinrichtung und für viele Menschen schon jahrelang vertraute Einrichtung bietet wohl den einfacheren Weg, sich eine Übersicht über Beratungsangebote zu verschaffen, als sich vergleichsweise selbstständig neue Beratungsquellen zu suchen.

Aber auch die Bibliothek und ihre Kooperationspartner können durch die so entstandenen Synergien auf sich aufmerksam machen und neue Kunden gewinnen.

2.5.3 Universal Design

Die Gruppe der älteren Nutzer wächst stetig und ist somit eine wichtige Zielgruppe in der Zukunft. Um diese Nutzer zielgerichtet anzusprechen, bedarf es einer besonderen Marketingstrategie. Ältere Kunden sollten bei der Entwicklung von Produkten oder Dienstleistungen mit einbezogen werden. Denn oft werden altersgerecht gestaltete Produkte von ihren älteren Nutzern als unpassend oder gar diskriminierend empfunden. Das passiert dann, wenn bei den Gestaltern und Entwicklern eines Produktes ein falsches Altersbild vorliegt. Gut gemeinte, speziell auf die Bedürfnisse älterer Menschen zugeschnittene Produkte, weisen meist auf die Defizite hin und haben dadurch einen diskriminierenden Charakter.

¹⁰⁰ vgl. Restani 2007, S. 120

¹⁰¹ vgl. Reidl 2007, S. 287

¹⁰² vgl. Heinze 2011, S. 39

¹⁰³ vgl. ebd., S. 246

Andererseits entstehen auch Probleme, wenn die Einschränkungen Älterer nicht beachtet werden und bei der Entwicklung keine Rücksicht darauf genommen wird. Sobald Ältere ein Produkt nicht mehr bedienen können, z.B. durch zu kleine Schrift auf der Verpackung, sind sie dazu genötigt, Hilfe von anderen Personen in Anspruch zu nehmen. Auch dies wird als Diskriminierung empfunden¹⁰⁴.

Ältere sind nicht nur sehr konsumerfahren, sie sind außerdem eine heterogene Gruppe. Deshalb gestaltet sich die Umsetzung eines altersgerechten Produktes äußerst schwierig, wenn auch gleichzeitig darauf achtet wird, die Älteren nicht auf ihre Einschränkungen hinzuweisen. Meist ist es von Vorteil, die Zielgruppe im Rahmen eines generationsübergreifenden Marketings zu anzusprechen. Es hat sich erwiesen, dass altersgerecht gestaltete Produkte auch von jüngeren Zielgruppen begehrt werden. Diese jüngeren Zielgruppen profitieren von den in einem höheren Maße verbraucherfreundlich gestalteten Produkten¹⁰⁵.

Das Universal Design – auch Design For All bzw. Design Für Alle genannt – stellt ein generationsübergreifendes Produktdesign vor, das von und für Ältere entwickelt wird und dabei hohen Wert auf Nutzerfreundlichkeit legt. Die jüngere Zielgruppe wird dadurch mit eingeschlossen¹⁰⁶. Eine altersgerechte Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen findet also auch im Interesse von jüngeren Menschen statt¹⁰⁷. „DFA-Produkte zeichnen sich dadurch aus, dass sie von einem möglichst großen Nutzerkreis – also nicht nur von Älteren – verwendbar sowie für unterschiedliche Anforderungen adaptierbar sind.“¹⁰⁸ Darüber hinaus setzt das Universal Design einen Fokus auf die Barrierefreiheit, womit nicht nur ältere, sondern auch jüngere Menschen mit Behinderungen und Einschränkungen mit einbezogen werden. Die Vorteile von automatischen Schiebetüren gelten nicht nur für Rollstuhlfahrer. Ebenso ziehen nicht nur Menschen mit Sehschwäche einen Nutzen aus gut ausgeleuchteten Bibliotheksräumen¹⁰⁹.

„Der höchste Wirkungsgrad wird erzielt, wenn die neuen Produkte altersunabhängig – das heißt universell – sowohl von älteren als auch von jüngeren Kunden gekauft und verwendet werden.“¹¹⁰ Sobald die Entscheidung für das Universal De-

¹⁰⁴ vgl. BMFSFJ 2010b, S. 135

¹⁰⁵ vgl. Reidl 2007, S. 52

¹⁰⁶ vgl. ebd., S. 43

¹⁰⁷ vgl. Bertelsmann Stiftung 2008, S. 308

¹⁰⁸ Heinze 2011, S. 236

¹⁰⁹ vgl. Weber 2009, S. 313

¹¹⁰ Gassmann 2006, S. 116

sign gefallen ist, muss überlegt werden, an welcher Stelle dies umgesetzt wird. Es kann entweder genutzt werden, um bereits existierende Produkte seniorenrecht zu vermarkten oder um bereits existierende Produkte umzugestalten. Natürlich können auch ganz neue Produkte oder Dienstleistungen gemäß dem Universal Design entwickelt werden, wobei dies die aufwendigste Strategie darstellt¹¹¹.

Bibliotheken, die sich zum ersten Mal mit Universal Design auseinandersetzen, sollten bei der altersgerechten Vermarktung und gegebenenfalls mit der altersgerechten Umgestaltung von Produkten oder Dienstleistungen beginnen, bevor sie etwas Neues entwickeln. z.B. könnten die bestehenden Marketingmaßnahmen (Flyer, Anzeigen, Plakate usw.) auf Lesbarkeit und Verständlichkeit getestet werden. Diese Tests sollten von älteren Personen durchgeführt werden. Später können gegebenenfalls Sprache, Schrift und Gestaltung geändert werden. Zur zweiten Strategie gehört es, wenn bspw. Regale angebracht werden, deren Böden weder zu hoch, noch zu tief angebracht sind, sodass sich weder gebückt noch weit in die Höhe gestreckt werden muss.

Um Produkte generationengerecht zu gestalten, ob nun neu entwickelt oder umgestaltet, müssen sie nicht nur dem Anspruch genügen, von sowohl Älteren als auch Jüngeren benutzbar zu sein. Die Bedienung dieser Produkte sollte einfach und intuitiv erfolgen und nur geringen körperlichen Aufwand benötigen. Weiterhin ist es von Vorteil, wenn die Benutzung des Produktes unabhängig von Größe, Statur oder Beweglichkeit des Nutzers ist und eine große Fehlertoleranz aufweist. Das heißt auch, dass zufällige oder falsche Aktionen bei der Bedienung nicht zu negativen Konsequenzen führen¹¹². Da ältere Menschen nicht mit der Bedienung von Touchscreens oder anderen elektronischen High-End-Geräten aufgewachsen sind, sollte der Fehlertoleranz hier große Aufmerksamkeit geschenkt werden.

Bei der Gestaltung von Universal Design Produkten gibt es konkrete Empfehlungen, die sich bereits bewährt haben.

Die Beschriftung und das Markenlogo (oder das Logo der Bibliothek) müssen eine genügende Größe und graphische Klarheit vorweisen, dabei ist auf einen guten schwarz-weiß Kontrast zu achten. Preisschilder (oder Auszeichnung von Gebühren) sollten leicht lesbar sein. Optische Effekte wie Lichtblitze oder ständige Hin-

¹¹¹ vgl. ebd., S. 123

¹¹² vgl. ebd., S. 122

tergrundmusik sollte ebenfalls vermieden werden.

Sehr wichtig ist die Gestaltung von Bedienungsanleitungen: Diese müssen leicht verständlich und einfach geschrieben werden. Dies gilt auch für Benutzungsanleitungen, die einem Erstnutzer meist bei der Anmeldung in einer Bibliothek überreicht werden.

Ältere Menschen haben oft Probleme mit der verwendeten Sprache bei technologielastigen Produkten. Bei Geräten mit Touchscreens oder Displays mit Tastaturen sollte die Menüführung einfach sein und möglichst wenig Wahlmöglichkeiten vorweisen¹¹³. Bei Tastaturen besteht die Möglichkeit, sie mit einer Sprachbedienung zu erweitern.

Die Produkte an sich sollten so gut platziert sein, dass auch Menschen mit körperlichen Einschränkungen sie gut erreichen können. In einer Bibliothek sollten alle Medien auch von Rollstuhlfahrern erreichbar sein. Auch die Mitarbeiter sollten im Umgang mit älteren Menschen geschult werden: „In vielen Fällen melden sich Menschen, welche an körperlichen oder geistigen Einbußen leiden, nicht von selbst, da es ihnen unangenehm ist, auf ihre eigenen Gebrechen hinzuweisen.“¹¹⁴

Damit solche Situationen gar nicht erst entstehen, sollten die Produkte so gestaltet sein, dass sie auch mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen benutzt werden können. Gängige altersbedingte Krankheitserscheinungen sind nachlassendes Sehvermögen im Nahbereich, beim Farbsehen und bei der Hell-Dunkel-Adaption und eine schlechtere Wahrnehmung von hohen Tönen und gleichzeitig auftretenden Geräuschen. Die physische Kraft lässt nach, wobei auch der Gleichgewichtssinn beeinträchtigt wird und die Gelenke zunehmend an Versteifungen leiden. In der Summe wird von Multimorbidität gesprochen¹¹⁵.

Gerade diese Einschränkungen bieten Möglichkeiten für Technologien, die diesen Verlust kompensieren können. So sagte Prof. Dr. Andreas Kruse, der Vorsitzende der Altenberichtscommission 2002: „Ältere Menschen haben körperliche und geistige Einbußen. Die Technik muss den älteren Menschen so ausstatten, dass er diese Mängel kompensieren kann.“¹¹⁶ Technologische Geräte können kompensatorische Leistungen erbringen, in dem sie Einbußen ausgleichen: Bei eBook-Readern kann die Schriftgröße verstellt werden, so dass auch Menschen mit Seh-

¹¹³ vgl. ebd., S. 136

¹¹⁴ ebd., S. 137

¹¹⁵ vgl. ebd., S. 133

¹¹⁶ ebd., S. 82

schwäche die Schrift ohne Probleme lesen können¹¹⁷. Bibliotheken sollten in ihren Räumen solche Geräte (eBook-Reader, Vorlesegeräte, Vergrößerungssoftware usw.) ausstellen oder zur Nutzung verfügbar machen, um den Bedürfnissen von sehbehinderten (älteren) Menschen gerecht zu werden¹¹⁸.

Die wichtigsten Anforderungen bei der Gestaltung von Universal Design Produkten bleiben jedoch die Oberflächengestaltung und Bedienbarkeit sowie die Fehler-toleranz¹¹⁹. Um dies zu erreichen, sollten ältere Menschen in die Produktgestal-tung miteinbezogen werden. „Ein Haupthindernis bei der erfolgreichen Imple-mentierung einer Universal-Design-Strategie ist die oftmals große Altersdifferenz zwischen den Konsumenten einerseits und den Entwicklern und Vermarktern an-dererseits.“¹²⁰ Ältere können Produkte während des Entwicklungsprozesses testen oder als externe Experten dienen. In einigen Bereichen gibt es konkrete Richtlini-en, die eine Umgestaltung erleichtern. Die Barrierefreiheit von Internetauftritten und Websites kann bspw. anhand bestehender Checklisten - wie der „Accessibili-ty Guidelines“ der Web Accessibility Initiative oder dergleichen - untersucht wer-den¹²¹.

Technologielastige Produkte (wie bspw. der Online Katalog, die Ausleihe von eMedien oder die Selbstverbuchungsterminals) sollten von geschultem Personal begleitet werden (s. dazu auch Kapitel 2.5.2). „Die Verfügbarkeit einer technolo-gischen Lösung alleine reicht bei älteren Menschen meistens nicht aus; sie benö-tigen eine entsprechende Ermunterung und die nötige Zeit, um sich an ein inno-vatives Produkt zu gewöhnen. Daher sollten neue Technologien stets zusammen mit entsprechenden Motivations- und Trainingsprogrammen eingeführt werden.“¹²²

In Norwegen gibt es Projekte, bei denen Bibliothekspersonal zu „information offi-cers“¹²³ geschult werden. Diese Bibliotheksmitarbeiter unterstützen (nicht nur äl-tere oder behinderte) Bibliothekskunden, die bspw. Hilfe bei der Bedienung von technologischen Geräten benötigen. Weiterhin kennen sie sich mit kompensatori-schen Geräten aus und können bspw. sehgeschwächte Nutzer beraten.

¹¹⁷ vgl. ebd., S. 84

¹¹⁸ Weber 2009, S. 315

¹¹⁹ vgl. Gassmann 2006, S. 134

¹²⁰ ebd., S. 126

¹²¹ vgl. Moseid 2006, S. 5

¹²² Gassmann 2006, S. 108

¹²³ vgl. Moseid 2006, S. 6

Die Gestaltung von Bibliotheksräumen sollte ebenfalls unter den Bedingungen des Universal Designs betrachtet werden. Hier spielt Barrierefreiheit die größte Rolle. Denn ein behinderter Mensch ist nur so behindert, wie sein Umfeld ihn einschränkt: „A person in a wheel chair is not disabled in an environment with elevators and ramps instead of or in addition to staircases. [...] An inaccessible environment is what makes a person disabled.“¹²⁴ Ein Rollstuhlfahrer sollte ohne fremde Hilfe in eine Bibliothek hineinkommen und die Räume nutzen können.

Deshalb müssen die Eingänge entsprechend gestaltet werden: Hier bieten sich Rampen und automatische Schiebetüren an. Die Regale müssen so beschaffen sein, dass der Rollstuhlfahrer alle Medien erreicht. Schilder und Hinweise müssen von Rollstuhlfahrern einsehbar und von Menschen mit eingeschränkter Sicht lesbar sein. Hier empfiehlt es sich, das gesamte Leit- und Orientierungssystem zu prüfen¹²⁵. Eine gute Basis für einen Barrierefreiheitstests bietet die Prüfliste des IFLA (International Federation of Library Association and Institutions). Die generationen- und behindertengerechte Umgestaltung von Bibliotheksräumen erbringt ebenfalls einen wirksamen Beitrag zur Unfallverhütung¹²⁶.

2.5.4 Fazit zum Marketing

In diesem Kapitel wurde gezeigt, dass Marketingmaßnahmen wie Werbung auf Glaubwürdigkeit fußen müssen, um bei der Zielgruppe 60plus erfolgreich zu sein. Außerdem sollten nicht die Beeinträchtigungen älterer Menschen im Mittelpunkt stehen, sondern es sollte auf ihre Bedürfnisse eingegangen werden. „Das Marketingprogramm sollte den Senioren sagen, was sie hören wollen, und nicht das, was das Unternehmen den älteren Menschen sagen will.“¹²⁷

Der Nutzen eines Produktes oder einer Dienstleistung muss – wenn er nicht ersichtlich ist – authentisch dargestellt werden. Ebenfalls wollen ältere Nutzer von kompetentem Bibliothekspersonal bedient werden, das entweder auch älter ist oder für die Bedürfnisse älterer Nutzer geschult ist. „So ist es ein eklatanter Widerspruch – und auch im Interesse der Absatzsteigerung angesichts alternder

¹²⁴ ebd., S. 2

¹²⁵ Weber 2009, S. 315

¹²⁶ ebd.

¹²⁷ Gassmann 2006, S. 143

Kundschaften in den Anbieterbetrieben kontraproduktiv -, in den jeweiligen Betrieben eine fortgesetzte Strategie der Verjüngung der Belegschaften und damit de facto eine Ausgrenzung des Alters zu praktizieren.“¹²⁸ Es bietet sich an, mit Beratungsangeboten von anderen Institutionen zu kooperieren und die dadurch entstandenen Synergien zu nutzen. Bei der Produktgestaltung empfiehlt sich ein generationengerechtes und nutzerfreundliches Design, da hiervon auch jüngere Nutzergruppen profitieren. Hilfestellung zur Umgestaltung von Produkten, Dienstleistungen oder bspw. den Bibliotheksräumen finden sich in anerkannten Richtlinien. Handlungsempfehlungen für die Stadtbücherei Wedel werden in Kapitel 4 gegeben.

2.6 Best-Practice-Beispiele aus Bibliotheken

Auf der Suche nach Best-Practice-Beispielen finden sich zahlreiche Empfehlungen und Vorschläge. Doch noch lange nicht jede Bibliothek stellt sich auf die immer größer werdende Gruppe der älteren Menschen ein.

Dass es jedoch auch anders geht, zeigt die Broschüre zum Thema „Bibliothek 55+ wie fange ich's an?“ der Fachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen in Baden-Württemberg aus dem Jahr 2007.

In dieser Broschüre wird zunächst eine Übersicht darüber gegeben, welche Medien die Zielgruppe tatsächlich nutzt und auf welche Besonderheiten z.B. im Service aber auch bei der Öffentlichkeitsarbeit geachtet werden muss. Weiterhin finden sich Informationen dazu wie Kunden langfristig gebunden werden können, welche speziellen Medienarten für ältere Menschen geeignet sind und wie diese präsentiert werden sollten. Ebenso werden Anregungen zu Veranstaltungen und Kooperationspartnern gegeben. Zum Abschluss werden unter dem Titel „Was tun Bibliotheken schon?“ einige Bibliotheken aus Deutschland vorgestellt, die bereits Angebote speziell für ihre ältere Nutzer entwickelt haben¹²⁹.

Die meisten dieser vorgestellten Bibliotheken haben spezielle Lesecken mit Medien zu bestimmten Themen erstellt, die für ihre älteren Nutzer interessant sind, wie z.B. Gesundheit, Aktiv bleiben im Alter und Pflege. Aber auch Themen wie

¹²⁸ Heinze 2011, S. 277

¹²⁹ vgl. Fachstelle 2007, S. 5f.

Computer und neue Medien sind vertreten¹³⁰.

Ebenso wird am Beispiel der Stadtbibliothek Herrenberg aufgezeigt, wie an die Entwicklung eines Angebots für Nutzer über 60 Jahre herangegangen werden kann. Hier wurde aufgrund einer Strukturanalyse der Nutzer festgestellt, dass eben jene Gruppe im Vergleich zu ihrem Anteil in der Stadt nur sehr gering vertreten ist. Daraufhin wurde mit dem örtlichen Seniorentreff eine Diskussionsrunde veranstaltet, um die Wünsche älterer Nutzer direkt abzufragen¹³¹.

Weiterhin können durch generationsübergreifende Angebote Großeltern mit ihren Enkeln in die Bibliothek gelockt werden. Die Fachstelle schlägt dazu vor, sogenannte „Oma-Opa-Boxen“ zu bestücken. In den Boxen können sich dann neben Büchern auch Hörspiele, Gesellschaftsspiele oder DVDs befinden¹³². Die Umsetzung dieses Konzeptes wird in einer Diplomarbeit beschrieben, die für die Stadtbibliothek Eisenach erstellt wurde¹³³.

Besonders aktiv ist auch die Stadtbibliothek in Straubing, die ein umfangreiches Angebot für ihre älteren Nutzer entwickelt hat. Darunter finden sich Computerkurse, die außer in die Grundlagen auch tiefer in Themen wie Suchmaschinen oder Ebay einsteigen. Ebenso wird ein Computerclub von Ehrenamtlichen geleitet, der die Möglichkeit gibt in einer entspannten Atmosphäre Erfahrungen auszutauschen¹³⁴.

Das Themenregal für die älteren Nutzer trägt hier den Titel „Infobörse 55+“ und bietet neben Sachmedien auch Zeitschriften, Bücher in Großdruck, Hörbücher, Spiele und Broschüren¹³⁵.

Zusätzlich zu den regulären Veranstaltungshinweisen gibt es auf der Homepage der Stadtbibliothek Straubing speziell einen auf ihre Zielgruppe 55+ ausgerichteten Veranstaltungskalender¹³⁶.

Das Buch „Wirtschaftliche Potentiale des Alters“ von Heinze macht explizit auf die Stadt Herten in Nordrhein-Westfalen aufmerksam. In Herten hat sich nicht nur die Bibliothek, sondern die ganze Stadt „in besonderer Weise dem Thema 'Alters-

¹³⁰ vgl. ebd., S. 44ff.

¹³¹ vgl. ebd., S. 45

¹³² vgl. ebd., S. 23

¹³³ vgl. Bader 2009, S. 72

¹³⁴ vgl. Kulzer 2007, S. 238f.

¹³⁵ vgl. ebd., S. 239

¹³⁶ vgl. Straubing 2012, Abruf: 11.12.2012

gerechte Stadt' verschrieben¹³⁷. Ein Blick auf die Website der Stadt zeigt, dass es dort einen sehr umfangreichen Abschnitt zum Thema Senioren gibt¹³⁸. Einen guten Überblick verschafft das zum Download bereitstehende Dokument „Perspektive Alter – Planung für und mit älteren Menschen in Herten“¹³⁹. Ähnlich wie in Wedel¹⁴⁰ ist hier knapp ein Drittel der Bevölkerung bereits 60 Jahre oder älter¹⁴¹. Weiterhin zeigt der Plan auf, wie die älteren Menschen in Herten wohnen, wie viele von ihnen Ehrenämtern nachgehen oder Weiterbildungskurse an der Volkshochschule wahrnehmen¹⁴².

Auch der Stadtbibliothek ist ein eigener Abschnitt gewidmet. So ist zu erfahren, dass diese ihren Bestand 2009 speziell für ihre älteren Nutzer erweitert und besonders gekennzeichnet hat¹⁴³. Zudem bietet die Stadtbibliothek Lesebrillen und -lupen an, Großdruckbücher und umfangreiche Listen zum Download an, die neben hilfreichen Links für ältere Menschen auch empfohlene Literatur enthalten¹⁴⁴. Die Stadt Herten ist, einschließlich ihrer Bibliothek, also auf einem guten Weg und sich der kommenden Veränderungen bewusst. Und so fasst der Altenhilfeplan es treffend zusammen: „Es ist davon auszugehen, dass die Angebotsnachfrage Älterer weiter ansteigen wird. In Zusammenarbeit mit Senioren/innen und den unterschiedlichen Anbietern sind Angebote weiter zu entwickeln, die sowohl Senioren/innen als auch andere Altersgruppen ansprechen und preislich erschwinglich sind.“¹⁴⁵

¹³⁷ Heinze 2011, S. 249

¹³⁸ vgl. Herten 2012a, Abruf: 11.12.2012

¹³⁹ vgl. Herten 2012b, Abruf 11.12.2012

¹⁴⁰ vgl. Wedel 2011, S. 11

¹⁴¹ vgl. Herten 2009, S. 7

¹⁴² vgl. ebd., S. 109ff.

¹⁴³ vgl. ebd., S. 47

¹⁴⁴ vgl. Herten 2012c, Abruf 11.12.2012

¹⁴⁵ Herten 2009, S. 48

2.7 Fazit zum Forschungsstand

Die Bevölkerung Deutschlands wird geringer und älter. Auch der Anteil der Hochaltrigen sowie der weiblichen Alten nimmt zu. Ein Großteil der älteren Menschen lebt in Einpersonenhaushalten. Auch in Zukunft werden immer mehr ältere Menschen alleine leben, wobei die Wohnung einen zentralen Ort für ihren Alltag darstellt. Der Berufsaustritt erfolgt früh; dies führt zu einer großen Zeitspanne, die für einen neuen Aufbruch genutzt werden kann – das sogenannte Dritte Alter. Weiterhin steigt die Bereitschaft zu unentgeltlicher Arbeit und ehrenamtlichen Tätigkeiten.

Die Älteren der heutigen Zeit sind eine heterogene Gruppe. Da sie nicht mehr vergleichbar sind mit den Alten früherer Generationen, müssen die Altersbilder der Gesellschaft angepasst werden. U.a. fühlen sich Ältere meist viel jünger, als sie tatsächlich sind; sie haben viele Interessen und wollen diese aktiv verfolgen. Obwohl sie keiner geregelten und bezahlten Arbeit mehr nachgehen, orientieren sie sich am Wochenrhythmus. Sie sind intensive Nutzer klassischer Medien (wie bspw. Zeitungen oder Fernsehen), interessieren sich allerdings auch für das Internet und Neue Medien. Viele Ältere engagieren sich ehrenamtlich und leisten dabei ökonomisch produktive Arbeit, weshalb auch von „active ageing“¹⁴⁶ gesprochen wird. Sie tragen damit ebenfalls zum Gemeinwohl bei.

Wer Ältere als Nutzer für sich gewinnen will, sollte sie niemals auf ihre Defizite ansprechen. Vielmehr müssen ihre Bedürfnisse in einer authentischen Werbung vermittelt werden. Zielführend sind kompetente Beratungsangebote und generationengerechte Produkte und Dienstleistungen.

Das Bewusstsein für die durch den demografischen Wandel bedingten Veränderungen ist in einigen Bibliotheken bereits vorhanden und durch erste Maßnahmen umgesetzt worden.

¹⁴⁶ Active Ageing = aktives Altern

3. Empirische Untersuchung

Der zweite Teil der vorliegenden Arbeit befasst sich mit der empirischen Untersuchung. Dabei werden zunächst die Vorbereitung und Vorgehensweise der Befragungen beschrieben. Später werden die drei verschiedenen Befragungen ausgewertet, vor allem im Hinblick auf die Hypothesen.

Die daraus resultierenden Handlungsempfehlungen an die Stadtbücherei Wedel finden sich in Kapitel 4.

3.1 Methode

Um einen Eindruck über die Dimensionen zu gewinnen, in denen sich diese Untersuchung bewegt, werden nachfolgend die Stadt Wedel und die Stadtbücherei porträtiert. Außerdem werden Hypothesen gebildet, die mit der Befragung untersucht werden. Die daraufhin erstellten Fragebögen werden in einem Pretest¹⁴⁷ analysiert. Abschließend wird die Durchführung der Befragungen geschildert.

3.1.1 Wedel

Die Bevölkerung von Wedel umfasst 32.360 Einwohner, davon sind 15.760 männlich und 16.600 weiblich¹⁴⁸. Die Gruppe der Älteren (ab 61 Jahren) macht einen Anteil von 30% aus¹⁴⁹.

Für das Bundesland Schleswig-Holstein, in dem Wedel liegt, hat das Statistische Bundesamt eine Bevölkerungsvorausberechnung vorgenommen. Mithilfe dieser Vorausberechnung lassen sich der heutige und der zukünftige Altersaufbau vergleichen.

¹⁴⁷ vgl. Schnell 2008, S. 11: Ein Pretest ist eine Voruntersuchung, in der die Fragebögen darauf überprüft werden, ob sie gültige und zuverlässige Messungen ermöglichen.

¹⁴⁸ vgl. Statistikamt Nord 2012, S. 13

¹⁴⁹ vgl. Wedel 2011, S. 11

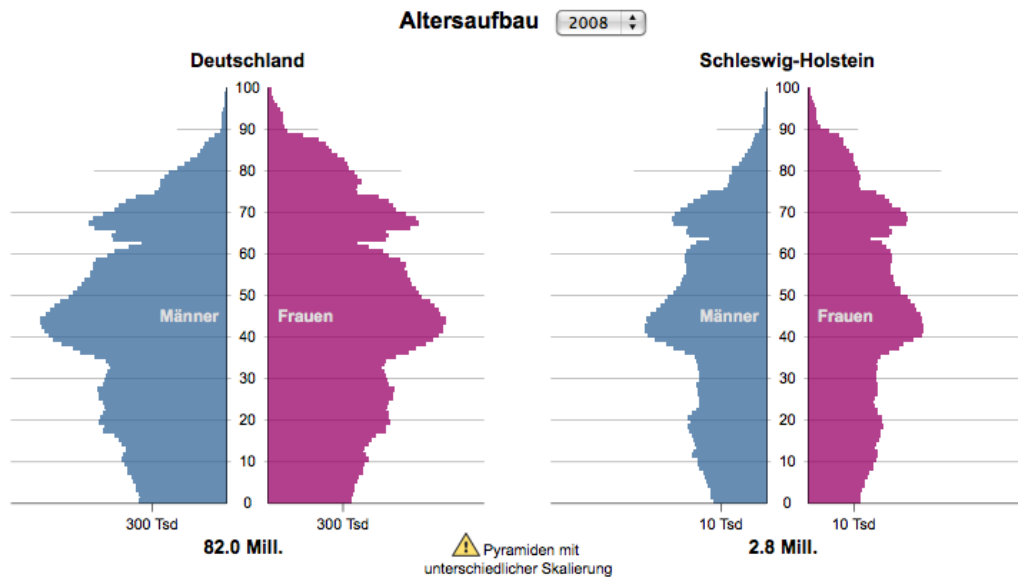


Abb. 10: Altersaufbau 2008 in Deutschland und Schleswig-Holstein.

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010, Abruf 16.12.2012

Altersgruppe	Deutschland	Schleswig-Holstein
65plus	15,5%	16,2%
80plus	4,9%	5%

Tab. 1: Anteil der Altersgruppen 2008 in Deutschland und Schleswig-Holstein.

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010

Abb. 10 und Tab. 1 zeigen, dass sich die Verteilung auf den beiden dargestellten Ebenen ähnelt.

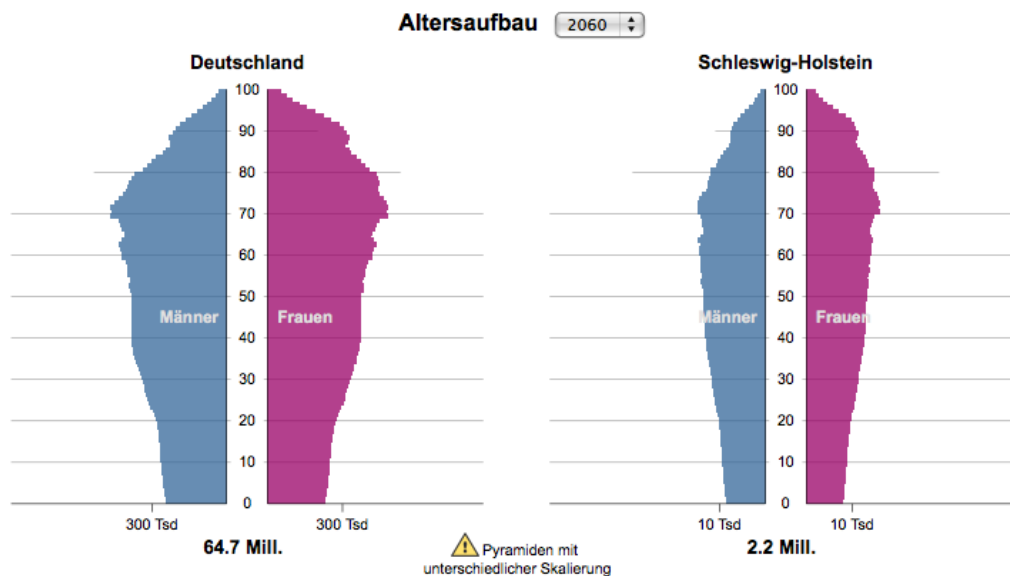


Abb. 11: Altersaufbau 2060 in Deutschland und Schleswig-Holstein.

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010, Abruf 16.12.2012

Altersgruppe	Deutschland	Schleswig-Holstein
65plus	20%	19%
80plus	14%	14,3%

Tab. 2: Anteil der Altersgruppen 2060 in Deutschland und Schleswig-Holstein.

Quelle: Statistisches Bundesamt 2010

Auch in knapp 50 Jahren wird die Altersgruppenverteilung Schleswig-Holsteins mit der gesamtdeutschen Verteilung übereinstimmen. Somit sind die Trends des demografischen Wandels auch auf Bundeslandebene – und damit auch in Wedel – zu beobachten, s. Abb. 11 und Tab. 2.

Für ältere Einwohner hat die Stadt Wedel ein Seniorenbüro eingerichtet, in dem sich Senioren zu Themen wie Wohnen im Alter, Pflege und Betreuung oder Freizeit und Kultur beraten lassen können¹⁵⁰. Weiterhin gibt es in Wedel einen Seniorenbeirat, der die Interessen der älteren Bürger in den politischen Gremien vertritt¹⁵¹.

¹⁵⁰ vgl. Wedel 2013a, Abruf 09.01.2013

¹⁵¹ vgl. Wedel 2013b, Abruf 09.01.2013

3.1.2 Stadtbücherei

Im Jahr 1906 wurde die bereits bestehende Vereinsbibliothek von der Stadt Wedel übernommen und ist seitdem eine städtische Einrichtung. Um den hohen Qualitätsstandard zu halten, gründete sich im Februar 1997 der „Förderverein für die Stadtbücherei Wedel e.V.“, dessen ehrenamtlichen Mitglieder viele Anschaffungen und Veranstaltungen erst möglich machen. Seit 1999 befindet sich die Stadtbücherei im Rosengarten¹⁵² (s. Abb. 12).



Abb. 12: Eingang der Stadtbücherei Wedel.

Quelle: eigenes Foto

Im Jahresbericht 2011 verzeichnet die Stadtbücherei 5.148 aktive Nutzer, die 377.000 Entleihungen tätigten – davon 80% über die Selbstverbuchung. Dadurch ergibt sich, dass die Mitarbeiter zusätzliche Zeit für persönliche Beratung haben. Pro Einwohner stellt die Stadtbücherei 2,1 Medien bereit¹⁵³.

¹⁵² vgl. Stadtbücherei Wedel 2006a, S. 6ff.

¹⁵³ vgl. Stadtbücherei Wedel 2011, S. 6

Damit werden die Vorgaben des „Bibliotheksplans '73“ erfüllt¹⁵⁴.

Besonders häufig ausgeliehen werden AV-Medien, diese machen 42% der gesamten Ausleihen aus¹⁵⁵. Neben dem OPAC und dem Munzinger-Archiv stellt die Stadtbücherei ihren Nutzern die Onleihe von DiViBib (Digitale virtuelle Bibliotheken GmbH) zur Verfügung¹⁵⁶.

Speziell für Ältere gibt es einen Medienlieferdienst namens „LiteraTour“¹⁵⁷, einen VorleseClub für Senioren und das Erzählcafe, bei dem Hörbücher vorgestellt werden. Diese Angebote werden vom Förderverein betreut. Ebenfalls findet einmal im Jahr ein Workshop zu Sehhilfen und elektronischen Hilfsmitteln statt¹⁵⁸.

In den Räumlichkeiten der Bücherei liegen Lesebrillen und Leselupen bereit. Außerdem gibt es ein großes Angebot von Büchern in Großdruck¹⁵⁹.

Im deutschlandweiten Bibliotheksranking BIX (Bibliotheksindex) bekommt die Stadtbücherei Wedel drei von vier möglichen BIX-Tops-Sternen. Die Anzahl der Sterne errechnet sich aus den Ergebnissen in den Kategorien Angebote, Nutzung, Effizienz und Entwicklung. Damit liegt sie in ihrer Gruppe (30.000 bis 50.000 Einwohner) auf Platz 24 von insgesamt 44 Plätzen¹⁶⁰.

¹⁵⁴ vgl. Deutsche Bibliothekskonferenz 1973, S. 71

¹⁵⁵ vgl. Stadtbücherei Wedel 2011, S. 6

¹⁵⁶ vgl. ebd., S. 7

¹⁵⁷ vgl. ebd., S. 8

¹⁵⁸ vgl. ebd., S. 17

¹⁵⁹ vgl. Stadtbücherei Wedel 2012, S. 2

¹⁶⁰ vgl. Deutscher Bibliotheksverband 2012a, Abruf: 17.12.2012

3.1.3 Hypothesen

Die in Kapitel 2.1 dargestellten Herausforderungen des demografischen Wandels führen zur folgenden Fragestellung:

„Ist das Angebot der Stadtbücherei Wedel für ältere Nutzer attraktiv?“

Dabei gelten folgende Definitionen:

- Angebot: Medien, Räumlichkeiten, Veranstaltungen, Service
- ältere: 60 Jahre und älter
- Nutzer: aktive, ehemalige und potentielle Nutzer
- attraktiv: es besteht Interesse bzw. wird bereits genutzt

Unter dieser Fragestellung wurde die vorliegende empirische Untersuchung durchgeführt.

Weiterhin wurden die folgenden fünf Hypothesen entwickelt:

A) Wer als Kind nicht in einer Bücherei war, nutzt diese im Alter nicht.

Dabei gelten folgende Definitionen:

- Kind: bis zwölf Jahre
- nutzen: einen gültigen Ausweis besitzen oder die Veranstaltungen der Stadtbücherei besuchen
- im Alter: 60 Jahre und älter

Diese Hypothese wird aus der Studie „Ursachen und Gründe für die Nichtnutzung von Bibliotheken in Deutschland“ des Deutschen Bibliotheksverbandes und des Instituts für Lese- und Medienforschung der Stiftung Lesen abgeleitet. In der dazu veröffentlichten Pressemitteilung heißt es:

„Am eindrücklichsten ist jedoch, dass sich der frühe Bibliotheksbesuch auszahlt: 62 Prozent der heutigen Bibliothekskunden haben in ihrer Kindheit mit ihren Eltern eine Bibliothek besucht, bei den Nicht- oder Nicht-Mehr-Nutzern sind dies nur 42 Prozent.“¹⁶¹

¹⁶¹ Deutscher Bibliotheksverband 2012b, Abruf: 16.12.2012

Auch die Fachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen stellt in ihrer Broschüre „Bibliothek 55+ wie fange ich's an?“ fest, dass ältere Menschen bevorzugt in Begleitung die Bibliothek besuchen¹⁶².

Für die vorliegende Arbeit bedeutet dies, dass die Mehrheit der befragten potentiellen Nutzer in ihrer Kindheit keine Stadtbücherei besucht hätte. Gleichzeitig hätte die Mehrheit der aktiven Nutzer in ihrer Kindheit bereits eine Stadtbücherei genutzt.

B) Wenn Ältere sich in den Räumlichkeiten der Bücherei nicht mehr orientieren können, dann nutzen sie diese nicht mehr.

Dabei gelten die folgenden Definitionen:

- Ältere: 60 Jahre und älter
- Räumlichkeiten: Gebäude der Stadtbücherei mitsamt Einrichtung
- sich orientieren: die richtige Richtung finden, das gewünschte Ziel ohne Umstände erreichen
- nutzen: einen gültigen Ausweis besitzen oder die Veranstaltungen der Stadtbücherei besuchen

Diese Hypothese entstammt dem ersten Gespräch mit der Leitung der Stadtbücherei am 10.09.2012. Dabei wurde ein bereits durchgeführter Test mit einem Alters-Simulationsanzug erwähnt. Bei diesem Test wurde u.a. festgestellt, dass die Beschilderung in der Stadtbücherei für ältere Nutzer nicht optimal ist. Daraus kann geschlossen werden, dass Probleme bei der Orientierung im Stadtbüchereigebäude dazu führen, selbiges nicht mehr aufzusuchen.

Für die vorliegende Arbeit bedeutet dies, dass die Mehrheit der aktiven Nutzer sich in den Räumlichkeiten der Stadtbücherei zurechtfinden würde, während dies nicht auf die Mehrheit der ehemaligen Nutzer zuträfe.

¹⁶² vgl. Fachstelle 2007, S. 23

C) Wenn die Stadtbücherei das Angebot LiteraTour stärker vermarktet, dann ist dies ein Anreiz für Ältere, die Stadtbücherei (wieder) zu nutzen.

Dabei gelten folgende Definitionen:

- LiteraTour: Medienlieferdienst des Fördervereins der Stadtbücherei
- stärker vermarkten: aktive Direktwerbung anstatt nur über Multiplikatoren, also Personen oder Institutionen, die Werbung weitergeben und zur Vervielfältigung beitragen
- Anreiz: etwas, das Interesse erweckt und motiviert
- Ältere: 60 Jahre und älter
- nutzen: einen gültigen Ausweis besitzen oder die Veranstaltungen der Stadtbücherei besuchen

Diese Hypothese entstand ebenfalls aus dem Gespräch mit der Stadtbüchereileitung. Dabei wurde darauf hingewiesen, dass keine große Nachfrage am Medienlieferdienst besteht. Die Werbung beschränkt sich auf in der Bücherei ausgelegte Flyer. Da vergleichbare Angebote von anderen Büchereien stärker genutzt werden¹⁶³, könnte die mangelnde Nachfrage in Wedel an unzureichender Werbung liegen.

Für die vorliegende Arbeit bedeutet dies, dass die Mehrheit der ehemaligen und potentiellen Nutzer Bedarf an einem Medienlieferdienst hätte, jedoch das Angebot „LiteraTour“ nicht kennen würde.

D) Wenn die Stadtbücherei PC-Kurse für Ältere anbietet, dann ist dies ein Anreiz für Ältere, die Stadtbücherei (wieder) zu nutzen.

Dabei gelten folgende Definitionen:

- PC-Kurse: Einführungs- und Fortgeschrittenenkurse zur Benutzung von Hard- und Software, Internet und speziellen Angeboten wie z.B. sozialer Netzwerke
- Anreiz: etwas, das Interesse erweckt und motiviert

¹⁶³ vgl. Bücherhallen Hamburg 2012, Abruf 16.12.2012: „Mittlerweile betreuen weit über 100 Medienboten mehrere Hundert Menschen in Hamburg.“

- Ältere: 60 Jahre und älter
- nutzen: einen gültigen Ausweis besitzen oder die Veranstaltungen der Stadtbücherei besuchen

Auch diese Hypothese entstand aus dem Gespräch mit der Stadtbüchereileitung. Viele ältere Nutzer haben Fragen zu diesem Themenbereich, jedoch kann die Stadtbücherei aus personellen Gründen nicht auf jede einzelne Anfrage explizit eingehen. Außerdem zeigt z.B. die Stadtbibliothek Straubing, dass es sinnvoll ist, Computerkurse für Ältere zu veranstalten (s. Kapitel 2.6).

Für die vorliegende Arbeit bedeutet dies, dass die Mehrheit der ehemaligen und potentiellen Nutzer Bedarf an PC-Kursen hätte.

E) Wenn die Stadtbücherei eine Cafeteria einrichtet, dann ist dies ein Anreiz für Ältere, die Stadtbücherei (wieder) zu nutzen.

