

**Neue Wege in der Jugendbibliotheksarbeit :  
die freizeitorientierte Konzeption der Hamburger  
Jugendbibliothek HOEB4U**

Hausarbeit zur Diplomprüfung

an der  
HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN  
HAMBURG

Fakultät Design, Medien und Information

Department Information

vorgelegt von  
Stefanie Bürger  
Hamburg, Mai 2007

Referentin: Prof. Dr. Ute Krauß-Leichert

Korreferentin: Prof. Gudrun Laubach

Für Else und Maria

## **Abstract**

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit. Ziel ist es herauszufinden, ob die Freizeitorientierung in der Lage ist, den Bruch zwischen Jugendlichen und Bibliotheken zu verhindern. In diesem Zusammenhang werden Jugendbibliotheken, die keinerlei schulrelevante Literatur anbieten, als freizeitorientiert definiert. Neben der theoretischen Auseinandersetzung mit der Lebensphase Jugend und der Konzeption einer exemplarischen freizeitorientierten Jugendbibliothek wird insbesondere die Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U vorgestellt. Der Erfolg ihrer Freizeitorientierung wird mithilfe einer Besucherbefragung ermittelt und abschließend Maßnahmen zur Optimierung der HOEB4U-Konzeption aufgezeigt.

## **Deskriptoren:**

Benutzerforschung

Bücherhallen Hamburg

Freizeitorientierung

Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U

Jugend

Jugendbibliothek

Jugendbibliotheksarbeit



## Inhaltsverzeichnis

<b>Abstract</b> .....	<b>iv</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>ix</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>x</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>xi</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Lebensphase Jugend</b> .....	<b>3</b>
2.1. Entwicklung der Lebensphase Jugend .....	3
2.2. Definition des Begriffs „Jugend“ .....	5
2.2.1. Entwicklungsaufgaben .....	7
2.2.2. Übergang der Lebensphasen Kind – Jugendlicher - Erwachsener.....	8
2.3. Jugend heute.....	9
2.4. Jugendgruppen und Jugendkultur .....	12
2.5. Freizeitverhalten.....	13
2.6. Medienverhalten.....	16
2.7. Leseverhalten .....	19
<b>3. Bibliotheksarbeit für Jugendliche</b> .....	<b>26</b>
3.1. Bibliotheken aus der Sicht Jugendlicher .....	27
3.1.1. Hinderungsgründe .....	27
3.1.2. Bedürfnisse und Erwartungen .....	29
3.2. Grundsätze der Jugendbibliotheksarbeit .....	31
3.3. Freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit .....	34
3.3.1. Bestand.....	35
3.3.2. Räumlichkeiten und Ausstattung .....	37
3.3.3. Personal .....	39
3.3.4. Veranstaltungsarbeit.....	41
3.3.5. Öffentlichkeitsarbeit.....	43
3.3.6. Mitbestimmung Jugendlicher .....	44
3.3.7. Pro und Contra freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit .....	45
3.3.8. Beispiele freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit .....	47

<b>4.</b>	<b>Konzeption der Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U.....</b>	<b>51</b>
4.1.	Ziele der Hamburger Jugendbibliotheksarbeit .....	52
4.2.	Entstehung der HOEB4U .....	53
4.3.	Strukturelle Rahmenbedingungen .....	57
4.4.	Konzeption .....	60
4.4.1.	Zielgruppe .....	60
4.4.2.	Trendbibliothek mit freizeitorientiertem Angebot .....	61
4.4.3.	Medienbezogenes Veranstaltungskonzept .....	65
4.4.4.	Raumkonzept .....	67
4.4.5.	Corporate Identity .....	69
4.4.6.	Experimentierlabor Jugendbibliothek .....	70
4.4.7.	Modell Juniorfirma .....	71
4.5.	Internetseite .....	72
4.6.	Öffentlichkeitsarbeit, Merchandising.....	73
4.7.	Blick in die Zukunft .....	74
<b>5.</b>	<b>Vorbereitung und Durchführung der Besucherbefragung.....</b>	<b>75</b>
5.1.	Vorbereitung der Befragung .....	75
5.1.1.	Gründe für die Befragung .....	76
5.1.2.	Untersuchungsziel.....	77
5.1.3.	Inhalte der Befragung.....	77
5.1.4.	Erhebungsmethode.....	80
5.1.5.	Grundgesamtheit .....	81
5.1.6.	Stichprobe .....	82
5.1.7.	Erhebungszeitraum und Auswahlverfahren .....	85
5.1.8.	Erarbeitung des vorläufigen Fragebogens.....	86
5.1.9.	Pretest.....	91
5.1.10.	Überarbeitung des Fragebogens, Endfassung .....	93
5.2.	Organisation der Befragung .....	95
5.3.	Durchführung der Befragung .....	96
<b>6.</b>	<b>Ergebnisse der Besucherbefragung.....</b>	<b>99</b>
6.1.	Auswertungsmethode.....	99
6.2.	Aufbereitung der Befragungsergebnisse .....	100

6.3.	Besucherstruktur .....	101
6.3.1	Alter .....	102
6.3.2.	Geschlecht .....	104
6.3.3.	Schulbildung .....	106
6.3.4.	Tätigkeit .....	108
6.3.5.	Wohnort .....	108
6.4.	Besucherverhalten .....	110
6.4.1.	Wie sind die Besucher auf die HOEB4U aufmerksam geworden? .....	110
6.4.2.	Gründe für den Bibliotheksbesuch.....	111
6.4.3.	Häufigkeit der Bibliotheksbesuche .....	113
6.4.4.	Verweildauer .....	114
6.4.5.	Kundenkartenausstellung in der HOEB4U .....	116
6.4.6.	Besuch anderer Hamburger Bücherhallen .....	117
6.4.7.	Medienvorlieben .....	120
6.4.8.	Bevorzugte Themengebiete.....	129
6.5.	Besucherzufriedenheit und Besucherwünsche .....	130
6.5.1.	Zufriedenheit mit dem Bestand.....	131
6.5.2.	Zufriedenheit mit Personal .....	134
6.5.3.	Zufriedenheit mit der räumlichen Atmosphäre .....	135
6.5.4.	Zufriedenheit mit dem Veranstaltungsangebot .....	139
6.5.5.	Freizeitbibliothek .....	141
6.5.6.	Juniorfirma .....	142
6.5.7.	Eigene Jugendbibliothek .....	142
6.5.8.	Weiterempfehlung der HOEB4U .....	143
6.5.9.	Wünsche der Besucher .....	144
6.6.	Fazit der Besucherbefragung.....	145
6.7.	Maßnahmenkatalog .....	147
<b>7.</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>151</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>153</b>
	<b>Anhang A: Konzeption der HOEB4U .....</b>	<b>A-1</b>
	<b>Anhang B: Pretest-Fragebogen.....</b>	<b>B-1</b>
	<b>Anhang C: Fragebogen (Endfassung) .....</b>	<b>C-1</b>

<b>Anhang D: Tabellen zur Auswertung der Besucherbefragung .....</b>	<b>D-1</b>
<b>Anhang E: Kommentare der Befragten .....</b>	<b>E-1</b>
<b>Eidesstattliche Versicherung .....</b>	<b>xii</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Häufigste Freizeitbeschäftigungen im Laufe einer Woche.....	15
Abbildung 2: Gerätebesitz Jugendlicher 2006 .....	17
Abbildung 3: Einrichtung HOEB4U .....	68
Abbildung 4: Ausleihtheke HOEB4U .....	68
Abbildung 5: Logo HOEB4U .....	69
Abbildung 6: Comic-Figuren der HOEB4U .....	70
Abbildung 7: Alter der Befragten .....	102
Abbildung 8: Differenzierte Aufteilung nach Altersgruppen .....	103
Abbildung 9: Geschlecht.....	105
Abbildung 10: Kreuztabelle Geschlecht und Alter .....	106
Abbildung 11: Schulbildung .....	107
Abbildung 12: Tätigkeit .....	108
Abbildung 13: Wohnort .....	109
Abbildung 14: Wie sind die Besucher auf die HOEB4U aufmerksam geworden? .	111
Abbildung 15: Gründe für den Bibliotheksbesuch .....	112
Abbildung 16: Häufigkeit der Bibliotheksbesuche .....	114
Abbildung 17: Verweildauer.....	115
Abbildung 18: Kundenkartenausstellung in der HOEB4U .....	117
Abbildung 19: Häufigkeit der Medienausleihe – Printmedien .....	121
Abbildung 20: Häufigkeit der Medienausleihe – Nonbookmedien .....	123
Abbildung 21: Kreuztabelle Medienvorlieben nach Geschlecht .....	125
Abbildung 22: Kreuztabelle Alter und Printmedien-Vorlieben .....	127
Abbildung 23: Kreuztabelle Alter und Nonbookmedien-Vorlieben .....	128
Abbildung 24: Bevorzugte Themengebiete .....	130
Abbildung 25: Zufriedenheit mit den einzelnen Medienarten .....	133
Abbildung 26: Zufriedenheit mit dem Personal.....	135
Abbildung 27: Zufriedenheit mit der räumlichen Atmosphäre.....	137
Abbildung 28: Fühlen sich die Besucher in den Räumen der HOEB4U wohl? .....	138
Abbildung 29: Verbesserungsvorschläge für die Räumlichkeiten der HOEB4U ...	139
Abbildung 30: Zufriedenheit mit dem Veranstaltungsangebot .....	140
Abbildung 31: Beurteilung der freizeitorientierten Konzeption der HOEB4U .....	141
Abbildung 32: Beurteilung der HOEB4U als Juniorfirma.....	142
Abbildung 33: Bedeutsamkeit einer eigenen Jugendbibliothek.....	143
Abbildung 34: Würden die Besucher die HOEB4U weiterempfehlen? .....	144

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Ausleihzahlen HOEB4U .....	58
Tabelle 2: Besucherzahlen HOEB4U.....	59
Tabelle 3: Anteil der Medienarten in der HOEB4U .....	62
Tabelle 4: Verteilung der Altersgruppen incl. Verweigererstatistik .....	104
Tabelle 5: Kreuztabelle Verweildauer und Häufigkeit der Besuche.....	116
Tabelle 6: Besuch anderer Stadtteilbibliotheken .....	119
Tabelle 7: Kreuztabelle Medienvorlieben und Geschlecht .....	126
Tabelle 8: Zufriedenheit mit dem Bestand.....	132
Tabelle 9: Zufriedenheit mit der räumlichen Atmosphäre.....	137

## **Abkürzungsverzeichnis**

CD	Compact Disc
CD-ROM	Compact Disc Read-Only-Memory
DBI	Deutsches Bibliotheksinstitut
DVD	Digital Versatile Disc
HÖB	Hamburger Öffentliche Bücherhallen
HOEB4U	Hamburger Öffentliche Bücherhallen for you
UMD	Universal Media Disc
IFLA	International Federation of Library Associations and Institutions

## **1. Einleitung**

Öffentliche Bibliotheken beklagen seit langem den Wegfall jugendlicher Leser. Gerade in der Lebensphase Jugend benötigen junge Menschen jedoch Beratung und Orientierungshilfe bei der Entwicklung ihrer eigenen Identität und der Planung ihrer Zukunft. Bibliotheken, die ihnen einen ungehinderten und wertfreien Zugriff auf Medien und Informationen ermöglichen, sollten daher im Alltag Jugendlicher eine bedeutende Rolle spielen. Neue Wege in der zielgruppenspezifischen Bibliotheksarbeit versuchen den Bruch zwischen Jugendlichen und Bibliotheken zu verhindern. Die Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U beschreitet hierbei den Weg der Freizeitorientierung.

Das Untersuchungsziel dieser Diplomarbeit ist es, herauszufinden, ob freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit die richtige Methode ist, um junge Erwachsene zu motivieren, regelmäßig und freiwillig öffentliche Bibliotheken zu besuchen. Hierbei soll insbesondere die freizeitorientierte Konzeption der Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U und ihre langfristige Chance jugendliche Kunden an sich zu binden, erörtert werden.

Ein entsprechendes Fazit über die Zukunft der Freizeitorientierung kann jedoch nur gezogen werden, wenn auf folgende Fragen zuvor hinreichende Antworten gefunden werden:

- Was kennzeichnet die heutige Jugend?
- Welche Bedürfnisse und Erwartungen haben Jugendliche in Bezug auf einen Bibliotheksbesuch?
- Wie müssen jugendorientierte Bibliotheken konzipiert sein, um ihre Zielgruppe ansprechen und zufrieden stellen zu können?

In dieser Arbeit wird nur auf freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit eingegangen und daher die „klassische“ Jugendbibliotheksarbeit lediglich am Rande angeführt. Da bisher keine Definition des Begriffes „Freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit“



erfolgte, entschied sich die Autorin unter Freizeitorientierung lediglich jene Jugendbibliotheken bzw. Jugendbereiche zu verstehen, die keinerlei schulrelevante Literatur anbieten.

Um die Angebote jugendorientierter Bibliothekskonzepte und deren Attraktivität für Jugendliche beurteilen zu können, beschäftigt sich diese Arbeit im ersten Teil ausführlich mit der Lebensphase Jugend. Aus den gewonnenen Erkenntnissen werden im zweiten Kapitel Rückschlüsse zur freizeitorientierten Jugendbibliotheksarbeit gezogen und exemplarisch eine freizeitorientierte Jugendbibliothek konstruiert. Nachdem somit die theoretischen Grundlagen für eine Evaluation freizeitorientierter Konzepte gelegt wurden, erfolgt die Darstellung der Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U. Mithilfe einer Besucherbefragung wird anschließend die Zufriedenheit der HOEB4U-Kunden mit dieser Variante der Freizeitorientierung ermittelt. Durch die Auswertung der Befragung ist es abschließend möglich, den Erfolg der HOEB4U beurteilen, sowie Vorschläge zur Optimierung für die Zukunft geben zu können.

## **2. Lebensphase Jugend**

Eine sinnvolle und auf die Bedürfnisse einer bestimmten Zielgruppe zugeschnittene Bibliotheksarbeit beruht auf einer ausführlichen Beschäftigung mit dieser. Auch im Bereich der Jugendbibliotheksarbeit ist es daher unerlässlich, sich mit theoretischen Grundlagen zur Lebensphase Jugend sowie den Wünschen, Bedürfnissen und Problemen junger Menschen auseinander zu setzen. Besonders Kenntnisse über das Freizeit-, Medien- und Leseverhalten Jugendlicher sind bei der Entwicklung von attraktiven Bibliothekskonzepten für junge Erwachsene von großer Bedeutung. Im Rahmen dieser Diplomarbeit wird die Lebensphase Jugend genau betrachtet, um in den folgenden Kapiteln die Angebote und Dienstleistungen neuer Konzepte zur Jugendbibliotheksarbeit, im Besonderen der Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U, besser beurteilen und Vorschläge für Veränderungen geben zu können.

Berücksichtigung finden in diesem Kapitel soziologische Werke zum Thema „Jugend“ sowie verschiedene Studien zur Jugend allgemein und zum Medien- und Leseverhalten junger Erwachsener. In den theoretischen Abschnitten zur Lebensphase Jugend werden hauptsächlich Klaus Hurrelmann und Priska Bucher sowie die Shell Jugendstudien 2005 und 2006 zitiert. Für das Freizeit-, Medien- und Leseverhalten wurden zusätzlich die Studien „Jugend, Information, (Multi)Media“ aus den Jahren 2005 und 2006, das Lesebarometer aus dem Jahr 1999, der BIBWEB E-Learning-Kurs „Fokus Jugend“, die Studie „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“ von der Stiftung Lesen und eine 1991 durchgeführte Befragung zum Leseverhalten Jugendlicher von Heinz Bonfadelli einbezogen.

### **2.1. Entwicklung der Lebensphase Jugend**

Die Lebensphase Jugend hat sich in den westlichen Gesellschaften in den letzten fünfzig Jahren zu einem der wichtigsten Lebensabschnitte eines jeden Menschen entwickelt. In der vorindustriellen Gesellschaft war das Kind lediglich eine Miniaturausgabe des Erwachsenen. Es gab keinerlei Abgrenzung zwischen den Lebensphasen Kind und Erwachsener. Die Industrialisierung brachte außerhäusliche Arbeitsstätten und steigende berufliche Anforderungen mit sich, die bald auch eine

schulische Ausbildung voraussetzten und somit die Tätigkeiten von Kindern und Erwachsenen trennten. In einem ersten Schritt fand ab 1850 die Abgrenzung der Lebensphase Kind von der des Erwachsenen und zwischen 1900 und 1950 schließlich die Aufteilung in eine Kindheits- und eine Jugendphase statt (vgl. HURRELMANN 2005, S. 20).

Umfasste der Lebensabschnitt Jugend um 1950 höchstens fünf Jahre, so hat sich sein Umfang bis heute auf durchschnittlich fünfzehn Jahre ausgedehnt. Die Gründe für diese Ausdehnung auf mindestens zehn, in einzelnen Fällen sogar bis zu zwanzig Jahre liegen hauptsächlich in sozial- und arbeitsmarktpolitischen Gesichtspunkten. Grundeten zu Beginn der Ausweitung der schulischen, beruflichen und hochschulischen Ausbildung die Argumente in der Steigerung der beruflichen Qualifikation, so wurde seit den 1980er Jahren die Ausbildung mit dem Zweck verlängert, potentielle Arbeitskräfte aufgrund einer reduzierten Anzahl an Arbeitsplätzen möglichst lange an das Ausbildungssystem zu binden. Die Lebensphase Jugend wurde somit künstlich erweitert. Dieser Tendenz wird in Deutschland nun allerdings z. B. durch die Einführung des Abiturs nach 12 Jahren und dem Bachelor entgegengewirkt, da die bisher sehr langen Ausbildungszeiten international zu Wettbewerbsnachteilen führen (vgl. SHELL 2006, S. 33-34).

Ein weiterer Grund für die Ausdehnung der Jugendphase liegt in der Vorverlagerung der Sexualreife, die in den meisten Industrieländern inzwischen am häufigsten im Alter zwischen 10 und 14 Jahren eintritt (vgl. HURRELMANN 2005, S. 40). Durch die frühere Geschlechtsreife verkürzt sich die Kindheit und die Jugendphase dehnt sich dementsprechend aus.

Die einzelnen Lebensphasen verändern und verlängern sich aufgrund einer höheren Lebenserwartung. Kindheits- und Erwachsenenalter verkürzen sich zugunsten einer längeren Jugendphase sowie dem Seniorenalter und der neuen Lebensphase des hohen Alters (vgl. HURRELMANN 2005, S. 17). Auch wenn durch ihre Vielzahl die einzelnen Lebensabschnitte an Gewicht verlieren, wird der Phase Jugend „ihre sinnstiftende Funktion erhalten bleiben und deren Bedeutung für nachfolgende

Lebensphasen eher steigen“ (HURRELMANN 2005, S. 18). Das Jugendalter hat sich zu einem eigenständigen Lebensabschnitt entwickelt, der nicht mehr nur als Durchgangsphase zwischen Kindheit und Erwachsenenalter verstanden wird und daher so schnell wie möglich abgeschlossen werden sollte (vgl. HURRELMANN 2005, S. 42). Jugend ist heute vielmehr „eine Lebensphase eigener Form und eigener selbsterlebbarer Qualität, die sich in ihrer inneren Gestalt deutlich von den vorangehenden und nachgehenden Lebensabschnitten unterscheidet“ (HURRELMANN 2000, S. 6).

## **2.2. Definition des Begriffs „Jugend“**

Für die Lebensphase Jugend wird zwischen den Begriffen „Jugendlicher“, „Heranwachsender“ und „junger Erwachsener“ unterschieden. Junge Menschen, die sich zwischen dem 13. bis zum 18. Lebensjahr befinden, werden als „Jugendliche“ bezeichnet. Zwischen dem 18. bis zum vollendeten 20. Lebensjahr gilt der Terminus „Heranwachsender“ und „junge Erwachsene“ sind zwischen 21 und 25 Jahre alt (vgl. LEXIKON DER PSYCHOLOGIE 2001, S. 312-313)<sup>1</sup>.

Die SHELL JUGENDSTUDIE aus dem Jahr 2002 definiert die Jugend als eine Lebensphase, in der „die Subjektwerdung eines Menschen in Auseinandersetzung mit den biologischen Anlagen, der körperlichen Konstitution, der Grundstruktur der Persönlichkeit und den Vorgaben der sozialen und physikalischen Umwelt [erfolgt]“ (SHELL 2002, S. 32).

Eine allgemein gültige Definition für den Begriff „Jugend“ gibt es jedoch nicht. Versuche einer entsprechenden Auslegung beschränken sich auf einzelne Themenfelder aus der Jurisdiktion, Psychologie und Soziologie.

Aus juristischer Sichtweise wird das Alter jugendlicher Personen vom Erreichen des 14. Lebensjahres bis zum Erreichen des 21. Lebensjahres festgelegt. Mehrere Gesetze, wie z. B. das Grundgesetz, das Bundeswahlgesetz, das Strafgesetzbuch, das

---

<sup>1</sup> In dieser Arbeit werden die Begriffe „Jugendlicher“ und „junger Erwachsener“ synonym gebraucht, um die Lesbarkeit des Textes zu erhöhen.

Jugendgerichtsgesetz, das Gesetz zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit und das Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften und Medieninhalte befassen sich mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen und versuchen den Zeitraum der Jugend zu beschreiben (vgl. BIBWEB – Wer sind unsere jungen Kunden – Definition).

Der Entwicklungsprozess der Jugendphase unter psychologischen Aspekten wird als Adoleszenz bezeichnet (vgl. LEXIKON DER PSYCHOLOGIE 2000, S. 17). Für die Psychologie ist die Hauptaufgabe der Jugendphase die Sicherung der Individualität. Durch die Bewältigung elementarer Entwicklungsaufgaben, auf die an späterer Stelle eingegangen wird, setzt in der Jugend der Prozess der Individuation ein (vgl. HURRELMANN 2005, S. 30). Durch diese kommt es zum Aufbau einer „individuellen Persönlichkeitsstruktur mit kognitiven, motivationalen, sprachlichen, moralischen und sozialen Merkmalen und Kompetenzen“ (BUCHER 2004, S. 41). Die Individuation ist eng verbunden mit der Entwicklung der Identität, also dem „Empfinden und Erleben situations- und lebensgeschichtlicher Kontinuität“ (HURRELMANN 2005, S. 30). Der junge Erwachsene lernt sich selbst als einzigartige und einmalige Persönlichkeit kennen, bewahrt dieses Selbsterleben über die verschiedenen Einzelschritte seiner Entwicklung hinweg und ist dabei fähig, sich selbst und seine Handlungen wahrzunehmen, zu bewerten und zu reflektieren (vgl. HURRELMANN 2005, S. 30).

In der Soziologie wird die Jugendphase als der Lebensabschnitt bezeichnet, in dem Menschen sich von der unselbständigen Kindheit in die selbständige Erwachsenenrolle einfinden (vgl. HURRELMANN 2005, S. 31). Aus soziologischer Sicht ist dabei die zentrale Aufgabe die Sicherung der gesellschaftlichen Integration (vgl. HURRELMANN 2005, S. 34). Der Jugendliche soll eine soziale Identität entwickeln und sich gesellschaftlichen Normen, Werten und Verhaltensstandards anpassen (vgl. BUCHER 2004, S. 41). Junge Erwachsene übernehmen die gesellschaftlichen Vorgaben jedoch nicht einfach von der vorhergehenden Generation, also ihren Eltern, sondern sie erarbeiten ihre eigenen Normen und verfolgen individuelle Wege, um ihre Ziele zu erreichen (vgl. HURRELMANN

2000, S. 6). Die Entwicklung ihrer Zukunftsperspektiven wird dabei von inneren und äußeren Lebensumständen wie z. B. Familie, Freundeskreis, Schule und Freizeit beeinflusst (vgl. SHELL 2006, S. 15).

Für die Gestaltung ihrer Zukunft und ihrer Persönlichkeit distanzieren sich junge Menschen langsam von ihren Eltern und wenden sich verstärkt der Gleichaltrigengruppe, auch Peer Group genannt, zu. Die Gleichaltrigen sind aus pädagogischer Sicht starke Miterzieher der Jugendlichen, da sie in vielen Fragen des alltäglichen Lebens um Rat gebeten werden. Sie dienen als eine Art Ersatzfamilie, in der über Probleme in der Partnerschaft und Familie sowie über Kleidung, Aussehen und Sexualität gesprochen wird, man sich über Schule und Beruf austauscht und gemeinsam Freizeit verbringt (vgl. SHELL 2006, S. 17).

### 2.2.1. Entwicklungsaufgaben

Die Entwicklungspsychologie benennt für jeden Lebensabschnitt bestimmte Erwartungen und zu erfüllende Aufgaben, die sogenannten Entwicklungsaufgaben. Mit diesem Begriff wird „die Umsetzung von körperlichen, psychischen, sozialen und ökologischen Anforderungen in den einzelnen Lebensphasen [bezeichnet]“ (HURRELMANN 2005, S. 26-27). Die vier zentralen Entwicklungsaufgaben für die Phase des Jugendalters wurden wie folgt definiert:

1. Entwicklung einer intellektuellen und sozialen Kompetenz
2. Entwicklung des inneren Bildes von der Geschlechtszugehörigkeit
3. Entwicklung selbständiger Handlungsmuster für die Nutzung des Konsumwarenmarktes
4. Entwicklung eines Werte- und Normsystems und eines ethischen und politischen Bewusstseins (HURRELMANN 2005, S. 27-28).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass es das Ziel der Jugendphase ist, sämtliche Fähigkeiten zu erwerben, die für den Status eines Erwachsenen selbstverständlich und kennzeichnend sind.

### 2.2.2. Übergang der Lebensphasen Kind – Jugendlicher - Erwachsener

Der Übergang vom Kind zum Jugendlichen bedeutet im Wesentlichen die „Übernahme verantwortlicher Rollen im Bereich sozialer Kontakte und individueller schulischer Leistungserbringung“ (HURRELMANN 2005, S. 37). In der Psychologie wird als wichtigstes Merkmal für den Beginn der Jugendphase das Eintreten der Geschlechtsreife, der sogenannten Pubertät, genannt (vgl. HURRELMANN 2005, S. 26). Die Soziologie urteilt jedoch, dass keine eindeutige Angabe darüber gemacht werden kann, wann der Übergang vom Status Kind in den Status Jugendlicher erfolgt. Da dieser sich fließend und unauffällig vollzieht, kann es keine altersgebundene Festlegung für das Ende der Kindheit und den Beginn der Jugend geben (vgl. HURRELMANN 2005, S. 32). HURRELMANN urteilt dennoch abschließend, dass für die Mehrzahl der Kinder „im Alter von 12 Jahren [...] auf der psychologischen und soziologischen Ebene so viele Kriterien des Gestaltwandels zu verorten [sind], dass von einem Übergang in die Lebensphase Jugend [...] gesprochen werden kann“ (HURRELMANN 2005, S. 40).

Der Jugendliche tritt in die Phase des Erwachsenenalters ein, wenn er die vier genannten Entwicklungsaufgaben erfüllt hat, bewusst über sich selbst und sein Handeln entscheiden und als vollständiges Gesellschaftsmitglied agieren kann (vgl. HURRELMANN 2005, S. 34). Als Hauptaspekte des Erwachsenenstatus werden der Eintritt ins Erwerbsleben, Heirat, Geburt eigener Kinder und politische Mitbestimmung genannt (vgl. BIBWEB – Wer sind unsere jungen Kunden – Lebensbedingungen). Die Abgrenzung zwischen Jugend- und Erwachsenenphase ist deutlich schwieriger als zwischen Kindheit und Jugend. Der Erwachsenenstatus wird gekennzeichnet durch einen „hohen Grad an Selbständigkeit und Selbstbestimmung im Umgang mit den inneren und äußeren Anforderungen [...] und zugleich Verantwortlichkeit gegenüber den Belangen und Interessen anderer Menschen“ (HURRELMANN 2005, S. 29). Da diese Kriterien sehr komplex sind und sie fließend erreicht werden, kann keine verbindliche Altersschwelle für den Übergang von der Jugend- in die Erwachsenenphase festgelegt werden. Nach traditionellen Vorstellungen sollen Jugendliche zwischen 18 und 21 Jahren den Status Erwachsener erreichen. Doch immer häufiger benötigen junge Menschen erheblich mehr Zeit, um

ihre Entwicklungsaufgaben zu erfüllen und sich den Herausforderungen des Erwachsenenlebens zu stellen (vgl. HURRELMANN 2005, S. 29).

Das Jugendalter kann, wie auch andere Lebensphasen, nicht allein durch biologische, psychologische und soziologische Kriterien definiert und abgegrenzt werden. Vielmehr muss die Jugend als ein gesellschaftlich definiertes Phänomen betrachtet werden, das in jedem Lebenslauf eine eigenständige und bedeutende Rolle einnimmt. Ein- und Austrittsalter können nicht auf ein bestimmtes Lebensjahr festgelegt werden. Beginn und Ende der Jugendphase werden sowohl durch den einzelnen Menschen als auch durch die Umgebung, in der er aufwächst, und gesellschaftliche Vorgaben und Erwartungen mitbestimmt (vgl. HURRELMANN 2000, S. 6).

### **2.3. Jugend heute**

Die Hauptaufgabe der Jugendphase ist es, wie bereits beschrieben, im beruflichen wie privaten Umfeld die Erwachsenenrolle einzunehmen. Dies geschieht heute jedoch nicht mehr wie früher in einem stabilen und homogenen Sozialisationskontext. Die Jugendlichen müssen sich vielmehr mit ihrer Familie, ihren Freunden, der Schule und den Medien auseinandersetzen, die alle für unterschiedliche und einander widersprechende Zielsetzungen und Normen stehen (vgl. BUCHER 2004, S 41).

Die neueste SHELL JUGENDSTUDIE beschreibt die Jugend im Jahr 2006 als „eine pragmatische Generation unter Druck“ (SHELL 2006, S. 3). Wie bereits in der Studie aus dem Jahr 2002 kann auch dieses Mal bestätigt werden, dass die Grundhaltung der heutigen Jugend durch „Leistungsbereitschaft, Engagement und eine Orientierung an den konkreten und naheliegenden Problemen [geprägt ist]“ (SHELL 2006, S. 15). Der große persönliche und gesellschaftliche Optimismus, der vor vier Jahren in der SHELL JUGENDSTUDIE festgestellt wurde, hat sich jedoch aufgrund der wirtschaftlichen Probleme Deutschlands reduziert. Jugendliche sehen ihre Zukunftsaussichten heute als ungewisser als im Jahr 2002. Die Bedeutung von Familie, Partnerschaft und Freunden hat vor diesem Hintergrund weiter zugenommen. Trotz Verunsicherung behalten die meisten Jugendlichen ihre



konstruktiven Erwartungen, ihre positive Grundstimmung und ihre hohe Leistungsbereitschaft bei (vgl. SHELL 2006, S. 39). Das Motto vieler junger Menschen lautet daher „Aufstieg statt Ausstieg“ (SHELL 2006, S. 39). Junge Frauen und Männer wollen ihre eigene Kreativität und Phantasie entdecken und entwickeln. Sie streben nach Unabhängigkeit und wollen ihre Persönlichkeit entfalten. Jugendliche im Jahr 2006 sind fleißig und ehrgeizig, legen Wert auf Sicherheit und die Einhaltung von Regeln und Gesetzen. Sie versuchen ein Gleichgewicht herzustellen, zwischen dem Genießen der Gegenwart und der Vorbereitung auf die Zukunft (vgl. SHELL 2006, S. 39). Der Hauptsorge um ihre berufliche Laufbahn begegnen junge Erwachsene mit hohen Anforderungen an sich selbst und ihre Ausbildung. Sie setzen sich bescheidene und erreichbare Ziele, statt sich in realitätsfernen Träumen zu verlieren. Ihre Lebensplanung ist dabei nach wie vor an Familie und Arbeit orientiert, Freunde und Freizeit haben jedoch an Bedeutung gewonnen (vgl. SHELL 2006, S. 28-29).

Auf die Frage nach ihren Zielen und Wünschen für die Zukunft antworteten Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren in der Studie „Jugend, Information, (Multi-) Media 2005“, kurz JIM 2005, die vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben wurde, wie folgt:

- 90 % möchten vor allem Spaß und Freizeit haben
- 87 % ist es wichtig, eine eigene Familie zu haben
- ebenfalls 87 % möchten einmal viel Geld verdienen (JIM-STUDIE 2005, S. 60).

Die soziale Stellung Jugendlicher ist heute dadurch gekennzeichnet, dass sie zwar noch keine vollen gesellschaftlichen Rechte und Pflichten besitzen, jedoch an wichtigen gesellschaftlichen Bereichen, wie dem Konsumwarenmarkt und dem Freizeit- und Mediensektor, bereits vollwertig Anteil nehmen. Während sich junge Menschen also teilweise sehr früh in die Rolle von Erwachsenen einfinden, nehmen sie die Familien- und Erwerbstätigenrolle, z. B. aufgrund langer Ausbildungszeiten oder fehlender Arbeitsplätze, jedoch erst sehr spät ein. Ihre Situation ist somit durch

frühe soziokulturelle Selbständigkeit bei später sozioökonomischer Selbständigkeit gekennzeichnet (vgl. HURRELMANN 2000, S. 6).

Besonders entscheidend für die Gegenwart und Zukunft Jugendlicher ist ihre soziale Herkunft. Kulturelle und soziale Spannungsfelder wachsen, gleichzeitig nehmen jedoch die gesellschaftlichen Erwartungen an junge Menschen bezüglich ihrer Leistung und Qualifikation zu.

Die Ansprüche an junge Erwachsene, eigene Lösungen für die Alltagsbewältigung und die Problemverarbeitung zu finden, sind gestiegen. Ihr Bedarf an Orientierungshilfen und Beratung ist dementsprechend gewachsen, denn viele Jugendliche fühlen sich mit der Planung ihrer Zukunft, den schulischen und beruflichen Anforderungen, dem Aufbau und der Pflege von Kontakten zu Gleichaltrigen, der Nutzung des Konsumwarenmarktes und der Gestaltung ihrer Freizeit überfordert (vgl. HURRELMANN 2000, S. 7-8).

Die Bildungslaufbahn junger Menschen in Deutschland ist abhängig von ihrer sozialen Stellung. Die SHELL JUGENDSTUDIE 2006 bestätigt, dass Jugendliche aus sozial höher gestellten Elternhäusern meist das Gymnasium besuchen und hochwertige berufliche Ausbildungen einschließlich des Besuches einer Universität oder Fachhochschule absolvieren. Jugendliche aus der Unterschicht hingegen erreichen häufig nur einen Hauptschulabschluss und können auch in der beruflichen Ausbildung ihr eigentliches Potenzial nicht ausschöpfen. Gerade junge Menschen mit einem niedrigen Bildungsabschluss müssen damit rechnen, keinen Ausbildungsplatz zu erhalten oder zumindest keinen, der ihren Wünschen und Vorstellungen entspricht. Die heutige Jugend ist sich sehr wohl über den Zusammenhang zwischen ihrer sozialen Stellung, ihrer Bildung und den daraus resultierenden Chancen bewusst. Dies zeigt sich deutlich in der unterschiedlichen Einschätzung von Hauptschülern und Gymnasiasten hinsichtlich ihrer persönlichen Zukunft. Während Letztere zu 57 Prozent zuversichtlich sind, sehen nur 38 Prozent der Hauptschüler optimistisch in ihre Zukunft (vgl. SHELL 2006, S. 16).

Doch nicht nur die Bildungslaufbahn ist abhängig von der sozialen Stellung Jugendlicher. Auch das Freizeit- und Gesundheitsverhalten variiert je nach sozialer Herkunft. Während sich Jugendliche aus gut situierten Familien in ihrer Freizeit häufig mit Lesen, kreativen Aktivitäten und der Pflege ihrer sozialen Kontakte beschäftigen, verbringen besonders männliche Jugendliche aus der Unterschicht ihre Zeit hauptsächlich mit Computerspielen und Fernsehen (vgl. SHELL 2006, S. 18). Bezüglich ihrer Gesundheit kann festgestellt werden, dass junge Erwachsene aus niedrigeren sozialen Schichten häufiger zu ungesunder Ernährung, mangelnder körperlicher Bewegung und regelmäßigem Zigarettenkonsum tendieren als Gleichaltrige aus höheren sozialen Schichten (vgl. SHELL 2006, S. 18).

#### **2.4. Jugendgruppen und Jugendkultur**

„Die“ Jugend und „die“ Jugendlichen als homogene Gruppe gibt es nicht (vgl. KUEBLER 1994, S. 90)! „Jugend wird repräsentiert durch verschiedene Gruppen [...] mit unterschiedlichsten Lebensvorstellungen, Weltanschauungen und Life-Style-Interessen“ (BERTELSMANN 2000, S. 135). Junge Erwachsene, die sich bestimmten Jugendgruppen zuordnen, verfügen über verschiedene Erkennungsmerkmale im äußeren Erscheinungsbild, in der Kommunikation und in Einstellungen und Wertvorstellungen (vgl. BIBWEB – Wer sind unsere jungen Kunden – Jugend in der Diskussion). Im BIBWEB E-Learning-Kurs „Fokus Jugend“ werden einige Jugendgruppen genannt, ohne dabei jedoch Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben:

- Karriereorientierte
- Techno-Begeisterte
- HipHop-Fans
- Gothic-Fans
- Manga-Fans
- Postpunks (bis zum linksextremen Rand der Autonomen)
- Sozial und politisch interessierte Jugendliche
- Rechtsorientierte Jugendbünde (BIBWEB – Wer sind unsere jungen Kunden – Jugend in der Diskussion)

Die meisten dieser Gruppen unterscheiden sich sehr in ihren Ausprägungen und Erkennungsmerkmalen, so dass es fast zu keinen Berührungspunkten kommt. Vielleicht auch gerade aus diesem Grund existieren die Jugendgruppen in weitgehend friedlicher Weise nebeneinander (BIBWEB – Wer sind unsere jungen Kunden – Jugend in der Diskussion). Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang, dass Jugendliche aus dem großen Angebot an verschiedenen Jugendstilen die Aspekte auswählen, die ihnen gefallen. Sie legen sich nicht auf Dauer fest, sondern testen verschiedene Alternativen, um ihre eigene Identität zu entwickeln. Hieraus resultieren auch die schnelllebigen Trends und rasanten Entwicklungen der Jugendszenen (vgl. BERTELSMANN 2000, S. 133).

„Die“ Jugendkultur gibt es im Übrigen ebenso wenig, wie es „die“ Jugend gibt. „Jugendkultur ist das, was Jugend denkt, glaubt, hofft und was sich deshalb in ihrem Leben, in ihrer Sprache, ihrer Mode und ihren Stars wiederfindet“ (BERTELSMANN 2000, S. 135). Jugendkultur ist zudem kein fest definierter Begriff, sondern der Versuch, die Eigenständigkeit der Jugend mit ihren heterogenen Jugendszenen und ihrem eigenen Selbstverständnis zu betonen (vgl. KUEBLER 1994, S. 84-85). BAACKE definiert Jugendkultur als „diejenigen Teile einer nationalen oder übernationalen jugendlichen Population, die für das Jugend-Selbstverständnis einer bestimmten Epoche [...] Leitbilder setzen und auch von den Erwachsenen [...] als diejenigen wahrgenommen werden, die aufgrund ihrer scharf konturierten Eigenarten mit oft herausforderndem Charakter für die ältere Generation in besonderer Weise Irritationen darstellen“ (BAACKE 1999, S. 227).

## **2.5. Freizeitverhalten**

Ihr Freizeitverhalten ermöglicht jungen Menschen „ein hohes Ausmaß von persönlichem Ausdruck, Hilfen bei der Entwicklung einer eigenen Identität, Experimentieren mit sozialen Rollen und natürlich auch Entspannung und Spaß“ (HURRELMANN 2000, S. 9). In ihrer Freizeit können Jugendliche heute aus einer Fülle von Angeboten auswählen. Durch beträchtliche finanzielle Mittel nehmen sie aktiv am Konsumwarenmärkte teil und gestalten ihre Freizeit weitgehend unabhängig (vgl. SHELL 2006, S. 77).

In der SHELL JUGENDSTUDIE 2006 konnten die zwischen 12 und 25 Jahre alten Befragten aus 18 Freizeitbeschäftigungen fünf auswählen, denen sie am häufigsten in ihrer Freizeit nachgehen. An erster Stelle steht mit 66 Prozent der Antworten das Musikhören. Es folgt das Fernsehen mit 58 Prozent. Junge Menschen möchten in ihrer Freizeit etwas erleben. Sie wollen aktiv sein und suchen Kontakte zu Gleichaltrigen. Daher befindet sich an dritter Stelle der liebsten Freizeitaktivitäten das Treffen mit Freunden (57 %). Gegenüber der SHELL JUGENDSTUDIE aus dem Jahr 2002 hat das Internet an Beliebtheit zugenommen. Das Surfen im World Wide Web nimmt mit 38 Prozent im Gegensatz zu 26 Prozent im Jahr 2002 den vierten Platz ein. Diskothekenbesuche und Partys erreichen mit 31 Prozent knapp den fünften Platz vor den Büchern. Die Freizeitbeschäftigung „Bücher lesen“ teilt sich den sechsten Rang mit dem Vereinssport (jeweils 28 %). Erwähnenswert ist, dass das Lesen im Vergleich zu 2002 drei Prozentpunkte zugelegt hat und somit neue und elektronische Medien der Beliebtheit der Bücher scheinbar nicht schaden. Das Leseverhalten Jugendlicher wird jedoch in Kapitel „2.7. Leseverhalten“ genauer dargestellt. Als weitere Aktivitäten folgen auf den Vereinssport unter anderem Videos und DVDs, Computerspiele, einkaufen gehen, ausruhen und Zeitschriften lesen. Letztere Freizeitbeschäftigung erreicht mit 12 Prozent der abgegebenen Stimmen Platz 14 (vgl. SHELL 2006, S. 78).

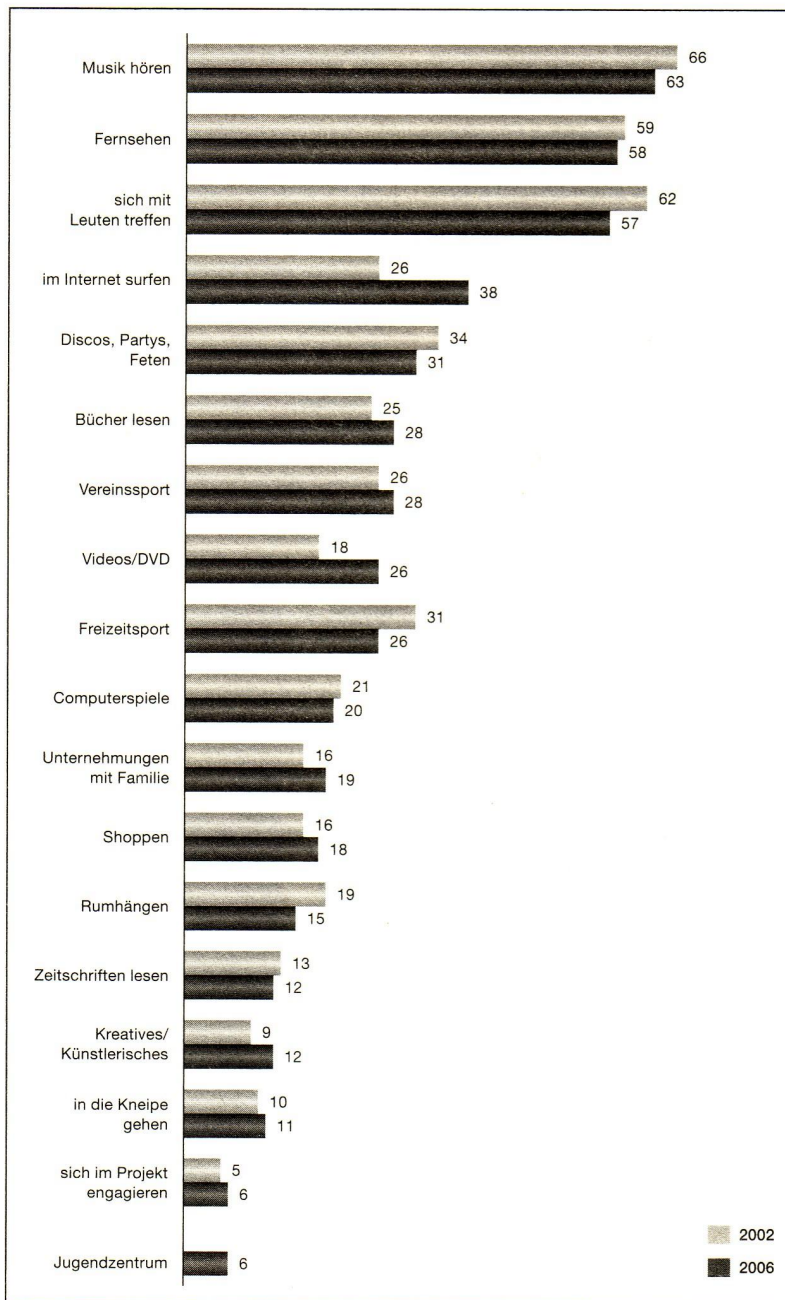


Abbildung 1: Häufigste Freizeitbeschäftigungen im Laufe einer Woche  
 Quelle: SHELL 2006, S. 78

Die Freizeitaktivitäten Jugendlicher sind nicht durch einheitliche Muster geprägt, sondern sie sind sehr vielfältig und von Person zu Person verschieden. Die JIM-STUDIE 2006 differenziert die Freizeitaktivitäten Jugendlicher nach Geschlecht. Für das Treffen mit Freunden, das Fernsehen und Ausruhen können sich männliche und weibliche Befragte gleichermaßen begeistern. Jungen hingegen verbringen mehr Zeit mit dem Computer, dem Internet und Spielkonsolen, lesen häufiger Zeitung und

treiben lieber Sport als Mädchen. Diese wiederum liegen in punkto Musikhören, basteln und malen, einkaufen und im Bücherlesen vor ihren männlichen Altersgenossen (vgl. JIM-STUDIE 2006, S. 6, S. 12).

## **2.6. Medienverhalten**

Alte und neue Medien sind heute neben Familie, Freunden und Schule wichtige Sozialisationsinstanzen (vgl. BUCHER 2004, S. 42). Sie beeinflussen den Prozess der Einordnung des Jugendlichen in die Gesellschaft und die damit verbundene Übernahme von Regeln und Normen.

Die Rolle der Medien hat sich in den letzten 30 Jahren stark verändert. Ihre Nutzung ist alltäglicher geworden. Darüber hinaus hat sich das Medienangebot stark erweitert und orientiert sich an bestimmten Zielgruppen, zu deren wichtigster die jungen Erwachsenen zählen (vgl. BUCHER 2004, S. 43-44). Die Beschäftigung mit Medien hat für Jugendliche eine zentrale Bedeutung für ihre Freizeitgestaltung, ihre Identitätsentwicklung, das schulische Lernen und ihre Wirklichkeitsbilder (vgl. BUCHER 2004, S. 42). Die heutige Jugend wächst in einer audiovisuell und multimedial geprägten Umwelt auf, die ihr Freizeitverhalten nachhaltig beeinflusst. Die Freizeitgestaltung Jugendlicher wird wesentlich durch die Beschäftigung mit diesen Medien geprägt. Laut Lesebarometer betrug der Medienkonsum der 14- bis 19-Jährigen im Jahr 1999 pro Tag etwa sechs Stunden. Die meiste Zeit verbrachten sie dabei mit fernsehen, CDs, Büchern, dem Computer und Internet sowie Videos und DVDs (vgl. LESEBAROMETER 2000, S. 35). Darüber hinaus ist festzustellen, dass viele Jugendliche dem Trend zur zeitgleichen Konsumierung mehrerer Medien folgen (vgl. HURRELMANN 2005, S. 142).

Die Verfügbarkeit von Medien hat sich für junge Menschen in den letzten Jahren immer weiter erhöht. Laut der JIM-Studie 2006 besitzt nahezu jeder Haushalt, in dem 12- bis 19-Jährige leben, ein Handy (99 %), einen Fernseher (98 %), einen Computer (98 %) und einen CD-Player (97 %). Auch Internetzugang, Videorekorder, DVD-Player, Walk-/Discman und MP3-Player sowie eine Digitalkamera sind in über 80 Prozent aller Familien vorhanden (vgl. JIM-STUDIE 2006, S. 8).

Beim Eigenbesitz der Jugendlichen führt das Handy mit 94 Prozent bei den Mädchen und 89 Prozent bei den Jungen, gefolgt von einem eigenen CD-Player (90 % der Mädchen, 77 % der Jungen), einem eigenen Radio (87 % der Mädchen, 78 % der Jungen) und einem MP3-Player (80 % der Jungen, 77 % der Mädchen). Bereits knapp 65 Prozent der 12- bis 19-Jährigen verfügen über einen eigenen Fernseher und 69 Prozent der Jungen und 51 Prozent der Mädchen über einen eigenen Computer. Auch der Besitz einer Spielkonsole (54 % der Jungen, 30 % der Mädchen), eines eigenen DVD-Players (jeweils 41 %), des persönlichen Internetzugangs (43 % der Jungen, 32 % der Mädchen) und einer Digitalkamera (jeweils 33 %) sind bei jungen Menschen heute weit verbreitet (vgl. JIM-STUDIE 2006, S. 10).

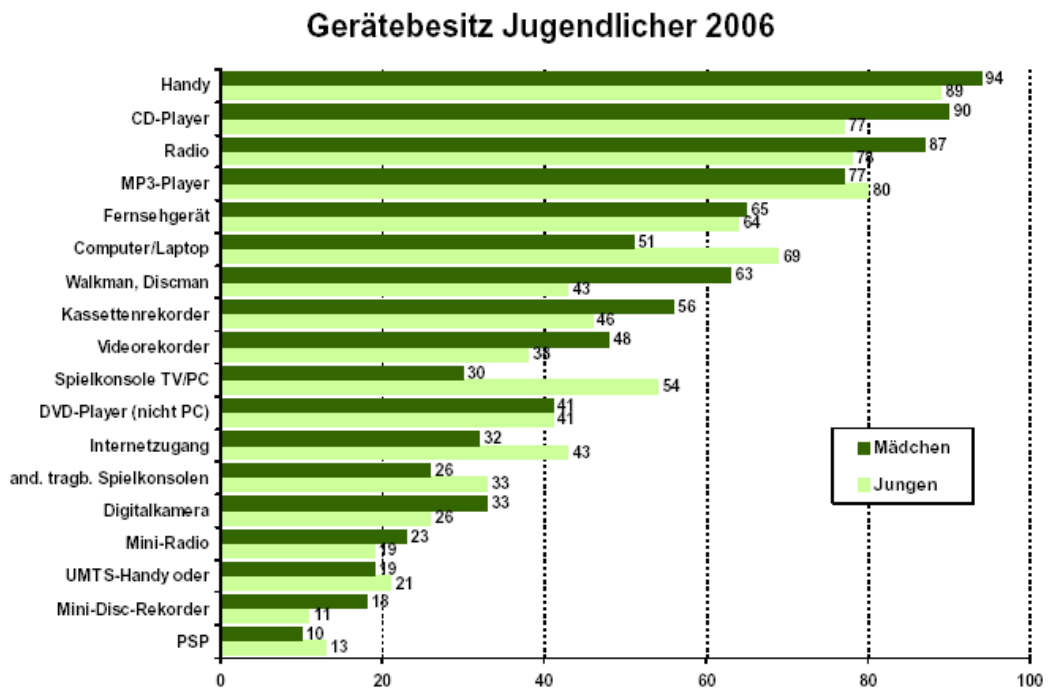


Abbildung 2: Gerätebesitz Jugendlicher 2006

Quelle: JIM-STUDIE 2006, S. 10

Von der mittlerweile großen Vielfalt an Medien nutzen die Jugendliche die ihnen zur Verfügung stehenden Medien unvoreingenommen und selbstverständlich für ihre Interessen. Bei ihrer Anwendung wird der Gebrauchswert der Medien dabei von den Jugendlichen nach ihren eigenen Maßstäben bewertet. Der Kommunikation mit anderen kommt bei der Nutzung der Medien die größte Bedeutung zu. Durch zeit- und ortsunabhängige Kontaktmöglichkeiten wie E-Mails, Chatrooms und SMS



kommunizieren die Jugendlichen mit ihrer Peer Group (vgl. BIBWEB – Welche Ziele können sich Bibliotheken für junge Kunden setzen? – Lese- und Informationskompetenz).

Die Nutzung der modernen Medien ist für viele Jugendliche Alltag. Besonders das neue Medium Internet wird von jungen Menschen intensiv genutzt. Im Jahr 2006 haben laut der SHELL JUGENDSTUDIE bereits 82 Prozent der Jugendlichen Zugang zum Internet, im Gegensatz zu 65 Prozent in der SHELL JUGENDSTUDIE 2002. Die Nutzungsdauer hat sich seit 2002 um mehr als 30 Prozent auf nun durchschnittlich 9,3 Stunden pro Woche erhöht (vgl. SHELL 2006, S. 83). Das Internet ist stets aktuell und greift neue Trends auf. Jugendliche finden in ihm sowohl Informationen als auch Unterhaltung, wie z. B. Websites ihrer Lieblingsbands, die neuesten Kinofilme oder Tipps zu Mode und Kosmetik etc.

Da Jugendliche gerne die ganze Bandbreite der Medien nutzen möchten, sinkt jedoch zwangsläufig die Nutzungsdauer der einzelnen Medien oder es kommt zur zeitgleichen Nutzung mehrerer Medien. Die neuen interaktiven Medien sind den passiv zu rezipierenden Printmedien gegenüber scheinbar im Vorteil, dennoch verliert das Bücherlesen, wie bereits erwähnt und in Kapitel „2.7. Leseverhalten“ genauer beschrieben, nicht an Beliebtheit (vgl. HEIDTMANN 2000, S. 4). In der Studie „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“ der Stiftung Lesen aus dem Jahr 2000 wurde festgestellt, dass sich die Nutzung neuer Medien nicht negativ auf das Leseverhalten Jugendlicher auswirkt, sondern im Gegenteil, gerade Vielleser andere Medien häufiger nutzen als Kaum- und Wenigleser. Diese Personengruppe wird in der Studie als „Vielmediennutzer“ bezeichnet, die fähig sind, ihre Interessen durch verschiedene Medien zu befriedigen. Kaum- und Wenigleser hingegen nutzen neben dem Medium Buch auch andere Medien entweder wenig oder überhaupt nicht und werden so medienpassiv (vgl. LESEVERHALTEN 2001, S. 65).

Jugendlichen fällt es im Prinzip nicht schwer, sich entsprechende Kompetenzen für den Umgang mit neuen Medien anzueignen. Im Gegensatz zu ihren Eltern müssen sie schließlich nicht von alten Medien auf neue umlernen und stehen daher modernen

Medien grundsätzlich offener gegenüber (vgl. SHELL 2006, S. 82; HEIDTMANN 2000, S. 4). Sie verfügen deshalb meist auch über eine höhere Nutzungskompetenz als ihre Eltern (vgl. HURRELMANN 2005, S. 141). Das gesamte Medien-nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen wird jedoch stark von ihrem sozialen Umfeld beeinflusst (vgl. BUCHER 2004, S. 67). Die Eltern sind Vorbilder für den Umgang mit Medien. Während in Familien mit hohem Bildungsniveau Medien meist für Informationszwecke genutzt und das Medienverhalten Jugendlicher gefördert wird, nutzen Eltern mit niedriger Bildung die Medien meist selbst passiv und hauptsächlich zu Unterhaltungszwecken (vgl. BUCHER 2004, S. 46). In bildungsfernen Haushalten findet häufig keine bewusste Auseinandersetzung mit Medien und ihrer Wirkung statt. Die Eltern enthalten sich einer bewussten Medienerziehung und somit übernehmen die Jugendlichen das passive Medienverhalten ihrer Eltern (vgl. HURRELMANN 2005, S. 141-142).

## **2.7. Leseverhalten**

Ob bei der Nutzung von Büchern, des Internets oder anderer Medien: Das Lesen bleibt notwendige Basiskompetenz. „Für die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ist die Entwicklung der Lesefähigkeit eine unerlässliche Voraussetzung, denn sie ermöglicht, Informationen und Wissen zu strukturieren, einzuordnen und zu bewerten“ (LESEBAROMETER 2000, S. 10).