Dabei gelten die folgenden Definitionen:

- Cafeteria: ein Bereich mit mehrere Sitzgelegenheiten und Tischen, Getränken und Snacks, sowie der Möglichkeit sich zu unterhalten
- Anreiz: etwas, das Interesse erweckt und motiviert
- Ältere: 60 Jahre und älter
- nutzen: einen gültigen Ausweis besitzen oder die Veranstaltungen besuchen

Diese Hypothese wurde ebenfalls aus dem Gespräch mit der Stadtbüchereileitung abgeleitet. Es gibt bereits ein Lese-Café, das nach Beobachtungen der Stadtbüchereimitarbeiter intensiv genutzt wird. Da dort lediglich Filterkaffee angeboten wird, könnte das Angebot erweitert werden. Verbunden mit der Kommunikation des neuen Cafeteria-Angebots, könnten dadurch mehr Menschen angesprochen werden.

Für die vorliegende Arbeit bedeutet dies, dass sich die Mehrheit der ehemaligen und potentiellen Nutzer eine Cafeteria wünschen würde.

3.1.4 Untersuchungsdesign

Um die Frage „Ist das Angebot der Stadtbücherei Wedel für ältere Nutzer attraktiv?“ zu beantworten, wurden drei verschiedene Nutzergruppen befragt.

Die erste Nutzergruppe besteht aus aktiven Nutzern der Stadtbücherei Wedel, das heißt sie haben einen gültigen Nutzerschein, besuchen die Veranstaltungen der Bücherei oder nutzen das Angebot vor Ort. Im Folgenden wird diese Nutzergruppe als aktive Nutzer (AN) bezeichnet. Bei dieser Befragungsgruppe liegt der Schwerpunkt darauf, herauszufinden, welche Angebote der Stadtbücherei für ältere Nutzer positiv wahrgenommen werden.

Die zweite Nutzergruppe wird aus ehemaligen Nutzern der Stadtbücherei Wedel gebildet. Sie haben ihren Nutzerschein seit mindestens zwölf Monaten nicht verlängert, sind jedoch noch in der Datenbank erfasst. Im Folgenden wird diese Nutzergruppe als ehemalige Nutzer (EN) bezeichnet. Bei dieser Befragungsgruppe liegt der Schwerpunkt darauf herauszufinden, warum sie die Bücherei nicht mehr nutzen bzw. welche Anreize dazu führen würden sie wieder zu nutzen.

Die dritte Nutzergruppe umfasst Nicht-Nutzer der Stadtbücherei Wedel. Dies sind Personen, die noch nie die Stadtbücherei genutzt haben. Sie haben weder einen gültigen Nutzerschein, noch besuchen sie die Veranstaltungen. Im Folgenden wird diese Nutzergruppe als potentielle Nutzer (PN) bezeichnet. Bei dieser Befragungsgruppe liegt der Schwerpunkt darauf herauszufinden, welche Anreize dazu führen würden, die Bücherei zu nutzen.

Für die Untersuchung werden in allen drei Nutzergruppen nur Personen berücksichtigt, die 60 Jahre oder älter sind. Dies hat sich in der Marketingpraxis und Marktforschung bewährt. „Die Begründung für eine Teilzielgruppe 60+ ergibt sich aus dem stärkeren Bekenntnis und einer zumindest gestiegenen Identifikation dieser Altersgruppe mit den tatsächlichen Befindlichkeiten und Bedürfnissen älterer Konsumenten, die in der Altersdekade darunter noch nicht so ausgeprägt ist.“¹⁶⁴

Zusätzlich zu den Hypothesen wird erhoben, wie Ältere ihren Alltag gestalten und welche Medien sie nutzen. Weiterer Bestandteil der Untersuchung

¹⁶⁴ Turocha 2007, S. 265

ist die Attraktivität der Stadtbücherei, bspw. im Hinblick auf Veranstaltungen oder das digitale Angebot (Onleihe).

Nachfolgend werden die für die Untersuchung relevanten Begriffe definiert:

- Grundgesamtheit: „Unter einer Grundgesamtheit versteht man die Gesamtmenge aller Beobachtungseinheiten, über die Aussagen getroffen werden sollen.“¹⁶⁵ Für die vorliegende Untersuchung müssen aufgrund der drei Befragungsgruppen auch drei Grundgesamtheiten festgelegt werden.

Die Grundgesamtheit der aktiven Nutzer bilden alle Nutzer der Stadtbücherei Wedel, die sich während der Befragung in der Bücherei aufhalten und 60 Jahre oder älter sind.

Die Grundgesamtheit der ehemaligen Nutzer bilden sämtliche Nutzer, die ihren Nutzausweis seit zwölf Monaten nicht mehr verlängert haben, aber noch in der Datenbank erfasst und 60 Jahre oder älter sind. Weiterhin werden nur ehemalige Nutzer berücksichtigt, die in Wedel wohnhaft sind. Die Stadtbüchereimitarbeiter lassen im Einwohnermeldeamt vor Versenden der Fragebögen abgleichen, welche Personen ihren Wohnort gewechselt haben oder verstorben sind. Dies ist nötig, um sicherzustellen, dass alle versendeten Fragebögen zugestellt werden können.

Die Grundgesamtheit der potentiellen Nutzer bilden alle Personen, die sich während der Befragung in der Wedeler Innenstadt aufhalten und keine Nutzer der Stadtbücherei sowie 60 Jahre oder älter sind.

- Stichprobe: Da die Untersuchung der ganzen Grundgesamtheit zu aufwendig ist, wird nur eine Teilerhebung vorgenommen. Diese umfasst die befragten Personen aus den drei Nutzergruppen.
- Auswahlverfahren: Für die Umfrage wurden zwei verschiedene Auswahlverfahren gewählt. Die aktiven und potentiellen Nutzer wurden in der Stadtbücherei und der Innenstadt mündlich befragt. Mithilfe der Bibliothekssoftware wurden alle ehemaligen Nutzer der entsprechen-

¹⁶⁵ Bortz 2006, S. 394

den Altersgruppe herausgesucht und schriftlich befragt. Das Auswahlverfahren erfolgt also in allen drei Nutzergruppen nicht zufällig, da die gleiche Auswahlwahrscheinlichkeit für alle Personen aus der Grundgesamtheit nicht garantiert werden kann.

- Repräsentativität: Da die Stichprobe nicht zufällig gezogen wurde, also nicht probabilistisch ist, spiegelt sie nicht die Grundgesamtheit wider¹⁶⁶. Damit ist die Untersuchung nicht repräsentativ¹⁶⁷. Ebenfalls fand die Erhebung in einem begrenzten Zeitraum statt, was dazu führt, dass die Ergebnisse nur eine Momentaufnahme abbilden. In diesem Zusammenhang wird auch von einer Ad-hoc-Stichprobe oder Gelegenheitsstichprobe gesprochen¹⁶⁸.

Vor der Befragung fand am 18.09.2012 ein Gespräch mit Frau Christine Wulf, der Datenschutzbeauftragten der Stadt Wedel, statt. In diesem Gespräch wurden alle für den Datenschutz relevanten Bereiche der Untersuchung rechtlich abgesichert. Die wichtigsten Punkte waren hierbei:

- Die Befragung ist freiwillig. Dies wird sowohl im Gespräch (mündliche Befragung) als auch im Begleitschreiben (schriftliche Befragung, s. Anhang E) dargelegt.
- Es werden nur anonyme Daten erhoben, die keine Rückschlüsse auf die befragte Person zulassen.
- Für die Befragung der ehemaligen Nutzer werden personenbezogene Daten benötigt, die nur von der Stadtbücherei Wedel eingesehen werden können. Den Studentinnen stehen diese Daten in pseudonymisierter Form zur Verfügung. Die Schlüsselliste liegt nur bei der Stadtbücherei, die Studentinnen haben keinen Zugriff.
- Die Erhebung von Daten zu wissenschaftlichen und statistischen Zwecken bei Einhaltung von Pseudonymisierung erfolgt gemäß Landesdatenschutzgesetz Schleswig-Holstein §11,b und §22 sowie der Satzung der Stadtbücherei Wedel §10.

¹⁶⁶ vgl. ebd., S. 402

¹⁶⁷ vgl. Schnell 2008, S. 304f.

¹⁶⁸ vgl. Bortz 2006, S. 401

Es wurde eine schriftliche Vereinbarung zwischen der Stadtbücherei Wedel und den Studentinnen verfasst. Diese Vereinbarung beinhaltet den Verfahrensablauf, den Gegenstand der Untersuchung und die gegenseitigen Rechte und Pflichten (s. Anhang A).

Ebenfalls am 18.09.2012 fand ein Gespräch mit Herrn Holger Franck vom Fachdienst Ordnung und Einwohnerservice statt. In diesem Gespräch ging es um die Befragung in der Innenstadt. Es galt zu klären, ob hierfür eine Sondernutzungserlaubnis für den öffentlichen Verkehrsraum nötig ist. Dies ist nicht der Fall, da für die Befragung kein Infostand errichtet wird und die Studentinnen in Bewegung bleiben.

Nun wird für jede Nutzergruppe ein Fragebogen entwickelt. Dabei orientieren sich die Fragen an der bereits erwähnten Studie „Ursachen und Gründe für die Nichtnutzung von Bibliotheken in Deutschland“¹⁶⁹. Die Fragen werden an die jeweilige Nutzergruppe angepasst. Außerdem werden zusätzliche Fragen eingefügt, die die Stadtbücherei Wedel und die formulierten Hypothesen betreffen. Weiterhin werden einige Fragen durch halboffene Fragestellungen erweitert, so dass die Befragten z.B. Vorschläge abgeben können¹⁷⁰.

¹⁶⁹ vgl. Deutscher Bibliotheksverband 2012c, Abruf: 30.07.2012

¹⁷⁰ eigens hinzugefügte Fragen: 1g, zu 1h (Förderverein), zu 2.3c, 3.3, 4a, zu 4g, zu 4h, zu 4m, 4o, zu 4o, 4q, zu 4r, zu 4s, 4v, 4zz

So ergeben sich folgende Themenbereiche:

1. Interessen und Alltagsgestaltung: Hier wird danach gefragt, wie oft bestimmte Aktivitäten ausgeübt werden, z.B.:

e) Ausflüge in die Natur machen

häufig ab und zu selten nie

2. Mediennutzung: Hier wird danach gefragt, wie oft bestimmte Medien genutzt werden, z.B.:

a) Bücher

häufig ab und zu selten nie

3. Bibliothekssozialisation: Hier wird danach gefragt, ob und mit wem die befragte Person in ihrer Kindheit eine Bücherei besucht hat:

Falls Sie mit „ja“ geantwortet haben: Mit wem waren Sie damals in der Bücherei? Sie können mehrere Antworten auswählen.

Eltern, Familie und Verwandte

Freunde und Bekannte

Kindergarten, Schule

4. Gründe für Nutzung (bzw. Nicht-mehr-Nutzung oder Nicht-Nutzung): Hier werden Aussagen zu verschiedenen Bereichen der Bücherei vorgegeben (Allgemeines, Angebot, Service, Räumlichkeiten, Zusatzangebote, Andere Bezugsquellen, Sonstiges). Die befragten Personen können wählen, ob sie der jeweiligen Aussage zustimmen oder sie ablehnen. Manche Aussagen haben zusätzlich eine offene Unterfrage, die frei beantwortet werden kann.

m) Die Öffnungszeiten sind angemessen.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme nicht zu“ geantwortet haben: Haben Sie einen Vorschlag, wann die Öffnungszeiten erweitert werden sollen?

5. Persönliche Angaben: Hier wird das Geschlecht und Geburtsjahr des Befragten angegeben.

Die vollständigen Fragebögen liegen im Anhang vor (s. Anhang B, C und D).

Wie bereits aus den Beispielfragen ersichtlich, beinhalten die teilstandardisierten Fragebögen sowohl geschlossene als auch offene Fragen. Ein Großteil der geschlossenen Fragen gibt eine Auswahl von Antworten vor, die in einer logischen Reihenfolge aufgezählt sind. Weiterhin gibt es eine Frage, bei der Mehrfachnennungen möglich sind (s. Beispielfrage 3).

Für die schriftliche Befragung wird ein Begleitschreiben formuliert. Dies enthält neben der Anleitung zum Ausfüllen und Zurücksenden der Fragebögen die Kontaktdaten der Ansprechpartner (sowohl die Stadtbücherei als auch die Studentinnen). Die so entstehende Transparenz ermöglicht es den schriftlich Befragten jederzeit Fragen zu stellen oder Hinweise zu geben.

3.1.5 Pretest

Nach Erstellung der Fragebögen wird ein Pretest durchgeführt. Dieser hat zum Ziel, die Verständlichkeit des Fragebogens zu überprüfen und etwaige Unstimmigkeiten aufzudecken. Außerdem dient der Pretest dazu, die Bearbeitungszeit des Fragebogens zu ermitteln.

Es werden insgesamt zehn Personen befragt. Um ein ausgeglichenes Verhältnis herzustellen, wird jeweils die Hälfte mündlich bzw. schriftlich befragt. Auch bzgl. des Alters und Geschlechts wird ein ausgewogenes Verhältnis angestrebt: Unter den Kandidaten befinden sich vier Männer und sechs Frauen; davon sind vier Personen über 60 und sechs Personen 70 Jahre und älter.

So zeigt sich, dass einige Fragen oder Antwortmöglichkeiten nicht verstanden werden, da die Begriffe nicht bekannt oder nicht eindeutig sind. Um solche Missverständnisse zu vermeiden, werden daraufhin Definitionen für die Antwortmöglichkeiten und die verwendeten (Fach-)Begriffe formuliert. Bei

der mündlichen Befragung werden diese auf Anfrage vorgelesen, bei der schriftlichen Befragung befinden sich die Definitionen im Fragebogen.

Ebenfalls stellen die Pretest-Kandidaten bei einigen Fragen fest, dass diese nicht eindeutig sind. Infolgedessen wird bspw. die Aussage „Es wäre gut, wenn es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt“ in „Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt“ geändert.

3.1.6 Durchführung

Vor Beginn der Befragungen wird ein Termin mit der Presse vereinbart, um die Bürger der Stadt Wedel zu informieren. Bei diesem Termin werden die Methoden und Ziele der Befragungen erläutert. Der daraufhin verfasste Artikel erscheint am 29. September 2012 und kann online eingesehen werden¹⁷¹.

Die Befragung beginnt am 23.10.2012. An diesem Tag werden Fragebögen an die 200 ehemaligen Nutzer verschickt (s. Abb. 13), die nach der Überprüfung übrig geblieben sind (s. Definition Grundgesamtheit Kapitel 3.1.4). Die Portokosten sowie die Kosten für die frankierten Rückumschläge werden von der Stadtbücherei übernommen.



Abb. 13: Umschläge der versandbereiten Fragebögen.

Quelle: eigenes Foto

¹⁷¹ vgl. Wedel Schulaer Tageblatt 2012, Abruf: 21.12.2012



Abb. 14: Bahnhofstraße in der Wedeler Innenstadt.

Quelle: eigenes Foto



Abb. 15: Foyer der Stadtbücherei Wedel.

Quelle: eigenes Foto

Gleichzeitig findet die Befragung der potentiellen Nutzer in der Wedeler Innenstadt statt (s. Abb. 14). Für diese Befragung ist der Zeitraum von einer Woche eingeplant. Den gleichen Zeitraum nimmt die Befragung der aktiven Nutzer ein, die im Foyer der Stadtbücherei durchgeführt wird (s. Abb. 15).

Nach Ablauf dieser zwei Wochen werden Erinnerungsschreiben an die ehemaligen Nutzer verschickt, die den Fragebogen bis dahin noch nicht zurückgeschickt haben (s. Anhang F). Dieser Vorgang ist auch in der schriftlichen Vereinbarung festgehalten (s. Anhang A). Eine genaue Übersicht verschafft Tab. 3.

Es stellt sich heraus, dass die bundesweite Aktionswoche „Treffpunkt Bibliothek“ mit der ersten Befragungswoche zusammenfällt. Die Stadtbücherei Wedel hat für diese Aktionswoche mehrere Aktionen geplant, wie bspw. einen Schnupperausweis und zahlreiche Veranstaltungen. Bei Interesse der potentiellen Nutzer machen die Studentinnen darauf aufmerksam.

Befragung	Zeitraum	Ort	Art
Potentielle Nutzer	23.10.2012 bis 28.10.2012	Innenstadt Wedel (Bahnhofstraße)	mündlich
Aktive Nutzer	29.10.2012 bis 03.11.2012	Stadtbücherei Wedel	mündlich
Ehemalige Nutzer	23.10.2012 bis 17.11.2012	-	schriftlich

Tab. 3: Übersicht der drei Befragungen

Quelle: eigene Darstellung

Um das eigens gesetzte Ziel von je 100 Befragten bei den mündlichen Befragungen einzuhalten, müssen jeden Tag 14,29 Personen teilnehmen. Diese tägliche Vorgabe zeigt sich im Laufe der Befragungen als realisierbar.

Die Studentinnen verzichten auf das Logo der Stadtbücherei um keinen Einfluss auf die Befragten zu nehmen. Um dennoch Transparenz und Seriosität zu schaffen, tragen sie ihre Studierendenausweise gut sichtbar an der Kleidung angebracht.

Außerdem bereiten die Studentinnen Kärtchen für die Fragen mit mehreren Antwortmöglichkeiten vor. Beides ist auf Abb. 16 zu erkennen.



Abb. 16: Antwortkärtchen und Studierendenausweis.

Quelle: eigenes Foto

Um sich bei den Befragten für ihre Teilnahme zu bedanken, bieten die Studentinnen zum Abschluss eine Auswahl von Schokoladen-Konfekt und Süßigkeiten an. Diese Geste wird von allen Befragten positiv angenommen. Generell zeigen sich die meisten Befragten den Studentinnen gegenüber sehr positiv eingestellt und an den Ergebnissen der Befragung interessiert.

Das Interesse an der Untersuchung und der Verwertung der Ergebnisse führt einen ehemaligen Nutzer in die Stadtbücherei. Er fragt sich, ob es in seinem Fall sinnvoll sei, den Fragebogen auszufüllen. Da er schwer krank sei, würde er das Haus selten verlassen. Der ehemalige Nutzer befürchtet, dass seine Antworten nicht zu verwertbaren Ergebnissen führen oder diese verzerren. Daraufhin erklären die Studentinnen ihm, dass jede Antwort für

die Untersuchung wertvoll ist, da nur so der tatsächliche Ist-Zustand widergespiegelt werden kann.

Ein anderer ehemaliger Nutzer erkundigt sich per E-Mail nach der genauen Vorgehensweise der Untersuchung in Bezug auf den Datenschutz. Die Antwort mitsamt Auszügen aus der schriftlichen Vereinbarung (s. Anhang A) führt umgehend zur Klärung. Die Studentinnen nehmen den Austausch mit den Nutzern, die sich um die Verwendung ihrer Daten sorgen, positiv wahr. Allerdings finden sich auch auf den eingeschickten Fragebögen Anmerkungen, dass der Umgang mit Datenschutz nicht transparent genug dargestellt wäre. Leider können diese Unstimmigkeiten nicht beseitigt werden, da die Studentinnen nur über die anonymen Fragebögen verfügen und nicht auf die personenbezogenen Daten zurückgreifen können. Somit können sie keinen Kontakt zu den einzelnen Teilnehmern aufnehmen um deren Fragen zu beantworten. Um dieses Problem zu vermeiden, könnte bei weiteren Befragungen dieser Art die Rückseite des Begleitschreibens genutzt werden, um den Ablauf der Befragung und den Umgang mit Daten nochmal ausführlich darzustellen.

Bei der mündlichen Befragung wird zudem beobachtet, dass der Fragebogen auch für Ältere mit Migrationshintergrund gut verständlich ist, obwohl dies bei der Fragebogenerstellung nicht explizit berücksichtigt wurde.

Außerdem kann bei der Befragung in der Stadtbücherei beobachtet werden, dass mehrere Büchereinutzer Schwierigkeiten haben, die Eingangstür zu öffnen. Hier wird während der Befragung ein Schild mit der Aufschrift „drücken“ bzw. „ziehen“ angebracht. Trotzdem lässt sich erkennen, dass die Tür für einige Bibliotheksbesucher zu schwer ist. Vor allem Personen mit Gehhilfen haben damit Probleme.

Auf dem Begleitschreiben der postalisch versendeten Fragebögen ist ein Einsendedatum genannt (s. Tab. 3). An diesem Tag öffnen die Studentinnen die gesammelten Rückumschläge in der Bücherei (s. Abb. 17).



Abb. 17: Rückumschlag mit beantwortetem Fragebogen.

Quelle: eigenes Foto

Die anonymen Fragebögen werden herausgenommen und die Rückumschläge anschließend vernichtet. Es kommen 67 von 200 Fragebögen zurück. Die Rücklaufquote beträgt somit 33,5%. In seinem Buch „Empirische Sozialforschung – Grundlagen, Methoden, Anwendungen“ beschreibt Andreas Diekmann, dass bei postalischen Befragungen selten Rücklaufquoten von über 20% erzielt werden¹⁷². Die hohe Rücklaufquote könnte daraus abgeleitet werden, dass nach der Hälfte der Befragungszeit Erinnerungsschreiben verschickt werden. In diesen wird der Zweck der Befragung nochmals dargelegt und an den Einsendetermin erinnert (s. Anhang F).

¹⁷² vgl. Diekmann 2007, S. 516

3.2 Auswertung

Zunächst werden die Daten eingegeben. Dazu wird in SPSS¹⁷³ eine Datenmaske angelegt, welche die Variablen zu den Fragen in den Fragebögen enthält. Daraufhin werden die Daten bereinigt: mithilfe von Häufigkeitstabellen werden Eingabefehler festgestellt und nochmals mit den Fragebögen abgeglichen. Bspw. wird überprüft, ob bei der Variable Geschlecht andere Werte als 0 (männlich), 1 (weiblich) oder 99 (keine Angabe) eingetragen wurden.

Folgende Tab. 4 zeigt die Verteilung der soziografischen Merkmale Alter und Geschlecht.

Gruppe	Durchschnittsalter in Jahren	Anteil männlich in Prozent	Anteil weiblich in Prozent
Potentielle Nutzer	72,0	47,0	53,0
Aktive Nutzer	69,1	39,0	61,0
Ehemalige Nutzer	70,2	45,2	54,8
Gesamt	70,4	43,9	56,1

Tab. 4: Stichprobendeskription

Quelle: eigene Erhebung

Es ist zu erkennen, dass nicht nur „junge Alte“ (60-70 Jahre), sondern auch Menschen ab 70 Jahren befragt wurden. Dies führt zu einem Durchschnittsalter von 70,4 Jahren. Der Anteil von weiblichen Befragten liegt tendenziell höher, dies ist typisch für freiwillige Befragungen¹⁷⁴.

¹⁷³ SPSS Statistics ist ein Datenverarbeitungsprogramm

¹⁷⁴ vgl. Bortz 2006, S. 73

3.2.1 Hypothesen

Nachfolgend werden die in Kapitel 3.1.3 definierten Hypothesen auf ihre Gültigkeit überprüft.

A) Wer als Kind nicht in einer Bücherei war, nutzt diese im Alter nicht.

Gruppe	Büchereibesuch in Prozent: ja	Büchereibesuch in Prozent: nein
Potentielle Nutzer	50,5	49,5
Aktive Nutzer	58,6	41,4
Ehemalige Nutzer	73,1	26,9

Tab. 5: Frage 3.1 "Waren Sie in Ihrer Kindheit in einer Bücherei?"

Quelle: eigene Erhebung

Die Mehrheit der aktiven Nutzer war in ihrer Kindheit in einer Bücherei. Dies scheint jedoch nicht Hauptgrund zu sein, weswegen sie die Bücherei auch im Alter nutzen. Denn auch die Mehrheit der ehemaligen und potentiellen Nutzer war in ihrer Kindheit in einer Bücherei, wie Tab. 5 darstellt. Es besteht somit kein Zusammenhang zwischen Büchereinutzung im Alter und Büchereibesuchen in der Kindheit. Die Hypothese ist hiermit falsifiziert¹⁷⁵.

¹⁷⁵ Es zeigt sich jedoch, dass der Anteil von AN und EN, die in der Kindheit in einer Bücherei waren, höher ist als bei PN. Hier lassen sich Parallelen zur erwähnten Studie in Kapitel 3.1.3 erkennen. Da in der vorliegenden Arbeit der Anteil der zustimmenden PN gerade noch über 50% liegt, wird die Hypothese knapp falsifiziert.

Zudem wird gefragt, mit welchen Personen oder Institutionen der Büchereibesuch in der Kindheit erfolgte.

Gruppe	Büchereibesuch mit Eltern, Familie und Verwandten in Prozent	Büchereibesuch mit Freunden und Bekannten in Prozent	Büchereibesuch mit Kindergarten und Schule in Prozent
Potentielle Nutzer	19,6	18,0	30,0
Aktive Nutzer	36,2	20,7	34,5
Ehemalige Nutzer	55,1	21,6	26,5

Tab. 6: Frage 3.1 "Mit wem waren Sie damals in einer Bücherei?"

(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: eigene Erhebung

Aus Tab. 6 wird ersichtlich, dass der Büchereibesuch mit Freunden und Bekannten in allen drei Nutzergruppen einen geringen Anteil einnimmt. Im Gegensatz dazu war ein Großteil der aktiven und ehemaligen Nutzer mit Eltern, Familie und Verwandten in der Bücherei. Daraus könnte sich ableiten lassen, dass der Büchereibesuch mit der Familie ein prägendes Erlebnis ist und an die Bücherei bindet.

Zusätzlich werden die ehemaligen Nutzer gefragt, ob es ein Anreiz für sie wäre, gemeinsam mit Familie, Freunden oder anderen die Bücherei wieder zu nutzen. Diese Frage wird von der Mehrheit (52,8%) mit „ja“ beantwortet. Der Büchereibesuch wird somit als soziales Erlebnis angesehen.

B) Wenn Ältere sich in den Räumlichkeiten der Bücherei nicht mehr orientieren können, dann nutzen sie diese nicht mehr.

Alle ehemaligen Nutzer geben an, sich in der Bücherei gut orientieren zu können. Es liegt also nicht an den Räumlichkeiten der Stadtbücherei, dass Nutzer selbige nicht mehr aufsuchen. Gleichzeitig gibt es auch aktive Nutzer, die sich ihrerseits nicht gut in der Bücherei orientieren können (8,1%). Es besteht demnach kein Zusammenhang zwischen der Nicht-Nutzung und fehlender Orientierung; die Hypothese ist falsifiziert.

C) Wenn die Stadtbücherei das Angebot LiteraTour stärker vermarktet, dann ist dies ein Anreiz für Ältere, die Stadtbücherei (wieder) zu nutzen.

Gruppe	Medienlieferdienst in Prozent: ja	Medienlieferdienst in Prozent: nein
Potentielle Nutzer	7,0	93,0
Aktive Nutzer	10,1	89,9
Ehemalige Nutzer	9,8	90,2

Tab. 7: Frage 4o "Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden."

Quelle: eigene Erhebung

Tab. 7 zeigt, dass generell nur sehr wenig Bedarf an einem Medienlieferdienst besteht. Sowohl die potentiellen als auch die ehemaligen Nutzer haben geringes Interesse, so dass auch nicht davon ausgegangen werden kann, dass die Kenntnis von einem Medienlieferdienst zur (Wieder-) Nutzung der Bücherei führt. Demnach muss das Angebot LiteraTour nicht stärker vermarktet werden, da in der Tat kein Bedarf besteht. Somit ist die Hypothese falsifiziert.

D) Wenn die Stadtbücherei PC-Kurse für Ältere anbietet, dann ist dies ein Anreiz für Ältere, die Stadtbücherei (wieder) zu nutzen.

Gruppe	PC-Kurse in Prozent: ja	PC-Kurse in Prozent: nein
Potentielle Nutzer	24,0	76,0
Aktive Nutzer	41,4	58,6
Ehemalige Nutzer	35,1	64,9

Tab. 8: Frage 4v "Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

PC-Kurse schließen hierbei sowohl Grundlagen- als auch Fortgeschrittenenkurse zu bestimmten Themen wie bspw. ebay oder sozialen Netzwerken ein. Aus Tab. 8 geht hervor, dass die Mehrheit der potentiellen und ehemaligen Nutzer sich keine PC-Kurse wünscht und dies auch kein Anreiz zur (Wieder-) Nutzung ist. Lediglich bei den aktiven Nutzern zeichnet sich ein höherer Be-

darf ab. Die Hypothese ist somit falsifiziert.

E) Wenn die Stadtbücherei eine Cafeteria einrichtet, dann ist dies ein Anreiz für Ältere, die Stadtbücherei (wieder) zu nutzen.

Gruppe	Cafeteria in Prozent: ja	Cafeteria in Prozent: nein
Potentielle Nutzer	45,0	55,0
Aktive Nutzer	38,4	61,6
Ehemalige Nutzer	42,9	57,1

Tab. 9: Frage 4t "Ich wünsche mir, dass eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

Die Mehrheit aller Nutzergruppen wünscht sich keine Cafeteria in der Stadtbücherei Wedel, wie in Tab. 9 dargestellt. Die aktiven Nutzer begründen dies teilweise damit, dass das bestehende Lese-Café ausreichend ist. Die Hypothese ist falsifiziert, da die Aussicht auf eine Cafeteria kein Anreiz ist, die Stadtbücherei (wieder) zu nutzen.

3.2.2 Interessen, Alltagsgestaltung und Mediennutzung

Im Folgenden wird auf die beiden ersten Frageblöcke eingegangen. Hierbei wird keine Unterscheidung zwischen den drei Nutzergruppen vorgenommen. Es wird analysiert, welche Interessen die Bürger in Wedel verfolgen und welche Medien sie nutzen.

Um eine bessere Übersichtlichkeit zu garantieren, werden in den nachfolgenden Diagrammen die Prozentangaben auf ganzzahlige Werte gerundet. Dadurch entstehen unter Umständen Diagramme mit insgesamt 99 bzw. 101%¹⁷⁶.

Die folgenden Angaben beziehen sich ausschließlich auf die erhobenen Daten in Wedel, s. Kapitel 3.1.4.

¹⁷⁶ vgl. Bortz 2006, S. 89

Interessen und Alltagsgestaltung

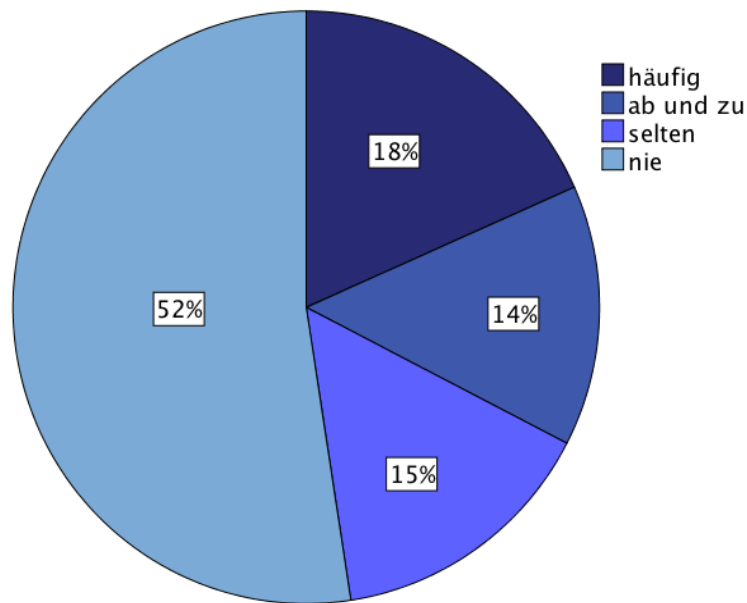


Abb. 18: Frage 1a "Wie oft betreuen Sie Kinder?"

Quelle: eigene Erhebung

Die Mehrheit der Befragten betreut keine Kinder (s. Abb. 18). Der Anteil von Älteren, der häufig bzw. ab und zu Kinder betreut, macht lediglich ein knappes Drittel aus. Dies lässt sich möglicherweise auf den demografischen Wandel zurückführen (s. Kapitel 2.1). Durch den Geburtenrückgang entstehen Familien mit weniger (Enkel-) Kindern.

Dieses Ergebnis führt dazu, dass die in Kapitel 2.6 beschriebenen Oma-Opa-Sets leider keine große Zielgruppe finden.

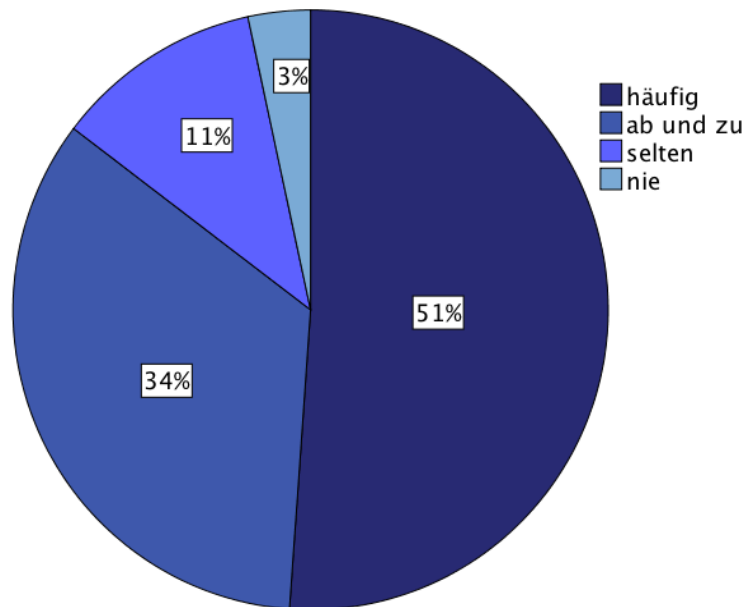


Abb. 19: Frage 1b "Wie oft besuchen Sie Familie und Freunde/Bekannte?"

Quelle: eigene Erhebung

Soziale Kontakte sind in Wedel ein fester Bestandteil des Alltags. Nur ein kleiner Teil der Befragten gibt an, selten oder nie Familie oder Bekannte zu besuchen (s. Abb. 19). Die Stadtbücherei kann sich hier als Begegnungsstätte profilieren.

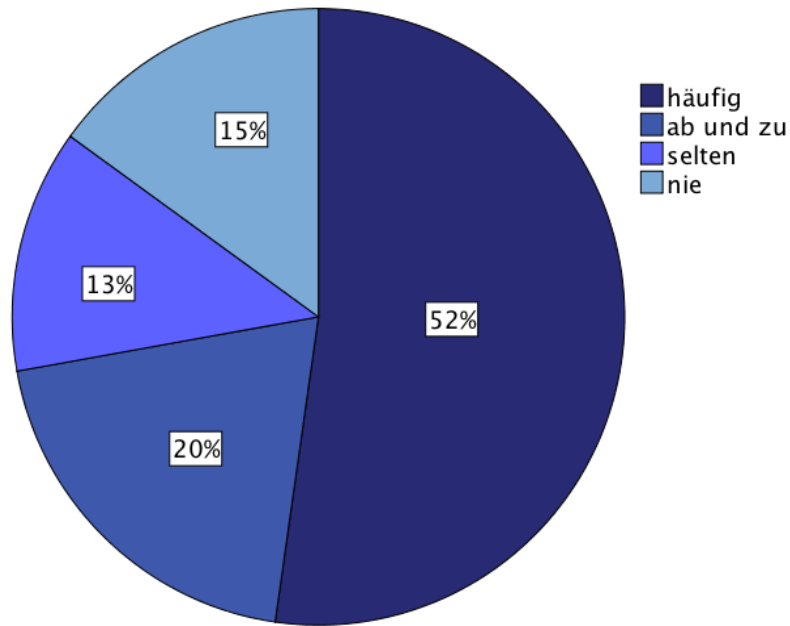


Abb. 20: Frage 1c "Wie oft treiben Sie Sport oder besuchen Sportveranstaltungen?"

Quelle: eigene Erhebung

Wie aus Abb. 20 ersichtlich, sind ältere Menschen sportlich sehr interessiert. In den mündlichen Befragungen stellt sich heraus, dass tendenziell öfter selbst Sport getrieben wird als Sportveranstaltungen besucht werden.

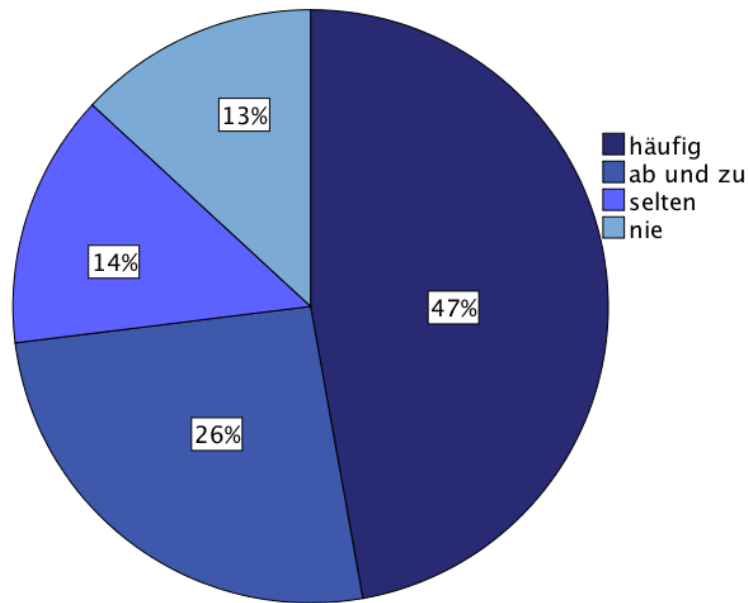


Abb. 21: Frage 1d "Wie oft bilden Sie sich weiter?"

Quelle: eigene Erhebung

Auch nach dem Austritt aus dem Berufsleben spielt Weiterbildung für Ältere eine große Rolle. So geben 73% der Teilnehmer an, sich häufig bzw. ab und zu weiterzubilden (s. Abb. 21). Darunter zählen sowohl die Lektüre von Sachbüchern als auch der Besuch von Kursen und Vorträgen.

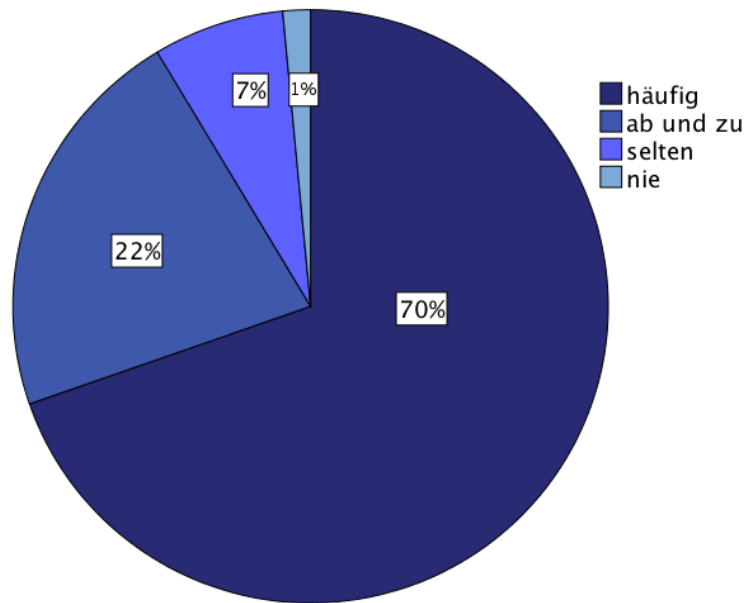


Abb. 22: Frage 1e "Wie oft machen Sie Ausflüge in die Natur?"

Quelle: eigene Erhebung

Abb. 22 zeigt auf, dass sich über 90% der Befragten gerne in der Natur aufhalten. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Wedel eine Kleinstadt ist und zudem durch ihre Lage an der Unterelbe und der Wedeler Marsch zahlreiche Ausflugsziele bietet¹⁷⁷.

¹⁷⁷ vgl. NABU 2012, Abruf: 30.12.2012

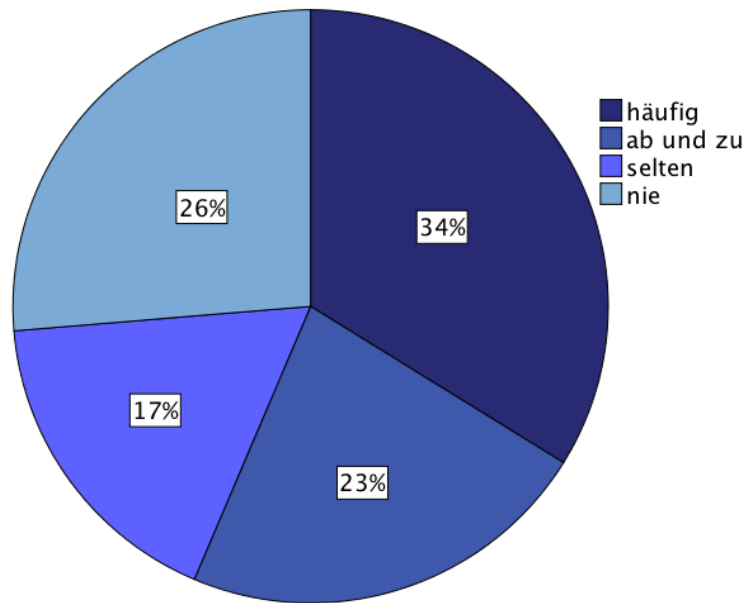


Abb. 23: Frage 1f "Wie oft beschäftigen Sie sich mit Heimwerken oder Handarbeit?"

Quelle: eigene Erhebung

Bei der Frage nach dem Interesse für Heimwerken und Handarbeit lässt sich kein eindeutiger Trend erkennen (s. Abb. 23). Das Klischee der „strickenden Oma“ wird durch die erhobenen Daten nicht gefestigt.

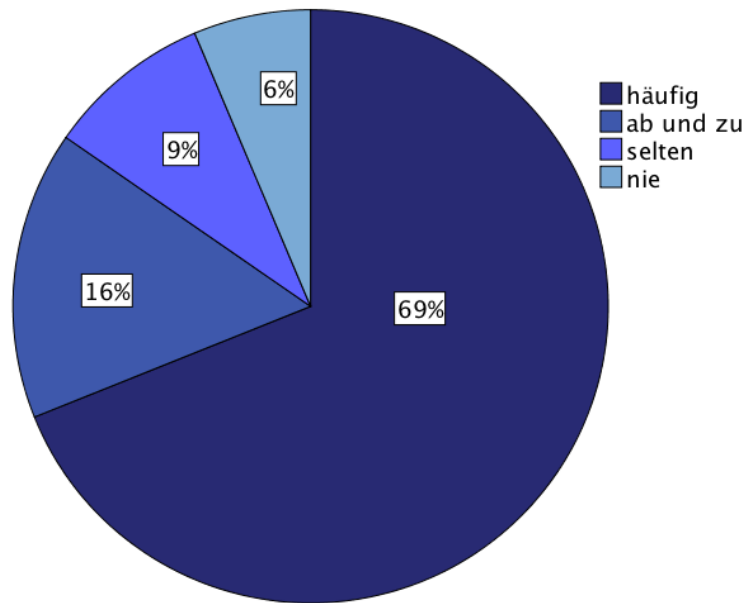


Abb. 24: Frage 1g "Wie oft arbeiten Sie in Küche oder Garten?"

Quelle: eigene Erhebung

Wie in Abb. 24 zu erkennen ist, macht auch die Arbeit in Küche oder Garten einen großen Teil der Zeitverwendung Älterer aus. Bei der mündlichen Befragung wird beobachtet, dass viele Teilnehmer diese Arbeit weniger als Hobby, sondern eher als Pflicht betrachten.

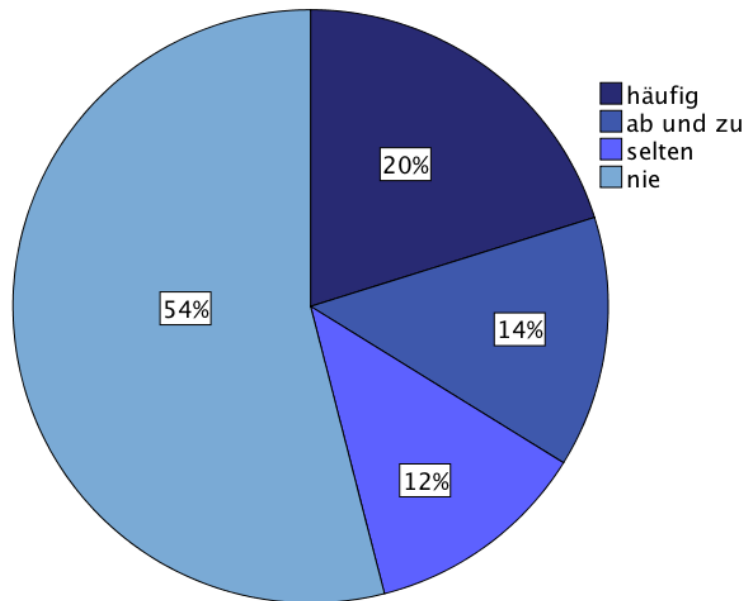


Abb. 25: Frage 1h "Wie oft engagieren Sie sich ehrenamtlich?"

Quelle: eigene Erhebung

Ein Drittel der Befragten gibt an, sich häufig bzw. ab und zu ehrenamtlich zu engagieren (s. Abb. 25). Dieses Ergebnis deckt sich mit den Erkenntnissen aus Kapitel 2.4.3.

Es wird vermutet, dass der Anteil von häufig verrichteter unentgeltlicher Arbeit höher ist, als durch die Befragungsergebnisse dargestellt wird. Dies könnte mitunter daran liegen, dass der Begriff Ehrenamt nicht definiert wurde: Ziel des Fragebogens war es, alle Arten von unentgeltlicher Arbeit zu erfassen (z.B. Pflege von Angehörigen o.ä.).

Teilnehmer, die angeben sich ehrenamtlich zu engagieren, werden nach dem Bereich ihrer Tätigkeit befragt. Die Topbereiche sind: Soziales (41%), Religion (14%) und Kultur und Sport (11%), wie aus Abb. 26 abzulesen ist.

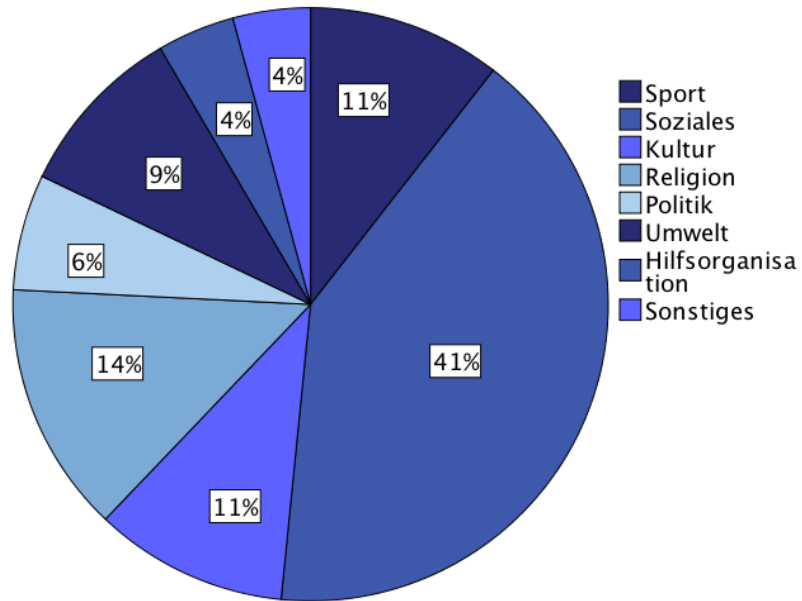


Abb. 26: zu Frage 1h "In welchem Bereich sind sie ehrenamtlich aktiv?"

Quelle: eigene Erhebung

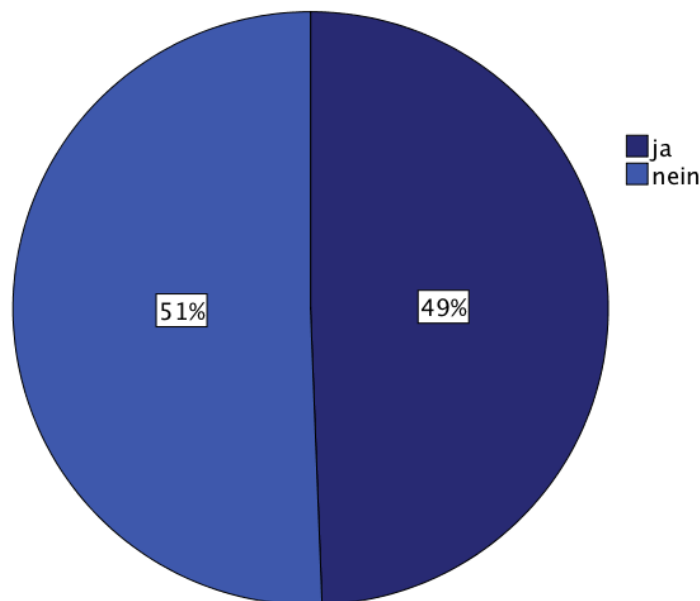


Abb. 27: zu Frage 1h "Kennen Sie den Förderverein der Stadtbücherei Wedel?"

Quelle: eigene Erhebung

Im Anschluss werden die Teilnehmer gefragt, ob sie den Förderverein der Stadtbücherei Wedel kennen. Das Ergebnis dieser Frage lässt sich nicht

deuten, da ein ausgewogenes Verhältnis besteht (s. Abb. 27). Bei der mündlichen Befragung stellt sich heraus, dass der Förderverein hauptsächlich durch die regelmäßig stattfindenden Flohmärkte bekannt ist.

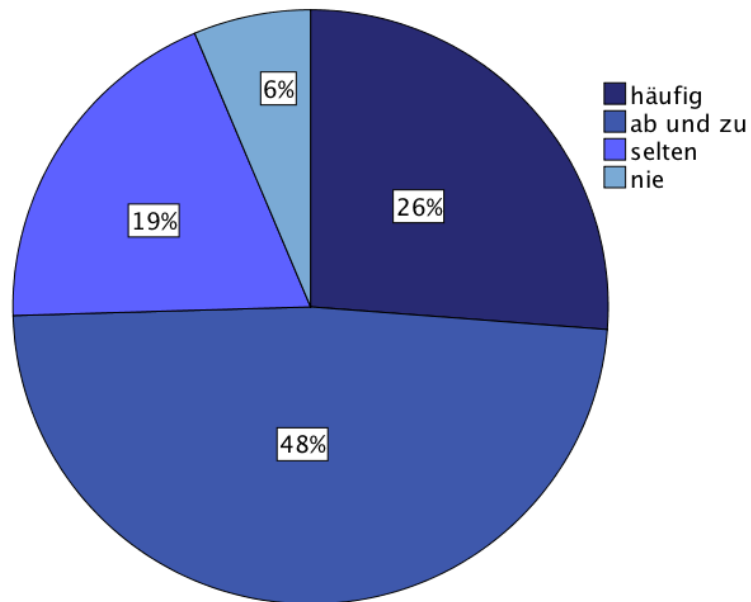


Abb. 28: Frage 1i "Wie oft besuchen Sie kulturelle Veranstaltungen?"

Quelle: eigene Erhebung

Abb. 28 zeigt, dass die Mehrheit der Älteren regelmäßig kulturelle Veranstaltungen besucht. Nur ein Viertel der Befragten gibt an, selten oder nie an Veranstaltungen dieser Art teilzunehmen.

Das Interesse für kulturelle Veranstaltungen ist sehr hoch, davon kann auch die Stadtbücherei profitieren, indem sie weiterhin Lesungen und Ausstellungen anbietet.

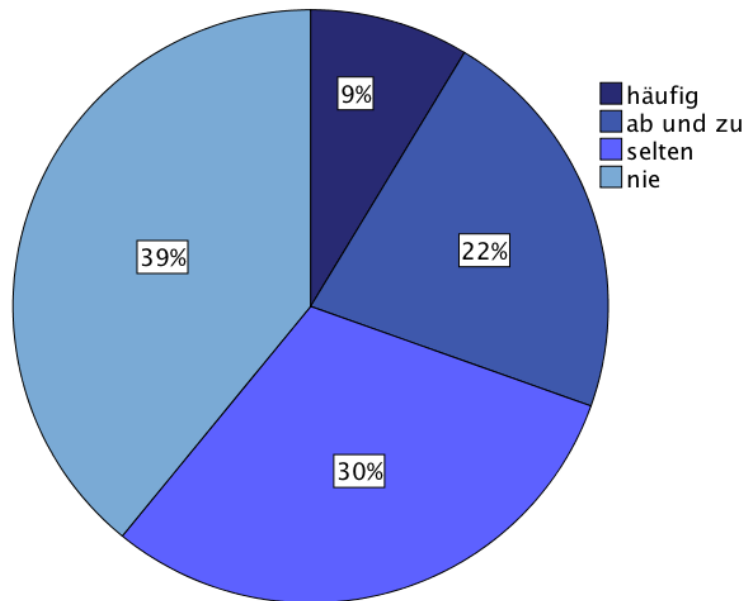


Abb. 29: Frage 1j "Wie oft besuchen Sie Kirche oder Gottesdienst?"

Quelle: eigene Erhebung

Die Alltagsgestaltung der älteren Bürger in Wedel ist nicht durch den Besuch von Kirche oder Gottesdienst geprägt (s. Abb. 29). Diejenigen, die sich für diesen Bereich interessieren, verknüpfen dies meist mit einer ehrenamtlichen Tätigkeit (s. Abb. 26).

Zusammenfassend lässt sich erkennen, dass neben sozialen Kontakten auch Sport und Natur eine prominente Rolle in der Freizeitgestaltung älterer Menschen spielen. Weiterhin gilt den kulturellen Veranstaltungen sowie der individuellen Weiterbildung großes Interesse.

Mediennutzung

Die folgenden Fragen befassen sich mit den Gewohnheiten der Teilnehmer bzgl. ihrer Mediennutzung. Hier soll eruiert werden, welche Medien die Stadtbücherei Wedel anbieten sollte, um den Bedarf der aktiven Nutzer zu decken und zukünftige Nutzer anzusprechen.

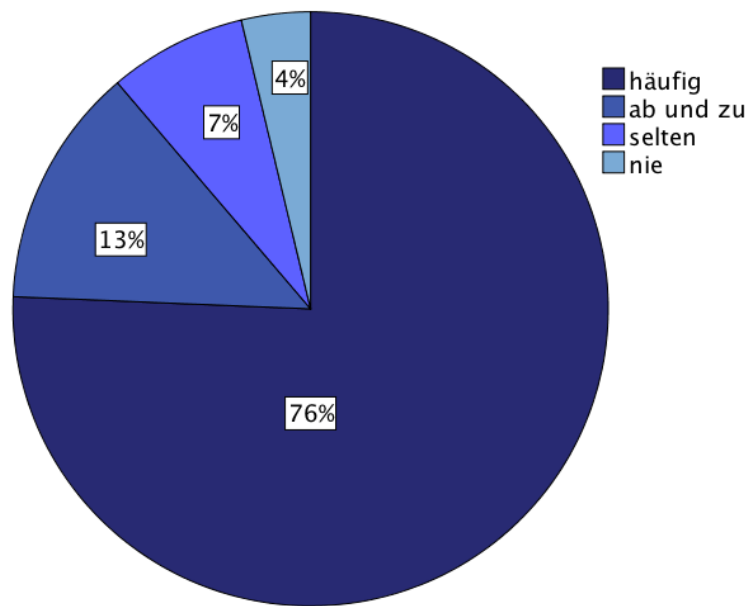


Abb. 30: Frage 2.1a "Wie oft lesen Sie Bücher?"

Quelle: eigene Erhebung

Die absolute Mehrheit aller Befragten liest häufig Bücher. Hier wurde noch keine Unterscheidung zwischen Unterhaltungs- und Sachmedien vorgenommen. Es lässt sich erkennen, dass ältere Menschen viel Zeit für die Lektüre von Büchern verwenden: Lediglich 11% der Teilnehmer antworten, dass sie nur selten oder nie Bücher lesen (s. Abb. 30).

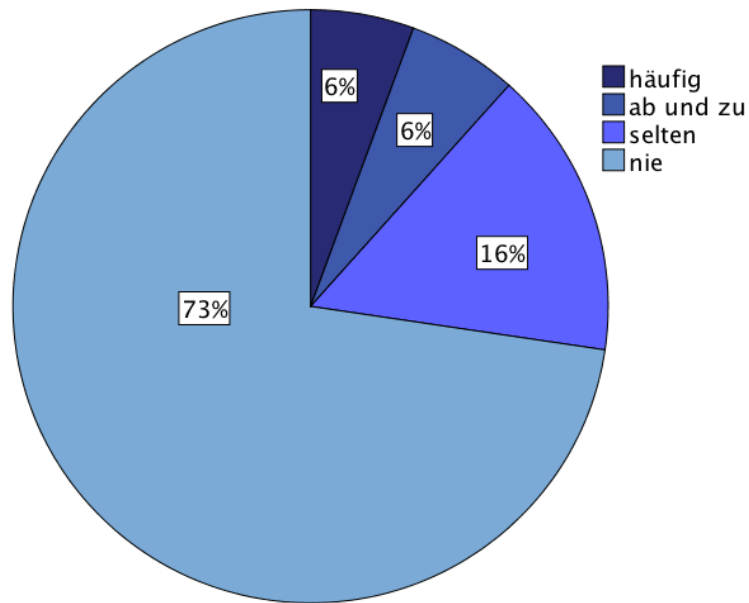


Abb. 31: Frage 2.1b "Wie oft hören Sie Hörbücher?"

Quelle: eigene Erhebung

Wie Abb. 31 zeigt, werden Hörbücher noch nicht so häufig genutzt. Allein 12% der Befragten hören häufig oder ab und zu Hörbücher. Bei der mündlichen Befragung merken einige von diesen 12% an, dass sie Hörbücher nutzen, da sie nicht mehr gut sehen können. Häufig wird auf die altersbedingte Makuladegeneration verwiesen, die die Sehschärfe verringert und zur Beeinträchtigung der Lesefähigkeit führt.

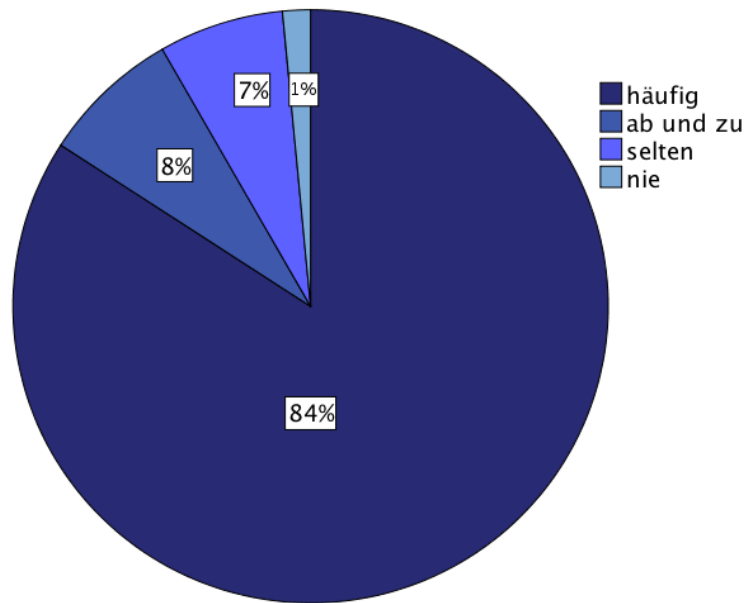


Abb. 32: Frage 2.1c "Wie oft lesen Sie Zeitungen und Zeitschriften?"

Quelle: eigene Erhebung

Ein sehr großer Teil der Befragten gibt an, häufig Zeitungen und Zeitschriften zu lesen (s. Abb. 32). Hier wird meist auf die Tageszeitung verwiesen. Die Stadtbücherei Wedel kommt diesem Bedarf bereits entgegen, indem sie die gängigen Tageszeitungen für ihre Nutzer im Lesesaal bereitstellt.

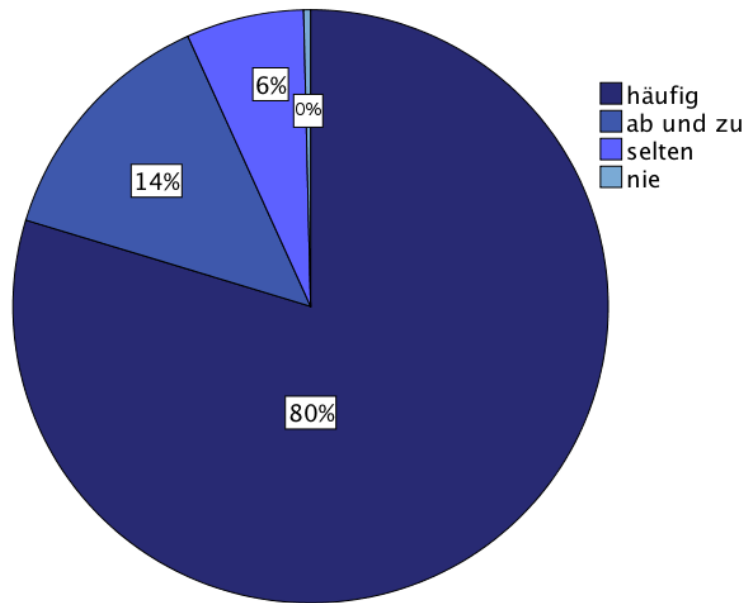


Abb. 33: Frage 2.1d "Wie oft nutzen Sie Fernsehen oder Radio?"

Quelle: eigene Erhebung

Abb. 33 stellt dar, wie oft die Befragten Fernsehen oder Radio nutzen. Wie zu erkennen ist, nutzt der überwiegende Teil beides sehr oft. Mehrfach zögern die Befragten bevor sie mit „häufig“ antworten. Außerdem lässt sich feststellen, dass die meisten der Älteren das Fernsehen als Informations- und Nachrichtenkanal nutzen.

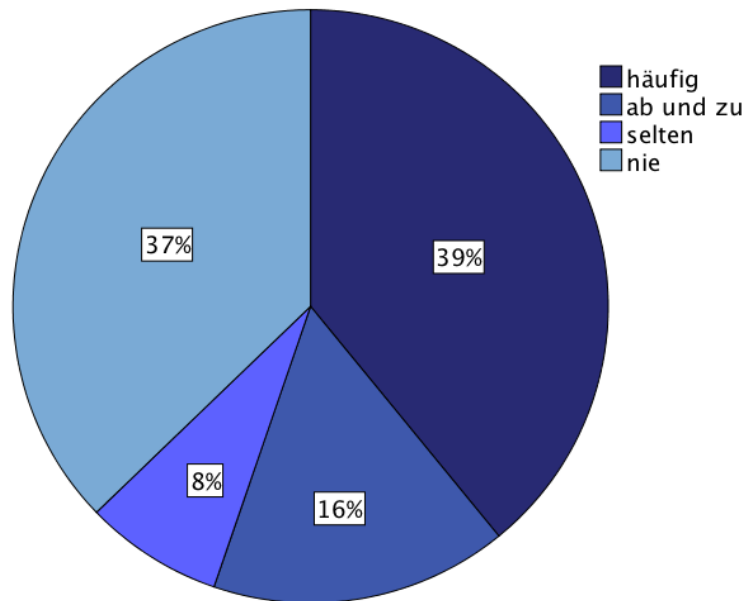


Abb. 34: Frage 2.1e "Wie oft nutzen Sie das Internet?"
Quelle: eigene Erhebung

Bei der Frage nach der Internetnutzung bilden sich zwei nahezu gleich große Blöcke (s. Abb. 34). Etwa die Hälfte der Befragten nutzt das Internet häufig oder ab und zu, während die andere Hälfte das Internet nur selten oder nie nutzt. Wie bereits in Kapitel 2.4.2 dargelegt, ist die Zuwachsrate von Internetnutzern bei den Älteren am höchsten. Es lässt sich also vermuten, dass sich bei dieser Frage die Anteile in Zukunft verschieben werden und mehr Ältere das Internet häufiger nutzen.

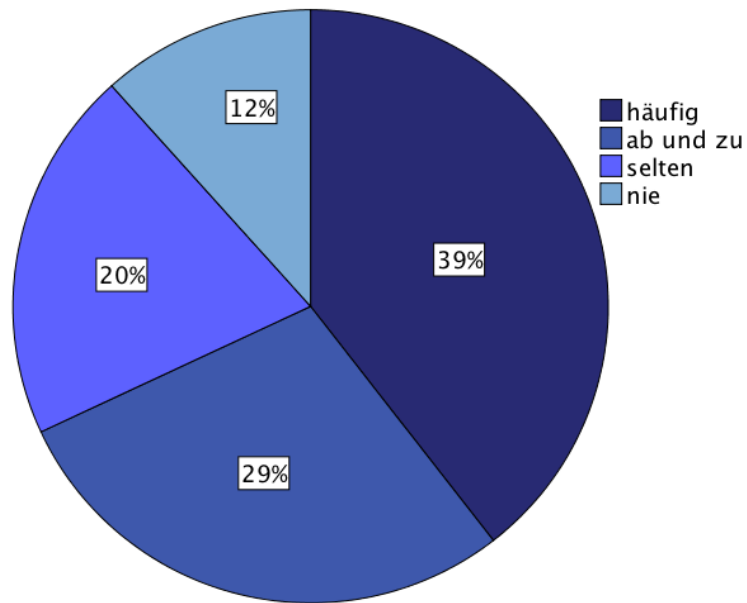


Abb. 35: Frage 2.1f "Wie oft hören Sie Musik?"

Quelle: eigene Erhebung

Nun wird danach gefragt, wie oft die Teilnehmer Musik hören. Darunter zählen Tonträger wie CDs und dergleichen, sowie Downloads aus dem Internet – nicht jedoch Radio. Hier zeigt sich, dass sich kein Trend ablesen lässt (s. Abb. 35).

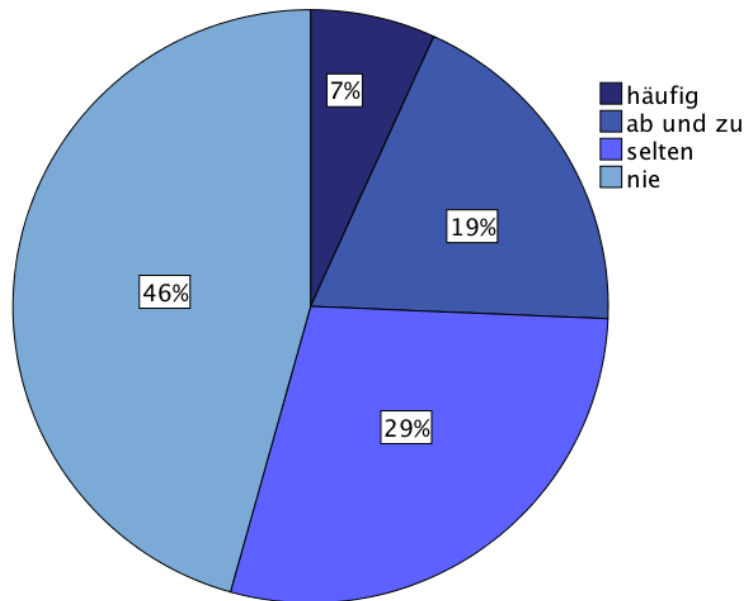


Abb. 36: Frage 2.1g "Wie oft sehen Sie Filme?"

Quelle: eigene Erhebung

Abb. 36 verrät, dass drei Viertel aller Befragten nur selten oder nie Filme ansehen. Dabei werden nur Filme berücksichtigt, die auf DVD, Bluray, Videokassetten o.ä. abgespielt werden. Kinobesuche und Fernsehfilme gehören nicht dazu.

Nun können die erhobenen Werte mit bereits bestehenden Werten verglichen werden (s. Tab. 10). Dazu haben Andreas Egger und Birgit van Eimeren in ihrem Artikel „Die Generation 60plus und die Medien“ zwei Studien ausgewertet und die Ergebnisse zusammengetragen. Es handelt sich bei den Studien um die Media-Analyse 2008 Radio II und die ARD/ZDF Onlinestudie 2008. Es wird der Anteil der Befragten betrachtet, die die verschiedenen Medien mindestens einmal im Monat nutzen. Diesen Daten werden die Ergebnisse der vorliegenden Erhebung gegenüber gestellt. Dazu werden die Anteile der mit „häufig“ und „ab und zu“ beantworteten Fragen addiert.

Medienart	Vorliegende Erhebung in Prozent	Vergleichswerte in Prozent ¹⁷⁸
Bücher	89,0	60,8
Hörbücher	12,0	-
Zeitungen und Zeitschriften	92,0	92,4 (Tageszeitung) und 70 (Zeitschrift)
Fernsehen und Radio	94,0	97,3 (Fernsehen) und 92,9 (Radio)
Internet	55,0	25,4
Musik	68,0	50,8
Filme	26,0	26,0

Tab. 10: Vergleich der Mediennutzung

Quelle: eigene Erhebung

Deutlich ist zu erkennen, dass sich einige Angaben ähneln, z.B. sind die Angaben zur Filmmutzung deckungsgleich. Auch bei der Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften sowie Fernsehen und Radio lassen sich Parallelen feststellen. Dagegen liegt die Internetnutzung in Wedel deutlich höher als bei den Vergleichswerten aus dem Jahr 2008.

¹⁷⁸ vgl. Egger 2008, S. 580

Der nun folgende Frageblock 2.2 wird allein den Befragten gestellt, die angegeben haben, Bücher und Hörbücher zu nutzen (Antwortmöglichkeiten „häufig“ und „ab und zu“).

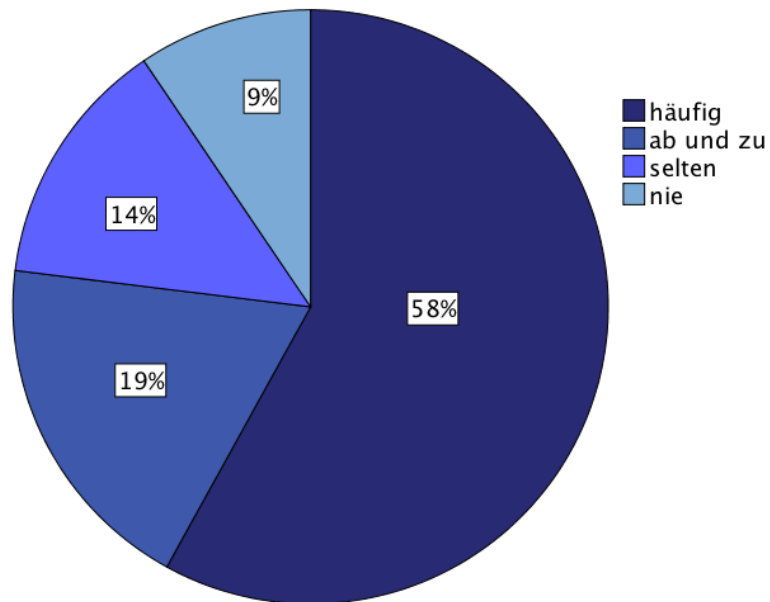


Abb. 37: Frage 2.2a "Wie oft nutzen Sie Unterhaltungsliteratur?"

Quelle: eigene Erhebung

Rund drei Viertel der Befragten geben an, oft Unterhaltungsliteratur (z.B. Romane und Biografien) zu nutzen (s. Abb. 37). Hier zeigt sich, dass die Stadtbücherei durch ihren Bestand an Unterhaltungsmedien bereits einen wichtigen Teil der gewünschten Literatur abdeckt.

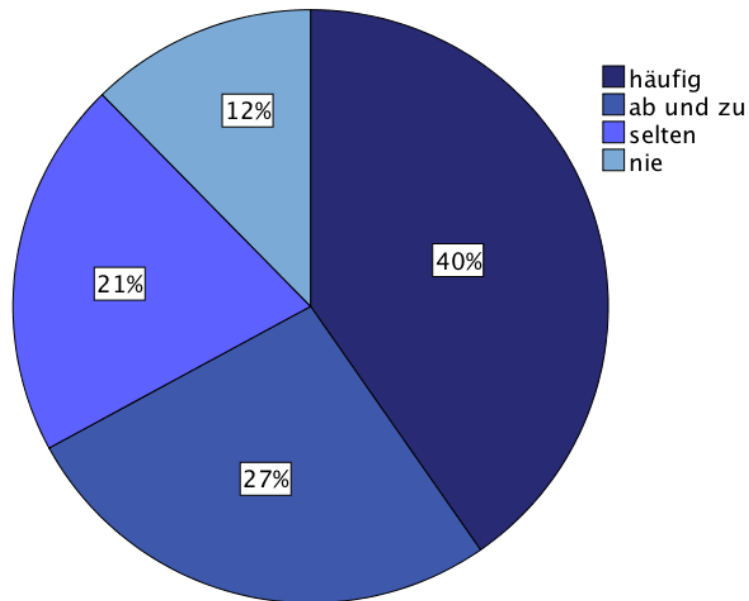


Abb. 38: Frage 2.2b "Wie oft nutzen Sie Sachmedien?"
Quelle: eigene Erhebung

Abb. 38 zeigt, dass neben der Unterhaltungsliteratur auch Sachmedien gerne genutzt werden. So gibt mehr als die Hälfte der Befragten an, diese häufig bzw. ab und zu zu nutzen. Dieses Ergebnis steht im Einklang mit den Angaben aus Frage 1d. Hier geben fast drei Viertel der Teilnehmer an, sich regelmäßig weiterzubilden.

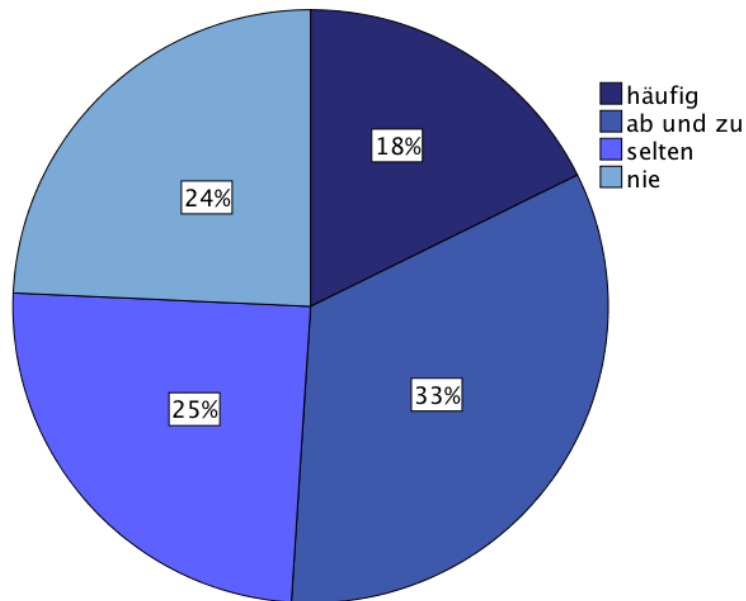


Abb. 39: Frage 2.2c "Wie oft nutzen Sie Ratgeber oder Reiseführer?"

Quelle: eigene Erhebung

In den Fragebögen werden Ratgeber und Reiseführer gezielt in einer separaten Frage aufgenommen. Es wird vermutet, dass ältere Menschen aufgrund ihrer Reiselust öfter Reiseführer zurate ziehen.

In Abb. 39 ist zu erkennen, dass sich bei der Nutzung von Ratgebern und Reiseführern keine eindeutige Tendenz feststellen lässt. So nutzt die Hälfte der Befragten diese Medien öfter, während die andere Hälfte der Befragten angibt, nur selten oder nie auf Ratgeber zurückzugreifen.

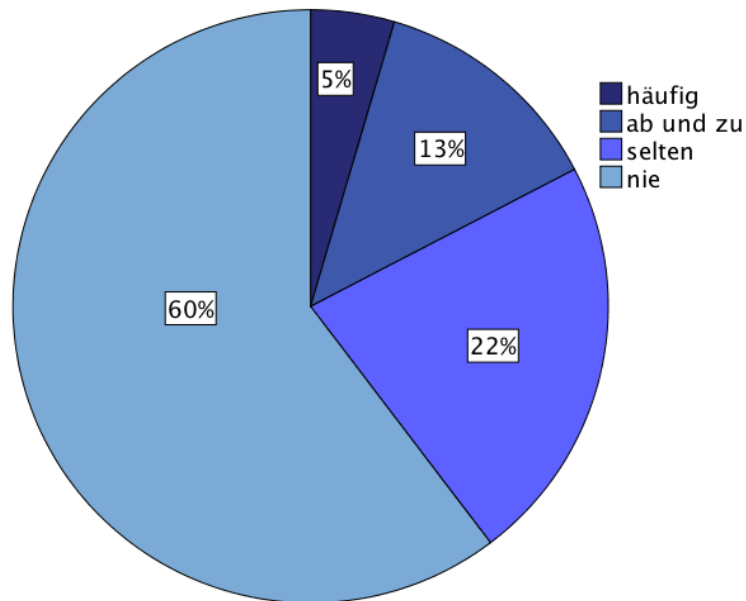


Abb. 40: Frage 2.2d "Wie oft nutzen Sie Kinder- und Jugendbücher?"

Quelle: eigene Erhebung

Bei der Aufnahme von Frage 2.2d in die Fragebögen wird anheimgestellt, dass ältere Menschen regelmäßig Enkelkinder betreuen und so mit Kinder- und Jugendbüchern in Kontakt kommen. Dies wird jedoch schon durch Frage 1.a widerlegt, da nur 32% der Befragten öfter Kinder betreuen. So zeigt sich, dass auch nur 18% häufig oder ab und zu Kinder- und Jugendbücher nutzen (s. Abb. 40).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Unterhaltungs- und Sachmedien stark genutzt werden. Entgegen der anfänglichen Vermutung gilt dies nicht für Ratgeber und Reiseführer. Weiterhin ist auch das Interesse an Kinder- und Jugendbüchern gering.

Nun folgt Frageblock 2.3, der sich mit den Nutzungsgewohnheiten im Internet beschäftigt. Diese Fragen werden in den Fragebogen aufgenommen um herauszufinden, ob die Stadtbücherei Wedel ältere Nutzer auch über das Internet ansprechen kann.

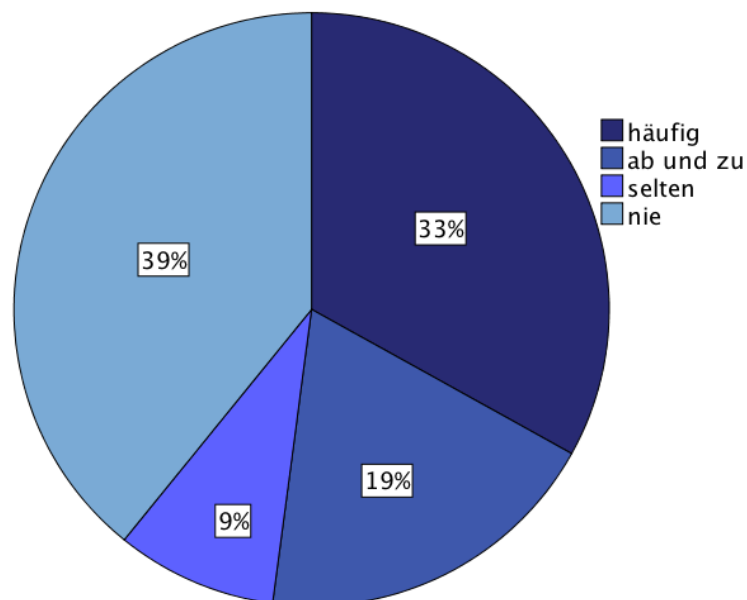


Abb. 41: Frage 2.3a "Wie oft recherchieren Sie im Internet zu einem Thema, das Sie interessiert?"

Quelle: eigene Erhebung

Rund die Hälfte der Befragten recherchiert online (s. Abb. 41). Daraus wird ersichtlich, dass das Internet auch von Älteren als Informationsquelle genutzt wird. Durch einen ansprechenden Internetauftritt und einen benutzerfreundlichen OPAC kann die Stadtbücherei diesen internetaffinen Nutzern begegnen.

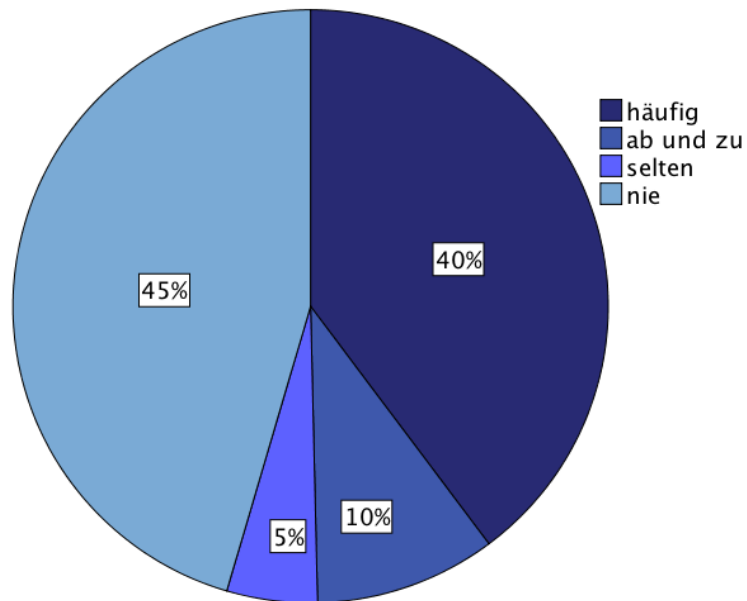


Abb. 42: Frage 2.3b "Wie oft nutzen Sie E-Mails oder soziale Netzwerke?"

Quelle: eigene Erhebung

Abb. 42 zeigt, dass die Hälfte der Teilnehmer das Internet als Kommunikationsmedium nutzt. Auch diesen Trend kann die Stadtbücherei aufgreifen, um bspw. Newsletter an ältere Nutzer zu versenden. Andererseits sollte dabei nicht vergessen werden, dass die Hälfte der Befragten keine E-Mails nutzt.

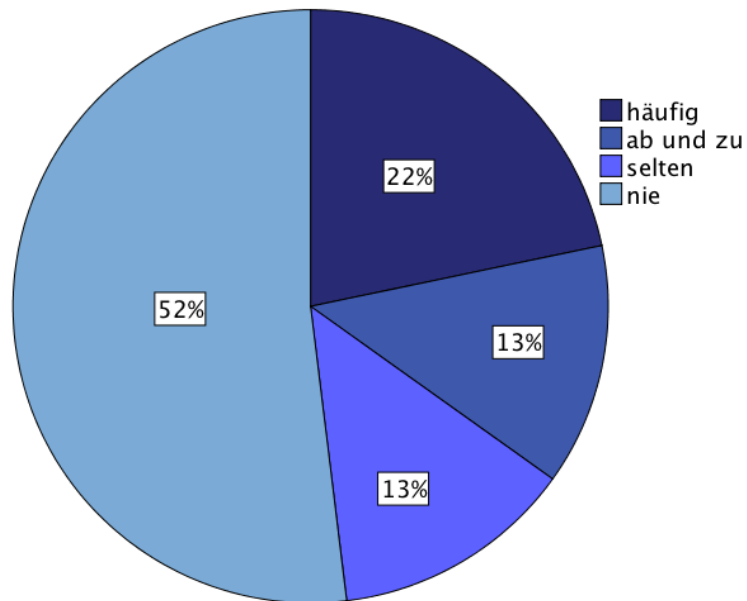


Abb. 43: Frage 2.3c "Wie oft lesen Sie Nachrichten und Aktuelles im Internet?"

Quelle: eigene Erhebung

Die Mehrheit der Befragten gibt an, keine Nachrichten im Internet zu lesen (s. Abb. 43). Dieses Ergebnis deckt sich mit dem aus Frage 2.1d, wonach dem Fernsehen und Radio die wichtigste Rolle als Nachrichtenquelle zukommt.

Die folgende Frage wird nur denjenigen gestellt, die bei allen Fragen zum Thema Internet „nie“ geantwortet haben.