Im Auftrag der Stiftung Lesen wurde im Jahr 2000 eine repräsentative Befragung zum Leseverhalten der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren durchgeführt. Die Qualität des Lesens bei Jugendlichen hat sich laut dieser Studie „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“ im Vergleich zu einer 1992 durchgeführten Befragung stark verändert. Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse dieser Studie für die Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen aufgeführt. Darüber hinaus liefern das Lesebarometer aus dem Jahr 1999, bei dem Bundesbürger im Alter ab 14 Jahren zu ihren Lesegewohnheiten und ihrem Umgang mit Medien befragt wurden, sowie die JIM-Studie 2006 und für grundlegende Sachverhalte eine 1991 durchgeführte Studie von Heinz Bonfadelli Erkenntnisse zum Leseverhalten der heutigen Jugend.

Nur noch 16 Prozent der 14- bis 19-jährigen Befragten lesen laut der Stiftung Lesen täglich, 1992 waren es noch 36 Prozent. Die Zahl der mehrmals wöchentlich Lesenden (1992: 37 %, 2000: 42 %) hat sich allerdings genau wie der Anteil der einmal wöchentlich Lesenden (1992: 10 %, 2000: 13 %) leicht erhöht. Insgesamt lesen im Vergleich zu 1992 statt 83 Prozent nur noch 71 Prozent der befragten Jugendlichen mindestens einmal pro Woche. Beunruhigend ist neben dem Rückgang der täglich Lesenden der Anstieg der Nichtleser von 2 Prozent im Jahr 1992 auf 8 Prozent der Jugendlichen im Jahr 2001 (vgl. LESEVERHALTEN 2001, S. 248-249).

Obwohl also immer noch 71 Prozent der Jugendlichen wöchentlich lesen und somit das Ergebnis der Stiftung Lesen ähnlich positiv ausfällt wie in der SHELL JUGENDSTUDIE 2006<sup>2</sup>, muss festgestellt werden, dass Bücher im Gegensatz zu audiovisuellen Medien deutliche Schwierigkeiten haben. Sowohl als Informationsmittel, wie auch als Gesprächsstoff unter jungen Menschen und als Freizeitinstrument haben sie an Bedeutung verloren. Gerade Hauptschüler und ältere sowie männliche Jugendliche haben eine deutlich geringere Bindung zu den Printmedien (vgl. BIBWEB – Wer sind unsere jungen Kunden – Medienverhalten).

Im Allgemeinen zeigen sich bildungsspezifische Unterschiede deutlich im Leseverhalten Jugendlicher. Der Bildungshintergrund ist ein entscheidendes Kriterium für intensives Leseverhalten oder Lesehemmungen. Mit steigendem Bildungsniveau wird die Bindung an das Medium Buch enger (vgl. BONFADELLI 1993, S. 95). Unter den Hauptschülern zählen 27 Prozent zu den Leseverweigerern, bei den Gymnasiasten sind im Vergleich nur 7 Prozent Nichtleser (vgl. JIM-STUDIE 2006, S. 21). BONFADELLI stellte bereits in seiner 1991 durchgeführten Befragung zum Stellenwert des Lesens im Alltag Jugendlicher fest, dass 44 Prozent der jungen Menschen mit niedrigem Bildungshintergrund zu den Weniglesern zählen, und lediglich 24 Prozent zu den Viellesern. Bei Jugendlichen mit hohem Bildungshintergrund zeigt sich das genaue Gegenteil: 47 Prozent zählen zu den Viellesern und nur 22 Prozent zu den Weniglesern (vgl. BONFADELLI 1993, S. 130).

---

<sup>2</sup> siehe Kapitel 2.5. Freizeitverhalten

Bedenklich ist zudem der schwindende Familieneinfluss auf das Leseverhalten junger Erwachsener, da gerade die Eltern neben der Schule und den Freunden, die wichtigste Sozialisationsinstanz für die Entwicklung der Lesekompetenz und Lesemotivation sind (vgl. BUCHER 2004, S. 47). Durch die selbstverständliche Präsenz und Nutzung von Büchern im Elternhaus ist die Chance besonders groß, dass sich Kinder zu intensiven Lesern entwickeln. Sind die Eltern jedoch lesefern, und das Kind somit im Erleben des eigenen Lesens isoliert, treten häufig Lesehemmungen auf (vgl. BUCHER 2004, S. 48). In diesem Zusammenhang spielt auch der bildungsspezifische Hintergrund eine entscheidende Rolle: Stammen die Eltern aus bildungsfernen Schichten, fehlt ihnen häufig selbst eine eigene positive Leseerfahrung und sie sind dadurch weniger in der Lage, mit ihren Kindern über Literatur zu sprechen (vgl. BUCHER 2004, S. 68).

Die Studie „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“ macht deutlich, dass Literatur und Leseförderung in vielen Familien eine eher untergeordnete Rolle spielen. Bei nunmehr nur noch 25 Prozent der 14- bis 19-Jährigen wird zu Hause darauf geachtet, welche Bücher von den Kindern gelesen werden (1992: 46 %). Statt 38 Prozent im Jahr 1992 unterhalten sich nun nur noch 27 Prozent mit ihren Eltern über Literatur. Auch die Anzahl der Bücher in den Haushalten Jugendlicher hat sich scheinbar reduziert: konnten 1992 noch 60 Prozent der Aussage zustimmen „Bei uns zu Hause gab es viele Bücher“, waren es im Jahr 2000 nur noch 41 Prozent (vgl. LESEVERHALTEN 2001, S. 286-287).

Insgesamt wurden die Fragen bezüglich der Lesesozialisation in der Befragung der Stiftung Lesen im Jahr 2000 deutlich negativer beantwortet als noch im Jahr 1992. So wurden von den Jugendlichen beispielsweise seltener Bücher in der Bibliothek ausgeliehen (1992: 51 %, 2000: 26 %), seltener Bücher gelesen, die von Freunden empfohlen wurden (1992: 62 %, 2000: 31 %) und nur noch 32 Prozent von ehemals 54 Prozent fanden den Deutschunterricht interessant (vgl. LESEVERHALTEN 2001, S. 25, 286-287).

Im Gegensatz zu Jungen lesen Mädchen auf jedem Bildungsniveau deutlich mehr Bücher (vgl. BONFADELLI 1993, S. 50). Laut JIM-STUDIE 2006 lesen 47 Prozent der Mädchen täglich oder mehrmals pro Woche, Jungen hingegen nur zu 34 Prozent (vgl. JIM-STUDIE 2006, S. 12). Männliche Leser bevorzugen Sachbücher, Zeitungen und Comics und tendieren zum informationsorientierten Lesen. Bei der Belletristik wenden sie sich hauptsächlich Abenteuer- und Actionromanen zu. Weibliche Leser hingegen ziehen belletristische Lektüre mit emotionalem Inhalt vor, wie z. B. die Genres Schicksals- und Liebesromane (vgl. BUCHER 2004, S. 72-73; BONFADELLI 1993, S. 55).

Bei vielen Jugendlichen bricht zwischen dem 12. und 16. Lebensjahr die Leseintensität ab. Sie entfernen sich vom Medium Buch und finden nur selten als Erwachsene wieder zu ihm zurück. Die JIM-Studie 2006 zeigt auf, dass 53 Prozent der 12- bis 13-Jährigen täglich oder mehrmals pro Woche lesen. Der Anteil dieser regelmäßig lesenden Jugendlichen sinkt mit ihrem Alter, bis auf 30 Prozent bei den 18- bis 19-Jährigen (vgl. JIM-STUDIE 2006, S. 21). Die Gründe für den sogenannten „Leseknick“ bei jungen Menschen sind vielfältig, beispielsweise ändern sich ihre sozialen Kontakte und das Zusammensein mit der Peer Group gewinnt an Bedeutung. Durch Schulwechsel und neue Freizeitaktivitäten verringern sich ihre Zeitreserven und auch durch die Nutzung anderer Medien, wie dem Internet oder Spielkonsolen kann das Interesse an Büchern bzw. deren Nutzungshäufigkeit sinken (vgl. BIBWEB – Welche Ziele können sich Bibliotheken für junge Kunden setzen – Leseförderung).

In der Studie der Stiftung Lesen stimmten die Jugendlichen hauptsächlich folgenden Hinderungsgründen für das Lesen zu:

- Durch Radio und Fernsehen erhalte ich schneller Informationen über das Wichtigste als durch Zeitungslesen (77 %).
- Ich finde, man kann sich auch auf andere Weise als durch Bücherlesen gut unterhalten (74 %).
- Es erscheinen so viele Bücher, dass es völlig unmöglich ist, den Überblick zu behalten (70 %).
- Ich unternehme lieber andere Dinge, als mich hinter Büchern zu vergraben (55 %) (LESEVERHALTEN 2001, S. 280-281).

Trotz dieser Erkenntnisse finden sich laut dem Lesebarometer aus dem Jahr 1999 verhältnismäßig mehr Leser unter den 14- bis 24-Jährigen als in höheren Altersgruppen. Von den befragten Jugendlichen gaben 82 Prozent an, in den letzten zwölf Monaten ein Buch gelesen zu haben. Der Wert der älteren Teilnehmer lag hingegen nur zwischen 65 und 70 Prozent (vgl. LESEBAROMETER 2000, S. 16-17). Auch bei den täglich Lesenden liegen die Jugendlichen mit 16 Prozent über den im Durchschnitt 5,4 Prozent der über 20-jährigen Leser (vgl. LESEVERHALTEN 2001, S. 249).

Die Lektürevorlieben Jugendlicher sind individuell sehr verschieden und die bevorzugten Thematiken breit gestreut. Hauptsächlich wird Trivilliteratur bevorzugt, anspruchsvolle Belletristik lesen überwiegend junge Menschen mit hohem Bildungsniveau (vgl. BONFADELLI 1993, S. 54-55). Jungen Erwachsenen ist es mit zunehmendem Alter wichtig, dass ein „gutes“ Buch nicht nur spannend ist, sondern sie erhoffen sich von der Lektüre zum Denken angeregt zu werden und etwas zu lernen (vgl. BONFADELLI 1993, S. 60). Neben belletristischer Literatur lesen Jugendliche heute vermehrt Sachbücher. Hierzu zählen neben den Büchern für Schule und Beruf auch Ratgeber sowie Sachbücher mit Themen, die Jugendliche interessieren, z. B. Computer, Kunst, Geschichte (vgl. BONFADELLI 1993, S. 56).

Die meisten jungen Erwachsenen (60 %) zählen laut Stiftung Lesen zu den Weiterbildungslesern, lesen also für ihr schulisches und berufliches Weiterkommen. 26 Prozent lesen täglich oder mehrmals pro Woche zur Unterhaltung und Entspannung. Besonders herausragend sind die 18 Prozent der befragten Jugendlichen, die lesen, um informiert zu sein und mitreden zu können. Das informatorische Lesen hat unter jungen Menschen erheblich an Bedeutung gewonnen und übertrifft den Anteil an Jugendlichen, die lesen, um sich mit bestimmten Themen und Hobbys zu beschäftigen, sogar um 5 Prozentpunkte (vgl. LESEVERHALTEN 2001, S. 250-251). Der Trend, Bücher zur Weiterbildung und Information zu lesen, gründet hauptsächlich in einem gestiegenen Bildungsniveau, den höheren Anforderungen für Aus- und Weiterbildung und der Forderung nach lebenslangem Lernen, durch die unsere heutige Wissensgesellschaft geprägt ist (vgl. BUCHER 2004, S. 45).

Das allgemeine Leseverhalten hat sich stark gewandelt: viele Menschen lesen heute aus Zeitgründen weniger, schneller und oberflächlicher. Besonders auffällig im Leseverhalten Jugendlicher ist eine deutliche Veränderung der Lesestrategien und somit auch der Qualität des Lesens. Das sogenannte „Fast-Food-Lesen“ (BIBWEB – Welche Ziele können sich Bibliotheken für junge Kunden setzen – Leseförderung) hat erheblich an Bedeutung gewonnen: 31 Prozent der befragten 14- bis 19-Jährigen überfliegen Seiten und lesen nur das Interessanteste in einem Buch, 1992 waren es gerade einmal 11 Prozent. Das selektive Lesen ist für viele junge Erwachsene zur Gewohnheit geworden. Sie überfliegen Texte, lassen Textpassagen aus und lesen gleichzeitig in verschiedenen Büchern, Zeitungen und Zeitschriften, verlieren aber dabei auch die Bereitschaft und Fähigkeit längere Texte zu lesen (vgl. LESEVERHALTEN 2001, S. 18-19, S. 266-267). „Die Lektürepräferenzen haben sich [...] verlagert, kurze und aktuelle Texte befriedigen im Zeitalter der elektronischen Medien jugendliche Lesebedürfnisse am ehesten“ (HEIDTMANN 2000, S. 4).

Nach der ausführlichen Beschäftigung mit dem Leseverhalten Jugendlicher kann der Aussage BONFADELLIS zugestimmt werden, dass „das Lesen auf die

unterschiedlichste Art und Weise in den Alltag von Jugendlichen eingebettet [ist]“ (BONFADELLI 1993, S. 191). Dennoch muss auch im Hinblick auf die neuen Medien darauf hingewiesen werden, dass sich die Medienrealität und Mediennutzung Jugendlicher stark verändert hat und Bibliotheken, die gezielt Jugendliche ansprechen möchten, das veränderte Medienverhalten junger Erwachsener verstärkt berücksichtigen müssen.



### **3. Bibliotheksarbeit für Jugendliche**

Aus den gewonnenen Erkenntnissen zum Freizeit-, Medien- und Leseverhalten Jugendlicher ergeben sich Konsequenzen bezüglich der Arbeit mit und für junge Erwachsene in Bibliotheken. Da sich diese Diplomarbeit mit freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit beschäftigt, wird das folgende Kapitel außer auf die Wünsche, Bedürfnisse und Einstellungen Jugendlicher bezüglich Bibliotheken auf Anforderungen an die Freizeitorientierung eingehen und die Thematik der „klassischen“ Jugendbibliotheksarbeit nur ansatzweise berücksichtigen.

Da es bisher, außer zu bereits erprobten Praxisbeispielen freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit, keine theoretische Literatur und somit auch keine fest umrissene Definition zu dieser gibt, entschied sich die Autorin, in dieser Arbeit nur jene Bibliotheken als freizeitorientiert zu bezeichnen, die keinerlei schulrelevante Literatur in Form von Interpretationshilfen, Schulbüchern und Schülerhilfen für die Fächer Deutsch, Mathematik, Physik etc. anbieten.

Die berücksichtigte Literatur für dieses Kapitel setzt sich zumeist aus etwas älteren Publikationen zusammen. Es konnten nur wenige aktuelle Titel über die Arbeit für Jugendliche in Bibliotheken gefunden werden. Die Thematik Jugendbibliotheksarbeit scheint somit im deutschen Bibliothekswesen momentan nicht von großer Bedeutung zu sein.

Neben Literatur, die bereits in Kapitel 2 „Lebensphase Jugend“ Verwendung fand, wurden unter anderem die IFLA Richtlinien für die Bibliotheksarbeit mit Jugendlichen, das DBI<sup>3</sup>-Projekt „Entwicklung und Erprobung neuer Konzepte der Bibliotheksarbeit für junge Erwachsene“, DBI-Materialien zur Kinder- und Jugendbibliothek, ein „How-to-do-it-manual“ von Patrick Jones zur Bibliotheksarbeit mit Jugendlichen, eine Publikation von Ute Hachmann zu Angeboten für junge Kunden in öffentlichen Bibliotheken, das Buch „Lesen fördern in der Welt von morgen“ der Bertelsmann Stiftung und die Ergebnisse eines Symposiums über Bibliotheken für Jugendliche mit dem Titel „Lifestyle Libraries“ berücksichtigt. Des Weiteren wird aus Artikeln von Horst Heidtmann, Rita Schmitt und Uwe Sander zitiert. Für das freizeitorientierte ekz-Konzept „freestyle“ wurden

---

<sup>3</sup> DBI ist die Abkürzung für das Deutsche Bibliotheksinstitut, das von 1978 bis 2000 bestand.

offizielle Broschüren der ekz-Bibliotheksservice Gmbh, ein Artikel der beteiligten Projektbibliotheken sowie eine Diplomarbeit von Katja Scheuren zu diesem Thema einbezogen.

### **3.1. Bibliotheken aus der Sicht Jugendlicher**

Wie die neueste JIM-STUDIE aus dem Jahr 2006 durch ihre Ergebnisse deutlich macht, ist der Besuch einer Bibliothek für junge Menschen zwischen 12 und 19 Jahren sehr unattraktiv. Lediglich vier Prozent der Jungen und Mädchen antworteten auf die Frage, ob sie täglich oder mehrmals pro Woche eine Bibliothek aufsuchen, mit „Ja“. Somit rangieren die Bibliotheken im non-medialen Freizeitverhalten vor dem Besuch der Kirche auf dem vorletzten Platz (vgl. JIM-STUDIE 2006, S. 6). Zu einem ähnlich ernüchternden Ergebnis kommt auch die Studie „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“ der Stiftung Lesen aus dem Jahr 2000. Laut dieser haben in den letzten zwölf Monaten vor der Befragung nur 47 Prozent der 14- bis 19-Jährigen eine Bibliothek besucht. Im Vergleich zu einer Studie der Stiftung Lesen aus dem Jahr 1992 bedeutet dies einen Rückgang um 13 Prozent. 29 Prozent waren bei der Befragung im Jahr 2000 schon länger als zwölf Monate nicht mehr in einer Bibliothek und sogar 24 Prozent gaben an, noch nie eine Bibliothek besucht zu haben (vgl. LESEVERHALTEN 2001, S. 278-279).

#### 3.1.1. Hinderungsgründe

Das DBI-Projekt „Entwicklung und Erprobung neuer Konzepte der Bibliotheksarbeit für junge Erwachsene“ wurde vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft von 1993 bis 1996 in der Stadtteilbibliothek Rostock-Dierkow und der Hamburger Bücherhalle Mümmelmannsberg durchgeführt. Es hatte zum Ziel, durch neue Konzeptionen den Bruch zwischen Jugendlichen und Bibliotheken zu verhindern (vgl. DBI 1994, S. 5). In diesem Projekt wurde festgestellt, dass von den jugendlichen Nichtnutzern lediglich ein Viertel kein Interesse an Büchern hat. Die restlichen drei Viertel der Jugendlichen, die heute nicht in Bibliotheken gehen, bleiben somit prinzipielle Adressaten (vgl. DBI 1994, S. 79). Diese hohe Anzahl an

Nichtnutzern besucht die öffentliche Bibliothek jedoch aus verschiedenen Gründen nicht, die im Folgenden dargelegt werden.

Öffentliche Bibliotheken in Deutschland sind sehr stark schul-, ausbildungs- und berufsorientiert. Diese Entwicklung geht zu Lasten des Freizeit- und Unterhaltungsangebots (vgl. HEIDTMANN 1995, S. 2). Viele Jugendliche sehen in Bibliotheken daher nur Orte, an denen für Hausaufgaben, Prüfungen oder Ähnliches recherchiert werden muss. Da diese Tätigkeiten für junge Menschen häufig negativ behaftet sind, bringen sie die Bibliothek eher mit einer negativen Erfahrung in Verbindung und verknüpfen sie gedanklich mit der Pflichtinstitution Schule (vgl. JONES 1992, S. 11). Nach Meinung Jugendlicher sind Bibliotheken wie Schulen: sie werden von Erwachsenen geführt und es gibt eine Menge Regeln und Beschränkungen. Bibliotheken ermöglichen zwar freien Zugang zu Informationen, dennoch schränken sie die Jugendlichen ein, in dem sie bestimmen, welche und wie viele Medien für wie lange ausgeliehen werden dürfen (vgl. JONES 1992, S. 11).

Darüber hinaus haben Bibliotheken bei jungen Menschen häufig ein schlechtes Image:

- In Bibliotheken muss man immer leise sein.
- Die Mitarbeiter sind streng, langweilig und altmodisch.
- Jugendliche sind als Besucher in der Bibliothek nicht erwünscht.
- Der Bestand von Bibliotheken ist nicht aktuell usw. (vgl. JONES 1992, S. 12-13)

Wie bereits beschrieben, nimmt die Lesehäufigkeit junger Erwachsener mit aufsteigendem Alter immer weiter ab<sup>4</sup>. Daher besuchen ältere Jugendliche Bibliotheken seltener als jüngere. Zudem beurteilen die Älteren das gesamte Angebot der Bibliotheken deutlich negativer als die Jüngeren, wie in dem DBI-Projekt „Entwicklung und Erprobung neuer Konzepte der Bibliotheksarbeit für junge Erwachsene“ herausgefunden wurde (vgl. DBI 1994, S. 68-70).

---

<sup>4</sup> siehe Kapitel 2.7. Leseverhalten

Ein bedeutender Grund für Jugendliche, Bibliotheken fernzubleiben, ist die Tatsache, dass die meisten Bibliotheken keine eigenen Jugendbereiche eingerichtet haben, sondern der Jugendbestand in die Kinderbibliothek integriert ist (vgl. HEIDTMANN 1995, S. 3). Darüber hinaus werden die für Jugendliche relevanten Medien nicht zielgruppenspezifisch präsentiert, sondern sind an verschiedenen Stellen in der Bibliothek verteilt (vgl. BEHRENDT 2003, S. 179). Die für die jugendliche Zielgruppe interessanten Musikgruppen stehen bei den Erwachsenen-CDs ebenso wie die DVDs und Videos. Auch die Computerspiele befinden sich meist in der Sachgruppe Informatik.

Das Medienangebot öffentlicher Bibliotheken entspricht zudem häufig nicht den Entwicklungsstandards und spiegelt nicht die reale Mediennutzung Jugendlicher wider. Auch die Aktualität der Bibliotheksmedien ist für junge Menschen meist unbefriedigend (vgl. HEIDTMANN 1995, S. 2).

### 3.1.2. Bedürfnisse und Erwartungen

Gerade junge Menschen benötigen Orientierungshilfe und Beratung bei der Planung ihrer Zukunft und der Entwicklung ihrer eigenen Identität. Die Bibliothek mit ihrem großen Fundus an Medien bietet jungen Erwachsenen auf der Suche nach ihrem eigenen „Ich“ die Möglichkeit, selbstbestimmt und ohne Bevormundung ihren eigenen Geschmack zu entwickeln, ihre eigenen Interessen zu vertiefen sowie ihr eigenes Urteil fällen zu lernen (vgl. HURRELMANN 2000, S. 11-12). „Bibliotheken können Jugendlichen helfen, sich in Freizeit, Ausbildung und Beruf besser zu profilieren, und sie [...] zur gesellschaftlichen Mitsprache befähigen“ (BENDIG 2003, S. 6). Da jedoch viele Jugendliche Bibliotheken aus den unterschiedlichsten Gründen nicht besuchen, stellt sich die Frage, welche Erwartungen und Bedürfnisse junge Menschen bezüglich eines Bibliotheksbesuches hegen und die daher für die Jugendbibliotheksarbeit berücksichtigt werden müssen.

Viele Jugendliche kommen freiwillig und aus eigenem Antrieb in die Bibliothek. Ihr Besuch ist mit bestimmten Erwartungen und Bedürfnissen verknüpft. Sie möchten sich in der Bibliothek wohl fühlen und von den Mitarbeitern als Kunden akzeptiert

werden (vgl. HURRELMANN 2000, S. 11). Sie wollen als eigene Zielgruppe erkannt und behandelt werden und verlangen daher vordringlich nach einer eigenen Jugendabteilung, die sowohl inhaltlich als auch räumlich getrennt von der Kinderbibliothek ist (vgl. SCHMITT 1999, S. 227).

Jugendliche suchen vor allem solche Freizeittorte auf, die mit Gleichaltrigenkontakten verbunden sind. Für viele Jugendliche ist die Bibliothek nicht mehr nur eine Institution zur Ausleihe von Medien, sondern ein Ort, an dem sie sich längere Zeit aufhalten wollen. Wie bereits in Kapitel 2.5. „Freizeitverhalten“ beschrieben, ist das Treffen mit der Peer Group für junge Menschen die bedeutendste non-mediale Freizeitbeschäftigung. Daher sind Bibliotheken für sie nur dann attraktiv, wenn ihnen die Möglichkeit geboten wird, sich mit Freunden zu treffen, sich auszutauschen und gemeinsam Zeit zu verbringen. Besonders wichtig ist es Jugendlichen daher, einen eigenen Raum als Kommunikations- und Aufenthaltsort in der Bibliothek zur Verfügung gestellt zu bekommen (vgl. DBI 1997, S. 72). Um gemeinsam ihre Freizeit verbringen zu können, wünschen sich Jugendliche darüber hinaus neben der Möglichkeit der Ausleihe auch Abspielmöglichkeiten für CDs, DVDs und Videos und Konsolenspiele innerhalb der Bibliothek (vgl. HACHMANN 2002, S. 30).

Inhaltlich wünschen sich jugendliche Kunden Medien, die aktuell sind und ihrem Alter entsprechen. Wie bereits beschrieben, gibt es „den“ Jugendlichen nicht<sup>5</sup>. Junge Erwachsene verfügen über unterschiedliche Lebensmuster, Werthaltungen und Vorlieben, die sich selbstverständlich auch auf den Bereich der Medien auswirken. Jugendliche erwarten daher ein breit gefächertes Angebot, das Bücher, CDs, DVDs, Konsolenspiele etc. für jeden Geschmack bietet (vgl. SANDER 1995, S. 91). Eine herausragende Rolle spielen dabei die Nonbookmedien, die in der Freizeitgestaltung junger Menschen eine bedeutende Rolle spielen<sup>6</sup> und von den Jugendlichen daher in Bibliotheken erwartet werden.

---

<sup>5</sup> siehe Kapitel 2.4. Jugendgruppen und Jugendkultur

<sup>6</sup> siehe Kapitel 2.6. Medienverhalten

Neben dem Aspekt der Freizeitbeschäftigung suchen Jugendliche in der Bibliothek auch Unterstützung für die Schule und Beratung bei der Planung ihrer beruflichen Zukunft, da ihr Bedarf an Orientierungshilfen und Unterstützung stark gewachsen ist<sup>7</sup>.

Abschließend lässt sich sagen, dass junge Erwachsene ein positives Bibliothekserlebnis benötigen, um zufriedene und dauerhafte Kunden zu werden. „A positive library experience would mean that Young Adults find what they need, don't feel frustrated, feel they have been helped (not hindered), and want to come back“ (JONES 1992, S. 11).

### **3.2. Grundsätze der Jugendbibliotheksarbeit**

„Jugendliche haben ein Recht auf Bibliotheksangebote, die denen für andere Altersgruppen qualitativ in nichts nachstehen. Daher sollte jede Bibliothek Dienstleistungen für Jugendliche als Bestandteil ihres Kernangebotes einführen“ (IFLA 2001, S. 1).

Bibliotheksbarbeit für Jugendliche sollte sich jedoch „generell entschieden von pädagogisch ausgerichteten Konzepten abgrenzen und stattdessen attraktive Angebote schaffen, die Jugendliche in ihren Bedürfnissen und Gewohnheiten der Mediennutzung ernst nehmen bzw. ihre Lebensrealitäten und Freizeitinteressen bei den Bibliotheksangeboten berücksichtigen“ (BIEREND 1992, S. 33). Oberstes Ziel in der Arbeit mit Jugendlichen sollte es sein, sie „in ihrer Selbstverantwortung für die Gestaltung der Lebensphase Jugend zu stärken“ (HURRELMANN 2005, S. 25). Besonders wichtig ist in diesem Zusammenhang die Erkenntnis, dass es, wie bereits erwähnt, „die“ Jugend und „die“ Jugendlichen als homogene Gruppe nicht gibt<sup>8</sup>.

Das Thema dieser Diplomarbeit ist die freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit. Daher werden die Ziele und Anforderungen der „klassischen“ Jugendbibliotheks-

---

<sup>7</sup> siehe Kapitel 2.3. Jugend heute

<sup>8</sup> siehe Kapitel 2.4. Jugendgruppen und Jugendkultur

arbeit an dieser Stelle nur kurz aufgeführt, um die Unterschiede zur Freizeitorientierung deutlich zu machen.

Aus den verwendeten Publikationen zur Bibliotheksarbeit für Jugendliche wurden drei Beispiele ausgewählt, in denen die Ziele und Faktoren erfolgreicher Jugendbibliotheksarbeit nach Meinung der Autorin besonders treffend wiedergegeben werden. Diese sind die „IFLA Richtlinien für die Bibliotheksarbeit mit Jugendlichen“, die Ergebnisse des Symposiums „Lifestyle Libraries“ und der BIBWEB E-Learning-Kurs „Fokus Jugend“.

Herausragende Bedeutung für die „klassische“ Jugendbibliotheksarbeit haben die „IFLA Richtlinien für die Bibliotheksarbeit mit Jugendlichen“ aus dem Jahr 2001, die ausführlich auf die Aufgaben und Ziele der zielgruppenspezifischen Bibliotheksarbeit eingehen. Laut diesen Richtlinien sollen Dienstleistungen für Jugendliche:

- einen Übergang von den Dienstleistungen für Kinder zu den Dienstleistungen für Erwachsene schaffen
- zu lebenslangem Lernen ermutigen, durch Bibliotheksangebote und Leseförderung
- zu lebenslangem Lesen motivieren, sowohl zur Information als auch zum Spaß
- Techniken der Informationsbeschaffung fördern
- allen Jugendlichen des Einzugsgebiets Bibliotheksbestände und – dienstleistungen anbieten, um folgenden Bedürfnissen zu entsprechen:
  - o Bildung
  - o Information
  - o Kultur
  - o Freizeit (IFLA 2001, S. 2)

Das Symposium der Bertelsmann Stiftung „Lifestyle Libraries: Bibliotheken für junge Kunden“ aus dem Jahr 2002 erarbeitete folgende inhaltliche Ziele für die Jugendbibliotheksarbeit:

- Unterstützung des Lernens
- Hilfe bei der Berufsorientierung
- Unterstützung des Alltagsmanagements der Zielgruppe
- Freier, zielgruppenspezifischer Informationszugang
- Vermittlung von Lese- und Informationskompetenz (LIFESTYLE LIBRARIES 2002, S. 3)

Der BIBWEB E-Learning-Kurs „Fokus Jugend“ fasst besonders umfangreich Faktoren erfolgreicher Konzepte für die Jugendbibliotheksarbeit zusammen:

- Bereitstellung aktueller Informationen und Serviceangebote, die die zentralen Alltagsthemen der Zielgruppe widerspiegeln (Schule, Ausbildung, Beruf, Freizeit, moderne Kommunikationsmittel, Internetplätze, PC-Arbeitsplätze)
- Ein Medienangebot, das in Aktualität und Qualität den Wünschen und Bedürfnissen der Jugendlichen entspricht
- Ein Medienmix mit steigender Dominanz elektronischer Medien
- Flexibilität und schnelle Reaktion auf wechselnde Trends und Interessen in der Jugendszene
- Neue Formen der Bestandserschließung
- Ein eigener offener Bereich für die Zielgruppe
- Zielgruppengerechtes Design
- Ein Veranstaltungsangebot, das Jugendlichen gefällt
- Der Einbezug externer Kooperationspartner
- Partizipationsmöglichkeiten der Jugendlichen
- Bereitstellung von Personal- und Geldressourcen
- Geschultes Personal (BIBWEB – Wie entwickeln wir eine Bibliothek für junge Kunden? – Die Entwicklung der Jugendbibliotheksarbeit in Deutschland)



### 3.3. Freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit

Der Hintergrund für die Idee zu freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit liegt in dem bereits erwähnten Argument von HEIDTMANN<sup>9</sup>, der feststellte, dass die Entwicklung der öffentlichen Bibliotheken auf Kosten des Freizeit- und Unterhaltungssektors gegangen ist (vgl. HEIDTMANN 1995, S. 2). Viele Jugendliche assoziieren mit Bibliotheken das Lernen oder Recherchieren für die Schule. Die Bibliothek als Ort für die Freizeitgestaltung spielt eine immer geringere Rolle im Alltag junger Menschen<sup>10</sup>. Die freizeitorientierten Jugendbibliotheken möchten daher den jugendlichen Besuchern Spaß an der Bibliothek vermitteln. Das Praxisbeispiel „freestyle“, auf das an späterer Stelle ausführlicher eingegangen wird, stellt fest, dass „die Orientierung an der realen Mediennutzung und [den realen] -bedürfnissen, ein erhöhter Bestandsanteil an AV- und elektronischen Medien und die Betonung des Spaßaspekts jenseits eines pädagogischen Qualitätsanspruchs [...] notwendig [sind, um Jugendliche als Kunden zu halten]“ (BEHRENDT 2003, S. 179).

Die genannten Kriterien für eine erfolgreiche „klassische“ Jugendbibliotheksarbeit gelten in vielerlei Hinsicht auch für die neuen Ansätze der Freizeitorientierung. Einzig der Verzicht auf Literatur für Schule, Ausbildung und Studium unterscheidet die freizeitorientierte maßgeblich von der „klassischen“ Bibliotheksarbeit für Jugendliche.

Da es bisher keine theoretische Literatur über freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit gibt, wurden die Anforderungen an selbige aus Publikationen zur „klassischen“ Jugendbibliotheksarbeit entnommen. Die Autorin überprüfte die Ziele und Ansprüche aus der bestehenden Literatur auf ihre Eignung für die Freizeitorientierung. Die in den folgenden Abschnitten beschriebenen Anforderungen stellen somit ein exemplarisches Beispiel freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit nach Ansicht der Autorin dar. Im Übrigen beziehen sich die

---

<sup>9</sup> siehe Kapitel 3.1.1. Hinderungsgründe

<sup>10</sup> siehe Kapitel 3.1. Bibliotheken aus der Sicht Jugendlicher

Anforderungen und Empfehlungen sowohl auf Jugendbereiche in Bibliotheken als auch auf eigenständige Jugendbibliotheken.

### 3.3.1. Bestand

Der Fundus einer Bibliothek sind ihre Medien. Diese sind gerade deshalb für die Phase des Jugendalters so attraktiv, da sie junge Menschen auf der Suche nach ihrem eigenen „Ich“ und der Planung ihrer Zukunft unterstützen können (vgl. HURRELMANN 2000, S. 12). Um mit dem Medienbestand Jugendliche anzusprechen, müssen die Interessen und Bedürfnisse der jugendlichen Zielgruppe berücksichtigt werden. Besonders wichtig ist es, den Bestand auf die Jugendlichen im Einzugsgebiet auszurichten (vgl. SCHMITT 1999, S. 230).

Entscheidende Kriterien für ein attraktives Jugendangebot sind eine breite Fächerung, eine zielgruppengerechte Auswahl und die Aktualität der Medien (vgl. SCHMITT 1999, S. 229; SANDER 1995, S. 91). Da die Jugendkultur, wie bereits beschrieben, sehr schnelllebig ist<sup>11</sup>, muss auf neue Trends rasch reagiert und die Bestände ständig ergänzt und ausgetauscht werden (vgl. SCHMITT 1999, S. 230). Bibliotheken, die gezielt jugendliches Publikum ansprechen möchten, sollten das gesamte Medienspektrum bereit stellen und alle Medien als gleichrangig betrachten, um so den Mediengewohnheiten der Jugend zu entsprechen (vgl. SCHMITT 1999, S. 229). Bereits 1988 forderte die Kommission des Deutschen Bibliotheksinstituts für Kinder- und Jugendbibliotheken, die Jugendbestände sollen „dem neuesten Stand der gesellschaftlichen, kulturellen und technischen Entwicklung entsprechen und Medien aller Art enthalten (DBI 1988, S. 21).

#### Printmedien:

Ein attraktiver freizeitorientierter Jugendbestand bietet Printmedien in einer Zusammensetzung von beliebten Jugendautoren, Jugend-Genres, Comics, populären Zeitschriften und freizeitrelevanter Sachliteratur (vgl. HEIDTMANN 1995, S. 5). Wichtig ist hierbei, dass die Bücher sich an den gegenwärtigen Leseinteressen und –bedürfnissen orientieren und aktuell sind (vgl. HEIDTMANN 1989, S. 175).

---

<sup>11</sup> siehe Kapitel 2.4. Jugendgruppen und Jugendkultur

Im Bereich der Belletristik sind bei Jugendlichen besonders authentische Biographien und Erfahrungsberichte beliebt (BIBWEB – Was kann unsere Bibliothek jungen Kunden bieten - Jugendbuch). Die Literatur sollte jugendbezogen sein, also „Jugendliche, ihre Lebensgeschichten, ihre Sorgen und Nöte, kurz ihr ‚Schicksal‘ zum Thema [machen]“ (SANDER 1995, S. 91).

Neben jugendorientierter Belletristik ist freizeitrelevante Sachliteratur anzubieten. Freizeitorientierte Sachliteratur umfasst Ratgeber für sämtliche Lebensbereiche Jugendlicher sowie Sachbücher zu Hobbys und jugendrelevanten Themen. Gemeint sind hiermit beispielsweise Aufklärungsbücher, Reiseführer, Literatur für Bewerbung und Computer, aber auch Titel über verschiedene Sportarten, Kosmetik und Mode sowie Fanbücher zu Serien, Bands und Ähnlichem (vgl. BIBWEB – Wer sind unsere jungen Kunden – Konsequenzen für die Bibliothek; BIBWEB – Was kann unsere Bibliothek jungen Kunden bieten? - Sachliteratur für 13- bis 25-Jährige). Für die Autorin stellt sich darüber hinaus die Frage, ob freizeitorientierte Jugendbibliotheken nicht auch Sachbücher zu Themengebieten wie Kunst, Geschichte, Technik etc. anbieten sollten. Gerade vor dem Hintergrund, dass Jugendliche in Bibliotheken ihre Interessen vertiefen bzw. auch herausfinden sollen, worin ihre Interessen liegen<sup>12</sup>, scheint es sinnvoll, auch die genannten Themen zur Verfügung zu stellen, um die jugendlichen Besucher auf interessante Wissensgebiete aufmerksam zu machen, mit denen sie bisher vielleicht noch nicht in Berührung gekommen sind. Einzig auf Literatur, die nur für Schule, Ausbildung und Studium verwendet werden kann, wie Schülerhilfen, Interpretationshilfen etc. sollte nach Meinung der Autorin in freizeitorientierten Jugendbibliotheken verzichtet werden.

#### Nonbookmedien:

Bibliotheken, die gezielt junge Menschen ansprechen möchten, müssen sich für neue Medientechnologien öffnen (vgl. HEIDTMANN 2000, S. 9). Das bibliothekarische Konzept für erfolgreiche Jugendbibliotheksarbeit muss „ein Medienkonzept [sein], in dem die spezifische Leistungsfähigkeit jeder einzelnen Medienform berücksichtigt

---

<sup>12</sup> siehe Kapitel 3.1.2. Bedürfnisse und Erwartungen

und in ihrer jeweiligen Bedeutung für die Befriedigung unterschiedlicher Bedürfnisse akzeptiert wird“ (SCHMITT 1994, S. 137).

Aufgrund der Freizeitinteressen und Medienvorlieben Jugendlicher sollten audiovisuelle Medien im Bestand jugendorientierter Bibliotheken eine dominierende Rolle einnehmen. Eine Verteilung von 50 Prozent Print- und 50 Prozent Nonbookmedien ist zu empfehlen (vgl. BIBWEB – Wie entwickeln wir eine Bibliothek für junge Kunden? – Die Entwicklung der Jugendbibliotheksarbeit in Deutschland). Besonders wichtig ist die Aktualität dieser Medien. Beispielsweise sollten sich laut Empfehlung des BIBWEB E-Learning-Kurses „Fokus Jugend“ Musikmedien zu mindestens 50 Prozent aus Neuheiten, 30 Prozent Basisbestand, 10-15 Prozent Benutzerwünschen und 5-10 Prozent Musik-DVDs zusammensetzen (vgl. BIBWEB – Was kann unsere Bibliothek jungen Kunden bieten? – Musikmedien).

Abschließend kann der Forderung der IFLA Richtlinien für die Bibliotheksarbeit mit Jugendlichen zugestimmt werden, die fordern, dass „Form und Inhalt der Medienbestände [...] das unterschiedliche Niveau der Benutzer, ihre Interessen, ihre intellektuellen Fähigkeiten und kulturellen Hintergründe berücksichtigen [müssen]“ (IFLA 2001, S. 3).

### 3.3.2. Räumlichkeiten und Ausstattung

„Jugendliche benötigen öffentliche, möglichst wenig kontrollierte [...] Räume, in denen sie ihre Sozialität und Individualität entfalten können (KUEBLER 1994, S. 105). Somit ist eine klare räumliche Trennung von Kinder- und Jugendbereich notwendig (vgl. SCHMITT 1999, S. 228). Dass die gemeinsame Aufstellung von Kinder- und Jugendmedien für viele Jugendliche, wie bereits erwähnt, ein Grund ist, Bibliotheken fernzubleiben<sup>13</sup>, ist ein weiteres Argument für separate Jugendbereiche.

---

<sup>13</sup> siehe Kapitel 3.1.1. Hinderungsgründe

### Jugendbereich als Aufenthaltsbereich:

Da Jugendlichen das Treffen mit Gleichaltrigen in ihrer Freizeit sehr wichtig ist<sup>14</sup>, sollte die jugendorientierte Bibliothek diesem Umstand in der Raumplanung Rechnung tragen. Darüber hinaus brauchen junge Menschen öffentliche Orte, an denen sie mit anderen reden und Kontakte knüpfen können (vgl. HEIDTMANN 1995, S. 5). Der Jugendbereich oder auch die eigenständige Jugendbibliothek sollte daher gruppentauglich sein, damit die Bibliothek sich „nicht nur als Medienausleihstation, sondern als Ort zum Aufenthalt, zur (gemeinsamen) Mediennutzung und zur Kommunikation“ (SCHMITT 1999, S. 228) präsentieren kann. Neben gruppentauglichen Sitzmöglichkeiten sollte den jugendlichen Kunden jedoch durch Nischenbildung die Möglichkeit gegeben werden, sich innerhalb der Jugendabteilung zurückzuziehen, um in Ruhe lesen zu können (vgl. SCHMITT 1999, S. 228). Für das leibliche Wohl der jungen Kunden könnte über die Anschaffung eines Getränkeautomaten oder die Einrichtung einer Cafeteria nachgedacht werden (vgl. SCHMITT 1994, S. 142).

### Einrichtung:

Um jugendliche Bibliotheksbesucher anzusprechen, sollte ihnen eine zielgruppenorientierte und moderne Einrichtung geboten werden (vgl. BIBWEB – Wie erreichen wir unsere jungen Kunden? – Planung von Wachstum und Verbesserung). Die freizeitorientierte Jugendabteilung sollte durch optische Signale gekennzeichnet werden und sich somit sowohl räumlich als auch durch die Gestaltung vom Kinder- und Erwachsenenbereich abheben (vgl. HEIDTMANN 1989, S. 174). Wände und Einrichtungsgegenstände können hierfür in modischen und eher außergewöhnlichen Farben und Formen gestaltet sein (vgl. BENDIG 1999, S. 53). Bei der Einrichtung ist besonders auf eine flexible Möblierung zu achten, um bei Veranstaltungen den Jugendbereich ohne Schwierigkeiten umgestalten zu können (BIBWEB – Was kann unsere Bibliothek jungen Kunden bieten? – Die Jugendbibliothek als öffentlicher Raum). Um die Funktion der Jugendbibliothek bzw. des Jugendbereiches als Aufenthaltsort zu unterstreichen, sollten sowohl

---

<sup>14</sup> siehe Kapitel 2.5. Freizeitverhalten

bequeme, gruppentaugliche Sitzecken als auch Einzelplätze eingeplant werden (vgl. BASCHIN 1992, S. 39; HEIDTMANN 1989, S. 174).

#### Aufstellung:

Jugendliche Bibliotheksbesucher möchten möglichst schnell und ohne fremde Hilfe die für sie interessanten Medien finden. Die bibliothekarische Ordnung stellt für sie eher eine Barriere dar (vgl. BIBWEB – Was kann unsere Bibliothek jungen Kunden bieten? – Attraktiver Medienbestand). Daher sollte die Aufstellung der freizeitorientierten Jugendmedien in Themenschwerpunkten erfolgen, in denen ohne Unterscheidung der Medientypen all jenes gemeinsam präsentiert wird, das inhaltlich zusammengehört (vgl. SCHMITT 1999, S. 229; BASCHIN 1992, S. 38). Mit der Jugendabteilung wird so ein Bereich geschaffen, in dem Jugendliche all jene Medien finden, die für sie von Bedeutung sind.

Bei der Präsentation der Medien ist darauf zu achten, dass aus Attraktivitätsgründen möglichst viele Medien frontal präsentiert werden (vgl. SCHMITT 1994, S. 142). Des Weiteren sollten Ausstellungsflächen für Neuheiten oder bestimmte Anlässe vorhanden sein (vgl. BENDIG 1999, S. 53).

#### Ausstattung:

Neben der Möglichkeit Medien in der Bibliothek auszuleihen, wird vielfach gefordert, dass die Nutzung aller angebotenen Medien, gerade der Nonbookmedien, in der Bibliothek möglich sein sollte (vgl. BASCHIN 1992, S. 39; BENDIG 1999, S. 53; IFLA 2001, S. 3). Bei der Gestaltung der Abhörplätze für Musik-CDs und Hörbücher sowie der Abspielplätze für DVDs, Computer- und Konsolenspiele ist besonders darauf zu achten, dass diese von mehreren Jugendlichen gemeinsam genutzt werden können (vgl. BASCHIN 1992, S. 39).

#### 3.3.3. Personal

Wie bereits 1988 von der Kommission des Deutschen Bibliotheksinstituts für Kinder- und Jugendbibliotheken festgestellt wurde, „ist einer der wichtigsten Faktoren für die Leistungsfähigkeit und Wirksamkeit einer [...] Jugendbibliothek [...]

ihre personelle Ausstattung und Besetzung, denn davon hängen Qualität und Intensität von Bestandsaufbau, Beratung, Auskunftsdienst, Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungstätigkeit ab“ (DBI 1988, S. 39). An dieser Forderung hat sich, auch für die freizeitorientierte Jugendbibliothek, bis heute nichts geändert. Dennoch ist die personelle Ausstattung vieler Bibliotheken gerade im Jugendbereich eher angespannt. Sogenannte Jugendbibliothekare, wie es sie beispielsweise in der Los Angeles Public Library gibt, sind in Deutschland selten anzutreffen (vgl. HACHMANN 2002, S. 13). In den meisten Fällen sind die Arbeitsgebiete Kinder- und Jugendbibliotheksarbeit zusammengefasst. BASCHIN schrieb im Jahr 1992, dass in Berlin über die Einsetzung von Jugendbibliothekaren in allen Bezirken nachgedacht wird (vgl. BASCHIN 1992, S. 36), diese Idee ist jedoch nach Aussage der Berliner Jugendbibliothek @hugo nicht umgesetzt worden (vgl. GLASE 2007).

Die jugendlichen Besucher müssen vom Personal so akzeptiert werden, wie sie sind. Schließlich sind sie Kunden der Bibliothek, deren Wünsche zu erfüllen die Aufgabe der Mitarbeiter ist (vgl. HURRELMANN 2000, S. 11). Die Jugendlichen sollen spüren, dass sie es bei den Bibliothekaren und Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste „mit Beratungspersonal zu tun haben, das Empfehlungen und Hinweise ausspricht, aber eben nicht mit Aufsichtspersonal“ (HURRELMANN 2000, S. 11). Die Mitarbeiter sind demnach für die „individuelle Zuwendung, Anleitung und Orientierungshilfe“ (DBI 1988, S. 40) ihrer jungen Besucher zuständig.

Das Personal sollte neben seiner fachlichen Qualifikation auch über pädagogische und psychologische Kenntnisse verfügen (vgl. DBI 1988, S. 40). Die Mitarbeiter müssen tolerant, flexibel und belastbar sein und Verständnis für die jugendlichen Kunden haben sowie ihnen Respekt entgegenbringen (vgl. DBI 1988, S. 39; IFLA 2001, S. 6). Eine genaue Kenntnis über die Zielgruppe vor Ort und ihr Mediennutzungsverhalten, ein umfangreiches Wissen im Print- und Nonbook-medienbereich, ein hohes Maß an Eigeninitiative sowie die Bereitschaft zur Kooperation mit Schulen, Jugendämtern etc. kennzeichnen das Personal erfolgreicher Jugendbibliotheken bzw. Jugendabteilungen (vgl. BENDIG 2003, S. 6;

vgl. IFLA 2001, S. 6; vgl. BIBWEB – Wie können wir gemeinsam mit anderen unsere Ziele erreichen? – Bibliotheksarbeit für Jugendliche als Chefsache).

#### 3.3.4. Veranstaltungsarbeit

Die freizeitorientierte Jugendbibliothek betreibt Veranstaltungsarbeit mit dem Ziel, dass sich die jungen Kunden mit der Bibliothek und ihrem Angebot identifizieren, positive Erfahrungen mit dem Besuch einer Veranstaltung assoziieren sowie zu regelmäßigen Besuchern der Bibliothek werden (vgl. BIBWEB – Was kann unsere Bibliothek jungen Kunden bieten? – Events und Veranstaltungen).

Zu den Eckpfeilern für jugendorientierte Bibliotheksveranstaltungen sind Kontinuität, Zielgruppen- sowie Ortsbezug und die Kooperation mit anderen Einrichtungen zu zählen.

Besonders wichtig ist eine gewisse Kontinuität der Angebote. Statt einiger weniger herausragender Spitzenveranstaltungen ist ein regelmäßiges Veranstaltungsprogramm anzustreben, durch das die Jugendlichen die Bibliothek als festen Veranstaltungsort wahrnehmen (vgl. PETSCH 1992, S. 208).

Die Themen der Veranstaltungen sollten neben ihrer Aktualität einen direkten Zielgruppenbezug haben und sich möglichst am Alltag der jugendlichen Kunden orientieren. Hierfür ist es wiederum nötig, dass die Mitarbeiter ihre Zielgruppe vor Ort gut kennen (vgl. BASCHIN 1992, S. 41).

Bei der Auswahl der Veranstaltungsinhalte könnten der Ort und die nähere Umgebung mit einbezogen werden. Hiermit ist nicht unbedingt gemeint, den Ort und seine Geschichte zu thematisieren, sondern vielmehr lokale Schriftsteller, Musiker und Künstler zu berücksichtigen (vgl. PETSCH 1992, S. 210).

Gerade bei der Planung von Veranstaltungen für Jugendliche sind Kooperationen mit Schulen, Jugendzentren und anderen kulturellen Einrichtungen, an denen sich junge Menschen aufhalten, vonnöten. Diese sind im Umgang mit der jugendlichen Zielgruppe erfahren und neben einer Vergrößerung der Besucherzahlen der Veranstaltung und der Ausweitung des Bibliotheksnetzwerkes können alle beteiligten Institutionen voneinander lernen (vgl. PETSCH 1992, S. 209-210). Auch



die Kooperation mit Verlagen, Comicbuchhandlungen etc. wäre beispielsweise im Hinblick auf eine Kostenteilung oder –reduzierung zu erwägen.

Freizeitorientierte Jugendbibliotheksveranstaltungen „sollen die Bedürfnisse von [...] Jugendlichen aufnehmen und ihnen gleichzeitig Anregungen für eigene Aktivitäten vermitteln“ (DBI 1988, S. 2). Die jugendlichen Kunden interessieren sich hierbei vorrangig für Veranstaltungen, an denen sie aktiv teilnehmen können, statt an der passiven Rezeption, wie z. B. bei einer Lesung (vgl. PETSCH 1992, S. 209). Die Jugendlichen wünschen sich Veranstaltungen mit „Ereignis- und Erlebnischarakter“ (KUEBLER 1994, 106).

Zu empfehlen wären daher folgende Veranstaltungsformen:

- Beratungs- und Informationsveranstaltungen (Gesundheit, Sexualität, Berufsberatung etc.)
- Themenbezogene Veranstaltungen (Kosmetik, Mode etc.)
- Besuche von bekannten Autoren, Sportlern, Musikern etc.
- Schreibwerkstätten
- Diskussionsgruppen
- Leseclubs
- Aufführungen (Musik, Kunst, Theater)
- Eigenproduktionen Jugendlicher (Theater, Bibliothekszeitung)
- Mediennächte
- Filmvorführungen
- Poetry Slam<sup>15</sup>
- Book Slam<sup>16</sup> (vgl. BASCHIN 1992, S. 41; PETSCH 1992, S. 209; IFLA 2001, S. 4; BIBWEB – Was kann unsere Bibliothek jungen Kunden bieten? – Events und Veranstaltungen)

---

<sup>15</sup> Bei einem Poetry Slam tragen Personen ihre eigenen Texte vor Publikum vor, die von Letzterem anschließend beurteilt werden.

<sup>16</sup> Bei einem Book Slam werden im Gegensatz zu dem Poetry Slam dem Publikum in kurzer Zeit mehrere Bücher, die bereits erschienen sind, vorgestellt. Auch hier stimmt das Publikum nach jeder Präsentation ab.

### 3.3.5. Öffentlichkeitsarbeit

Die freizeitorientierte Jugendbibliothek kann ebenso wenig wie andere Bibliotheksformen isoliert arbeiten. Sie sollte auf sich aufmerksam machen und für sich werben, bei den öffentlichen Trägern, bei Institutionen, die mit Jugendlichen arbeiten, das heißt z. B. auch bei Arbeits- und Sozialämtern und bei Verlagen, Buchhandlungen etc. (vgl. DBI 1988, S. 36). Des Weiteren an Orten, an denen Jugendliche sich aufhalten, also beispielsweise in Cafes, Kinos, Schulen, Jugendzentren etc. (vgl. BENDIG 1999, S. 54). Für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit ist demnach eine genaue Kenntnis des Umfeldes der Bibliothek und eine intensive Stadtteilarbeit vonnöten (vgl. BASCHIN 1992, S. 40). Durch die enge Zusammenarbeit mit lokalen Einrichtungen ist es zudem möglich, die Angebote für Jugendliche zu koordinieren, um zu vermeiden, dass einzelne Institutionen zueinander in Konkurrenz treten (vgl. IFLA 2001, S. 4).

Ogleich die freizeitorientierte im Gegensatz zur „klassischen“ Jugendbibliothek keine schulrelevante Literatur anbietet, ist nach Meinung der Autorin eine enge Zusammenarbeit mit Schulen sehr wichtig. Auch die IFLA „Richtlinien für die Bibliotheksarbeit mit Jugendlichen“ bezeichnen die Schulen als wichtigste Partner der Jugendbibliotheksarbeit (vgl. IFLA 2001, S. 5). Die Konzeptionen freizeitorientierter Jugendbibliotheken zielen zwar darauf ab, Jugendlichen zu vermitteln, dass der Besuch einer Bibliothek Spaß bringen kann und diese nicht nur zur Recherche für Hausaufgaben oder Prüfungen genutzt werden kann, und möchten daher nicht mit der „Pflichtinstitution“ Schule in Verbindung gebracht werden<sup>17</sup>. Gerade in Hinblick darauf, dass die Schule der Ort ist, an dem sich die Zielgruppe der Jugendbibliotheksarbeit aufhält, ist eine Zusammenarbeit mit Schulen jedoch unumgänglich. Um Jugendliche auf die Bibliothek aufmerksam zu machen und ihnen diese als einen Freizeitort nahe zu bringen, an dem alle für sie interessanten Medien bereit gestellt werden, sind daher Besuche von Schulklassen in der Bibliothek oder auch Besuche der Bibliotheksmitarbeiter in Schulen notwendig.

---

<sup>17</sup> siehe Kapitel 3.3. Freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit

Auch eine Zusammenarbeit mit dem Jugendamt, wie dies beispielsweise in der Dresdner Jugendbibliothek *medien@age* der Fall ist, sollte für die freizeitorientierte Jugendbibliothek richtungsweisend berücksichtigt werden. Das Dresdner Jugendamt richtete in der *medien@age* eine Jugendinformationsstelle ein, die sich mit den Themengebieten Jugendarbeit, Jugendberufshilfe sowie Medienschutz beschäftigt (vgl. RABE 2000, S. 602). Die jugendlichen Besucher haben somit direkt in der Bibliothek eine Anlaufstelle, die ihnen z. B. bei der Berufswahl oder dem Umgang mit dem Internet Unterstützung anbietet.