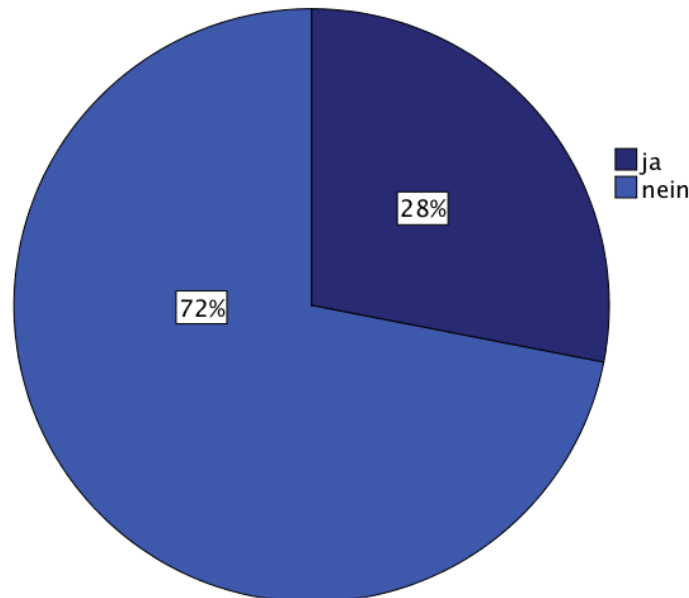


Abb. 44: Frage 2.3d "Haben Sie trotzdem grundsätzlich Interesse daran, den Umgang mit dem PC und dem Internet zu erlernen?"

Quelle: eigene Erhebung

Der überwiegende Teil der Befragten möchte den Umgang nicht erlernen (s. Abb. 44). Für das Angebot eines Grundlagenkurses in der Stadtbücherei besteht also kein Bedarf. Wie in Kapitel 3.2.1 dargestellt, besteht generell keine hohe Nachfrage nach Computerkursen.

Es könnte vermutet werden, dass das Erlernen als zeitintensiv und anstrengend eingeschätzt wird und dies zu einer größeren Hemmschwelle führt.

Zusammenfassend lässt sich erkennen, dass Ältere das Internet vorwiegend zur Recherche und Kommunikation nutzen, weniger für das Verfolgen von Nachrichten.

3.2.3 Befragung der aktiven Nutzer

Nun wird der vierte Frageblock aus der Umfrage in der Stadtbücherei ausgewertet. Die aktiven Nutzer werden zu sieben Bereichen befragt, die die Stadtbücherei betreffen.

Die Teilnehmer bekommen eine Aussage vorgelesen, der sie entweder zustimmen oder sie ablehnen können. In den folgenden Diagrammen wird außerdem zwischen männlichen und weiblichen Befragten unterschieden.

Allgemeines

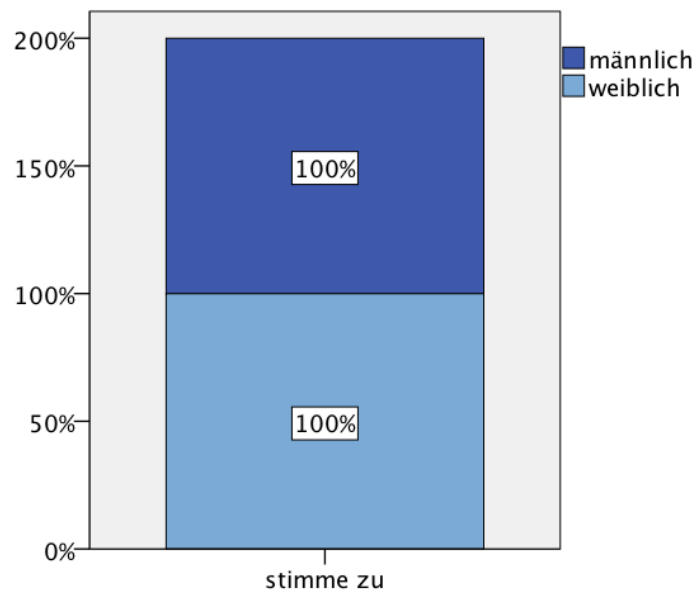


Abb. 45: Frage 4b "Ich fühle mich in der Bücherei wohl."

Quelle: eigene Erhebung

Aus Abb. 45 geht deutlich hervor, dass sich die Befragten in der Bücherei wohlfühlen. Der Büchereibesuch stellt somit ein positives Erlebnis dar.

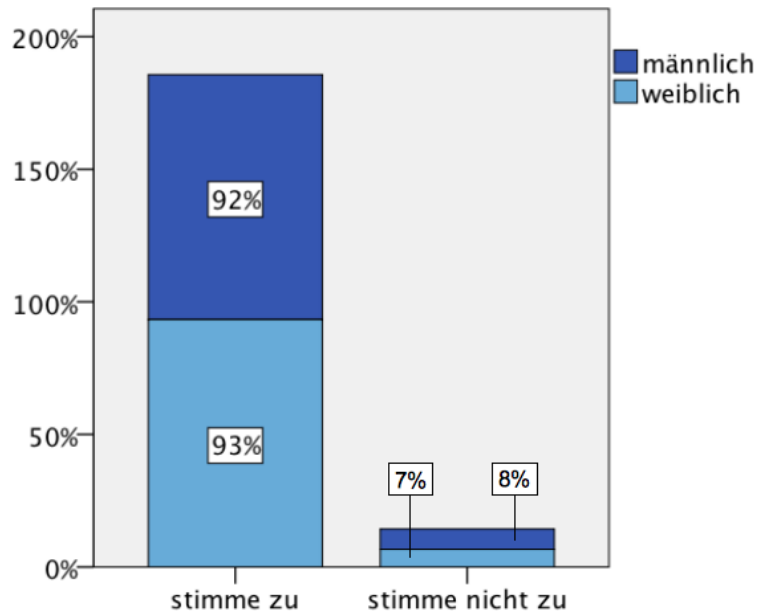


Abb. 46: Frage 4c "Ich habe mit der Bücherei noch keine schlechten Erfahrungen gemacht."

Quelle: eigene Erhebung

Ein geringer Prozentsatz der Befragten gibt an, in der Vergangenheit schlechte Erfahrungen mit der Bücherei gemacht zu haben (s. Abb. 46). Die Nutzer bleiben der Stadtbücherei dennoch treu. Es kann vermutet werden, dass die jeweiligen Erfahrungen nicht allzu schwerwiegend waren.

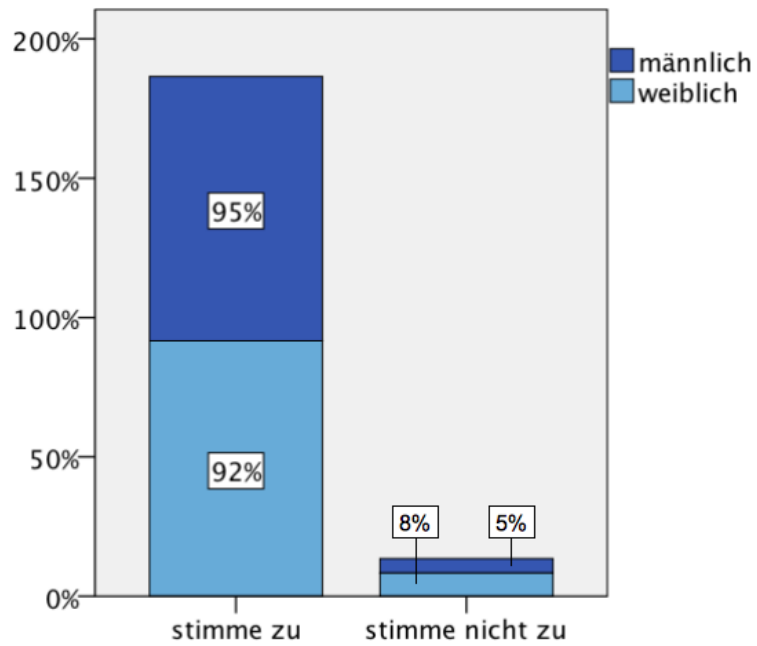


Abb. 47: Frage 4d "Die Benutzung der Bücherei ist einfach."

Quelle: eigene Erhebung

Für die meisten Befragten ist die Nutzung der Bücherei einfach. Wie Abb. 47 zeigt, lehnen nur 8% der Frauen und 5% der Männer diese Aussage ab.

Angebot

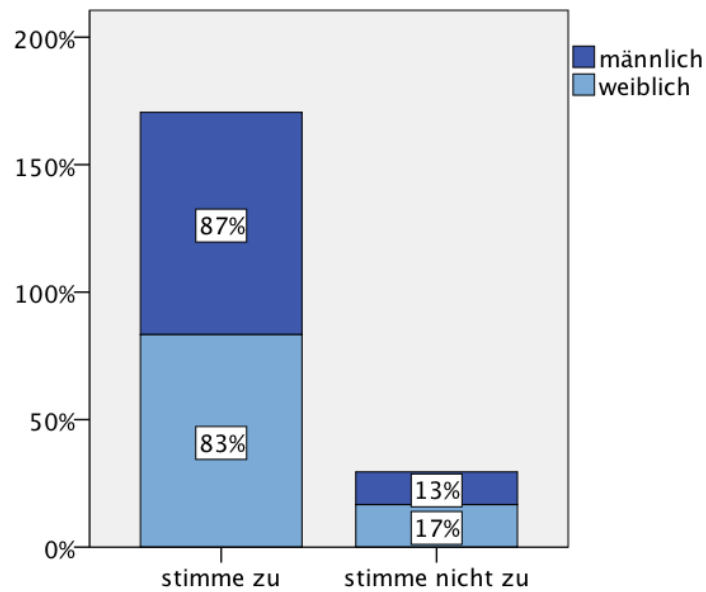


Abb. 48: Frage 4e "Das Angebot der Stadtbücherei ist aktuell."

Quelle: eigene Erhebung

15% der Teilnehmer (arithmetisches Mittel des Anteils der Männer und Frauen, die nicht zugestimmt haben) finden das Angebot der Stadtbücherei nicht aktuell (s. Abb. 48). Dies begründen sie teilweise damit, dass aktuelle Bestseller nicht ausreichend oder schnell genug vorhanden sind.

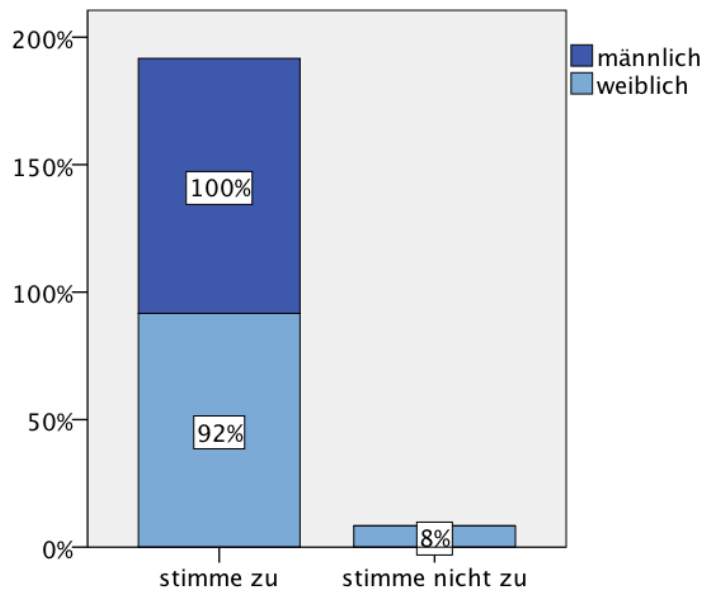


Abb. 49: Frage 4f "Der Zustand der Bücher ist gut."

Quelle: eigene Erhebung

Beim Zustand der Bücher sind sich die Befragten beinahe einig. Alle befragten Männer und der überwiegende Teil der Frauen stimmen der Aussage zu (s. Abb. 49). Wie bereits in Kapitel 3.2.2 dargestellt, sind Bücher ein stark genutztes Medium. So ist es eine zufriedenstellende Erkenntnis, dass die Bücher der Stadtbücherei Wedel auf die Nutzer einen gepflegten Eindruck machen.

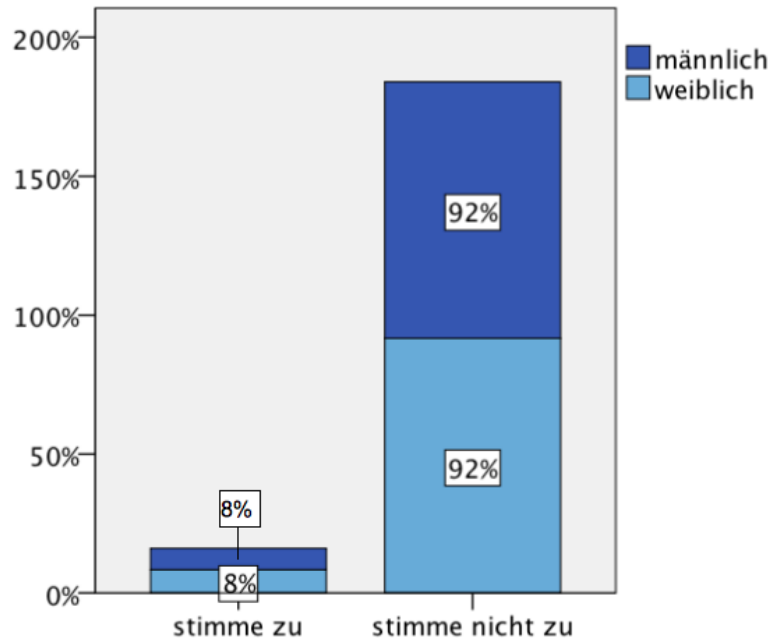


Abb. 50: Frage 4g "Ich leihe hauptsächlich Musik, Filme und/oder Hörbücher aus."

Quelle: eigene Erhebung

Abb. 50 zeigt, dass der Großteil der Befragten hauptsächlich Bücher ausleiht. Der Anteil der Älteren, die hauptsächlich Musik, Filme und Hörbücher ausleihen, liegt nur bei 8%.

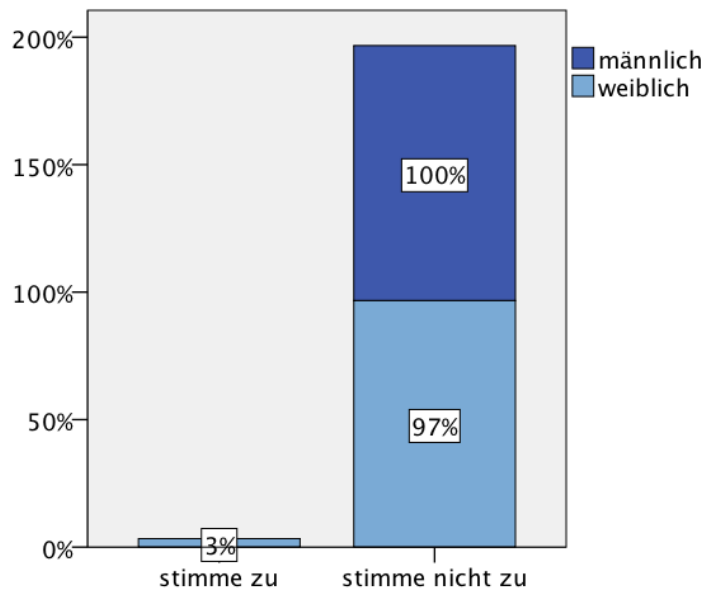


Abb. 51: Frage 4h "Ich leihe hauptsächlich eMedien aus."

Quelle: eigene Erhebung

Wie aus Abb. 51 hervorgeht, wird die Stadtbücherei nicht genutzt um vorwiegend eMedien auszuleihen. Das gedruckte Buch stellt nach wie vor das für die Stadtbücherei wichtigste Medium dar.

Service

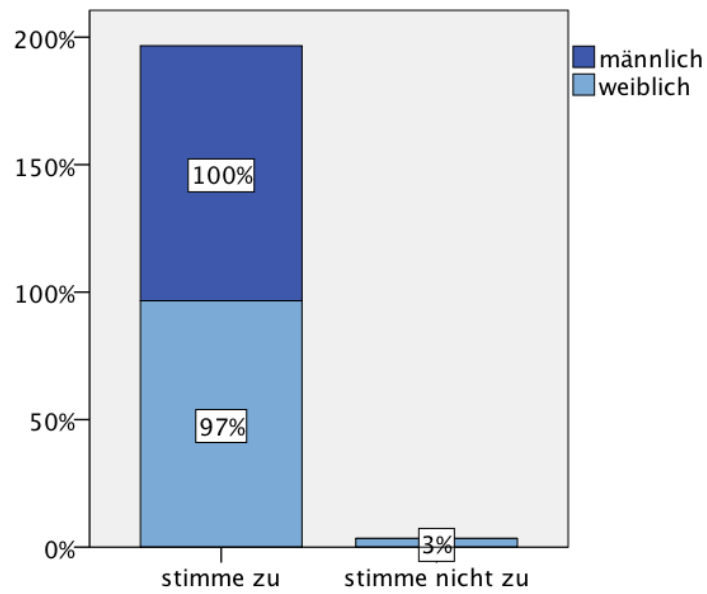


Abb. 52: Frage 4i "Die Mitarbeiter sind freundlich und hilfsbereit."

Quelle: eigene Erhebung

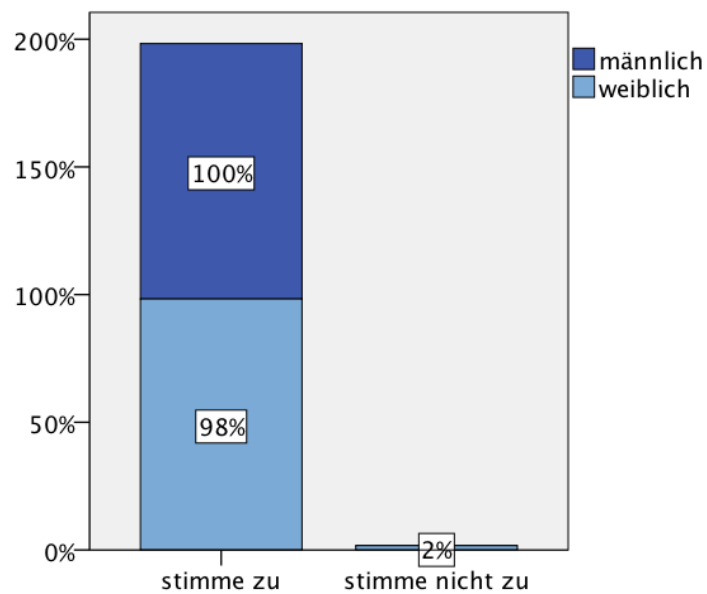


Abb. 53: Frage 4j "Die Mitarbeiter sind kompetent."

Quelle: eigene Erhebung

Die Mitarbeiter der Stadtbücherei machen auf ältere Nutzer einen freundlichen und hilfsbereiten Eindruck (s. Abb. 52). Ebenso schätzen die Befragten die Kompetenz der Mitarbeiter (s. Abb. 53). Wie bereits in Kapitel 2.5.2 erläutert, ist individuelle Beratung und persönlicher Service ein wichtiger Aspekt um ältere Kunden zu binden.

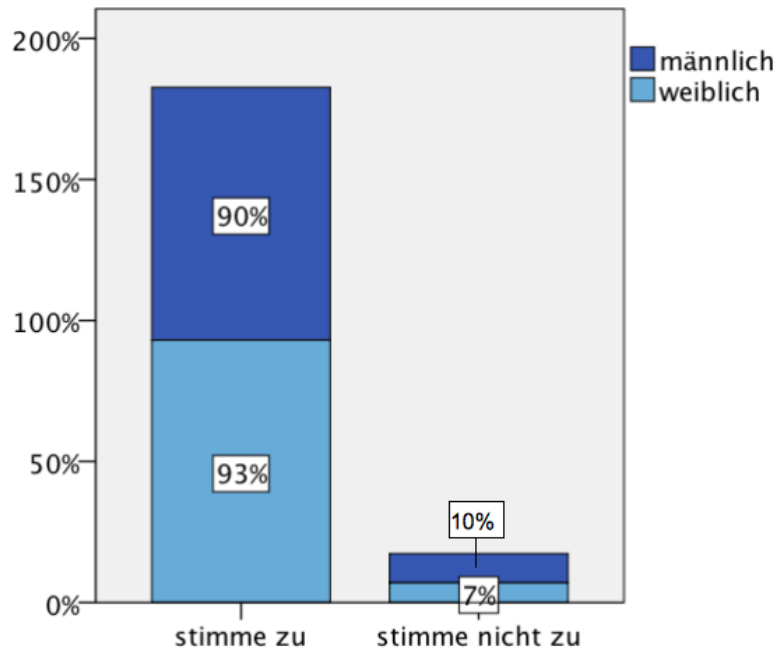


Abb. 54: Frage 4k "Die Mahngebühren sind angemessen."
Quelle: eigene Erhebung

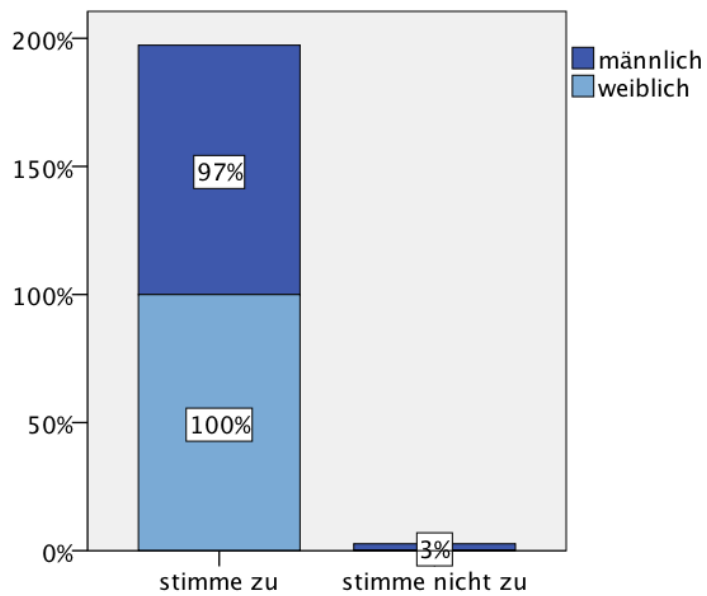


Abb. 55: Frage 4l "Die Nutzungsgebühren sind angemessen."
Quelle: eigene Erhebung

Sowohl Mahn- als auch Nutzungsgebühren werden als angemessen betrachtet (s. Abb. 54 und 55). Dabei wird die jährliche Nutzungsgebühr von beinahe allen Befragten akzeptiert. Die Mahngebühren hingegen sind für einen kleinen Teil der Befragten nicht annehmbar: 10% der Männer und 7% der Frauen finden die Mahngebühren zu hoch.

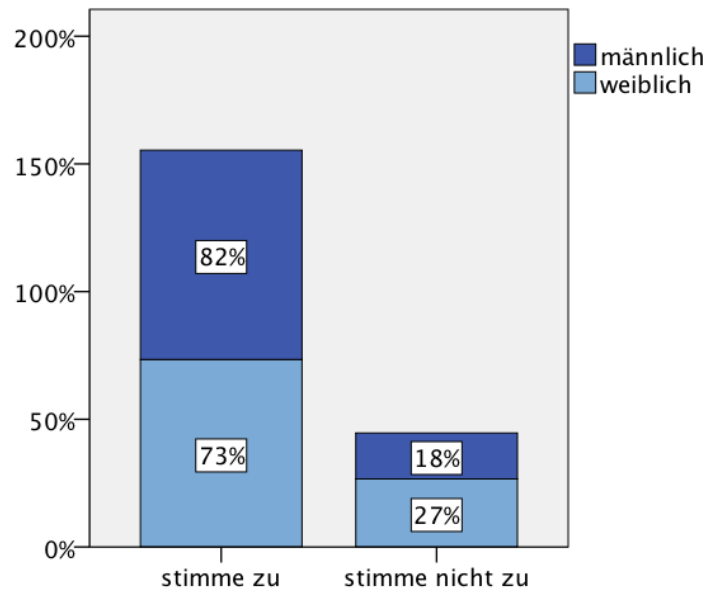


Abb. 56: Frage 4m "Die Öffnungszeiten sind angemessen."

Quelle: eigene Erhebung

Der größere Teil der Befragten gibt an, mit den Öffnungszeiten zufrieden zu sein (s. Abb. 56). Manche begründen dies mit ihrem Ausstieg aus dem Erwerbsleben. Sie können sich deswegen gut nach den Öffnungszeiten richten. Diejenigen, die mit den aktuellen Öffnungszeiten unzufrieden sind, werden gefragt, ob sie einen Vorschlag zur Verbesserung haben. Die genannten Vorschläge werden in Tab. 11 zusammengefasst.

Öffnungszeiten	Anzahl der Nennungen
mittags öffnen	14
sonnabends länger	7
abends länger	6
Mittwoch nachmittags	5
einheitliche Öffnungszeiten	2
vormittags später	1

Tab. 11: Vorschläge zu den Öffnungszeiten sortiert nach Häufigkeit (AN)
(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: eigene Erhebung

Am häufigsten wird gewünscht, die Stadtbücherei über Mittag geöffnet zu lassen. Zudem würden sich die aktiven Nutzer über eine längere Öffnungszeit am Sonnabend sowie abends und mittwochs freuen.

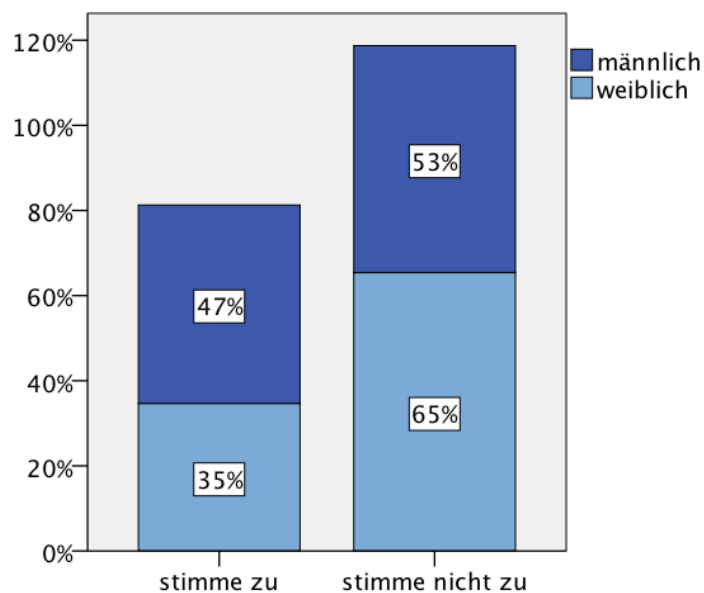


Abb. 57: Frage 4n "Es gefällt mir, dass ich Medien online suchen oder verlängern kann."

Quelle: eigene Erhebung

Die meisten der Befragten nutzen nicht die Möglichkeit ihre Medien online zu verlängern, bzw. sind nicht zufrieden mit diesem Angebot (s. Abb. 57). Es ist zu beobachten, dass Männer eher dazu bereit sind die Verlängerungs-

funktion in Anspruch zu nehmen.

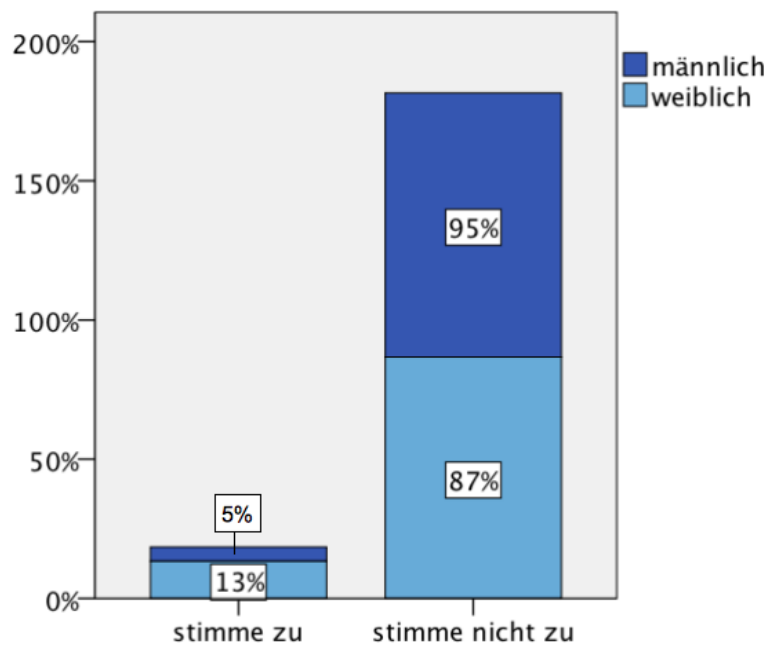


Abb. 58: Frage 4o "Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden."

Quelle: eigene Erhebung

Wie bereits in Kapitel 3.2.1 dargestellt, besteht unter den aktiven Nutzern kein Bedarf an einem Medienlieferdienst. Abb. 58 zeigt auf, dass die meisten von den Befragten, die der Aussage zustimmen, Frauen sind. Falls die Stadtbücherei sich dazu entscheidet, das Angebot LiteraTour stärker zu bewerben, so könnte mit einer höheren Resonanz von Frauen gerechnet werden.

Die Befragten, die angeben sich einen Medienlieferdienst zu wünschen, werden danach befragt, ob sie wissen, dass die Stadtbücherei diesen Service anbietet. Hier antworten zwei Drittel, dass sie dieses Angebot bereits kennen (keine Abb.).

Räumlichkeiten

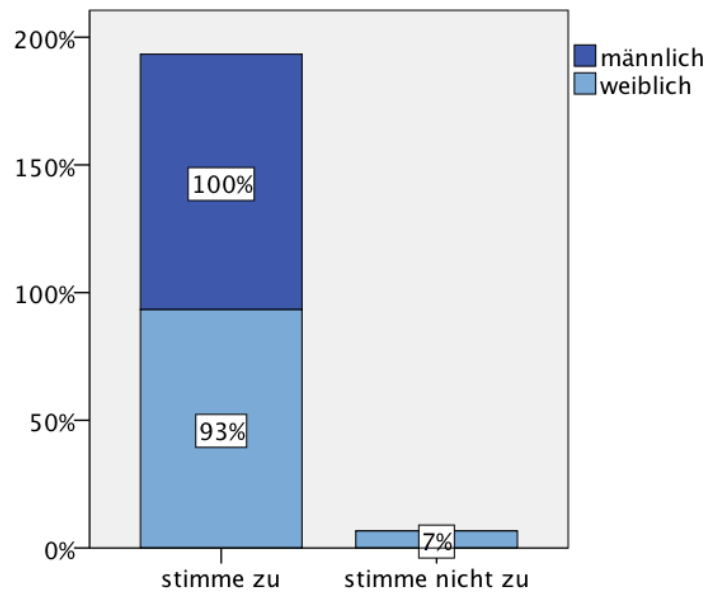


Abb. 59: Frage 4p "Die Stadtbücherei ist gut zu erreichen."

Quelle: eigene Erhebung

Wie aus Abb. 59 zu entnehmen ist, sind die meisten der Befragten der Ansicht, dass die Stadtbücherei gut zu erreichen ist. Dieses positive Ergebnis kommt eventuell dadurch zustande, dass die Stadtbücherei in Nähe des Bahnhofs und der Innenstadt liegt. Allerdings wird bei der mündlichen Befragung beobachtet, dass einige Nutzer die Parksituation bemängeln. Ebenso wird mehrmals erwähnt, dass der ursprüngliche Standort direkt in der Bahnhofstraße besser zu erreichen gewesen sei.

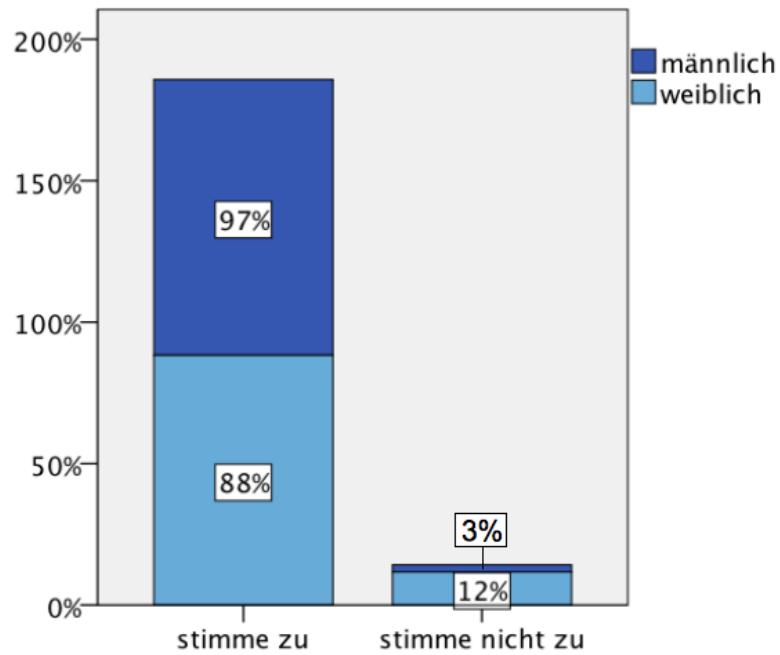


Abb. 60: Frage 4q "Ich kann mich in der Bücherei gut orientieren."

Quelle: eigene Erhebung

Wie bereits in Kapitel 3.2.1 dargelegt, gibt es einen Teil der aktiven Nutzer, der sich in der Bücherei nicht gut orientieren kann. Hierbei wird erwähnt, dass die Aufstellung nicht intuitiv nachvollziehbar sei. Die Mehrheit jedoch kommt in der Bücherei gut zurecht (s. Abb. 60).

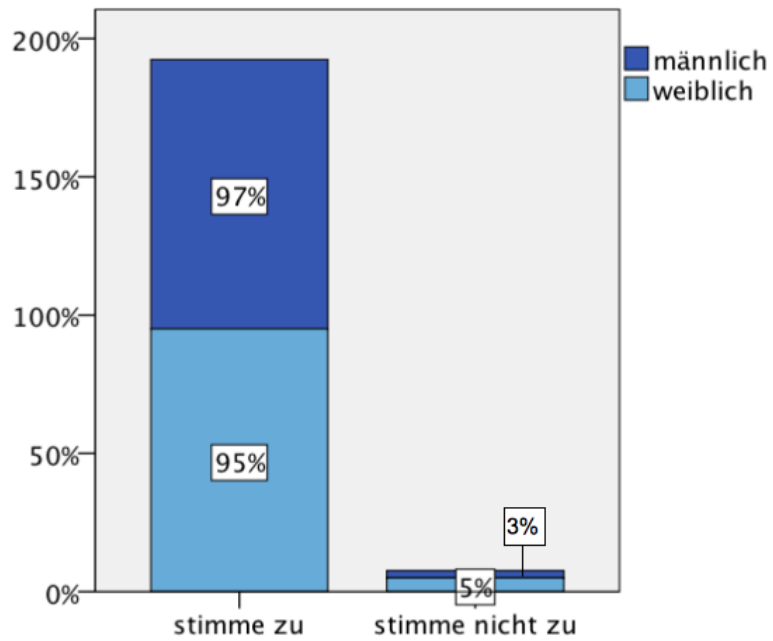


Abb. 61: Frage 4r "Die Räumlichkeiten sind attraktiv."

Quelle: eigene Erhebung

Die Räumlichkeiten der Stadtbücherei Wedel werden von den Älteren als attraktiv wahrgenommen (s. Abb. 61).

Als Verbesserungsvorschlag wird u.a. genannt, mehr Rückzugsorte einzurichten, die zum Verweilen einladen. Weiterhin wird angemerkt, dass die Lüftung nicht optimal eingestellt sei und ein unangenehmer Luftzug spürbar sei.

Zusatzangebote

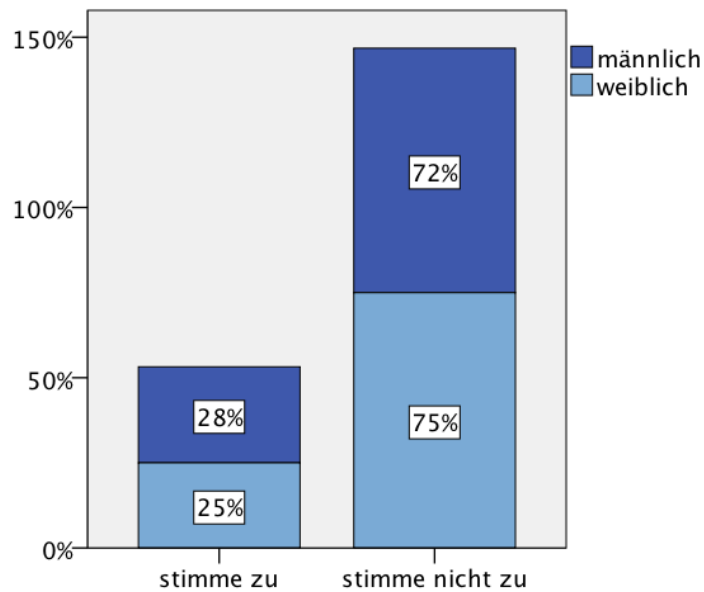


Abb. 62: Frage 4s "Die Veranstaltungen interessieren mich."

Quelle: eigene Erhebung

Wie aus Abb. 62 hervorgeht, sind die in der Stadtbücherei stattfindenden Veranstaltungen für die meisten älteren Nutzer weniger interessant. Lediglich ein knappes Drittel der Befragten interessiert sich für die Veranstaltungen. Dies ist insofern erstaunlich, dass die Stadtbücherei Wedel zahlreiche Veranstaltungen zu verschiedenen Themen anbietet.

Die Teilnehmer werden befragt, welche Veranstaltungen ihnen besonders gut gefallen (s. Tab. 12).

Welche Veranstaltungen gefallen besonders gut?	Anzahl der Nennungen
Lesungen	18
Themenvorträge	4
Flohmarkt	3
Konzerte	2
Buchempfehlungen	1
Familienveranstaltungen	1
Workshops	1

Tab. 12: Beliebte Veranstaltungen sortiert nach Häufigkeit (AN)

(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: eigene Erhebung

Besonders häufig werden Lesungen genannt. Es folgen Themenvorträge und der regelmäßig stattfindende Flohmarkt, der vom Förderverein organisiert wird.

Anschließend wird gefragt, welche Veranstaltungen den aktiven Nutzern gefallen würden (s. Tab. 13).

Welche Veranstaltungen würden gefallen?	Anzahl der Nennungen
Lesungen	17
Themenvorträge	8
Buchempfehlungen	8
Konzerte	7
Ausstellungen	5
Workshops	2

Tab. 13: Vorschläge zu Veranstaltungen sortiert nach Häufigkeit (AN)

(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: eigene Erhebung

Den Spitzenplatz unter den gewünschten Veranstaltungen nehmen Lesungen ein. Mit weniger Nennungen folgen Themenvorträge und Buchempfehlungen. Außerdem wird angemerkt, dass Veranstaltungen häufiger am Vor-

mittag stattfinden sollten. Dies deckt sich mit den Ergebnissen aus Kapitel 2.4.1, in dem dargelegt wird, dass Ältere vor allem vormittags außer Haus sind.

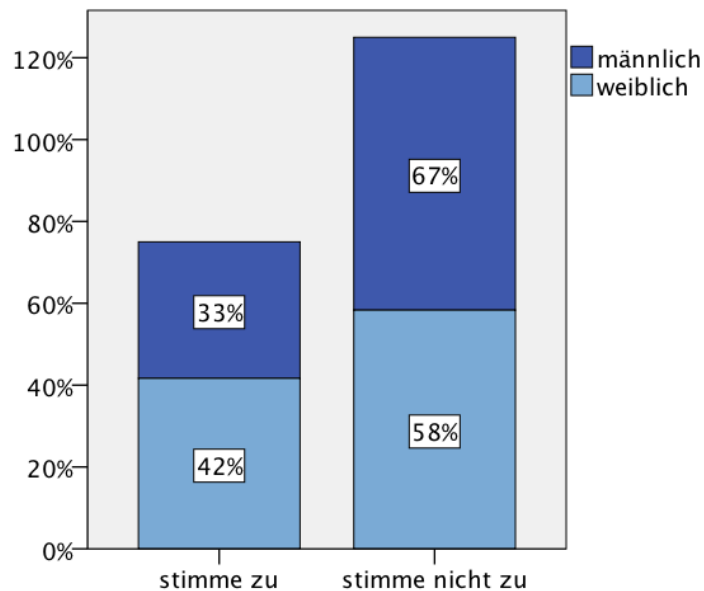


Abb. 63: Frage 4t "Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

Wie bereits in Kapitel 3.2.1 festgestellt, wünscht sich der Großteil der aktiven Nutzer keine Cafeteria in der Stadtbücherei. Lediglich ein Drittel der Männer und 42% der Frauen geben an, dass eine Cafeteria wünschenswert ist (s. Abb. 63). Weiterhin wird angemerkt, dass eine größere Cafeteria einen nicht unerheblichen Lärmpegel mit sich bringt. Das bestehende Lese-Café deckt weitgehend die Ansprüche der Nutzer.

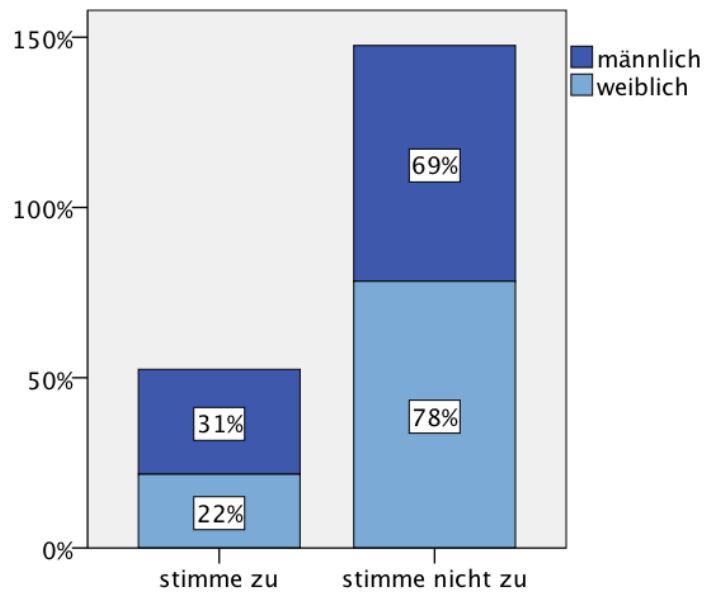


Abb. 64: Frage 4u "Ich wünsche mir, dass es eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren sowie zusätzliche PC-Arbeitsplätze in der Bücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

Nur ein Viertel der Befragten wünscht sich eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren und zusätzliche PC-Arbeitsplätze (s. Abb. 64). Mehrere Teilnehmer sagen zudem aus, dass sie bei Interesse ein Fachgeschäft für Elektronikartikel aufsuchen würden.

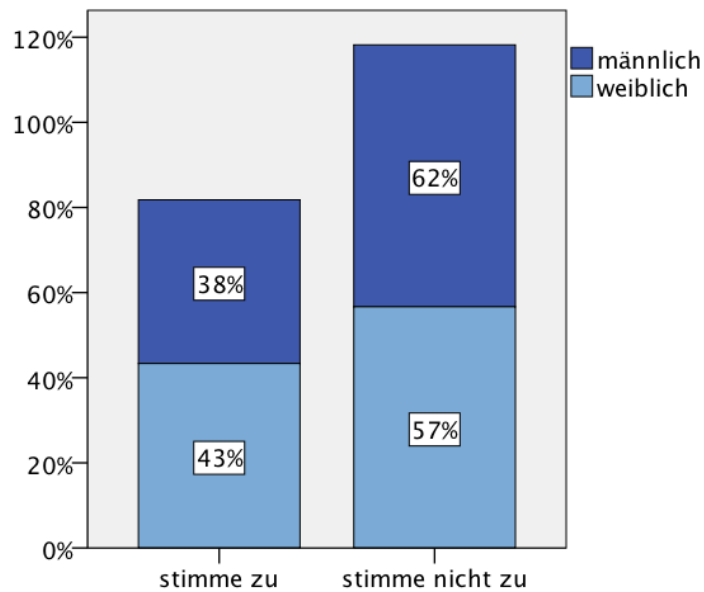


Abb. 65: Frage 4v "Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

In Abb. 65 ist zu erkennen, dass etwas mehr als die Hälfte der Befragten keinen Wunsch nach PC-Kursen in der Stadtbücherei Wedel hegt. In Kapitel 3.2.1 wird dieses Ergebnis mit den anderen Befragungen verglichen. Grundkurse zur Bedienung von Computern sind nicht Aufgabe der Stadtbücherei, wie einige Teilnehmer erwähnen. Dagegen sind Schulungen zur Recherche und Bedienung des OPACs oft gefragt.

Andere Bezugsquellen

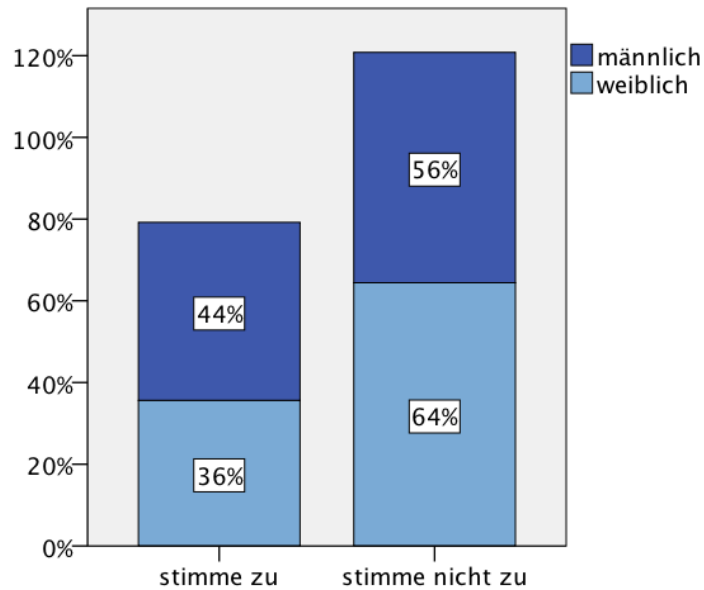


Abb. 66: Frage 4w "Ich bringe jemand anderem Bücher aus der Bücherei mit."

Quelle: eigene Erhebung

Auch wenn es laut §5, Abs. 2 der Satzung der Stadtbücherei Wedel nicht gestattet ist, Medien Dritten zu überlassen, wird dies in der Praxis oft getan¹⁷⁹. Dieser Anteil macht jedoch nicht die Mehrheit der Befragten aus (s. Abb. 66).

¹⁷⁹ vgl. Stadtbücherei Wedel 2006b, Abruf: 04.01.2013

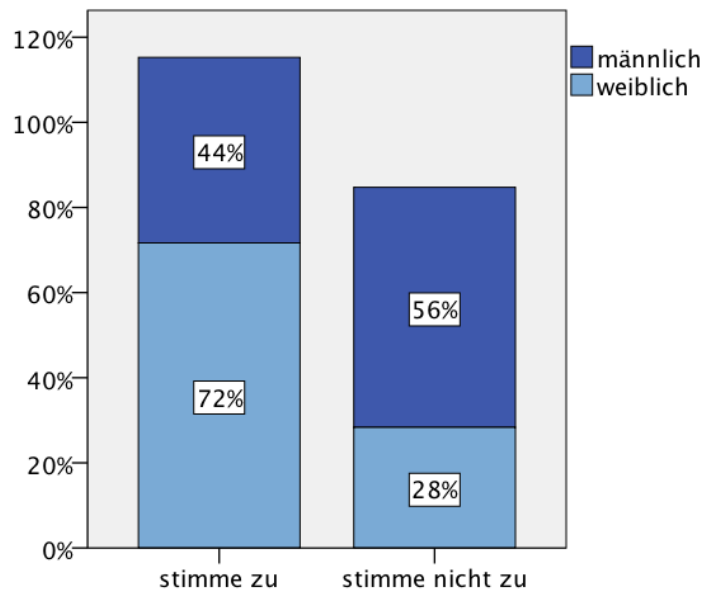


Abb. 67: Frage 4x "Zusätzlich zu meinen ausgeliehenen Büchern und Medien, tausche ich z.B.mit Familie, Freunden."

Quelle: eigene Erhebung

Nicht nur in der Stadtbücherei werden Medien verliehen. Wie aus Abb. 67 hervorgeht, tauschen die meisten Älteren mit ihrer Familie oder Freunden eigene Bücher aus. Vor allem die weiblichen Befragten nutzen sowohl die Stadtbücherei als auch private Tauschmöglichkeiten.

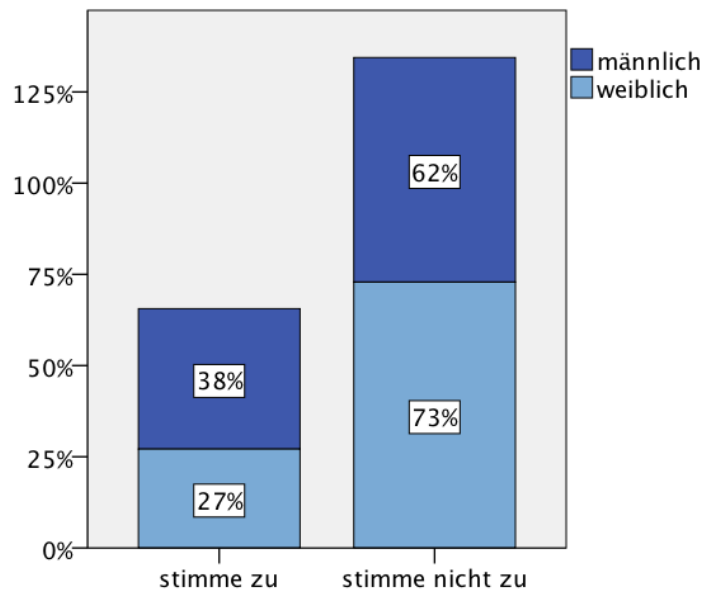


Abb. 68: Frage 4y "Zusätzlich zu meinen ausgeliehenen Büchern lese ich Texte, Nachrichten u.ä. im Internet."

Quelle: eigene Erhebung

Das Lesen von Nachrichten und anderen Texten im Internet ist unter den älteren Nutzern nicht sehr weit verbreitet (s. Abb. 68). Hier wird als Begründung das anstrengende Lesen am Bildschirm genannt.

In Anbetracht der Ergebnisse aus den zwei folgenden Befragungen wird dennoch ersichtlich, dass die aktiven Nutzer am häufigsten Texte im Internet lesen.

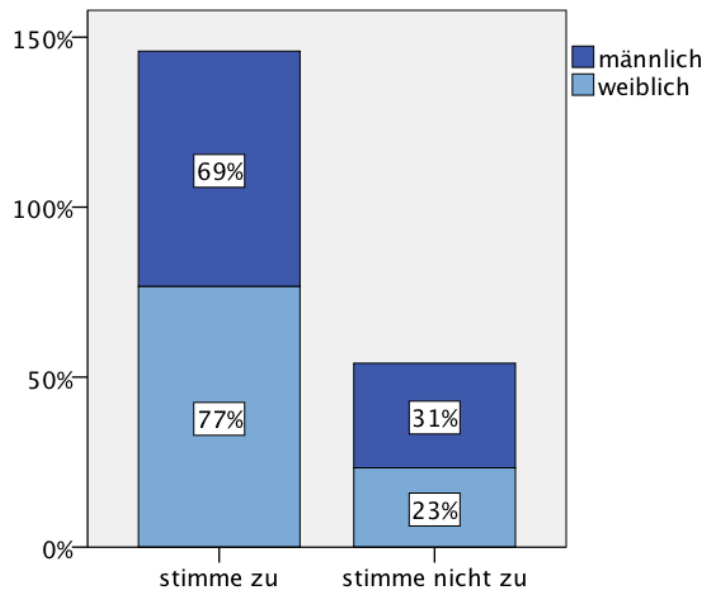


Abb. 69: Frage 4z "Zusätzlich zu meinen ausgeliehenen Büchern und Medien kaufe ich mir Bücher und Medien selbst."

Quelle: eigene Erhebung

Auch wenn ältere Nutzer sich Medien über die Stadtbücherei beschaffen, kaufen sie weiterhin viele Medien selbst (s. Abb. 69). Knapp drei Viertel der Befragten stimmen der oben genannten Aussage zu.

Sonstiges

Zum Abschluss werden die Teilnehmer aufgefordert, Vorschläge zur Verbesserung der Stadtbücherei Wedel zu nennen. Diese sind in Tab. 14 zusammengefasst.

Weitere Vorschläge	Anzahl der Nennungen
Anordnung der Bücher	4
Workshops zu eMedien und Recherche	3
Parkplätze	3
OPAC vereinfachen	2
Café erweitern	2
Aktuellere Medien	1
Gemütlichere Einrichtung	1
Ausleihdauer eBooks verlängern	1
Computerhilfe	1
Erreichbarkeit verbessern	1
Erinnerungsmails	1
Sitzgelegenheiten draußen	1
Bücher besser erreichbar einstellen	1
Freundlichere Mitarbeiter	1

Tab. 14: Weitere Vorschläge sortiert nach Häufigkeit (AN)

(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: eigene Erhebung

Am häufigsten wird vorgeschlagen, die Anordnung der Bücher verständlicher zu gestalten, z.B. alphabetisch statt nach Themen. Weiterhin sind Workshops zu eMedien und Recherche gewünscht (s. Frage 4v). Außerdem wird die Parkplatzsituation bemängelt.

Zusammenfassend lässt sich erkennen, dass die aktiven Nutzer ein sehr positives Bild der Stadtbücherei haben. Sie fühlen sich in der Stadtbücherei wohl und sind mit dem Angebot und Service – auch den Gebühren – äußerst zufrieden. Lediglich bei den Öffnungszeiten könnten Verbesserungen angestrebt werden. Die Räumlichkeiten sowie die Lage sind attraktiv. Weiterhin beziehen die aktiven Nutzer ihre Medien nicht nur aus der Stadtbücherei sondern auch aus anderen Quellen. Überraschend ist das eher geringe Interesse an den zahlreichen Veranstaltungen der Stadtbücherei Wedel.

3.2.4 Befragung der ehemaligen Nutzer

Nun wird der vierte Frageblock aus der schriftlichen Umfrage ausgewertet, die den ehemaligen Nutzern zugeschickt wurde. Die folgenden sieben Bereiche bzgl. der Stadtbücherei decken sich mit den Bereichen aus Kapitel 3.2.3.

Die Teilnehmer bekommen eine Aussage vorgegeben, der sie entweder zustimmen oder die sie ablehnen können. In den folgenden Diagrammen wird außerdem zwischen männlichen und weiblichen Befragten unterschieden.

Allgemeines

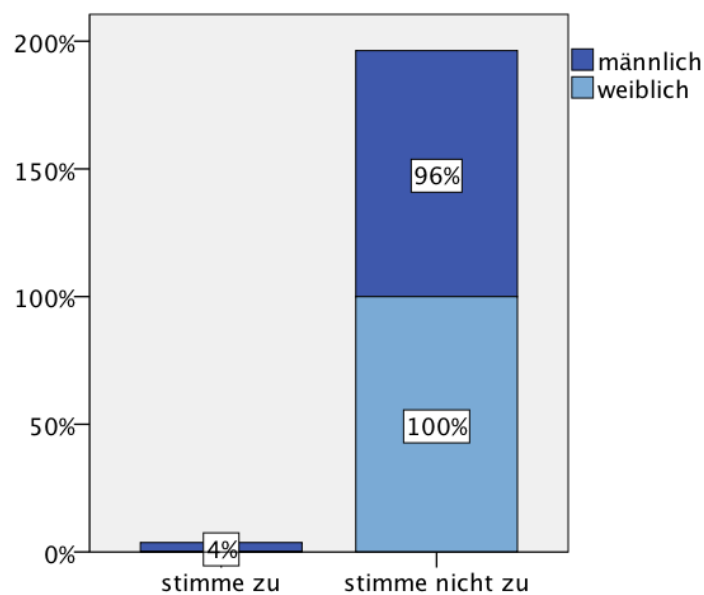


Abb. 70: Frage 4a "Ich möchte nicht mehr alleine in die Bücherei gehen."

Quelle: eigene Erhebung

Die Mehrheit der ehemaligen Nutzer sagt aus, dass sie auch alleine in die Bücherei gehen würde. Lediglich 4% der männlichen Befragten geben an, dass ein Büchereibesuch ohne Begleitung für sie nicht mehr in Frage kommt (s. Abb. 70).

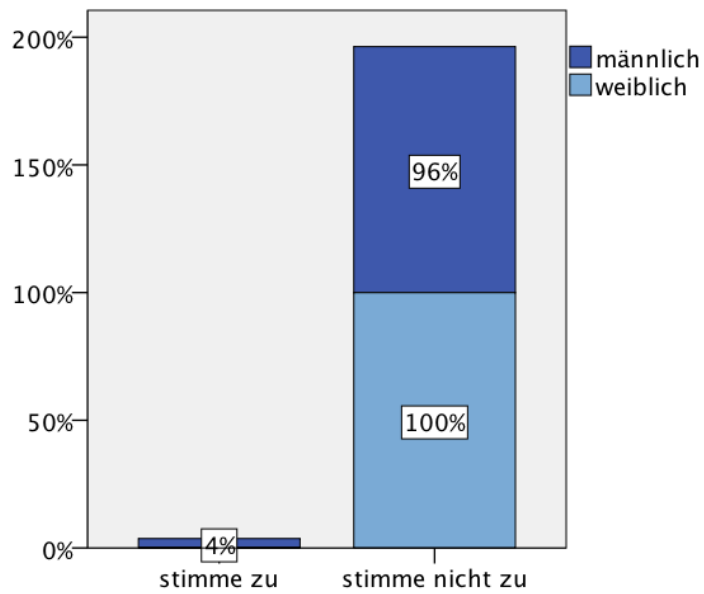


Abb. 71: Frage 4b "Ich fühle mich in der Bücherei nicht wohl."

Quelle: eigene Erhebung

Ebenso wie die aktiven Nutzer fühlen sich auch die ehemaligen Nutzer in der Bücherei wohl. Alle weiblichen, sowie fast alle männlichen Befragten stimmen der obigen Aussage zu (s. Abb. 71).

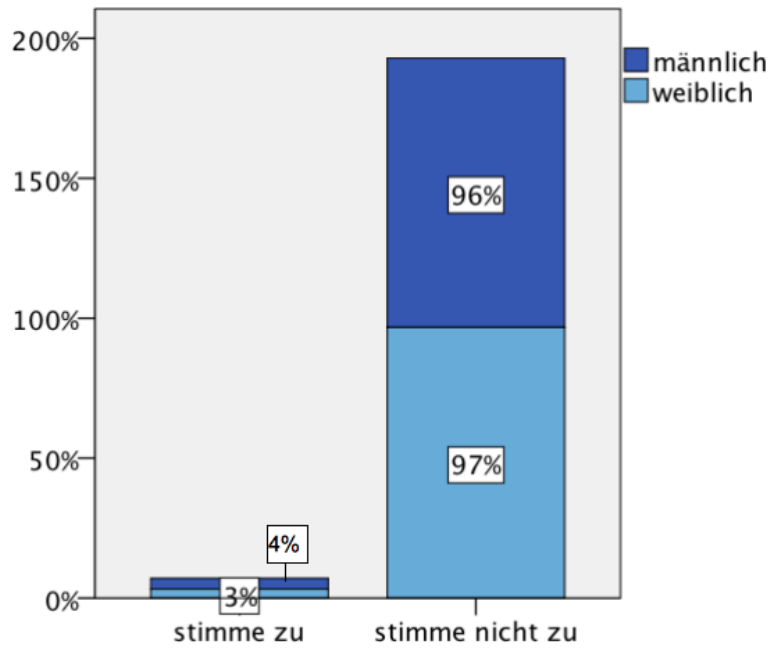


Abb. 72: Frage 4c "Ich habe mit der Bücherei schon schlechte Erfahrungen gemacht."

Quelle: eigene Erhebung

Wie Abb. 72 zeigt, hat der Großteil der ehemaligen Nutzer noch keine schlechten Erfahrungen mit der Bücherei gemacht. Das Fernbleiben von der Stadtbücherei hängt nicht unmittelbar mit einem schlechten Erlebnis zusammen.

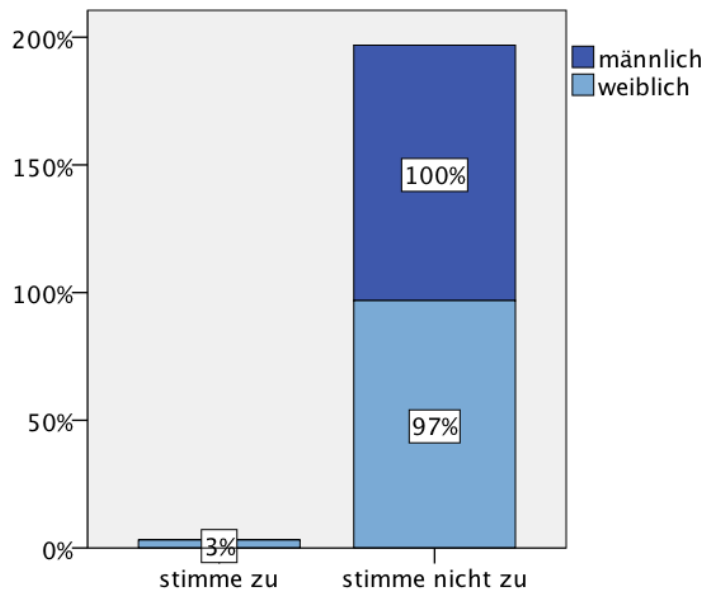


Abb. 73: Frage 4d "Die Benutzung der Bücherei ist mir zu kompliziert."

Quelle: eigene Erhebung

Alle männlichen und 97% der weiblichen Befragten sagen aus, dass sie die Benutzung der Bücherei als unkompliziert wahrgenommen haben (s. Abb. 73).

Angebot

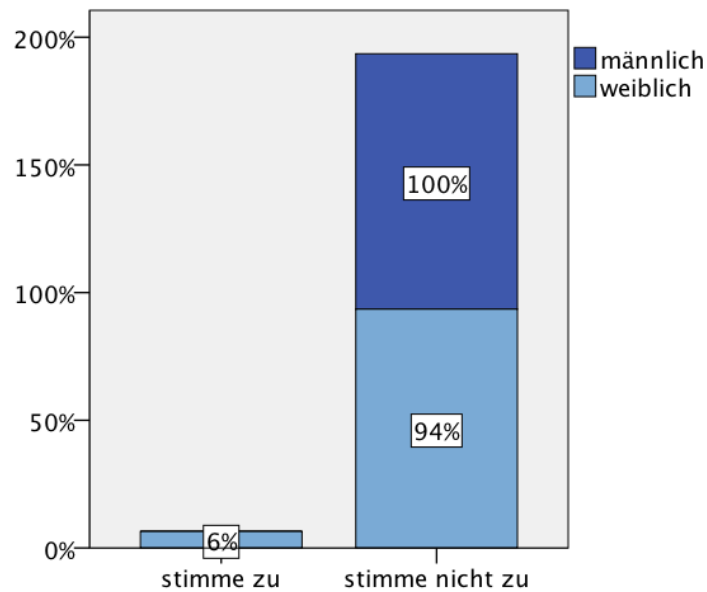


Abb. 74: Frage 4e "Das Angebot der Stadtbücherei ist veraltet."

Quelle: eigene Erhebung

Es kann kein Zusammenhang zwischen mangelnder Aktualität und dem Abwenden von der Stadtbücherei beobachtet werden. Wie Abb. 74 darstellt, sind alle männlichen und 94% der weiblichen Teilnehmer der Meinung, dass das Angebot der Stadtbücherei nicht veraltet ist.

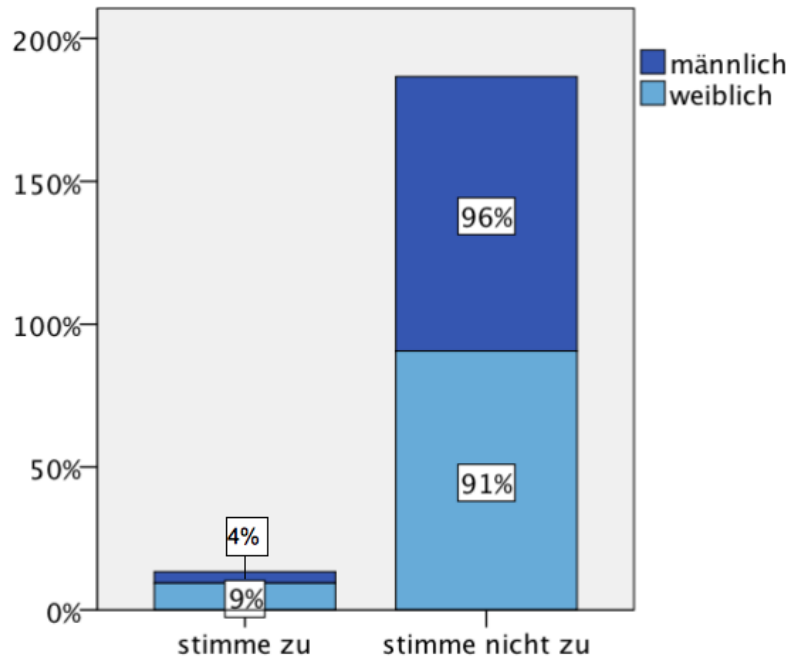


Abb. 75: Frage 4f "Der Zustand der Bücher ist nicht gut."

Quelle: eigene Erhebung

Auch die ehemaligen Nutzer sind mit dem Zustand der Bücher in der Stadtbücherei Wedel zufrieden. Nur ein sehr geringer Teil der Befragten gibt an, dass die Bücher mit Mängeln behaftet sind (s. Abb. 75).

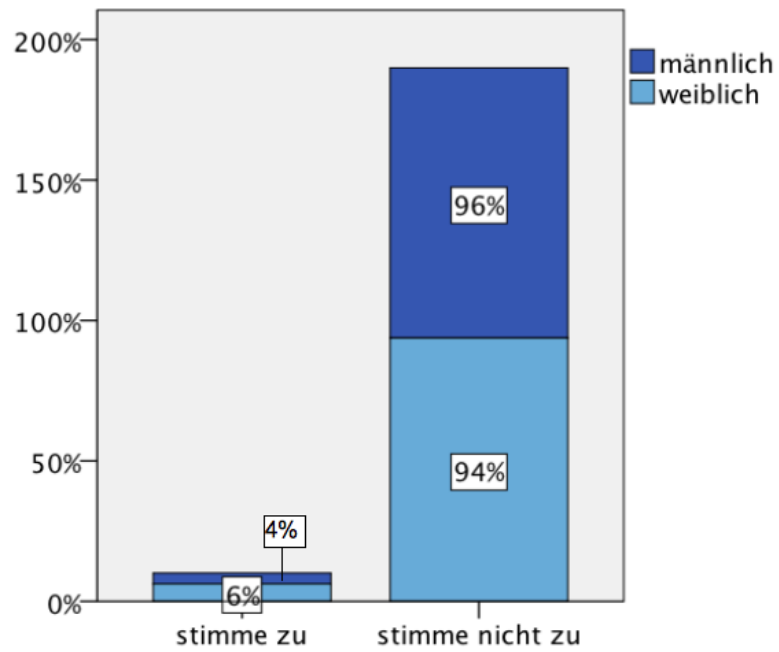


Abb. 76: Frage 4g "Ich lese nicht gerne."

Quelle: eigene Erhebung

Das Lesen ist auch bei den ehemaligen Nutzern beliebt. Nur knapp 5% lesen nicht gerne (s. Abb. 76). Hier zeigt sich ein klarer Trend zu Büchern statt zu AV-Medien, der auch bei den aktiven Nutzern zu beobachten ist.

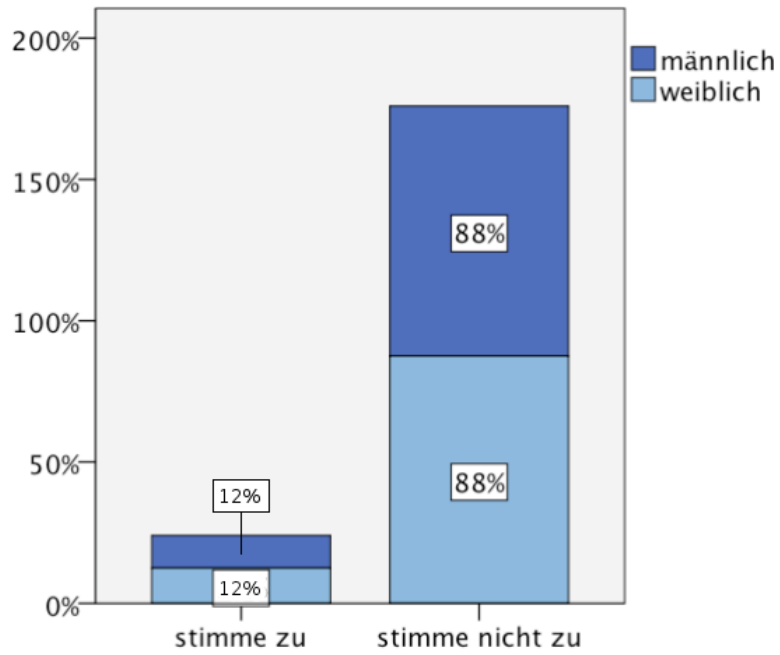


Abb. 77: Frage 4h "Ich möchte keine Bücher haben, die andere Leute angefasst haben."

Quelle: eigene Erhebung

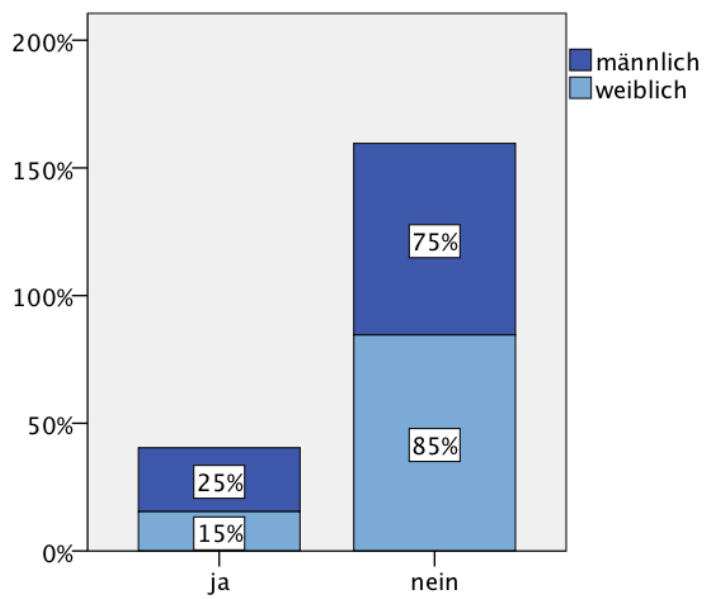


Abb. 78: zu Frage 4h "Kennen Sie das Onleihe-Angebot? Haben Sie Interesse an eMedien?"

Quelle: eigene Erhebung

12% der Teilnehmer haben ein Problem damit, dass Bücher aus der Stadtbücherei von anderen Menschen angefasst wurden. Wie Abb. 77 zeigt, spielt dieses Hygieneproblem bei einigen Befragten eine Rolle. Der größte Teil der ehemaligen Nutzer jedoch stört sich nicht daran.

Die wenigen Älteren, die der Aussage zustimmen, werden nun gefragt, ob sie das eMedienangebot der Stadtbücherei kennen. eMedien werden auf den individuellen Computer bzw. Lesegerät geladen, so dass kein physisches Medium vorliegt und keine Möglichkeit besteht dieses zu verunreinigen.

Ein Fünftel der Befragten zeigt Interesse an eMedien bzw. kennt dieses Angebot der Stadtbücherei (s. Abb. 78).

Service

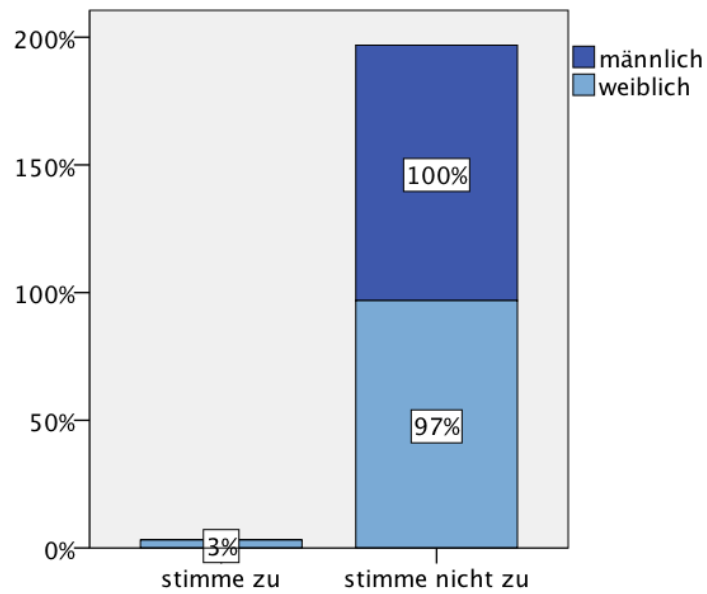


Abb. 79: Frage 4i "Die Mitarbeiter sind unfreundlich und nicht hilfsbereit."

Quelle: eigene Erhebung

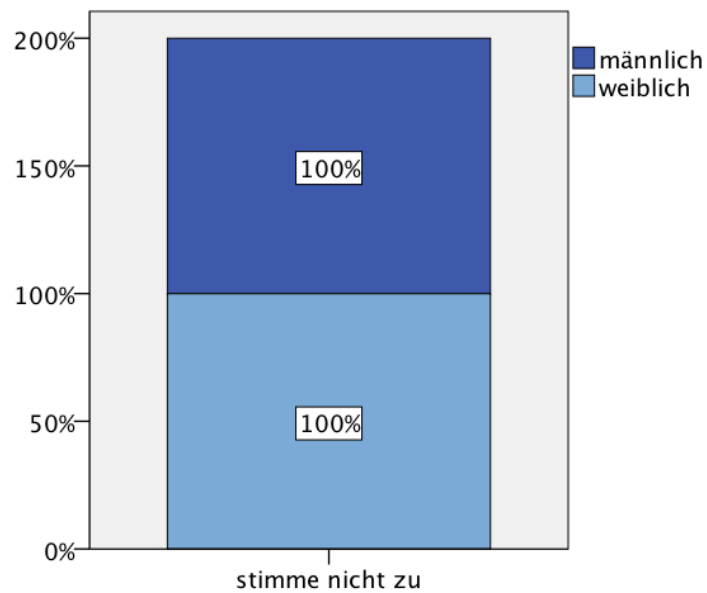


Abb. 80: Frage 4j "Die Mitarbeiter wissen nicht Bescheid."

Quelle: eigene Erhebung

Es liegt nicht an den Mitarbeitern, wenn ältere Menschen die Stadtbücherei nicht mehr nutzen. Beinahe alle Befragten finden die Mitarbeiter freundlich und hilfsbereit (s. Abb. 79). Ebenso sind alle Teilnehmer der Meinung, dass die Mitarbeiter sich gut auskennen und kompetent sind (s. Abb. 80).

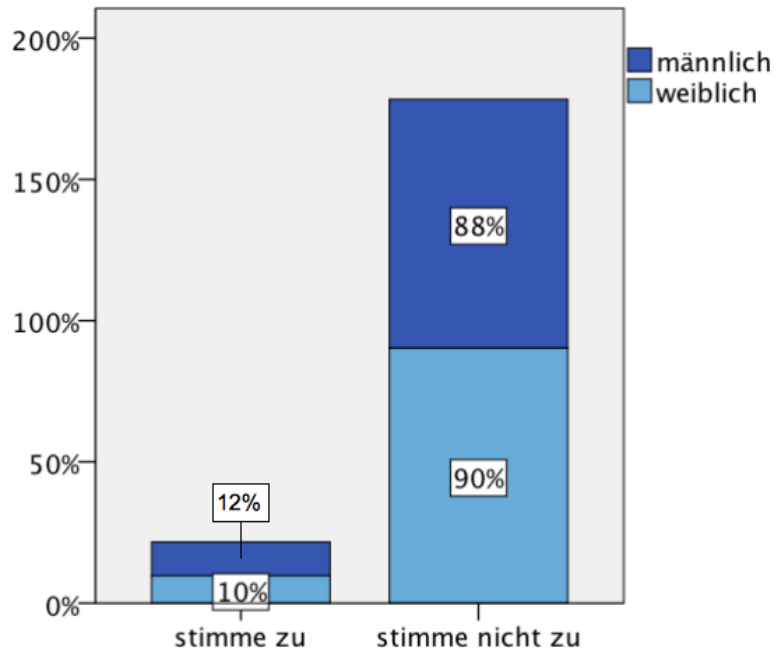


Abb. 81: Frage 4k "Die Mahngebühren sind zu hoch."

Quelle: eigene Erhebung

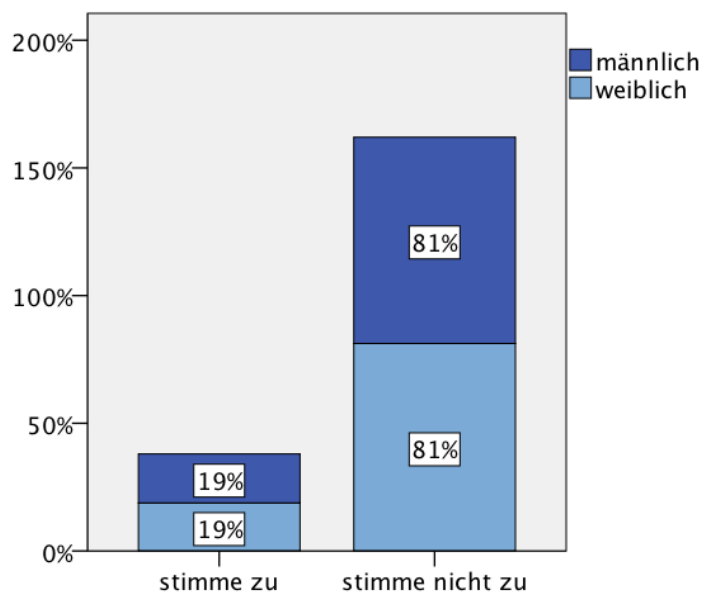


Abb. 82: Frage 4l "Die Nutzungsgebühren sind zu hoch."

Quelle: eigene Erhebung

Die Mahn- und Nutzungsgebühr werden von jeweils 11 bzw. 19% der ehemaligen Nutzern als zu hoch empfunden (s. Abb. 81 und 82). Diese Anteile liegen höher als bei den aktiven Nutzern. Daher kann vermutet werden,

dass die Gebühren ein Entscheidungsgrund sind, den Stadtbüchereiausweis nicht mehr zu verlängern.

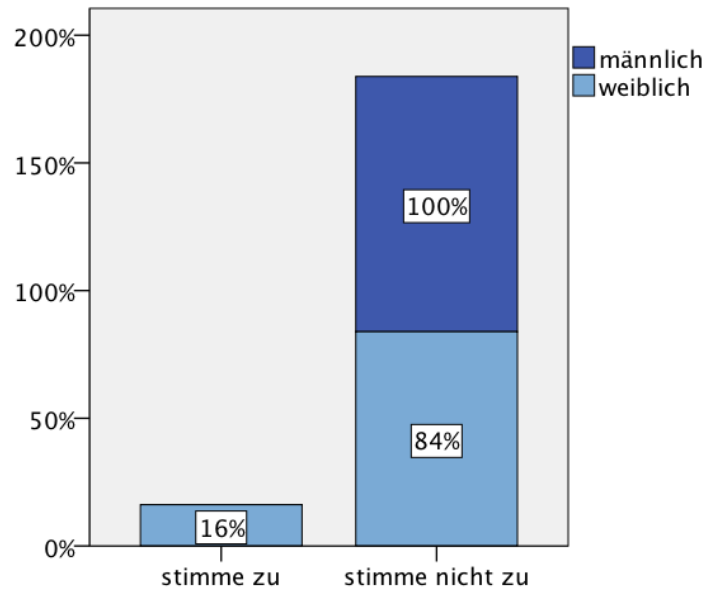


Abb. 83: Frage 4m "Wenn ich Zeit habe, ist die Bücherei geschlossen."

Quelle: eigene Erhebung

Im Gegensatz zu den aktiven Nutzern sehen die ehemaligen Nutzer kein Problem mit den Öffnungszeiten. Nur 16% der Frauen können die Öffnungszeiten der Bücherei nicht mit ihren eigenen Terminen vereinbaren, während die befragten Männer gut mit den Öffnungszeiten auskommen (s. Abb. 83).

Anschließend haben die Befragten die Möglichkeit, Verbesserungsvorschläge für die Öffnungszeiten zu nennen. Hier wird der Wunsch nach einer Abschaffung der Mittagspause zweimal genannt. Eine weitere Nennung ist die Ausweitung der abendlichen Öffnungszeiten (keine Abb.).

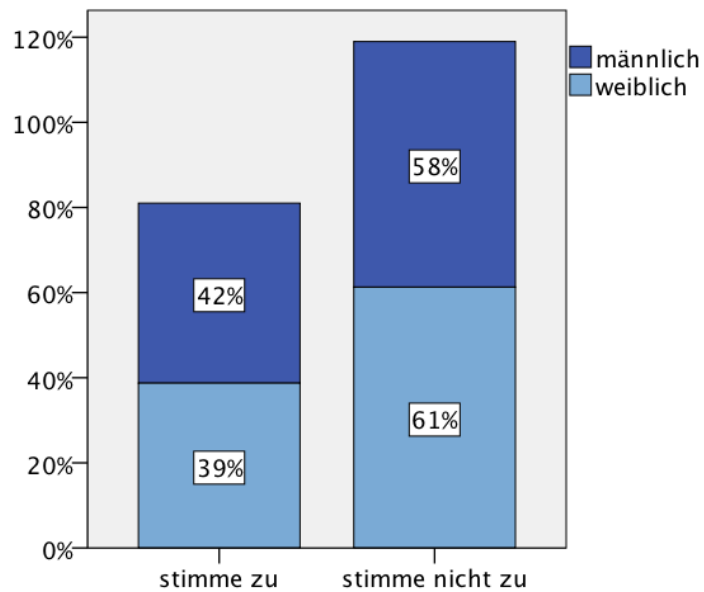


Abb. 84: Frage 4n "Ich weiß nicht, wie ich Medien online suchen oder verlängern kann."

Quelle: eigene Erhebung

Rund 40% der ehemaligen Nutzer wissen nicht, wie sie Medien online suchen oder verlängern können (s. Abb. 84). Es lässt sich die Vermutung aufstellen, dass diese Nutzer es zu beschwerlich finden, die Bücherei zum Verlängern und zur Recherche aufzusuchen. Andererseits kommt die Mehrheit der ehemaligen Nutzer mit den OPAC der Stadtbücherei zurecht.

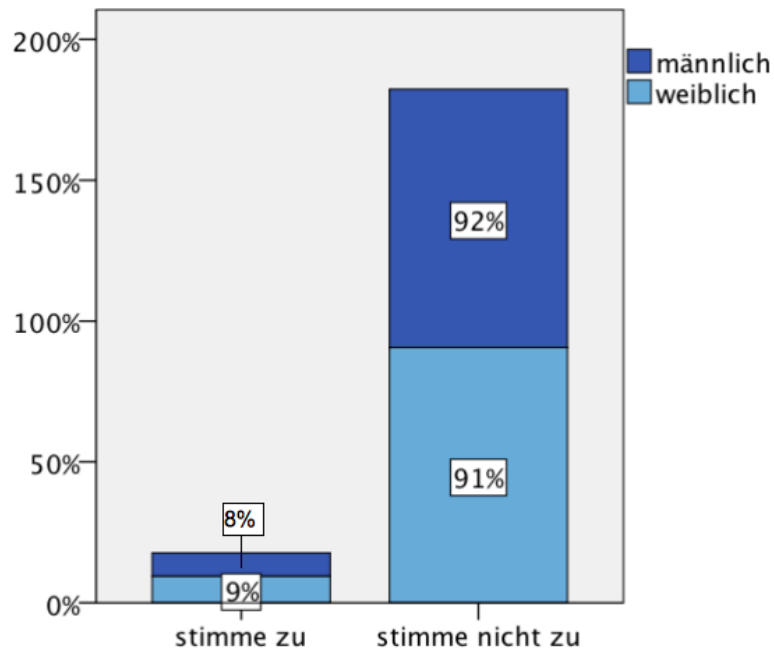


Abb. 85: Frage 4a "Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden."