### 3.3.6. Mitbestimmung Jugendlicher

Einer der wichtigsten Aspekte erfolgreicher freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit ist die Mitbestimmung der Zielgruppe. Auch die IFLA Richtlinien betonen, dass Bibliotheken ihre jugendlichen Kunden „[aktiv] an Planung, Umsetzung und Bewertung von Bestandsangeboten, Dienstleistungen und Programmgestaltung [beteiligen sollten]“ (IFLA 2001, S. 2). Schließlich sind die Jugendlichen Experten für die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Altersgruppe. Die Bibliothek kann sich durch ernst gemeinte Beteiligungsformen das Wissen der Zielgruppe bezüglich neuer Trends in den jeweiligen Jugendszenen sowie im Bereich von Musik, Computer, Internet etc. zunutze machen (vgl. SCHMITT 1999, S. 230). HEIDTMANN rät, gerade im Hinblick auf die Kompetenzen der Bibliotheksmitarbeiter und ihr Wissen über die Jugendkulturen auf eine stärkere Mitwirkung und Selbstbestimmung der Zielgruppe zu setzen (vgl. HEIDTMANN 1995, S. 6).

Um ihre Wünsche zu verwirklichen, sind viele Jugendliche an Mitarbeit und Mitbestimmung interessiert, um ihre Bibliothek so zu gestalten, dass sie für ihre Altersgruppe attraktiver wird (vgl. SANDER 1995, S. 95). Dies gilt sowohl für den Bestandsaufbau, die Einrichtung und Gestaltung der Bibliothek sowie die Veranstaltungsarbeit. Die jugendlichen Kunden können sich leichter mit „ihrer“ Bibliothek identifizieren und werden zu regelmäßigen Besuchern, wenn sie die Erfahrung machen, dass ihre Meinung für die Mitarbeiter der Bibliothek wichtig ist und ihre Wünsche und Ideen berücksichtigt werden (vgl. BASCHIN 1992, S. 40).

In diesem Zusammenhang wäre über die Einrichtung von Teen Councils, wie es sie in der Los Angeles Public Library gibt, nachzudenken. Die Teen Councils sind Gremien, die sich monatlich treffen und aus einem Jugendbibliothekar und zwischen fünf und fünfzehn Jugendlichen zusammensetzen. Sie diskutieren über die Angebote der Bibliothek sowie die Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Jugendlichen (vgl. HACHMANN 2002, S. 14). Auch in der Publikation „Lesen fördern in der Welt von morgen“ wird die Gründung von sogenannten Fokusgruppen vorgeschlagen. Diese bestehen aus Mitgliedern der jugendlichen Zielgruppe und beraten die Bibliothek bei Veranstaltungen, Bestandsaufbau und Fragen zu Einrichtung und Design (vgl. BERTELSMANN 2000, S. 121).

### 3.3.7. Pro und Contra freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit

Neben den allgemeinen Überlegungen zur Gestaltung einer freizeitorientierten Jugendbibliothek stellt sich die Frage, ob eine ausschließliche Freizeitorientierung im Bereich der Jugendbibliotheksarbeit der richtige Weg ist, junge Menschen zum Besuch einer Bibliothek zu bewegen und welche Argumente für und gegen ein solches Konzept sprechen.

Für freizeitorientierte Jugendbibliotheken spricht die Tatsache, dass Bibliotheken in der Freizeitgestaltung Jugendlicher eine immer geringere Rolle spielen<sup>18</sup>. Eine konsequente Ausrichtung an den tatsächlichen Medienbedürfnissen der jugendlichen Zielgruppe, eine jugendorientierte Einrichtung sowie Veranstaltungen, die das Freizeitverhalten Jugendlicher berücksichtigen, kann jungen Menschen die Bibliothek als Freizeitort wieder nahe bringen.

Viele Bibliotheken sind, wie bereits erwähnt, zu stark schul-, ausbildungs- und berufsorientiert<sup>19</sup>. „Da Schule und Lernen als wenig lustvoll empfunden werden, muss die neue Jugendbibliothek als reine Freizeitbibliothek ohne expliziten Bildungsauftrag mit einem möglichst schulfernen Angebot konzipiert werden“ (BEHRENDT 2003, S. 180).

---

<sup>18</sup> siehe Kapitel 3.1. Bibliotheken aus der Sicht Jugendlicher

<sup>19</sup> siehe Kapitel 3.1.1. Hinderungsgründe

Der BIBWEB E-Learning-Kurs „Fokus Jugend“ hingegen betitelt die Konzeption „ausschließlich freizeitorientiert“ als „trotzige Kampfformel“ (BIBWEB – Was kann unsere Bibliothek jungen Kunden bieten? – Sachliteratur für 13- bis 25-Jährige) und bemängelt bei einer ausschließlichen Freizeitorientierung im Jugendbereich die Verfehlung des bibliothekarischen Auftrages sowie eine Verletzung der tatsächlichen Bedürfnisse der Zielgruppe, da viele Jugendliche die Bibliothek mit dem Wunsch nach Sachliteratur besuchen, entweder für schulische Belange oder aus privatem Interesse für bestimmte Themen (vgl. BIBWEB – Was kann unsere Bibliothek jungen Kunden bieten? – Sachliteratur für 13- bis 25-Jährige). Darüber hinaus ist gerade in der Lebensphase Jugend „der Bedarf an Information, Bildung und sinnvoller Freizeitgestaltung besonders hoch“ (LIFESTYLE LIBRARIES 2002, S. 3). Auch das Argument, dass Jugendliche Bibliotheken benötigen, um mithilfe der dort angebotenen Medien ihr eigenes „Ich“ zu entwickeln, eigene Meinungen bilden zu lernen und ihre Interessen herausfinden und vertiefen zu können<sup>20</sup>, spricht eher gegen freizeitorientierte Jugendbibliotheken, sofern diese nicht über einen anspruchsvollen Sachliteraturbestand verfügen, der auch an Politik, Kunst, Geschichte oder Ähnlichem interessierte Jugendliche zufrieden stellen kann. SANDER gibt des Weiteren zu bedenken, dass freizeitorientierte Bibliotheken mit einem hohen Nonbookmedienbestand überzogene Erwartungshalten haben, wenn sie versuchen, mit neuen Medien Jugendliche in die Bibliothek zu locken, in der Hoffnung, sie zu Lesern zu machen (vgl. SANDER 1995, S. 92).

Um beurteilen zu können, inwiefern sich diese Pro- und Contra-Argumente in der Praxis auswirken und ob die jugendliche Zielgruppe diesen zustimmt, werden in den nächsten Kapiteln als Praxisbeispiele freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit das ekz-Konzept „freestyle“ sowie die Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U vorgestellt und die Konzeption letzterer mithilfe einer Besucherbefragung überprüft.

---

<sup>20</sup> siehe Kapitel 3.1.2. Bedürfnisse und Erwartungen

### 3.3.8. Beispiele freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit

Freizeitorientierte Jugendbibliotheken, die nach der Definition der Freizeitorientierung dieser Diplomarbeit arbeiten, gibt es bisher nur in Hamburg sowie in Form des ekz-Projektes „freestyle“. Es gibt zwar bundes- und weltweit Mischformen, also Bibliotheken, die schulrelevante Literatur anbieten und dennoch einen Schwerpunkt auf freizeitrelevante Medien legen, so z. B. die Berliner Jugendmedienetage @hugo<sup>21</sup>, die Dresdner Jugendbibliothek medien@age<sup>22</sup>, die Teen´Scape in Los Angeles<sup>23</sup>, die Teen Central Jugendbibliothek in Phoenix, Arizona<sup>24</sup> und Planeta 11 in Allenstein, Polen<sup>25</sup>. Da in dieser Arbeit unter freizeitorientierten Jugendbibliotheken jedoch nur diejenigen verstanden werden, die ausschließlich freizeitrelevante Medien anbieten, werden die Mischformen nicht behandelt.

Die rein freizeitorientierte Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U wird in Kapitel 4 ausführlich beschrieben. An dieser Stelle soll nun kurz das Konzept „freestyle“ vorgestellt werden, das Vorreiter in der Freizeitorientierung war.

„Freestyle“ ist ein von der ekz-Bibliotheksservice GmbH initiiertes und in Zusammenarbeit mit den Stadtbüchereien Düsseldorf und der Stadtbibliothek Mönchengladbach im Jahr 2002 erarbeitetes Konzept für freizeitorientierte Jugendbereiche in öffentlichen Bibliotheken (vgl. BEHRENDT 2003, S. 179). Die Idee zu freizeitorientierten Jugendbereichen ging von der Tatsache aus, dass viele Jugendliche den Bibliotheken als freiwillige Kunden verloren gegangen sind (vgl. BENDIG 2003, S. 7). Das Ziel von „freestyle“ ist es, Jugendliche ab 14 Jahren dauerhaft als Kunden der Bibliothek zu gewinnen (vgl. SCHEUREN 2005, S. 30). Dies soll durch eine reine Freizeitorientierung „ohne expliziten Bildungsauftrag mit einem möglichst schulfernen Angebot“ (BEHRENDT 2003, S. 180) gelingen. Das Motto von „freestyle“ lautet „Genuss ist Muss“ (BEHRENDT 2003, S. 180). Sowohl beim Medienangebot als auch bei der Präsentation und Einrichtung der

---

<sup>21</sup> [www.medienetage-dresden.de](http://www.medienetage-dresden.de)

<sup>22</sup> [www.kulturamt-mitte.de/bibliothek/heimann/index.html](http://www.kulturamt-mitte.de/bibliothek/heimann/index.html)

<sup>23</sup> [www.lapl.org/central/teenscape.html](http://www.lapl.org/central/teenscape.html)

<sup>24</sup> [www.phoenixpubliclibrary.org](http://www.phoenixpubliclibrary.org)

<sup>25</sup> [www.planeta11.pl](http://www.planeta11.pl)

Jugendbereiche findet eine konsequente Orientierung an den Freizeitinteressen und den individuellen Vorlieben der jugendlichen Zielgruppe statt (vgl. BEHRENDT 2003, S. 181).

Die Projektbibliotheken, die Stadtteilbücherei Düsseldorf-Benrath sowie die Schul- und Stadtteilbibliothek Mönchengladbach-Rheindahlen entwickelten mit der ekz „schlüselfertige“ Jugendbereiche inklusive Medien und Möblierung (vgl. BEHRENDT 2003, S. 180). Das so entstandene Medien- und Einrichtungskonzept kann seit 2003, wie andere Standing-Order-Angebote, bei der ekz „abonniert“ werden. Dabei übernimmt die ekz folgende Aufgaben:

- Lektorierung des Bestandes inklusive kontinuierlicher Ergänzungslieferungen
- Auf Wunsch die ausleihfertige Bearbeitung der Medien
- Die Entwicklung eines Einrichtungskonzeptes nach den Wünschen der Projektbibliotheken
- Anlieferung und Aufbau der Möbel (SCHEUREN 2005, S. 31)

Das Angebot ist modular aufgebaut, somit kann jede Bibliothek in Deutschland nach ihren Vorstellungen und in ihrem finanziellen und räumlichen Rahmen einen kompletten Jugendbereich erwerben oder nur einzelne Bestandteile von „freestyle“, z. B. nur die Printmedien, bestellen (vgl. BEHRENDT 2003, S. 184). Abonniert haben „freestyle“ bspw. Bibliotheken in Bielefeld, Bremen, Berlin-Lichtenberg und die Projektbibliotheken in Düsseldorf und Mönchengladbach (vgl. GRUBE 2007).

Pro Jahr umfasst das „freestyle“-Angebot an Print- und Nonbookmedien ca. 500 Titel und kostet 10.000 Euro. Die Medien setzen sich zu ca. 45 Prozent aus Printmedien und ca. 55 Prozent aus Nonbookmedien zusammen (vgl. EKZ 2007, [o. S.]).

Bei den Printmedien werden Belletristik, Sachliteratur und Zeitschriften angeboten. Die freizeitorientierte Sachliteratur umfasst dabei 45 Prozent des Bücheranteils (vgl. BENDIG 2003, S. 17).

Im Bereich der Nonbookmedien finden die „freestyle“-Kunden CDs, CD-ROMs, DVDs und Konsolenspiele (vgl. BEHRENDT 2003, S. 180). Inhaltlich verteilen sich diese auf

- 50 Prozent Audiomedien, also Musik-CDs, Musik-DVDs und Hörbücher
- 25 Prozent Spielfilme
- 25 Prozent Computer- und Konsolenspiele (vgl. EKZ 2007, [o. S.]

Die Medien werden unabhängig von ihrem Medientyp in Interessenkreisen aufgestellt, die von den Projektbibliotheken Düsseldorf und Mönchengladbach in Zusammenarbeit mit der ekz erarbeitet wurden (vgl. BEHRENDT 2003, S. 181). Diese Interessenkreise sind:

- action+fun Titel zu Sport und Freizeit, Graffiti, Reisen und Urlaub
- boyz´n´girls Alles über Mädchen und Jungen, Liebe, Partnerschaft und Sex
- comics Comics, Mangas<sup>26</sup>, Anime<sup>27</sup>
- fantasy+scifi Fantastische Literatur
- games Spiele für PC und PlayStation2
- help! Ratgeber zu Themen wie Geld, Schule, Recht und Freundschaft
- @it Trendthemen rund um PC und Internet
- jobs Bücher zum Thema Ausbildung und Beruf, Jobsuche, Bewerbung
- just music Überwiegend Musik-CDs, aber auch Musik-DVDs und Fanbücher
- lifestyle Romane über das Erwachsenwerden, Titel über Mode, Schönheit, Piercing etc.
- movies+tv Spielfilme und Fernsehserien auf DVD, Begleitbücher und Soundtracks

---

<sup>26</sup> Manga ist der japanische Begriff für Comic

<sup>27</sup> Anime ist die Bezeichnung für japanische Zeichentrickfilme



- mystery                      Titel über Hexen, Astrologie, Magie und übersinnliche Phänomene
- reality                        Themen wie Sucht, Arbeitslosigkeit, Rechtsextremismus, Sekten
- thrill                         Krimis und Thriller (EKZ 2007, [o. S.]

Die Räumlichkeiten in den Projektbibliotheken wurden speziell für das jugendliche Publikum gestaltet. Angewandt wurde hierbei das „Shop-in-Shop-Prinzip“, bei dem mithilfe eines Gerüstbausystems aus verzinkten Stahlrohren der Jugendbereich optisch von der Kinder- und Erwachsenenbibliothek abgegrenzt wird (vgl. BEHRENDT 2003, S. 182). Auch dieses Gerüstbausystem kann bei der ekz erworben werden (vgl. EKZ 2007, [o. S.]). Das komplette Möblierungskonzept haben neben den Projektbibliotheken beispielsweise die Bibliotheken in Bremen, in Siegen und in Hannover-Mühlenberg erworben (vgl. GRUBE 2007). Neben der Ausleihe von Medien soll „freestyle“ für seine Kunden auch ein Treffpunkt, ein Ort zum Lesen, Filme ansehen, Musik hören und im Internet surfen sein. Daher bieten die „freestyle“-Bibliotheken Abhörstationen für CDs, sowie teilweise Abspielmöglichkeiten für DVDs und Konsolenspiele und PCs mit Internetzugang oder zum Computerspiele spielen (vgl. BEHRENDT 2003, S. 182).

#### **4. Konzeption der Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U**

Im folgenden Kapitel wird die Konzeption der Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U dargestellt. Als Quellen für die Inhalte dienten hauptsächlich die Konzeption der HOEB4U aus dem Jahr 2005, sowie drei Interviews, die von der Autorin mit der Leiterin der HOEB4U geführt wurden. Weiterhin fanden der Jahresbericht 2005 der Bücherhallen Hamburg, verschiedene Zeitungs- und Zeitschriftenartikel, die über die HOEB4U verfasst wurden, sowie interne Dokumente und Statistiken der Bücherhallen Hamburg Berücksichtigung.

Die Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U basiert auf den in Kapitel 3 vorgestellten freizeitorientierten Ansätzen zur Jugendbibliotheksarbeit. Darüber hinaus ist sie die erste eigenständige Jugendbibliothek, die ausschließlich Medien für die Freizeitgestaltung bietet.

Wie aus dem Namen geschlossen werden kann, ist die HOEB4U eingegliedert in das Bibliothekssystem der Bücherhallen Hamburg, so seit September 2006 der neue Name für die Stiftung „Hamburger Öffentliche Bücherhallen“, kurz „HÖB“. Zum Gesamtsystem der Bücherhallen Hamburg zählen neben der Jugendbibliothek eine Zentralbibliothek, 34 Stadtteilbibliotheken, eine zentrale Kinderbibliothek und zwei Fahrbibliotheken.

HOEB4U, also „HÖB for you“, das steht für „Hamburger Öffentliche Bücherhallen für Dich“, für alle Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Hamburg und Umgebung. Das Akronym „HOEB4U“ ist aber nicht nur der Name der eigenständigen Jugendbibliothek im Stadtteil Altona/Ottensen, sondern es bezeichnet zudem den gesamten Jugendbereich der Bücherhallen Hamburg. Somit heißen auch die Jugendabteilungen in den einzelnen Stadtteilbibliotheken „HOEB4U“. In dieser Diplomarbeit steht die Bezeichnung „HOEB4U“ allerdings immer für die Jugendbibliothek. Einige Abschnitte behandeln jedoch die Jugendbereiche der einzelnen Bücherhallen. Diese werden immer gesondert genannt, um zwischen der Jugendbibliothek und den Stadtteilbibliotheken unterscheiden zu können.

#### **4.1. Ziele der Hamburger Jugendbibliotheksarbeit**

Die Bücherhallen Hamburg beklagen, wie viele andere öffentliche Bibliotheken auch, den Wegfall an jugendlichen Nutzern. Gut ein Drittel (34 %) aller in Hamburg lebenden Kinder zwischen 5 und 13 Jahren sind aktive Kunden der Bücherhallen. Der Anteil der jungen Erwachsenen zwischen 14 und 24 Jahren als Bücherhallennutzer beträgt hingegen nur ca. 14 Prozent. Von den ca. 205.000 Hamburger Jugendlichen sind demnach nur 29.362 Kunden der Bücherhallen Hamburg (vgl. KONZEPTION 2005, S. 2).

Die Bücherhallen Hamburg engagieren sich bereits seit langer Zeit in der Jugendbibliotheksarbeit. Neue Ideen entstanden in der täglichen Arbeit in den einzelnen Stadtteilbibliotheken und in Arbeitsgruppen. Das definierte Ziel der Jugendbibliotheksarbeit bei den Bücherhallen Hamburg ist, „bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 14 und 24 Jahren die Schlüsselqualifikation „Lesen“ weiter zu fördern und durch ein jugendspezifisches und aktuelles Medienangebot – insbesondere auch durch Angebote im Bereich neuer Medien – Jugendliche an die „Institution“ Bibliothek zu binden“ (KONZEPTION 2005, S. 3).

Um der Zielgruppe der 14- bis 24-Jährigen mehr Aufmerksamkeit schenken zu können und das Angebot der Bücherhallen besser auf ihre Wünsche und Bedürfnisse abzustimmen, wurde im Jahr 2003 – bundesweit bisher einzigartig – ein eigenständiges Lektorat für Jugendmedien und Jugendbibliotheksarbeit geschaffen (vgl. ACHBERGER 2006b).

Mit der Eröffnung der ersten Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U im Dezember 2005 erhielt die Jugendbibliotheksarbeit sowohl innerhalb des Systems der Bücherhallen Hamburg als auch in ganz Hamburg eine bedeutende Stellung. Es entstand eine „multimediale Spielwiese mit dem Anspruch, die Medienkompetenz der Jugendlichen zu fördern und zu steigern“ (KONZEPTION 2005, S. 3). Jugendliche werden als eigenständige Zielgruppe wahrgenommen und verfügen mit der HOEB4U über eine eigene Bibliothek, die auf ihre Wünsche und Bedürfnisse zugeschnitten ist. Ziel ist es, die 14- bis 24-Jährigen durch das moderne und aktuelle

Angebot freiwillig in die Bibliothek zu locken. Diese Altersgruppe kennt Bibliotheken häufig nur durch den Pflichtbesuch mit der Schule und nutzt öffentliche Bibliotheken privat überhaupt nicht oder nicht mehr<sup>28</sup>.

Nachdem die jungen Erwachsenen den Weg in die HOEB4U gefunden haben, sollen sie im zweiten Schritt, so die Hoffnung, neben dem Gang zu den DVDs und Konsolenspielen den Weg ans Bücherregal finden (vgl. GALLACH 2005, S. 3). Darüber hinaus möchten die Mitarbeiter der HOEB4U den Jugendlichen Medienkompetenz über alle Medienformen hinweg vermitteln (vgl. KONZEPTION 2005, S. 4).

Wie Janette Achberger, die Leiterin der HOEB4U, im FOCUS zitiert wird, handelt es sich bei der HOEB4U um ein „bundesweit einzigartiges Konzept“ (GALLACH 2005, S. 3): „Eine Bibliothek ausschließlich für den Freizeitbereich, in der neue Medien auf dem aktuellsten Stand angeboten werden“ (HÖB 2006, S. 9).

#### **4.2. Entstehung der HOEB4U**

Um die Entwicklung der Jugendbibliotheksarbeit bei den Bücherhallen Hamburg bis hin zu einer eigenen Jugendbibliothek nachvollziehen zu können, ist es erforderlich, bis ins Jahr 1999 zurückzugehen. Wie bereits erwähnt, gibt es das eigenständige Jugendlektorat bei den Bücherhallen Hamburg erst seit 2003. Die beiden Arbeitsbereiche Jugendmedien und Jugendbibliotheksarbeit zählten zuvor zum Aufgabengebiet der Lektorin für Kindermedien und Kinderbibliotheksarbeit. Kinder- und Jugendbereich bildeten also ein gemeinsames Lektorat. Da eine ausführliche Auseinandersetzung und Beschäftigung mit Medien für die jugendliche Zielgruppe durch die geteilte Lektoratsarbeit nicht zu bewältigen war, wurde Anfang 1999 die Arbeitsgruppe EXIT-AG gebildet.

Der Name EXIT-AG wurde vom Jugendbereich der Bücherhalle Mümmelmannsberg übernommen. Diese war von 1993 bis 1996 Teil des DBI-Projekts „Entwicklung und Erprobung neuer Konzepte der Bibliotheksarbeit für junge Erwachsene“<sup>29</sup>. Die EXIT-AG hatte den Arbeitsschwerpunkt Medien für Jugendliche und wollte Hilfe

---

<sup>28</sup> siehe Kapitel 3.1. Bibliotheken aus der Sicht Jugendlicher und Kapitel 3.1.1. Hinderungsgründe

<sup>29</sup> siehe auch Kapitel 3.1.1. Hinderungsgründe

und Hinweise zum Bestandsaufbau für diese Nutzergruppe anbieten. Beteiligt waren im Durchschnitt acht Personen, darunter Lektoren, Bibliothekare, Bibliotheksassistenten und Auszubildende der Bücherhallen Hamburg. Die Mitglieder kümmerten sich um den Bestandsaufbau für Jugendmedien und erstellten Sonderlisten für die Stadtteilbibliotheken, wie z. B. PC-Spiele-Listen und Jugendzeitschriften-Listen. Dadurch sollten die Lücken im bisherigen Bestand der Jugendbereiche gefüllt werden. Ziel war es darüber hinaus, Kundenwünsche stärker zu berücksichtigen und die Jugendszenen genau zu beobachten, um gezielter Medien für die Bedürfnisse der jugendlichen Kunden anbieten zu können. Das erarbeitete Wissen wurde im Betrieb genutzt, um den jugendlichen Kunden einen besseren Service zu bieten (vgl. EXIT-AG 1999, [o. S.]).

Nachdem die EXIT-AG einige Jahre agierte, wurde im Jahr 2003 entschieden, das Kinder- und Jugendlektorat zu splitten und ein eigenes Lektorat für Jugendmedien und Jugendbibliotheksarbeit zu gründen (vgl. ACHBERGER 2006b). Diese Stelle besetzt seit Ende 2003 Janette Achberger, die zuvor bereits Mitglied der EXIT-AG war und heute neben ihrer Lektoratstätigkeit gleichzeitig die Leiterin der HOEB4U ist.

Das Jugendlektorat ist zuständig für die Auswahl und Anschaffung neuer Medien, die Planung und Organisation von Veranstaltungen, sowie die Weiterentwicklung von Maßnahmen für die Bibliotheksarbeit mit Jugendlichen. Diese Aufgaben erfüllt Frau Achberger nicht nur für die Jugendbibliothek, sondern auch für die Jugendbereiche der Stadtteilbibliotheken. Die Bibliothekare in den einzelnen Bücherhallen erhalten vom Jugendlektorat Anschaffungsvorschläge, Rezensionen, Medienlisten und Beratung in allen Fragen der Jugendbibliotheksarbeit (vgl. ACHBERGER 2006b). Langfristiges Ziel des Jugendlektorats ist es, die Jugendabteilungen in allen Bücherhallen sowohl mittels eines aktuellen Bestandes als auch durch eine zielgruppenspezifische Einrichtung attraktiver zu gestalten und mit einem einheitlichen Design zu versehen, um den Wiedererkennungseffekt zu steigern (vgl. HOEB4U 2006a).

Bei der Entwicklung des Internetportals der Bücherhallen Hamburg im Jahr 2001 wurde beschlossen, einen eigenen Jugendbereich auf der Seite [www.buecherhallen.de](http://www.buecherhallen.de) einzurichten. Die EXIT-AG entwickelte gemeinsam mit Jugendlichen in der Bücherhalle Mümmelmannsberg in einem Brainstorming den Namen für das Jugendportal. „HOEB4U“ war das Ergebnis der Überlegungen. Zu Beginn galt der Name nur für das Jugendportal. Anschließend wurde er für den gesamten Jugendbereich der HÖB eingeführt. Als die Entscheidung gefallen war, eine eigene Jugendbibliothek zu konzipieren, war daher klar, dass diese ebenfalls den Namen „HOEB4U“ tragen würde (vgl. ACHBERGER 2006a).

Bereits die Mitglieder der EXIT-AG hatten spätestens seit der Besichtigung der Jugendbibliothek medien@age in Dresden im Juni 2001 die Idee zu einer eigenen Hamburger Jugendbibliothek. Zum damaligen Zeitpunkt, an dem über Sparmaßnahmen und Gebührenerhöhungen nachgedacht wurde, erschien dieser Wunsch jedoch utopisch. Im Januar 2003 erhielt die Arbeitsgruppe dennoch die Unterstützung der Direktorin der Bücherhallen, die ihre Zustimmung zur Ausarbeitung eines Konzeptes für die Jugendbibliothek gab (vgl. ACHBERGER 2006a).

Das von der Projektgruppe „Zentrale Jugendbibliothek“ der EXIT-AG entwickelte „Konzept zur Planung einer zentralen Jugendbibliothek in den Zeisehallen“ stammt vom März 2003 und beinhaltet bereits wesentliche konzeptionelle Punkte der späteren HOEB4U. Die Aufgaben wurden darin wie folgt definiert:

- Bindung jugendlicher Nutzer an das HÖB-System
- Lektoratstätigkeit für Jugendmedien
- Laborfunktion für neue Medien, Trends, neuen Veranstaltungsformen etc.
- Betreuung und Weiterentwicklung des Jugendportals HOEB4U
- Mitarbeit in überregionalen Gremien zum Thema Jugendbibliotheksarbeit (EXIT-AG 2003, S. 1).

Bereits in diesem ersten Konzept wurde festgelegt, dass sich die Jugendbibliothek rein auf den Freizeitbereich der Zielgruppe konzentrieren sollte. Die EXIT-AG wollte durch den freizeitorientierten Ansatz das Experiment wagen, Jugendliche freiwillig und ohne schulischen Zwang in die Bibliothek zu locken. Im Unterschied zur jetzigen Jugendbibliothek waren damals jedoch beispielsweise noch eine Gamezone und eine CD-Abspielmöglichkeit geplant. Die Konzeption sah demnach vor, dass die Jugendlichen die Bibliothek auch als Aufenthaltsort und Treffpunkt nutzen sollten (vgl. EXIT-AG 2003, S. 1). Dieser Ansatz wurde in der HOEB4U jedoch zugunsten der Medien und Veranstaltungen nicht umgesetzt. Genaueres hierzu in Kapitel 4.4.4. „Raumkonzept“.

Durch zwei Faktoren wurde die Realisierung einer eigenen Jugendbibliothek in Hamburg letztendlich möglich: Zum einen kam der HOEB4U die Verlegung der Film- und Videobibliothek an den Standort der Zentralbibliothek am Hühnerposten im Dezember 2003 zugute. Aus diesem Grund wurden die ehemaligen Räume der Film- und Videobibliothek in den Zeisehallen im Stadtteil Ottensen mit Mietbindung bis 2012 frei. Zum anderen setzte sich die neue Kultursenatorin Prof. Dr. Karin von Welck im Rahmen der Weiterentwicklung der Hamburger Modellregion für Kinder- und Jugendkultur für die Idee der HOEB4U ein (vgl. BUSSE 2006, S. 38).

Nach der definitiven Zusage für die Eröffnung einer Hamburger Jugendbibliothek und der Zustimmung des Stiftungsrates der Bücherhallen Hamburg musste die endgültige Konzeption festgelegt werden. Diese wurde ausgehend von dem Konzept der EXIT-AG hauptsächlich von der Jugendlektorin Janette Achberger und von Rita Schmitt, der Lektorin für Schöne Literatur bei den Bücherhallen Hamburg, erarbeitet (vgl. ACHBERGER 2006b).

Am 1. September 2005 wurden die Räume in den Zeisehallen von den Mitarbeitern der HOEB4U bezogen. Bis zur Eröffnung im Dezember wurden Umbauten und Einrichtung geplant und umgesetzt sowie der Bestandsaufbau für den Anfangsbestand von 7.000 Medien betrieben. Am 9.12.2005 wurde nach dreimonatiger Aufbauzeit die erste Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U eröffnet.

Die EXIT-AG nennt sich seit dem Frühjahr 2004 „Arbeitskreis HOEB4U“ und besteht weiterhin, auch wenn die Mitarbeiter der HOEB4U inzwischen die meisten ihrer Aufgabengebiete, vor allem den Bestandsaufbau und die Erstellung von Medienlisten, betreuen. Müssen jedoch Entscheidungen über die Jugendbereiche der Stadtteilbibliotheken getroffen werden, wird der Arbeitskreis HOEB4U reaktiviert (vgl. ACHBERGER 2006c).

Nachdem der geplante Neubau einer Zentralbibliothek am Domplatz, an den auch die HOEB4U ziehen sollte, nicht umgesetzt werden kann, wird die HOEB4U zu einem noch unbestimmten Zeitpunkt in die Räumlichkeiten der Zentralbibliothek am Hühnerposten integriert. Bis zu diesem geplanten Umzug steht der HOEB4U in den Zeisehallen, wie die Kultursenatorin Karin von Welck es beschrieb, „ein Experimentierfeld zur Verfügung“ (HÖB 2006, S. 2).

### **4.3. Strukturelle Rahmenbedingungen**

Bevor auf die inhaltliche Konzeption der HOEB4U eingegangen wird, erfolgt an dieser Stelle eine Ausführung zu organisatorischen Aspekten der Hamburger Jugendbibliothek.

Die HOEB4U hat ihren Standort in den Zeisehallen im Hamburger Stadtteil Ottensen. Das Ambiente dieser ehemaligen Schiffsschraubenfabrik sowie die kreative Szene der Stadtteile Altona und Ottensen bieten ein gutes Umfeld für die Jugendbibliothek und erhöhen ihre Anziehungskraft (vgl. KONZEPTION 2005, S. 5). Die Räumlichkeiten der HOEB4U verteilen sich über zwei Stockwerke. Im ersten Stock befinden sich die Büroräume und im Erdgeschoss die 220 qm große Publikumsfläche der Bibliothek.

Geleitet wird die Jugendbibliothek, wie bereits erwähnt, von der Bibliothekarin und Jugendlektorin Janette Achberger. Sie wird unterstützt von zwei Bibliotheksassistenten, die gleichzeitig die Funktion der Ausbilder wahrnehmen. Die HOEB4U ist eine Juniorfirma, daher besteht das Personal hauptsächlich aus Auszubildenden. Die Bücherhallen Hamburg bilden pro Jahrgang zwischen vier und



sechs Auszubildende aus, die neben ihrer Tätigkeit in einer Stadtteilbibliothek in ihrem zweiten Ausbildungsjahr für 12 Monate in der HOEB4U tätig sind. Weitere Informationen zum Thema Juniorfirma finden sich in Kapitel 4.4.7. „Modell Juniorfirma“.

Als Zielbestand hat die Leiterin der HOEB4U 15.000 Medien festgesetzt. Diese Zahl muss aber nicht zu einem festen Zeitpunkt erreicht werden. Den Mitarbeitern ist die Qualität der Medien sehr wichtig. Daher lassen sie sich mit dem Bestandsaufbau Zeit, statt willkürlich den Markt nach Medien für Jugendliche abzusuchen. Der Aufbauetat der HOEB4U beträgt 45.000 €(vgl. ACHBERGER 2006a). Der Bestand von 7.000 Medien zum Zeitpunkt der Bibliothekseröffnung ist bis September 2006 bereits auf 10.000 Medien angewachsen. Mit diesen konnte im September 2006 bereits die 100.000 Ausleihe verbucht werden. Die Ausleihzahlen für die Monate von Januar 2006 bis Februar 2007 stellen sich wie folgt dar:

Ausleihzahlen HOEB4U	
Jan 06	10116
Feb 06	10601
Mrz 06	12136
Apr 06	10153
Mai 06	12812
Jun 06	12460
Jul 06	11290
Aug 06	13393
Sep 06	11917
Okt 06	11970
Nov 06	12248
Dez 06	10697
Jan 07	13586
Feb 07	11890

Tabelle 1: Ausleihzahlen HOEB4U  
Quelle: HOEB4U 2006d; HOEB4U 2007a

Für einen Bestand von 10.000 Medien ist ein Ausleihergebnis von monatlich über 10.000 Ausleihen sehr positiv. Zu berücksichtigen ist bei diesem Ergebnis allerdings

die Leihfrist für DVDs von nur einer Woche. Ohne diese wäre ein Umsatz<sup>30</sup> von im Durchschnitt 14,5 Entleihungen pro Medium und Jahr nicht zu realisieren. Der Umsatz für die DVDs beträgt 30, für CDs 18, CD-ROMs 16, Brettspiele 10, Zeitschriften 7 und Bücher 6 Entleihungen pro Medium und Jahr (vgl. HOEB4U 2006c).

Die Besucherzahlen sind mit über 3.000 Besuchern pro Monat ebenfalls als sehr positiv zu bewerten. Im Monat November wurden erstmals über 4.700 Besucher gezählt.

Besucherzahlen HOEB4U	
Jan 06	3473
Feb 06	3502
Mrz 06	3898
Apr 06	3252
Mai 06	3819
Jun 06	3432
Jul 06	3093
Aug 06	4101
Sep 06	3653
Okt 06	3873
Nov 06	4713
Dez 06	3313
Jan 07	4045
Feb 07	3685

Tabelle 2: Besucherzahlen HOEB4U  
Quelle: HOEB4U 2006e; HOEB4U 2007b

Neben den Medien stehen dem Besucher zwei PCs für die Katalogrecherche sowie vier PCs zum Surfen, Chatten und Recherchieren im Internet zur Verfügung.

Pro Woche ist die HOEB4U an vier Öffnungstagen insgesamt 24 Stunden geöffnet. Die Öffnungszeiten dienstags bis freitags von 14 Uhr bis 20 Uhr wurden bewusst gewählt. Die meisten Besucher sind Schüler, die vor 14 Uhr die Bibliothek nicht

---

<sup>30</sup> Definition: „Der Umsatz ist die Zahl der Entleihungen dividiert durch die Anzahl der Bestandseinheiten,, (UMLAUF 1997, S. 134).

aufsuchen können. Außerdem werden durch die Öffnung der HOEB4U ab 14 Uhr die Berufsschulzeiten der Auszubildenden besser aufgefangen. Die Mitarbeiter der HOEB4U würden gerne auch samstags öffnen, dies ist aus personellen Gründen momentan jedoch nicht möglich (vgl. ACHBERGER 2006b).

#### **4.4. Konzeption**

Die Konzeption der HOEB4U stimmt durch die Freizeitorientierung des Angebots mit dem Konzept des Jugendbereiches „freestyle“ überein, welches in Kapitel 3.3.8. „Beispiele freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit“ bereits dargestellt wurde. Der wesentliche Unterschied ist allerdings, dass sich „freestyle“ auf den Jugendbereich öffentlicher Bibliotheken beschränkt, während die HOEB4U eine eigenständige Jugendbibliothek ist.

Das Motto des Konzepts „freestyle“ lautet, wie bereits erwähnt, „Genuss ist Muss“ (BEHRENDT 2003, S. 180). Dieses Motto trifft auch auf die Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U zu. Ihre Konzeption beruht ebenfalls auf der Erkenntnis, dass Bibliotheken auf die Freiwilligkeit Jugendlicher setzen müssen, um sie dauerhaft als Kunden zu gewinnen. Besonders wichtig war es der Leiterin der HOEB4U daher, die Bibliothek so zu gestalten, dass sie sich an den Wünschen und Bedürfnissen der jugendlichen Zielgruppe orientiert. Schließlich ist, wie auch im Düsseldorfer Jugendbereich „freestyle“ festgestellt wurde, „Leselust [...] nur über Vergnügen und freiwilliges Interesse zu wecken“ [und zu erhalten] (BEHRENDT 2003, S. 180).

##### 4.4.1. Zielgruppe

Die Zielgruppe für die gesamte Jugendbibliotheksarbeit und somit auch für die Jugendbibliothek HOEB4U wurde auf Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 24 Jahren festgelegt. Ein Grund für diese Definition ist die Kinderbibliothek der Bücherhallen Hamburg, die mit ihrem Bestand Kinder bis einschließlich des 14. Lebensjahres anspricht. Um einen fließenden Übergang zu schaffen, sollte als untere Grenze der HOEB4U daher 14 Jahre gelten. Da es ein erklärtes Ziel der

Jugendbibliotheksarbeit bei den Bücherhallen Hamburg ist, auch junge Erwachsene zu erreichen, wurde die obere Altersgrenze der Zielgruppe auf 24 Jahre festgesetzt. Selbstverständlich sind diese Grenzen fließend zu verstehen. Alle Bürger aus Hamburg und Umgebung können die HOEB4U besuchen und dort Medien ausleihen (vgl. ACHBERGER 2006c).

#### 4.4.2. Trendbibliothek mit freizeitorientiertem Angebot

Die einzelnen Stadtteilbibliotheken in Hamburg bieten den Jugendlichen hauptsächlich Literatur für Schule, Ausbildung und Studium. Die HOEB4U hingegen will durch ihr freizeitorientiertes Angebot junge Menschen dazu bewegen, wieder freiwillig eine Bibliothek zu besuchen und bietet daher bewusst keine Medien für schulische Zwecke. Es findet bewusst keine Kooperation mit Schulen statt und somit gibt es auch keine Klassenführungen, Medienkisten oder Klassensatzbestellungen in der HOEB4U (vgl. ACHBERGER 2006a).

Die Leiterin der HOEB4U hat in der Vergangenheit in der Bücherhalle Steilshoop gearbeitet, die in einer Schule untergebracht war. Die Jugendlichen besuchten die Bibliothek nur aus Zwang, entweder im Zusammenhang mit einer Klassenführung oder aufgrund ihrer Hausaufgaben. Frau Achberger wollte, wie bereits die Mitglieder der EXIT-AG in ihrem Konzept von 2003, mit der Konzeption der HOEB4U herausfinden, wie eine Bibliothek ohne Schulliteratur und ohne Zwang eines Besuches von Jugendlichen angenommen wird. Darüber hinaus sollte sich die HOEB4U bewusst von den Stadtteilbibliotheken abgrenzen und im Informationsbereich nicht in Konkurrenz zu diesen treten (vgl. ACHBERGER 2006b). Entstanden ist mit der HOEB4U „eine multimediale Trendbibliothek, die gezielt die Freizeitinteressen der Jugendlichen widerspiegelt“ (KONZEPTION 2005, S. 4). Der Medienbestand orientiert sich dementsprechend an den jugendkulturellen Szenen, wie z. B. Comicszene, HipHop, Girlie, Skater etc. (vgl. KONZEPTION 2005, S. 4).

Die HOEB4U bietet folgende Medien zur Ausleihe an:

- Bücher
- Zeitschriften
- Comics/Mangas
- Brettspiele, zum Teil in Kombination mit DVDs
- AV-Medien aller Art: CDs, CD-ROMs, DVDs, Konsolenspiele für Playstation2, X-Box und UMDs<sup>31</sup>
- Alle zukünftigen Medienarten (vgl. KONZEPTION 2005, S. 4)

Der bisherige Bestand verteilt sich wie folgt auf die verschiedenen Medienarten:

Medienart	Bestand	Prozentualer Anteil am Gesamtbestand
Bücher	4760	46,72 %
Zeitschriftenhefte	490	4,81 %
CDs	1983	19,46 %
DVDs	1964	19,28 %
CD-ROMs	379	3,72 %
Konsolenspiele	501	4,92 %
MP3	3	0,03 %
Brettspiele	108	1,06 %
Gesamtbestand (10/06)	10188	

Tabelle 3: Anteil der Medienarten in der HOEB4U

Quelle: HOEB4U 2006b

Der Anteil an Printmedien beträgt 51,5 Prozent und ist somit geringfügig höher als der Anteil an Nonbookmedien, die 48,5 Prozent des Gesamtbestandes ausmachen. Dies entspricht in etwa der konzeptionellen Vorgabe von jeweils 50 % Print- und Nonbookmedien. Die Nonbookmedien nehmen damit im Gesamtbestand, wie für Jugendbibliotheken gefordert<sup>32</sup>, eine dominierendere Rolle ein, als es in öffentlichen Bibliotheken sonst üblich ist.

<sup>31</sup> UMD bezeichnet das Speichermedium für die Playstation Portable. Auf einer Universal Media Disc, kurz UMD, können Spiele, Musik und Spielfilme abgespeichert werden.

<sup>32</sup> siehe Kapitel 3.3.1. Bestand

Die HOEB4U hat ca. 40 Zeitschriften abonniert. Aus diesen setzen sich die 490 einzelnen Zeitschriftenhefte zusammen, die momentan im Bestand sind. Der Bestand an Büchern kann aufgrund der Statistik der Bücherhallen Hamburg nicht genauer in erzählende Literatur, Sachliteratur und Comics aufgeteilt werden.

Der gesamte Jugendbuchbestand der Bücherhallen Hamburg ist nach Interessenskreisen aufgestellt, die vom Arbeitskreis HOEB4U im Sommer 2003 erarbeitet und Anfang 2004 veröffentlicht wurden. Die Bestandserschließung erfolgt rein nach diesen Themenkreisen, die sich an den Interessen der Jugendlichen orientieren (vgl. ACHBERGER 2006c).

Auch der Bestand in der Jugendbibliothek wurde konsequent nach diesen Jugend-Interessenskreisen aufgestellt und ist somit in insgesamt 14 Themenkreise unterteilt:

- |                        |   |
|------------------------|---|
| - Abenteuer            | = Wildnis, Natur, Erlebnisberichte                  |
| - Action               | = Spannung, Krimi                                   |
| - Comics               | = Comics für Jugendliche                            |
| - Englisch             | = englischsprachige Jugendbücher                    |
| - Games                | = Bücher zu PC- und Konsolenspielen                 |
| - Liebe & Sex          | = Ratgeber, Lovestories...                          |
| - Lifestyle            | = Tattoo, Piercing, Mode, Beauty...                 |
| - Mystery              | = Science Fiction, Fantasy, Grusel, Horror          |
| - Politik & Geschichte | = Historisches, NS-Zeit, aktuelles<br>Zeitgeschehen |
| - Spotlight            | = Titel über Musik, Filme, Serien, Stars            |
| - Stress               | = Gewalt, Probleme...                               |
| - Sucht                | = Sucht, Drogen                                     |
| - Szene                | = Trendsportarten, Graffiti                         |
| - hoeb4u               | = alles andere Interessante (HOEB4U 2006f)          |

Neben erzählender Literatur bietet die HOEB4U am Ende eines jeden Interessenskreises Sachbücher zum Thema. Bei „Liebe & Sex“ finden sich beispielsweise Aufklärungsbücher, den teilweise autobiographischen Romanen des

Interessenkreises „Sucht“ folgen Sachbücher zum Thema Drogen, Alkohol etc. Es werden nur Sachbücher für den Freizeitbereich angeboten, daher findet der HOEB4U-Besucher beispielsweise keine Titel zur Berufswahl, Geschichte Ägyptens oder Computerbücher. Der Bestand an Sachbüchern nimmt im Übrigen nur einen sehr geringen Anteil am Gesamtbestand der Printmedien ein<sup>33</sup>.

Die Nonbookmedien in der HOEB4U werden getrennt nach ihrer Medienart und ihrem Inhalt aufgestellt. Somit entsteht folgende Trennung in der Aufstellung der Nonbookmedien:

- Computerspiele
- Spiele für die Playstation2
- Spiele für die X-Box
- Konsolenspiele auf UMD
- Spielfilme auf UMD
- Musik-CDs
- Hörbücher auf CD
- Spielfilm-DVDs
- Musik-DVDs
- Brettspiele

Oberste Priorität in der HOEB4U hat die Aktualität der Medien. Sobald eine CD oder DVD im Handel erhältlich ist, soll sie auch im HOEB4U-Bestand zu finden sein (vgl. ACHBERGER 2006b). Der Bestandsaufbau wird von allen Mitarbeitern, also auch den Auszubildenden, der HOEB4U geleistet.

Durch die Standing Order der ekz.bibliotheksservice GmbH erhält die HOEB4U von allen jugendrelevanten Büchern ein Exemplar<sup>34</sup>. Darüber hinaus wird über den

---

<sup>33</sup> Eine prozentuale Aussage ist leider nicht möglich, da in der Bestandsstatistik der Hamburger Bücherhallen die Medien unabhängig von ihrer Medienart innerhalb ihrer Signaturgruppe gezählt werden. So werden beispielsweise die Computerspiele gemeinsam mit den Büchern zum Thema Computer in der Signaturgruppe „J“ zusammengefasst.

<sup>34</sup> Diese Standing Order ist jedoch nicht zu verwechseln mit dem „freestyle“-Angebot an Printmedien. Das „freestyle“-Angebot ist umfangreicher und umfasst beispielsweise auch Taschenbücher und

Zentraleinkauf der Bücherhallen Hamburg und bei AV-Medien-Grossisten bestellt. Durch den direkten Einkauf bei den Grossisten sind neue Titel sofort nach dem Erscheinen in der Jugendbibliothek verfügbar (vgl. ACHBERGER 2006b).

Die Besucher der HOEB4U sind durch eine Medienwunschliste in den Bestandsaufbau einbezogen. Eine weitere Beteiligung ist nicht geplant, da die Auszubildenden, die selbst zur Zielgruppe der HOEB4U zählen, mit für den Bestandsaufbau zuständig sind und somit die Wünsche der Zielgruppe weitgehend abgedeckt werden (vgl. ACHBERGER 2006a).

Die Mitarbeiter der HOEB4U prüfen vor der Einarbeitung alle AV-Medien, auch wenn diese eine Altersfreigabe von der FSK oder USK erhalten haben. Die angebotenen Medien sollen qualitativ hochwertig sein. Daher kann es vorkommen, dass trotz einer Freigabe ab 12 Jahren ein PC-Spiel wegen schlechter Qualität nicht in den Bestand aufgenommen wird (vgl. ACHBERGER 2006b).

#### 4.4.3. Medienbezogenes Veranstaltungskonzept

Die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen soll neben der Bereitstellung des freizeitorientierten Medienbestandes der zweite Arbeitsschwerpunkt der HOEB4U werden. Ziel ist es dabei, den Jugendlichen durch eine Veranstaltungskonzeption mit „Werkstattcharakter“ (KONZEPTION 2005, S. 5) die Möglichkeit zu geben, „ihre kreativen Potenziale unmittelbar im aktiven Umgang mit allen Medienarten selbst zu entwickeln“ (KONZEPTION 2005, S. 5). Die bereits durchgeführten und für die Zukunft geplanten Veranstaltungen orientieren sich, wie die gesamte Konzeption der HOEB4U, ausschließlich an den Freizeitinteressen der jungen Kunden und sollen an aktuelle Jugendtrends anknüpfen. Die HOEB4U kooperiert in der Veranstaltungsarbeit mit ortsansässigen Firmen, wie z. B. dem Carlsen-Verlag, der seinen Hauptsitz in der Nähe der Zeisehallen hat.

---

jugendrelevante Sachbücher. Die HOEB4U hingegen erhält von der ekz nur jugendrelevante Belletristik in Form von Hardcovern (vgl. ACHBERGER 2006b).



Angedacht sind in der HOEB4U beispielsweise folgende Aktivitäten:

- Poetry Slam
- Hamburger Bands
- (Internet-) Schreibwettbewerbe
- Comic-Workshops
- Game-Masters (PC- und Konsolenspielwettbewerbe)
- FanFiction<sup>35</sup>
- Hamburger Autoren stellen sich vor (vgl. KONZEPTION 2005, S. 5)

Neben Einzelveranstaltungen gibt es jährlich feste Veranstaltungsreihen, die von der HOEB4U entweder selbst entwickelt werden, z. B. der Bücherherbst, oder an denen die HOEB4U teilnimmt, wie z. B. an den Vattenfall Lesetagen oder dem Lesefest Seiteneinsteiger. Jährlich mit verschiedenen Events gefeiert wird zudem der Geburtstag der HOEB4U. Der Leseclub, der sich seit Juni 2006 jeden zweiten Montag im Monat in den Räumen der HOEB4U trifft, zählt ebenfalls zu den regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen (vgl. ACHBERGER 2006c).

Die Mitarbeiter der HOEB4U organisieren nicht nur Veranstaltungen für die Jugendbibliothek, sondern planen und entwickeln alle Jugendveranstaltungen für das gesamte System der Bücherhallen Hamburg. Der Veranstaltungsetat der Bücherhallen ist in die Bereiche Kinder-, Jugend- und Erwachsenenveranstaltungen aufgeteilt und wird von den jeweiligen Lektoraten verwaltet. Die HOEB4U bietet den einzelnen Bücherhallen Veranstaltungen im Jugendbereich an und bezahlt diese mittels ihres Etats für Jugendveranstaltungen (vgl. ACHBERGER 2006c).

---

<sup>35</sup> Jugendliche setzen die Geschichte ihres Lieblingsfilms, ihrer Lieblingsserie, ihrer bevorzugten Comiereihe etc. nach ihren eigenen Vorstellungen fort, in dem sie neue Episoden, ein neues Ende oder Ähnliches schreiben.

#### 4.4.4. Raumkonzept

Das Raumkonzept der Jugendbibliothek HOEB4U wurde von der ekz.bibliotheksservice GmbH entworfen. Die Bücherhallen Hamburg erteilten den Auftrag zur Entwicklung eines Einrichtungskonzepts für die neue Jugendbibliothek an die ekz und die Firma Schulz Speyer Bibliothekstechnik AG. Vorgabe war, die Einrichtung speziell auf die Zielgruppe der 14- bis 24-Jährigen abzustimmen. Das vorgegebene Gesamtbudget für sämtliche Umbaumaßnahmen und die Einrichtung betrug 100.000 Euro. Die Ideen der ekz fanden den größeren Zuspruch bei den Mitarbeitern der HOEB4U und der für die Einrichtung bei den Bücherhallen Hamburg zuständigen Mitarbeiterin. Daher erhielt die ekz den Auftrag, die Bibliothek einzurichten. Fast alle Möbel und Regale in der HOEB4U wurden von der ekz angefertigt, geliefert und aufgebaut. Einzig die Theke für die Verbuchung wurde bei Schulz Speyer bestellt, da ihr Vorschlag gegenüber dem der ekz besser gefiel. Einige kleinere Entscheidungen bezüglich der Einrichtung wurden direkt vom Team der HOEB4U getroffen, so z. B. die Beleuchtung und die Sitzmöbel (vgl. ACHBERGER 2006c).

In der dreimonatigen Umbau- und Einrichtungsphase entstand eine „untypische Bibliothek mit geschwungenem, leuchtendem Tresen, modernen Sitzmöbeln, Metallregalen, Lichtelementen und Präsentationsflächen“ (HÖB 2006, S. 9). Zur Einrichtung zählen auch sechs in einem Halbkreis angeordnete Bildschirmarbeitsplätze mit Barhockern davor sowie eine kleine Eckbühne für Veranstaltungen aller Art.



Abbildung 3: Einrichtung HOEB4U  
Quelle: HOEB4U



Abbildung 4: Ausleihtheke HOEB4U  
Quelle: HOEB4U

Besonders hervorzuheben ist, dass in der HOEB4U Medien und Veranstaltungen im Vordergrund stehen. Die HOEB4U will kein Treffpunkt und Aufenthaltsort für junge

Erwachsene werden. Frau Achberger unterstreicht, dass der Stadtteil Altona ausreichend Treffpunkte für Jugendliche bietet (vgl. ACHBERGER 2006b). Im Börsenblatt stellt sie klar: „Wir sind kein Jugendzentrum, das Kuschelsofa haben wir ganz bewusst vermieden – im Mittelpunkt stehen eindeutig die Medien“ (BUSSE 2006, S. 38). Diese Aussage spiegelt sich deutlich im Raumkonzept der HOEB4U wider: bis auf einige Hocker und vier Sitzmöbel namens „Lümmel“ gibt es in der HOEB4U keine weiteren Sitzmöglichkeiten oder Tische (vgl. ACHBERGER 2006b).

#### 4.4.5. Corporate Identity

Die Bücherhallen Hamburg sind bestrebt, ihr Erscheinungsbild in allen Bereichen zu vereinheitlichen. Dazu zählen beispielsweise auch festgelegte Farben für die verschiedenen Bibliotheksbereiche. Sämtliche Beschriftungen, Plakate und Vorlagen für die Zentralbibliothek und die Stadtteilbibliotheken erhielten die Farbe blau. Der Bereich Kindermedien, Kinderbibliothek und Kinderbibliotheksarbeit wird durch die Farbe gelb gekennzeichnet und für den Jugendbereich wurde aufgrund des Logos der HOEB4U die Farbe rot gewählt. Das Logo stellt den Namenszug der HOEB4U dar und wurde im Rahmen eines Relaunchs des Jugendportals [www.hoeb4u.de](http://www.hoeb4u.de) im Jahr 2004 von der Graphikerin Anna Siemers entwickelt (vgl. ACHBERGER 2006c).



Abbildung 5: Logo HOEB4U  
Quelle: HOEB4U

Zum Erscheinungsbild der HOEB4U zählen zudem die drei Comic-Figuren Franziska, Max und Nadine, die sowohl den Eingangsbereich als auch Flyer, Postkarten und die Internetseite der HOEB4U schmücken.



Abbildung 6: Comic-Figuren der HOEB4U  
Quelle: HOEB4U

Als auf dem Internetportal der Bücherhallen Hamburg 2001 ein Jugendbereich eingerichtet wurde, zierte die Einstiegsseite ein Foto von drei Mädchen. Da dieses jedoch nicht verändert werden konnte und die Bücherhallen nicht das alleinige Nutzungsrecht besaßen, kam die Idee auf, das Foto nachzeichnen zu lassen. Anna Siemers, die bereits das Logo entwickelt hatte, entwarf die drei jetzigen Comic-Figuren. Darüber hinaus zeichnete sie die, von den Auszubildenden der HOEB4U entwickelten, Geschichten rund um die Figuren Franziska, Nadine und Max, die auf Postkarten für die HOEB4U werben (vgl. ACHBERGER 2006a).

#### 4.4.6. Experimentierlabor Jugendbibliothek

Die HOEB4U sieht sich als Experimentierlabor für die optimale Konzeption einer Jugendbibliothek (vgl. KONZEPTION 2005, S. 6). Daher werden neue Medien, Trends und Veranstaltungsformen aufgegriffen und auf ihre Tauglichkeit hin geprüft. Die HOEB4U erwirbt neue und außergewöhnliche Medien, wie z. B. virtuelle Reiseführer für die tragbare Spielkonsole Playstation Portable. Auch aktuelle Musiktrends werden berücksichtigt und von den Auszubildenden getestet. Die verschiedenen Jugendszenen werden beobachtet, um auf neue Entwicklungen schnell reagieren zu können. Gerade die vom Alter her zur Zielgruppe zählenden Auszubildenden können gut beurteilen, welche Veranstaltungen und Medien von den Jugendlichen angenommen werden würden und welche eher nicht (vgl. ACHBERGER 2006c).

Die HOEB4U hofft, sich durch ihre Laborfunktion auch über die Grenzen Hamburgs hinaus als Impulsgeber für die Jugendbibliotheksarbeit zu etablieren (vgl. KONZEPTION 2005, S. 6).