Quelle: eigene Erhebung

In Abb. 85 ist zu erkennen, dass unter den ehemaligen Nutzern keine Nachfrage für einen Medienlieferdienst besteht. Dieses Ergebnis deckt sich mit dem Ergebnis der aktiven Nutzer (s. Kapitel 3.2.3). Hier liegt die Vermutung nahe, dass die ehemaligen Nutzer trotz ihres Alters noch agil sind. Das heißt, sie wären durchaus in der Lage, gewünschte Medien in der Stadtbücherei abzuholen.

Diejenigen, die der Aussage zugestimmt haben, werden nun gefragt, ob sie den Medienlieferdienst der Stadtbücherei Wedel kennen. Nur einem Viertel der Befragten ist das Angebot LiteraTour bekannt (keine Abb.).

Räumlichkeiten

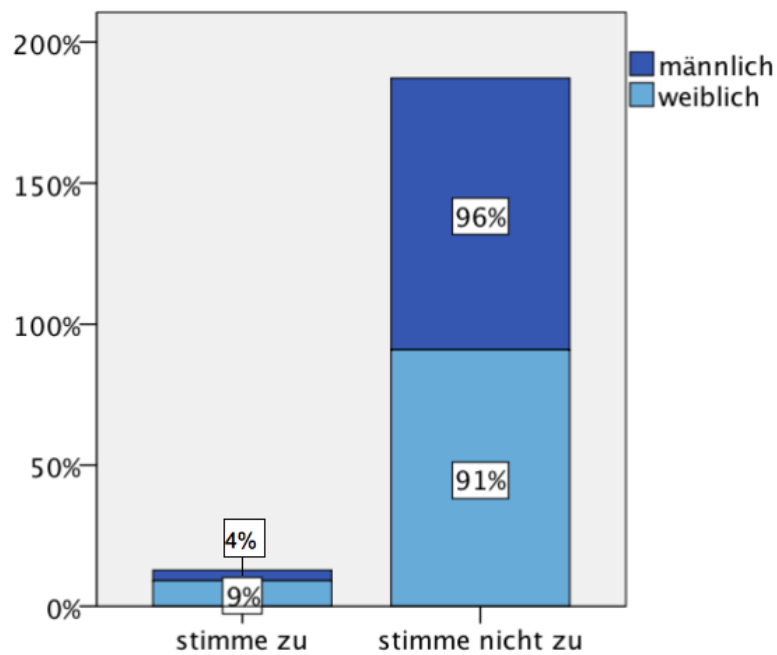


Abb. 86: Frage 4p "Die Stadtbücherei ist schlecht zu erreichen."

Quelle: eigene Erhebung

Der überwiegende Teil der ehemaligen Nutzer sieht die Stadtbücherei als gut erreichbar an (s. Abb. 86). Lediglich rund 7% meinen, die Stadtbücherei sei nicht gut zugänglich.

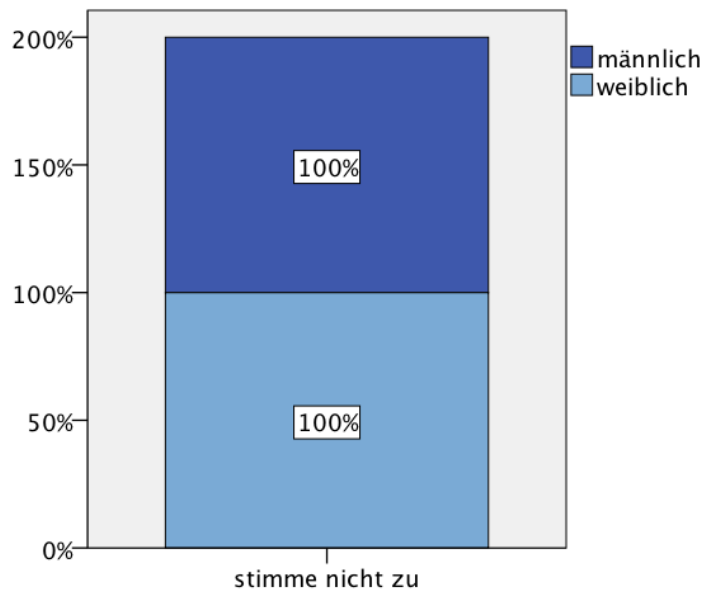


Abb. 87: Frage 4q "Ich kann mich in der Bücherei nicht orientieren."

Quelle: eigene Erhebung

Wie bereits in Kapitel 3.2.1 darlegt wurde, können sich die ehemaligen Nutzer orientieren. Beide Geschlechter lehnen die oben genannte Aussage gänzlich ab (s. Abb. 87).

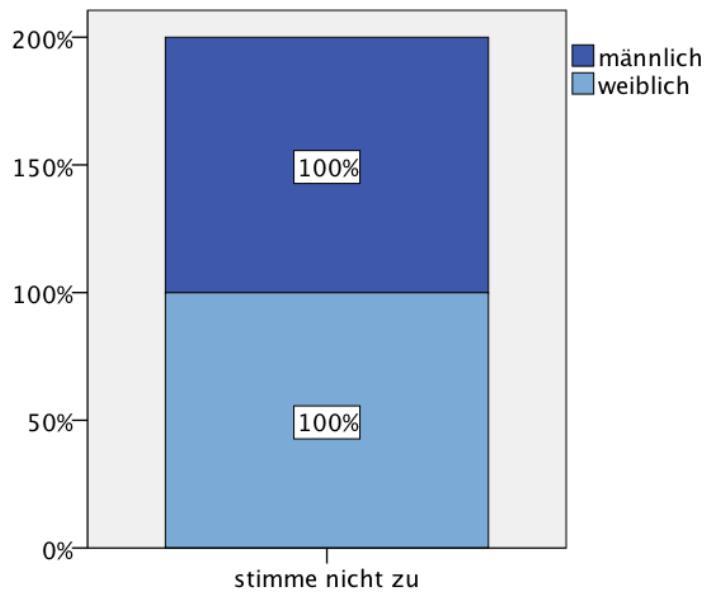


Abb. 88: Frage 4r "Die Räumlichkeiten sind unattraktiv."
 Quelle: eigene Erhebung

Die Räumlichkeiten der Stadtbücherei Wedel werden von den Älteren als attraktiv wahrgenommen (s. Abb. 88). Dies deckt sich mit den Angaben der aktiven Nutzer aus Kapitel 3.2.3.

Dennoch geben die Befragten Verbesserungsvorschläge ab: Die Anordnung der Bücher könnte verändert und übersichtlicher gestaltet werden. Auch größere Ablageflächen und Studiermöglichkeiten sind erwünscht.

Zusatzangebote

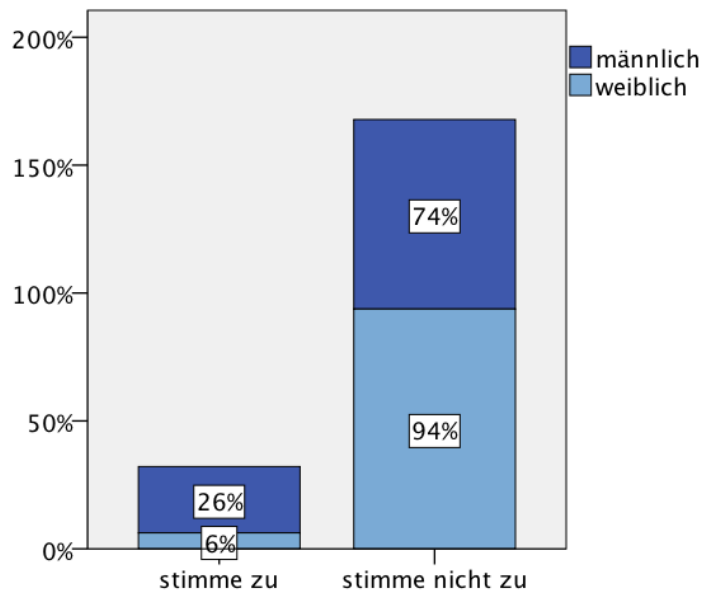


Abb. 89: Frage 4s "Die Veranstaltungen interessieren mich nicht."

Quelle: eigene Erhebung

Abb. 89 zeigt auf, dass die Veranstaltungen einen Großteil der ehemaligen Nutzer ansprechen. Nur 6% der Frauen und 26% der Männer interessieren sich nicht für die Veranstaltungen in der Stadtbücherei. Dieses Ergebnis unterscheidet sich stark von den Ansichten der aktiven Nutzer. Es könnte sein, dass einige der älteren Nutzer die Veranstaltungen weiterhin besuchen, ohne einen gültigen Ausweis zu besitzen.

Nun können die Befragten angeben, welche Veranstaltungen sie sich zusätzlich wünschen (s. Tab. 15).

Welche Veranstaltungen würden gefallen?	Anzahl der Nennungen
Themenvorträge	2
Lesungen bekannter und unbekannter Autoren	2
Sachbuchempfehlungen/-neuerscheinungen	1
Konzerte	1
Kindertheater	1

Tab. 15: Vorschläge zu Veranstaltungen sortiert nach Häufigkeit (EN)

(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: eigene Erhebung

Unter den Nennungen finden sich Themenvorträge (z.B. Gesundheit oder Stromsparen), sowie Lesungen verschiedener Autoren.

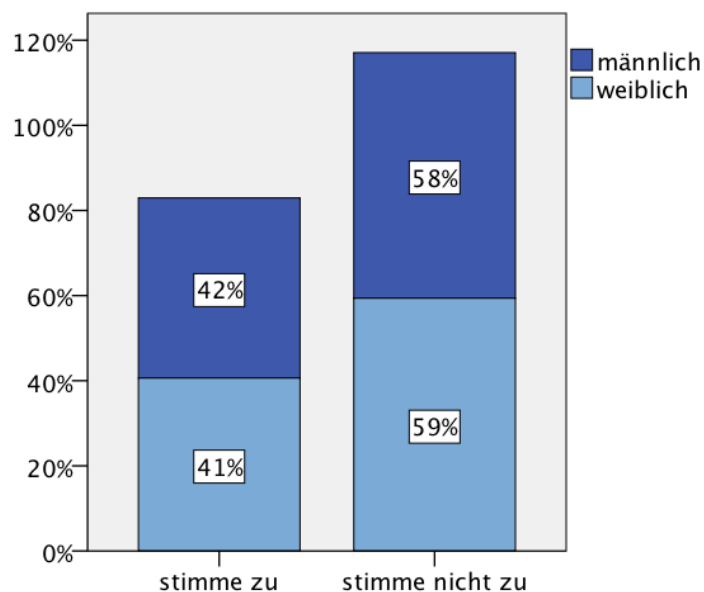


Abb. 90: Frage 4t "Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

Bei dem Wunsch nach einer Cafeteria sind sich die ehemaligen Nutzer uneinig. So sehen etwa 60% keinen Bedarf für eine Cafeteria in der Stadtbücherei (s. Abb. 90). Im Gegenteil zu den aktiven Nutzern, liegt der Anteil

der-jenigen, die sich eine Cafeteria gut vorstellen könnten, hier höher.

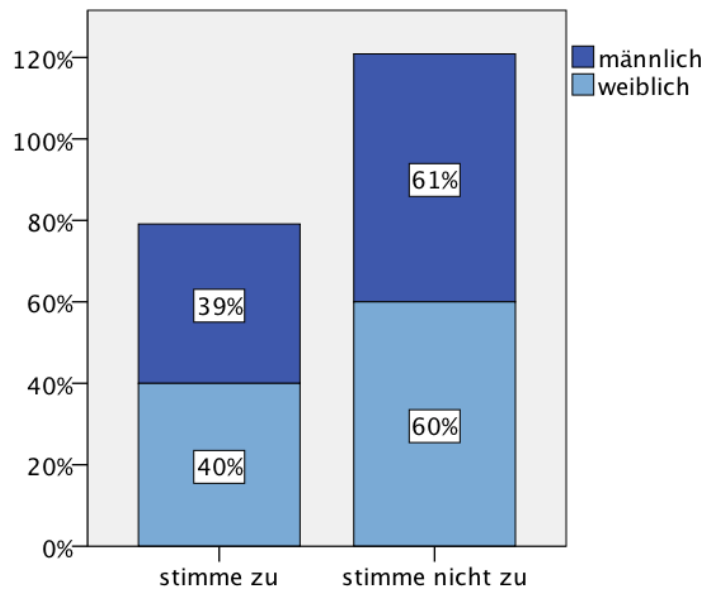


Abb. 91: Frage 4u "Ich wünsche mir, dass es eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren sowie zusätzliche PC-Arbeitsplätze in der Bücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

Auch bei der Frage nach eBook-Readern und PC-Arbeitsplätzen in der Bücherei lässt sich kein eindeutiger Trend erkennen. Abb. 91 stellt dar, dass 40% der Befragten einen Bedarf an Angeboten dieser Art haben. Dieser Anteil ist größer als bei den aktiven Nutzern.

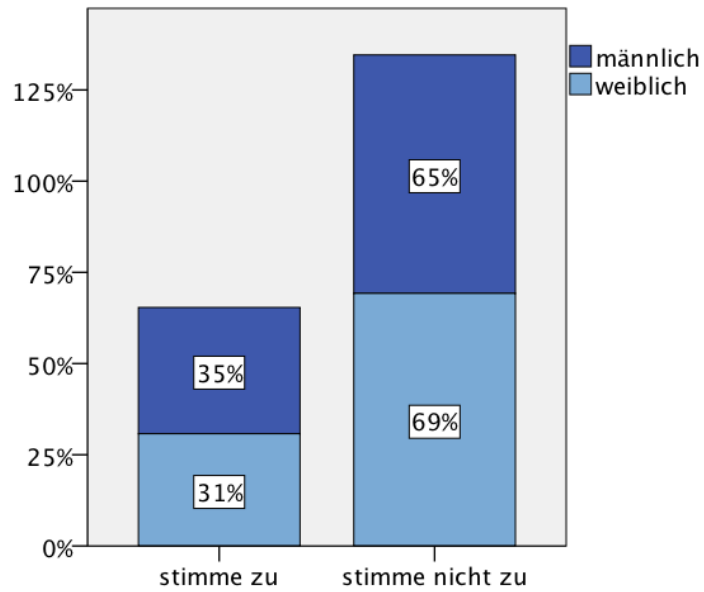


Abb. 92: Frage 4v "Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

Abb. 92 verdeutlicht, dass nur ein Drittel der ehemaligen Nutzer PC-Kurse in der Bücherei als wünschenswert ansieht. In Kapitel 3.2.1 wird dieses Ergebnis mit den anderen Befragungen verglichen.

Andere Bezugsquellen

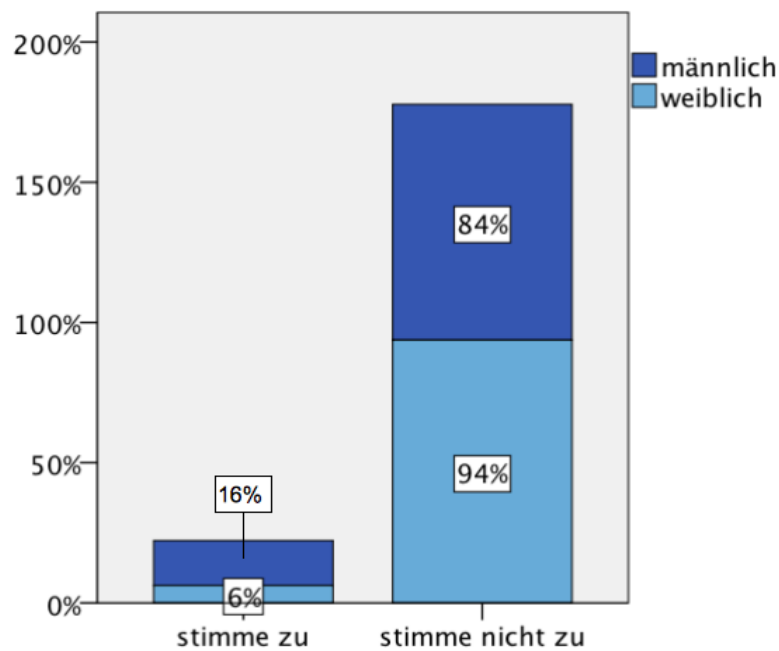


Abb. 93: Frage 4w "Jemand anderes bringt mir Bücher aus der Bücherei mit."

Quelle: eigene Erhebung

Einem kleinen Teil der ehemaligen Nutzer werden Bücher aus der Bücherei von Dritten mitgebracht (s. Abb. 93). Es ist denkbar, dass bspw. bei Ehepaaren nur eine Person regelmäßig ihren Nutzausweis verlängert.

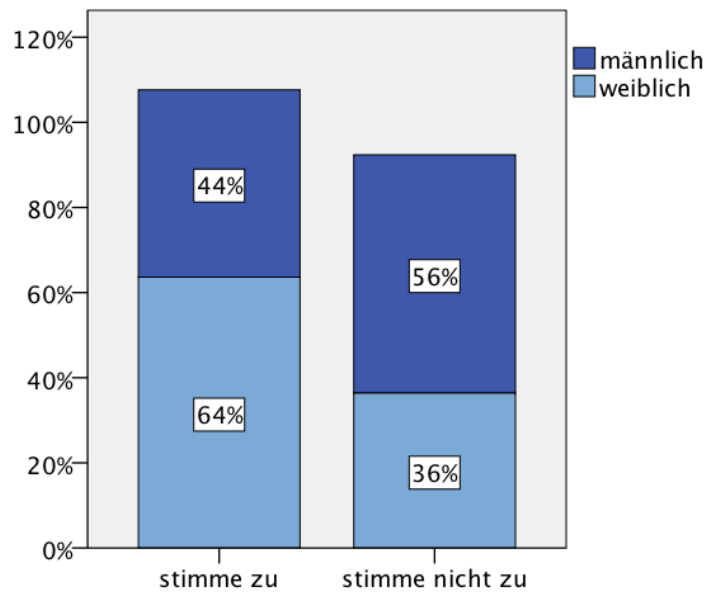


Abb. 94: Frage 4x "Ich tausche Bücher und Medien, z.B. mit Familie und Freunden."

Quelle: eigene Erhebung

Wie aus Abb. 94 abzulesen ist, sind Frauen öfter am Austausch von Büchern beteiligt als Männer. Dieses Ergebnis deckt sich mit dem der aktiven Nutzer aus Kapitel 3.2.3.

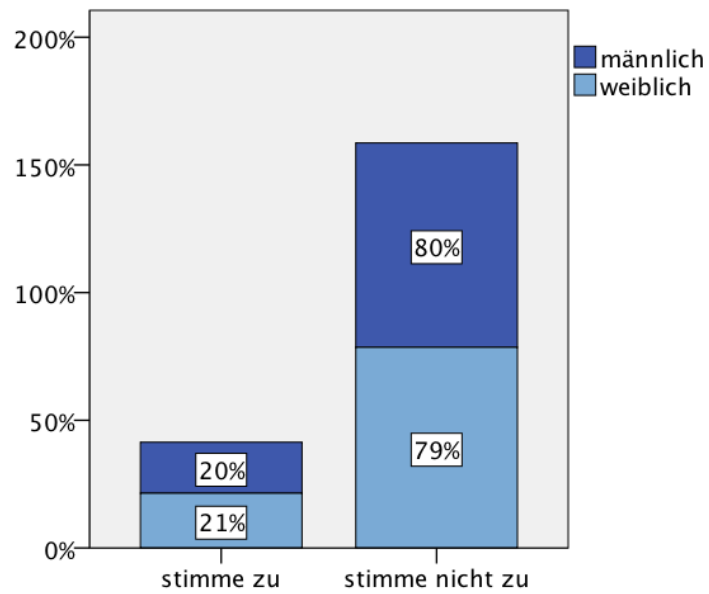


Abb. 95: Frage 4y "Was ich lesen möchte bekomme ich im Internet. "

Quelle: eigene Erhebung

Die Mehrheit der Teilnehmer liest nicht im Internet. Rund 80% der Befragten geben an, keine Texte, Nachrichten o.ä. über das Internet zu beziehen (s. Abb. 95).

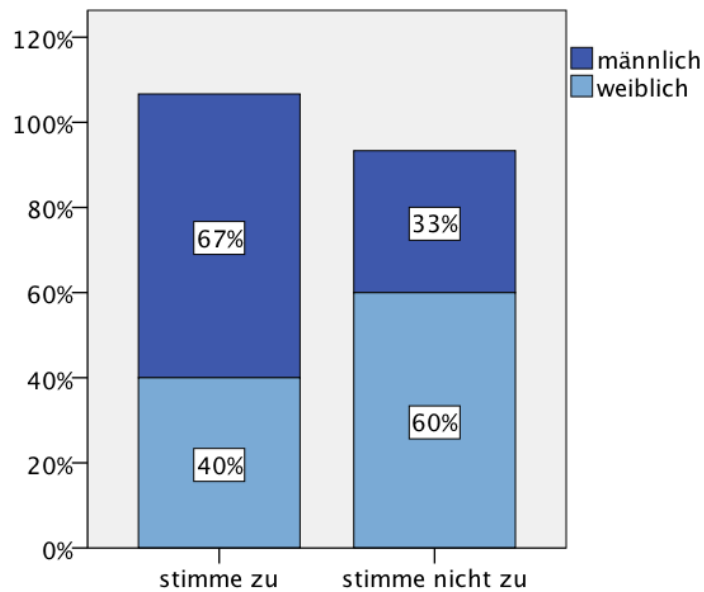


Abb. 96: Frage 4z "Ich kaufe meine Bücher und Medien lieber selbst."

Quelle: eigene Erhebung

Es ist zu beobachten, dass die Mehrheit der Männer ihre Bücher lieber selbst kauft (s. Abb. 96). Dies lässt sich jedoch nicht über die weiblichen Befragten aussagen. Dieses Ergebnis kann als Umkehrschluss zu dem Ergebnis aus Frage 4x gesehen werden. Es könnte vermutet werden, dass Frauen ihre Bücher lieber privat austauschen, statt sie sich selbst zu kaufen. Bei den Männern verhält es sich Gegenteilig.

Sonstiges

Weitere Vorschläge	Anzahl der Nennungen
Mitarbeiter nicht durch Terminals ersetzen	1
Großdruckangebot erweitern	1
Leihfrist von eBooks verlängern	1
Aktuellere Medien	1
Anschaffungswünsche von Lesern berücksichtigen	1
Parkplätze	1
Gebührenfreiheit	1
eBook-Formate für Kindle ¹⁸⁰	1

Tab. 16: Weitere Vorschläge sortiert nach Häufigkeit (EN)

(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: eigene Erhebung

Zum Abschluss der Befragung können die ehemaligen Nutzer Verbesserungsvorschläge nennen. Wie in Tab. 16 zu sehen ist, gibt es keine besonders häufigen Nennungen. Dennoch ähneln sich die Vorschläge mit denen der aktiven Nutzer. So wünschen sich Ältere u.a. ein erweitertes Großdruckangebot und aktuellere Medien.

Zusätzlich geben die ehemaligen Nutzer an, die Stadtbücherei für Nachschlagezwecke oder zur Lektüre von Zeitungen zu nutzen.

¹⁸⁰ vgl. Amazon 2013, Abruf 04.01.2013: Kindle ist der eBook-Reader des Anbieters Amazon.

Zusammenfassend ist über die ehemaligen Nutzer zu sagen, dass sie einen guten Eindruck von der Stadtbücherei haben. Fast alle Bereiche werden positiv bewertet, so dass sich kein eindeutiger Grund erkennen lässt, warum die Bücherei diese Nutzer verloren hat. Geringe Kritikpunkte sind die Mahn- und Nutzungsgebühren. Die Onlinefunktionen sind unter den Befragten nicht sonderlich bekannt. Sie lassen sich aber stärker für eBook-Reader und PC-Arbeitsplätze in der Bücherei begeistern als die aktiven Nutzer. Gleiches gilt für den Wunsch nach einer Cafeteria.

3.2.5 Befragung der potentiellen Nutzer

Nun wird der vierte Frageblock aus der Umfrage in der Wedeler Innenstadt ausgewertet. Die folgenden sieben Bereiche bzgl. der Stadtbücherei decken sich mit den Bereichen aus Kapitel 3.2.3.

Die Teilnehmer bekommen eine Aussage vorgelesen, der sie entweder zustimmen oder die sie ablehnen können. In den folgenden Diagrammen wird außerdem zwischen männlichen und weiblichen Befragten unterschieden.

Allgemeines

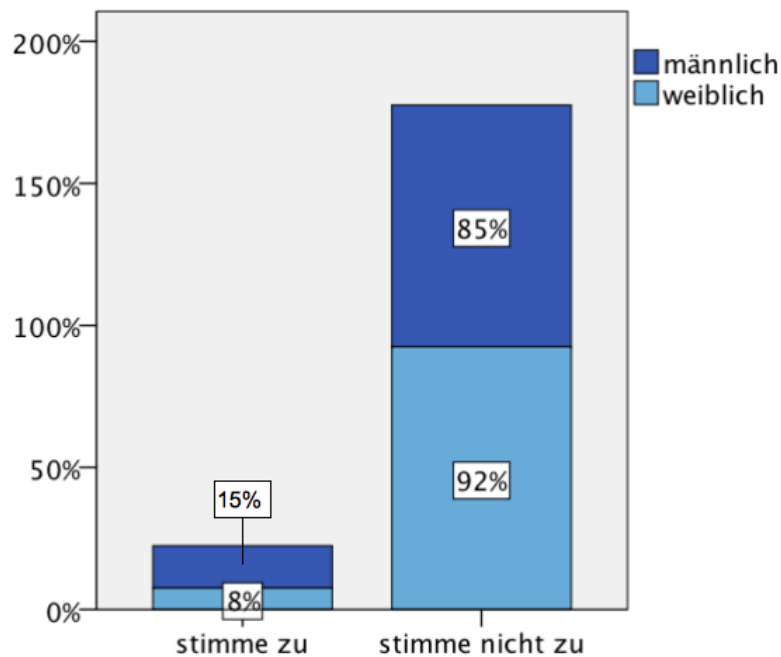


Abb. 97: Frage 4a "Ich möchte nicht alleine in die Bücherei gehen."

Quelle: eigene Erhebung

Wie in Abb. 97 zu erkennen ist, ist die Mehrheit der potentiellen Nutzer dazu bereit, die Bücherei alleine aufzusuchen. Der Anteil der Männer, für die dies nicht in Frage kommt, liegt höher als bei Frauen. Dies ist auch bei den ehemaligen Nutzern zu beobachten.

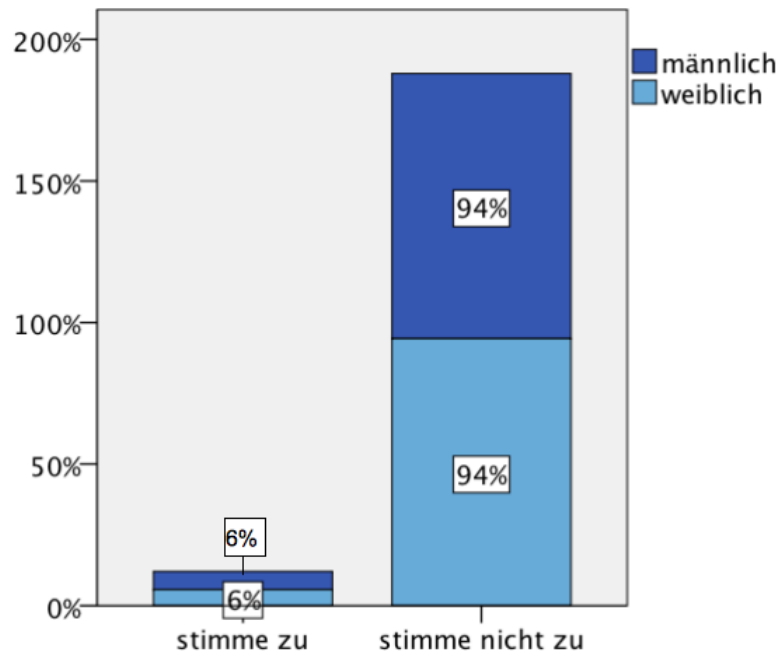


Abb. 98: Frage 4d "Die Benutzung der Bücherei ist mir zu kompliziert."

Quelle: eigene Erhebung

Die Benutzung der Stadtbücherei wird von den potentiellen Nutzern als unkompliziert eingeschätzt (s. Abb. 98). Nur 6% der Befragten stimmen der Aussage zu. Es kann vermutet werden, dass dies eine Hemmschwelle darstellt, die diese potentiellen Nutzer davon abhält die Stadtbücherei aufzusuchen.

Angebot

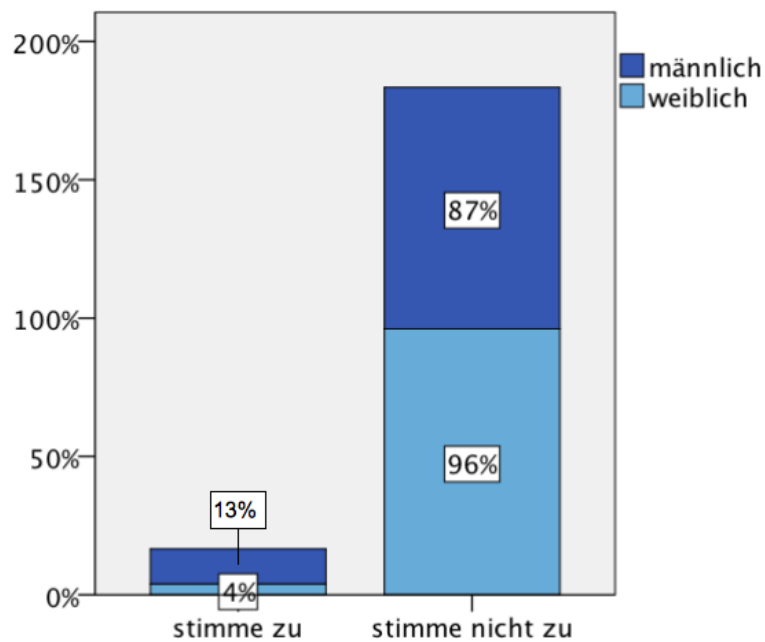


Abb. 99: Frage 4g "Ich lese nicht gerne."

Quelle: eigene Erhebung

Die Quote der Befragten, die nicht gerne lesen, liegt bei den Männern höher als bei den Frauen (s. Abb. 99). Trotzdem gibt die Mehrzahl der Befragten an, gerne zu lesen. Dies deckt sich mit den Ergebnissen aus Kapitel 3.2.3 und 3.2.4.

Diejenigen, die der Aussage zustimmen und somit nicht gerne lesen, werden gefragt, ob sie Interesse daran hätten AV-Medien auszuleihen.

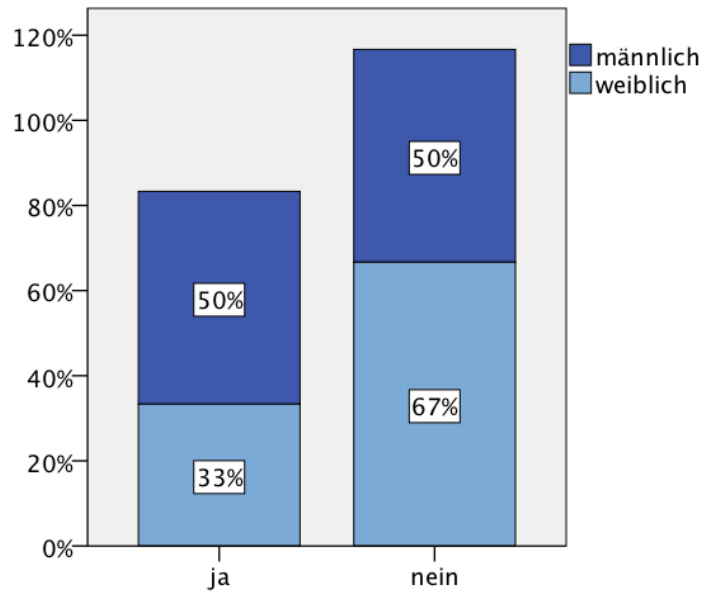


Abb. 100: zu Frage 4g "Hätten Sie Interesse daran, Hörbücher, Filme oder Musik auszuleihen?"

Quelle: eigene Erhebung

Wie aus Abb. 100 hervorgeht, sind die Antworten bei den männlichen Befragten gleich verteilt. Bei den Frauen jedoch gibt es mehr Teilnehmer, die nicht an der Ausleihe von AV-Medien interessiert sind.

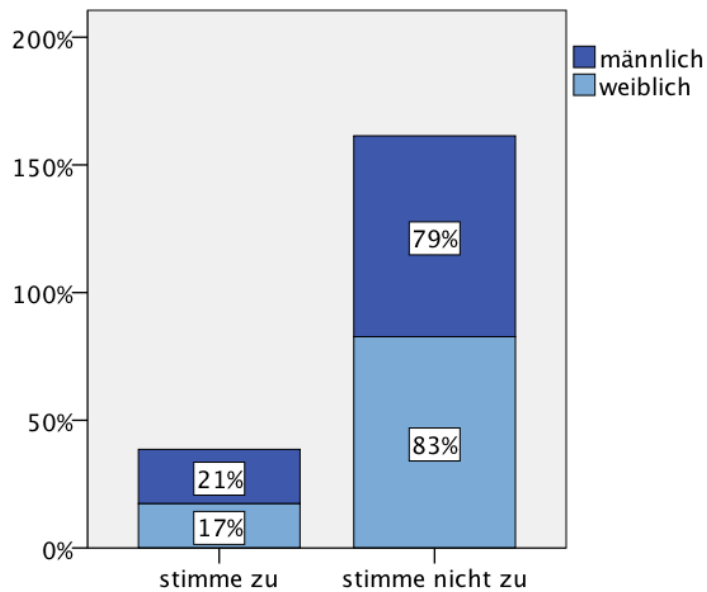


Abb. 101: Frage 4h "Ich möchte keine Bücher haben, die andere Leute angefasst haben."

Quelle: eigene Erhebung

Etwa ein Fünftel der Befragten stimmt zu, keine Bücher lesen zu wollen, die von anderen Leuten angefasst wurden (s. Abb. 101). Dieser Anteil liegt deutlich höher als bei den ehemaligen Nutzern. Dies lässt vermuten, dass hier ein Grund zu verorten ist, aus dem die Bücherei nicht genutzt wird.

Diesem Fünftel der Befragten wird nun die Frage gestellt, ob ein Interesse an eMedien besteht.

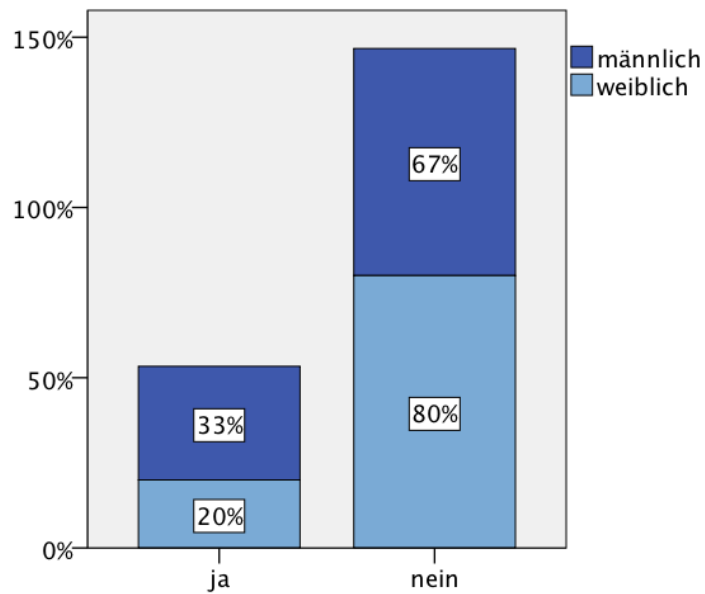


Abb. 102: zu Frage 4h "Kennen Sie das Onleihe-Angebot? Haben Sie Interesse an eMedien?"

Quelle: eigene Erhebung

Wie in Abb. 102 zu erkennen ist, besteht ein schwaches Interesse an eMedien bzw. dem Onleihe-Angebot der Stadtbücherei Wedel. eMedien stellen somit keine Alternative dar, wenn potentielle Nutzer aufgrund von Hygienebedenken keine Bücher aus der Stadtbücherei ausleihen wollen.

Service

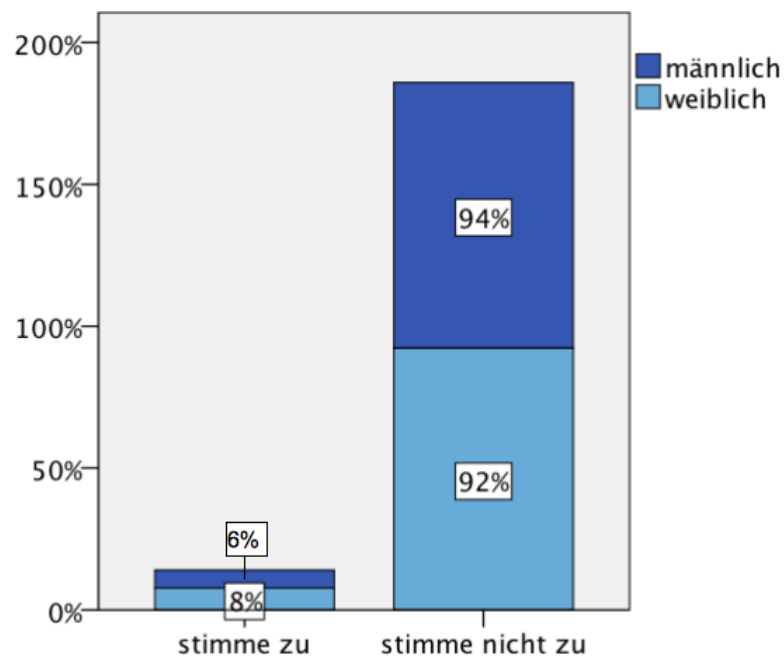


Abb. 103: Frage 4m "Wenn ich Zeit habe ist die Bücherei geschlossen."

Quelle: eigene Erhebung

Bei dieser Frage werden den potentiellen Nutzern die Öffnungszeiten präsentiert. Sie können daraufhin einschätzen, ob sie sich nach diesen richten können. In Abb. 103 ist zu sehen, dass die potentiellen Nutzer überwiegend der Meinung sind, die Öffnungszeiten sind angemessen.

Die wenigen Älteren, die die aktuellen Öffnungszeiten nicht einhalten können, werden nach Verbesserungsvorschlägen gefragt. Hier wünschen sich fünf Personen längere Öffnungszeiten am Abend (keine Abb.).

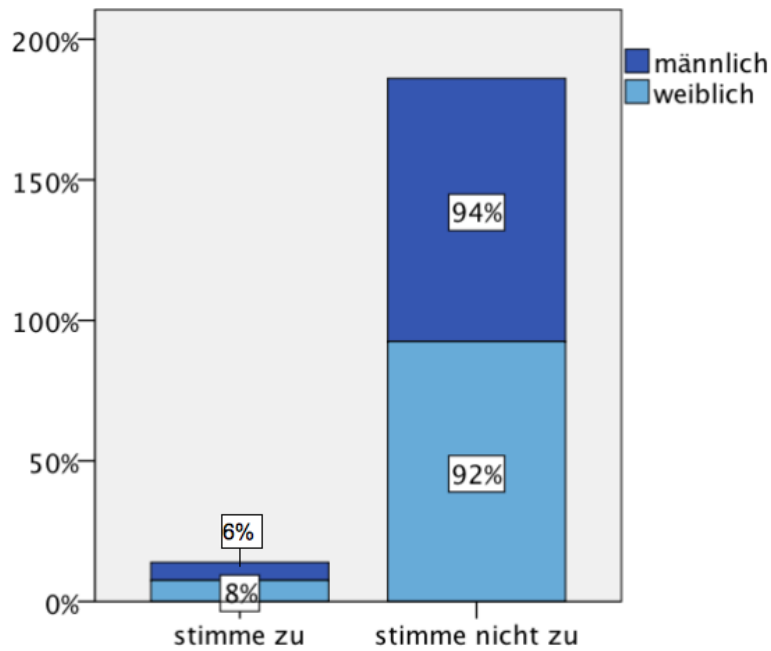


Abb. 104: Frage 4o "Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden."

Quelle: eigene Erhebung

Ein Medienlieferdienst wird von den potentiellen Nutzern nicht gewünscht (s. Abb. 104). Dies entspricht auch den Ergebnissen aus Kapitel 3.2.1, in dem dieses Ergebnis mit den Werten aus den andern beiden Befragungen verglichen wird.

Anschließend wird in Erfahrung gebracht, ob denjenigen, die sich einen Medienlieferdienst wünschen, das Angebot der Stadtbücherei bekannt ist. Von den Befragten kennen nur 40% der Frauen das Angebot LiteraTour. Bei den Männern ist dies gänzlich unbekannt (keine Abb.).

Räumlichkeiten

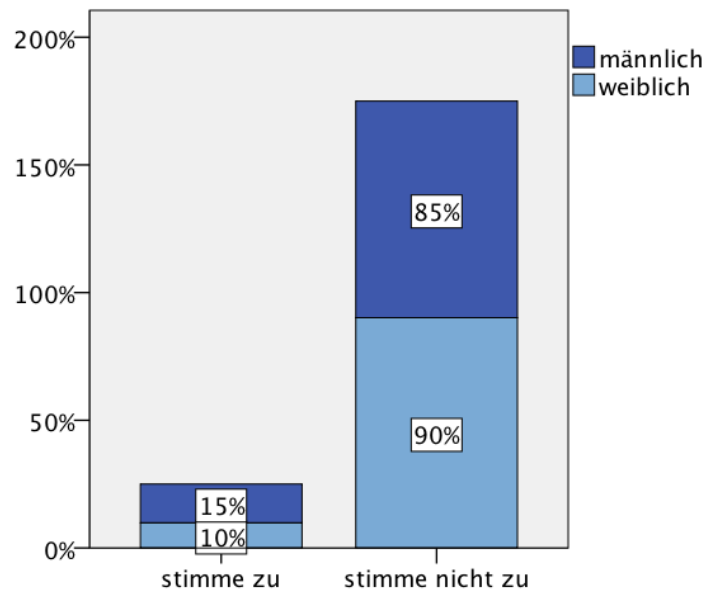


Abb. 105: Frage 4p "Die Stadtbücherei ist schlecht zu erreichen."

Quelle: eigene Erhebung

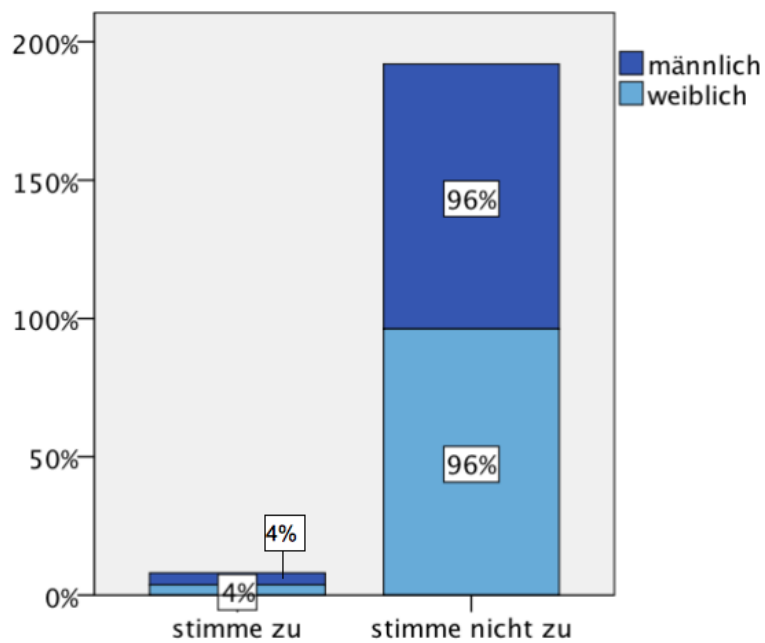


Abb. 106: zu Frage 4p "Ich weiß nicht wo es eine Bücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

Die Mehrheit der Älteren findet, die Stadtbücherei sei nicht schlecht zu erreichen (s. Abb. 105). Etwas mehr als 12% sehen dies jedoch nicht so. Damit liegt dieser Anteil höher als bei den aktiven und ehemaligen Nutzern.

Um eine Verfälschung der Ergebnisse zu vermeiden, werden die Teilnehmer zusätzlich gefragt, ob sie die Lage der Stadtbücherei kennen. So stellt sich heraus, dass nur 4% der Befragten nicht wissen, wo die Stadtbücherei ist (s. Abb. 106). Die Stadtbücherei ist somit in Wedel sehr bekannt.

Zusatzangebote

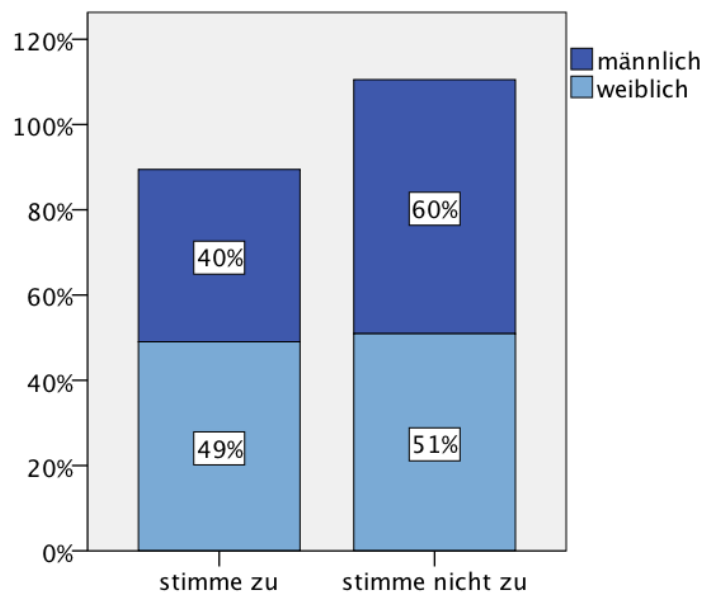


Abb. 107: Frage 4t "Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

Wie in den bereits erläuterten Befragungen sind sich auch die potentiellen Nutzer über die Notwendigkeit einer Cafeteria in der Stadtbücherei uneinig (s. Abb. 107). Im Gegenteil zu den aktiven und ehemaligen Nutzern, liegt der Anteil derjenigen, die sich eine Cafeteria gut vorstellen könnten, hier am höchsten.

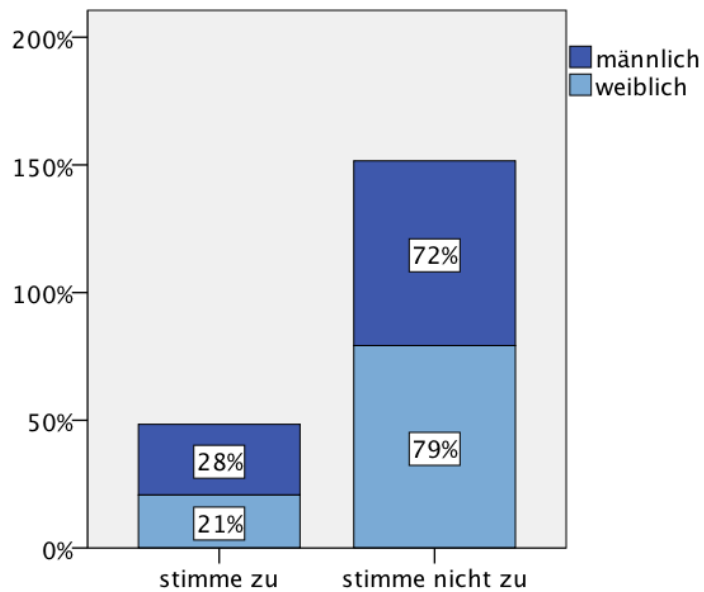


Abb. 108: Frage 4u "Ich wünsche mir, dass es eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren sowie zusätzliche PC-Arbeitsplätze in der Bücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

Nur ein Viertel der Befragten wünscht sich eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren und zusätzliche PC-Arbeitsplätze (s. Abb. 108). Dieses Ergebnis deckt sich mit dem der aktiven Nutzer. Die Mehrheit der potentiellen Nutzer sieht keinen Bedarf an diesen Geräten.

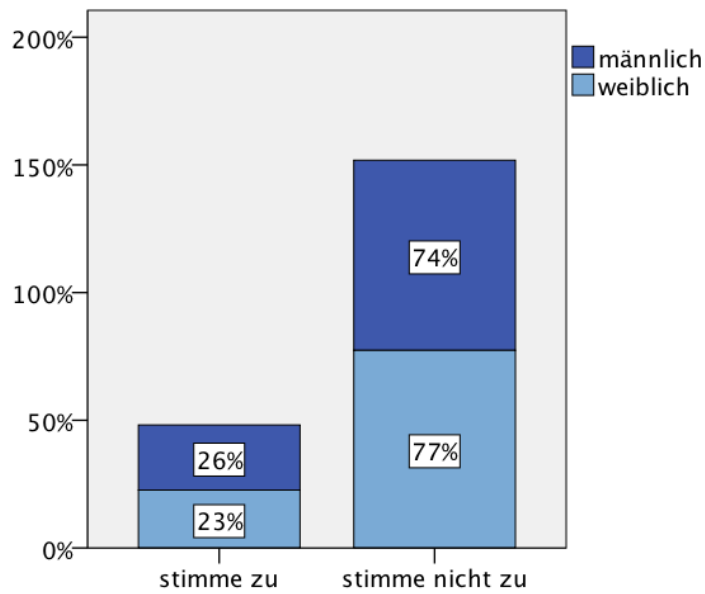


Abb. 109: Frage 4v "Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt."

Quelle: eigene Erhebung

In Abb. 109 ist zu erkennen, dass der Großteil keinen Bedarf an PC-Kursen in der Stadtbücherei sieht. Der Vergleich in Kapitel 3.2.1 zeigt, dass unter den potentiellen Nutzern die wenigsten Befragten der Aussage zustimmen.

Andere Bezugsquellen

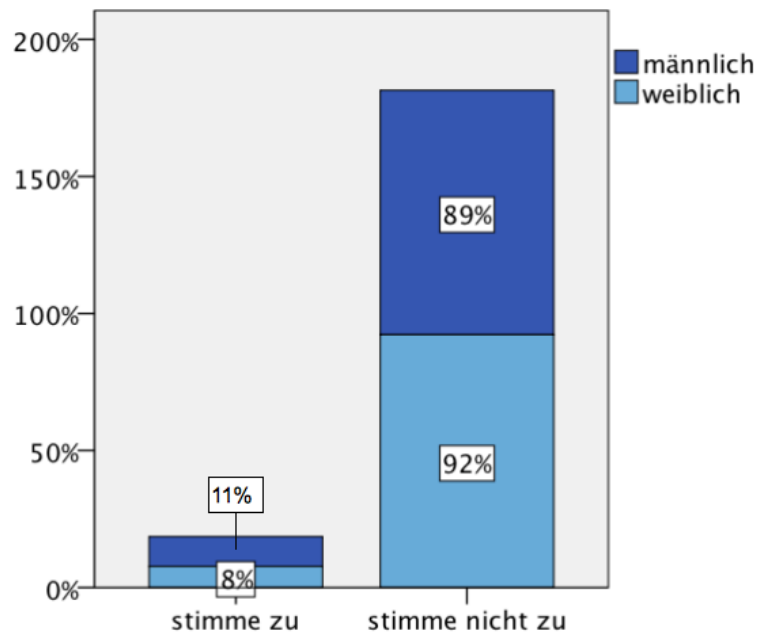


Abb. 110: Frage 4w "Jemand anderes bringt mir Bücher aus der Bücherei mit."

Quelle: eigene Erhebung

Die Mehrheit der potentiellen Nutzer gibt an, dass ihnen keine Bücher aus der Bücherei von Dritten mitgebracht werden (s. Abb. 110). Der Anteil derjenigen, die diese Aussage ablehnen, fällt ähnlich gering aus wie bei den ehemaligen Nutzern.

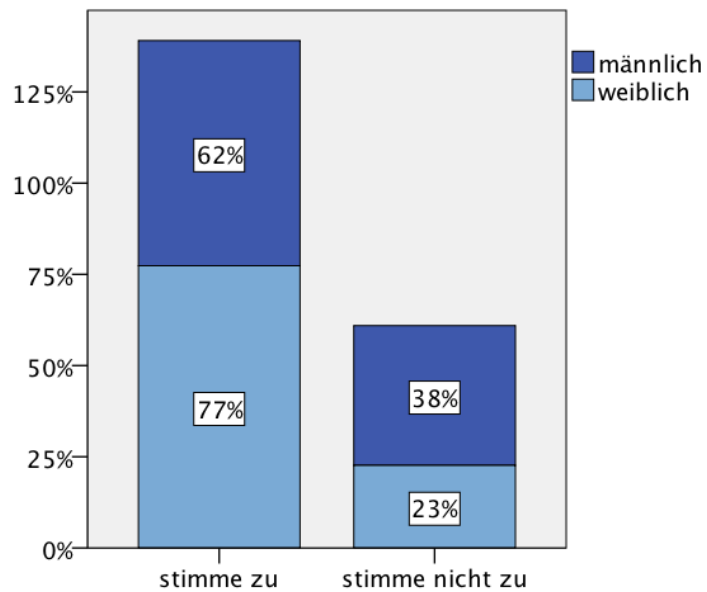


Abb. 111: Frage 4x "Ich tausche Bücher und Medien, z.B. mit Familie und Freunden."

Quelle: eigene Erhebung

Der Austausch von Büchern im privaten Kreis ist unter den potentiellen Nutzern weiter verbreitet als bei den anderen beiden Befragungsgruppen. Der Anteil derjenigen, die mit Familie und Freunden Bücher tauschen, liegt hier bei 70% (s. Abb. 111).

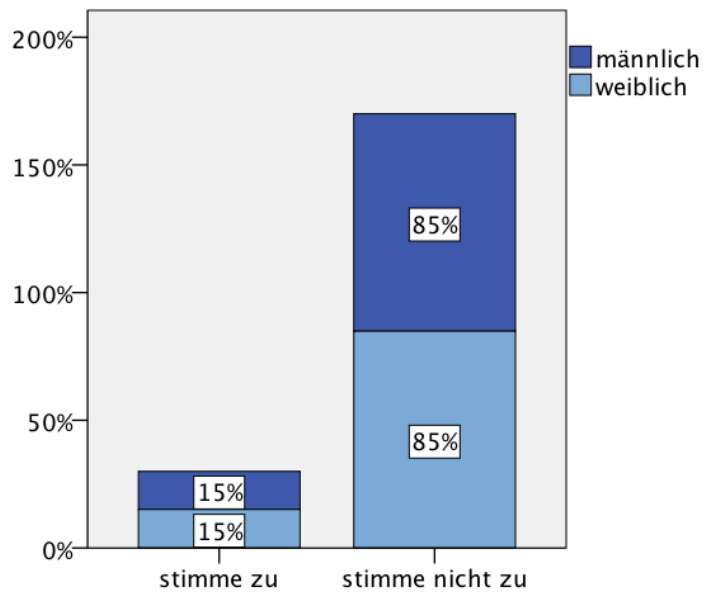


Abb. 112: Frage 4y "Was ich lesen möchte bekomme ich im Internet."

Quelle: eigene Erhebung

Der Bezug von Texten und Nachrichten über das Internet ist auch bei den potentiellen Nutzern nicht sehr üblich (s. Abb. 112). Lediglich 15% der Befragten stimmen der Aussage zu.

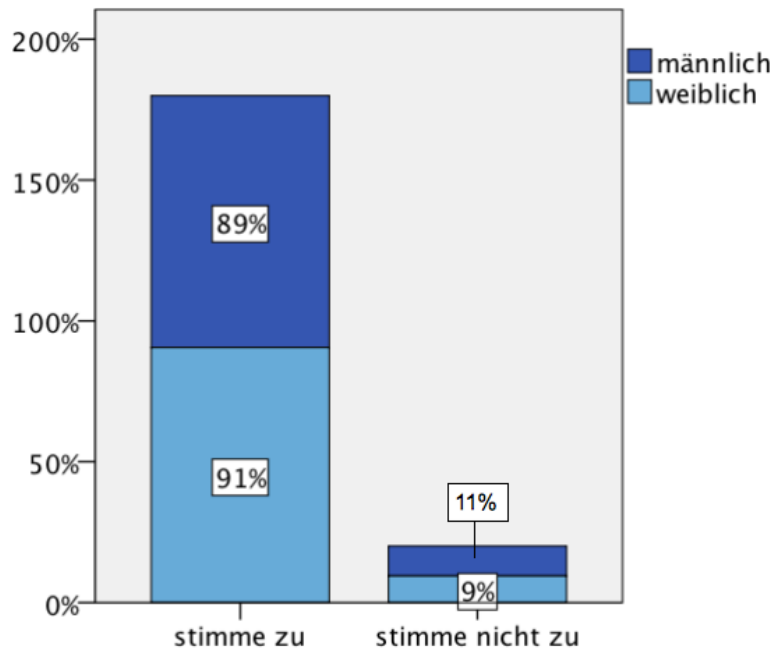


Abb. 113: Frage 4z "Ich kaufe meine Bücher und Medien lieber selbst."

Quelle: eigene Erhebung

90% der potentiellen Nutzer kaufen sich ihre Bücher und Medien selbst (s. Abb. 113). Das ist von allen drei Befragungsgruppen der größte Anteil. Es ist zu vermuten, dass sich Personen, die sich ihre Bücher lieber selbst kaufen, nicht für die Stadtbücherei interessieren.

Sonstiges

Zum Abschluss werden die Teilnehmer aufgefordert, Vorschläge zur Verbesserung der Stadtbücherei zu nennen. Diese sind in Tab. 17 zusammengefasst.

Weitere Vorschläge	Anzahl der Nennungen
Aktuellere Medien (auch als eBook)	3
Erreichbarkeit verbessern	2
Parkplätze	2
Lesungen	1
Ausstellungen	1
Buchempfehlungen	1
Internetkurse speziell für Ältere	1
Fachbücher	1
Gemütlichere Einrichtung	1
Leihfrist verlängern	1
Hilfestellung bei Erstbesuch	1
Mahngebühren senken	1
dänischsprachige Literatur	1

Tab. 17: Weitere Vorschläge sortiert nach Häufigkeit (PN)

(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: eigene Erhebung

Am häufigsten wünschen sich die Befragten aktuelle Medien, sowohl in gedruckter als auch elektronischer Form. Weiterhin wird angemerkt, dass die jetzige Lage verbesserungswürdig sei und es mehr Parkplätze geben sollte.

Es wird beobachtet, dass unter den potentiellen Nutzern teilweise nicht bekannt ist, dass die Stadtbücherei auch Musik und Verbraucherzeitschriften anbietet.

Zusammenfassend lässt sich über die potentiellen Nutzer sagen, dass sie ein positives Bild von der Stadtbücherei haben. Somit lässt sich kein eindeutiger Grund finden, weswegen die Stadtbücherei Wedel nicht genutzt wird. Allein der Hygieneaspekt (Frage 4h) könnte als Ausschlusskriterium in Frage kommen. Außerdem kaufen und tauschen sie ihre Medien vorzugsweise selbst.

3.3 Rückblick

Nach Abschluss der Befragung reflektieren die Studentinnen den Ablauf der Erhebung. Es stellt sich heraus, dass die Befragung ohne Komplikationen verlief und auch die Auswertung reibungslos vonstatten ging. Durch gute Planung und Organisation (z.B. im Hinblick auf den Datenschutz) kamen die Studentinnen sehr gut zurecht.

Für weitere Befragungen dieser Art werden folgende Anregungen gegeben:

- Wie bereits in Kapitel 3.1.6 beschrieben, könnte der Umgang mit dem Datenschutz explizit im Begleitschreiben dargelegt werden. Dadurch entstehen weniger offene Fragen bei den Adressaten. Um Platz zu sparen, können die Erläuterungen auf der Rückseite des Begleitschreibens abgedruckt werden.
- Im Pretest sollten die Fragebögen nicht nur darauf untersucht werden, ob sie für die Zielgruppe verständlich sind. Es sollte auch getestet werden, ob Nicht-Muttersprachler die Fragebögen verstehen.
- In den verwendeten Fragebögen können ein paar kleine Änderungen vorgenommen werden: Bspw. in der Zusatzfrage zu Frage 4h sollte nur ein Aspekt abgefragt werden. Weiterhin könnte die Abfolge der Fragen optimiert werden: Bspw. könnte die Frage 4l (Nutzungsgebühren) mit der Frage 4k (Mahngebühren) getauscht werden, da dies eine schlüssigere Abfolge darstellt.
- Mit einem größeren Zeit- und Personalkontingent könnte eine Befragung durchgeführt werden, die repräsentativ ist. Dazu müssten allerdings mehr Teilnehmer befragt werden. Auch die Auswertung würde mehr Zeit in Anspruch nehmen. Das Ergebnis wäre jedoch noch verlässlicher.

4. Schlussbetrachtung und Handlungsempfehlungen

Abschließend können die Herausforderungen des demografischen Wandels wie folgt zusammengefasst werden: Die Bevölkerung Deutschlands wird geringer und älter. Die Älteren stellen eine heterogene Gruppe dar, die sich in ihren Interessen und Gesundheitszuständen stark unterscheiden. Mit fortschreitendem Alter häufen sich die körperlichen und geistigen Beeinträchtigungen. Auf diese wollen die Älteren nicht direkt hingewiesen werden, deshalb ist eine durchdachte Produktgestaltung und Feingefühl bei der Kommunikation nötig.

Durch einen frühen Berufsaustritt und einer längeren Lebenserwartung können Ältere die Vorteile des Dritten Alters genießen. Hier bietet sich die Chance, ehrenamtlich aktiv zu werden. Darüber hinaus zeichnen sie sich durch eine umfängliche Mediennutzung aus. Unter den verwendeten Medien finden sich nicht nur Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen und Radio, sondern auch zunehmend das Internet.

Um diesen Herausforderungen und Chancen in der Praxis zu begegnen, wurde die vorliegende Erhebung durchgeführt.

Deutlich ist zu erkennen, dass die Stadtbücherei Wedel bei allen Befragten einen sehr guten Eindruck hinterlässt. Durch die Befragung kann kein größerer Mangel aufgedeckt werden. Die Stadtbücherei Wedel deckt mit ihrem Angebot bereits den Bedarf der Nutzer. Die Mitarbeiter der Stadtbücherei werden für ihre Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Kompetenz gelobt. Auch die Räumlichkeiten und die Lage der Stadtbücherei werden positiv bewertet. Es ergibt sich also kein dringender Handlungsbedarf, da die Stadtbücherei gut aufgestellt und in Wedel anerkannt ist.

Dennoch lassen sich Handlungsempfehlungen für die Stadtbücherei Wedel ableiten, die nun in unsortierter Reihenfolge aufgelistet werden.

I) Recherche im OPAC

Bei der Erhebung hat sich gezeigt, dass die Älteren Probleme mit dem OPAC haben. So antworten rund 50% der Befragten, dass sie nicht wissen, wie sie Medien online suchen oder verlängern können¹⁸¹. Etwa ein Drittel der Befragten gibt zudem an, sich PC-Kurse in der Stadtbücherei zu wünschen¹⁸².

Es wird daher empfohlen, die Benutzeroberfläche des OPACs übersichtlicher zu gestalten, um eine nahezu intuitive Bedienung zu ermöglichen. Denn je einfacher der OPAC zu bedienen ist, desto schneller finden die Nutzer selbstständig ihre Medien. Da ein Usabilitytest sehr umfangreich sein kann, bietet es sich an, diesen an Dritte weiterzugeben (z.B. als Studierendenprojekt an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg).

Zusätzlich zu dieser Maßnahme empfiehlt es sich, die Anleitung zum Gebrauch des OPACs zu überarbeiten. Diese sollten sowohl im Menü des OPACs als auch in gedruckter Form an den OPAC-Arbeitsplätzen der Stadtbücherei vorliegen. Diese Anleitungen sollten so gestaltet werden, dass sie gut lesbar und auch für Laien verständlich sind. Kurze Sätze und wenig Fachbegriffe sowie Anglizismen sind hier von Vorteil.

Die beschriebenen Schritte sollten von der Zielgruppe getestet werden. Es ist wichtig, dass Erstbesucher der Stadtbücherei nicht das Gefühl bekommen: „Das waren böhmische Dörfer für mich.“¹⁸³

Doch auch eine gute Anleitung zum OPAC reicht unter Umständen nicht aus. So ist es wichtig, das Personal für die Bedürfnisse der Älteren zu sensibilisieren. Ältere Nutzer sollten nicht den Eindruck bekommen, sie werden mit einem technischen Gerät alleine gelassen. Sie sind oft gehemmt nach Hilfe zu fragen. Deswegen empfiehlt es sich, auf die Beratung durch die Stadtbüchereimitarbeiter hinzuweisen und dadurch Barrieren abzubauen.

Weiterhin besteht die Möglichkeit, die Recherche im OPAC in Kursen zu vermitteln. Hier können Ältere als ehrenamtliche Helfer eingesetzt werden.

¹⁸¹ Frage 4n: 61% der AN und 39% der EN

¹⁸² Frage 4v: 41% der AN und 35% der EN

¹⁸³ Zitat einer Befragten aus der Gruppe der potentiellen Nutzer

II) Veranstaltungen

Rund 20% aller Befragten geben an, sich nicht für die Veranstaltungen in der Stadtbücherei Wedel zu interessieren¹⁸⁴. Weiterhin geben 53% der ehemaligen Nutzer an, dass es ein Anreiz für sie wäre, gemeinsam mit Familie oder Freunden die Stadtbücherei wieder zu besuchen¹⁸⁵. Der Büchereibesuch als soziales Erlebnis kann somit für die Veranstaltungen der Stadtbücherei genutzt werden.

Um das Interesse und die Teilnahmebereitschaft von Älteren zu erhöhen, sollten diese zu Uhrzeiten stattfinden, die sich mit dem Tagesrhythmus der Älteren vereinbaren lassen. Ein größeres Potential kann genutzt werden, indem mit anderen Einrichtungen kooperiert wird. Die Stadtbücherei sollte ihre bestehenden Kooperationen fortsetzen und erweitern, damit sie durch ihre Veranstaltungen vermehrt die Themen abdeckt, für die sich die Befragten interessieren. Diese Themen sind u.a. Soziales, Sport, Natur und Kultur¹⁸⁶. Außerdem sollte beachtet werden, dass die Akustik sowie die optische Darstellung bei den Veranstaltungen auch für Ältere passend ist.

Darüber hinaus könnten die generationsübergreifenden Veranstaltungen erweitert werden. Eine Art Ergänzung für die schon eingeführte Vorlese- und Bastelstunde kann die Vorstellung von Lieblingsbüchern sein. Dabei stellen sich Großeltern und Enkel gegenseitig ihre liebsten Kinderbücher vor¹⁸⁷.

III) Barrierefreiheit

In der Befragung antworten die meisten Teilnehmer, dass sie die Stadtbücherei gut erreichen können und keine Probleme bei der Orientierung in den Räumlichkeiten der Stadtbücherei haben¹⁸⁸.

Die Stadtbücherei Wedel setzt sich bereits dafür ein, die Barrierefreiheit zu optimieren. Im Jahr 2012 wurde dazu im Rahmen einer Diplomarbeit ein Test durchgeführt, der mithilfe eines Alterssimulationsanzugs Schwachstel-

¹⁸⁴ Frage 4s: 26% der AN und 14% der EN

¹⁸⁵ s. Kapitel 3.2.1, Hypothese A

¹⁸⁶ s. Kapitel 3.2.2

¹⁸⁷ vgl. Fachstelle 2007b, S. 2

¹⁸⁸ Frage 4p: 96% der AN, 94% der EN und 88% der PN
Frage 4q: 92% der AN und 100% der EN

len in der Stadtbücherei aufdecken sollte¹⁸⁹. Auch bei der vorliegenden Erhebung konnte beobachtet werden, dass ältere Menschen bspw. im Eingangsbereich Schwierigkeiten mit der Tür haben¹⁹⁰.

Da Barrierefreiheit die größte Rolle bei der altersgerechten Gestaltung von Bibliotheksräumen spielt, darf dieser Aspekt auch in Zukunft nicht vernachlässigt werden.

IV) Themenregal

In anderen Bibliotheken wurden Regale für die Zielgruppe der Älteren eingerichtet¹⁹¹. Auch die Stadtbücherei Wedel könnte diese einführen. Hier empfiehlt es sich jedoch eher, Regale zu wechselnden Themen anzubieten und dabei auf eine Kennzeichnung wie z.B. „60plus“ zu verzichten. Stattdessen können Medien zu in dieser Zielgruppe beliebten Themen wie Natur oder Kultur, aber auch zu relevanten Themen wie Fitness und Gesundheit präsentiert werden¹⁹².

Bei der Umsetzung könnte die Stadtbücherei durch den Förderverein personell und finanziell unterstützt werden.

In Anbetracht der vorliegenden Arbeit kann folgender Schlussgedanke gefasst werden:

Wenn die Herausforderungen als Chancen verstanden werden, können Bibliotheken wie die Stadtbücherei Wedel dem demografischen Wandel mit Zuversicht begegnen.

¹⁸⁹ vgl. Stadtbücherei Wedel 2013, Abruf: 07.01.2013

¹⁹⁰ s. Kapitel 3.1.6

¹⁹¹ s. Kapitel 2.6

¹⁹² s. Kapitel 3.2.2

5. Literaturverzeichnis

Amazon 2013

AMAZON.COM, INC. (Hrsg.): *Kindle eReader mit WLAN und 16-Zoll (15cm)-E Ink-Display*. URL <http://www.amazon.de/dp/B007HCCOD0>. - Abruf: 2013-01-04

Backes 2008

BACKES, Gertrud M.; CLEMENS, Wolfgang: *Lebensphase Alter – eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Altersforschung*. 3., überarb. Aufl. Weinheim : Juventa-Verl., 2008. - ISBN 978-3-7799-1479-2

Bader 2009

BADER, Jennifer: *Senioren in der Öffentlichen Bibliothek – Bibliothekarische Konzepte mit einem Ausblick auf die Praxis der Stadtbücherei Eisenach*. Köln : Fachhochschule Köln, Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften, Diplomarbeit, 2009. Online verfügbar unter URL http://opus.bibl.fh-koeln.de/volltexte/2010/254/pdf/Bader_Jennifer.pdf. - Abruf: 2013-01-09

Baltes 2004

BALTES, Paul: Der Generationenkrieg kann ohne mich stattfinden. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (2004), Nr. 110, S. 39, online verfügbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/alterung-der-generationenkrieg-kann-ohne-mich-stattfinden-1158562.html>, Abruf: 2013-01-07

Bertelsmann Stiftung 2008

BERTELSMANN STIFTUNG (Hrsg.): *Alter neu denken – Gesellschaftliches Altern als Chance begreifen*. 2. Aufl. Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 2008.
- ISBN 978-89204-956-2

BMFSFJ 2001

BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (Hrsg.): Dritter Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland – Alter und Gesellschaft und Stellungnahme der Bundesregierung. Berlin, 2001. Online verfügbar unter URL <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/PRM-5008-3.Altenerbericht-Teil1,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>. - Abruf: 2013-01-09

BMFSFJ 2003

BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (Hrsg.): *Wo bleibt die Zeit? Die Zeitverwendung der Bevölkerung in Deutschland 2001/02*. Berlin, 2003. Online verfügbar unter URL https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/Zeitbudgeterhebung/WobleibtDieZeit5639101029004.pdf?__blob=publicationFile. - Abruf: 2013-01-09

BMFSFJ 2010a

BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (Hrsg.): *Eine neue Kultur des Alterns – Altersbilder in der Gesellschaft - Erkenntnisse und Empfehlungen des Sechsten Altenberichts*. Berlin, 2010. Online verfügbar unter URL <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/6.-Altenbericht-Eine-neue-Kultur-des-Alterns,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>. - Abruf: 2013-01-09

BMFSFJ 2010b

BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (Hrsg.): *Sechster Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland – Altersbilder in der Gesellschaft und Stellungnahme der Bundesregierung*. Berlin, 2010. Online verfügbar unter URL <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Abteilung3/Pdf-Anlagen/bt-drucksache-sechster-altenbericht,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>. - Abruf 2013-01-09

BMFSFJ 2010c

BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (Hrsg.): *Monitor Engagement – Ausgabe 2: Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 – 2004 – 2009*. Berlin, 2010. Online verfügbar unter URL <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Monitor-Engagement-Nr2,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>. - Abruf: 2013-01-09

Bortz 2006

BORTZ, Jürgen; DÖRING, Nicola: *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. 4., überarb. Aufl. Heidelberg : Springer-Medizin-Verl., 2006. - ISBN 978-3-540-33305-0

Bruttel 2012

BRUTTEL, Oliver: Gesellschaftlicher Strukturwandel. In: *New Business* (2012), Sonderausgabe 40 Jahre, S. 198-200. Online verfügbar unter URL http://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/AWA/AWA_Beitraege_Artikel/Bruttel_NewBusiness_40Jahre_2012.pdf. - Abruf: 2013-01-09

Bücherhallen Hamburg 2012

BÜCHERHALLEN HAMBURG (Hrsg.): *Medienboten*. URL <http://www.buecherhallen.de/ca/s/nb/>. - Abruf: 2012-12-16

Bundesministerium des Innern 2011

BUNDESMINISTERIUM DES INNERN (Hrsg.): *Demografiebericht – Bericht der Bundesregierung zur demografischen Lage und künftigen Entwicklung des Landes (Kurzfassung)*, Berlin 2011. Online verfügbar unter URL http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Themen/Politik_Gesellschaft/DemographEntwicklung/demografiebericht_kurz.pdf?__blob=publicationFile. - Abruf: 2013-01-09

Burzan 2004

BURZAN, Nicole: Die Zeitgestaltung älterer Menschen. In: BACKES, Gertrud M.; CLEMENS, Wolfgang; KÜNEMUND, Harald (Hrsg.): *Lebensformen und Lebensführung im Alter*, Wiesbaden : Verl. für Sozialwissenschaften, 2004. - ISBN 3-8100-4135-1, S. 117-132

Deutsche Bibliothekskonferenz 1973

DEUTSCHE BIBLIOTHEKSKONFERENZ (Hrsg.): *Bibliotheksplan '73 – Entwurf in eines umfassenden Bibliotheksnetzes für die Bundesrepublik Deutschland*. Berlin, 1973. - ISBN 3-87068-309-0. Online verfügbar unter URL http://www.bibliotheksporta.de/fileadmin/user_upload/content/bibliotheken/strategie/dateien/bibliotheksplan1973.pdf. - Abruf: 2013-01-09

Deutscher Bibliotheksverband 2012a

DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBAND E.V. (Hrsg.): *Der Bibliotheksindex – Öffentliche Bibliotheken*. URL http://www.bix-bibliotheksindex.de/ergebnisse/oeffentliche-bibliotheken.html?id=19&L=0&x=y&sorting=bix_tops+DESC&template=liste&land=&bixtyp=3&jahr=2012. - Stand: 2012. - Abruf: 2012-12-17

Deutscher Bibliotheksverband 2012b

DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBAND E.V. (Hrsg.): *Bibliotheksnutzung im Kindesalter prägt*. URL http://www.bibliotheksverband.de/fileadmin/user_upload/DBV/pressemitteilungen/2012/PM_Gr%C3%BCnde_Ursachen_Nichtnutzung_Bibliotheken_26_4_2012_endg.pdf. - Stand: 2012-04-26. - Abruf: 2012-12-16

Deutscher Bibliotheksverband 2012c

DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBAND E.V. (Hrsg.): *Nichtnutzungsstudie – Anhang*. URL http://www.bibliotheksverband.de/fileadmin/user_upload/DBV/projekte/Nichtnutzungsstudie_Anhang.pdf. - Stand: 2012. - Abruf: 2012-07-30

Diekmann 2007

DIEKMANN, Andreas: *Empirische Sozialforschung – Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Original-Ausgabe, vollständige überarb. und erw. Neuauflage 2007, 4. Aufl. Reinbek bei Hamburg : Rowohlt-Taschen-Verl, 2007. - ISBN 978-3-499-55678-4

Dietzel-Papakryriakou 2008

DIETZEL-PAPAKRYRIAKOU, Maria; GOHDE, Jürgen; KRUSE, Andreas; LEHR, Ursula: Alter und sozialer Wandel. In: BERTELSMANN STIFTUNG (Hrsg.): *Alter neu denken – Gesellschaftliches Altern als Chance begreifen*. 2. Aufl. Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 2008. - ISBN 978-89204-956-2, S. 49-70

Egger 2008

EGGER, Andreas; VAN EIMEREN, Birgit: Die Generation 60plus und die Medien. In: *Media Perspektiven* (2008), Nr. 11, S. 577-588. Online verfügbar unter URL http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Egger.pdf. - Abruf: 2013-01-09

Engstler 2004

ENGSTLER, Heribert: Die Zeitverwendung älterer Menschen. In: *Alltag in Deutschland – Analysen zur Zeitverwendung*. Wiesbaden : Statistisches Bundesamt, 2004, S. 216-246. Online verfügbar unter URL https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsum/Lebensbedingungen/Zeitbudgeterhebung/Alltag1030443049004.pdf__blob=publicationFile. - Abruf 2013-01-09

Fachstelle 2007a

FACHSTELLE FÜR DAS ÖFFENTLICHE BIBLIOTHEKSWESEN BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): *Bibliothek 55+ wie fange ich's an?*. Stuttgart, 2007. Online verfügbar unter URL http://www.s.fachstelle.bib-bw.de/angebot/dokumente/Bibliothek55_Webseite.pdf. - Abruf: 2013-01-09

Fachstelle 2007b

FACHSTELLE FÜR DAS ÖFFENTLICHE BIBLIOTHEKSWESEN BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): *Bibliothek plus minus für Jung und Alt*. Stuttgart, 2007. Online verfügbar unter URL http://www.s.fachstelle.bibbw.de/angebot/dokumente/Bibliothek_plus_minus_Konzepte.pdf. - Abruf: 2013-01-09

Gassmann 2006

GASSMANN, Oliver; REEPMEYER, Gerrit: *Wachstumsmarkt Alter – Innovationen für die Zielgruppe 50+*. München : Hanser, 2006. - ISBN 978-3-446-40636-0

Heinze 2011

HEINZE, Rolf G.; NAEGELE, Gerhard; SCHNEIDERS, Katrin: *Wirtschaftliche Potentiale des Alters*. Stuttgart : Kohlhammer, 2011. - ISBN 978-3-17-020341-9

Herten 2009

STADT HERTEN (Hrsg.): *Perspektive Alter – Planung für und mit älteren Menschen in Herten*. Herten, 2009. Online verfügbar unter URL <http://www.herten.de/uploads/media/AltenhilfePlan.pdf>. - Abruf: 2013-01-09

Herten 2012a

STADT HERTEN (Hrsg.): *Senioren*. URL <http://www.herten.de/familie-soziales/senioren/index.html>. - Abruf: 2012-12-11

Herten 2012b

STADT HERTEN (Hrsg.): *Altenhilfeplan*. URL <http://www.herten.de/familie-soziales/senioren/altenhilfeplan/index.html>. Stand: 2009. - Abruf: 2012-12-11

Herten 2012c

STADT HERTEN (Hrsg.): *Älter werden*. URL <http://www.herten.de/kultur-freizeit/stadtbibliothek/angebote-fuer-erwachsene/aelter-werden/index.html>. - Abruf 2012-12-11

Keuchel 2009

KEUCHEL, Susanne: Mit 50 in die Oper statt ins Rockkonzert? In: *politik und kultur – Zeitung des Deutschen Kulturrates* (2009), Nr. 4, S. 26. - ISSN 1619-4217. Online verfügbar unter URL <http://www.kulturrat.de/puk/puk04-09.pdf>. - Abruf: 2013-01-09

Künemund 2000

KOHLI, Martin; KÜNEMUND, Harald (Hrsg.): *Die zweite Lebenshälfte - gesellschaftliche Lage und Partizipation im Spiegel des Alters-Surveys*. Opladen : Leske und Budrich, 2000. - ISBN 3-8100-2554-2

Kulzer 2007

KULZER, Gudrun: Aktiv älter werden – Bibliotheksangebote für die dritte Lebensphase am Beispiel der Stadtbibliothek Straubing. In: KADEN, Ben; KINDLING, Maxi: *Zugang für alle – soziale Bibliotheksarbeit in Deutschland*. Berlin : BibSpider, 2007. - ISBN 978-3-936960-18-1, S. 234-243

Laslett 1995

LASLETT, Peter: *Das dritte Alter – historische Soziologie des Alterns*. Weinheim : Juventa-Verl., 1995. - ISBN 3-7799-0390-3

Moseid 2006

MOSEID, Tone Eli: Mind the gap! Library services to the disabled in a new framework. In: *LIBREAS – Library ideas - Library services for disadvantaged persons* (2006), Nr. 3(2). - ISSN 1860-7950. Online verfügbar unter URL <http://libreas.eu/ausgabe6/pdf/002mos.pdf>. - Abruf: 2013-01-09

NABU 2012

NATURSCHUTZBUND DEUTSCHLAND (Hrsg.): *Wedeler Marsch*. URL <http://hamburg.nabu.de/projekte/umweltbildung/carlzeissvogelstation/wedelermarsch>. - Abruf: 2012-12-30

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2008

PRESSE- UND INFORMATIONSAMT DER BUNDESREGIERUNG (Hrsg.): *Unsere Gesellschaft braucht die Älteren*. URL <http://www.erfahrung-ist-zukunft.de/SharedDocs/Artikel/Bildung/Wissenschaft-und-Forschung/20081113-interview-lehr.html?nn=571050>. - Stand: 2008-11-13. - Abruf: 2013-01-08

Reidl 2007

REIDL, Andreas: *Seniorenmarketing – mit älteren Zielgruppen neue Märkte erschließen*. 2., aktualisierte und erw. Aufl. Landsberg am Lech : mi-Fachbuchverl. Redline, 2007. - ISBN 978-3-636-03079-5

Schimany 2003

SCHIMANY, Peter: *Die Alterung der Gesellschaft – Ursachen und Folgen des demographischen Umbruchs*. Frankfurt/Main : Campus-Verl., 2003. - ISBN 3-593-37246-0

Schnell 2008

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

Stadtbücherei Wedel 2006a

STADTBÜCHEREI WEDEL (Hrsg.): *100 Jahre Stadtbücherei Wedel 1906 – 2006*. Wedel, 2006

Stadtbücherei Wedel 2006b

STADTBÜCHEREI WEDEL (Hrsg.): *Satzung*. URL <http://stadtbuecherei.wedel.de/b-satzung.php>. - Stand: 2006-03-16. - Abruf: 2013-01-04

Stadtbücherei Wedel 2011

STADTBÜCHEREI WEDEL (Hrsg.): *Jahresbericht 2011*. Wedel, 2012. Online verfügbar unter URL www.stadtbuecherei.wedel.de/pdf/2011jahresbericht.pdf. - Abruf: 2013-01-09

Stadtbücherei Wedel 2012

STADTBÜCHEREI WEDEL (Hrsg.): *LiteraTour – Die Bücherei kommt ins Haus*. Wedel, 2012. Online verfügbar unter URL <http://www.stadtbuecherei.wedel.de/pdf/f-literatour.pdf>. - Abruf 2012-12-17

Stadtbücherei Wedel 2013

STADTBÜCHEREI WEDEL (Hrsg.): Archiv. URL <http://www.stadtbuecherei.wedel.de/2012-archiv.php#alterssimu>. - Abruf: 2013-01-07

Statistikamt Nord 2012

STATISTISCHES AMT FÜR HAMBURG UND SCHLESWIG-HOLSTEIN (Hrsg.): *Bevölkerung der Gemeinden in Schleswig-Holstein am 31.12.2011*. Hamburg, 2012. Online verfügbar unter URL http://www.statistik-nord.de/uploads/tx_standocuments/A_I_2_vj411_S.pdf. - Abruf: 2013-01-09

Statistisches Bundesamt 2009

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.): *Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung*, Wiesbaden 2009. Online verfügbar unter URL https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/VorausberechnungBevoelkerung/BevoelkerungDeutschland2060Presse5124204099004.pdf?__blob=publicationFile. - Abruf 2013-01-09

Statistisches Bundesamt 2010

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.): *12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung nach Ländern*. URL <https://www.destatis.de/laenderpyramiden>. - Stand: 2010. - Abruf: 2012-12-16

Statistisches Bundesamt 2011a

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.): *Bevölkerung und Erwerbstätigkeit – Entwicklung der Privathaushalte bis 2030: Ergebnisse der Haushaltsvorausberechnung*, Wiesbaden 2011. Online verfügbar unter URL https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/HaushalteMikrozensus/EntwicklungPrivathaushalte5124001109004.pdf__blob=publicationFile. - Abruf 2013-01-09

Statistisches Bundesamt 2011b

STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER (Hrsg.): *Demografischer Wandel in Deutschland – Bevölkerungs- und Haushaltsentwicklung im Bund und in den Ländern*, Nr. 1, Wiesbaden 2011. Online verfügbar unter URL https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/VorausberechnungBevoelkerung/BevoelkerungsHaushaltsentwicklung5871101119004.pdf?__blob=publicationFile. - Abruf: 2013-01-09

Straubing 2012

STADTBIBLIOTHEK STRAUBING (Hrsg.): *Infobörse 55+*. URL <http://www.stadtbibliothek-straubing.de/kategorien/erwachsene/infoboerse-55.html>. - Abruf: 2012-12-11

TNS Infratest 2012

TNS INFRATEST (Hrsg.): *(N)ONLINER Atlas 2012*. München, 2012. Online verfügbar unter URL <http://www.initiated21.de/wp-content/uploads/2012/06/NONLINER-Atlas-2012-Basiszahlen-f%C3%BCr-Deutschland.pdf>. - Stand: Juni 2012. - Abruf: 2013-01-09

Turocha 2007

TUROCHA, Dieter: Produkt- und Markenmanagement für technische Gebrauchsgüter. In: HAPPE, Guido (Hrsg.): *Demografischer Wandel in der unternehmerischen Praxis - mit Best-Practice-Berichten*. Wiesbaden : Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler, 2007. - ISBN 978-3-8349-0306-8, S. 261-275

Weber 2009

WEBER, Jürgen: Barrierefreiheit. In: HAUKE, Petra; ULRICH, Klaus (Hrsg.): *Bibliotheken bauen und ausstatten (Bibliotheksbau)*. Bad Honnef : Bock + Herchen, 2009. - ISBN 978-3-88347-267-6, S. 310-321. Online verfügbar unter URL <http://edoc.hu-berlin.de/oa/books/ree8FL3pymekE/PDF/25Gh3Uywl6dIY.pdf>. - Abruf: 2013-01-09

Wedel 2011

STADT WEDEL (Hrsg.): *Zahlen und Daten 2011*. URL http://www.wedel.de/fileadmin/user_upload/media/pdf/Leben_in_Wedel/Zahlen_und_Fakten/StatistikWedel2011.pdf. - Stand: Mai 2011. - Abruf: 2012-12-11

Wedel 2013a

STADT WEDEL (Hrsg.): *Seniorenbüro – Beratung für ältere Menschen*. URL <http://www.wedel.de/leben-in-wedel/senioren/seniorenbuero.html>. - Abruf: 2013-01-09

Wedel 2013b

STADT WEDEL (Hrsg.): *Seniorenbeirat*. URL <http://www.wedel.de/leben-in-wedel/senioren/seniorenbeirat.html>. - Abruf: 2013-01-09

Wedel Schulauer Tageblatt 2012

WEDEL SCHULAUER TAGEBLATT (Hrsg.): *Generation 60+ im Visier*. URL [http://www.wedel-schulauer-tageblatt.de/index.php?id=160&tx_ttnews\[tt_news\]=2063679&no_cache=1](http://www.wedel-schulauer-tageblatt.de/index.php?id=160&tx_ttnews[tt_news]=2063679&no_cache=1). - Stand: 2012-09.29. - Abruf: 2012-12-21

Verzeichnis des Anhangs

Anhang A: Schriftliche Vereinbarung.....	ii
Anhang B: Fragebogen für aktive Nutzer.....	v
Anhang C: Fragebogen für ehemalige Nutzer.....	xii
Anhang D: Fragebogen für potentielle Nutzer.....	xx
Anhang E: Begleitschreiben.....	xxvii
Anhang F: Erinnerungsschreiben.....	xxviii

Anhang A: Schriftliche Vereinbarung

Schriftliche Vereinbarung zum Datenschutz

zwischen der

Stadtbücherei Wedel, Rosengarten 6, 22880 Wedel

und den Studentinnen der
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

(A) Elisabeth Heinemann, (Adresse)

(B) Helena Kohler, (Adresse)

1. Gegenstand der Vereinbarung

Im Rahmen einer Bachelorarbeit an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement, führen die Studentinnen eine Befragung durch. Dazu werden Fragebögen an ehemalige Nutzer der Stadtbücherei Wedel verschickt. Ehemalige Nutzer sind Nutzer, die seit mindestens 12 Monaten (= Oktober 2011) ihren Büchereiausweis nicht durch Zahlung der Nutzungsgebühr verlängert haben.