Ein Experiment der HOEB4U war das Projekt „bookspace“, das die isländische Künstlerin Elín Hansdóttir entwickelt hat. In der Bibliothek wurden zwei Bücherregale mit leeren Büchern aufgestellt. Letztere konnten von den Besuchern entliehen werden, um die weißen Seiten mit Texten, Gedichten, Fotos, Zeichnungen usw. zu füllen. Der nächste Entleiher beschrieb entweder die folgenden leeren Seiten oder ergänzte die Kreationen seines Vorgängers. So entstanden künstlerisch sehr interessante neue Bücher, die nach dreimonatiger Aufenthaltszeit in der HOEB4U Ende Juli 2006 auf Wanderschaft in die Berliner Jugendbibliothek @hugo gingen. Gedacht ist, dass diese kleine Bibliothek durch sämtliche Jugendbibliotheken Europas zieht und sich so die Ideen und Gedanken junger Menschen international verbreiten (vgl. ACHBERGER 2006a).

#### 4.4.7. Modell Juniorfirma

Die Konzeption der HOEB4U wird maßgeblich bestimmt durch ihre zielgruppenspezifische Ausrichtung. Zielstrebig verfolgt wird diese durch das Ausbildungskonzept Juniorfirma, das in der HOEB4U Anwendung findet. Hinter dem Modell der Juniorfirma steht die Idee „von Jugendlichen für Jugendliche“ (KONZEPTION 2005, S. 5). Die Auszubildenden sind selbst im Alter der Zielgruppe der HOEB4U und somit Experten für aktuelle Trends, gefragte Bands und neue Medien.

Bei den Bücherhallen Hamburg werden pro Ausbildungsjahrgang zwischen vier und sechs Auszubildende beschäftigt. Alle Auszubildenden verbringen im zweiten Ausbildungsjahr 12 Monate in der HOEB4U. In einer Juniorfirma wie der HOEB4U werden die Auszubildenden praxisnah und handlungsorientiert auf die Anforderungen des Arbeitslebens vorbereitet (vgl. DIPPL 2004, S. 9). Die angehenden Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste gestalten selbstständig und eigenverantwortlich den Betrieb der Jugendbibliothek, bearbeiten

also reale Aufträge und bieten reale Dienstleistungen an. Sie sind zuständig für den laufenden Betrieb, die Ausleihe, Personaleinsatzplanung, Bestandsaufbau und Veranstaltungsarbeit (vgl. ACHBERGER 2006a). Das Modell der Juniorfirma ist „ein ausgezeichnetes didaktisches Konzept [...], um innerhalb der Ausbildung [...] unternehmerisches Denken und Handeln, berufliche Handlungskompetenzen und die Selbstständigkeit und Handlungsfähigkeit von Auszubildenden [...] zu entwickeln, zu stärken und zu fördern“ (DIPPL 2004, S. 34). Die HOEB4U ist deutschlandweit bisher die einzige Juniorfirma in der Bibliothekslandschaft (vgl. HÖB 2006, S. 9).

Doch nicht nur durch die Auszubildenden sollen sich die jugendlichen Besucher mit ihren Wünschen und Bedürfnissen ernst genommen und verstanden fühlen. Alle Mitarbeiter der HOEB4U wollen den Jugendlichen auf Augenhöhe begegnen und tragen daher unterstützend schwarze T-Shirts mit HOEB4U-Logo und Namensschilder mit ihren Vornamen. Sämtliche Besucher der HOEB4U, egal welchen Alters, werden geduzt und es herrscht ein lockerer Umgangston.

#### **4.5. Internetseite**

Die Internetseite [www.hoeb4u.de](http://www.hoeb4u.de), die auch durch eine Verlinkung auf dem Internetportal [www.buecherhallen.de](http://www.buecherhallen.de) erreicht werden kann, bietet Informationen für alle jugendlichen Bibliotheksnutzer. Das Jugendportal existiert bereits seit 2001 und wird kontinuierlich ausgebaut. Zuständig für die Inhalte sind die Mitarbeiter der HOEB4U (vgl. ACHBERGER 2006a). Auf den Seiten des Teilbereichs „Events“ findet der Besucher Informationen über künftige und auch über bereits stattgefundene Veranstaltungen. Empfehlungen zu neuen Büchern, CDs, Filmen und Computerspielen können unter dem Menüpunkt „Medien“ abgefragt werden. Unter „Links“ werden die Jugendlichen beispielsweise zu Hausaufgabenhilfen, Au-Pair-Beratungen, Wikipedia, Filmportalen und Seiten über neue Computerspiele verwiesen. Im Bereich „Specials“ kann der Besucher an kleinen Online-Spielen teilnehmen, E-Cards verschicken oder sich die Comicfiguren Franziska, Max und Nadine als Bildschirmhintergrund herunterladen. Auch sämtliche Informationen zu Anmeldung und Gebühren, die Benutzungsordnung der Bücherhallen Hamburg sowie eine Verlinkung zum Online-Katalog der Bücherhallen werden geboten.

#### **4.6. Öffentlichkeitsarbeit, Merchandising**

Die Öffentlichkeitsarbeit der HOEB4U findet stets in Absprache mit der PR-Abteilung der Bücherhallen Hamburg statt. Die Mitarbeiter der HOEB4U leisten die Vorarbeit, indem sie Flyer, Plakate und Ähnliches entwickeln. Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit redigiert die Vorschläge und leitet sie weiter in die Druckerei (vgl. ACHBERGER 2006c). Die HOEB4U wirbt für sich mit Flyern, den Comicfiguren auf Postkarten, den Leihfristkarten der Bücherhallen Hamburg und der eigenen Internetseite [www.hoeb4u.de](http://www.hoeb4u.de). Artikel in regionalen und überregionalen Zeitungen sowie geplante Veröffentlichungen in Fachzeitschriften tragen ebenfalls zum steigenden Bekanntheitsgrad der HOEB4U bei.

HOEB4U-Fans haben die Möglichkeit sich über einen, der Internetseite angegliederten, Online-Shop T-Shirts, Mousepads, Taschen und Schlüsselbänder mit dem HOEB4U-Logo zu bestellen.

Obwohl die HOEB4U erst im Dezember 2005 eröffnet hat, konnten bereits zahlreiche Sponsoren akquiriert werden. Zu diesen zählen die Hörcompany Schaack und Herzog oHG, der Softwarehersteller dtp entertainment AG und die TOKYOPOP GmbH, ein Verlag für Manga's. Der momentane Hauptsponsor der Jugendbibliothek ist jedoch die Carlsen Verlag GmbH, die ihren Sitz in der Nähe der Zeisehallen hat. Die genannten Firmen stellen der HOEB4U teilweise kostenlos Medien zur Verfügung oder führen gemeinsam mit der Jugendbibliothek Veranstaltungen durch. Der Carlsen Verlag beteiligte sich beispielsweise am Leseclub und dem Cosplay<sup>36</sup> zur ersten Geburtstagsfeier der HOEB4U im Dezember 2006. Die Mitarbeiter der HOEB4U sind bestrebt in Zukunft weitere Kooperationspartner und Sponsoren anzuwerben (vgl. ACHBERGER 2006b).

---

<sup>36</sup> Jugendliche kleiden sich bei dieser Veranstaltung wie ihre bevorzugte Manga-Figur, und versuchen, diese durch Kostüm und Verhalten möglichst realistisch darzustellen.



#### **4.7. Blick in die Zukunft**

Für die nähere Zukunft plant die HOEB4U drei Schwerpunkte zu vertiefen. Die wichtigste Aufgabe ist dabei die verstärkte Veranstaltungsarbeit. Nachdem die HOEB4U seit über einem Jahr geöffnet ist und der Alltagsbetrieb reibungslos funktioniert, beginnt nun eine umfangreichere Veranstaltungsarbeit. Es sind, wie in Kapitel 4.4.3. „Medienbezogenes Veranstaltungskonzept“ kurz dargestellt, bereits neue Veranstaltungsformen geplant, die in den nächsten Monaten umgesetzt werden. Darüber hinaus haben bereits einige Verlage angefragt, die in diesem Jahr gemeinsam mit der HOEB4U Veranstaltungen durchführen möchten (vgl. ACHBERGER 2006c).

Des Weiteren erhalten die Jugendbereiche in den Stadtteilbibliotheken nach und nach ein einheitliches Design. Somit sollen die jugendlichen Besucher zukünftig in allen Bücherhallen das einheitliche Logo, eine einheitliche Farbgestaltung und Beschriftung sowie die Interessenkreise der HOEB4U vorfinden (vgl. HÖB 2006, S. 9). Der dritte Schwerpunkt ist der Ausbau der Internetseite [www.hoeb4u.de](http://www.hoeb4u.de). Hierbei wird beispielsweise über die Einrichtung eines Forums sowie über andere Möglichkeiten der Beteiligung für die Besucher der Homepage nachgedacht.

## **5. Vorbereitung und Durchführung der Besucherbefragung**

Nach der ausführlichen Beschäftigung mit der Lebensphase Jugend und den neuen freizeitorientierten Ansätzen in der Jugendbibliotheksarbeit, sollte der Erfolg letzterer exemplarisch mittels einer Kundenzufriedenheitsbefragung bei der Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U überprüft werden. Es stellte sich die Frage, wie die Nutzer der HOEB4U die neue Art der Jugendbibliothek beurteilen und ob aufgrund dieser Ergebnisse die Konzeption einer reinen Freizeitbibliothek möglicherweise Modellcharakter für andere Jugendbibliotheken oder Jugendabteilungen haben könnte. Die Vorbereitung und Durchführung der Befragung in der HOEB4U werden in diesem Kapitel erörtert.

Gefolgt wird hierbei hauptsächlich dem Leitfaden „Besucherbefragungen in Bibliotheken“ von Ingeborg Stachnik, der bereits in zahlreichen Arbeiten zu Befragungen in Bibliotheken zitiert wurde. Dieses Buch ist als Einziges speziell auf den Untersuchungsort Bibliothek ausgerichtet. Grundlegende Informationen wurden zudem den „Methoden der empirischen Sozialforschung“ von Rainer Schnell, Paul B. Hill und Elke Esser entnommen. Nach der ausführlichen Beschäftigung mit verschiedenen Werken zur empirischen Sozialforschung kann dieses Buch als Grundlagenwerk bezeichnet werden und wurde daher verstärkt berücksichtigt. Darüber hinaus wurden weitere Titel zur empirischen Sozialforschung und speziell zur Befragung zu Rate gezogen.

### **5.1. Vorbereitung der Befragung**

Der Vorbereitung einer Besucherbefragung sollte möglichst viel Aufmerksamkeit und Zeit eingeräumt werden. Das in dieser Phase Versäumte kann meist nicht oder nur durch hohen Zeitaufwand wieder ausgeglichen werden (STACHNIK 1995, S. 9). Auch in der folgend beschriebenen Befragung zeigte sich, dass eine sorgfältige und gut strukturierte Vorarbeit die Durchführung und Auswertung der Befragung enorm erleichtert.

Peter ATTESLANDER empfiehlt in seinen „Methoden der empirischen Sozialforschung“ eine Befragung in fünf Phasen zu unterteilen. Entsprechend orientiert sich diese Diplomarbeit an seiner vorgeschlagenen Abfolge. Die fünf Phasen lauten wie folgt:

- I. Problembenennung: In dieser Arbeit sind dies die Gründe und Ziele der Befragung.
- II. Gegenstandsbenennung: Gemeint sind hier die festgelegten Inhalte der Befragung.
- III. Durchführung der Befragung
- IV. Analyse, also Auswertung der Befragung
- V. Verwendung der Ergebnisse. Die Ergebnisse der Befragung in der HOEB4U werden im Maßnahmenkatalog in Kapitel 6.7. berücksichtigt und weiterentwickelt (vgl. ATTESLANDER 2000, S. 22).

Zu Beginn einer empirischen Untersuchung ist es erforderlich, Sinn und Zweck der Befragung zu definieren. Darüber hinaus sind Überlegungen zu Zielrichtung und Zielgruppe der Befragung anzustellen (vgl. KEMPER 1992, S. 33).

#### 5.1.1. Gründe für die Befragung

Der hauptsächliche Grund für eine Befragung in der HOEB4U ist, zu überprüfen, ob die zielgruppenspezifische Bibliotheksarbeit der HOEB4U erfolgreich ist. Gerade weil die HOEB4U die erste eigenständige rein freizeitorientierte Jugendbibliothek ist, soll herausgefunden werden, ob die definierte Zielgruppe der 14- bis 24-Jährigen die neue Konzeption annimmt und mit ihr zufrieden ist.

Die HOEB4U wurde erst im Dezember 2005 eröffnet. Nach knapp einem Jahr, kurz vor ihrem 1. Geburtstag, sollten folgende Fragen beantwortet werden:

- Wird die Konzeption einer reinen Freizeitbibliothek für Jugendliche von den Besuchern angenommen?
- Wird die angestrebte Zielgruppe erreicht? Wer nutzt tatsächlich die HOEB4U und zu welchem Zweck?
- Sind die Besucher zufrieden mit den Angeboten und Leistungen der HOEB4U?
- Muss an der Konzeption der HOEB4U etwas verändert werden?
- Welche Wünsche haben die Nutzer der HOEB4U für ihre Jugendbibliothek?
- Wie stellen sich die Besucher eine „perfekte“ Jugendbibliothek vor?

#### 5.1.2. Untersuchungsziel

Das konkrete Interesse der HOEB4U lag darin, mittels einer Befragung Genaueres über die Struktur der Besucher, das Besucherverhalten und die Zufriedenheit der Besucher mit der HOEB4U zu erfahren. Das Hauptinteresse der Autorin bestand darin, herauszufinden, ob die Konzeption einer reinen Freizeitbibliothek für Jugendliche der zukunftsweisende Weg in der Jugendbibliotheksarbeit ist, durch den der häufig beklagte Wegfall an jugendlichen Kunden verhindert oder zumindest abgeschwächt werden kann. Oder ist gerade in unserer Zeit, in der Informationen und Wissen einen so hohen Stellenwert einnehmen, diese Konzeption der falsche Weg? Werden durch das Modell HOEB4U neue Kunden angeworben oder besuchen nur bereits aktive Kunden der Hamburger Bücherhallen diese Bibliothek? Des Weiteren sollte nach Vorstellung der Autorin das Raumkonzept mit eher kühlem Design und ohne Leseplätze mittels der Befragung überprüft werden.

#### 5.1.3. Inhalte der Befragung

Die Inhalte der Befragung wurden ausgehend von den genannten Gründen und Zielen entwickelt. Die Autorin erarbeitete diese Inhalte eigenständig und legte sie der Leiterin der HOEB4U sowie dem für das Marketing der Bücherhallen Hamburg

zuständigen Mitarbeiter vor. Die Struktur dieser vorläufigen inhaltlichen Konzeption sah folgende Schwerpunkte vor:

- Allgemeines Besucherverhalten:
  - o Häufigkeit und Dauer der Besuche
  - o Grund für den Besuch der HOEB4U
  - o Fragen zum Ausleihverhalten
  
- Erhebung der Kundenzufriedenheit:
  - o Zufriedenheit mit dem Bestand
  - o Zufriedenheit mit dem Personal
  - o Zufriedenheit mit den Räumlichkeiten
  - o Zufriedenheit mit dem Veranstaltungsangebot
  - o Zufriedenheit mit den Öffnungszeiten
  
- Erhebung soziodemographischer Daten:
  - o Alter
  - o Geschlecht
  - o Tätigkeit der Besucher
  - o Schulabschluss der Besucher
  - o Aus welchen Stadtteilen Hamburgs kommen die Besucher?
  
- Wünsche der Jugendlichen für ihre Jugendbibliothek:
  - o Beteiligung der Jugendlichen, z. B. bei Bestandsaufbau, Veranstaltungen
  - o Beratungsstelle
  - o Cafeteria/Imbiss
  - o Möglichkeit zur Nutzung von PC- oder Konsolenspielen innerhalb der HOEB4U
  - o CD-Station zum Hören von Musik-CDs oder Hörbüchern innerhalb der HOEB4U

- Wunsch nach anderen Medien, z. B. Sachbücher, Schulbücher, anderssprachige Medien
  - Veränderung der Räumlichkeiten, z. B. Wunsch nach einer Sofaecke oder Leseplätzen
  - Veranstaltungen
- Offene Frage für Anregungen, Wünsche, Verbesserungsvorschläge

Die Konzeption der HOEB4U wurde erst im Sommer 2005 von der Leiterin der HOEB4U ausgearbeitet. Dabei wurden bewusst bestimmte Entscheidungen getroffen, wie z. B. die Öffnungszeiten, die Entscheidung gegen schulrelevante Literatur oder auch die Gestaltung der Räumlichkeiten ohne Sofaecke etc. Daher wurde von der Leiterin der HOEB4U der Wunsch geäußert, Fragen, die auf eine mögliche Veränderung der bisherigen Konzeption hindeuten, aus dem Inhalt der Befragung zu entfernen. Da die Ergebnisse der Befragung in der HOEB4U ausgestellt werden, sollte vermieden werden, den Besuchern falsche Hoffnungen zu machen. Hätte ein Großteil der Jugendlichen in der Befragung z. B. Wünsche zur Beteiligung, einem Sofa oder nach Sachliteratur geäußert, denen aufgrund der Konzeption der HOEB4U nicht entsprochen worden wäre, hätte dies sicherlich zu Enttäuschungen bei den Besuchern geführt. Daher wurde der gesamte Bereich „Wünsche der Jugendlichen für ihre Jugendbibliothek“ sowie die Zufriedenheit mit den Öffnungszeiten entfernt. Um trotzdem zumindest ansatzweise die Konzeption einer rein freizeitorientierten Jugendbibliothek überprüfen zu können, wurden in den Fragebogen einige Fragestellungen integriert, die es ermöglichten, den Erfolg der zielgruppenspezifischen Bibliotheksarbeit der HOEB4U zu messen. Auf diese speziellen Fragen wird an späterer Stelle in Kapitel 5.1.8. „Erarbeitung des vorläufigen Fragebogens“ eingegangen.

Ausgehend von den geänderten Inhalten konnte durch die Befragung allerdings keine kritische Überprüfung der Konzeption der HOEB4U mehr erzielt werden. Die Befragung ist somit nur noch eine Untersuchung zur Kundenzufriedenheit, die darüber hinaus Aufschluss über Besucherstruktur und Besucherverhalten gibt.

#### 5.1.4. Erhebungsmethode

Nachdem die Gründe, Ziele und Inhalte der Befragung festgelegt wurden, folgte die Entscheidung für die Untersuchungsform, auch Erhebungsmethode genannt. Für die Befragung in der HOEB4U wurde die Methodik der schriftlichen Befragung gewählt. „Bei der [schriftlichen] Befragung werden durch gezielte Fragestellungen Fakten, Ansichten, Bewertungen, Meinungen, Einstellungen oder Motive von Personen oder Personengruppen ermittelt“ (STACHNIK 1995, S. 34).

Bevor eine endgültige Entscheidung für die Erhebungsmethode „schriftliche Befragung“ fiel, wurden die Vor- und Nachteile sorgfältig gegeneinander abgewogen.

Zahlreiche Bibliotheken haben bereits erfolgreich schriftliche Befragungen durchgeführt, wie z. B. die Bücherhalle Harburg im Jahr 1999<sup>37</sup> mit ihrer Kundenbefragung oder auch im Jahr 2003 die medien@age Dresden<sup>38</sup>. Als bedeutender Vorteil kann die Tatsache gewertet werden, dass durch die schriftliche Befragung in kurzer Zeit eine große Anzahl von Befragten erreicht wird. Darüber hinaus ist sie kostengünstig, da nur Kosten für die Herstellung der Fragebögen anfallen, aber beispielsweise nicht für die Schulung von Interviewern etc. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Antworten bei schriftlichen Befragungen ehrlicher und überlegter erfolgen, als bei der Anwesenheit eines Interviewers (vgl. STACHNIK 1995, S. 34).

Ein schwerwiegender Nachteil ist, dass die Befragungssituation nicht ausreichend überwacht werden kann. Der Befragte füllt den Fragebogen selbständig und ohne einen Interviewer aus. Somit ist es möglich, dass er durch andere Personen in seinen Antworten beeinflusst wird. Darüber hinaus müssen sämtliche Fragestellungen im Fragebogen zweifelsfrei verständlich sein. Durch die räumliche Nähe zur Interviewerin in der HOEB4U sollte es den Befragten zwar möglich sein, bei

---

<sup>37</sup> Kintzel, Melanie: Die Bücherhalle Harburg : Konzeption, Durchführung und Auswertung einer Befragung zur Kundenzufriedenheit. Hamburg, Fachhochschule Hamburg, Fachbereich Bibliothek und Information, Dipl.-Arb., 2000

<sup>38</sup> Uebel, Maria: Die neue Dresdner Jugendbibliothek medien@age : Konzeption und Erfolgsmessung der zielgruppenspezifischen Bibliotheksarbeit. Leipzig, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur, Fachbereich Buch und Museum, Dipl.-Arb., 2003

Unklarheiten Nachfragen zu stellen, der Fragebogen musste aber dennoch so beschaffen sein, dass er für jeden Befragten ohne Probleme auszufüllen war.

Die Repräsentativität schriftlicher Befragungen wird häufiger in Frage gestellt, da die Zahl der Ausfälle meist relativ hoch ist. Gemeint ist hiermit, dass durch Befragte, die den Fragebogen gar nicht oder nur unvollständig ausfüllen, der Anspruch auf Repräsentativität nicht gewährleistet werden kann (vgl. ATTESLANDER 2000, S. 147). Um diesem Vorwurf entgegenzuwirken, sollten die Fragebögen bei der Befragung in der HOEB4U persönlich übergeben werden, um die Befragten zu motivieren, den Fragebogen möglichst vollständig auszufüllen bzw. bei Unklarheiten nachzufragen. Um einen hohen Rücklauf zu gewährleisten und damit die Zahl der Ausfälle zu reduzieren, sollte das Ausfüllen in der Bibliothek stattfinden und die Fragebögen nicht mit nach Hause genommen und zu einem späteren Zeitpunkt abgegeben werden können. Zur Sicherheit sollten am Ende eines jeden Befragungstages die abgegebenen Bögen auf ihre Vollständigkeit hin geprüft werden. Somit könnte auf eine hohe Zahl an Ausfällen beispielsweise durch einen veränderten Auswahlrhythmus der Befragten reagiert werden.

#### 5.1.5. Grundgesamtheit

Nach der Festlegung der Erhebungsmethode erfolgte die Festlegung der Grundgesamtheit. Die Grundgesamtheit ist die „Definition einer Menge von Objekten, für die die Aussagen der Untersuchung gelten sollen“ (SCHNELL 2005, S. 265).

Es musste vorrangig geklärt werden, welche Personen befragt werden sollten. Sollten alle Besucher der HOEB4U an der Befragung teilnehmen können? Oder würden nur Personen aus der Zielgruppe der HOEB4U, also die 14- bis 24-Jährigen befragt? Die Entscheidung fiel dahingehend, dass alle Besucher der HOEB4U ab 10 Jahren als Grundgesamtheit definiert wurden. Mithilfe der Befragung sollte schließlich auch festgestellt werden, wer tatsächlich die HOEB4U nutzt und ob die Zielgruppe erreicht wird. Hätte nur die Zielgruppe der 14- bis 24-Jährigen die Möglichkeit, den Fragebogen auszufüllen, könnten keinerlei Aussagen über jüngere oder ältere



Besucher getroffen werden. Die unter 10-Jährigen Besucher wurden bewusst ausgeklammert, da für diese Altersgruppe ein spezieller Fragebogen hätte erarbeitet werden müssen, der von den Inhalten einfacher und vom Umfang her kürzer hätte sein müssen.

#### 5.1.6. Stichprobe

Nach der Definition der Grundgesamtheit wurde festgelegt, wie viele Besucher auf welche Art und Weise und über welchen Zeitraum hinweg bei der Befragung ausgewählt werden sollten (vgl. STACHNIK 1995, S. 39).

Werden alle Elemente der Grundgesamtheit untersucht, handelt es sich um eine Vollerhebung. Wird nur eine Teilmenge der Grundgesamtheit befragt, spricht man von einer Teilerhebung (vgl. SCHNELL 2005, S. 267). Unter Berücksichtigung der Besucherzahlen der HOEB4U von durchschnittlich 832 Besuchern pro Woche (vgl. HOEB4U 2006e) schienen Aufwand und Kosten zu hoch, als dass eine Vollerhebung durchgeführt werden konnte. Die Wahl fiel daher auf eine Teilerhebung.

Der nächste zu klärende Punkt war die Frage, wie und in welchem Umfang aus den Elementen der Grundgesamtheit eine Stichprobe gezogen werden sollte. Jürgen FRIEDRICHS beschreibt in seinem „Klassiker“ zur empirischen Sozialforschung die Voraussetzungen für die Stichprobe folgendermaßen:

1. Die Stichprobe muss ein verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit hinsichtlich der Heterogenität der Elemente und hinsichtlich der Repräsentativität [...] sein.
2. Die Einheiten oder Elemente der Stichprobe müssen definiert sein.
3. Die Grundgesamtheit sollte angebbar und empirisch definierbar sein.
4. Das Auswahlverfahren muss angebbar sein und Forderung 1 erfüllen (FRIEDRICHS 1990, S. 125).

Nach einem Auswahlverfahren von SCHNELL, HILL und ESSER wurde die Art der Stichprobe auf eine einfache Zufallsstichprobe festgelegt (vgl. SCHNELL 2005, S. 270). „Zufallsstichproben sind solche, die auf Grund der Auswahlregeln

sicherstellen, dass die Elemente der Grundgesamtheit alle dieselbe Chance erhalten, [...] Teil der Stichprobe zu werden“ (STACHNIK 1995, S. 41).

Es wird somit nicht genau bestimmt, welche Personen, z. B. nur Männer oder Frauen, befragt werden, sondern jeder Besucher hat die gleiche Chance, einen Fragebogen ausgehändigt zu bekommen. Durch die Zufallsauswahl soll gewährleistet werden, dass die Stichprobe die gleichen Merkmale aufweist wie die Grundgesamtheit, dass also in der Stichprobe beispielsweise prozentual genau so viele männliche Besucher vorkommen, wie in der Grundgesamtheit. Folglich kann die durch eine Zufallsauswahl gezogene Stichprobe als repräsentativ bezeichnet werden (vgl. SCHNELL 2005, S. 304-305).

Nach der Festlegung auf eine einfache Zufallsstichprobe musste der Umfang der angestrebten Stichprobe errechnet werden. Die Größe der Stichprobe kann durch verschiedene Methoden bestimmt werden. Bei STACHNIK beispielsweise wird die Größe der Grundgesamtheit nicht berücksichtigt, sondern nur allgemein festgestellt, dass etwa 100 Befragte erforderlich sind, um eine interessierende Gruppe ausreichend zu repräsentieren (vgl. STACHNIK 2001, S. 9). Demnach würden bei einer einfachen Befragung, bei der die Kunden nicht weiter in Untergruppen, wie Kinder, Senioren etc. aufgeteilt werden sollen, 100 Befragte ausreichen, ohne dass die Zahl der Besucher pro Woche oder eine sonstig definierte Grundgesamtheit eine Rolle spielen würde. Der Autorin erschien es nach Sichtung anderer Methoden zur Stichprobengrößenbestimmung als entscheidend, den Umfang der Grundgesamtheit bei der Berechnung der Stichprobe zu berücksichtigen.

Daher wurde folgende mathematische Formel aus Horst MAYERS „Interview und schriftliche Befragung“ zur Bestimmung des Umfangs der Stichprobe gewählt:

$$n = N / 1 + d^2 (N-1)$$

n = Umfang der Stichprobe

N = Umfang der Grundgesamtheit

d = Stichprobenfehler (MAYER 2004, S. 65)

Als Umfang der Grundgesamtheit wurde die durchschnittliche wöchentliche Besucherzahl der HOEB4U ermittelt. Diese beträgt unter Berücksichtigung der Besucherzahlen von Januar 2006 bis September 2006 im Durchschnitt 832 Besucher pro Woche (vgl. HOEB4U 2006e).

Der Stichprobenfehler wurde auf fünf Prozent festgelegt, somit ist in der angewandten Formel  $d = 0,05$ . Die Ergebnisse der Stichprobe sollen so nah wie möglich an den wahren Werten der Grundgesamtheit liegen. Je größer der Stichprobenumfang desto näher liegen die Stichprobenwerte an den wahren Werten der Grundgesamtheit. Da man jedoch eine Stichprobe wählt, um die Befragung auf wenige Personen beschränken zu können und nicht die ganze Grundgesamtheit zu befragen, muss ein gewisser Fehler bei den Werten der Stichprobe in Kauf genommen werden. Dieser zulässige Fehler muss vor der Berechnung der Stichprobengröße festgelegt werden. Ein Stichprobenfehler von fünf Prozent wird in der Fachliteratur als gängiger Wert angegeben und wurde daher auch für die Befragung in der HOEB4U verwendet (vgl. MAYER 2004, S. 65-66).

Der Umfang der Stichprobe für die Befragung in der HOEB4U wurde wie folgt berechnet:

$$n = 832 / 1 + 0,05^2 (832-1)$$

$$n = 270,34931$$

Für die Befragung mussten demnach 270 Besuchern Fragebögen ausgehändigt werden.

#### 5.1.7. Erhebungszeitraum und Auswahlverfahren

Als Erhebungszeitraum wurde die Woche vom 23. Oktober 2006 bis zum 29. Oktober 2006 festgelegt. Es wurde bewusst nur eine Öffnungswoche gewählt, da die Stichprobengröße aufgrund der Besucherzahl einer Woche berechnet wurde. Die Woche vom 23. – 29.10. war die letzte Woche der Hamburger Herbstferien. Da jedoch in den Schulferien die HOEB4U laut Aussagen der Leiterin höher frequentiert wird als während der Schulzeit, wurde diese Woche der ersten Schulwoche nach den Ferien vorgezogen.

Die HOEB4U hat dienstags bis freitags von 14 Uhr bis 20 Uhr geöffnet. Somit mussten im Schnitt 68 Fragebögen pro Tag verteilt werden, um an den vier Öffnungstagen die angestrebte Stichprobengröße von 270 Bögen zu erreichen.

Das Auswahlverfahren wurde mithilfe des Umfangs der Grundgesamtheit und der Stichprobengröße berechnet. Die durchschnittliche wöchentliche Besucherzahl von 832 Besuchern geteilt durch die berechnete Stichprobengröße von 270 Besuchern ergibt einen Auswahlrhythmus von 3,0815 (vgl. STACHNIK 2001, S. 9). Demnach musste jeder dritte Besucher befragt werden. Drei Faktoren ließen das Auswahlverfahren jedoch auf jeden zweiten Besucher verringern. Zum einen werden durch die Sicherungsanlage der HOEB4U täglich mehr Besucher gezählt, als tatsächlich anwesend sind. Die Besucherzählung ist in die Sicherungsanlage eingebaut und somit wird jeder Besucher, bei dem der Alarm durch nicht korrekt entsicherte Medien ausgelöst wird, doppelt gezählt. Des Weiteren besitzt die HOEB4U zahlreiche Stammkunden, die mehrmals wöchentlich und teilweise sogar mehrmals täglich in die HOEB4U kommen. Diese können nur einmal an der Befragung teilnehmen und würden die Anzahl der ausgeteilten Fragebögen erheblich reduzieren. Der dritte Grund waren die eingeplanten Verweigerer, da nicht jeder ausgewählte Besucher an der Befragung teilnehmen würde. Aufgrund dieser Faktoren schien es angebracht, das Auswahlverfahren auf jeden zweiten Besucher festzusetzen, um so die berechnete Stichprobengröße erreichen zu können.

#### 5.1.8. Erarbeitung des vorläufigen Fragebogens

Die Konstruktion eines Fragebogens für eine schriftliche Befragung erfordert besonders viel Sorgfalt. Der Befragte soll schließlich ohne Hilfe eines Interviewers die Fragen problemlos beantworten können. Bei der Erstellung gilt es, sich sowohl über die inhaltliche als auch über die optische Gestaltung des Fragebogens Gedanken zu machen. Die Ergebnisse dieser Überlegungen in Form des vorläufigen und des endgültigen Fragebogens können in den Anhängen B und C nachvollzogen werden.

#### Inhalte des Fragebogens

Der vorläufige Fragebogen für die HOEB4U wurde mithilfe der beschriebenen Inhalte der Befragung erarbeitet. Dazu mussten die festgelegten inhaltlichen Schwerpunkte in einzelne Fragestellungen übersetzt und entsprechende Antwortvorgaben formuliert werden. Neben den Fragen zu den definierten Inhalten der Befragung wurden zwei Themenkomplexe für die Internetseite und die Comic-Figuren der HOEB4U gebildet.

Aufgrund der Bitte der Leiterin der HOEB4U, keine Fragen einzubauen, die auf eine Veränderung der Konzeption der HOEB4U abzielen, entwickelte die Autorin zusätzlich zu den beschriebenen Inhalten der Befragung einige Fragestellungen, die es trotzdem ermöglichen sollten, den Erfolg und die Konzeption der HOEB4U zu überprüfen.

Aus diesen Überlegungen heraus entstand Frage 5 „Hast Du Dir Deine Kundenkarte in der HOEB4U ausstellen lassen?“ Mithilfe der Antworten sollte herausgefunden werden, ob die HOEB4U durch ihr neues Konzept viele neue Kunden anspricht, oder ob die meisten Besucher bereits Kunden anderer Bücherhallen sind.

Mit Frage 7 „Die HOEB4U bietet ausschließlich Medien für die Freizeitgestaltung und somit keine Literatur für Schule, Ausbildung und Studium. Wie findest Du das?“ sollte das Meinungsbild der Besucher zur neuen Konzeption der HOEB4U ermittelt werden.

Durch die Fragestellungen „Wie beurteilst Du die Atmosphäre in der HOEB4U?“, „Fühlst Du Dich in den Räumen der HOEB4U wohl?“ und „Hast Du Verbesserungsvorschläge für die Räumlichkeiten der HOEB4U?“ erhoffte sich die Autorin, die Einstellung der Besucher gegenüber dem relativ kühlen Design der HOEB4U sowie den wenigen Sitzmöglichkeiten zu erfahren.

#### Frage- und Antwortformulierung

In der Literatur zur empirischen Sozialforschung findet man zahlreiche Kriterien zur Frage- und Antwortformulierung eines Fragebogens. An dieser Stelle werden die wichtigsten Regeln, die für die Befragung in der HOEB4U berücksichtigt wurden, kurz aufgeführt:

- Die Fragen müssen so einfach wie möglich formuliert werden. Es sollen daher keine Fremdwörter verwendet und Sätze zu sehr verschachtelt werden.
- Die Fragen sollen kurz formuliert werden.
- Wissensstand, Bildungsniveau und Erinnerungsfähigkeit des Befragten dürfen nicht überfordert werden.
- Die Fragen müssen eindeutig sein.
- Suggestivfragen, also Fragestellungen, die eine bestimmte Beantwortung herausfordern, sind unbedingt zu vermeiden.
- Die Fragen sollten neutral sein und keine „belastenden“ Worte wie z. B. Ossi/Wessi beinhalten. (vgl. STACHNIK 2001, S. 5-6; SCHNELL 2005, S. 334-335)

Für den Fragebogen wurden hauptsächlich geschlossene Fragen verwendet. „Bei geschlossenen Fragen werden alle möglichen (oder interessierenden) Antworten von den Fragebogen-KonstrukteurInnen ausformuliert und vorgegeben“ (KIRCHHOFF 2003, S. 20). Offene Fragen hingegen geben keine Antwortmöglichkeiten sondern ermöglichen es dem Befragten, ausführlichere Aussagen zu treffen (vgl. STACHNIK 1995, S. 52). Offene Fragen sind in der Auswertung jedoch erheblich zeitaufwändiger und werden daher im Vergleich zu geschlossenen Fragen seltener

verwendet (vgl. STACHNIK 1995, S. 55). Der vorläufige Fragebogen für die HOEB4U enthielt drei offene Fragestellungen.

Neben offenen und geschlossenen Fragen finden sich im Fragebogen auch sogenannte Hybridfragen. Bei diesen werden offene und geschlossene Antwortvorgaben kombiniert (vgl. STACHNIK 1995, S. 55). Beispielsweise sind bei Frage 1 „Wie bist Du auf die HOEB4U aufmerksam geworden?“ mehrere Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Falls diese jedoch für einige Befragte nicht ausreichen sollten, wurde ihnen ermöglicht, zusätzliche Informationen in eine offene Antwortvorgabe einzutragen.

Die Antwortkategorien für die geschlossenen und hybriden Fragen wurden ausschließlich verbal formuliert, sollten also z. B. mit „sehr gut“ statt mit „1“ bewertet werden. Bei der Erstellung dieser Kategorien mussten alle möglichen bzw. interessierenden Antworten gesammelt werden. Diese Aufgabe kostete in der Vorbereitung der Befragung sehr viel Zeit und trotz sehr genauem Überlegen zeigte sich im Pretest, dass einige Antwortvorgaben fehlten. Genauer hierzu findet sich in Kapitel 5.1.10. „Überarbeitung des Fragebogens, Endfassung“.

Bei der Entwicklung der Antwortvorgaben wurde bewusst für viele Fragen eine „weiß nicht“-Kategorie zugelassen. Der Befragte wird somit nicht gezwungen, Angebote zu bewerten, die er nicht kennt bzw. nicht nutzt (vgl. SCHNELL 2005, S. 337). Bei zwei Fragestellungen, der Frage nach der Kenntnis der Internetseite und der Comicfiguren der HOEB4U, wurde zusätzlich eine Filterung eingebaut, da diese Fragen nicht alle Teilnehmer betreffen würden. Ein Befragter, der die Internetseite der HOEB4U nicht kennt, kann durch die Filterung die nächste Frage, die um eine Beurteilung der Internetseite bittet, überspringen (vgl. STACHNIK 1995, S. 58).

Fragestellungen, die zur Beurteilung eines Sachverhaltes, wie z. B. der Zufriedenheit mit dem Personal, dienen sollten, wurden durchgehend mit einer 5-stufigen Skala für die Antwortvorgaben versehen. Mit dieser wird es den Befragten ermöglicht, zwischen zwei Abstufungen für Zustimmung und Ablehnung auszuwählen oder den

Mittelwert, der meist mit „mittelmäßig“ bezeichnet wurde, anzukreuzen (vgl. KIRCHHOFF 2003, S 22).

Bei den meisten Fragen sollte nur eine Antwort angekreuzt werden. Falls auch Mehrfachnennungen erlaubt waren, gab es einen Hinweis hierzu in den Instruktionen unterhalb der eigentlichen Fragestellung.

#### Inhaltliche und optische Gestaltung des Fragebogens

Der inhaltlichen Gestaltung des Gesamtfragebogens kommt eine bedeutende Stellung zu. Am Anfang des Fragebogens sollten keine komplexen, schwierigen oder sensiblen Fragen platziert werden. Gerade demographische Fragen werden von vielen Befragten zu Beginn eines Fragebogens ungern beantwortet und können sogar zum Abbruch der Befragung führen. Am Ende des Fragebogens haben die Befragten jedoch mehr Vertrauen gefasst und sind bereit, sich zu persönlicheren Fragen zu äußern (vgl. SCHOLL 2003, S. 170). Um trotzdem keinen Teilnehmer zur Beantwortung einer ihm unangenehmen Frage zu zwingen, wurde bei den Angaben zu Tätigkeit und Schulbildung die Antwortkategorie „keine Angabe“ eingefügt. Demographische Fragen eignen sich im Übrigen auch deshalb besonders gut für den Abschluss eines Fragebogens, da diese von den Befragten leicht beantwortet werden können und sie gerade bei längeren Befragungen am Ende keine komplizierten Fragen mehr beantworten können und wollen (vgl. SCHOLL 2003, S. 170).

Den Anfang des Fragebogens sollen einfache Fragestellungen bilden, durch die sich der Befragte an Inhalt und Aufbau des Fragebogens gewöhnen kann. Als erste Frage wird eine sogenannte „Eisbrecherfrage“ gewählt, deren Beantwortung leicht sein und den Befragten interessieren und motivieren soll (vgl. KEMPER 1992, S. 33). Im Fragebogen für die HOEB4U wurde daher als Einleitungsfrage „Wie bist Du auf die HOEB4U aufmerksam geworden?“ gewählt.

Die weitere Reihenfolge der Fragen erfolgte in logischer Abfolge. Für inhaltlich zusammengehörende Fragestellungen bildeten sich Themenkomplexe, bei denen vom Allgemeinen zum Besonderen gefragt wurde (vgl. STACHNIK 2001, S. 8). Nach der letzten inhaltlichen Frage wurde ein freier Raum für Anregungen, Wünsche



und Verbesserungsvorschläge eingefügt und abschließend den Befragten für ihre Teilnahme gedankt.

Besondere Beachtung verdient bei den Überlegungen zur inhaltlichen Gestaltung einer schriftlichen Befragung der Einleitungstext. Dieser sollte auf Sinn und Zweck der Befragung hinweisen, den Urheber des Fragebogens nennen und dem Befragten deutlich machen, worin sein eigener Nutzen an der Teilnahme der Befragung liegt, z. B. dass aufgrund der Befragungsergebnisse bestimmte Dinge in der Bibliothek verbessert werden sollen. Auch der Hinweis auf die Wahrung der Anonymität des Befragten ist in den Einleitungstext einzufügen (vgl. KEMPER 1992, S. 34).

Bei der optischen Gestaltung des Fragebogens ist besonders auf die Übersichtlichkeit zu achten. Die Schrift muss gut lesbar sein und die Schriftart der Instruktionen zum Ausfüllen sollte sich von der Schriftart der Fragen und Antworten unterscheiden. Im Fragebogen für die HOEB4U wurden die Anweisungen daher kursiv geschrieben. Die Fragen und Antwortvorgaben sind optisch gut voneinander unterscheidbar zu gestalten. Der Blick des Befragten sollte möglichst auf die Antwortvorgaben gelenkt werden. Bei offenen Fragen muss dem Befragten zudem ein ausreichender Raum für seine Einträge zur Verfügung gestellt werden. Um dem Befragten das Ausfüllen des Fragebogens nicht zu erschweren, sind Seitenumbrüche innerhalb einer Fragestellung unbedingt zu vermeiden (vgl. SCHOLL 2003, S. 171-173).

Die Autorin erstellte den Fragebogen eigenständig und legte ihn der Leiterin der HOEB4U sowie dem für das Marketing der Bücherhallen zuständigen Mitarbeiter vor. Die Leiterin der HOEB4U wünschte zusätzlich zu den festgelegten Inhalten zwei Fragen nach dem Bekanntheitsgrad und der Meinung der Besucher zu dem Modell Juniorfirma sowie eine Frage nach den Wünschen der Besucher für die Internetseite. Der für das Marketing zuständige Mitarbeiter empfahl darüber hinaus, die Fragestellung „Wie wichtig findest Du es, dass es eine Bibliothek extra für Jugendliche und junge Erwachsene gibt“ aufzunehmen. Diesen Wünschen wurde im Fragebogen entsprochen.

### 5.1.9. Pretest

Nach der Erstellung des Fragebogens sollte ein Pretest stattfinden. Im Pretest wird der vorläufige Fragebogen „unter testähnlichen Bedingungen im Hinblick auf seine Tauglichkeit [geprüft]“ (STACHNIK 1995, S. 64).

Durch den Pretest sind folgende Fragen zu klären:

- Wie viel Zeit benötigen die Befragten im Schnitt zum Ausfüllen des Fragebogens?
- Haben die Befragten Interesse an der Befragung allgemein und speziell am Inhalt des Fragebogens?
- Sind die einzelnen Fragen verständlich?
- Verstehen die Befragten die Anweisungen im Fragebogen, z. B. bei der Möglichkeit zu Mehrfachnennungen? (vgl. STACHNIK 1995, S. 64-65)

Zum Umfang der Stichprobe für den Pretest rät Jürgen FRIEDRICHS, eine einprozentige Stichprobe der geplanten Stichprobe vorzunehmen (vgl. FRIEDRICHS 1990, S. 245). STACHNIK folgt diesem Vorschlag, ergänzt ihn allerdings durch die Forderung, bei einer kleinen Stichprobe für die Haupterhebung beim Pretest mindestens 20 bis 30 Befragungen vorzunehmen (vgl. STACHNIK 1995, S. 64).

Der Pretest wurde am 13.10.06 in der HOEB4U durchgeführt. Dabei wurden die Räume der HOEB4U – wie später während der eigentlichen Befragung – mit einem Tisch für sechs Personen zum Ausfüllen des Fragebogens sowie mit einem Stehpult für die Interviewerin am Eingang ausgestattet. Dem Pretest-Fragebogen voran gestellt war ein Anschreiben, das auf den Sinn und Zweck der Pretest-Befragung hinwies und um die Teilnahme der angesprochenen Testpersonen bat. Im Anschluss an den Fragebogen standen vier Fragen zu Länge, Interessantheitsgrad, Schwierigkeitsgrad und Übersichtlichkeit des Fragebogens sowie eine offene Frage bezüglich Schwierigkeiten mit bestimmten Fragenstellungen.

Befragt wurden insgesamt 30 Besucher, das entspricht etwas mehr als zehn Prozent der berechneten Stichprobengröße für die Hauptbefragung. Als Dankeschön erhielt jeder Teilnehmer eine kleine Packung Gummibärchen. Hauptsächlich wurden jüngere Besucher um ihre Teilnahme gebeten, da die Autorin gerade bei diesen befürchtete, dass sie einzelne Fragen nicht verstehen könnten und ihnen der Fragebogen zu lang sein würde.

Die Besucher hatten beim Pretest die Wahl, ob sie den Fragebogen alleine oder gemeinsam mit der Autorin ausfüllen wollten. Sieben Besucher füllten den Bogen gemeinsam mit der Autorin aus. Sie konnten bereits während des Ausfüllens Schwierigkeiten mit einzelnen Fragestellungen äußern. Den Teilnehmern, die den Fragebogen alleine ausfüllten, stellte die Autorin teilweise anschließend einige Fragen, um herauszufinden, ob sie mit bestimmten Fragestellungen Probleme hatten.

Das Ergebnis des Pretests fiel sehr positiv aus: von 30 Befragten beurteilten sechs den Fragebogen als „sehr interessant“, 22 als „recht interessant“ und nur zwei als „langweilig“. Bei der Frage nach dem Schwierigkeitsgrad fiel das Ergebnis noch aussagekräftiger aus: 29 Teilnehmer fanden die Fragen „leicht zu beantworten“, nur ein Befragter fand den Fragebogen „teilweise schwer zu beantworten“ und kein Teilnehmer kreuzte „zu schwer zu beantworten“ an.

29 der 30 Befragten fanden den Fragebogen „übersichtlich“, ein Teilnehmer äußerte sich nicht zu dieser Frage. Nur bei der Länge des Fragebogens war das Ergebnis weniger positiv: ein Befragter fand den Fragebogen „zu kurz“, 20 befanden ihn als „genau richtig“ und neun beurteilten ihn als „zu lang“.

Der Zeitaufwand für das Ausfüllen des Fragebogens dauerte im Pretest nach stichprobenartigen Kontrollen der Autorin im Schnitt 10-15 Minuten. Der Kritik des knappen Drittels an Teilnehmern, denen der Fragebogen zu lang war, wurde in der Endfassung durch die Verkürzung von 32 auf 30 Fragen entsprochen.

#### 5.1.10. Überarbeitung des Fragebogens, Endfassung

Folgende Fragen wurden in Absprache mit der Leiterin der HOEB4U aufgrund der Ergebnisse des Pretests für den endgültigen Fragebogen verändert bzw. entfernt:

##### Frage 2: Wie häufig besuchst Du die HOEB4U?

Der Wert „alle drei Wochen (wegen der Leihfrist)“ wurde entfernt, da er nur von einem Besucher angekreuzt wurde. Bei der Entwicklung des Fragebogens schien es wichtig, der bei den Bücherhallen Hamburg eingeführten 3-wöchigen Leihfrist Rechnung zu tragen. Da die Befragten diese Kategorie jedoch nicht nutzten, erschien es angebracht, sie zu streichen.

##### Frage 3: Wie lange hältst Du Dich durchschnittlich bei einem Besuch in der HOEB4U auf?

Im Fragebogen für den Pretest wurde nicht ausreichend berücksichtigt, dass etliche Befragte die HOEB4U zum ersten Mal besuchten. Bei den ausgeteilten Fragebögen des Pretests waren immerhin acht der 30 befragten Personen zum ersten Mal in der HOEB4U. Somit wurde in Frage 3 die Auswahlmöglichkeit „Ich bin heute zum ersten Mal hier“ ergänzt.

##### Frage 4: Aus welchem Grund besuchst Du die HOEB4U?

Die Leiterin der HOEB4U hatte den Wunsch geäußert, die Gründe „um etwas auszuleihen“ und „um etwas abzugeben“ getrennt aufzunehmen, da vor allem mittwochs einige Besucher der HOEB4U nur Medien aus anderen Bücherhallen abgeben, da an diesem Tag die anderen Stadtteilbibliotheken geschlossen haben. Bei dem Pretest beobachtete die Autorin jedoch, dass diese Trennung die Befragten eher verwirrte. Daher wurde entschieden, die beiden Werte zu einem zu vereinen.

##### Frage 8: Wie häufig entleihst Du folgende Medien in der HOEB4U?

Der Wert „weiß nicht“ als Auswahlkategorie für die einzelnen Medienarten wurde entfernt. Bei dieser Frage kreuzten nur die Befragten „weiß nicht“ an, die zum ersten Mal in der HOEB4U waren und daher noch keine Medien entliehen hatten. Für diese wurde als neuer Wert „Ich habe bis jetzt noch nichts in der HOEB4U ausgeliehen“

eingefügt. Die anderen Befragten entschieden sich für Werte zwischen „nie“ und „bei jedem Besuch“. Problematisch war allerdings, dass einige der Befragten nur bei den Medien ein Häkchen setzten, die sie regelmäßig ausleihen und bei denen, die sie vermutlich nie ausleihen, nichts ankreuzten. Diese Problematik zeigte sich teilweise auch in der Hauptbefragung<sup>39</sup>.

#### Frage 9: Aus welchem Themengebiet entleihst Du Bücher?

Bei dieser Frage hatte die Autorin vergessen, den Besuchern eine Ankreuzmöglichkeit zu liefern, die entweder zum ersten Mal in der HOEB4U waren und noch nie etwas ausgeliehen hatten oder die nur Nonbookmedien und keine Bücher in der HOEB4U ausleihen. Somit wurde der endgültige Fragebogen um „Ich habe bis jetzt noch keine Bücher in der HOEB4U ausgeliehen“ ergänzt. Des Weiteren schien es ratsam, den genauen Standort der „Jugendromane A-Z“ anzugeben, da auf Nachfragen der Autorin nur die wenigsten Befragten wussten, wo dieses Themengebiet zu finden ist.

#### Frage 10: Wie zufrieden bist Du mit dem Bestand der HOEB4U?

Bei dieser Frage wurde die Rubrik „Angebot insgesamt“ dahingehend verfeinert, dass im endgültigen Fragebogen nach der Zufriedenheit der einzelnen Medienarten gefragt wird. Der Wert „Verfügbarkeit“ wurde aus zweierlei Gründen entfernt: zum einen hat die HOEB4U ihren Zielbestand von 15.000 Medien noch nicht erreicht. Die Absenz<sup>40</sup> ist somit sehr hoch und die Verfügbarkeit der Medien dementsprechend für die Besucher eher unbefriedigend. Zum anderen hatten ca. 80 Prozent der befragten Jugendlichen Probleme mit dem Begriff „Verfügbarkeit“. In Absprache mit der Leiterin der HOEB4U wurde der Wert „Verfügbarkeit“ daher gestrichen.

#### Frage 12 und 13: Juniorbetrieb

Bereits im Vorfeld hatte die Autorin bei diesen Fragestellungen befürchtet, dass sie für die Jugendlichen zu schwer zu verstehen wären. Die Fragen nach der Kenntnis

---

<sup>39</sup> siehe Kapitel 6.4.7. Medientvorlieben

<sup>40</sup> Definition: „Der Absenzprozentsatz ist der Anteil der durchschnittlich zu einem Zeitpunkt entliehenen Bestandseinheiten am Bestand der betreffenden Gruppe“ (UMLAUF 1997, S. 135).

und der Einstellung der Besucher zum Modell Juniorbetrieb wurde von der Leiterin der HOEB4U gewünscht und mussten daher so verändert werden, dass sie einfacher zu verstehen sind. Die Autorin entschied sich, die beiden Fragestellungen zu einer Frage zusammenzufassen.

Frage 14: Wie beurteilst Du die räumliche Atmosphäre in der HOEB4U?

Zur Verbesserung der Verständlichkeit wurde der Begriff „Sanitäre Anlagen“ durch „Toiletten“ ersetzt.

Frage 22: Hast Du Verbesserungsvorschläge für die Internetseite der HOEB4U?

Diese Frage wurde gestrichen, da sie von den Befragten im Pretest nur sehr wenig genutzt wurde. Da der Fragebogen insgesamt sehr lang war, wurde entschieden, diese Frage im endgültigen Bogen zu entfernen.

Frage 28: Welche Schulbildung hast Du?

Hier wurde die Fragestellung verändert, da viele Jugendliche mit dem Zusatz „Bitte zurzeit angestrebten bzw. höchsten erreichten Schulabschluss ankreuzen“ Schwierigkeiten hatten. Im endgültigen Fragebogen lautet die Frage daher „Welchen Schulabschluss strebst Du an bzw. welchen Schulabschluss besitzt Du?“.

## **5.2. Organisation der Befragung**

Bereits während des Prozesses der Erstellung des Fragebogens wurde die Hauptbefragung organisiert.

Um die Besucher, die während des Befragungszeitraumes in die HOEB4U kamen, über die Befragung zu informieren, wurde ein Plakat entworfen, das im Eingangsbereich der HOEB4U ausgehängt wurde.

Die Autorin versuchte, als Anreiz für die Teilnahme an der Befragung, einen Gewinn in Form einer kostenlosen Jahresgebühr bei den Bücherhallen Hamburg genehmigt zu bekommen. Da dies jedoch aus betrieblichen Gründen leider nicht möglich war, entschied sich die Autorin drei Kinogutscheine für je 10 Euro als Gewinnmöglichkeit auszuloben. Für das Gewinnspiel wurden kleine Zettel, auf denen die Teilnehmer Name und Adresse eintragen konnten, kopiert. Diese sollten jedem Befragten, der

einen Kinogutschein gewinnen wollte, ausgehändigt werden. Neben dem Gewinnspiel sollten wie bereits beim Pretest die ausgewählten Zielpersonen durch eine kleine Packung Gummibärchen zur Teilnahme motiviert werden. Daher wurden in ausreichender Anzahl Süßigkeiten eingekauft.

Der Fragebogen wurde von der Hausdruckerei der Bücherhallen Hamburg in zweihundertachtzigfacher Ausführung kopiert. Jeder Fragebogen wurde nummeriert, um später bei der Auswertung nachvollziehen zu können, aus welchem Fragebogen welche Werte entnommen worden waren.

Für die Befragung wurde in der HOEB4U, wie bereits bei der Durchführung des Pretest, ein Tisch für sechs Personen zum Ausfüllen der Fragebögen sowie am Eingang ein Stehpult für die Autorin aufgestellt.

Nachdem die Organisation abgeschlossen war, wurde vom 24.10.06 – 29.10.06 die Hauptbefragung in der HOEB4U durchgeführt.

### **5.3. Durchführung der Befragung**

Am 24.10.06, dem ersten Befragungstag, wurde der zweite Besucher, der die HOEB4U betrat, als erste Zielperson zur Ausfüllung des Fragebogens ausgewählt. Anschließend wurde jeder zweite Besucher angesprochen und um seine Teilnahme an der Befragung gebeten. Die ausgewählten Personen wurden über Zweck und voraussichtliche Dauer der Befragung sowie über das Gewinnspiel informiert. Jedem teilnehmenden Besucher wurde der Fragebogen, der Abschnitt für das Gewinnspiel, ein Kugelschreiber und ein kleines Päckchen Gummibärchen übergeben. Abgegeben wurden die ausgefüllten Fragebögen und Gewinnspielabschnitte am Eingang bei der Autorin. Diese verwahrte Fragebögen und Gewinnspielabschnitte in zwei getrennten Behältnissen, um die Anonymität der Teilnehmer zu wahren. Der letzte Fragebogen eines jeden Tages wurde um 19.30 Uhr ausgegeben, um den Besuchern ausreichend Zeit zum Ausfüllen einzuräumen. Am Tagesende wurden die abgegebenen Bögen gezählt, um zu ermitteln, ob die berechnete Soll-Stichprobe von 68 Bögen pro Tag annähernd erreicht wurde, sowie um die ausgefüllten Fragebögen kurz auf ihre Vollständigkeit hin zu prüfen.

Unterstützt wurde die Autorin bei der Befragung von einer Kommilitonin, die in Spitzenzeiten gemeinsam mit ihr die Befragung durchführte, um den Auswahlrhythmus beibehalten zu können.

Nicht jeder ausgewählte Besucher war bereit, an der Befragung teilzunehmen. Da bereits im Vorweg mit Verweigerern gerechnet werden konnte, wurde eine Verweigererstatistik vorbereitet und über die gesamten vier Tage hinweg geführt. Es wurden der Zeitpunkt, das geschätzte Alter und der Grund für die Verweigerung notiert. Die Verweigererstatistik dient zur Überprüfung, ob Besucherstruktur und Verweigererstruktur identisch sind (vgl. STACHNIK 1995, S. 48).

Es trat häufiger der Fall ein, dass nicht ausgewählte Besucher an der Befragung teilnehmen wollten. Gerade dann, wenn zwei Besucher gemeinsam kamen, war es schwer, den nicht ausgewählten von der Befragung auszuschließen. Wenn ein Besucher, auch ohne dass die Wahl auf ihn gefallen war, einen Fragebogen ausfüllen wollte, wurde dieser gesondert gekennzeichnet und bei der Gesamtauswertung ausgeklammert. Dies war notwendig, da die Stichprobe, die auf einer reinen Zufallsauswahl beruht, sonst verzerrt worden wäre (vgl. STACHNIK 1995, S. 49).

Zu einer Verringerung des Umfangs an ausgeteilten Fragebögen führten die teilweise mehrfach täglich kommenden Besucher. Bereits am ersten Tag war die Autorin überrascht, sieben Besucher durch das Auswahlverfahren zu befragen, die bereits am Pretest teilgenommen hatten. Am zweiten Tag waren von den 64 tags zuvor befragten Besuchern 10 erneut durch das Auswahlverfahren betroffen. Da diese den Fragebogen aber nur einmal ausfüllen konnten, wurde befürchtet, die angestrebte Stichprobengröße von 270 Bögen bis Ende der Woche nicht erreichen zu können. Die Zahl der ausgefüllten Bögen stieg am Mittwoch zwar auf 74, sank am Donnerstag jedoch durch die zahlreichen Stammleser auf 58 Bögen. Dienstag bis Donnerstag wurde bei einem Ausfall durch Verweigerung oder doppeltem Auswählen eines Stammlesers der Auswahlrhythmus streng eingehalten. Am Freitag wurde jedoch dazu übergegangen, den nächsten Besucher nach einem Verweigerer



oder Stammler zu befragen, um wenigstens annähernd die Stichprobengröße erreichen zu können. Somit konnten am Freitag 63 Fragebögen ausgegeben werden.

Insgesamt wurden 259 Bögen verteilt, von denen genau die gleiche Anzahl ausgefüllt zurückgegeben wurde. Die Rücklaufquote liegt somit bei 100 Prozent. Mit einer so überzeugenden Rücklaufquote konnte im Vorweg nicht gerechnet werden, aber die Tatsache, dass der Tisch zum Ausfüllen der Fragebögen gut einsehbar aufgestellt worden war und die Besucher in der HOEB4U am Eingang ihre Taschen einschließen müssen, so dass sie den Fragebogen nicht einstecken und mit nach Hause nehmen konnten, sowie der Anreiz des Gewinnspiels scheinen das ihre zum Rücklauf beigetragen zu haben.

Die angestrebte Stichprobengröße von 270 Fragebögen konnte zwar nicht erreicht werden, aber unter Berücksichtigung der zahlreichen Stammler und der doppelt gezählten Besucher durch die Sicherungsanlage, ist das erzielte Ergebnis zufriedenstellend. Von den 259 ausgefüllten Fragebögen mussten 24 gekennzeichnete Bögen abgezogen werden. Diese stammten von Personen, die nicht ausgewählt worden waren, sondern selbst um die Teilnahme an der Befragung baten. Somit umfasst das Endergebnis der Befragung 235 Fragebögen.

## **6. Ergebnisse der Besucherbefragung**

### **6.1. Auswertungsmethode**

Als Auswertungsmethode für die schriftliche Befragung in der HOEB4U wurde das Statistikprogramm SPSS ausgewählt. Der Arbeitsablauf für die Auswertung umfasst die Fragebogenkodierung, das Erstellen einer Datenmaske und das Eingeben der Daten in SPSS (vgl. KIRCHHOFF 2003, S. 37).

Um einen Fragebogen mittels SPSS auswerten zu können, muss er kodiert werden. Sämtliche Fragen und Antwortmöglichkeiten werden hierbei in Variablen und Werte übersetzt (vgl. KIRCHHOFF 2003, S. 37). Die einzelnen Fragestellungen, die bereits im Fragebogen durchnummeriert waren, erhielten als Variablenbenennung ein „F“ und die Nummer aus dem Fragebogen. Frage 1 „Wie bist Du auf die HOEB4U aufmerksam geworden“ lautete im Kodierungsplan also „F 1“. Die Antwortmöglichkeiten, also die Werte für SPSS, wurden ebenfalls nummeriert, so dass beispielsweise die erste Antwortmöglichkeit „mehrmals pro Woche“ in Frage 2 „Wie häufig besuchst Du die HOEB4U“ den Wert „1“ erhielt. Bei den Antwortmöglichkeiten mussten zudem Werte für falsche oder keine Angaben, die sogenannten „missing values“, eingefügt werden, um auf jede Möglichkeit des Ausfüllens oder Nicht-Ausfüllens vorbereitet zu sein (vgl. VOSS 1997, S. 26). Bei Fragestellungen, die Mehrfachnennungen zuließen, wurde jede Antwortmöglichkeit als Variable definiert (vgl. VOSS 1997, S. 335).

Schließlich hatte der kodierte Fragebogen 100 Variablen, das heißt für jeden Fragebogen musste eine Zahlenkolonne von 100 Werten in die Datenmaske in SPSS eingegeben werden. Diese Datenmaske wurde anhand des Kodierungsplans erstellt. Anschließend konnte mit der Eingabe der Daten begonnen werden. Zur Kontrolle der eingegebenen Werte wurden stichprobenartig Fragebögen ausgewählt und die eingegebenen Daten in SPSS überprüft.

Die Ergebnisse der Befragung wurden mithilfe einfacher Häufigkeitstabellen des Statistikprogramms SPSS ausgewertet. Offene und teilweise auch hybride

Fragestellungen wurden gesondert in Excel ausgewertet, da bei diesen Fragestellungen die Antworten der Befragten erst gesammelt und dann in Werte umgewandelt werden müssen. Um die dadurch entstandenen Werte nicht für jeden Fragebogen einzeln in SPSS nachtragen zu müssen, wurden daher parallel zur Eingabe in SPSS die Antworten der offenen und hybriden Fragen in Excel eingetragen und anschließend ausgewertet.

## **6.2. Aufbereitung der Befragungsergebnisse**

Die im folgenden Kapitel dargestellten Ergebnisse entstanden ausschließlich aufgrund der Auswertung der 235 Fragebögen der Stichprobe. Diese Auswertung entspricht den Aussagen, Meinungen und Wünschen der befragten Besucher der HOEB4U. Daher können die Werte bei einer Befragung der Grundgesamtheit von den Ergebnissen der Befragung der Stichprobe abweichen.

Graphisch werden die Ergebnisse ausschließlich in relativen Häufigkeiten dargestellt. Die absoluten Häufigkeiten werden teilweise in den erläuternden Texten zu den Diagrammen aufgeführt oder finden sich in Tabellen. Letztere werden zusätzlich zu einigen Diagrammen aufgeführt, bei denen aus Platzmangel die relativen Häufigkeiten nicht innerhalb des Diagramms gezeigt werden konnten. Die gesamten absoluten und relativen Häufigkeiten können in Anhang D eingesehen werden.

Bei den Berechnungen und auch den graphischen Darstellungen wurden die „missing values“ „falsche Angabe“ und „keine Angabe“ nicht berücksichtigt, sofern diese weniger als fünf Prozent der Antworten betragen. KIRCHHOFF empfiehlt, „missing values“ nur dann anzugeben, sofern ihr Anteil mit über fünf Prozent auffallend hoch ist. Ansonsten würden die Prozentwerte der interessanten Antwortmöglichkeiten kleiner und das Diagramm bzw. die Tabelle bei der zusätzlichen Darstellung der „missing values“ schnell unübersichtlich (vgl. KIRCHHOFF 2003, S. 49-50).

Die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ hingegen wurde nicht als „missing value“ definiert. Obwohl beispielsweise STACHNIK „weiß nicht“ als „keine richtige Antwort im Sinne der angestrebten Aussage“ (STACHNIK 1995, S. 78) ansieht und auch SCHNELL urteilt, dass diese Antwortmöglichkeit als „missing value“

anzusehen ist (vgl. SCHNELL 2005, S. 428), entschied sich die Autorin dennoch, „weiß nicht“ in die Auswertung der Besucherbefragung einzubeziehen und hierbei wiederum KIRCHHOFF zu folgen, die für den Umgang mit Nicht-Antworten wie „weiß nicht“ aussagt, dass „die korrekteste Variante im Umgang [...] [darin] besteht, [diese] in die Berechnung der Prozente einzubeziehen“ (KIRCHHOFF 2003, S. 49).

Um einige Sachverhalte, insbesondere die Korrelation von bestimmten Fragestellungen zu untersuchen, wurden mithilfe von SPSS Kreuztabellen erstellt. „Eine Kreuztabelle dient dazu, die gemeinsame Häufigkeitsverteilung zweier Varianten darzustellen“ (BROSIUS 2004, S. 415).

Des Weiteren wurden bei den Fragen zur Besucherzufriedenheit das arithmetische Mittel, auch Mittelwert oder Durchschnittswert genannt, errechnet. Hierbei wurden die Antwortmöglichkeiten in Zahlen umgewandelt, von Wert „1“ für „sehr gut“ oder „sehr zufrieden“ bis Wert „5“ für „sehr schlecht“ oder „sehr unzufrieden“. Die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ konnte hierfür nicht mitgezählt werden, da diese nicht in einen Zahlenwert umgewandelt werden kann (vgl. MONKA 2005, S. 79).

Die Fragestellungen zur Internetseite und den Comicfiguren der HOEB4U wurden in dieser Arbeit nicht ausgewertet, da sie für die Überprüfung der Konzeption und der Kundenzufriedenheit nicht ausschlaggebend waren und ihre Ergebnisse eher für die Mitarbeiter der HOEB4U von Belang sind. Die Befragungsergebnisse dieser beiden Fragestellungen können jedoch in Anhang D auf den Seiten D-18 und D-19 eingesehen werden.

### **6.3. Besucherstruktur**

Mithilfe der Besucherbefragung in der HOEB4U sollte unter anderem die Besucherstruktur der Jugendbibliothek ermittelt werden. Ziel war es herauszufinden, ob die definierte Zielgruppe der HOEB4U erreicht wird. Wer sind die tatsächlichen Besucher der Bibliothek und welche Alters- und Bevölkerungsgruppen konnten bisher noch nicht oder in noch nicht ausreichendem Maße erreicht werden?

### 6.3.1 Alter

Die HOEB4U hat als ihre Zielgruppe Jugendliche im Alter von 14 bis 24 Jahren definiert. Die Auswertung der Besucherbefragung ergab, dass von den 230 Befragten, die ihr Alter angaben, 49 Prozent (absolute Häufigkeit 113) zu dieser Zielgruppe zählen. Neben Kindern im Alter zwischen 10 und 13 Jahren waren besonders Erwachsene über 24 Jahren mit 32 Prozent (absolute Häufigkeit 74) auffallend häufig unter den befragten Besuchern vertreten.

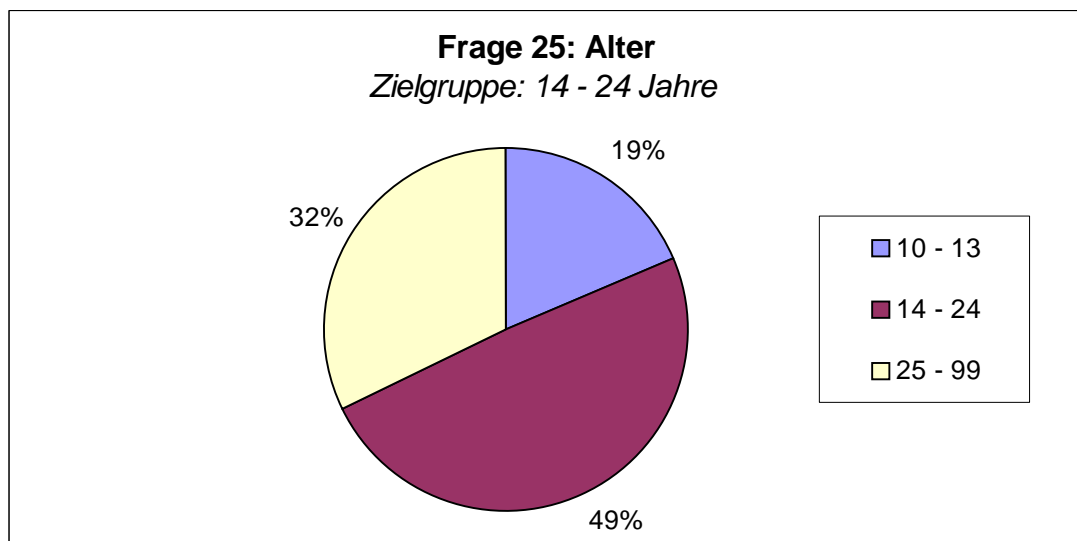


Abbildung 7: Alter der Befragten

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Im Vergleich zu einer Besucherbefragung in der Dresdner Jugendbibliothek *medien@age*, bei der 78,5 Prozent der Befragten zur Zielgruppe der 13- bis 25-Jährigen zählten (vgl. UEBEL 2003, S. 36), befinden sich demnach auffallend viele Befragte der HOEB4U außerhalb der definierten Zielgruppe. Um die Verteilung der Befragten innerhalb der drei großen Gruppen der jüngeren, zielgruppenzugehörigen und älteren Besucher zu erfahren, wurden die Probanden in feinere Altersgruppen aufgeteilt.

Bei dieser genaueren Aufschlüsselung der Befragungsergebnisse wurde deutlich, dass die prozentuale Verteilung der zur Zielgruppe gehörenden Besucher der bereits

beschriebenen Theorie des „Leseknicks“<sup>41</sup> entspricht und somit jüngere Jugendliche häufiger in der Befragung vertreten sind, als ältere. Während die 14- bis 16-Jährigen 25 Prozent der Befragten ausmachen, sind nur 13 Prozent zwischen 17 und 19 Jahre, und sogar nur 6 Prozent zwischen 20 und 22 Jahre und 5 Prozent zwischen 23 und 24 Jahre alt.

Knapp ein Viertel der Besucher ist jünger als 14 Jahre. Das Angebot der HOEB4U spricht somit auch jüngere Jugendliche an, die sich zwar laut Zielgruppendefinition außerhalb des Jugendalters befinden, sich selbst aber schon zu den Jugendlichen zählen. Diese Beobachtung entspricht auch der Theorie, dass die Jugendphase für viele Menschen heute schon im Alter von 12 Jahren beginnt<sup>42</sup>.

Bei der Aufteilung der älteren Besucher offenbarte sich darüber hinaus, dass Erwachsene über 30 Jahren die zweitstärkste Besuchergruppe neben den 14- bis 16-Jährigen darstellen. Demnach fühlen sich gerade Erwachsene durch das Medienangebot der HOEB4U angesprochen und nutzen die klar ausgewiesene Jugendbibliothek.

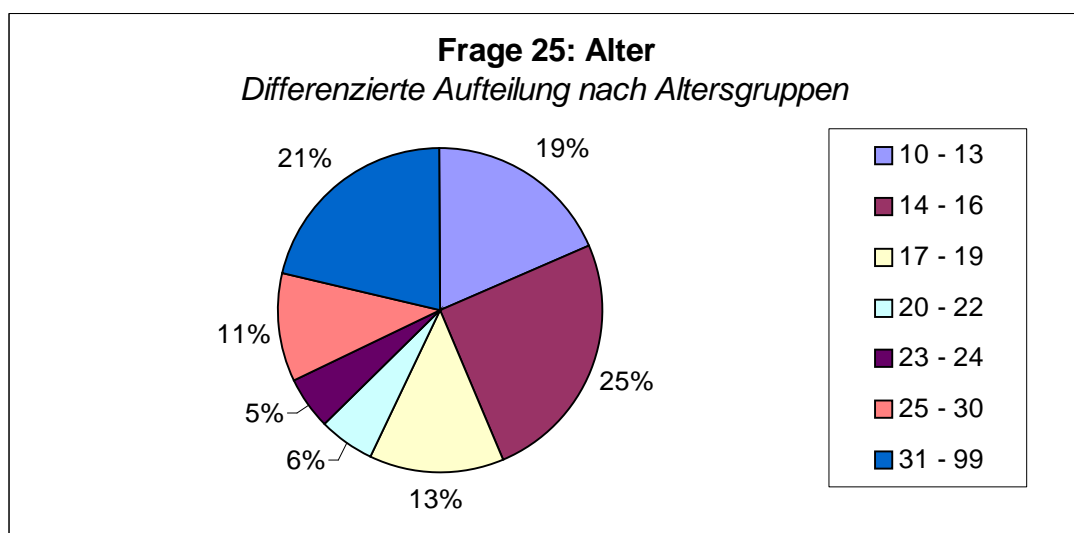


Abbildung 8: Differenzierte Aufteilung nach Altersgruppen  
Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

<sup>41</sup> siehe Kapitel 2.7. Leseverhalten sowie Kapitel 3.1.1. Hinderungsgründe

<sup>42</sup> siehe Kapitel 2.2.2. Übergang der Lebensphasen Kind – Jugendlicher – Erwachsener

Durch die Auswertung der Verweigererstatistik zeigte sich, dass 49 Prozent der Verweigerer über 24 Jahre alt waren und somit die Altersverteilung der Verweigerer nicht der Altersverteilung der Befragten entsprach.

Unter Einbeziehung der Verweigererstatistik in die Statistik der Befragten reduzierte sich der Anteil der zur Zielgruppe gehörenden Jugendlichen zwischen 14 und 24 Jahren auf nur noch 44 Prozent. Die Altersgruppe der über 24-Jährigen hingegen hätte ohne die Verweigerung von zur Befragung ausgewählten Besuchern 37 Prozent betragen.

Altersgruppen	Befragte absolute Häufigkeit	Befragte relative Häufigkeit	Verweigerer absolute Häufigkeit	Verweigerer relative Häufigkeit	Summe Befragte und Verweigerer	Relative Häufigkeit Befragte und Verweigerer
10 – 13	43	19%	18	19%	61	19%
14 – 16	57	25%	18	19%	75	23%
17 – 19	31	13%	5	5%	36	11%
20 – 22	13	6%	3	3%	16	5%
23 – 24	12	5%	4	4%	16	5%
25 – 30	25	11%	20	21%	45	14%
31 – 99	49	21%	26	28%	75	23%
Summe	230		94		324	

Tabelle 4: Verteilung der Altersgruppen incl. Verweigererstatistik  
Quelle: Eigene Berechnungen nach den Ergebnissen der Befragung

### 6.3.2. Geschlecht

Auf die Frage nach ihrem Geschlecht antworteten 233 Besucher. 53 Prozent der Befragten kreuzten die Antwortmöglichkeit „weiblich“ (absolute Häufigkeit 124) und 47 Prozent „männlich“ (absolute Häufigkeit 109) an.

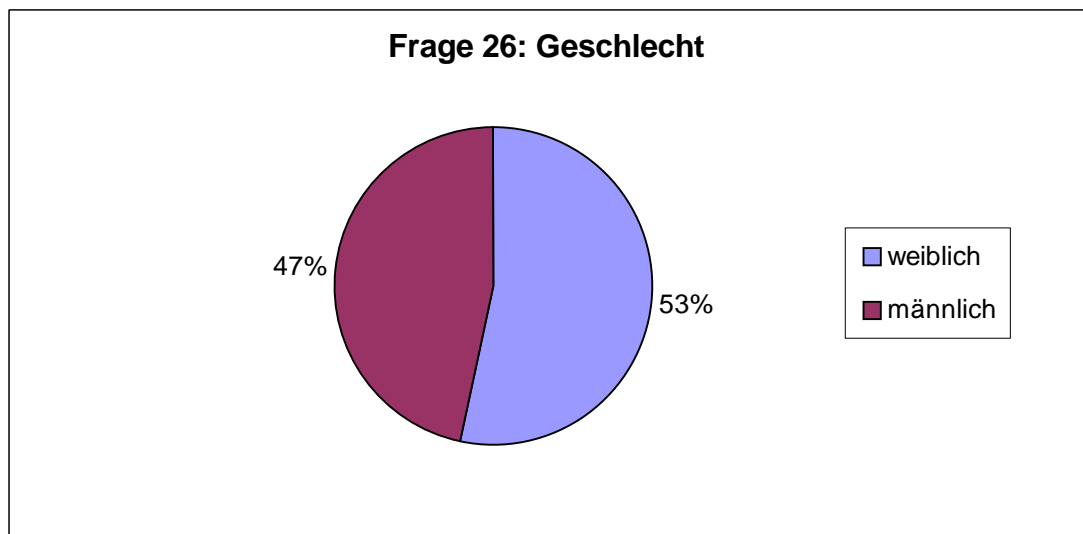


Abbildung 9: Geschlecht

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Auch unter Einbeziehung der Verweigererstatistik änderte sich die Verteilung nur geringfügig zugunsten der männlichen Befragten: 46 weibliche und 48 männliche Besucher hatten ihre Teilnahme an der Befragung verweigert. Die weiblichen Besucher hätten demnach ohne verweigernde Personen zu 52 Prozent und die männlichen zu 48 Prozent an der Befragung teilgenommen.

Aus diesem Ergebnis kann geschlossen werden, dass die HOEB4U für beide Geschlechter gleichermaßen attraktiv ist, auch wenn die weiblichen Besucher etwas stärker vertreten sind.

Durch die Erstellung einer Kreuztabelle für die Fragestellungen nach dem Geschlecht und dem Alter der Befragten konnte festgestellt werden, dass männliche Jugendliche zwischen 14 und 24 Jahren weniger häufig unter den Besuchern zu finden sind, als ihre weiblichen Altersgenossen. Dafür liegen die männlichen Befragten bei den 10- bis 13-Jährigen und den über 25-Jährigen vor den weiblichen. Die Vermutung, dass Mädchen im Jugendalter häufiger lesen und somit auch eher Bibliotheken besuchen als Jungen<sup>43</sup>, bestätigt sich zwar durch diese Befragung. Dennoch ist das Verhältnis von weiblichen und männlichen Besuchern innerhalb der Altersgruppen nicht auffällig hoch.

<sup>43</sup> Siehe Kapitel 2.7. Leseverhalten



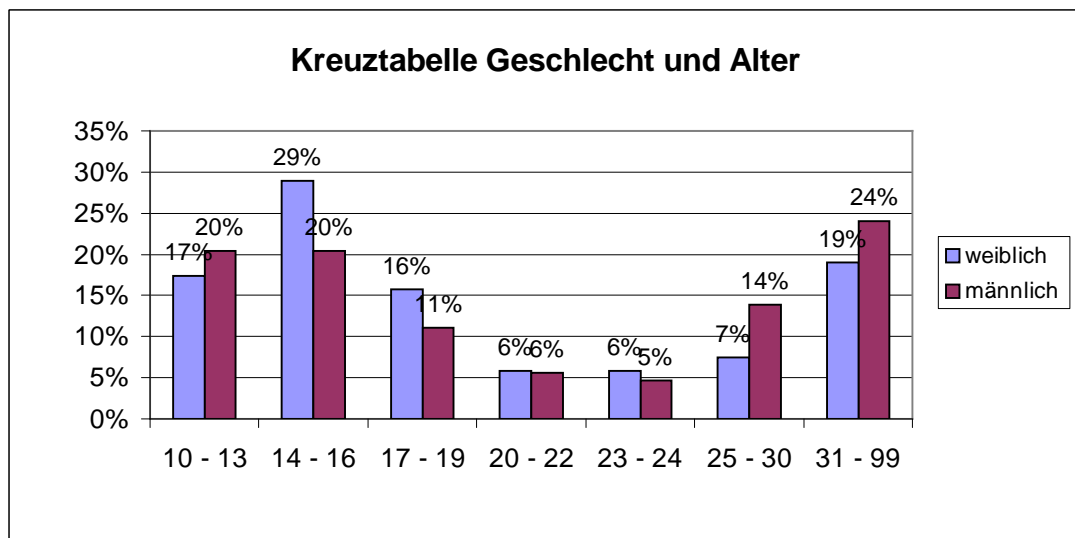


Abbildung 10: Kreuztabelle Geschlecht und Alter<sup>44</sup>

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Überraschend ist, dass die Besucher über 24 Jahren häufiger durch Männer vertreten sind als durch Frauen. Erstere scheinen sich durch das Medienangebot in größerem Maße angesprochen zu fühlen und stellen mit 24 Prozent sogar die stärkste männliche Altersgruppe unter den Befragten dar. Die Theorie, dass der Bestand der HOEB4U eher männliche als weibliche Personen ab 25 Jahren anspricht, kann jedoch nicht nachgewiesen werden, da eine Kreuztabelle von Alter und Geschlecht sowie den bevorzugt ausgeliehenen Medien statistisch durch das Programm SPSS nicht möglich ist.

### 6.3.3. Schulbildung

Die Frage nach der Schulbildung galt dem angestrebten bzw. bereits erreichten Schulabschluss. Wie bereits in anderen Besucherbefragungen im Bereich der Jugendbibliotheksarbeit<sup>45</sup> konnte auch in der Befragung der HOEB4U festgestellt werden, dass überwiegend Jugendliche mit höherer Schulbildung die Bibliothek besuchen. Insgesamt 71 Prozent (53 % Abitur/Fachhochschulreife, 18 % Fachhoch-

<sup>44</sup> Das Diagramm zeigt, wie sich der Gesamtanteil weiblicher und männlicher Befragter auf die einzelnen Altersgruppen verteilt. Die prozentualen Anteile der Altersgruppen pro Geschlecht ergeben in Addition 100 Prozent. Demnach ist nicht dargestellt, wie sich bspw. die 100 Prozent der Altersgruppe 14-16 Jahre prozentual auf weiblich und männlich verteilen, sondern wie viel Prozent der gesamten weiblichen und der gesamten männlichen Leser dieser Altersgruppe angehören.

<sup>45</sup> siehe beispielsweise SCHEUREN 2005 und UEBEL 2003

schul-/Hochschulabschluss), also 161 der befragten Besucher verfügen über einen höheren Schulabschluss bzw. streben einen solchen an. Das Feld „Realschulabschluss“ wurde von 33 Besuchern markiert. Lediglich 10 der antwortenden 227 Befragten kreuzten die Antwortmöglichkeit „Hauptschulabschluss“ an. Eine Befragte zählte ihre Schulbildung zu „Sonstiger Abschluss“ und bezeichnete diese mit „Staatlich anerkannte Erzieherin“. 21 Personen wollten keine Auskunft bei dieser Fragestellung geben.

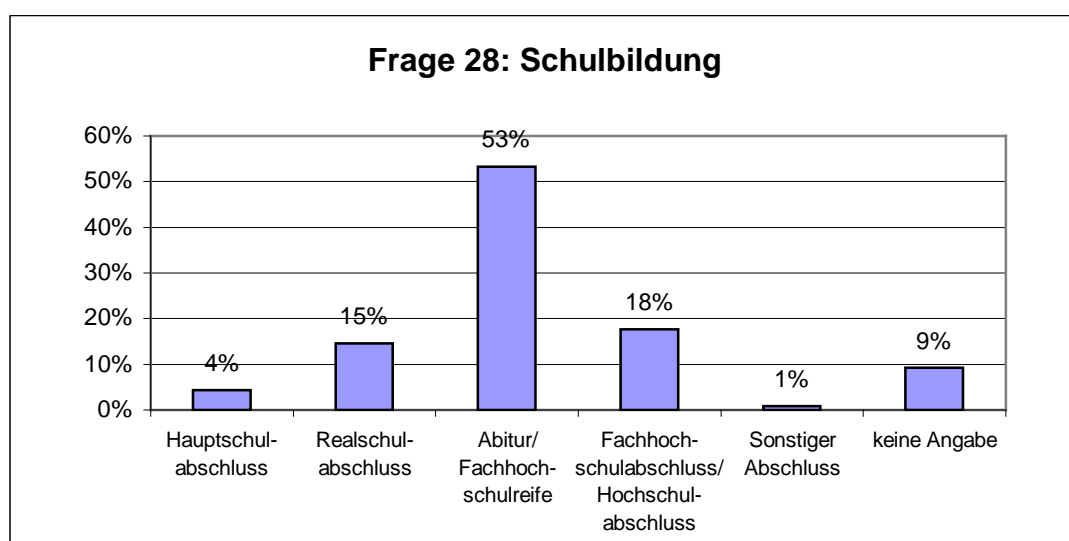


Abbildung 11: Schulbildung

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Um die Verteilung der Befragten auf die verschiedenen Schulabschlüsse bewerten zu können, wurde mithilfe einer Statistik vom Statistischen Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein für das Schuljahr 2005/06 berechnet, welche Schultypen von wie vielen Kindern und Jugendlichen in ganz Hamburg und den Stadtteilen Altona und Ottensen besucht werden. Die prozentuale Verteilung der Hamburger Schüler auf die verschiedenen Schultypen ist wie folgt: 16 Prozent sind Hauptschüler, 12 Prozent sind Realschüler und 72 Prozent besuchen das Gymnasium. In den Stadtteilen Altona und Ottensen teilen sich die Schüler ähnlich auf die einzelnen Schultypen auf: 15 Prozent Hauptschüler, 7 Prozent Realschüler und 78 Prozent Gymnasiasten (vgl. SCHULSTATISTIK 2006).

Im Vergleich zur prozentualen Verteilung der Hamburger Schüler sind die Hauptschüler in der HOEB4U demnach deutlich unterrepräsentiert. Zieht man in

Betracht, dass die Befragten ihren angestrebten bzw. bereits erreichten Schulabschluss ankreuzen sollten, können die Ergebnisse für Abitur/Fachhochschulreife und Fachhochschul-/Hochschulabschluss gemeinsam gezählt werden. Die 72 Prozent der Hamburger Gymnasiasten sind aus dieser Sicht ausreichend als Besucher der HOEB4U vertreten.

#### 6.3.4. Tätigkeit

Bei der Frage nach ihrer Tätigkeit, stellten die Schüler mit 56 Prozent (absolute Häufigkeit 127), wie nach der Altersverteilung zu erwarten, die stärkste Gruppe dar. Aufgrund der zahlreichen befragten Besucher über 24 Jahren wurde die Antwortmöglichkeit „berufstätig“ mit 20 Prozent (absolute Häufigkeit 46) als zweithäufigste gewählt. Insgesamt antworteten auf diese Fragestellung 225 Personen.

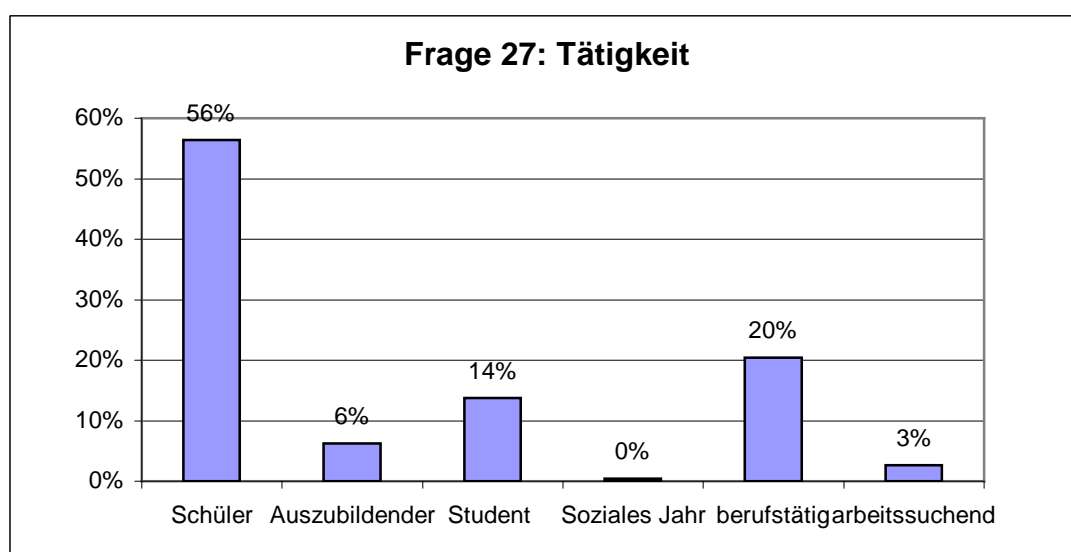


Abbildung 12: Tätigkeit

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

#### 6.3.5. Wohnort

Die HOEB4U bezeichnet sich als Jugendbibliothek für ganz Hamburg. Da ihre Bestände nicht in das Leihverkehrssystem der Bücherhallen Hamburg eingebunden sind, war es besonders wichtig zu erfahren, ob Jugendliche aus anderen Stadtteilen den Weg in die HOEB4U finden: Ist die HOEB4U für junge Menschen so attraktiv,

dass sie aus weiter entfernten Stadtteilen anreisen, oder nutzen sie eher die Stadtteilbibliotheken in ihrer Nähe?

Auf die Frage nach ihrem Wohnort antworteten 224 Personen. Aus dem Bezirk Altona kamen hierbei 137 Personen, mit 61 Prozent deutlich mehr als die Hälfte aller Besucher. Der größte Anteil an Befragten, die außerhalb des Bezirkes Altona wohnten, kam aus den Bezirken Eimsbüttel, Hamburg Mitte und Hamburg Nord. Nur insgesamt 23 Personen stammten aus den weiter entfernten Bezirken Wandsbek, Harburg und Bergedorf. Aus den Städten Geesthacht, Pinneberg, Lüneburg, Schenefeld, Reinbek, Quickborn und Ahrensburg kam jeweils ein Besucher, insgesamt leben demnach 3 Prozent der Befragten außerhalb Hamburgs.

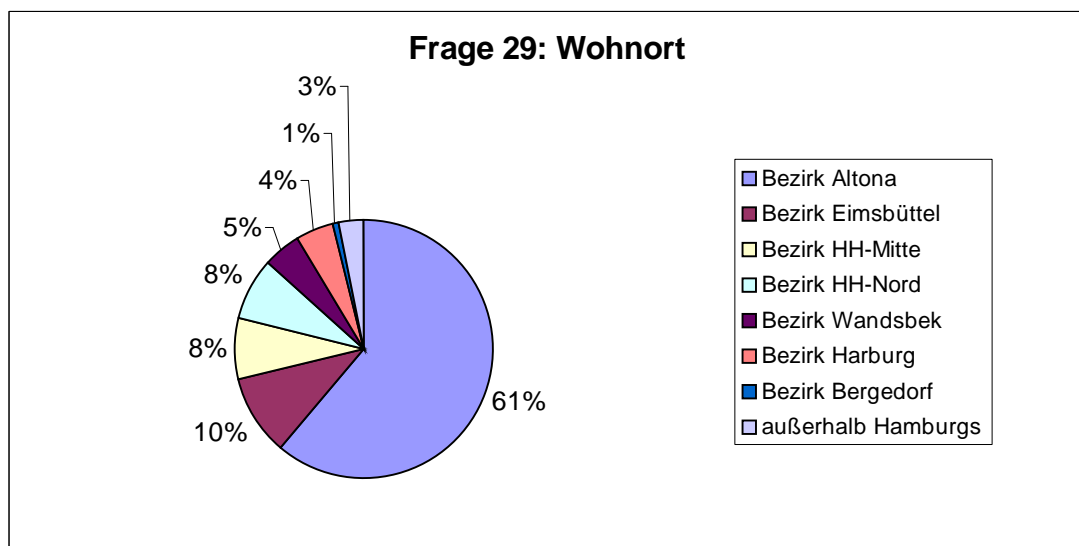


Abbildung 13: Wohnort

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Bei der Zuordnung der Besucher aus dem Bezirk Altona auf ihre Postleitzahlen wurde offenbar, dass 118 Besucher direkt aus den Stadtteilen Altona und Ottensen (PLZ 22763 – 22769), also aus der direkten Nachbarschaft der HOEB4U kamen. Diese 118 Personen repräsentieren 53 Prozent der gesamten Besucher.

Obwohl mehr als die Hälfte der Befragten in der Nähe der HOEB4U wohnen, ist die HOEB4U für immerhin 40 Prozent der Besucher so attraktiv, dass sie weitere Wege in Kauf nehmen, um die Jugendbibliothek zu besuchen.

#### **6.4. Besucherverhalten**

Das Besucherverhalten gibt Aufschluss über die Gründe für den Besuch der HOEB4U, die Häufigkeit und Dauer der Besuche sowie über die Bedürfnisse und Vorlieben der Kunden. Des Weiteren sollte herausgefunden werden, wie die Besucher auf die HOEB4U aufmerksam wurden und ob sie neben dieser weitere Hamburger Bücherhallen nutzen.

##### 6.4.1. Wie sind die Besucher auf die HOEB4U aufmerksam geworden?

Bei der Fragestellung „Wie bist Du auf die HOEB4U aufmerksam geworden?“ waren Mehrfachnennungen möglich. Insgesamt wurden die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten 287-mal markiert. Am häufigsten entdeckten mit 33 Prozent aller Antworten (absolute Häufigkeit 96) die Besucher durch Freunde, Verwandte und Bekannte die Jugendbibliothek. Neben der Mund-zu-Mund-Propaganda ist der Besuch einer anderen Bücherhalle (30 % aller Antworten, absolute Häufigkeit 86) ausschlaggebend für die Kenntnis der HOEB4U. Die offene Antwortmöglichkeit „Ich wurde auf die HOEB4U aufmerksam durch ...“ wurde 32-mal gewählt. Als Gründe wurden „durch vorbeilaufen“, „durch den alten Standort der Film- und Videobibliothek“, „durch Zufall“ und „Ich wohne in der Nähe“ genannt.

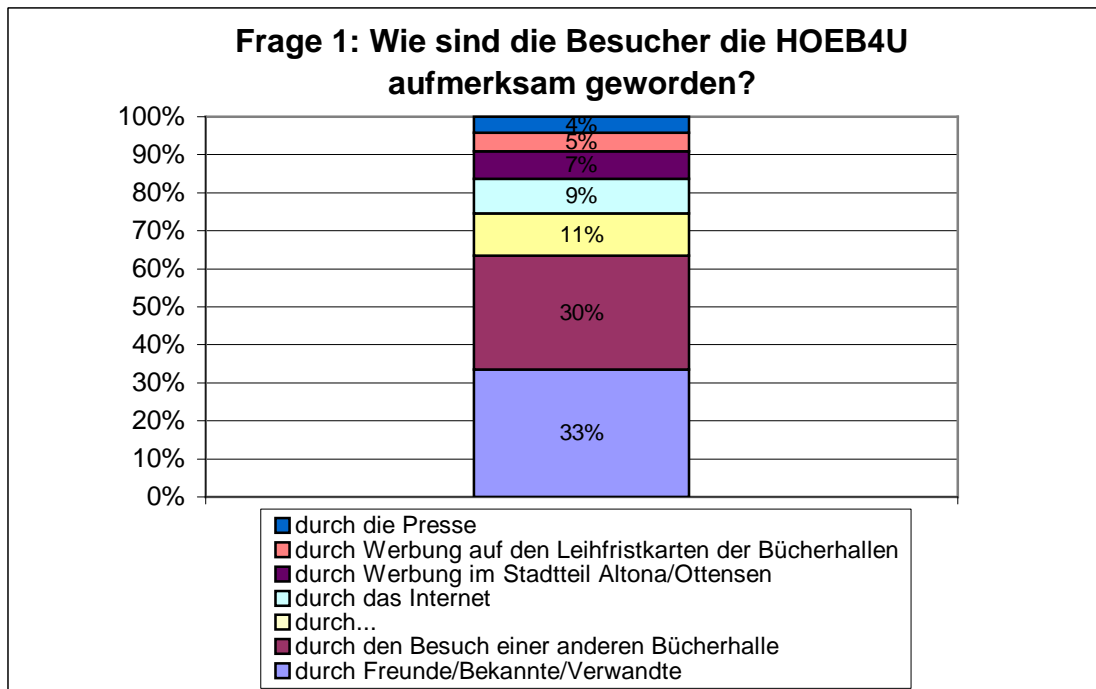


Abbildung 14: Wie sind die Besucher auf die HOEB4U aufmerksam geworden?

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

#### 6.4.2. Gründe für den Bibliotheksbesuch

Auch bei der Frage nach dem Grund für den Besuch der HOEB4U waren Mehrfachnennungen möglich. Es wurde explizit nicht nach dem heutigen Besuch der Bibliothek gefragt, sondern es sollten Gründe für die allgemeinen Besuche der HOEB4U angegeben werden. Hiermit wurde den Befragten, die bereits eine Veranstaltung in der HOEB4U besucht hatten, die Möglichkeit gegeben, dieser Tatsache in der Befragung Ausdruck zu verleihen.

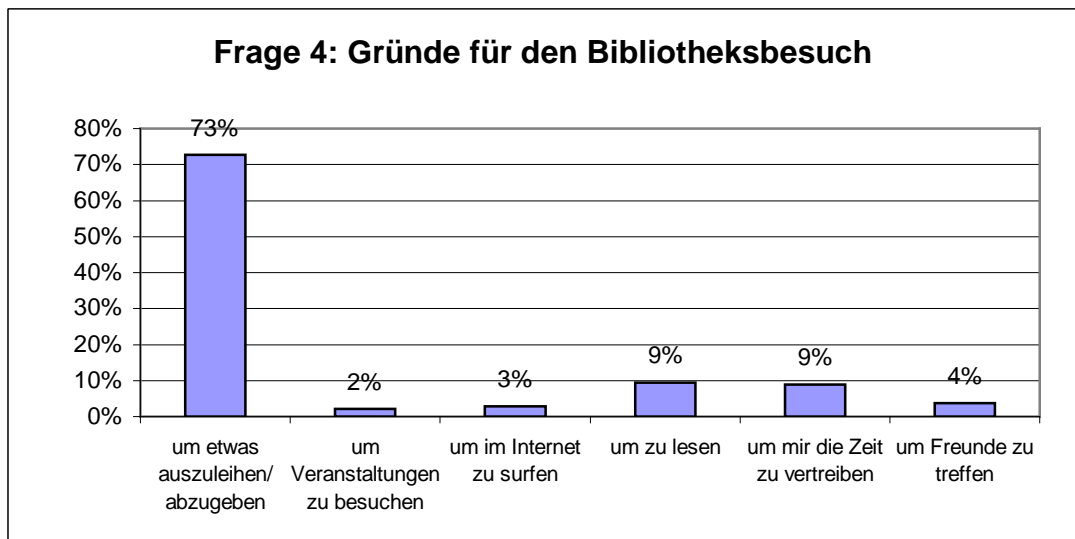


Abbildung 15: Gründe für den Bibliotheksbesuch

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Insgesamt wurden 316 Antworten auf die Frage nach den Gründen für einen Besuch gegeben. Die große Mehrheit (73 %, absolute Häufigkeit 230) nutzt nach den Ergebnissen der Befragung die HOEB4U um Medien auszuleihen und/oder zurückzugeben. Dieses Resultat zeigt, dass die Konzeption der HOEB4U als eine Bibliothek, bei der die Medien im Vordergrund stehen<sup>46</sup> auch so angenommen und genutzt wird. Trotz der wenigen Sitzmöglichkeiten bleiben immerhin 9 Prozent in der Bibliothek um zu Lesen und sich die Zeit zu vertreiben. In dem Jugendbereich „freestyle“ der Düsseldorfer Stadtbüchereien hingegen wird laut einer Besucherbefragung die Bibliothek von 47 Prozent der Befragten zum Lesen genutzt. Auch sehen die Besucher in „freestyle“ zu 21 Prozent einen Treffpunkt (vgl. SCHEUREN 2005, S. 42). In der HOEB4U gaben im Gegensatz dazu nur 4 Prozent an, die Bibliothek zu besuchen, um Freunde zu treffen. Die Konzeption von „freestyle“ ist im Gegenteil zur HOEB4U jedoch auf das Aufhalten in der Bibliothek ausgerichtet und bietet daher Sessel, Barhocker und Bistrotische (vgl. SCHEUREN 2005, S. 41).

Das Internet wurde bei der Befragung in der HOEB4U nur von 3 Prozent als Anlass für einen Besuch genannt. Gründe hierfür könnten in den relativ hohen Gebühren

<sup>46</sup> siehe Kapitel 4.4.4. Raumkonzept

liegen (0,50 €15 Minuten), sowie vor allem in der Tatsache, dass viele Jugendliche über einen eigenen Internetanschluss zu Hause verfügen<sup>47</sup>.

#### 6.4.3. Häufigkeit der Bibliotheksbesuche

Auf die Frage nach der Häufigkeit ihrer Besuche in der HOEB4U antworteten 233 Personen. Die HOEB4U verfügt laut den Ergebnissen über zahlreiche Häufignutzer: Die Hälfte der Besucher kommen mindestens einmal in der Woche in die Bibliothek (absolute Häufigkeit 117)<sup>48</sup>.

Am stärksten in der Befragung vertreten waren Personen, die die HOEB4U einmal pro Woche besuchen (27 %, absolute Häufigkeit 64). Diese regelmäßige Besuchzeit könnte sich durch die einwöchige Leihfrist für die DVDs erklären. Durch die Auswertung der Medienvorlieben an späterer Stelle dieses Kapitels soll diese Vermutung überprüft werden.

23 Prozent der Befragten besuchen die HOEB4U mehrmals pro Woche und ebenso viele kommen mehrmals im Monat. Letztere sind vermutlich Personen, die aufgrund der dreiwöchigen Leihfrist für Bücher, CDs, Zeitschriften, PC- und Konsolenspiele mindestens einmal im Monat in die Bibliothek gehen. 8 Prozent der Probanden (absolute Häufigkeit 19) waren zum Zeitpunkt der Befragung das erste Mal in der HOEB4U.

---

<sup>47</sup> siehe Kapitel 2.6. Medienverhalten

<sup>48</sup> Die Ergebnisse der Werte „mehrmals die Woche“ und „einmal die Woche“ wurden hierfür addiert.



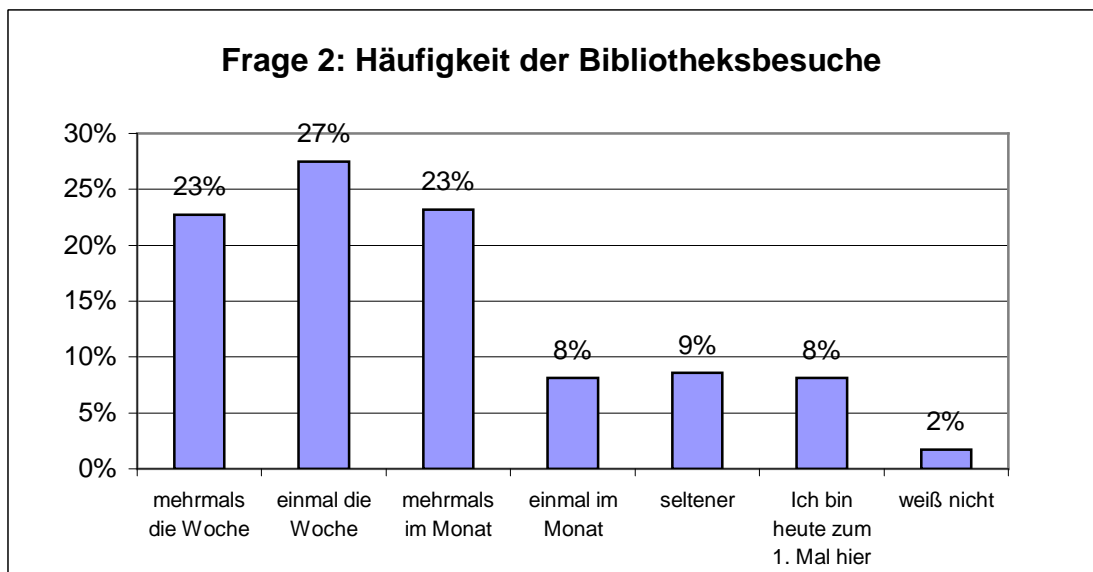


Abbildung 16: Häufigkeit der Bibliotheksbesuche

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

#### 6.4.4. Verweildauer

Von den 229 Antworten zur Verweildauer fielen 40 Prozent (absolute Häufigkeit 91) auf die Antwortmöglichkeit „bis zu einer halben Stunde“. Um den Rückgabevorgang, das Aussuchen neuer Medien und die Ausleihe dieser abzuwickeln, scheint eine Dauer von bis zu 30 Minuten angemessen zu sein. 26 Prozent (absolute Häufigkeit 59) der Befragten bleiben bis zu 15 Minuten in der HOEB4U und wählen ihre neuen Medien dementsprechend schnell aus. Es könnte sich hierbei um Häufignutzer und Personen handeln, die überwiegend DVDs und CDs ausleihen, da diese von vielen Kunden vermutlich zügiger ausgewählt werden als Bücher. Trotz der wenigen Sitzmöglichkeiten verbringen 20 Prozent (absolute Häufigkeit 45) der Besucher bis zu einer Stunde in der HOEB4U.

Im Gegensatz zu einer Befragung in der medien@age Dresden halten sich die Besucher in der HOEB4U deutlich kürzer auf: Knapp 40 Prozent der Dresdner Befragten bleiben länger als 30 Minuten in der Bibliothek, in der HOEB4U hingegen sind es nur knapp 26 Prozent. Da die Konzeption der HOEB4U jedoch, wie bereits erwähnt, auf die Ausleihe von Medien und nicht auf das Aufhalten in der Bibliothek

ausgelegt ist<sup>49</sup>, entsprechen die Ergebnisse den Vorstellungen der Leiterin der HOEB4U.

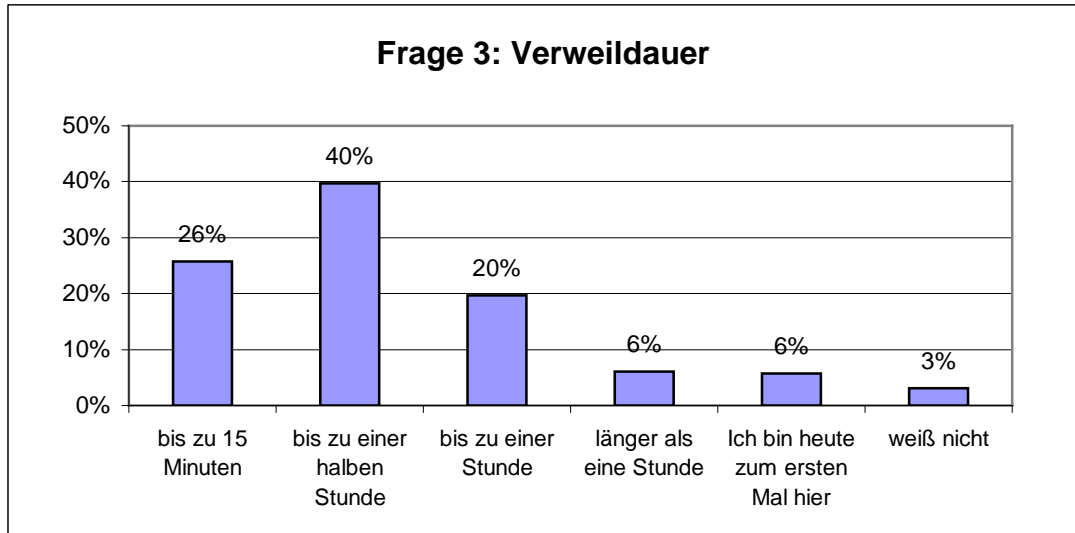


Abbildung 17: Verweildauer

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Durch die Korrelation der Ergebnisse der Fragestellungen zur Verweildauer und der Häufigkeit der Besuche konnte die Vermutung bestätigt werden, dass überwiegend Häufignutzer sich nur bis zu 15 Minuten in der HOEB4U aufhalten. Doch stellen sie auch den größten Anteil derjenigen, die ihren Aufenthalt in der HOEB4U länger als eine Stunde ausdehnen. Da jedoch lediglich 13 Personen angaben, länger als 60 Minuten in der HOEB4U zu bleiben, kann dieses Ergebnis nicht als sehr aussagekräftig gewertet werden.

---

<sup>49</sup> siehe Kapitel 4.4.4. Raumkonzept

	bis zu 15 Minuten		bis zu einer halben Stunde		bis zu einer Stunde		länger als eine Stunde	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
mehrmals die Woche	12	21%	18	21%	10	23%	5	38%
einmal die Woche	22	39%	23	27%	12	27%	5	38%
mehrmals im Monat	13	23%	24	29%	13	30%	2	15%
einmal im Monat	6	11%	9	11%	2	5%	1	8%
seltener	3	5%	10	12%	7	16%	0	0%
Summe	56		84		44		13	

Tabelle 5: Kreuztabelle Verweildauer und Häufigkeit der Besuche<sup>50</sup>

Quelle: Eigene Berechnung nach den Ergebnissen der Befragung

#### 6.4.5. Kundenkartenausstellung in der HOEB4U

Mithilfe der Fragestellung, ob die Kundenkarte der Befragten in der HOEB4U ausgestellt wurde, sollte überprüft werden, ob die Jugendbibliothek neue Kunden anwirbt, oder ob nur Kunden aus anderen Stadtteilbibliotheken die HOEB4U besuchen.

Von den 233 antwortenden Personen besaßen bereits 79 Prozent (absolute Häufigkeit 183) zuvor eine Kundenkarte bei den Bücherhallen Hamburg. Immerhin 17 Prozent, also 40 Befragte, hatten ihre Kundenkarte jedoch in der HOEB4U ausstellen lassen. Dieser Anteil von fast 20 Prozent kann durchaus als positiv gewertet werden, auch wenn davon ausgegangen werden muss, dass einige dieser 40 Kunden nur ihre alte Kundenkarte in die seit 2005 in Umlauf gebrachte neue Kundenkarte haben umtauschen lassen und sich dennoch zu den Neukunden zählen. Dies ist jedoch reine Spekulation.

<sup>50</sup> Die Summe der Befragten in dieser Kreuztabelle ergibt keine 235 Besucher, da hierbei die Werte „weiß nicht“ sowie „Ich bin heute zum ersten Mal hier“ aus den Ergebnissen beider Fragestellungen herausgenommen wurden.

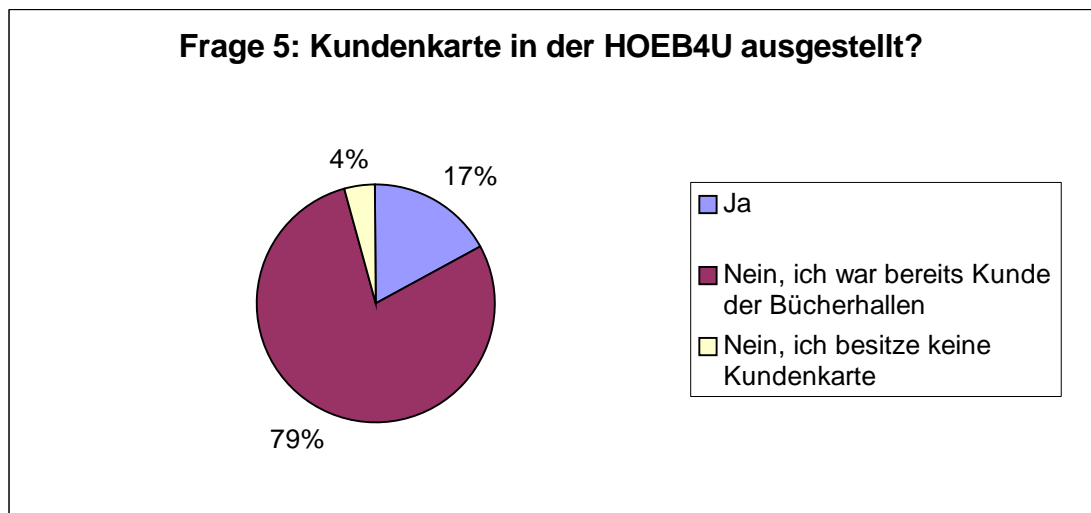


Abbildung 18: Kundenkartenausstellung in der HOEB4U  
 Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Von den 40 Neukunden sind 22 männlich und 18 weiblich. Nach ihrem Alter verteilen sie sich mit 15 Personen auf die Altersgruppe 10 bis 13 Jahre, 17 jugendliche Neukunden zählen zur Zielgruppe zwischen 14 und 24 Jahren und acht Personen sind über 24 Jahre alt. Der überwiegende Anteil kommt aus den Stadtteilen Altona und Ottensen: 30 der befragten Besucher wohnen in der direkten Umgebung der HOEB4U und haben sich bei ihr eine Kundenkarte ausstellen lassen. Lediglich 10 Neukunden wohnen in den weiter entfernten Stadtteilen Barmbek, Eimsbüttel, Lokstedt, Osdorf und Stellingen und ein Neukunde stammt nicht aus Hamburg, sondern aus Schenefeld.