Die Nutzung der personenbezogenen Daten geschieht zu wissenschaftlichen Zwecken, die Daten werden pseudonymisiert (§ 22 LDSG Schleswig-Holstein). Die Stadtbücherei erhebt zur Abwicklung des Leihverkehrs persönliche Daten und nutzt diese für statistische Zwecke (§8 Satzung der Stadtbücherei Wedel). Die Studentinnen führen die Befragung in Kooperation mit der Stadtbücherei durch.

2. Dauer der Befragung

Die Durchführung der Befragung beginnt am 23. Oktober 2012 und endet am 17. November 2012.

3. Ablauf der Befragung

Die Stadtbücherei filtert durch die Software-Firma Biber GmbH die gewünschten Adressdaten aus dem Buchungssystem Bibdia Portal. Diese Adressdaten sind Namen und Anschriften von ehemaligen Nutzern (siehe 1.), die vor 1952 geboren wurden. Diese ehemaligen Nutzer sind somit zum Zeitpunkt der Befragung 60 Jahre oder älter.

Die Adressdaten werden von der Stadtbücherei pseudonymisiert. Es wird mit der Software Excel eine Liste angelegt, in welcher jede Adresse eine Identifikationsnummer (ID) zugewiesen bekommt. Die IDs sind fortlaufend und lassen keine Rückschlüsse auf die verknüpften Adressen zu.

Die Studentinnen erhalten lediglich die Information über die Bandbreite der IDs (z.B. 001 bis 200).

Die Studentinnen haben somit keinen Zugriff auf personenbezogene Daten. Die Zuordnungsfunktion bleibt im alleinigen Zugriff der Stadtbücherei (§11,6 LDSG Schleswig-Holstein).

Die Studentinnen bereiten 200 Fragebögen vor, die keine personenbezogenen Daten erheben (s. Anhang Fragebogen_EhemaligeNutzer.pdf) und somit anonym sind. Zusätzlich werden 200 Begleitschreiben mit Instruktionen zur Ausfüllung der Fragebögen vorbereitet. Die Fragebögen und Begleitschreiben werden in einen Briefumschlag verpackt und an den Stadtbücherei übergeben.

Die Stadtbücherei bereitet für jeden Adressaten einen Rückumschlag vor. Das heißt, auf diesem Rückumschlag befindet sich im Empfängerfeld die Adresse der Stadtbücherei. Weiterhin wird dieser Rückumschlag frankiert und mit einer ID (z.B. 001 bis 200) versehen. Der Rückumschlag wird zu den Fragebögen und Begleitschreiben in den Briefumschlag verpackt. Die Stadtbücherei ordnet nun anhand der Zuordnungsliste die IDs (z.B. 001 bis 200) den entsprechenden Adressaten zu: Steht auf dem Rückumschlag die ID „001“, so wird auf den Briefumschlag der zugehörige Adressaufkleber von Adressat „001“ geklebt.

Anschließend werden die fertigen Briefumschläge, die die Fragebögen, Begleitschreiben und Rückumschläge enthalten, verschickt.

Die Adressaten erhalten das Schreiben und werden instruiert, die ausgefüllten Fragebögen bis zum 17.11.2012 zurückzuschicken. Dazu legen sie die Fragebögen in den jeweiligen Rückumschlag und verschließen diesen. Da der Rückumschlag bereits frankiert ist, kann der Fragebogen unentgeltlich an die Stadtbücherei zurückgeschickt werden.

Zwei Wochen nach Versenden der Fragebögen, am 03.11.2012, überprüfen die Studentinnen, wie viele Fragebögen eingesendet wurden. Dies geschieht anhand der IDs: Die Studentinnen überprüfen die Rückumschläge und gleichen die IDs mit der Bandbreite der IDs (z.B. 001 bis 200) ab. Anschließend bereiten die Studentinnen ein Erinnerungsschreiben vor, welches die Adressaten an das Ausfüllen der Fragebögen erinnert. Danach wird die Stadtbücherei darüber informiert, von welchen IDs noch Antworten ausstehen. Der Stadtbücherei verschickt nun an die noch ausstehenden IDs das vorbereitete Erinnerungsschreiben. Anschließend vernichtet die Stadtbücherei die Zuordnungsliste.

Vier Wochen nach Versenden der Fragebögen endet die Einsendefrist und somit die Befragung (am 17.11.2012). Die Studentinnen öffnen nun die Rückumschläge und nehmen die Fragebögen heraus. Die leeren Rückumschläge werden umgehend vernichtet und von der Stadtbücherei entsorgt, so dass es keine Rückschlüsse von den Fragebögen auf die IDs gibt.

Anschließend werten die Studentinnen die anonymen Fragebögen anhand der Software SPSS aus und nutzen die Ergebnisse für ihre Bachelorarbeit. Diese wird nach Fertigstellung der Stadtbücherei präsentiert und vorgelegt.

4. Ort der Befragung

Die Studentinnen nehmen das Auszählen der Rückumschläge (03.11.2012) sowie das Öffnen und Vernichten der Rückumschläge nach Beendigung der Befragung (17.11.2012) in den Räumlichkeiten der Stadtbücherei vor. Das Vorbereiten der Fragebögen, Begleit- und Erinnerungsschreiben sowie die Auswertung der anonymen Fragebögen ist nicht ortsgebunden, da keine IDs verwendet werden.

5. Veröffentlichung

Die Studentinnen reichen ihre Abschlussarbeit beim Department Information der Hochschule für Angewandte Wissenschaften ein. Die Abschlussarbeit enthält anonyme Daten und deren Auswertung. Im Rahmen der Hochschule wird die Abschlussarbeit sowohl gedruckt als auch elektronisch veröffentlicht.

Ort, Datum Unterschrift Stadtbücherei

Ort, Datum Unterschrift Studentin (A)

Ort, Datum Unterschrift Studentin (B)



Nutzer-Befragung der Stadtbücherei Wedel

HAW Hamburg, Department Information
Bibliotheks- und Informationsmanagement
Elisabeth Heinemann
Helena Kohler

Im Rahmen unserer Bachelor-Arbeit untersuchen wir das Angebot der Stadtbücherei Wedel. Wir freuen uns sehr, dass Sie sich Zeit nehmen an unserer Befragung teilzunehmen.
Die Befragung wird ungefähr 15 Minuten dauern. Wir werden Ihnen jeweils eine Frage stellen und dazu einige Antwortmöglichkeiten vorgeben. Wählen Sie die Antwortmöglichkeit aus, die am besten zu Ihnen passt. Bei jeder Frage können Sie nur eine Möglichkeit auswählen.

1. Interessen und Alltagsgestaltung

Bei der folgenden Frage lesen wir Ihnen einige alltagstypische Aktivitäten vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie diese Aktivitäten ausüben. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

- a) Kinder betreuen
 häufig ab und zu selten nie
- b) Familie und Freunde / Bekannte besuchen
 häufig ab und zu selten nie
- c) Sport treiben oder Sportveranstaltungen besuchen
 häufig ab und zu selten nie
- d) Mich weiterbilden (Sachbücher lesen, Kurse/Vorträge besuchen, usw.)
 häufig ab und zu selten nie
- e) Ausflüge in die Natur machen
 häufig ab und zu selten nie

f) Heimwerken und Handarbeit
 häufig ab und zu selten nie

g) In Küche und Garten arbeiten
 häufig ab und zu selten nie

h) Mich ehrenamtlich engagieren
 häufig ab und zu selten nie

Falls Sie mit „häufig“ geantwortet haben: In welchem Bereich sind Sie ehrenamtlich aktiv?

Sollten Sie sich in mehreren Bereichen ehrenamtlich engagieren, wählen Sie bitte einen Hauptbereich aus.

Sport Soziales Kultur Religion Politik
 Umwelt Hilfsorganisation Sonstiges

Kennen Sie den Förderverein der Stadtbücherei Wedel?

ja nein

i) Kulturelle Veranstaltungen besuchen
 häufig ab und zu selten nie

j) Kirche und Gottesdienst besuchen
 häufig ab und zu selten nie

2. Mediennutzung

2.1 Medienarten

Bei der folgenden Frage lesen wir Ihnen einige Medienarten vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie das jeweilige Medium nutzen. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

a) Bücher
 häufig ab und zu selten nie

b) Hörbücher
 häufig ab und zu selten nie

Sollten Sie bei a) oder b) „häufig“ oder „ab und zu“ gewählt haben, dann beantworten Sie bitte zusätzlich die Frage 2.2 Buchgenres.

c) Zeitungen und Zeitschriften
 häufig ab und zu selten nie

- d) Fernsehen und Radio
 häufig ab und zu selten nie
- e) Internet
 häufig ab und zu selten nie
- f) Musik (CD, Download, usw.)
 häufig ab und zu selten nie
- g) Filme (DVD, Bluray, Video)
 häufig ab und zu selten nie

2.2 Nur für (Hör-)Buch-Nutzer: Buchgenres

Bitte beantworten Sie diese Frage nur, wenn Sie bei Frage 2.1a) und b) geantwortet haben, dass Sie Bücher und/oder Hörbücher nutzen (nicht „selten“ oder „nie“).

Bei der folgenden Frage lesen wir Ihnen einige Buchgenres vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie aus diesem Genre Bücher lesen bzw. Hörbücher hören. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

- a) Unterhaltungsliteratur: Romane und Biografien
 häufig ab und zu selten nie
- b) Sachmedien
 häufig ab und zu selten nie
- c) Ratgeber und Reiseführer
 häufig ab und zu selten nie
- d) Kinder und Jugendbücher
 häufig ab und zu selten nie

2.3 Internet

Bei der folgenden Frage lesen wir Ihnen einige Nutzungsmöglichkeiten des Internets vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie diese in Anspruch nehmen. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

- a) Recherche zu einem Thema, das mich interessiert
 häufig ab und zu selten nie

b) E-Mails und soziale Netzwerke
 häufig ab und zu selten nie

c) Nachrichten und Aktuelles
 häufig ab und zu selten nie

Falls Sie bei jedem mit „nie“ geantwortet haben, bitte beantworten Sie die folgende Frage:

Haben Sie trotzdem grundsätzlich Interesse daran den Umgang mit dem PC und dem Internet zu erlernen?

ja nein

3. Bibliothekssozialisation

3.1 Bibliotheksbesuch

Denken Sie einmal an Ihre Kindheit zurück. Waren Sie damals in einer Bücherei?

ja nein

Falls Sie mit „ja“ geantwortet haben: Mit wem waren Sie damals in der Bücherei? Sie können mehrere Antworten auswählen.

- Eltern, Familie und Verwandte
- Freunde und Bekannte
- Kindergarten, Schule

4. Gründe für Nutzung

Bei der folgenden Frage geben wir Ihnen einige Aussagen über die Stadtbücherei Wedel vor. Bitte geben Sie an, ob Sie der jeweiligen Aussage zustimmen oder nicht. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „stimme zu“ oder „stimme nicht zu“ wählen.

Allgemeines

b) Ich fühle mich in der Bücherei wohl.
 stimme zu stimme nicht zu

c) Ich habe mit der Bücherei noch keine schlechten Erfahrungen gemacht.
 stimme zu stimme nicht zu

- d) Die Benutzung der Bücherei ist einfach.
 stimme zu stimme nicht zu

Angebot

- e) Das Angebot der Stadtbücherei ist aktuell.
 stimme zu stimme nicht zu
- f) Der Zustand der Bücher ist gut.
 stimme zu stimme nicht zu
- g) Ich leihe hauptsächlich Musik, Filme und/oder Hörbücher aus.
 stimme zu stimme nicht zu
- h) Ich leihe hauptsächlich e-Medien aus.
 stimme zu stimme nicht zu

Service

- i) Die Mitarbeiter sind freundlich und hilfsbereit.
 stimme zu stimme nicht zu
- j) Die Mitarbeiter sind kompetent.
 stimme zu stimme nicht zu
- k) Die Mahngebühren sind angemessen.
 stimme zu stimme nicht zu
- l) Die Nutzungsgebühren sind angemessen.
 stimme zu stimme nicht zu
- m) Die Öffnungszeiten sind angemessen.
 stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme nicht zu“ geantwortet haben: Haben Sie einen Vorschlag, wann die Öffnungszeiten erweitert werden sollen?

-
- n) Es gefällt mir, dass ich Medien online suchen oder verlängern kann.
 stimme zu stimme nicht zu

o) Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben:
Wissen Sie, dass die Stadtbücherei diesen Service anbietet?

ja nein

Räumlichkeiten

p) Die Stadtbücherei ist gut zu erreichen.

stimme zu stimme nicht zu

q) Ich kann mich in der Bücherei gut orientieren.

stimme zu stimme nicht zu

r) Die Räumlichkeiten sind attraktiv.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme nicht zu“ geantwortet haben: Welche
Verbesserungsvorschläge haben Sie für die Räumlichkeiten?

Zusatzangebote

s) Die Veranstaltungen (Ausstellungen, Lesungen, usw.) interessieren mich.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Welche Veranstaltungen
gefallen Ihnen besonders gut?

Welche Veranstaltungen würden Ihnen gefallen?

t) Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

u) Ich wünsche mir, dass es eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren sowie
zusätzliche PC-Arbeitsplätze in der Bücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

v) Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

Andere Bezugsquellen

w) Ich bringe jemand anderem Bücher aus der Bücherei mit.

stimme zu stimme nicht zu

x) Zusätzlich zu meinen ausgeliehenen Büchern und Medien, tausche ich z.B. mit Familie, Freunden.

stimme zu stimme nicht zu

y) Zusätzlich zu meinen ausgeliehenen Büchern lese ich Texte, Nachrichten u.ä. im Internet.

stimme zu stimme nicht zu

z) Zusätzlich zu meinen ausgeliehenen Büchern und Medien kaufe ich mir Bücher und Medien selbst.

stimme zu stimme nicht zu

Sonstiges

zz) Haben Sie selbst noch einen Vorschlag, der dazu führen würde, die Stadtbücherei Wedel noch weiter zu verbessern?

5. Persönliche Angaben

Zum Abschluss benötigen wir noch persönliche Angaben von Ihnen.

a) Geschlecht

männlich weiblich

b) Wie alt sind Sie? (Geburtsjahr)

... und das war auch schon unsere letzte Frage.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Falls Sie weiteres Interesse an dieser Befragung oder an der Stadtbücherei Wedel haben, kommen Sie doch gerne vorbei!



Ehemalige-Nutzer-Befragung der Stadtbücherei Wedel

HAW Hamburg, Department Information
Bibliotheks- und Informationsmanagement
Elisabeth Heinemann
Helena Kohler

Im Rahmen unserer Bachelor-Arbeit untersuchen wir das Angebot der Stadtbücherei Wedel. Wir freuen uns sehr, dass Sie sich Zeit nehmen an unserer Befragung teilzunehmen.
Die Befragung wird ungefähr 15 Minuten dauern. Wir werden Ihnen jeweils eine Frage stellen und dazu einige Antwortmöglichkeiten vorgeben. Kreuzen Sie die Antwortmöglichkeit an, die am besten oder am ehesten zu Ihnen passt. Bei jeder Frage können Sie nur eine Möglichkeit auswählen.

1. Interessen und Alltagsgestaltung

Bei der folgenden Frage geben wir Ihnen einige alltagstypische Aktivitäten vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie diese Aktivitäten ausüben. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

- a) Kinder betreuen
 häufig ab und zu selten nie
- b) Familie und Freunde / Bekannte besuchen
 häufig ab und zu selten nie
- c) Sport treiben oder Sportveranstaltungen besuchen
 häufig ab und zu selten nie
- d) Mich weiterbilden (Sachbücher lesen, Kurse/Vorträge besuchen, usw.)
 häufig ab und zu selten nie
- e) Ausflüge in die Natur machen
 häufig ab und zu selten nie

f) Heimwerken und Handarbeit
 häufig ab und zu selten nie

g) In Küche und Garten arbeiten
 häufig ab und zu selten nie

h) Mich ehrenamtlich engagieren
 häufig ab und zu selten nie

Falls Sie mit „häufig“ geantwortet haben: In welchem Bereich sind Sie ehrenamtlich aktiv?

Sollten Sie sich in mehreren Bereichen ehrenamtlich engagieren, wählen Sie bitte einen Hauptbereich aus.

Sport Soziales Kultur Religion Politik
 Umwelt Hilfsorganisation Sonstiges

Kennen Sie den Förderverein der Stadtbücherei Wedel?

ja nein

i) Kulturelle Veranstaltungen besuchen
 häufig ab und zu selten nie

j) Kirche und Gottesdienst besuchen
 häufig ab und zu selten nie

2. Mediennutzung

2.1 Medienarten

Bei der folgenden Frage geben wir Ihnen einige Medienarten vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie das jeweilige Medium nutzen. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

a) Bücher
 häufig ab und zu selten nie

b) Hörbücher
 häufig ab und zu selten nie

Sollten Sie bei a) oder b) „häufig“ oder „ab und zu“ gewählt haben, dann beantworten Sie bitte zusätzlich die Frage 2.2 Buchgenres.

c) Zeitungen und Zeitschriften
 häufig ab und zu selten nie

d) Fernsehen und Radio
 häufig ab und zu selten nie

e) Internet
 häufig ab und zu selten nie

f) Musik (CD, Download, usw.)
 häufig ab und zu selten nie

g) Filme (DVD, Bluray, Video)
 häufig ab und zu selten nie

2.2 Nur für (Hör-)Buch-Nutzer: Buchgenres

Bitte beantworten Sie diese Frage nur, wenn Sie bei Frage 2.1a) und b) geantwortet haben, dass Sie Bücher und/oder Hörbücher nutzen (nicht „selten“ oder „nie“).

Bei der folgenden Frage geben wir Ihnen einige Buchgenres vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie aus diesem Genre Bücher lesen bzw. Hörbücher hören. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

a) Unterhaltungsliteratur: Romane und Biografien
 häufig ab und zu selten nie

b) Sachmedien
 häufig ab und zu selten nie

c) Ratgeber und Reiseführer
 häufig ab und zu selten nie

d) Kinder und Jugendbücher
 häufig ab und zu selten nie

2.3 Internet

Bei der folgenden Frage geben wir Ihnen einige Nutzungsmöglichkeiten des Internets vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie diese in Anspruch nehmen. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

a) Recherche zu einem Thema, das mich interessiert
 häufig ab und zu selten nie

b) E-Mails und soziale Netzwerke
 häufig ab und zu selten nie

c) Nachrichten und Aktuelles
 häufig ab und zu selten nie

Falls Sie bei jedem „nie“ angekreuzt haben: Haben Sie trotzdem grundsätzlich Interesse daran den Umgang mit dem PC und dem Internet zu erlernen?

ja nein

3. Bibliothekssozialisation

3.1 Bibliotheksbesuch

Denken Sie einmal an Ihre Kindheit zurück. Waren Sie damals in einer Bücherei?

ja nein

Falls Sie mit „ja“ geantwortet haben: Mit wem waren Sie damals in der Bücherei? Sie können mehrere Antworten auswählen.

- Eltern, Familie und Verwandte
- Freunde und Bekannte
- Kindergarten, Schule

3.2 Sie haben _____ geantwortet. Wäre es Anreiz für Sie, gemeinsam mit Familie, Freunden oder anderen die Bücherei wieder zu nutzen?

ja nein

4. Gründe für Nicht-mehr-Nutzung

Bei der folgenden Frage geben wir Ihnen einige Aussagen über die Stadtbücherei Wedel vor. Bitte geben Sie an, ob Sie der jeweiligen Aussage zustimmen oder nicht. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „stimme zu“ oder „stimme nicht zu“ wählen.

Allgemeines

a) Ich möchte nicht mehr alleine in die Bücherei gehen.

stimme zu stimme nicht zu

b) Ich fühle mich in der Bücherei nicht wohl.

stimme zu stimme nicht zu

c) Ich habe mit der Bücherei schon schlechte Erfahrungen gemacht.

stimme zu stimme nicht zu

d) Die Benutzung der Bücherei ist mir zu kompliziert.

stimme zu stimme nicht zu

Angebot

e) Das Angebot der Stadtbücherei ist veraltet.

stimme zu stimme nicht zu

f) Der Zustand der Bücher ist nicht gut.

stimme zu stimme nicht zu

g) Ich lese nicht gerne.

stimme zu stimme nicht zu

h) Ich möchte keine Bücher haben, die andere Leute angefasst haben.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Kennen Sie das Onleihe-Angebot? Haben Sie Interesse an eMedien*?

ja nein

*eMedien sind Medien, die in elektronischer Form auf einem Datenträger oder online im Internet vorliegen.

Service

i) Die Mitarbeiter sind unfreundlich und nicht hilfsbereit.

stimme zu stimme nicht zu

j) Die Mitarbeiter wissen nicht Bescheid.

stimme zu stimme nicht zu

k) Die Mahngebühren sind zu hoch.

stimme zu stimme nicht zu

l) Die Nutzungsgebühren sind zu hoch.

stimme zu stimme nicht zu

m) Wenn ich Zeit habe ist die Bücherei geschlossen.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Haben Sie einen Vorschlag, wann die Öffnungszeiten erweitert werden sollen?

n) Ich weiß nicht, wie ich Medien online suchen oder verlängern kann.

stimme zu stimme nicht zu

o) Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Wissen Sie, dass die Stadtbücherei diesen Service anbietet?

ja nein

Räumlichkeiten

p) Die Stadtbücherei ist schlecht zu erreichen.

stimme zu stimme nicht zu

q) Ich kann mich in der Bücherei nicht orientieren.

stimme zu stimme nicht zu

r) Die Räumlichkeiten sind unattraktiv.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie für die Räumlichkeiten?

Zusatzangebote

s) Die Veranstaltungen (Ausstellungen, Lesungen, usw.) interessieren mich nicht.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Welche Veranstaltungen würden Ihnen gefallen?

t) Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

u) Ich wünsche mir, dass es eBook-Lesegeräte* zum Ausprobieren sowie zusätzliche PC-Arbeitsplätze in der Bücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

*eBooks sind Bücher, die in elektronischer Form vorliegen und auf einem PC oder auf speziellen Lesegeräten angesehen werden können.

v) Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

Andere Bezugsquellen

w) Jemand anderes bringt mir Bücher aus der Bücherei mit.

stimme zu stimme nicht zu

x) Ich tausche Bücher und Medien, z.B. mit Familie und Freunden.

stimme zu stimme nicht zu

y) Was ich lesen möchte bekomme ich im Internet.

stimme zu stimme nicht zu

z) Ich kaufe meine Bücher und Medien lieber selbst.

stimme zu stimme nicht zu

Sonstiges

zz) Haben Sie selbst noch einen Vorschlag, der dazu führen würde, die Stadtbücherei Wedel noch weiter zu verbessern?

5. Persönliche Angaben

Zum Abschluss benötigen wir noch persönliche Angaben von Ihnen.

a) Geschlecht

männlich weiblich

b) Wie alt sind Sie? (Geburtsjahr)

... und das war auch schon unsere letzte Frage.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Falls Sie weiteres Interesse an dieser Befragung oder an der Stadtbücherei Wedel haben, kommen Sie doch gerne vorbei!

Die Stadtbücherei befindet sich Rosengarten 6 in Wedel. Die MitarbeiterInnen freuen sich auf Sie!



Potentielle-Nutzer-Befragung der Stadtbücherei Wedel

HAW Hamburg, Department Information
Bibliotheks- und Informationsmanagement
Elisabeth Heinemann
Helena Kohler

Im Rahmen unserer Bachelor-Arbeit untersuchen wir das Angebot der Stadtbücherei Wedel. Wir freuen uns sehr, dass Sie sich Zeit nehmen an unserer Befragung teilzunehmen.
Die Befragung wird ungefähr 15 Minuten dauern. Wir werden Ihnen jeweils eine Frage stellen und dazu einige Antwortmöglichkeiten vorgeben. Wählen Sie die Antwortmöglichkeit aus, die am besten zu Ihnen passt. Bei jeder Frage können Sie nur eine Möglichkeit auswählen.

1. Interessen und Alltagsgestaltung

Bei der folgenden Frage lesen wir Ihnen einige alltagstypische Aktivitäten vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie diese Aktivitäten ausüben. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

- a) Kinder betreuen
 häufig ab und zu selten nie
- b) Familie und Freunde / Bekannte besuchen
 häufig ab und zu selten nie
- c) Sport treiben oder Sportveranstaltungen besuchen
 häufig ab und zu selten nie
- d) Mich weiterbilden (Sachbücher lesen, Kurse/Vorträge besuchen, usw.)
 häufig ab und zu selten nie
- e) Ausflüge in die Natur machen
 häufig ab und zu selten nie

f) Heimwerken und Handarbeit
 häufig ab und zu selten nie

g) In Küche und Garten arbeiten
 häufig ab und zu selten nie

h) Mich ehrenamtlich engagieren
 häufig ab und zu selten nie

Falls Sie mit „häufig“ geantwortet haben: In welchem Bereich sind Sie ehrenamtlich aktiv?

Sollten Sie sich in mehreren Bereichen ehrenamtlich engagieren, wählen Sie bitte einen Hauptbereich aus.

Sport Soziales Kultur Religion Politik
 Umwelt Hilfsorganisation Sonstiges

Kennen Sie den Förderverein der Stadtbücherei Wedel?

ja nein

i) Kulturelle Veranstaltungen besuchen
 häufig ab und zu selten nie

j) Kirche und Gottesdienst besuchen
 häufig ab und zu selten nie

2. Mediennutzung

2.1 Medienarten

Bei der folgenden Frage lesen wir Ihnen einige Medienarten vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie das jeweilige Medium nutzen. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

a) Bücher
 häufig ab und zu selten nie

b) Hörbücher
 häufig ab und zu selten nie

Sollten Sie bei a) oder b) „häufig“ oder „ab und zu“ gewählt haben, dann beantworten Sie bitte zusätzlich die Frage 2.2 Buchgenres.

c) Zeitungen und Zeitschriften
 häufig ab und zu selten nie

d) Fernsehen und Radio
 häufig ab und zu selten nie

e) Internet
 häufig ab und zu selten nie

f) Musik (CD, Download, usw.)
 häufig ab und zu selten nie

g) Filme (DVD, Bluray, Video)
 häufig ab und zu selten nie

2.2 Nur für (Hör-)Buch-Nutzer: Buchgenres

Bitte beantworten Sie diese Frage nur, wenn Sie bei Frage 2.1a) und b) geantwortet haben, dass Sie Bücher und/oder Hörbücher nutzen (nicht „selten“ oder „nie“).

Bei der folgenden Frage lesen wir Ihnen einige Buchgenres vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie aus diesem Genre Bücher lesen bzw. Hörbücher hören. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

a) Unterhaltungsliteratur: Romane und Biografien
 häufig ab und zu selten nie

b) Sachmedien
 häufig ab und zu selten nie

c) Ratgeber und Reiseführer
 häufig ab und zu selten nie

d) Kinder und Jugendbücher
 häufig ab und zu selten nie

2.3 Internet

Bei der folgenden Frage lesen wir Ihnen einige Nutzungsmöglichkeiten des Internets vor. Bitte teilen Sie uns mit, wie oft Sie diese in Anspruch nehmen. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „häufig“, „ab und zu“, „selten“ oder „nie“ wählen.

a) Recherche zu einem Thema, das mich interessiert
 häufig ab und zu selten nie

b) E-Mails und soziale Netzwerke

häufig ab und zu selten nie

c) Nachrichten und Aktuelles

häufig ab und zu selten nie

Falls Sie bei jedem mit „nie“ geantwortet haben, bitte beantworten Sie die folgende Frage: Haben Sie trotzdem grundsätzlich Interesse daran den Umgang mit dem PC und dem Internet zu erlernen?

ja nein

3. Bibliothekssozialisation

3.1 Bibliotheksbesuch

Denken Sie einmal an Ihre Kindheit zurück. Waren Sie damals in einer Bücherei?

ja nein

Falls Sie mit „ja“ geantwortet haben: Mit wem waren Sie damals in der Bücherei? Sie können mehrere Antworten auswählen.

- Eltern, Familie und Verwandte
- Freunde und Bekannte
- Kindergarten, Schule

3.2 Differenzierung Nutzer, Ehemalige Nutzer, Potentielle Nutzer

Nun geht es um Büchereien. Haben Sie die Stadtbücherei Wedel in den letzten zwölf Monaten (seit Oktober letzten Jahres) genutzt?

ja

→ ja = Ab jetzt wird der Fragebogen für Aktive Nutzer verwendet.

nein

Wenn nicht, haben Sie sie davor genutzt, z.B. vor drei Jahren?

ja

→ ja = Ab jetzt wird der Fragebogen für Ehemalige Nutzer verwendet.

nein

→ nein = Potentielle Nutzer, weiter mit der nächsten Seite.

3.3 Vorhin haben wir Sie gefragt, mit wem Sie in Ihrer Kindheit in einer Bücherei waren. Sie haben _____ geantwortet. Wäre es Anreiz für Sie, gemeinsam mit Familie, Freunden oder anderen die Bücherei wieder zu nutzen?

ja nein

4. Gründe für Nicht-Nutzung

Bei der folgenden Frage geben wir Ihnen einige Aussagen über die Stadtbücherei Wedel vor. Bitte geben Sie an, ob Sie der jeweiligen Aussage zustimmen oder nicht. Sie können aus den Antwortmöglichkeiten „stimme zu“ oder „stimme nicht zu“ wählen.

Allgemeines

a) Ich möchte nicht alleine in die Bücherei gehen.

stimme zu stimme nicht zu

d) Die Benutzung der Bücherei ist mir zu kompliziert.

stimme zu stimme nicht zu

Angebot

g) Ich lese nicht gerne.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Hätten Sie Interesse daran, Hörbücher, Filme oder Musik auszuleihen?

ja nein

h) Ich möchte keine Bücher haben, die andere Leute angefasst haben.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Kennen Sie das Onleihe-Angebot? Haben Sie Interesse an eMedien?

ja nein

Service

m) Wenn ich Zeit habe ist die Bücherei geschlossen.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Haben Sie einen Vorschlag, wann die Öffnungszeiten erweitert werden sollen?

o) Es wäre gut, wenn Bücher zu mir nach Hause gebracht werden würden.

stimme zu stimme nicht zu

Falls Sie mit „stimme zu“ geantwortet haben: Wissen Sie, dass die Stadtbücherei diesen Service anbietet?

ja nein

Räumlichkeiten

p) Die Stadtbücherei ist schlecht zu erreichen.

stimme zu stimme nicht zu

p2) Ich weiß nicht wo es eine Bücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

Zusatzangebote

t) Ich wünsche mir, dass es eine Cafeteria in der Stadtbücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

u) Ich wünsche mir, dass es eBook-Lesegeräte zum Ausprobieren sowie zusätzliche PC-Arbeitsplätze in der Bücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

v) Ich wünsche mir, dass es PC-Kurse in der Bücherei gibt.

stimme zu stimme nicht zu

Andere Bezugsquellen

w) Jemand anderes bringt mir Bücher aus der Bücherei mit.

stimme zu stimme nicht zu

x) Ich tausche Bücher und Medien, z.B. mit Familie und Freunden.

stimme zu stimme nicht zu

y) Was ich lesen möchte bekomme ich im Internet.

stimme zu stimme nicht zu

- z) Ich kaufe meine Bücher und Medien lieber selbst.
 stimme zu stimme nicht zu

Sonstiges

zz) Haben Sie selbst noch einen Vorschlag, der dazu führen würde, die Stadtbücherei Wedel noch weiter zu verbessern?

5. Persönliche Angaben

Zum Abschluss benötigen wir noch persönliche Angaben von Ihnen.

a) Geschlecht
 männlich weiblich

b) Wie alt sind Sie? (Geburtsjahr)

... und das war auch schon unsere letzte Frage.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Falls Sie weiteres Interesse an dieser Befragung oder an der Stadtbücherei Wedel haben, kommen Sie doch gerne vorbei!

Die Stadtbücherei befindet sich Rosengarten 6 in Wedel. Die MitarbeiterInnen freuen sich auf Sie!

Anhang E: Begleitschreiben



Stadtbücherei Wedel

Stadtbücherei Wedel
Rosengarten 6
22880 Wedel
Telefon: 04103-93590
www.stadtbuecherei.wedel.de

Wedel, 23.10.2012

Befragung zur Stadtbücherei Wedel

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen einer Abschlussarbeit untersuchen zwei Studentinnen das Angebot der Stadtbücherei Wedel aus der Sicht ehemaliger Nutzer.

In Kooperation mit der Stadtbücherei wurden nun Fragebogen an die Nutzer verschickt, die seit mindestens 12 Monaten inaktiv sind.

Durch Ihre Teilnahme ermöglichen Sie es der Stadtbücherei Wedel, gezielt auf die Wünsche ihrer Nutzer einzugehen.

Die Befragung ist freiwillig und anonym. Ihre Daten sind pseudonymisiert und gemäß Landesdatenschutzgesetz Schleswig-Holstein §11,6 und §22 sowie der Satzung der Stadtbücherei Wedel §10 geschützt.

Bitte beachten Sie beim Ausfüllen, dass sich Fragen auf Vorder- und Rückseite des Fragebogens befinden.

Legen Sie Ihren ausgefüllten Fragebogen in den dafür vorgesehenen Rückumschlag und verschließen Sie ihn. Dieser kann unentgeltlich an die Stadtbücherei Wedel zurückgeschickt werden, es entstehen für Sie keine Portokosten.

Der Einsendeschluss Ihres Fragebogens ist der 17.11.2012. Später eingegangene Fragebögen können wir leider nicht mehr berücksichtigen.

Haben Sie Fragen? Die Mitarbeiter der Stadtbücherei Wedel stehen Ihnen gerne unter der oben genannten Telefonnummer zur Verfügung.

Wenn Sie weitere Fragen zur Abschlussarbeit haben, wenden Sie sich bitte direkt an die Studentinnen Elisabeth Heinemann und Helena Kohler, E-Mail: helena.kohler@haw-hamburg.de, Telefon: (Nummer).

Wir freuen uns auf Ihren ausgefüllten Fragebogen!

Mit freundlichen Grüßen,

Andrea Koehn
(Leitung der Stadtbücherei Wedel),

Elisabeth Heinemann und Helena Kohler
(Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg)

Anhang F: Erinnerungsschreiben



Stadtbücherei Wedel

Stadtbücherei Wedel
Rosengarten 6
22880 Wedel
Telefon: 04103-93590
www.stadtbuecherei.wedel.de

Wedel, 05.11.2012

Erinnerung: Befragung zur Stadtbücherei Wedel

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen einer Abschlussarbeit untersuchen zwei Studentinnen das Angebot der Stadtbücherei Wedel aus der Sicht ehemaliger Nutzer.

In Kooperation mit der Stadtbücherei wurden nun Fragebogen an die Nutzer verschickt, die seit mindestens 12 Monaten inaktiv sind.

Wir möchten Sie hiermit an unser Schreiben vom 23.10.2012 erinnern, dem wir einen Fragebogen beigelegt hatten.

Durch das Ausfüllen des Fragebogens ermöglichen Sie es der Stadtbücherei Wedel, gezielt auf die Wünsche ihrer Nutzer einzugehen. Die Vorgehensweise zum Zurücksenden entnehmen Sie bitte unserem ersten Schreiben.

Der Einsendeschluss Ihres Fragebogens ist der 17.11.2012.

Später eingegangene Fragebögen können wir leider nicht mehr berücksichtigen.

Falls Sie einen neuen Fragebogen oder Rückumschlag benötigen, Fragen zum Ausfüllen und Zurücksenden oder sonstige Anmerkungen haben, wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiter der Stadtbücherei Wedel.

Wenn Sie weitere Fragen zur Abschlussarbeit haben, wenden Sie sich bitte direkt an die Studentinnen Elisabeth Heinemann und Helena Kohler, E-Mail: helena.kohler@haw-hamburg.de, Telefon: (Nummer).

Wir freuen uns auf Ihren ausgefüllten Fragebogen!

Mit freundlichen Grüßen,

Andrea Koehn
(Leitung der Stadtbücherei Wedel),

Elisabeth Heinemann und Helena Kohler
(Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg)

Schriftliche Erklärung

Wir versichern, die entsprechend gekennzeichneten Teile der vorliegenden 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.

Hamburg, den 23.01.2013

Elisabeth Heinemann

Helena Kohler