#### 6.4.6. Besuch anderer Hamburger Bücherhallen

Auf die Frage nach dem Besuch anderer Hamburger Bücherhallen antworteten 228 Besucher. Diese gaben an, zu 79 Prozent (absolute Häufigkeit: 179) auch andere Bücherhallen aufzusuchen. Hierdurch wird das Ergebnis der Frage nach der Kundenkartenausstellung in der HOEB4U bekräftigt<sup>51</sup>, sowie die Aussage von 30 Prozent der Befragten untermauert, die angaben, auf die HOEB4U durch den Besuch einer anderen Bücherhalle aufmerksam geworden zu sein<sup>52</sup>. Aufgrund der Tatsache, dass die HOEB4U keine schulrelevante Literatur anbietet, und somit die

<sup>51</sup> siehe Kapitel 6.4.5. Kundenkartenausstellung in der HOEB4U

<sup>52</sup> siehe Kapitel 6.4.1. Wie sind die Besucher auf die HOEB4U aufmerksam geworden?

Jugendlichen für Recherchen für die Schule andere Stadtteilbücherhallen besuchen müssen, ist der hohe Anteil an Kunden, die andere Bücherhallen nutzen, erklärbar.

Bei der Frage danach, welche Bücherhallen neben der HOEB4U besucht werden, konnten die Befragten mehrere Antworten geben. Das höchste Ergebnis für den Besuch einer anderen Bücherhalle erzielte die Zentralbibliothek mit 131 Antworten (relative Häufigkeit 56 %). Als Stadtteilbibliothek wird von 99 Personen am häufigsten die Bücherhalle Altona besucht, die sich ca. fünf Gehminuten entfernt zur HOEB4U befindet. Auch hierdurch zeigt sich deutlich, dass viele Besucher der HOEB4U in der direkten Umgebung wohnen<sup>53</sup> und daher die Bücherhalle Altona als Ergänzung nutzen.

---

<sup>53</sup> siehe Kapitel 6.3.5. Wohnort

Des Weiteren verteilen sich die Befragten wie folgt auf andere Stadtteilbücherhallen:

	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Altona	99	40,1%
Barmbek	6	2,4%
Bergedorf	5	2,0%
Billstedt	1	0,4%
Bramfeld	4	1,6%
Dehnhaide	2	0,8%
Eidelstedt	7	2,8%
Eimsbüttel	14	5,7%
Farmsen	5	2,0%
Fuhlsbüttel	2	0,8%
Harburg	9	3,6%
Holstenstrasse	15	6,1%
Horn	3	1,2%
Iserbrook	7	2,8%
Kinderbibliothek	8	3,2%
Kirchdorf	7	2,8%
Lokstedt	3	1,2%
Mümmelmannsberg	1	0,4%
Neuallermöhe	1	0,4%
Neugraben	5	2,0%
Niendorf	4	1,6%
Osdorfer Born	6	2,4%
Poppenbüttel	3	1,2%
Rahlstedt	2	0,8%
Rissen	3	1,2%
Sasel	3	1,2%
Schnelsen	1	0,4%
Volkssdorf	5	2,0%
Wandsbek	10	4,0%
Wilhelmsburg	4	1,6%
Winterhude	2	0,8%
Summe	247	

Tabelle 6: Besuch anderer Stadtteilbibliotheken<sup>54</sup>

Quelle: Eigene Berechnungen nach den Ergebnissen der Befragung

<sup>54</sup> Die Stadtteilbibliotheken stellen in dieser Tabelle 100 Prozent dar. Die Zentralbibliothek wurde bei dieser Berechnung außen vor gelassen.

#### 6.4.7. Medientvorlieben

Die Fragestellung „Wie häufig entleihst Du folgende Medien in der HOEB4U“ zielte darauf ab, die Medientvorlieben der Besucher zu erfahren, um den Bestand noch zielgerichteter auf die Wünsche der Kunden abzustimmen. Da das Medienangebot der wichtigste Punkt in der Konzeption der HOEB4U ist, wird es an dieser Stelle ausführlich behandelt.

Relativ viele Befragte erteilten bei den einzelnen Medientypen keine Auskunft. Ein Grund hierfür könnte sein, dass die Besucher bestimmte Medien bisher noch nicht ausgeliehen hatten und statt die Antwortmöglichkeit „nie“ auszuwählen lieber keine Möglichkeit ankreuzten.

Die 19 Personen, die zum ersten Mal in der HOEB4U zu Besuch waren, wurden bei den folgenden Berechnungen außen vor gelassen, da sie alle die Antwortmöglichkeit „Ich habe bis jetzt noch nichts in der HOEB4U ausgeliehen“ markierten.

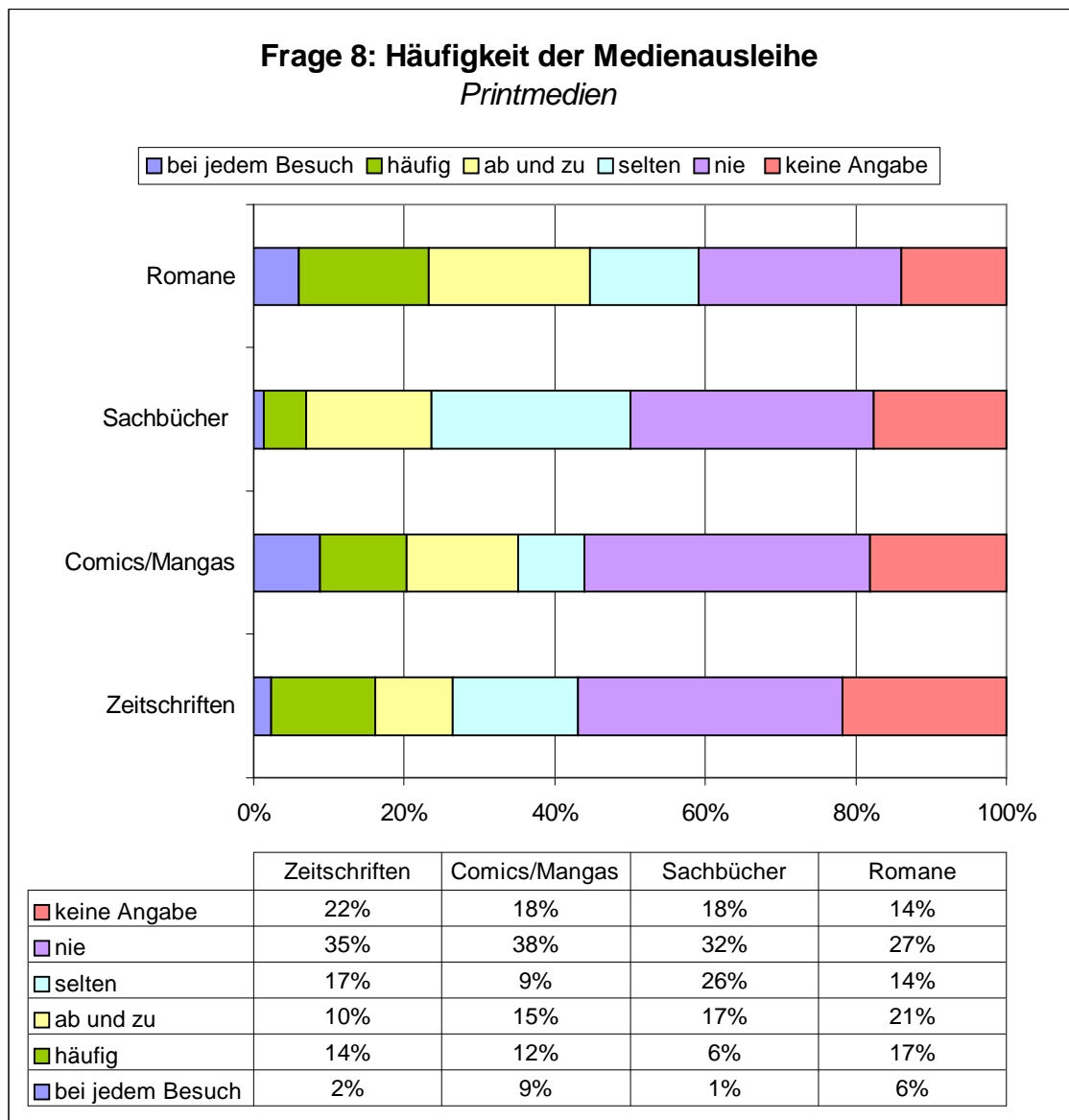


Abbildung 19: Häufigkeit der Medienausleihe – Printmedien  
Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Bei den Printmedien werden laut den Aussagen der Befragten am häufigsten bei jedem Besuch Comics und Mangas entliehen. Zählt man die Werte für „bei jedem Besuch“ und „häufig“ zusammen, ermittelt also sozusagen die regelmäßigen Ausleihen, liegen die Romane jedoch mit 23 Prozent vor den anderen Printmedien. Bei den Romanen wurde zudem die Antwortmöglichkeit „nie“ von „nur“ 27 Prozent der Befragten angekreuzt, die weiteren Printmedien hingegen erzielten bei dieser Antwortmöglichkeit jeweils über 30 Prozent der Antworten.



Die Sachbücher werden sehr wenig entliehen, da sie jedoch auch nur einen kleinen Anteil am Gesamtbestand ausmachen<sup>55</sup> und die HOEB4U eine ausgewiesene Freizeitbibliothek ist, war dieses Ergebnis zu erwarten.

Die HOEB4U verfügt über ein breites Angebot an Zeitschriften, sowohl für weibliche wie männliche Leser. Die Tatsache, dass diese noch nicht einmal zu 20 Prozent „bei jedem Besuch“ oder „häufig“ ausgeliehen werden, kann evtl. dahingehend ausgelegt werden, dass viele Besucher Zeitschriften vor Ort lesen. Da die Zeitschriften dennoch einen Umsatz von 7 Entleihungen pro Jahr<sup>56</sup> haben, wird die Ausleihe durch die knapp 20 Prozent der regelmäßigen Zeitschriftenentleiher zu Stande gebracht. Es wäre zu überlegen, ob das Zeitschriftenangebot ausgeweitet oder dahingehend verändert werden sollte, den Bestand noch stärker auf die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe auszurichten.

---

<sup>55</sup> siehe Kapitel 4.4.2. Trendbibliothek mit freizeitorientiertem Angebot

<sup>56</sup> siehe Kapitel 4.3. Strukturelle Rahmenbedingungen

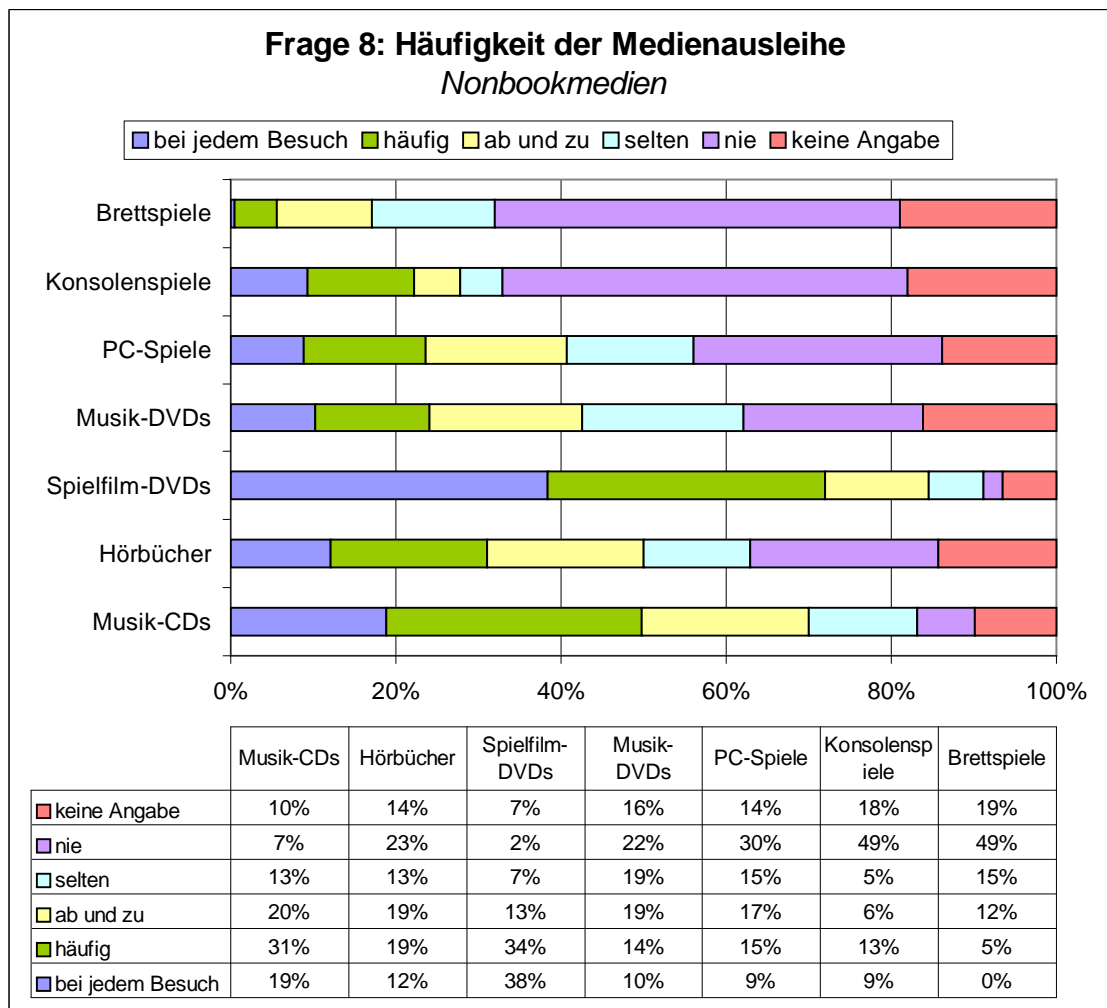


Abbildung 20: Häufigkeit der Medienausleihe – Nonbookmedien

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

In der Gegenüberstellung mit den beiden Diagrammen für Print- und Nonbookmedien zeigt sich, dass Letztere deutlich bevorzugt werden. Die Vorlieben für diese Medien entsprechen dem Medienverhalten Jugendlicher, dass in Kapitel 2.6. „Medienverhalten“ bereits ausführlich behandelt wurde. Somit scheint die Konzeption der HOEB4U mit 50 Prozent Print- und 50 Prozent Nonbookmedien den Wünschen und Bedürfnissen der Zielgruppe zu entsprechen. Festgestellt werden muss jedoch, dass Bücher in der HOEB4U im Gegensatz zu dem Jugendbereich „freestyle“ der Düsseldorfer Stadtbüchereien nur einen geringen Stellenwert haben. Während in der Besucherbefragung von Katja SCHEUREN in Düsseldorf Bücher mit 73 Prozent der Nennungen die am häufigsten genutzten Medien sind (vgl.

SCHEUREN 2005, S. 43), liegen sie in der HOEB4U laut Befragungsergebnis nur an 6. Stelle der regelmäßig entliehenen Medien.

Die Spielfilm-DVDs stehen in der Beliebtheitsskala an erster Stelle. 38 Prozent der Befragten entleihen diese bei jedem Besuch und sogar 72 Prozent bei der Addition der Werte „bei jedem Besuch“ und „häufig“. Durch die einwöchige Leihfrist der DVDs in Verbindung mit ihrer Beliebtheit bei den Befragten scheint sich die Vermutung zu bestätigen, dass der größte Teil der Befragten die HOEB4U einmal pro Woche besucht, um DVDs zurückzugeben und neu zu entleihen<sup>57</sup>.

Das Medium, das zumindest im Ansatz der Beliebtheit der Spielfilm-DVDs entspricht, sind die Musik-CDs. Sie werden von 19 Prozent bei jedem Besuch entliehen. Auch Hörbücher sind bei den Besuchern der HOEB4U sehr beliebt: 31 Prozent gaben an, diese bei jedem Besuch oder zumindest häufig auszuleihen. Die Musik-DVDs befinden sich mit 24 Prozent regelmäßiger Ausleihe im mittleren Bereich der Nonbookmedien. Die Brettspiele wurden am wenigsten bei der Vorliebe für bestimmte Medientypen genannt. Sie sind aber auch nur in geringem Ausmaß in der HOEB4U vorhanden<sup>58</sup>.

Computer- und Konsolenspiele werden nur von ca. einem Viertel der Befragten regelmäßig entliehen. Die Vermutung liegt nahe, dass diese Medientypen nur von bestimmten Personen- und Altersgruppen entliehen werden und für die übrigen Besucher eher unbedeutend sind. Diese Theorie soll mithilfe der Korrelation der Ergebnisse der Medienvorlieben mit dem Geschlecht sowie dem Alter der Befragten im folgenden Abschnitt überprüft werden.

Weitere Gründe für die eher mäßige Beliebtheit wären in einem zu geringen Bestand an Computer- und Konsolenspielen oder in der Unzufriedenheit mit der Auswahl und Aktualität dieser Medien zu suchen. Letzteres soll an späterer Stelle dieser Auswertung untersucht werden.

---

<sup>57</sup> siehe Kapitel 6.4.3. Häufigkeit der Bibliotheksbesuche

<sup>58</sup> siehe Kapitel 4.4.2. Trendbibliothek mit freizeitorientiertem Angebot

Anhand der Ergebnisse zeigt sich, dass viele Befragte bestimmte Medientypen im Bereich der Print- und Nonbookmedien besitzen, denen sie regelmäßig nachgehen, darüber hinaus andere Medien jedoch meist unberücksichtigt lassen. Dies wird deutlich durch die hohen Werte der Antwortmöglichkeit „nie“, die außer bei den Spielfilm-DVDs und den Musik-CDs meist weit über 20 Prozent betragen. Die Personengruppen, die sich für bestimmte Medien vorrangig interessieren, entleihen diese jedoch in regelmäßigen Abständen und scheinbar hohem Umfang, da die hohen Umsatzzahlen der einzelnen Medientypen<sup>59</sup> sonst nicht zu Stande kommen würden.

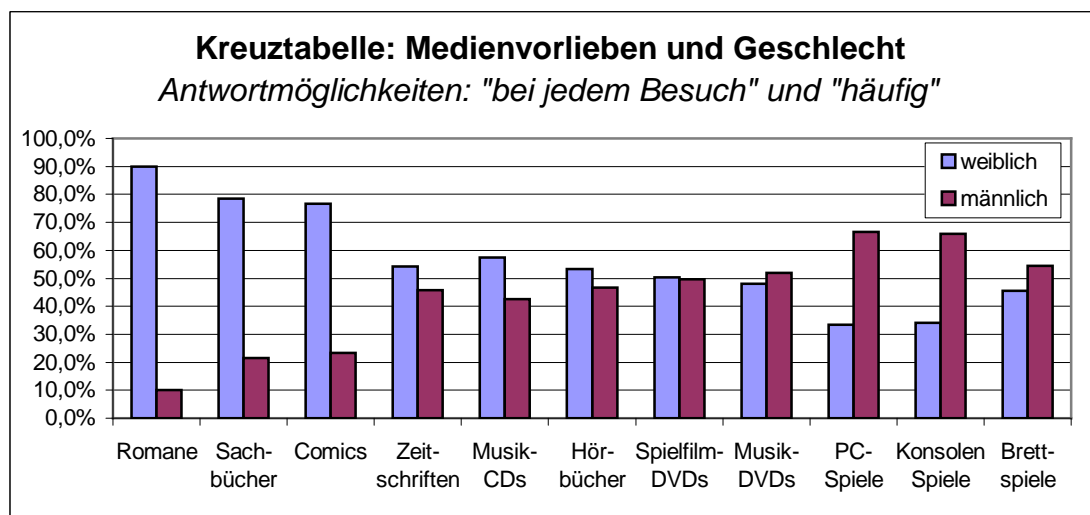


Abbildung 21: Kreuztabelle Medienvorlieben nach Geschlecht<sup>60</sup>  
Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

<sup>59</sup> siehe Kapitel 4.3. Strukturelle Rahmenbedingungen

<sup>60</sup> Im Unterschied zu Abbildung 10 „Kreuztabelle Geschlecht und Alter“ wird hier gezeigt, in welchem prozentualen Anteil die verschiedenen Medienarten von den Geschlechtern entliehen werden. Jede Medienart ergibt daher in Addition der beiden Werte „weiblich“ und „männlich“ 100 Prozent. Eine Darstellung wie in Abbildung 10 war nicht möglich, da jede Medienart eine einzelne Variable ist, die nicht mit den anderen Medienarten in Verbindung steht.

	weiblich absolute Häufigkeit	weiblich relative Häufigkeit	männlich absolute Häufigkeit	männlich relative Häufigkeit	Summe
Romane	45	90%	5	10%	50
Sachbücher	11	79%	3	21%	14
Comics	33	77%	10	23%	43
Zeitschriften	19	54%	16	46%	35
Musik-CDs	61	58%	45	42%	106
Hörbücher	41	53%	36	47%	77
Spielfilm-DVDs	77	50%	76	50%	153
Musik-DVDs	25	48%	27	52%	52
PC-Spiele	17	33%	34	67%	51
Konsolenspiele	16	34%	31	66%	47
Brettspiele	5	45%	6	55%	11

Tabelle 7: Kreuztabelle Medienvorlieben und Geschlecht

Quelle: Eigene Berechnungen nach den Ergebnissen der Befragung

Bei der Aufteilung der regelmäßig entliehenen Medien nach weiblichen und männlichen Vorlieben zeigen sich geschlechtsspezifische Abweichungen. Printmedien werden überwiegend von den weiblichen Befragten entliehen. Dies entspricht jedoch dem Leseverhalten von Jungen und Mädchen im Jugendalter<sup>61</sup>. Bei den Zeitschriften hingegen ist das Verhältnis fast ausgeglichen. Die HOEB4U bietet demnach ein Zeitschriftenangebot das auch für männliche Besucher attraktiv ist.

Die geschlechtsspezifischen Unterschiede bei Hörbüchern, Brettspielen, Spielfilm- und Musik-DVDs sind relativ ausgeglichen. Die weiblichen Befragten bevorzugen hingegen die Musik-CDs in einem Verhältnis von ca. 60:40 mehr als die männlichen Besucher. Diese liegen jedoch bei der Beliebtheit der Computer- und Konsolenspiele deutlich vor den weiblichen Befragten. Die regelmäßige Ausleihe von PC-Spielen wird zu 67 Prozent von Männern bestimmt, ebenso die Ausleihe von Konsolenspielen mit 66 Prozent männlichen Entleihern.

Aufgrund des hohen prozentualen Anteils an Befragten, die gemäß ihrem Alter nicht zur Zielgruppe gehören, wurden für die Medienvorlieben getrennt nach Print- und Nonbookmedien Kreuztabellen mit dem Alter der Besucher erstellt. Hierbei wurden

---

<sup>61</sup> siehe Kapitel 2.7. Leseverhalten

die Werte „bei jedem Besuch“ und „häufig“ zusammengefasst, um die Anteile jüngerer, zielgruppenzugehöriger und älterer Besucher an der regelmäßigen Medienausleihe analysieren zu können. Zur Zielgruppe gehörige Jugendliche haben in der Befragung, wie bereits beschrieben, einen Anteil von 49 Prozent. Kinder zwischen 10 und 13 Jahren sind zu 19 Prozent vertreten und Personen über 24 Jahre machen 32 Prozent der Stichprobe aus. Mithilfe der erstellten Kreuztabellen sollen die prozentualen Anteile der drei verschiedenen Altersgruppen an der regelmäßigen Ausleihe mit ihren Anteilen in der Altersverteilung verglichen werden.

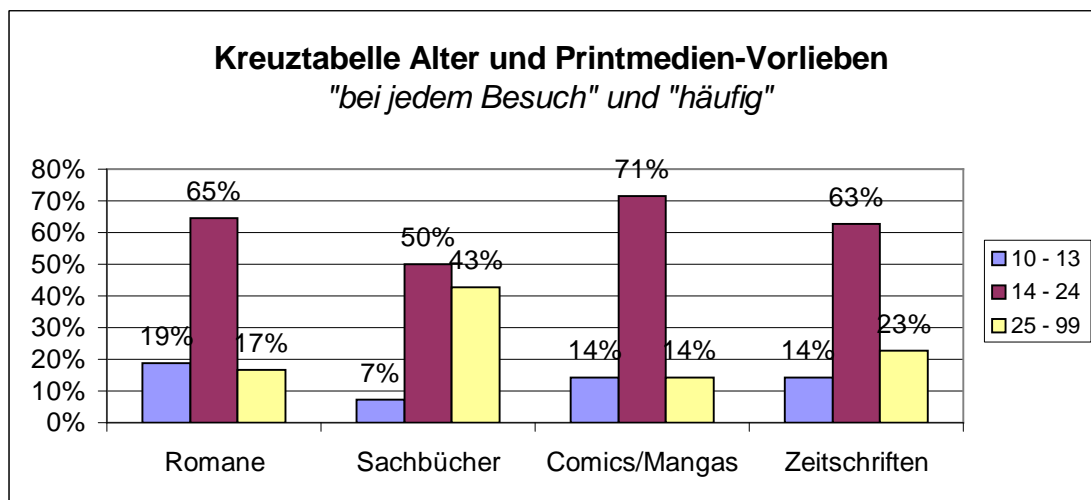


Abbildung 22: Kreuztabelle Alter und Printmedien-Vorlieben<sup>62</sup>

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Bei der Aufteilung der regelmäßigen Printmedienausleihe nach Altersgruppen zeigt sich, dass die Zielgruppe die stärkste Entleihergruppe sowohl bei Romanen, Sachbüchern, Comics und Mangas sowie Zeitschriften ist. Die unter 14-Jährigen bevorzugen bis auf die Romane, Printmedien in geringerem Ausmaß, als sie prozentual in der Altersverteilung vertreten sind. Auch die über 24-Jährigen sind bei den meisten Printmedien deutlich unterrepräsentiert. Nur die Sachbücher werden zu 43 Prozent regelmäßig von älteren Besuchern entliehen.

<sup>62</sup> Hier wird ebenfalls, wie in Abbildung 21 „Kreuztabelle Medienvorlieben nach Geschlecht“ dargestellt, in welchem prozentualen Anteil die verschiedenen Medienarten von den Geschlechtern entliehen werden. Jede Medienart ergibt daher in Addition der drei Werte „10-13 Jahre“ „14-24 Jahre“ und „25-99 Jahre“ 100 Prozent.

Nach den Befragungsergebnissen ist das Angebot an Printmedien auf die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten, da diese hauptsächlich für die regelmäßige Ausleihe von Büchern, Comics und Zeitschriften verantwortlich ist.

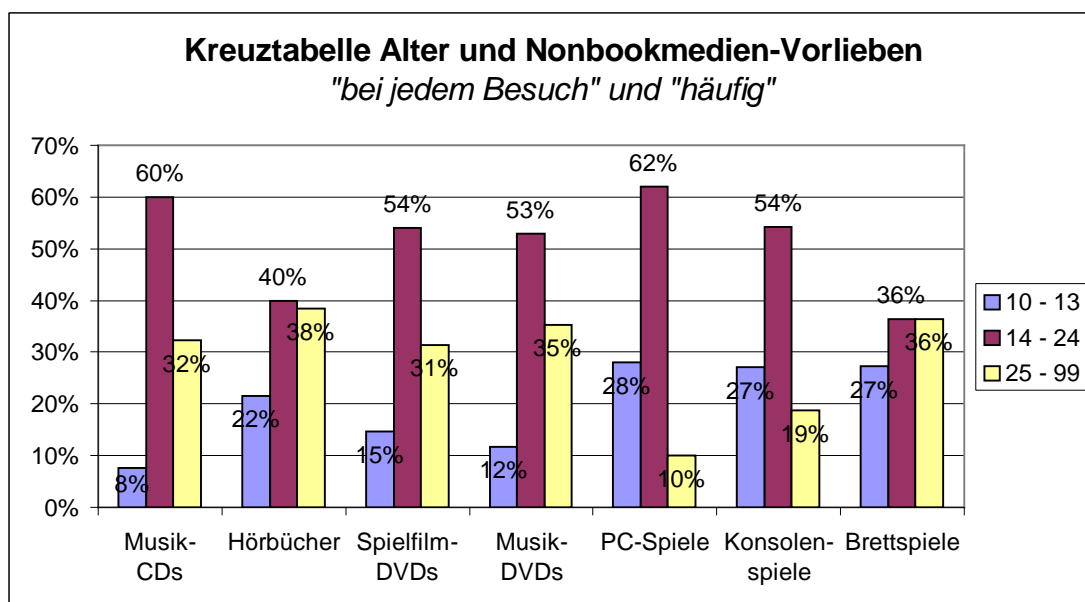


Abbildung 23: Kreuztabelle Alter und Nonbookmedien-Vorlieben<sup>63</sup>

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Auch bei den Vorlieben für die Nonbookmedien sind die zielgruppenzugehörigen Befragten bei den meisten Medientypen überrepräsentiert und somit prozentual am Stärksten an der Ausleihe beteiligt. Bei den Hörbüchern sind die 14- bis 24-Jährigen jedoch mit nur 40 Prozent Anteil an den regelmäßigen Ausleihen in zu geringem Maße vertreten. Hierbei sind die 10- bis 13-Jährigen geringfügig und die über 24-Jährigen in größerem Ausmaß überrepräsentiert.

Bei den Brettspielen sind alle drei Altersgruppen ähnlich stark vertreten, allerdings ist die Zielgruppe mit 36 Prozent deutlich unterrepräsentiert. Da jedoch, wie bereits erwähnt, die Brettspiele nur in geringem Maße im Bestand vorhanden sind<sup>64</sup> und zudem nur von fünf Prozent regelmäßig entliehen werden<sup>65</sup>, ist dieses Ergebnis nicht überzubewerten.

<sup>63</sup> siehe Fußnote 60

<sup>64</sup> siehe Kapitel 4.4.2. Trendbibliothek mit freizeitorientiertem Angebot

<sup>65</sup> siehe Abbildung 20 Häufigkeit der Medienausleihe – Nonbookmedien

Die unter 14-Jährigen sind an der regelmäßigen Ausleihe von Musik-CDs, Spielfilm- und Musik-DVDs eher in geringem Umfang beteiligt. Bei der Vorliebe für Computer- und Konsolenspiele hingegen haben sie mit jeweils 27 Prozent Anteil an den Entleihungen. Dies sind 8 Prozent mehr, als es ihrem Anteil in der Altersverteilung entspricht. Die HOEB4U ist für Kinder zwischen 10 und 13 Jahren also besonders durch ihr Angebot im Bereich PC- und Konsolenspiele attraktiv.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse für die Altersgruppe ab 25 Jahren zeigt sich deutlich, dass diese eher wenig Interesse an der Ausleihe von Computer- und Konsolenspielen haben und somit in diesem Bereich deutlich unterrepräsentiert sind. An den Entleihungen von Hörbüchern und Brettspielen sind sie, wie bereits erwähnt, in stärkerem Ausmaß beteiligt. Bei den weiteren Nonbookmedien entspricht ihr Anteil ihrem prozentualen Gewicht der Altersverteilung. Aus den Ergebnissen für die Print- und Nonbookmedien kann geschlossen werden, dass die meisten erwachsenen Befragten die HOEB4U aufgrund des Bestandes an DVDs und CDs besuchen.

Insgesamt ist zu sagen, dass die Zielgruppe in hohem Umfang an der Ausleihe der angebotenen Medien in der HOEB4U beteiligt ist. Bei vielen Medientypen ist sie sogar stark überrepräsentiert, was darauf hinweist, dass der Bestand durch seine Ausrichtung besonders junge Menschen zwischen 14 und 24 Jahren anspricht, ganz so, wie es die Konzeption der HOEB4U vorsieht. Die Zufriedenheit mit dem Bestand wird jedoch an späterer Stelle in diesem Kapitel untersucht.

#### 6.4.8. Bevorzugte Themengebiete

Die Bücher der HOEB4U sind in verschiedenen Interessenskreisen aufgestellt<sup>66</sup>. Mithilfe der Fragestellung nach den bevorzugten Themengebieten sollte ermittelt werden, welchen Interessenskreisen die Besucher den Vorrang geben und welche eher uninteressant für die Leser sind.

---

<sup>66</sup> siehe Kapitel 4.4.2. Trendbibliothek mit freizeitorientiertem Angebot



Wie aus den Ergebnissen zu den Medientvorlieben der Besucher geschlossen werden kann, entleihen 27 Prozent der Befragten nie Romane und sogar 32 Prozent nie Sachbücher. Hierdurch lassen sich die 24 Prozent (absolute Häufigkeit 55) der Befragten erklären, die bei der Frage nach ihren bevorzugten Themengebieten antworteten, dass sie noch keine Bücher in der HOEB4U ausgeliehen haben.

Insgesamt erhielt die Fragestellung, bei der mehrere Antwortmöglichkeiten zugleich angekreuzt werden konnten, 589 Antworten. Am Beliebtesten sind demnach die Interessenkreise „Abenteuer“, „Mystery“ sowie die Comics. Eher unbeliebt scheinen hingegen die Themengebiete „hoeb4u“, „Stress“, „Sucht“, und „Szene“ zu sein.

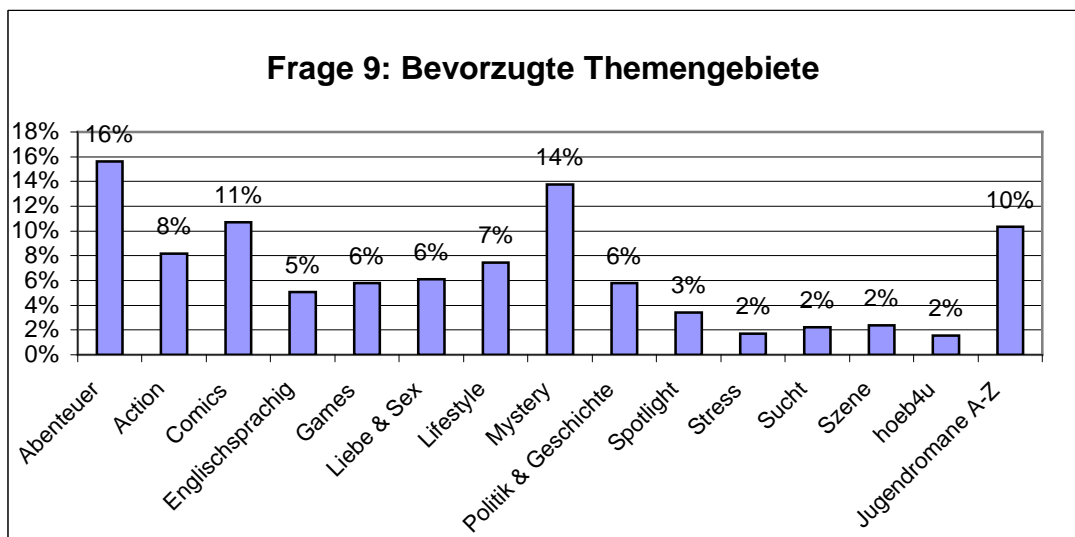


Abbildung 24: Bevorzugte Themengebiete

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

## 6.5. Besucherzufriedenheit und Besucherwünsche

Für die Erhebung der Besucherzufriedenheit sollten die Befragten den Bestand, das Personal, die räumliche Atmosphäre und das Veranstaltungsangebot beurteilen. Darüber hinaus wurden von den Besuchern die freizeitorientierte Konzeption, die Juniorfirma und die Notwendigkeit einer eigenständigen Jugendbibliothek bewertet. Neben der graphischen Darstellung der Ergebnisse ist aus den Antworten das arithmetische Mittel errechnet worden, um aus diesem Wert die durchschnittliche Zufriedenheit ableiten zu können.

### 6.5.1. Zufriedenheit mit dem Bestand

Das Medienangebot und die Zufriedenheit der Benutzer mit diesem sind für die HOEB4U besonders wichtig, da ihre Konzeption sehr stark auf den Medienbestand ausgerichtet ist. Die hohen Ausleih- und Umsatzzahlen<sup>67</sup> zeigen zwar, dass die Besucher mit dem Angebot der HOEB4U zufrieden zu sein scheinen und sich von diesem angesprochen fühlen. Dennoch ist es wichtig, die Befragten einzelne Aspekte des Bestandes bewerten zu lassen, um so zu erfahren, welche Bereiche beispielsweise noch erweitert werden müssten oder um eine Bestätigung für Schwerpunkte im Bestandsaufbau zu erhalten.

In einem ersten Schritt wurde daher die Zufriedenheit der Besucher mit dem gesamten Angebot, der Aktualität und dem Zustand der Medien untersucht. Anschließend konnte mithilfe der Bewertung der einzelnen Medientypen der Mittelwert errechnet werden, um die durchschnittliche Zufriedenheit der Befragten mit den verschiedenen Medien zu ermitteln.

Die Befragten waren mit dem Angebot der HOEB4U insgesamt zu 86 Prozent „sehr zufrieden“ und „zufrieden“. Der Mittelwert von 1,65 zeigt, dass die Besucher der HOEB4U in Bezug auf ihre Medien ein sehr gutes bis gutes Zeugnis ausstellen.

Die Aktualität der Medien ist, wie bereits beschrieben, besonders wichtig für die HOEB4U<sup>68</sup>. Auf die Frage nach der Beurteilung der Aktualität der Medien antworteten 71 Prozent der Befragten mit den Werten „sehr zufrieden“ und „zufrieden“. Mit einem Mittelwert von 1,51 zeigt sich, dass die HOEB4U neuen Trends der Jugendszene folgt und neue Medien zügig für die Ausleihe zur Verfügung stellt. Sicherlich liegt diese positive Einschätzung der Befragten auch daran, dass die HOEB4U zum Zeitpunkt der Befragung erst seit knapp 11 Monaten geöffnet hatte und die Medien allein schon aus diesem Grund noch sehr neu sind. Das Gleiche gilt auch für den Zustand der Medien, der ebenfalls sowohl bei den Print- wie bei den Nonbookmedien von den Besuchern mit guten Werten beurteilt wurde. Die

---

<sup>67</sup> siehe Kapitel 4.3. Strukturelle Rahmenbedingungen

<sup>68</sup> siehe Kapitel 4.4.2. Trendbibliothek mit freizeitorientiertem Angebot

Printmedien schneiden hierbei mit einem Mittelwert von 1,55 etwas besser ab als die Nonbookmedien (Mittelwert 1,80). Letztere wurden von 25 Prozent der Befragten mit „teils, teils“ oder gar mit „weniger zufrieden“ und „sehr unzufrieden“ beurteilt. Ein Grund hierfür liegt sicherlich in der schnelleren Abnutzung von CDs, DVDs und Konsolenspielen als dies bei Büchern und Comics der Fall ist. Der hohe Anteil an „weiß nicht“-Werten für den Zustand der Printmedien könnte von Personen stammen, die überwiegend Nonbookmedien entleihen und daher den Zustand der Bücher, Zeitschriften und Comics nicht beurteilen konnten.

	Angebot insgesamt	Aktualität	Zustand der Nonbookmedien	Zustand der Printmedien
sehr zufrieden	36%	36%	35%	30%
zufrieden	50%	35%	31%	39%
teils, teils	8%	12%	18%	12%
weniger zufrieden	1%	2%	5%	3%
sehr unzufrieden	0%	0%	2%	0%
weiß nicht	5%	15%	9%	17%

Tabelle 8: Zufriedenheit mit dem Bestand

Quelle: Eigene Berechnungen nach den Ergebnissen der Befragung

Die Bewertung der einzelnen Medienarten sollte Aufschluss über die Zufriedenheit der Befragten mit dem Bestand der HOEB4U geben. Für die graphische Darstellung wurden die Mittelwerte aus den ausgewerteten Antworten der Befragten gezogen, um so deutlich zu machen, wie zufrieden die Besucher im Durchschnitt sind. Die Antwortmöglichkeiten wurden hierfür mit Schulnoten versehen, von Note 1 „sehr zufrieden“ bis Note 5 „sehr unzufrieden“.

Bei der Beurteilung der Medientypen wurde von sehr vielen Besuchern die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ angekreuzt oder keine Angabe gemacht. Wie aus den Ergebnissen zu den Medientypen geschlossen werden kann, leihen viele Kunden immer die gleichen Medientypen aus<sup>69</sup> und konnten daher vermutlich keine Aussagen über die Qualität der sonstigen Medien machen. Bei den Printmedien lagen die Werte für „weiß nicht“ und keine Angaben zwischen 40 und 50 Prozent. Auch

<sup>69</sup> siehe Kapitel 6.4.7. Medientypen

bei den Nonbookmedien waren diese Anteile sehr hoch. Besonders bei Medienarten wie PC- und Konsolenspielen, die, wie zuvor festgestellt nur von bestimmten Kundengruppen entliehen werden<sup>70</sup>, wurden von über 40 Prozent der Befragten keine Angaben gemacht oder die Möglichkeit „weiß nicht“ gewählt. Einzig bei den Spielfilm-DVDs war der Wert deutlich niedriger (7,7 %). Die Musik-CDs erhielten mit 21 Prozent Anteil an „weiß nicht“-Antworten und keinen Angaben im Vergleich zu den restlichen Medien ebenfalls relativ viele Antworten.

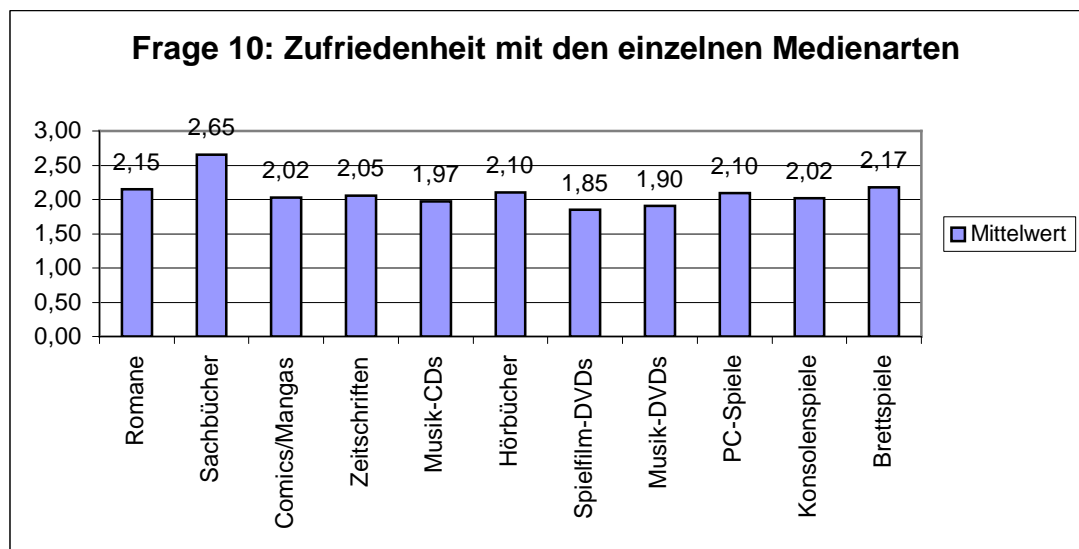


Abbildung 25: Zufriedenheit mit den einzelnen Medienarten  
Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Das Diagramm zeigt, dass die Befragten fast allen Medientypen die Note „gut“ ausstellen. Lediglich die Sachbücher werden mit einem Mittelwert von 2,65 schlechter beurteilt. Im Vergleich mit anderen Medien sind die Besucher vor allem mit dem Bestand an Spielfilm-DVDs sehr zufrieden. Auch der Bestand an PC- und Konsolenspielen wird von den Befragten gut beurteilt. Die eher geringe regelmäßige Ausleihe dieser beiden Medientypen<sup>71</sup> ist also nicht durch ein schlechtes Angebot sondern vielmehr dadurch zu erklären, dass diese Medien nur von bestimmten Altersgruppen ausgeliehen werden<sup>72</sup>.

<sup>70</sup> siehe Kapitel 6.4.7. Medienvorlieben

<sup>71</sup> siehe Abbildung 20 Häufigkeit der Medienausleihe - Nonbookmedien

<sup>72</sup> siehe Abbildung 23 Kreuztabelle Alter und Nonbookmedien-Vorlieben

Die Mittelwerte aller Medientypen liegen relativ nah aneinander und zeigen, dass die HOEB4U beim Bestandsaufbau der verschiedenen Mediengattungen den unterschiedlichen Wünschen ihrer Kunden entspricht.

#### 6.5.2. Zufriedenheit mit Personal

Die Ergebnisse bezüglich der Fragestellungen zur Zufriedenheit der Besucher mit dem Personal fielen sehr positiv aus. Es wurde nach der Freundlichkeit, der Hilfsbereitschaft und der fachlichen Kompetenz der Mitarbeiter gefragt. Mit letzterer war jedoch nur die subjektive Zufriedenheit der Besucher mit der fachlichen Kompetenz des Personals gemeint und nicht die Qualität der Auskünfte, die die Mitarbeiter erteilen. Bei keiner der drei Fragestellungen antworteten die Befragten schlechter als mit der Antwortmöglichkeit „teils, teils“. Die Antwortvorgaben „weniger zufrieden“ und „sehr unzufrieden“ wurden demnach von keinem der Befragten markiert.

Die Fragen zur Freundlichkeit der Mitarbeiter und ihrer Hilfsbereitschaft wurden jeweils mit einem aufgerundeten Mittelwert von 1,4 beantwortet. Die meisten Besucher sind demnach sehr zufrieden mit den zwei genannten Eigenschaften des Personals. Die fachliche Kompetenz erzielte mit einem Mittelwert von 1,55 ebenfalls ein sehr gutes Ergebnis. Bei dieser Fragestellung wurde jedoch häufig die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ angekreuzt. Sicherlich hängt dieser Umstand mit der fehlenden Information in der HOEB4U zusammen. Da aufgrund der nur in sehr geringem Maße und auch nur für den Freizeitbereich vorhandenen Sachliteratur keine Beratung im herkömmlichen Sinne einer Bibliothek in der HOEB4U statt findet, wurde auch kein gesonderter Informationsplatz eingerichtet. Die Kunden richten ihre Fragen daher an die Mitarbeiter hinter der Ausleihtheke. Es kann aber, auch aufgrund der fehlenden schulelevanten Literatur, davon ausgegangen werden, dass viele Besucher das fachliche Wissen der Mitarbeiter noch nicht in Anspruch genommen haben und daher nicht beurteilen konnten.

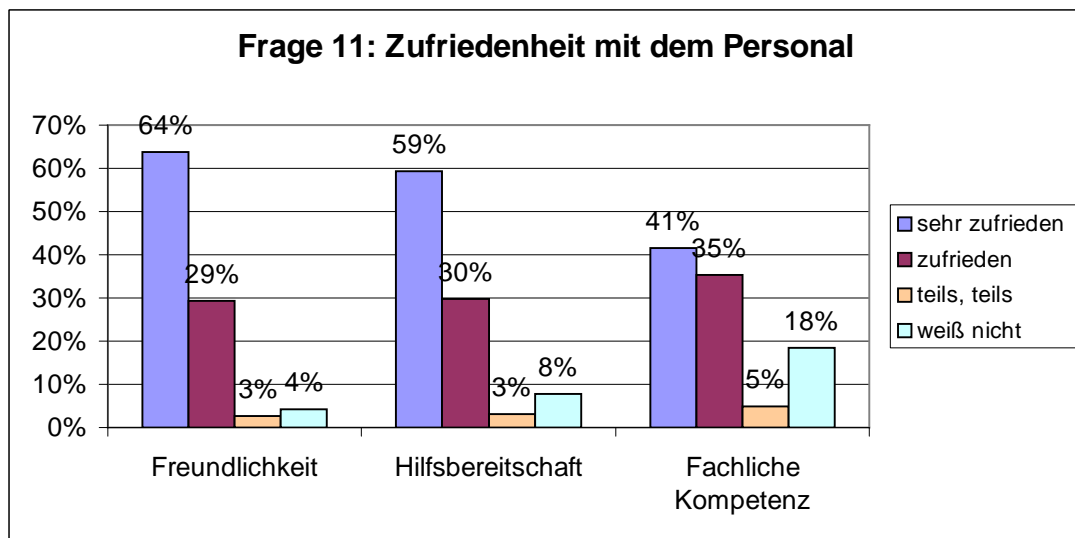


Abbildung 26: Zufriedenheit mit dem Personal  
 Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

### 6.5.3. Zufriedenheit mit der räumlichen Atmosphäre

Die Attraktivität einer Bibliothek hängt nicht nur von ihrem Medienangebot, sondern in besonderem Maße auch von ihrer räumlichen Atmosphäre ab. Die Zufriedenheit der Befragten mit der räumlichen Atmosphäre der HOEB4U wurde durch drei Fragestellungen ermittelt.

Bei der Frage „Wie beurteilst Du die räumliche Atmosphäre der HOEB4U“ sollten die Gemütlichkeit, die Sauberkeit, die sanitären Anlagen, das Design und die Einrichtung beurteilt werden.

Die Gemütlichkeit der HOEB4U wurde von 78 Prozent (absolute Häufigkeit 182) mit „sehr gut“ und „gut“ bewertet. 51 Personen (22 %), also knapp ein Viertel der Befragten hingegen befanden die Bibliothek hinsichtlich ihrer Gemütlichkeit als „mittelmäßig“ und „eher schlecht“. Der Mittelwert von 1,91 zeigt jedoch, dass sich die Besucher in der Bibliothek überwiegend wohl fühlen. Diese Vermutung soll an späterer Stelle mit der Fragestellung „Fühlen sich die Besucher in der HOEB4U wohl?“ überprüft werden.

Die Sauberkeit der Jugendbibliothek wird von den Besuchern zu 97 Prozent mit guten bis sehr guten Antworten gelobt und erhält auch bei der Berechnung des Mittelwertes mit 1,44 ein sehr positives Ergebnis.

Auf die Frage bezüglich der Toiletten antworteten 60 Prozent der Befragten mit „weiß nicht“. Da die sanitären Anlagen in der HOEB4U allerdings nur mittels eines hinter der Ausleihtheke hinterlegten Schlüssels betreten werden können und sich die Besucher wie bereits festgestellt, überwiegend nicht sehr lange in der Bibliothek aufhalten<sup>73</sup>, liegt der Schluss nahe, dass die meisten Befragten die Toiletten noch nicht betreten haben und daher deren Zustand nicht beurteilen konnten. Die 40 Prozent der Probanden, die sich zu den sanitären Anlagen äußerten, schrieben ihnen mit einem Mittelwert von 1,71 die Note „gut“ zu.

Das Design der HOEB4U wurde von 81 Prozent der Befragten als „sehr gut“ und „gut“ bewertet und erlangt im Durchschnitt mit einem Mittelwert von 1,89 von den Besuchern die Note „gut“.

Die Einrichtung wurde jedoch ebenfalls wie die Gemütlichkeit von einem Viertel der Probanden mit den Antwortmöglichkeiten „mittelmäßig“ „eher schlecht“ und „sehr schlecht“ beurteilt, wobei die letzten beiden Werte nur von drei Personen markiert wurden. Auch hier zeigt sich mit einem Mittelwert von 1,96, dass durch die 78 Prozent der Befragten, die die Einrichtung positiver bewerteten, die Besucher im Durchschnitt mit der Möblierung zufrieden sind.

---

<sup>73</sup> siehe Kapitel 6.4.4. Verweildauer

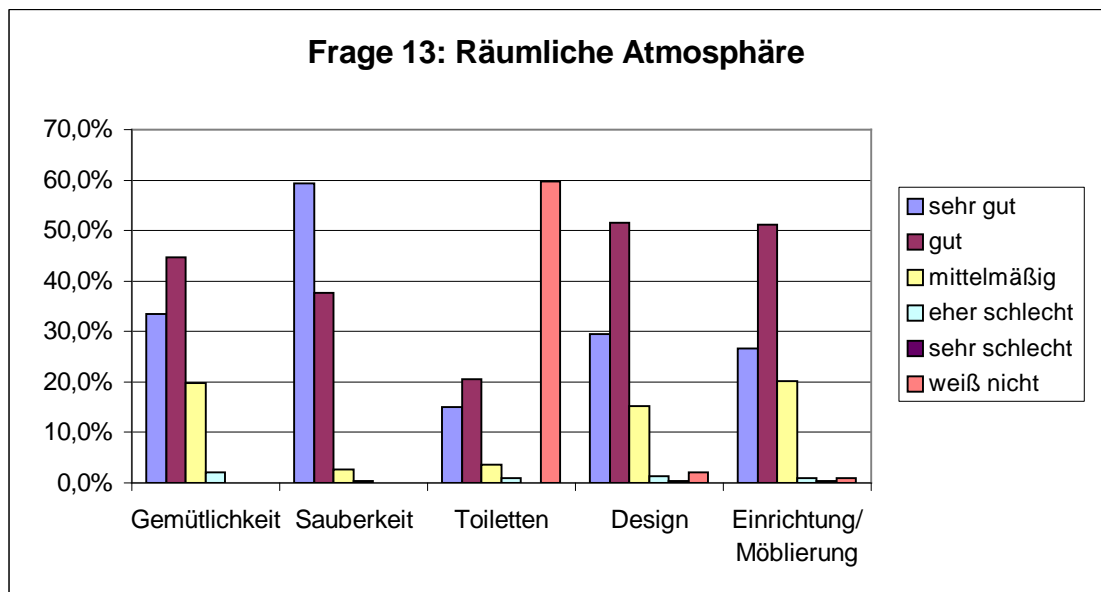


Abbildung 27: Zufriedenheit mit der räumlichen Atmosphäre  
 Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

	Gemütlichkeit	Sauberkeit	Toiletten	Design	Einrichtung
sehr gut	33%	59%	15%	29%	27%
gut	45%	38%	21%	52%	51%
mittelmäßig	20%	3%	4%	15%	20%
eher schlecht	2%	0%	1%	1%	1%
sehr schlecht	0%	0%	0%	0%	0%
weiß nicht	0%	0%	60%	2%	1%

Tabelle 9: Zufriedenheit mit der räumlichen Atmosphäre  
 Quelle: Eigene Berechnungen nach den Ergebnissen der Befragung

Die zweite Frage bezüglich der Räumlichkeiten lautete „Fühlst Du Dich in den Räumen der HOEB4U wohl?“. Trotz der jeweils knapp über 20 Prozent der Befragten, die mit der Gemütlichkeit und der Einrichtung eher weniger zufrieden waren, gaben bei dieser Frage 32 Prozent (absolute Häufigkeit 75) an, dass sie sich in der Bibliothek sehr wohl fühlen. Weitere 55 Prozent (absolute Häufigkeit 128) fühlen sich ziemlich wohl und lediglich 12 Prozent (absolute Häufigkeit 28) antworteten mit „teils, teils“. Der Mittelwert aus den Antworten der 234 Befragten beträgt 1,81.



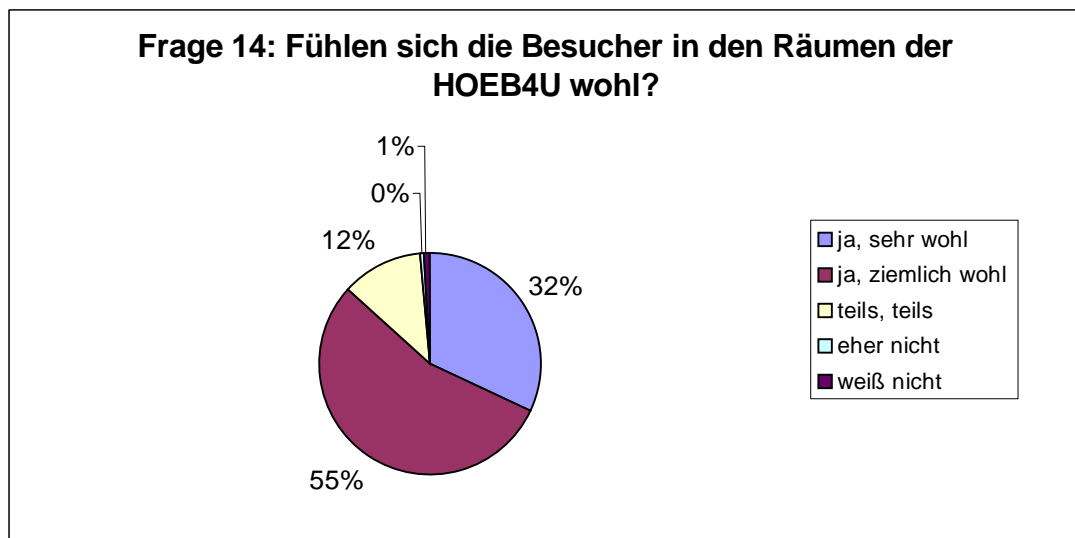


Abbildung 28: Fühlen sich die Besucher in den Räumen der HOEB4U wohl?  
 Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Die letzte Fragestellung zu den Räumen der HOEB4U war eine offene Frage und betraf Verbesserungsvorschläge für die Einrichtung und das Design der Bibliothek. Zu dieser offenen Fragestellung äußerten sich lediglich 32 Prozent (absolute Häufigkeit 75), was sicherlich auch damit zusammenhängt, dass die Probanden bei offenen Fragen mehr Zeit zur Beantwortung aufbringen müssen und diese daher, nach Beobachtung der Autorin, häufig unbeantwortet lassen.

Insgesamt wurden 100 Anregungen von den Besuchern gegeben, deren wichtigste Ergebnisse Wünsche nach gemütlicheren Sitzmöglichkeiten (40 %, absolute Häufigkeit 37), ruhigen Sitzecken (15 %, absolute Häufigkeit 14) und mehr Sitzmöglichkeiten (11 %, absolute Häufigkeit 10) sind. Darüber hinaus regten die Befragten mehr Dekoration, Tische und Abstellmöglichkeiten, andere Farben, mehr Gemütlichkeit und Getränkeautomaten an.

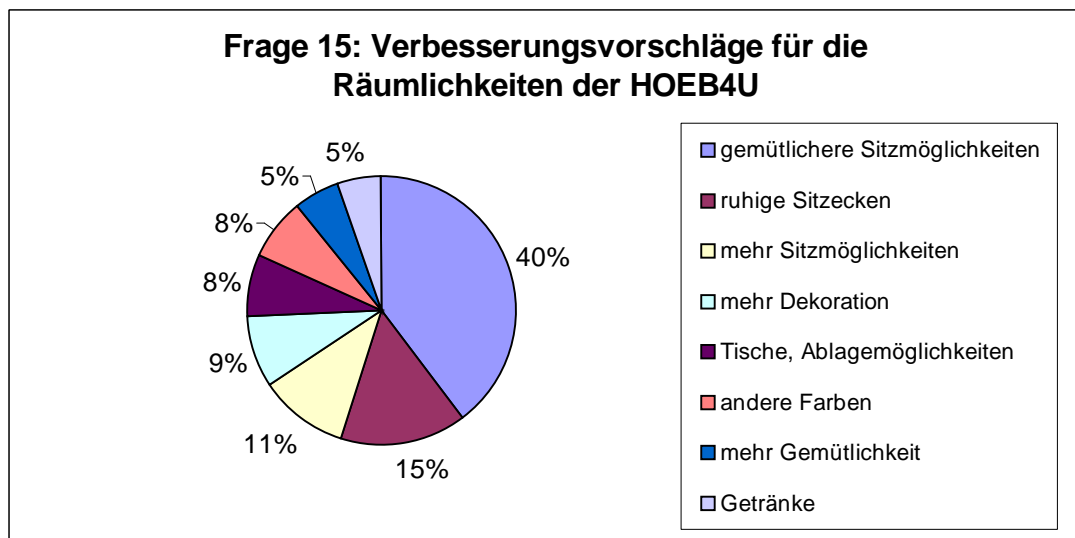


Abbildung 29: Verbesserungsvorschläge für die Räumlichkeiten der HOEB4U  
 Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

#### 6.5.4. Zufriedenheit mit dem Veranstaltungsangebot

Zum Zeitpunkt der Befragung hatten lediglich 10 der befragten Besucher bereits eine Veranstaltung in der HOEB4U miterlebt. Somit konnten auf die Frage nach der Zufriedenheit mit dem Veranstaltungsangebot nur wenige Personen antworten. Da die HOEB4U erst nach Beendigung der Besucherbefragung mit der Ausweitung ihres Veranstaltungsangebotes beginnen will, ist dieser hohe Anteil an Nichtnutzern von Veranstaltungen nachvollziehbar. Dennoch gaben 89 Personen (39 %) ihre Meinung über das Veranstaltungsprogramm der HOEB4U ab. Von diesen beurteilten 31 Prozent (absolute Häufigkeit 71) das Angebot als „sehr gut“ oder „gut“. 8 Prozent (absolute Häufigkeit 18) fanden das Veranstaltungsangebot „mittelmäßig“. Die Antwortmöglichkeiten „eher schlecht“ und „sehr schlecht“ wurden von keinem Besucher markiert. Der Mittelwert beträgt 2,04. Da 61 Prozent der Befragten keine Aussage zum Veranstaltungsprogramm abgaben, sondern die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ wählten, ist dieser Mittelwert jedoch nicht aussagekräftig.

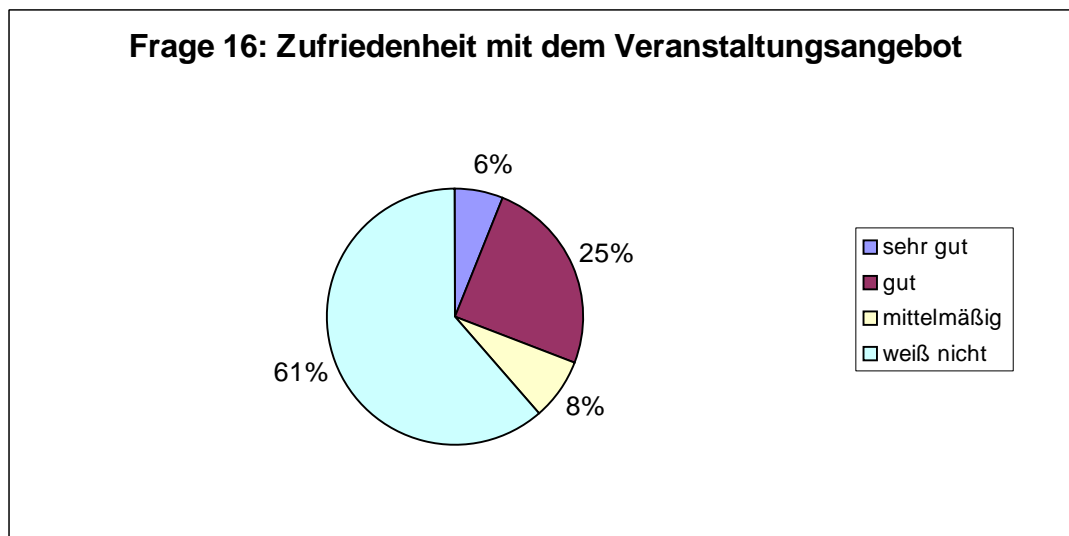


Abbildung 30: Zufriedenheit mit dem Veranstaltungsangebot  
 Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

Von den zehn Befragten, die bereits eine Veranstaltung in der HOEB4U besucht hatten, beurteilten zwei Personen das Angebot als „sehr gut“, drei als „gut“ und fünf als „mittelmäßig“.

Bei der Frage nach Wünschen in Bezug auf Veranstaltungen in der HOEB4U waren Mehrfachnennungen möglich. Es wurden fünf Vorschläge vorgegeben sowie die Möglichkeit für die Nennung eines eigenen Vorschlages. Insgesamt wurden 338 Antworten erteilt. 28 Prozent der Antworten fielen auf eine Lesung, 19 Prozent auf eine Spieleveranstaltung, wie z. B. mit PlayStation-Spielen, 10 Prozent der Stimmen erhielt der Poetry Slam, neun Prozent der Leseclub und acht Prozent FanFiction. Der hohe Wert bei der Antwortmöglichkeit „Lesung“ entspricht leider nicht den Erfahrungen der HOEB4U-Mitarbeiter mit einer solchen Veranstaltung. Bisher erschienen zu den Lesungen, sofern diese nicht im Rahmen von stadtweiten Veranstaltungsreihen wie den Vattenfall Lesetagen oder dem Bücherherbst stattfanden, immer sehr wenige Jugendliche (vgl. ACHBERGER 2006c).

Bei den eigenen Vorschlägen wurden z. B. eine Lan-Party, ein Manga/Animeclub, Konzerte von Hobby-Bands, Lesewettbewerbe, Kinoabende, eine Karaoke-Party, eine Autorenwerkstatt, Hörspielabende und ein Diskussionclub genannt.

### 6.5.5. Freizeitbibliothek

Die freizeitorientierte Konzeption der HOEB4U beurteilten 233 Personen. Der Großteil (70 %) findet die Freizeitorientierung „sehr gut“ oder „gut“. 57 Personen, also rund ein Viertel aller Befragten beantwortete die Fragestellung mit den Antwortmöglichkeiten „mittelmäßig“ oder gar „eher schlecht“ und „sehr schlecht“. Der Mittelwert von 1,85 erteilt der Freizeitorientierung der HOEB4U dennoch ein gutes Ergebnis. Es kann somit festgestellt werden, dass die Besucher die Konzeption der HOEB4U als ausschließlich freizeitorientierte Jugendbibliothek annehmen und überwiegend positiv bewerten.

Die Beurteilung der Freizeitorientierung und demnach das Fehlen von Literatur für Schule, Ausbildung und Studium hängt nicht mit dem Alter der Befragten zusammen. Sowohl jüngere, zielgruppenzugehörige und ältere Besucher beurteilten die Konzeption im positiven wie im negativen Sinne relativ gleich. Nur bei der Schulbildung zeigte sich, dass Besucher mit einer höheren Schulbildung (Abitur/Fachhochschulreife und Fachhochschul- Hochschulabschluss) die Freizeitorientierung negativer bewerteten als Befragte mit Haupt- und Realschulabschluss. 17 der insgesamt 21 Stimmen zu den Antwortmöglichkeiten „eher schlecht“ und „sehr schlecht“ stammen von Personen mit höherem Schulabschluss.

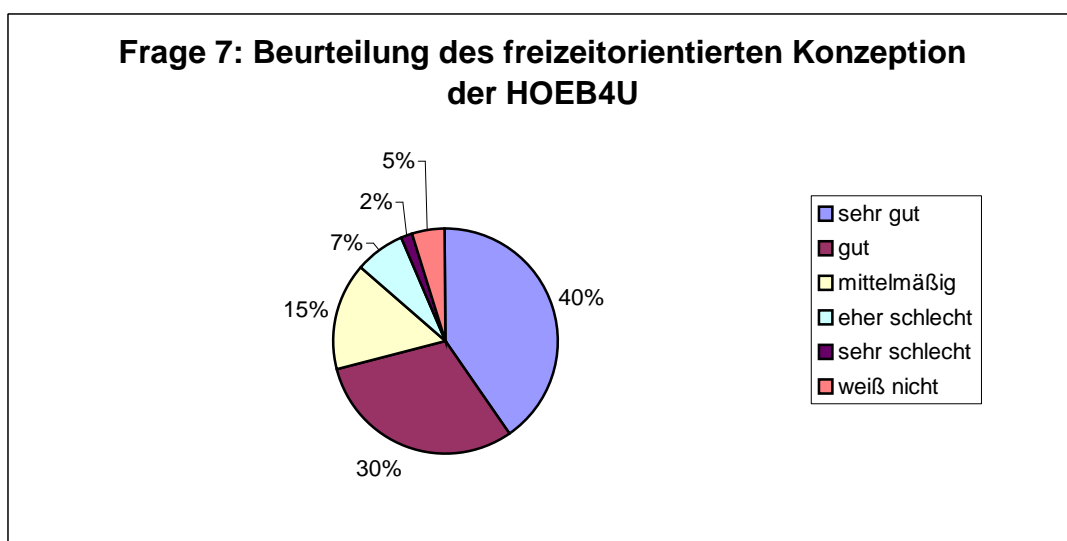


Abbildung 31: Beurteilung der freizeitorientierten Konzeption der HOEB4U  
Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

### 6.5.6. Juniorfirma

Die Frage nach der Beurteilung der HOEB4U als Juniorfirma wurde im Vergleich mit den anderen Fragestellungen des Fragebogens sehr positiv beantwortet. Von den 233 Antworten fiel keine schlechter als „mittelmäßig“ aus. 73 Prozent, also 170 Personen fanden die Idee der Juniorfirma „sehr gut“. Weitere 24 Prozent (absolute Häufigkeit 57) beurteilten die Juniorfirma als „gut“. Lediglich fünf Personen markierten den Wert „mittelmäßig“. Somit liegt der Mittelwert der ausgewerteten Antworten bei 1,29. Dieses Ergebnis zeigt, dass die Befragten die Konzeption der HOEB4U als Juniorfirma und die Idee Auszubildende selbständiger und eigenverantwortlicher arbeiten zu lassen unterstützen.

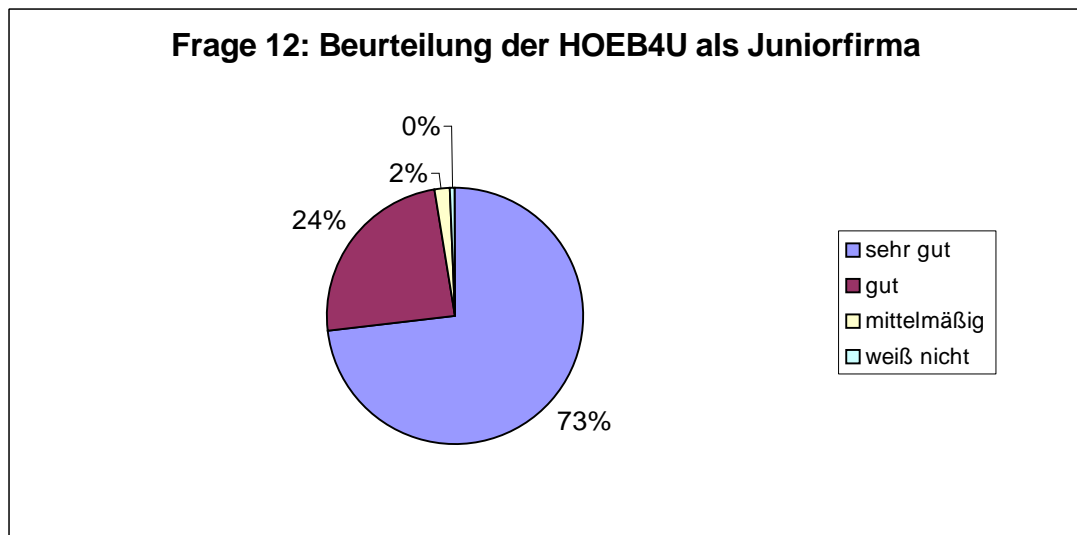


Abbildung 32: Beurteilung der HOEB4U als Juniorfirma

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

### 6.5.7. Eigene Jugendbibliothek

Das Ergebnis der Fragestellung nach der Bedeutung einer eigenständigen Jugendbibliothek fiel ebenfalls sehr positiv aus. 97 Prozent (absolute Häufigkeit 225) der 232 antwortenden Personen fanden das Bestehen einer eigenen Jugendbibliothek „sehr wichtig“ oder „wichtig“. Vier Befragte hatten hierzu keine Meinung und markierten die Antwortmöglichkeit „ist mir egal“. Die Werte „weniger wichtig“ und „unwichtig“ wurden insgesamt von 3 Besuchern angekreuzt. Der Mittelwert liegt bei 1,34 und zeigt deutlich, dass den Jugendlichen eine eigenständige Jugendbibliothek

im Verbund der Bücherhallen Hamburg sehr wichtig ist. Hiermit bestätigt sich die Theorie, dass Jugendliche gerne über eigene Bereiche in öffentlichen Bibliotheken verfügen bzw. sich eigene Jugendbibliotheken wünschen<sup>74</sup> und der HOEB4U daher auch eine große Bedeutsamkeit zugestehen.

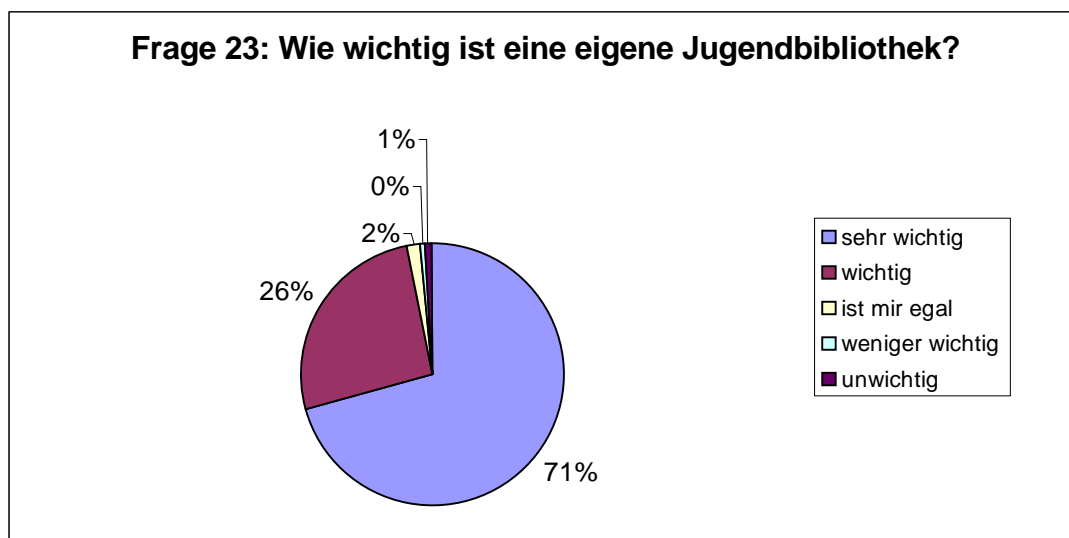


Abbildung 33: Bedeutsamkeit einer eigenen Jugendbibliothek  
Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

#### 6.5.8. Weiterempfehlung der HOEB4U

Eine überwältigende Mehrheit der 227 Antworten auf die Frage „Würdest Du die HOEB4U weiterempfehlen?“ fiel auf die Antwortmöglichkeit „Ja“. 207 Besucher (91 %) wählten diesen Wert, lediglich 5 der Befragten markierten „Nein“.

Die Besucher würden die HOEB4U überwiegend aufgrund des aktuellen, umfassenden und jugendorientierten Angebotes empfehlen. Auch die Tatsache, dass sie eine Bibliothek speziell für Jugendliche ist, wurde von vielen Befragten als Begründung angegeben.

Als Gründe, die HOEB4U nicht weiterzuempfehlen, wurde zweimal die weite Entfernung zum Wohnort genannt. Ein Besucher fände es besser, dass Angebot in allen Stadtteilbibliotheken zu verbessern, anstatt eine einzige Bibliothek als

<sup>74</sup> siehe Kapitel 3.1.2. Bedürfnisse und Erwartungen

Prestigeobjekt zu eröffnen, für einen anderen ist das Angebot in den Stadtteilbibliotheken und der Zentralbibliothek ausreichend. Der fünfte Befragte, der die HOEB4U nicht weiterempfehlen würde, begründete dies damit, dass die HOEB4U seiner Meinung bisher noch nicht so viele Kunden anziehen würde und er daher aus aktuellen Medien in gutem Zustand auswählen kann. Um diesen Standard zu erhalten, würde er die HOEB4U nicht weiterempfehlen.

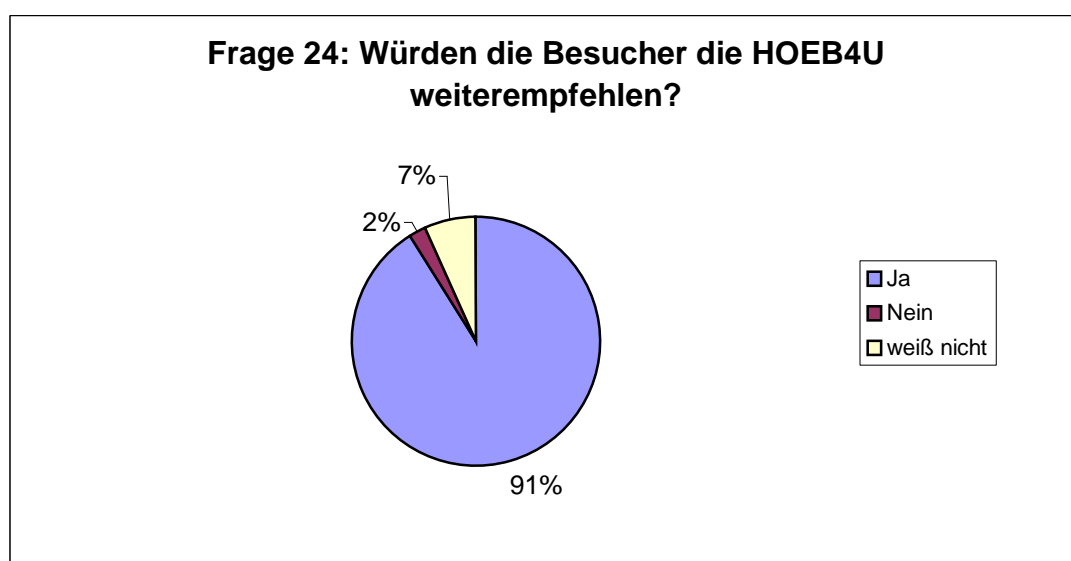


Abbildung 34: Würden die Besucher die HOEB4U weiterempfehlen?

Quelle: Eigene Darstellung nach den Ergebnissen der Befragung

#### 6.5.9. Wünsche der Besucher

Wie bereits bei der offenen Fragestellung nach Verbesserungsvorschlägen für die Räumlichkeiten der HOEB4U zeigte sich auch bei der offenen Frage nach generellen Anregungen, Wünschen und Verbesserungsvorschlägen, dass lediglich 86 Personen diese Möglichkeit nutzten.

Die Wünsche der Befragten lassen sich in drei Kategorien zusammenfassen: Anregungen bezüglich des Printmedienbestandes, Wünsche für den Nonbook-medienbestand und sonstige Verbesserungsvorschläge.

Bei den Printmedien wurde mehrfach der Wunsch nach Literatur für ältere Jugendliche geäußert. Da die Zielgruppe der HOEB4U Personen bis zum Alter von

24 Jahren umfasst, sollten diese beim Bestandsaufbau evtl. stärker berücksichtigt werden. Drei Besucher vermissen neben den Mangas ein breiteres und anspruchsvolleres Comicangebot.

Im Bereich der Nonbookmedien dominieren die Wünsche bezüglich DVDs sowie Computer- und Konsolenspielen. Der Bestand an DVDs sollte demnach erweitert und noch aktueller gehalten werden. Bei den Konsolenspielen wurde vier Mal der Anschaffungsvorschlag für Gamecube-Spiele geäußert. Darüber hinaus herrscht auch hier der Wunsch nach einem größeren Bestand und einer höheren Aktualität.

Als sonstige Anregungen wurden bspw. die Öffnung des Bestandes für den Leihverkehr innerhalb der Bücherhallen Hamburg, eine stärkere Beteiligung der Jugendlichen, Öffnungszeiten am Montag und Samstag und die Einrichtung einer Cafeteria genannt. Es gab jedoch auch negative Stimmen: ein Befragter äußerte sich wie folgt: „[Unterhaltungsmedien] können gerne als „Lockvögel“ dienen, aber Sinn einer öffentlich finanzierten Bücherhalle sollte [es] auch sein, die Kids an Medien heranzuführen, die sie vorher nicht kannten. Durch eine reine Unterhaltungsbücherhalle werden keine Schichtunterschiede u. Ä. ausgeglichen. Die Jugendlichen sollten zumindest ab und an mal über etwas „Höherwertiges“ stoßen können“ (Fragebogen Nr. 183).

## **6.6. Fazit der Besucherbefragung**

Da die Ergebnisse der einzelnen Fragestellungen bereits ausführlich dargelegt wurden, sollen an dieser Stelle lediglich die in Kapitel 5.1.1. „Gründe für die Befragung“ aufgeworfenen Fragen beantwortet werden, die mithilfe der Besucherbefragung geklärt werden sollten.

Die Frage danach, ob die zielgruppenspezifische Bibliotheksarbeit der HOEB4U erfolgreich ist, kann nach der Auswertung mit „Ja“ beantwortet werden. Grundsätzlich ist jedoch festzuhalten, dass sich durch die Besucherbefragung lediglich Tendenzen aufzeigen lassen, da die HOEB4U zum Zeitpunkt der Befragung erst ein knappes Jahr eröffnet war. Nach einer mehrjährigen Laufzeit kann endgültig



festgestellt werden, ob die freizeitorientierte Konzeption der HOEB4U in der Lage ist, jugendliche Kunden dauerhaft an die Bibliothek zu binden.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die in Kapitel 5.1.1. gestellte Frage „Sind die Besucher zufrieden mit den Angeboten und Leistungen der HOEB4U?“ ebenfalls positiv beantwortet werden kann. Sowohl in Bezug auf den Bestand, das Personal, die Räumlichkeiten und die Veranstaltungen zeigt sich deutlich, dass die Kunden der HOEB4U mit dem Angebot überwiegend sehr zufrieden sind.

Wie die Auswertung der Befragung zeigt, kann die Fragestellung „Wird die angestrebte Zielgruppe erreicht?“ nicht eindeutig beantwortet werden. Unter den Besuchern der HOEB4U finden sich auffällig viele ältere Nutzer über 25 Jahren. Dies mag zu einem Großteil an den attraktiven und aktuellen Nonbookmedien liegen sowie an der Tatsache, dass die HOEB4U nicht als Freizeitort und Treffpunkt für Jugendliche konzipiert wurde und somit ältere Besucher nicht in die Verlegenheit kommen, sich zwischen jugendlichen Kunden, die sich in der Bibliothek aufhalten und gemeinsam Freizeit verbringen, deplaciert zu fühlen.

Die Frage „Wer nutzt tatsächlich die HOEB4U und zu welchem Zweck?“ wurde in der Auswertung bereits umfassend erörtert. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die HOEB4U neben zielgruppenzugehörigen Besuchern zu knapp einem Viertel jüngere Kunden und zu über 30 Prozent ältere Personen anspricht. Der überwiegende Anteil an Besuchern verfügt über einen höheren Schulabschluss bzw. strebt einen solchen an. Neben Kunden aus dem Bezirk Altona, also der näheren Umgebung der Jugendbibliothek, zieht die HOEB4U zu knapp 40 Prozent Besucher aus anderen Stadtteilen an. Die befragten Kunden nutzen die HOEB4U ihrer Konzeption entsprechend zum Ausleihen von Medien und nicht zum Aufhalten.

Die Befragungsergebnisse zur Freizeitorientierung zeigen zwar, dass die in Kapitel 5.1.1. aufgeworfene Frage „Wird die Konzeption einer reinen Freizeitbibliothek für Jugendliche von den Besuchern angenommen?“ überwiegend positiv beantwortet werden kann, dennoch muss festgestellt werden, dass rund ein Viertel der Befragten die reine Freizeitorientierung mit „mittelmäßig“ oder schlechteren Werten beurteilt.

Wie die Fachwelt, so scheinen auch die Besucher der HOEB4U in Pro und Contra Freizeitorientierung gespalten zu sein. Da in dieser Arbeit ausschließlich Kunden der HOEB4U die Freizeitorientierung beurteilten, wäre eine Nichtnutzerbefragung zu empfehlen, um herauszufinden, wie diese die Konzeption der HOEB4U bewerten.

Die Tatsache, dass eine Bibliothek nur für junge Erwachsene eröffnet wurde, zeigt Hamburger Jugendlichen, dass man sich in Bibliotheken für sie interessiert und sie als wichtige Kundengruppe wahr nimmt. Der aktuelle und an dem Medienverhalten junger Erwachsener orientierte Medienbestand zieht junge Kunden aus dem ganzen Stadtgebiet an. Auch die Konzeption als Juniorfirma trägt zur Beliebtheit der HOEB4U bei, da Jugendliche mit den Auszubildenden und dem lockeren Umgangston sicherlich nicht die in Kapitel 3.1.1. „Hinderungsgründe“ beschriebenen negativen Meinungen über Mitarbeiter in Bibliotheken in Verbindung bringen.

## **6.7. Maßnahmenkatalog**

Trotz der positiven Auswertung der Besucherbefragung, die zeigt, dass die Kunden mit der HOEB4U überwiegend sehr zufrieden sind, werden an dieser Stelle einige Vorschläge für die Optimierung einzelner Sachverhalte gegeben. Die Anregungen basieren auf den Erkenntnissen aus den Kapiteln 2 und 3 zur Lebensphase Jugend und zur freizeitorientierten Jugendbibliotheksarbeit.

Die Konzeption sieht vor, dass die HOEB4U kein Ort sein soll, an dem sich Jugendliche treffen, um dort gemeinsam ihre Freizeit zu verbringen<sup>75</sup>. Die Ausführungen in Kapitel 3<sup>76</sup> zeigen jedoch deutlich, dass Jugendliche in Bibliotheken einen Freizeitort sehen wollen, an dem sie Zeit mit ihren Freunden verbringen oder den sie zum Lesen nutzen können. Auch aufgrund der Tatsache, dass das Treffen mit Freunden die wichtigste non-mediale Freizeitbeschäftigung junger Erwachsener ist<sup>77</sup>, sollte die HOEB4U darüber nachdenken, sich ihren jugendlichen Kunden beispielsweise durch mehr und bequemere Sitzmöglichkeiten, einen

---

<sup>75</sup> siehe Kapitel 4.4.4. Raumkonzept

<sup>76</sup> siehe Kapitel 3.1.2. Bedürfnisse und Erwartungen und Kapitel 3.3.2. Räumlichkeiten und Ausstattung

<sup>77</sup> siehe Kapitel 2.5. Freizeitverhalten

Getränkeautomat oder Ähnliches als Freizeitort zu präsentieren, um langfristig nicht nur als Ort zur Ausleihe aktueller Medien gesehen zu werden, sondern als attraktive Alternative zu Cafe's, Jugendzentren etc.

Auch eine bessere technische Ausstattung würde noch mehr jugendliche Kunden von der HOEB4U überzeugen. Die Möglichkeit in der HOEB4U CDs hören zu können oder Computerspiele zu spielen, würde die Attraktivität steigern. Dieser Verbesserungsvorschlag bezieht sich vor allem auf die Forderung, alle angebotenen Medienarten innerhalb der Bibliothek nutzen zu können<sup>78</sup>.

In Bezug auf die Medien empfiehlt die Autorin vermehrt Sachbücher zur Ausleihe bereit zu stellen und hierbei das Spektrum auszuweiten. Es sollten verstärkt Titel angeboten werden, die es Jugendlichen auch in ihrer Freizeit ermöglichen, sich für Themen wie Kunst, Technik etc. zu interessieren oder sich bestimmten Hobbys zu widmen. Gerade aufgrund der Erkenntnisse zum Leseverhalten Jugendlicher, die deutlich machen, dass viele junge Menschen informationsorientiert lesen<sup>79</sup>, um sich weiterzubilden oder einem Hobby nachzugehen, sowie in Vorbereitung auf das lebenslange Lernen kann sich nach Ansicht der Autorin eine freizeitorientierte Bibliothek langfristig nicht vor diesen Bedürfnissen ihrer Kunden verschließen.

Wie beschrieben, ist ein bedeutender Faktor für erfolgreiche freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit die Beteiligung der Zielgruppe<sup>80</sup>. Nach Ansicht der Autorin ist dies von herausragender Bedeutung, um eine Bibliothek langfristig für Jugendliche interessant zu machen und sie an die Bibliothek zu binden. In dem sie das Angebot selbst mitgestalten, können sich die Jugendlichen besser mit „ihrer“ Bibliothek identifizieren und werden so zu regelmäßigen Besuchern. Für die HOEB4U bietet sich eine stärkere Mitbestimmung der jugendlichen Kunden für die Bereiche Bestandsaufbau, Veranstaltungsarbeit und den Ausbau der Internetseite an.

---

<sup>78</sup> siehe Kapitel 3.3.2. Räumlichkeiten und Ausstattung

<sup>79</sup> siehe Kapitel 2.7. Leseverhalten

<sup>80</sup> siehe Kapitel 3.3.6. Mitbestimmung Jugendlicher

Hierbei könnte beispielsweise auch über die Einrichtung eines Teen Councils<sup>81</sup> nachgedacht werden.

Für den Bereich Veranstaltungen sollten zukünftig noch stärker das Medien-nutzungsverhalten und die Interessen heutiger Jugendlicher aufgegriffen werden und diese an Planung und Umsetzung beteiligt werden. Darüber hinaus bieten sich Kooperationen mit Institutionen an, die bereits Erfahrung in der Veranstaltungsarbeit mit jungen Erwachsenen haben und von denen die Mitarbeiter und besonders die Auszubildenden der HOEB4U sicherlich noch lernen könnten. Auch in Bezug auf eine Kostenersparnis wäre über Kooperationen nachzudenken.

Zu empfehlen sind Veranstaltungskonzepte, die die Medienkompetenz der jugendlichen Zielgruppe gezielt fördern, da dies ein erklärtes Ziel der HOEB4U ist<sup>82</sup>. Obwohl Jugendliche schnell Kompetenzen für neue Medien erwerben<sup>83</sup>, sollte die Bibliothek sie dabei unterstützen, Medien sinnvoll zu nutzen und die dort enthaltenen Informationen bewerten zu lernen. Darüber hinaus kann die HOEB4U helfen, das häufig passive Mediennutzungsverhalten der Familien aufzufangen und auszugleichen<sup>84</sup>.

Des Weiteren würde die Autorin Veranstaltungen vorschlagen, die sich eine aktivere Vermittlung von Literatur und die Förderung von Lesekompetenz zum Ziel setzen und hierbei das veränderte Leseverhalten Jugendlicher berücksichtigen. Somit kann versucht werden, den Leseknick Jugendlicher zu verhindern sowie den erwähnten schwindenden Familieneinfluss im Lesen aufzufangen<sup>85</sup>.

Obwohl die HOEB4U mit ihrem Angebot, wie die Auswertung der Besucherbefragung zeigt, neue Kunden anzieht<sup>86</sup>, könnte deren Zahl durch verstärkte Kooperationen mit Institutionen, an denen sich Jugendliche aufhalten oder die mit Jugendlichen arbeiten sicherlich noch erhöht werden. Hierbei empfiehlt die Autorin besonders Kooperationen mit Schulen einzugehen. Gerade im Hinblick darauf, dass

---

<sup>81</sup> siehe Kapitel 3.3.6. Mitbestimmung Jugendlicher

<sup>82</sup> siehe Kapitel 4.1. Ziele der Hamburger Jugendbibliotheksarbeit

<sup>83</sup> siehe Kapitel 2.6. Medienverhalten

<sup>84</sup> siehe Kapitel 2.6. Medienverhalten

<sup>85</sup> siehe Kapitel 2.7. Leseverhalten

<sup>86</sup> siehe Kapitel 6.4.5. Kundenkartenausstellung in der HOEB4U

Schulen die Orte sind, an denen sich die Mehrzahl der Zielgruppe aufhält, ist es für eine Jugendbibliothek unumgänglich, mit Schulen zusammen zu arbeiten<sup>87</sup>. Auch um die bisher in der HOEB4U deutlich unterrepräsentierten Hamburger Hauptschüler<sup>88</sup> auf die Jugendbibliothek aufmerksam zu machen, ist es zweckmäßig Hauptschulen aufzusuchen oder einzelne Klassen zu Klassenführungen einzuladen.

In Hinblick auf den erhöhten Bedarf an Beratung und Orientierungshilfe der jugendlichen Zielgruppe<sup>89</sup> sind Kooperationen mit Institutionen wie dem Jugendamt zu empfehlen, die Jugendliche bei Fragen des Alltagsmanagements, der Berufswahl oder Schwierigkeiten in der Familie etc. innerhalb der HOEB4U-Räumlichkeiten unterstützen und beraten.

Insgesamt empfiehlt die Autorin die HOEB4U stärker als Experimentierlabor zu nutzen, da der Jugendbibliothek in den Zeisehallen, wie erwähnt, ein Experimentierfeld zur Verfügung steht<sup>90</sup>, dass es ermöglicht, neue und auch unkonventionelle Ideen auszutesten und umzusetzen.

---

<sup>87</sup> siehe Kapitel 3.3.5. Öffentlichkeitsarbeit

<sup>88</sup> siehe Kapitel 6.3.3. Schulbildung

<sup>89</sup> siehe Kapitel 2.3. Jugend heute

<sup>90</sup> siehe Kapitel 4.2. Entstehung der HOEB4U und 4.4.6. Experimentierlabor Jugendbibliothek

## 7. Fazit

Die Hamburger Jugendbibliothek HOEB4U hat das Bild öffentlicher Bibliotheken für Jugendliche verändert. Ihre Akzeptanz zeigt, dass freizeitorientierte Jugendbibliotheksarbeit dazu beitragen kann, junge Erwachsene für Bibliotheken zu interessieren und sie wieder als regelmäßige Besucher zu gewinnen. Die Frage danach, ob eine ausschließliche Freizeitorientierung allerdings der zukunftsweisende Weg ist, um den Bruch zwischen Jugendlichen und der Bibliothek zu vermeiden und statt dessen jungen Menschen die öffentliche Bibliothek als neuen Freizeitort zu präsentieren, der sich auf ihre Wünsche und Bedürfnisse einstellt, kann nicht abschließend beantwortet werden. Das Modell der freizeitorientierten Jugendbibliotheksarbeit ist noch zu neu und selbst die Fachliteratur hat sich bisher, bis auf die vorgestellten Praxisbeispiele, noch nicht mit diesem Thema beschäftigt. Somit können zu diesem Zeitpunkt lediglich Fragen bzw. Thesen formuliert werden, die es in der Jugendbibliotheksarbeit in Zukunft zu beantworten oder zu berücksichtigen gilt.

Aus Sicht der Autorin kann kein endgültiges Urteil für oder gegen freizeitorientierte Jugendbibliotheken gefällt werden. Das Argument, dass viele Jugendliche in Bibliotheken nur Orte sehen, an denen für Hausaufgaben gelernt werden muss, spricht für die Freizeitorientierung. Auch um Jugendliche mit neuen Konzeptionen vom alten Bild einer Bibliothek abzubringen, sind freizeitorientierte Jugendbibliotheken sicherlich eine gute Möglichkeit.

Die in Kapitel 5 „Vorbereitung und Durchführung der Besucherbefragung“ gestellte Frage, ob die Konzeption der HOEB4U Modellcharakter für andere Jugendbibliotheken haben könnte, kann aufgrund der Ergebnisse der Befragung zwar mit „Ja“ beantwortet werden. Dennoch sieht die Autorin die Möglichkeit einer Umsetzung von ausschließlich freizeitorientierten Jugendbibliotheken nur in großen Bibliothekssystemen wie den Bücherhallen Hamburg als sinnvoll an. Nur in diesen kann der Bedarf an Sachliteratur für Schule, Beruf, Studium oder Hobby durch eine große Anzahl an Stadtteilbibliotheken gedeckt werden. Doch auch in einem großen Bibliothekssystem sollten rein freizeitorientierte Jugendbibliotheken nur dann

entstehen, wenn diese über einen umfangreichen Sachbuchbestand verfügen, der es Jugendlichen ermöglicht, sich auch in ihrer Freizeit mit Sachthemen auseinander zu setzen.

Gerade in Hinblick auf unsere heutige Wissensgesellschaft und die gestiegenen Anforderungen an Jugendliche, stellt sich die Frage, ob eine ausschließlich freizeitorientierte Jugendbibliothek bei der Zielgruppe langfristig auf Akzeptanz stößt. Wie bereits dargestellt, sind sich junge Menschen sehr bewusst darüber, wie sich ihre Bildung auf ihre Zukunft auswirkt<sup>91</sup> und somit ist es fraglich, ob die Zielgruppe eine rein freizeitorientierte Jugendbibliothek auf Dauer annehmen wird. Da es bereits erfolgreiche Mischformen der Jugendbibliotheksarbeit gibt<sup>92</sup>, also Jugendbibliotheken, die schulrelevante Literatur anbieten, aber dennoch einen Schwerpunkt auf Freizeitorientierung legen, könnten diese Konzeptionen zukünftig für das jugendliche Publikum interessanter sein.

Vielleicht ist die konzeptionelle Ausrichtung und die Entscheidung für oder gegen schulrelevante Literatur aber auch gar nicht das entscheidende Kriterium, um die jugendliche Zielgruppe an die Bibliothek zu binden. Möglicherweise kommt es vielmehr darauf an, Jugendlichen einen Raum zu schaffen, der auf ihre Wünsche und Bedürfnisse zugeschnitten ist. Jugendliche möchten sich in der Bibliothek verstanden und willkommen fühlen und wollen ihre Bibliothek und deren Angebote aktiv mitgestalten.

Welche Form des jugendspezifischen Bibliotheksangebotes langfristig für Jugendliche interessant und ansprechend ist, wird die Zukunft zeigen. Es wird jedoch sicherlich darauf ankommen, welche Bedeutung die bibliothekarische Fachwelt der Thematik Jugendbibliotheksarbeit beimisst. Nicht nur Kinder sondern auch Jugendliche sind die Kunden der Gegenwart und der Zukunft öffentlicher Bibliotheken. Daher ist es notwendig, Letztere zukünftig stärker in den Blickpunkt bibliothekarischer Konzepte zu rücken.

---

<sup>91</sup> siehe Kapitel 2.3. Jugend heute

<sup>92</sup> siehe Kapitel 3.3.8. Beispiele freizeitorientierter Jugendbibliotheksarbeit

## **Literaturverzeichnis**

### **ACHBERGER 2006a**

Achberger, Janette: Interview. Hamburg, 09.10.2006

### **ACHBERGER 2006b**

Achberger, Janette: Interview. Hamburg, 27.10.2006

### **ACHBERGER 2006c**

Achberger, Janette: Interview. Hamburg, 14.11.2006

### **ATTESLANDER 2000**

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 9. Aufl. Berlin : de Gruyter, 2000. – ISBN 3-11-016835-9

### **BAACKE 1999**

Baacke, Dieter: Jugend und Jugendkulturen : Darstellung und Deutung. 3. Aufl. Weinheim : Juventa, 1999. – 3-7799-0426-8

### **BASCHIN 1992**

Baschin, Bärbel ; Goedecke, Helga ; Schumacher, Regina ; Steinwerth, Petra ; Wagner, Gudrun: Bibliotheksarbeit für junge Erwachsene. In: Förderverein für Jugend- und –sozialarbeit (fjs) (Hrsg.): Jugend und Bibliotheken : Fachtagung zum 2. Oktoberseminar des fjs am 14.10.1992. Berlin, 1992, S. 35-44

### **BEHRENDT 2003**

Behrendt, Brigitte ; Schmidt Coenen, Ursula ; Leschner, Martina: freestyle – action+fun, boyz´n´girls, lifestyle, thrill : das neue Bibliotheksangebot ab 14 in Düsseldorf und Mönchengladbach. In: ProLibris (2003), Nr. 4, S. 179-185

### **BENDIG 1999**

Bendig, Bernd: Von der Zielgruppe zur Dienstleistung : komplexe Fremdleistungen der ekz für den zielgruppenorientierten Bestandsaufbau am Beispiel der Teenage Library. In: BuB (1999), Special, S. 52-54

### **BENDIG 2003**

Bendig, Bernhard: Jugendbibliothek : Alter Gedanke – neue Ideen ; ein Projekt der Stadtbüchereien Düsseldorf, der Stadtbibliothek Mönchengladbach und der ekz. Reutlingen : ekz.bibliotheksservice, 2003



**BERTELSMANN 2000**

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): Lesen fördern in der Welt von morgen : Modelle für die Partnerschaft von Bibliothek und Schule. – Gütersloh : Bertelsmann Stiftung, 2000. – ISBN 3-89204-524-0

**BIBWEB**

EKZ Bibliotheksservice (Hrsg.): Bibweb E-Learning-Kurs „Fokus Jugend“ : Jugendbibliotheksarbeit. – <http://www.bibweb.de> [Stand: 2006-09-20]

**BIEREND 1992**

Bierend, Christiane ; Funke, Juliane: Bibliotheken für Kinder und Jugendliche : konzeptionelle Überlegungen für die weiter Entwicklung in den Öffentlichen Bibliotheken Berlins. In: Förderverein für Jugend- und –sozialarbeit (fjs) (Hrsg.): Jugend und Bibliotheken : Fachtagung zum 2. Oktoberseminar des fjs am 14.10.1992. Berlin, 1992, S. 32-34

**BONFADELLI 1993**

Bonfadelli, Heinz ; Fritz, Angela: Lesen im Alltag von Jugendlichen. In: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): Leseerfahrungen und Lesekarrieren. Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 1993 (Lesesozialisation ; Bd. 2). – ISBN 3-89204-85-0, S. 7-213

**BROSIUS 2004**

Brosius, Felix: SPSS 12. Bonn : mitp, 2004. – ISBN 3-8266-1490-9

**BUCHER 2004**

Bucher, Priska: Leseverhalten und Leseförderung : zur Rolle von Schule, Familie und Bibliothek im Medienalltag Heranwachsender. Zürich : Verl. Pestalozzianum, 2004. – ISBN 3-03755-015-5

**BUSSE 2006**

Busse, Christina: Und abends in die Bücherei : die Ausleihtitel sind freizeitorientiert, die Mitarbeiter jung ; Warum in Hamburg scharenweise 14- bis 24-Jährige in „ihre“ hoeb4u strömen. In: Börsenblatt (2006) Spezial Kinder- und Jugendbuch, Sondernr. 6, S. 38-39

**DBI 1988**

Kommission des Deutschen Bibliotheksinstituts für Kinder- und Jugendbibliotheken (Hrsg.) : Die Kinder- und Jugendbibliothek. Berlin : DBI, 1988 (DBI-Materialien ; 74). – ISBN 3-87068-874-2

**DBI 1994**

Deutsches Bibliotheksinstitut (Hrsg.): Bibliotheksarbeit für Jugendliche : Entwicklung und Erprobung neuer Konzepte ; Band 1: Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitforschung. Berlin: DBI, 1994 (DBI-Materialien ; 133). – ISBN 3-87068-933-1

**DBI 1997**

Deutsches Bibliotheksinstitut (Hrsg.): Bibliotheksarbeit für Jugendliche : Entwicklung und Erprobung neuer Konzepte ; Band 2: Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitforschung: Evaluation. Berlin: DBI, 1997 (DBI-Materialien ; 159). – ISBN 3-87068-959-5

**DIPPL 2004**

Dipl, Zorana ; Elster, Frank ; Fassbender, Guido ; Fiedler, Wolfgang ; Rouvel, Jeanette: Das Ausbildungskonzept Juniorfirma. Nürnberg : Bildung und Wissen Verl., 2004. – ISBN 3-8214-7634-6

**EKZ 2007**

EKZ Bibliotheksservice (Hrsg.): Freestyle : das ekz-Angebot 2007. Reutlingen : ekz.bibliotheksservice, 2007

**EXIT-AG 1999**

EXIT-AG (Hrsg.): Informationen aus dem Kinderbuch-Lektorat über „EXIT-AG“. Hamburg : Hamburger Öffentliche Bücherhallen, [unveröff.]

**EXIT-AG 2003**

EXIT-AG (Hrsg.): Konzept zur Planung einer zentralen Jugendbibliothek in den Zeisehallen. Hamburg : Hamburger Öffentliche Bücherhallen, [unveröff.]

**FRIEDRICHS 1990**

Friedrichs, Jürgen: Methoden empirischer Sozialforschung. 14. Aufl. Opladen : Westdt. Verl., 1990 (WV-Studium ; 28). – ISBN 3-531-22028-4

**GALLACH 2005**

Gallach, Tina: Gegen den Leseknick : mit Comics und PC-Spielen will eine neue Bibliothek in Hamburg Jugendliche zu den Büchern locken. In: Focus (2005), Nr. 52, S. 3

**GLASE 2007**

Glase, Katharina <heimann@stb-mitte.de>: Berliner Jugendmedienetage @hugo. Persönliche E-Mail (06.03.2007)

**GRUBE 2007**

Grube, Henner <Henner.Grube@ekz.de>: ekz-Konzept freestyle. Persönliche E-Mail (09.03.2007)

**HACHMANN 2002**

Hachmann, Ute: Angebote für junge Kunden in öffentlichen Bibliotheken – von Los Angeles nach Brilon : internationale Bibliotheken. [http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-0A000F0A-DA4CBCD4/bst/Hachmann\\_Angebote\\_Junge\\_Kunden.pdf](http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-0A000F0A-DA4CBCD4/bst/Hachmann_Angebote_Junge_Kunden.pdf) [Geladen: 2006-09-17]

**HEIDTMANN 1989**

Heidtmann, Horst: Überlegungen zur Jugendbibliotheksarbeit für Jugendliche. In: Informationen Jugendliteratur und Medien (1989), Heft 4, S. 170-179

**HEIDTMANN 1995**

Heidtmann, Horst ; Nagl, Manfred: Nütze die Jugend nicht: sie vergeht! : Öffentliche Bibliotheken, Jugendkultur und Jugendbibliotheksarbeit. <http://www.hdm-stuttgart.de/ifak/publikationen/ifak/pdfs/jugend.PDF> [Geladen: 2006-10-02]

**HEIDTMANN 2000**

Heidtmann, Horst: (Elektronische) Medien für Jugendliche : neue Aufgabenfelder der Jugendbibliotheksarbeit. – <http://www.hdm-stuttgart.de/ifak/publikationen/ifak/pdfs/aufgaben.PDF> [Geladen: 2006-09-20]

**HÖB 2006**

Bücherhallen Hamburg (Hrsg.): Jahresbericht 2005. Hamburg : Bücherhallen Hamburg, 2006

**HOEB4U 2006a**

HOEB4U (Hrsg.): Umgestaltung der Jugendbereiche in den Stadtteilbibliotheken. Hamburg : Bücherhallen Hamburg, [unveröff.]

**HOEB4U 2006b**

Bestandsstatistik der HOEB4U : Oktober 2006. Hamburg : Bücherhallen Hamburg, [unveröff.]

**HOEB4U 2006c**

Bestandsanalyse der HOEB4U : Dezember 2006. Hamburg : Bücherhallen Hamburg, [unveröff.]

**HOEB4U 2006d**

Ausleihstatistiken der HOEB4U : Januar 2006 bis Dezember 2006. Hamburg : Bücherhallen Hamburg, [unveröff.]

**HOEB4U 2006e**

Besucherstatistiken der HOEB4U : Januar 2006 bis Dezember 2006. Hamburg : Bücherhallen Hamburg, [unveröff.]

**HOEB4U 2006f**

Interessenkreise HOEB4U. Hamburg : Bücherhallen Hamburg, [unveröff.]

**HOEB4U 2007a**

Ausleihstatistiken der HOEB4U : Januar 2007 bis Februar 2007. Hamburg : Bücherhallen Hamburg, [unveröff.]

**HOEB4U 2007b**

Besucherstatistiken der HOEB4U : Januar 2007 bis Februar 2007. Hamburg : Bücherhallen Hamburg, [unveröff.]

**HURRELMANN 2000**

Hurrelmann, Klaus: Welche Rolle spielen heute die Bibliotheken für Jugendliche? : ein Beitrag zur Fortbildung „Bibliotheken für Jugendliche“. – <http://www.bertelsmann-stiftung.de/bst/en/media/ACFqhEBJZ.pdf> [Geladen: 2006-09-17]

**HURRELMANN 2005**

Hurrelmann, Klaus: Lebensphase Jugend : eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. 8. Aufl. Weinheim : Juventa-Verl., 2005. – ISBN 3-7799-1480-8

**IFLA 2001**

IFLA Sektion Bibliotheksarbeit mit Kindern und Jugendlichen (Hrsg.): Richtlinien für die Bibliotheksarbeit mit Jugendlichen. – <http://www.ifla.org/VII/s10/pubs/guidelines-de.pdf> [Geladen: 2006-10-01]

**JIM-STUDIE 2005**

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2005 : Jugend, Information, (Multi-)Media ; Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. – <http://www.mpfs.de/index.php?id=44> [Geladen: 2006-09-17]

**JIM-STUDIE 2006**

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2006 : Jugend, Information, (Multi-)Media ; Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. – <http://www.mpfs.de/index.php?id=86> [Geladen: 2006-12-02]

**JONES 1992**

Jones, Patrick: Connecting young adults and libraries : a how-to-do-it manual. New York : Neal-Schuman, 1992 (How-to-do-it manuals for libraries ; 19). – ISBN 1-55570-108-6

**KEMPER 1992**

Kemper, Christine: Befragungen : Marketing-Instrumentarium zur Erhebung von Daten. In: Deutsches Bibliotheksinstitut (Hrsg.): Die effektive Bibliothek : Endbericht des Projekts „Anwendung und Erprobung einer Marketingkonzeption für Öffentliche Bibliotheken“ ; Texte. Berlin : Dbi (Dbi-Materialien ; 119). – ISBN 3-87068-919-6, S. 29-51

**KIRCHHOFF 2003**

Kirchhoff, Sabine: Fragebogen : Datenbasis, Konstruktion, Auswertung. 3. Aufl. Opladen : Leske + Budrich, 2003 (UTB ; 2245). - ISBN 3-8100-3680-3 – ISBN 3-8252-2245-4 (UTB)

**KONZEPTION 2005**

HOEB4U (Hrsg.): Konzeption 2005 : Hamburgs erste Jugendbibliothek „HOEB4U“. Hamburg : Hamburger Öffentliche Bücherhallen, [unveröff.]

**KUEBLER 1994**

Kübler, Hans-Dieter: Images, Szenerien und Identitäten : Voraussetzungen und Perspektiven für eine zeitgemäße Bibliotheksarbeit für und mit Jugendlichen. In: Einkaufszentrale für öffentliche Bibliotheken (ekz) (Hrsg.): Neue Betriebsformen, Jugendliche, Multimedialität. [Reutlingen] : ekz, 1994 (ekz-Konzepte ; 2). – ISSN 0945-7135, S. 82-108

**LESEBAROMETER 2000**

Langen, Claudia (Hrsg.) ; Bentlage, Ulrike (Hrsg.): Das Lesebarometer – Lesen und Mediennutzung in Deutschland : eine Bestandsaufnahme zum Leseverhalten 1999. Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 2000. – ISBN 3-89204-490-2

**LESEVERHALTEN 2001**

Stiftung Lesen (Hrsg.): Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend : eine Studie der Stiftung Lesen. Hamburg : Spiegel-Verl., 2001 (Lesewelten ; 3). – ISBN 3-922695-14-0

**LEXIKON DER PSYCHOLOGIE 2000**

Lexikon der Psychologie : in fünf Bänden ; Bd. 1: A bis E. Heidelberg: Spektrum Akadem. Verl., 2000. – ISBN 3-8274-0312-X

**LEXIKON DER PSYCHOLOGIE 2001**

Lexikon der Psychologie : in fünf Bänden ; Bd. 2: F bis L. Heidelberg: Spektrum Akadem. Verl., 2001. – ISBN 3-8274-0461-4

### **LIFESTYLE-LIBRARIES 2002**

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): Lifestyle Libraries : Bibliotheken für junge Kunden ; Internationales Symposium, Dresden, 31. Mai – 1. Juni 2002 ; Projektinformationen. <http://www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/ACFnqJZx8.pdf> [Geladen: 2006-09-17]

### **MAYER 2004**

Mayer, Horst O.: Interview und schriftliche Befragung : Entwicklung, Durchführung und Auswertung. 2. Aufl. München : Oldenbourg, 2004. – ISBN 3-486-27539-9

### **MONKA 2005**

Monka, Michael ; Voß, Werner: Statistik am PC : Lösungen mit Excel 1997, 2000, 2002 und 2003. 4. Aufl. München : Hanser, 2005. – ISBN 3-446-40295-0

### **PETSCH 1992**

Petsch, Peter: Schwerpunkt Bremen bei Jugendlichen/jungen Erwachsenen : der Bruch mit der Bibliothek. In: Deutsches Bibliotheksinstitut (Hrsg.): Die effektive Bibliothek : Endbericht des Projekts „Anwendung und Erprobung einer Marketingkonzeption für Öffentliche Bibliotheken“ ; Texte. Berlin : Dbi (Dbi-Materialien ; 119). – ISBN 3-87068-919-6, S. 189-217

### **RABE 2000**

Rabe, Roman: Willkommen bei medien@age : neue Dresdner Jugendbibliothek eröffnet. In: BuB (2000) 9, S. 599-604

### **SANDER 1995**

Sander, Uwe: Jugendliche in Bibliotheken : Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. In: Beiträge Jugendliteratur und Medien 47 (1995), 2, S. 86-96

### **SCHEUREN 2005**

Scheuren, Katja: Kundenbindung von Jugendlichen am Beispiel der Jugendbibliothek freestyle der Stadtbüchereien Düsseldorf. Köln, Fachhochschule, Institut Informationswissenschaft, Dipl.-Arb., 2005

### **SCHMITT 1994**

Schmitt, Rita: Sofa und Computer : Beispiele neuer Bibliothekseinrichtungen für Jugendliche. In: Einkaufszentrale für öffentliche Bibliotheken (ekz) (Hrsg.): Neue Betriebsformen, Jugendliche, Multimedialität. [Reutlingen] : ekz, 1994 (ekz-Konzepte ; 2). – ISSN 0945-7135, S. 136-143

### **SCHMITT 1999**

Schmitt, Rita: Bibliotheksarbeit für Jugendliche. In: Leitner, Gerald (Hrsg.): Kinder- und Jugendliteratur : Einführung, Strukturen, Vermittlung in Bibliotheken. Wien : Büchereiverband Österreichs, 1999. – ISBN 3-901639-06-3, S. 227-230

**SCHNELL 2005**

Schnell, Rainer ; Hill, Paul B. ; Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung. 7. Aufl. München : Oldenbourg, 2005. – ISBN 3-486-57684-4

**SCHOLL 2003**

Scholl, Armin: Die Befragung : sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung. Konstanz : UVK Verl.-Ges., 2003 (UTB ; 2413). – ISBN 3-8252-2413-9

**SCHULSTATISTIK 2006**

Schwarzmann-Frensel, Sabine <Schulen.Kultur@statistik-nord.de>: Schulstatistik Hamburg 2005/06. Persönliche E-Mail (11.12.2006)

**SHELL 2002**

Shell Deutschland Holding (Hrsg.): Jugend 2002 : zwischen pragmatischem Idealismus und robustem Materialismus. Frankfurt am Main : Fischer, 2002 (Shell Jugendstudie ; 14) (Fischer-Taschenbücher ; 15849). – ISBN 3-596-15849-4

**SHELL 2006**

Shell Deutschland Holding (Hrsg.): Jugend 2006 : eine pragmatische Generation unter Druck. Frankfurt am Main : Fischer, 2006 (Shell Jugendstudie ; 15) (Fischer-Taschenbücher ; 17213). – ISBN 3-596-17213-6

**STACHNIK 1995**

Stachnik, Ingeborg: Besucherbefragungen in Bibliotheken : Grundlagen, Methodik, Beispiele. Berlin : Dt. Bibliotheksinst., 1995. – ISBN 3-87068-482-8

**STACHNIK 2001**

Stachnik, Ingeborg: Über das Wie und Warum von Kundenbefragungen in der Bibliothek. In: Arbeitsgemeinschaft der Parlaments- und Behördenbibliotheken (Hrsg.): Kundenbefragung in Bibliotheken. Wiesbaden, 2001 (Arbeitshefte / Arbeitsgemeinschaft der Parlaments- und Behördenbibliotheken ; 52). – ISSN 0518-2220, S. 5-10

**UEBEL 2003**

Uebel, Maria: Die neue Dresdner Jugendbibliothek medien@age : Konzeption und Erfolgsmessung der zielgruppenspezifischen Bibliotheksarbeit. Leipzig, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur, Fachbereich Buch und Museum, Dipl.-Arb., 2003

**UMFLAUF 1997**

Umlauf, Konrad: Bestandsaufbau an öffentlichen Bibliotheken. Frankfurt am Main : Klostermann, 1997. – ISBN 3-465-02926-7

**VOSS 1997**

Voß, Werner: Praktische Statistik mit SPSS. München : Hanser, 1997. – ISBN 3-446-19203-4



## Anhang A: Konzeption der HOEB4U



**Hamburgs erste Jugendbibliothek „HOEB4U“**  
Friedensallee 9  
(Zeisehallen)  
22765 Hamburg

dienstags bis freitags, 14- 20 h

Fon: 040 / 390 39 99  
Fax: 040 / 390 88 71  
hoeb4u@buecherhallen.de  
[www.hoeb4u.de](http://www.hoeb4u.de)

Leitung: Janette Achberger

## 1. Intro

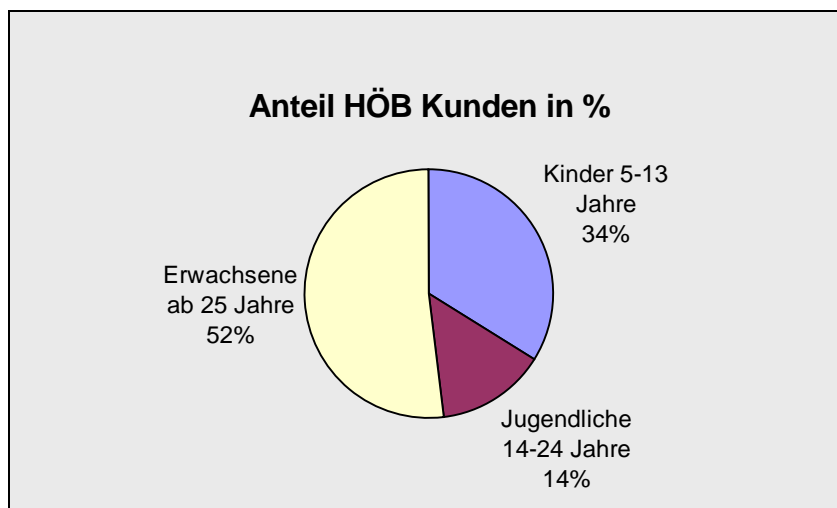
Die Stiftung Hamburger Öffentlichen Bücherhallen (HÖB) hat einen klaren gesellschafts- und kulturpolitischen Auftrag: Als Lotse der Wissensgesellschaft und zentraler Informationsdienstleister ist sie die wichtigste Anlaufstelle für alle Hamburger Bürger und Bildungseinrichtungen.

Eine besonders wichtige Zielgruppe sind die Jugendlichen und jungen Erwachsenen. In Hamburg leben in der **Altersgruppe der 14 bis 24-jährigen** gut 200.000 Menschen, das sind ca. 12% der Hamburger Bevölkerung. Genauere Untersuchungen dieser Zielgruppe ergaben zwei bemerkenswerte Erkenntnisse.

Während Kinder von 8 bis 10 Jahren zu 53% regelmäßig lesen, tritt danach ein deutlicher „**Leseknick**“ ein. In der Altersgruppe von 11 bis 17 Jahren lesen nur noch 29%. Der extremste Abfall ist bei den 14jährigen zu verzeichnen: lediglich 19% von ihnen – davon mehr Mädchen als Jungen – greifen in ihrer Freizeit noch zu Büchern<sup>1</sup>. Der Leseknick geht einher mit einem „**Bruch mit der Bibliothek**“<sup>2</sup>. Das heißt die Jugendlichen wenden sich nicht nur von der Freizeitbeschäftigung „lesen“ ab, sie verschließen sich auch einer Institution, die an sich in der Lage ist, vielfache Freizeit- und Wissensbedürfnisse gerade von Jugendlichen zu erfüllen.

Diese bundesweiten Tendenzen werden auch von den HÖB bestätigt:

Von den in Hamburg lebenden Kindern im lesefähigen Alter von 5-13 Jahren (Bevölkerungsanteil ca. 8%) sind gut ein Drittel (ca. 34 %<sup>3</sup>) aktive Kunden<sup>4</sup> der Bücherhallen. Demgegenüber beträgt der Anteil der HÖB-Kunden unter den Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen (14-24 Jahre) nur noch ca. 14%<sup>5</sup>.



<sup>1</sup> Das Lesebarometer der Bertelsmann-Stiftung erforscht regelmäßig das Leseverhalten verschiedener Altersgruppen (Gütersloh 2000)

<sup>2</sup> Marketing-Studie des DBI 1993 ‚Die effektive Bibliothek‘; neuere Studien bestätigen diese Befunde empirisch (Berlin 1994)

<sup>3</sup> Absolut: 45.568 aktive Kinder Kunden von 225.787 Kindern in Hamburg

<sup>4</sup> Aktive Kunden = Kunden mit einem Jahresausweis

<sup>5</sup> Absolut: 29.362 aktive Jugendliche (14-24 Jahre) von 205.811 Jugendlichen dieser Altersgruppe in Hamburg

## 2. Ziele

Die HÖB verfolgt schon seit langer Zeit das Ziel, bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 14 und 24 Jahren die Schlüsselqualifikation „Lesen“ weiter zu fördern und durch ein jugendspezifisches und aktuelles Medienangebot – insbesondere auch durch Angebote im Bereich neuer Medien<sup>6</sup> – Jugendliche an die „Institution“ Bibliothek zu binden. So haben die HÖB schon jetzt – bundesweit einzigartig – ein eigenständiges Jugendkuratorat geschaffen.

Mit der Eröffnung der neuen Jugendbibliothek HOEB4U werden die bisherigen Erfahrungen und Erkenntnisse genutzt und weiter ausgebaut: es entsteht eine multimediale Spielwiese mit dem Anspruch, die Medienkompetenz der Jugendlichen zu fördern und zu steigern.



## 3. Internationale Beispiele

Bislang gibt es nur wenige speziell für Jugendliche konzipierte Bibliotheken. International hervorgetreten sind bisher die Einrichtungen in Helsinki und Singapur – sowie die medien@age in Dresden. Alle Einrichtungen verfolgen allerdings mit ihren Konzepten unterschiedliche Zielsetzungen und sind daher nur bedingt vergleichbar.

### 3.1. Cable Book Library Helsinki

Die Cable Book Library in Helsinki war die erste Öffentliche Bibliothek mit einem WWW-Server. Heute ist die Cable Book Library der Multimedia-Bereich der Stadtbibliothek Helsinki. Schwerpunkte sind neben Computer- und Internetarbeitsplätzen, Scann- und Druckmöglichkeiten, Zeitungen, Zeitschriften, CD-ROMs, DVDs, Comics und Bücher zum Thema Computer, Internet, Film und Reise angeboten. Es gibt keine spezifische Ausrichtung auf eine bestimmte Altersgruppe.

### 3.2. Library@Orchard Singapore / Library For Young Adults

Die Library@Orchard Singapore versteht sich in erster Linie als Bildungseinrichtung in einer lernenden Gesellschaft. Schwerpunkte sind internationale Belletristik sowie Literatur zur Weiterbildung und Freizeitgestaltung. Benannte Zielgruppe sind die 18 - 35jährigen.

### 3.3. medien@age Dresden

Der Hauptfokus der Medien@age Dresden liegt auf Schülern und Auszubildenden im Alter von 13-25 Jahren. Angeboten werden aktuelle Medien aus allen jugendrelevanten Bereichen. Neben den relevanten Themen aller Schulfächer liegen Schwerpunkte auf den neuen Medien (50 % AV-Medien) und die umfangreiche Multimediaausstattung zur Nutzung vor Ort.

---

<sup>6</sup> z.B. CD-ROMs, DVDs, CDs, Internetzugang in allen Bücherhallen, Internetplattform HOEB4U

## 4. Konzept HOEB4U

Vergleichbar mit den drei genannten Jugendbibliotheken richtet sich die Jugendbibliothek Hamburg „HOEB4U“ an die Zielgruppe der 14 – 24 Jährigen.



Konzeptionelle Schwerpunkte:

- Trendbibliothek mit freizeitorientiertem Angebot
- Multimediales Zentrum zur Vermittlung von Medienkompetenz
- Medienpädagogisches Veranstaltungskonzept
- Modell „Juniorfirma“
- Standort am Kreativitätscluster Ottensen/Zeisehallen
- Experimentierlabor „Jugendbibliothek“

### 4.1. Trendbibliothek mit freizeitorientiertem Angebot

HOEB4U ist eine multimediale Trendbibliothek, die gezielt die Freizeitinteressen der Jugendlichen widerspiegelt. In Ergänzung zu den Lernzentren der Stadtteilbibliotheken wird ein Anreiz geschaffen, der Jugendliche ermuntert, die Bibliothek „freiwillig“ zu besuchen. Die Bibliothek soll nicht Schule und Lernen in Verbindung bringen, sondern die Einrichtung versteht sich als Ort, in der Jugendliche sich und ihre persönlichen Interessen entdecken können. Der Medienbestand berücksichtigt dementsprechend inhaltlich alle jugendkulturellen Szenen und ihre Medien, z. B. Comicszene, Skater, HipHop, Girlie etc.

Die Auswahl erfolgt durch das Jugendmedienlektorat, das somit den Aufbau eines qualitativ hochwertigen Bestandes an freizeitorientierten Angeboten garantiert. Wichtig ist dabei vor allem der hohe Aktualitätsgrad aller Medien.

### 4.2. Multimediales Zentrum zur Vermittlung von Medienkompetenz

Die reine Freizeitorientierung des inhaltlichen Angebotes ermöglicht einen niedrigschwelligen Zugang der Jugendlichen. Ergänzend dazu wird den Jugendlichen eine zukunftsrelevante Plattform für die Vermittlung von Medienkompetenz über alle Medienformen hinweg angeboten. Ca. 50% des Angebots sind Printmedien, 50 % sind AV-Medien.

Folgende Segmente sind in der Jugendbibliothek zu finden:

- Bücher
- Zeitschriften
- Comics/Mangas
- Spiele (Brettspiele zu aktuellen Trends)
- AV-Medien aller Art: CD, CD-ROM, DVD, PS2 sowie bisher noch nicht bei der Bücherhallen vorhandene Medien (Spiele für Gameboy, X-Box, UMDs etc.)
- alle zukünftigen Medienarten

An den Start geht die neue Jugendbibliothek mit 7.000 Medien, die auf ca. 15.000 Medieneinheiten anwachsen sollen.

Im Haus sind außerdem vier PCs zum Surfen, Chatten und Recherchieren im Internet.

### 4.3. Medienbezogenes Veranstaltungskonzept

Ein weiterer Schwerpunkt ist das medienbezogene Veranstaltungskonzept. Durch eine Veranstaltungskonzeption mit „Werkstattcharakter“ inmitten der Bibliothek erhalten die Jugendlichen die Möglichkeit, ihre kreativen Potenziale unmittelbar im aktiven Umgang mit allen Medienarten selbst zu entwickeln. Dabei sollen die Angebote nicht kursbezogen sein, sondern auf eine selbstbestimmte Nutzung durch die Jugendliche hinzielen. Jugendliche suchen Orte, an denen sie autonom Medien nutzen können. Die Assoziation zur Schule soll vermieden werden. Angedacht sind folgende Aktivitäten:



- HH-Autoren stellen sich vor
- Hamburger Bands
- Comics made in Hamburg
- neue Literaturformen (z. B. Poetry-Slam, SMS-Lyrik)
- (Internet-) Schreibwettbewerbe
- Comic-Workshops
- Spiele-Abende (mit aktuellen Trend-Spielen)
- Game-Masters (PC- und Konsolenspielwettbewerbe)
- Musikveranstaltungen z. B. HipHop-Contest etc.
- Performances
- Leseclubs
- Mitgestaltung der Jugendhomepage [www.hoeb4u.de](http://www.hoeb4u.de)

Ziel ist langfristig, ein multimediales Zentrum zu schaffen, das für Jugendliche und junge Erwachsene in Hamburg Treffpunkt und Identifikationsort zugleich ist.

### 4.4. Modell Juniorfirma

Die zielgruppenspezifische Ausrichtung der Jugendbibliothek wird besonders konsequent durch die Idee der ‚Juniorfirma‘ und die Idee ‚von Jugendlichen für Jugendliche‘ zum Ausdruck gebracht. Im Rahmen dieses Modellprojekts sollen Angebot und Betrieb von HOEB4U maßgeblich von 6 Auszubildenden im 3. Lehrjahr betreut werden. Unterstützt wird das Team derzeit von zwei festen Mitarbeitern mit Ausbildungskompetenz und der fachlichen Leitung.

### 4.5. Standort am Kreativitätscluster Ottensen/Zeisehallen

Für eine Jugendbibliothek ist der Standort von entscheidender Bedeutung. Im Bezirk Altona leben ca. 27.000 Jugendliche (Hamburg gesamt ca. 205.000) wovon knapp 20% ausländischer Herkunft sind<sup>7</sup>.

Im unmittelbaren Umfeld der Zeisehallen ist die Hamburger Kreativ-Szene in einer breiten Vielfalt vertreten<sup>8</sup>. Das ermöglicht und fördert Kooperationen und stellt als „Kreativitätscluster“ eine hohe Anziehungskraft für Jugendliche dar. Das besondere Ambiente in der ehemaligen Schiffsschrauben Fabrik bietet zudem eine hohe Attraktivität bei den Jugendlichen und eine rasche Etablierung der Bibliothek.

<sup>7</sup> Anteil der ausländischen Schüler in Altona 19,7 %, Hamburg 18,2 %; Quelle: Statistikamt Nord 2004.

<sup>8</sup> z.B. Zeise-Kino, Thalia in der Gausstraße

#### **4.6. Experimentierlabor „Jugendbibliothek“**

HOEB4U hat nicht nur Werkstattcharakter nach innen, sondern soll auch nach außen ein Experimentierfeld für die optimale Konzeption einer Bibliothek für Jugendliche und junge Erwachsene sein. HOEB4U hat Laborfunktion für neue Medien, Trends und Veranstaltungsformen. Angestrebt wird, dass sich HOEB4U auch als Impulsgeber für die überregionale Entwicklung von Bibliothekskonzepten für Jugendliche entwickelt.

## **Anhang B: Pretest-Fragebogen**



**Liebe Besucherin, lieber Besucher,**

im Rahmen meiner Diplomarbeit werde ich in Kürze hier in der HOEB4U eine Befragung durchführen, um herauszufinden, wie zufrieden die Besucher, also auch Du, mit der HOEB4U sind! Die HOEB4U ist sehr an der Meinung ihrer Besucher interessiert! Denn nur so können die Leistungen und der Service der HOEB4U noch besser auf die Wünsche und Vorstellungen ihrer Besucher zugeschnitten werden.

Heute wird der Fragebogen getestet. Ich möchte Dich um Deine Teilnahme an diesem Testlauf bitten! Das ist ganz einfach: Du brauchst nur den anhängenden Fragebogen ausfüllen. Einfach Zutreffendes ankreuzen bzw. an entsprechenden Stellen schriftlich beantworten.

Entweder kannst Du den Fragebogen gemeinsam mit mir ausfüllen, so dass Du mir gleich Deine Meinung oder Deine Kritik zu den einzelnen Fragen mitteilen kannst. Oder Du füllst den Fragebogen alleine aus und beantwortest ganz am Ende des Bogens einige Fragen darüber, wie Dir der Fragebogen gefallen hat, ob er z. B. zu lang oder langweilig war. Den ausgefüllten Fragebogen kannst Du bei mir am Eingang der HOEB4U wieder abgeben.

Die Befragung ist selbstverständlich anonym, es erfolgt keine personenbezogene Auswertung.

Vielen Dank für Deine Mithilfe!

Stefanie Bürger  
Studentin am Department Information der Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
Hamburg  
13. Oktober 2006

**1. Wie bist Du auf die HOEB4U aufmerksam geworden?**

*Mehrere Antworten sind möglich!*

- durch den Besuch einer anderen Bücherhalle
- durch Werbung auf den Leihfristkarten der Bücherhallen
- durch die Presse
- durch das Internet
- durch Werbung im Stadtteil Altona/Ottensen
- durch Freunde/Bekannte/Verwandte
  
- durch .....

**2. Wie häufig besuchst Du die HOEB4U?**

*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- mehrmals die Woche
- einmal die Woche
- mehrmals im Monat
- alle drei Wochen (wegen der Leihfrist)
- einmal im Monat
- seltener
- Ich bin heute zum ersten Mal hier
- weiß nicht

**3. Wie lange hältst Du Dich durchschnittlich bei einem Besuch in der HOEB4U auf?**

*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- bis zu 15 Minuten
- bis zu einer halben Stunde
- bis zu einer Stunde
- länger als eine Stunde
- weiß nicht

**4. Aus welchem Grund besuchst Du die HOEB4U?**

*Mehrere Antworten sind möglich!*

- um etwas auszuleihen
- um etwas abzugeben
- um Veranstaltungen zu besuchen
- um im Internet zu surfen
- um Freunde zu treffen
- um zu lesen
- um mir die Zeit zu vertreiben



**5. Hast Du Dir Deine Kundenkarte in der HOEB4U ausstellen lassen?**

- Ja
- Nein, ich war bereits zuvor Kunde der Bücherhallen Hamburg
- Nein, ich besitze keine Kundenkarte

**6. Besuchst Du auch noch andere Hamburger Öffentliche Bücherhallen?**

- Nein
- Ja, und zwar
  - Zentralbibliothek
  - Bücherhalle.....
  - Bücherhalle .....

**7. Die HOEB4U bietet ausschließlich Medien für die Freizeitgestaltung und somit keine Literatur für Schule, Ausbildung oder Studium. Wie findest Du das?**

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**8. Wie häufig entleihst Du folgende Medien in der HOEB4U?**

*Bitte jeweils nur eine Antwortmöglichkeit ankreuzen!*

	bei jedem Besuch	häufig	ab und zu	selten	nie	weiß nicht
Romane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sachbücher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musik-CDs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hörbücher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielfilm-DVDs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musik-DVDs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PC-Spiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsolen-Spiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brettspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**9. Aus welchen Themengebieten entleihst Du Bücher?**

*Mehrere Antworten sind möglich!*

- Abenteuer
- Action
- Comics
- Englischsprachige Jugendbücher
- Games
- Liebe & Sex
- Lifestyle
- Mystery
- Politik & Geschichte
- Spotlight
- Stress
- Sucht
- Szene
- hoeb4u
- Jugendromane A-Z

**10. Wie zufrieden bist Du mit dem Bestand, also den angebotenen Medien (Bücher, DVDs, Konsolenspiele etc.), der HOEB4U?**

*Bitte jeweils nur eine Antwortmöglichkeit ankreuzen!*

	sehr zufrieden	zufrieden	teils, teils	weniger zufrieden	sehr unzufrieden	weiß nicht
Angebot insgesamt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügbarkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zustand der DVDs, CDs, Konsolenspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zustand der Bücher und Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**11. Wie zufrieden bist Du mit dem Personal der HOEB4U?**

*Bitte jeweils nur eine Antwortmöglichkeit ankreuzen!*

	sehr zufrieden	zufrieden	teils, teils	weniger zufrieden	sehr unzufrieden	weiß nicht
Freundlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hilfsbereitschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratung/Fachliche Kompetenz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12. Wusstest Du, dass die HOEB4U als Juniorbetrieb überwiegend eigenverantwortlich durch Auszubildende der Bücherhallen Hamburg betrieben wird?**

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

**13. Wie findest Du das Modell des Juniorbetriebes bei HOEB4U?**

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**14. Wie beurteilst Du die räumliche Atmosphäre in der HOEB4U?**

*Bitte jeweils nur eine Antwortmöglichkeit ankreuzen!*

	sehr gut	gut	mittelmäßig	eher schlecht	sehr schlecht	weiß nicht
Gemütlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sauberkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sanitäre Anlagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Design	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einrichtung/ Möblierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**15. Fühlst Du Dich in den Räumen der HOEB4U wohl?**

*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- ja, sehr wohl
- ja, ziemlich wohl
- teils, teils
- eher nicht
- nein, überhaupt nicht
- weiß nicht

**16. Hast Du Verbesserungsvorschläge für die räumliche Atmosphäre in der HOEB4U?**

.....  
.....  
.....

**17. Wie findest Du das Veranstaltungsangebot der HOEB4U?**

*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**18. Hast Du bereits eine Veranstaltung der HOEB4U besucht?**

- Nein
- Ja, und zwar .....

**19. Welche Veranstaltungen würden Dich ansprechen?**

*Mehrere Antworten sind möglich!*

- Lesung
  - Poetry Slam
  - Leseclub
  - Spielveranstaltung (z. B. mit Playstation-Spielen)
  - FanFiction
  - eigener Vorschlag .....
- .....
- weiß nicht

**20. Kennst Du die Internetseite der HOEB4U?**

- Ja
- Nein      ⇒ weiter mit Frage 22

**21. Wie gefällt Dir die Internetseite der HOEB4U?**

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**22. Hast Du Vorschläge und Wünsche für die Internetseite der HOEB4U?**

.....

.....

.....

**23. Kennst Du die Comic-Figuren Franziska, Nadine und Max der HOEB4U?**

- Ja
- Nein      ⇒ weiter mit Frage 25

**24. Wie gefallen Dir die Comic-Figuren Franziska, Nadine und Max?**

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**25. Wie wichtig findest Du die Einrichtung einer Bibliothek extra für Jugendliche und junge Erwachsene?**

- sehr wichtig
- wichtig
- ist mir egal
- weniger wichtig
- unwichtig

**26. Würdest Du die HOEB4U weiterempfehlen?**

- Ja, weil .....
- .....
- Nein, weil .....
- .....
- weiß nicht

**Nun am Schluss noch einige Angaben zu Deiner Person (ANONYM):**

**27. Wie alt bist Du?**

..... Jahre alt

**28. Du bist**

- weiblich
- männlich

**29. Du bist**

*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- Schüler
- Auszubildender
- Student
- Wehrdienst-/Zivildienstleistender
- Leistender eines sozialen Jahres o.Ä.
- berufstätig
- arbeitssuchend
- keine Angabe

**30. Welche Schulbildung hast Du?**

*Bitte zur Zeit angestrebten bzw. höchsten erreichten Schulabschluss ankreuzen! Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- Hauptschulabschluss
- Realschulabschluss
- Abitur/Fachhochschulreife
- Fachhochschul- oder Hochschulabschluss
- Sonstiger Abschluss .....
- keine Angabe

**31. In welchem Stadtteil Hamburgs wohnst Du? Gib bitte auch Deine Postleitzahl an!**

- Stadtteil ..... PLZ .....
- Ich wohne nicht in Hamburg sondern in ..... PLZ .....

**32. Möchtest Du uns gerne noch etwas mitteilen? Hast Du weitere Anregungen, Wünsche, Verbesserungsvorschläge?**

.....

.....

.....

.....

.....

**Jetzt folgen noch einige Fragen, mit denen Du den Fragebogen beurteilen kannst:**

**Der Fragebogen war**

- zu kurz
- genau richtig
- zu lang
  
- sehr interessant
- recht interessant
- langweilig
  
- leicht zu beantworten
- teilweise schwer zu beantworten
- zu schwer zu beantworten
  
- übersichtlich
- unübersichtlich

**Bei welchen Fragen hattest Du Schwierigkeiten? Warum?**

.....

.....

.....

**Du hast es geschafft! Vielen Dank für Deine Mitarbeit!**



## **Anhang C: Fragebogen (Endfassung)**



**Liebe Besucherin, lieber Besucher,**

im Rahmen meiner Diplomarbeit führe ich vom 24. – 27. Oktober 2006 hier in der HOEB4U eine Befragung durch, um herauszufinden, wie zufrieden die Besucher, also auch Du, mit der HOEB4U sind! Die HOEB4U ist sehr an der Meinung ihrer Besucher interessiert! Denn nur so können die Leistungen und der Service der HOEB4U noch besser auf die Wünsche und Vorstellungen ihrer Besucher zugeschnitten werden.

Ich möchte Dich um Deine Teilnahme an dieser Befragung bitten! Das ist ganz einfach: Du brauchst nur den anhängenden Fragebogen ausfüllen. Einfach Zutreffendes ankreuzen bzw. an entsprechenden Stellen schriftlich beantworten. Wenn Dir einzelne Fragen unklar sind oder wenn Du Hilfe beim Ausfüllen des Fragebogens benötigst, kannst Du Dich gerne an mich wenden!

Den ausgefüllten Fragebogen kannst Du bei mir am Eingang der HOEB4U wieder abgeben.

Als Dankeschön für Deine Teilnahme kannst Du einen von drei Kinogutscheinen gewinnen. Wenn Du an dem Gewinnspiel teilnehmen möchtest, fülle bitte den unteren Teil dieser Seite aus! Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt.  
Viel Glück!

Die Befragung ist selbstverständlich anonym, es erfolgt keine personenbezogene Auswertung.

Die Ergebnisse der Befragung werden voraussichtlich im Januar 2007 hier in der HOEB4U ausgestellt!

Vielen Dank für Deine Mithilfe!

Stefanie Bürger  
Studentin am Department Information der Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
Hamburg

**1. Wie bist Du auf die HOEB4U aufmerksam geworden?**  
*Mehrere Antworten sind möglich!*

- durch den Besuch einer anderen Bücherhalle
- durch Werbung auf den Leihfristkarten der Bücherhallen
- durch die Presse
- durch das Internet
- durch Werbung im Stadtteil Altona/Ottensen
- durch Freunde/Bekannte/Verwandte
  
- durch .....

**2. Wie häufig besuchst Du die HOEB4U?**  
*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- mehrmals die Woche
- einmal die Woche
- mehrmals im Monat
- einmal im Monat
- seltener
- weiß nicht
- Ich bin heute zum ersten Mal hier

**3. Wie lange hältst Du Dich durchschnittlich bei einem Besuch in der HOEB4U auf?**  
*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- bis zu 15 Minuten
- bis zu einer halben Stunde
- bis zu einer Stunde
- länger als eine Stunde
- weiß nicht
- Ich bin heute zum ersten Mal hier

**4. Aus welchem Grund besuchst Du die HOEB4U?**  
*Mehrere Antworten sind möglich!*

- um etwas auszuleihen / abzugeben
- um Veranstaltungen zu besuchen
- um im Internet zu surfen
- um zu lesen
- um mir die Zeit zu vertreiben
- um Freunde zu treffen

**5. Hast Du Dir Deine Kundenkarte in der HOEB4U ausstellen lassen?**

- Ja
- Nein, ich war bereits zuvor Kunde der Bücherhallen Hamburg
- Nein, ich besitze keine Kundenkarte

**6. Besuchst Du auch noch andere Hamburger Öffentliche Bücherhallen?**

- Nein
- Ja, und zwar
  - Zentralbibliothek
  - Bücherhalle.....
  - Bücherhalle .....

**7. Die HOEB4U bietet ausschließlich Medien für die Freizeitgestaltung und somit keine Literatur für Schule, Ausbildung oder Studium. Wie findest Du das?**

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**8. Wie häufig entleihst Du folgende Medien in der HOEB4U?**

*Bitte in jeder Zeile eine Antwortmöglichkeit ankreuzen!*

	bei jedem Besuch	häufig	ab und zu	selten	nie
Romane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sachbücher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comics/Mangas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musik-CDs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hörbücher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielfilm-DVDs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musik-DVDs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PC-Spiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsolen-Spiel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brettspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Ich habe bis jetzt noch nichts in der HOEB4U ausgeliehen

**9. Aus welchen Themengebieten entleihst Du Bücher?**

*Mehrere Antworten sind möglich!*

- Abenteuer
- Action
- Comics
- Englischsprachige Jugendbücher
- Games
- Liebe & Sex
- Lifestyle
- Mystery
- Politik & Geschichte
- Spotlight
- Stress
- Sucht
- Szene
- hoeb4u
- Jugendromane A-Z (stehen bei den Zeitschriften, Comics und Mangas)
- Ich habe bis jetzt noch keine Bücher in der HOEB4U ausgeliehen

**10. Wie zufrieden bist Du mit dem Bestand, also den angebotenen Medien (Bücher, DVDs, Konsolenspiele etc.), der HOEB4U?**

*Bitte in jeder Zeile eine Antwortmöglichkeit ankreuzen!*

	sehr zufrieden	zufrieden	teils, teils	weniger zufrieden	sehr unzufrieden	weiß nicht
Angebot insgesamt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Romanen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Sachbüchern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Comics/Mangas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Musik-CDs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Hörbüchern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Spielfilm-DVDs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Musik-DVDs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an PC-Spielen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Konsolenspielen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Brettspielen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktualität der Medien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zustand der DVDs, CDs, Konsolenspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zustand der Bücher und Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**11. Wie zufrieden bist Du mit dem Personal der HOEB4U?**

*Bitte in jeder Zeile eine Antwortmöglichkeit ankreuzen!*

	sehr zufrieden	zufrieden	teils, teils	weniger zufrieden	sehr unzufrieden	weiß nicht
Freundlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hilfsbereitschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachliche Kompetenz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12. Die HOEB4U ist ein Juniorbetrieb. Das bedeutet, dass die Auszubildenden sehr selbständig und mit hoher Eigenverantwortlichkeit den Betrieb der HOEB4U mitgestalten. Wie findest Du das?**

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**13. Wie beurteilst Du die räumliche Atmosphäre in der HOEB4U?**

*Bitte in jeder Zeile eine Antwortmöglichkeit ankreuzen!*

	sehr gut	gut	mittelmäßig	eher schlecht	sehr schlecht	weiß nicht
Gemütlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sauberkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Toiletten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Design	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einrichtung/ Möblierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**14. Fühlst Du Dich in den Räumen der HOEB4U wohl?**

*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- ja, sehr wohl
- ja, ziemlich wohl
- teils, teils
- eher nicht
- nein, überhaupt nicht
- weiß nicht

**15. Hast Du Verbesserungsvorschläge für die Räumlichkeiten (Einrichtung, Möblierung oder Design) der HOEB4U?**

.....  
.....  
.....

**16. Wie findest Du das Veranstaltungsangebot der HOEB4U?**

*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**17. Hast Du bereits eine Veranstaltung der HOEB4U besucht?**

- Nein
- Ja, und zwar .....

**18. Welche Veranstaltungen würden Dich ansprechen?**

*Mehrere Antworten sind möglich!*

- Lesung
- Poetry Slam
- Leseclub
- Spielveranstaltung (z. B. mit Playstation-Spielen)
- FanFiction
- eigener Vorschlag .....

- .....
- weiß nicht

**19. Kennst Du die Internetseite der HOEB4U?**

- Ja
- Nein      ⇒ weiter mit Frage 21

**20. Wie gefällt Dir die Internetseite der HOEB4U?**

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**21. Kennst Du die Comic-Figuren Franziska, Nadine und Max der HOEB4U?**

- Ja
- Nein      ⇒ weiter mit Frage 23

**22. Wie gefallen Dir die Comic-Figuren Franziska, Nadine und Max?**

- sehr gut
- gut
- mittelmäßig
- eher schlecht
- sehr schlecht
- weiß nicht

**23. Wie wichtig findest Du es, dass es eine Bibliothek extra für Jugendliche und junge Erwachsene gibt?**

- sehr wichtig
- wichtig
- ist mir egal
- weniger wichtig
- unwichtig

**24. Würdest Du die HOEB4U weiterempfehlen?**

- Ja, weil .....
- .....
- Nein, weil .....
- .....
- weiß nicht

**Nun am Schluss noch einige Angaben zu Deiner Person (ANONYM):**

**25. Wie alt bist Du?**

..... Jahre alt

**26. Du bist**

- weiblich
- männlich

**27. Du bist**

*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- Schüler
- Auszubildender
- Student
- Wehrdienst-/Zivildienstleistender
- Leistender eines sozialen Jahres o.Ä.
- berufstätig
- arbeitssuchend
- keine Angabe



**28. Welchen Schulabschluss strebst Du an bzw. welchen Schulabschluss besitzt Du?**  
*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- Hauptschulabschluss
- Realschulabschluss
- Abitur/Fachhochschulreife
- Fachhochschul- oder Hochschulabschluss
- Sonstiger Abschluss .....
- keine Angabe

**29. In welchem Stadtteil Hamburgs wohnst Du? Gib bitte auch Deine Postleitzahl an!**

- Stadtteil ..... PLZ .....
- Ich wohne nicht in Hamburg sondern in ..... PLZ .....

**30. Möchtest Du uns gerne noch etwas mitteilen? Hast Du weitere Anregungen, Wünsche, Verbesserungsvorschläge?**

.....

.....

.....

.....

.....

**Du hast es geschafft! Vielen Dank für Deine Mitarbeit!**

## Anhang D: Tabellen zur Auswertung der Besucherbefragung

**Frage 1: Wie bist Du auf die HOEB4U aufmerksam geworden?** (Mehrere Antworten sind möglich)

	Antworten		Prozent der Fälle
	N	Prozent	
durch den Besuch einer anderen Bücherhalle	86	30,0%	36,9%
durch Werbung auf den Leihfristkarten der Bücherhallen	14	4,9%	6,0%
durch die Presse	12	4,2%	5,2%
durch das Internet	26	9,1%	11,2%
durch Werbung im Stadtteil Altona/Ottensen	21	7,3%	9,0%
durch Freunde/Bekante/Verwandte	96	33,4%	41,2%
durch ...	32	11,1%	13,7%
Gesamt	287	100,0%	123,2%

**Frage 2: Wie häufig besuchst Du die HOEB4U?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	4	1,7	1,7	1,7
	mehrmals die Woche	53	22,6	22,7	24,5
	einmal die Woche	64	27,2	27,5	51,9
	mehrmals im Monat	54	23,0	23,2	75,1
	einmal im Monat	19	8,1	8,2	83,3
	seltener	20	8,5	8,6	91,8
	Ich bin heute zum ersten Mal hier	19	8,1	8,2	100,0
Gesamt		233	99,1	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	2	,9		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 3: Wie lange hältst Du Dich durchschnittlich bei einem Besuch in der HOEB4U auf?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	7	3,0	3,1	3,1
	bis zu 15 Minuten	59	25,1	25,8	28,8
	bis zu einer halben Stunde	91	38,7	39,7	68,6
	bis zu einer Stunde	45	19,1	19,7	88,2
	länger als eine Stunde	14	6,0	6,1	94,3
	Ich bin heute zum ersten Mal hier	13	5,5	5,7	100,0
	Gesamt	229	97,4	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	5	2,1		
	keine Angabe	1	,4		
	Gesamt	6	2,6		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 4: Aus welchem Grund besuchst Du die HOEB4U? (Mehrere Antworten sind möglich)**

	Antworten		Prozent der Fälle
	N	Prozent	
um etwas auszuleihen / abzugeben	230	72,8%	97,9%
um Veranstaltungen zu besuchen	7	2,2%	3,0%
um im Internet zu surfen	9	2,8%	3,8%
um zu lesen	30	9,5%	12,8%
um mir die Zeit zu vertreiben	28	8,9%	11,9%
um Freunde zu treffen	12	3,8%	5,1%
Gesamt	316	100,0%	134,5%

**Frage 5: Hast Du Dir Deine Kundenkarte in der HOEB4U ausstellen lassen?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	40	17,0	17,2	17,2
	Nein, war bereits Kunde der HOEB4U	183	77,9	78,5	95,7
	Nein, ich besitze keine Kundenkarte	10	4,3	4,3	100,0
	Gesamt	233	99,1	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	1	,4		
	Gesamt	2	,9		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 6, Teil 1: Besuchst Du auch noch andere Hamburger Öffentliche Bücherhallen?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nein	44	18,7	19,3	19,3
	Ja, und zwar	184	78,3	80,7	100,0
	Gesamt	228	97,0	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	4	1,7		
	keine Angabe	3	1,3		
	Gesamt	7	3,0		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 6, Teil 3: Stadtteilbibliotheken**

	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Altona	99	40,1%
Barmbek	6	2,4%
Bergedorf	5	2,0%
Billstedt	1	0,4%
Bramfeld	4	1,6%
Dehnhaide	2	0,8%
Eidelstedt	7	2,8%
Eimsbüttel	14	5,7%
Farmsen	5	2,0%
Fuhlsbüttel	2	0,8%
Harburg	9	3,6%
Holstenstrasse	15	6,1%
Horn	3	1,2%
Iserbrook	7	2,8%
Kinderbibliothek	8	3,2%
Kirchdorf	7	2,8%
Lokstedt	3	1,2%
Mümmelmannsberg	1	0,4%
Neuallermöhe	1	0,4%
Neugraben	5	2,0%
Niendorf	4	1,6%
Osdorfer Born	6	2,4%
Poppenbüttel	3	1,2%
Rahlstedt	2	0,8%
Rissen	3	1,2%
Sasel	3	1,2%
Schnelsen	1	0,4%
Volksdorf	5	2,0%
Wandsbek	10	4,0%
Wilhelmsburg	4	1,6%
Winterhude	2	0,8%
Summe	247	

**Frage 6, Teil 3: Zentralbibliothek**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	104	44,3	44,3	44,3
	trifft zu	131	55,7	55,7	100,0
	Gesamt	235	100,0	100,0	

**Frage 7: Die HOEB4U bietet ausschließlich Medien für die Freizeitgestaltung. Wie findest Du das?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	11	4,7	4,7	4,7
	sehr gut	94	40,0	40,0	44,7
	gut	71	30,2	30,2	74,9
	mittelmäßig	36	15,3	15,3	90,2
	eher schlecht	17	7,2	7,2	97,4
	sehr schlecht	4	1,7	1,7	99,1
	falsche Angabe	1	,4	,4	99,6
	keine Angabe	1	,4	,4	100,0
	Gesamt	235	100,0	100,0	

**Frage 8: Wie häufig entleihst Du folgende Medien in der HOEB4U?**

**Romane**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	58	24,7	31,4	31,4
	selten	31	13,2	16,8	48,1
	ab und zu	46	19,6	24,9	73,0
	häufig	37	15,7	20,0	93,0
	bei jedem Besuch	13	5,5	7,0	100,0
	Gesamt	185	78,7	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	30	12,8		
	Gesamt	50	21,3		
Gesamt		235	100,0		

### Sachbücher

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	70	29,8	39,3	39,3
	selten	57	24,3	32,0	71,3
	ab und zu	36	15,3	20,2	91,6
	häufig	12	5,1	6,7	98,3
	bei jedem Besuch	3	1,3	1,7	100,0
	Gesamt	178	75,7	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	keine Angabe	38	16,2		
	Gesamt	57	24,3		
Gesamt		235	100,0		

### Comics/Mangas

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	82	34,9	46,3	46,3
	selten	19	8,1	10,7	57,1
	ab und zu	32	13,6	18,1	75,1
	häufig	25	10,6	14,1	89,3
	bei jedem Besuch	19	8,1	10,7	100,0
	Gesamt	177	75,3	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	keine Angabe	39	16,6		
	Gesamt	58	24,7		
Gesamt		235	100,0		

### Zeitschriften

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	76	32,3	45,0	45,0
	selten	36	15,3	21,3	66,3
	ab und zu	22	9,4	13,0	79,3
	häufig	30	12,8	17,8	97,0
	bei jedem Besuch	5	2,1	3,0	100,0
	Gesamt	169	71,9	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	keine Angabe	47	20,0		
	Gesamt	66	28,1		
Gesamt		235	100,0		

### Musik-CDs

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	15	6,4	7,8	7,8
	selten	28	11,9	14,6	22,4
	ab und zu	43	18,3	22,4	44,8
	häufig	66	28,1	34,4	79,2
	bei jedem Besuch	40	17,0	20,8	100,0
	Gesamt	192	81,7	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	falsche Angabe	3	1,3		
	keine Angabe	21	8,9		
	Gesamt	43	18,3		
Gesamt		235	100,0		

### Hörbücher

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	49	20,9	26,5	26,5
	selten	28	11,9	15,1	41,6
	ab und zu	41	17,4	22,2	63,8
	häufig	41	17,4	22,2	85,9
	bei jedem Besuch	26	11,1	14,1	100,0
	Gesamt	185	78,7	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	keine Angabe	31	13,2		
	Gesamt	50	21,3		
Gesamt		235	100,0		

### Spielfilm-DVDs

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	5	2,1	2,5	2,5
	selten	14	6,0	7,0	9,5
	ab und zu	27	11,5	13,5	23,0
	häufig	72	30,6	36,0	59,0
	bei jedem Besuch	82	34,9	41,0	100,0
	Gesamt	200	85,1	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	falsche Angabe	2	,9		
	keine Angabe	14	6,0		
	Gesamt	35	14,9		
Gesamt		235	100,0		

### Musik-DVDs

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	47	20,0	26,0	26,0
	selten	42	17,9	23,2	49,2
	ab und zu	40	17,0	22,1	71,3
	häufig	30	12,8	16,6	87,8
	bei jedem Besuch	22	9,4	12,2	100,0
	Gesamt	181	77,0	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	keine Angabe	35	14,9		
	Gesamt	54	23,0		
Gesamt		235	100,0		

### PC-Spiele

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	65	27,7	34,9	34,9
	selten	33	14,0	17,7	52,7
	ab und zu	37	15,7	19,9	72,6
	häufig	32	13,6	17,2	89,8
	bei jedem Besuch	19	8,1	10,2	100,0
	Gesamt	186	79,1	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	keine Angabe	30	12,8		
	Gesamt	49	20,9		
Gesamt		235	100,0		

### Konsolen-Spiele

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	106	45,1	59,9	59,9
	selten	11	4,7	6,2	66,1
	ab und zu	12	5,1	6,8	72,9
	häufig	28	11,9	15,8	88,7
	bei jedem Besuch	20	8,5	11,3	100,0
	Gesamt	177	75,3	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	keine Angabe	39	16,6		
	Gesamt	58	24,7		
Gesamt		235	100,0		



### Brettspiele

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nie	106	45,1	60,6	60,6
	selten	32	13,6	18,3	78,9
	ab und zu	25	10,6	14,3	93,1
	häufig	11	4,7	6,3	99,4
	bei jedem Besuch	1	,4	,6	100,0
	Gesamt	175	74,5	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu, da F8_12=1	19	8,1		
	keine Angabe	41	17,4		
	Gesamt	60	25,5		
Gesamt		235	100,0		

### Ich habe bis jetzt noch nicht in der HOEB4U ausgeliehen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	216	91,9	91,9	91,9
	trifft zu	19	8,1	8,1	100,0
Gesamt		235	100,0	100,0	

### Frage 9: Aus welchen Themengebieten entleihst Du Bücher?

*Mehrere Antworten sind möglich*

	Antworten		Prozent der Fälle
	N	Prozent	
Abenteuer	92	14,3%	40,0%
Action	48	7,5%	20,9%
Comics	63	9,8%	27,4%
Englischsprachige Jugendbücher	30	4,7%	13,0%
Games	34	5,3%	14,8%
Liebe & Sex	36	5,6%	15,7%
Lifestyle	44	6,8%	19,1%
Mystery	81	12,6%	35,2%
Politik & Geschichte	34	5,3%	14,8%
Spotlight	20	3,1%	8,7%
Stress	10	1,6%	4,3%
Sucht	13	2,0%	5,7%
Szene	14	2,2%	6,1%
hoeb4u	9	1,4%	3,9%
Jugendromane A-Z	61	9,5%	26,5%
Ich habe bis jetzt noch keine Bücher in der HOEB4U ausgeliehen	55	8,5%	23,9%
Gesamt	644	100,0%	280,0%

**Frage 10: Wie zufrieden bist Du mit dem Bestand der HOEB4U?**

**Angebot insgesamt**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	11	4,7	5,1	5,1
	sehr zufrieden	77	32,8	35,6	40,7
	zufrieden	108	46,0	50,0	90,7
	teils, teils	17	7,2	7,9	98,6
	weniger zufrieden	3	1,3	1,4	100,0
	Gesamt	216	91,9	100,0	
Fehlend	keine Angabe	19	8,1		
Gesamt		235	100,0		

**Romane**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	72	30,6	34,6	34,6
	sehr zufrieden	34	14,5	16,3	51,0
	zufrieden	60	25,5	28,8	79,8
	teils, teils	30	12,8	14,4	94,2
	weniger zufrieden	12	5,1	5,8	100,0
	Gesamt	208	88,5	100,0	
Fehlend	keine Angabe	27	11,5		
Gesamt		235	100,0		

**Sachbücher**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	84	35,7	41,6	41,6
	sehr zufrieden	10	4,3	5,0	46,5
	zufrieden	40	17,0	19,8	66,3
	teils, teils	54	23,0	26,7	93,1
	weniger zufrieden	9	3,8	4,5	97,5
	sehr unzufrieden	5	2,1	2,5	100,0
	Gesamt	202	86,0	100,0	
Fehlend	keine Angabe	33	14,0		
Gesamt		235	100,0		

### Comics/Mangas

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	82	34,9	39,8	39,8
	sehr zufrieden	39	16,6	18,9	58,7
	zufrieden	50	21,3	24,3	83,0
	teils, teils	29	12,3	14,1	97,1
	weniger zufrieden	5	2,1	2,4	99,5
	sehr unzufrieden	1	,4	,5	100,0
	Gesamt	206	87,7	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	2	,9		
	keine Angabe	27	11,5		
	Gesamt	29	12,3		
Gesamt	235	100,0			

### Zeitschriften

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	70	29,8	34,8	34,8
	sehr zufrieden	34	14,5	16,9	51,7
	zufrieden	64	27,2	31,8	83,6
	teils, teils	25	10,6	12,4	96,0
	weniger zufrieden	8	3,4	4,0	100,0
	Gesamt	201	85,5	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	3	1,3		
	keine Angabe	31	13,2		
	Gesamt	34	14,5		
Gesamt	235	100,0			

### Musik-CDs

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	25	10,6	11,8	11,8
	sehr zufrieden	61	26,0	28,9	40,8
	zufrieden	77	32,8	36,5	77,3
	teils, teils	41	17,4	19,4	96,7
	weniger zufrieden	6	2,6	2,8	99,5
	sehr unzufrieden	1	,4	,5	100,0
	Gesamt	211	89,8	100,0	
Fehlend	keine Angabe	24	10,2		
Gesamt	235	100,0			

### Hörbücher

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	56	23,8	27,1	27,1
	sehr zufrieden	40	17,0	19,3	46,4
	zufrieden	68	28,9	32,9	79,2
	teils, teils	32	13,6	15,5	94,7
	weniger zufrieden	10	4,3	4,8	99,5
	sehr unzufrieden	1	,4	,5	100,0
	Gesamt	207	88,1	100,0	
Fehlend	keine Angabe	28	11,9		
Gesamt		235	100,0		

### Spielfilm-DVDs

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	18	7,7	8,4	8,4
	sehr zufrieden	79	33,6	36,7	45,1
	zufrieden	82	34,9	38,1	83,3
	teils, teils	24	10,2	11,2	94,4
	weniger zufrieden	11	4,7	5,1	99,5
	sehr unzufrieden	1	,4	,5	100,0
	Gesamt	215	91,5	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	3	1,3		
	keine Angabe	17	7,2		
	Gesamt	20	8,5		
Gesamt		235	100,0		

### Musik-DVDs

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	50	21,3	24,3	24,3
	sehr zufrieden	53	22,6	25,7	50,0
	zufrieden	71	30,2	34,5	84,5
	teils, teils	27	11,5	13,1	97,6
	weniger zufrieden	4	1,7	1,9	99,5
	sehr unzufrieden	1	,4	,5	100,0
	Gesamt	206	87,7	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	2	,9		
	keine Angabe	27	11,5		
	Gesamt	29	12,3		
Gesamt		235	100,0		

### PC-Spiele

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	73	31,1	34,9	34,9
	sehr zufrieden	39	16,6	18,7	53,6
	zufrieden	55	23,4	26,3	79,9
	teils, teils	33	14,0	15,8	95,7
	weniger zufrieden	8	3,4	3,8	99,5
	sehr unzufrieden	1	,4	,5	100,0
	Gesamt	209	88,9	100,0	
Fehlend	keine Angabe	26	11,1		
Gesamt		235	100,0		

### Konsolenspiele

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	95	40,4	46,8	46,8
	sehr zufrieden	36	15,3	17,7	64,5
	zufrieden	44	18,7	21,7	86,2
	teils, teils	19	8,1	9,4	95,6
	weniger zufrieden	8	3,4	3,9	99,5
	sehr unzufrieden	1	,4	,5	100,0
	Gesamt	203	86,4	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	31	13,2		
	Gesamt	32	13,6		
Gesamt		235	100,0		

### Brettspiele

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	93	39,6	47,4	47,4
	sehr zufrieden	23	9,8	11,7	59,2
	zufrieden	49	20,9	25,0	84,2
	teils, teils	23	9,8	11,7	95,9
	weniger zufrieden	6	2,6	3,1	99,0
	sehr unzufrieden	2	,9	1,0	100,0
	Gesamt	196	83,4	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	2	,9		
	keine Angabe	37	15,7		
	Gesamt	39	16,6		
Gesamt		235	100,0		

### Aktualität der Medien

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	31	13,2	15,0	15,0
	sehr zufrieden	75	31,9	36,2	51,2
	zufrieden	72	30,6	34,8	86,0
	teils, teils	24	10,2	11,6	97,6
	weniger zufrieden	4	1,7	1,9	99,5
	sehr unzufrieden	1	,4	,5	100,0
	Gesamt	207	88,1	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	27	11,5		
	Gesamt	28	11,9		
Gesamt		235	100,0		

### Zustand der DVDs, CDs, Konsolenspiele

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	19	8,1	9,2	9,2
	sehr zufrieden	72	30,6	35,0	44,2
	zufrieden	64	27,2	31,1	75,2
	teils, teils	37	15,7	18,0	93,2
	weniger zufrieden	10	4,3	4,9	98,1
	sehr unzufrieden	4	1,7	1,9	100,0
	Gesamt	206	87,7	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	28	11,9		
	Gesamt	29	12,3		
Gesamt		235	100,0		

### Zustand der Bücher und Zeitschriften

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	34	14,5	16,5	16,5
	sehr zufrieden	61	26,0	29,6	46,1
	zufrieden	80	34,0	38,8	85,0
	teils, teils	25	10,6	12,1	97,1
	weniger zufrieden	6	2,6	2,9	100,0
	Gesamt	206	87,7	100,0	
Fehlend	keine Angabe	29	12,3		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 11: Wie zufrieden bist Du mit dem Personal der HOEB4U?**

**Freundlichkeit**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	10	4,3	4,3	4,3
	sehr zufrieden	148	63,0	63,8	68,1
	zufrieden	68	28,9	29,3	97,4
	teils, teils	6	2,6	2,6	100,0
	Gesamt	232	98,7	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	2	,9		
	Gesamt	3	1,3		
Gesamt		235	100,0		

**Hilfsbereitschaft**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	18	7,7	7,8	7,8
	sehr zufrieden	137	58,3	59,3	67,1
	zufrieden	69	29,4	29,9	97,0
	teils, teils	7	3,0	3,0	100,0
	Gesamt	231	98,3	100,0	
Fehlend	keine Angabe	4	1,7		
Gesamt		235	100,0		

**Fachliche Kompetenz**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	42	17,9	18,3	18,3
	sehr zufrieden	95	40,4	41,5	59,8
	zufrieden	81	34,5	35,4	95,2
	teils, teils	11	4,7	4,8	100,0
	Gesamt	229	97,4	100,0	
Fehlend	keine Angabe	6	2,6		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 12: Die HOEB4U ist ein Juniorbetrieb. Wie findest Du das?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	1	,4	,4	,4
	sehr gut	170	72,3	73,0	73,4
	gut	57	24,3	24,5	97,9
	mittelmäßig	5	2,1	2,1	100,0
	Gesamt	233	99,1	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	1	,4		
	Gesamt	2	,9		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 13: Wie beurteilst Du die räumliche Atmosphäre?**

**Gemütlichkeit**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	78	33,2	33,5	33,5
	gut	104	44,3	44,6	78,1
	mittelmäßig	46	19,6	19,7	97,9
	eher schlecht	5	2,1	2,1	100,0
	Gesamt	233	99,1	100,0	
Fehlend	keine Angabe	2	,9		
Gesamt		235	100,0		

**Sauberkeit**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	137	58,3	59,3	59,3
	gut	87	37,0	37,7	97,0
	mittelmäßig	6	2,6	2,6	99,6
	eher schlecht	1	,4	,4	100,0
	Gesamt	231	98,3	100,0	
Fehlend	keine Angabe	4	1,7		
Gesamt		235	100,0		



### Toiletten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	131	55,7	59,8	59,8
	sehr gut	33	14,0	15,1	74,9
	gut	45	19,1	20,5	95,4
	mittelmäßig	8	3,4	3,7	99,1
	eher schlecht	2	,9	,9	100,0
	Gesamt	219	93,2	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	2	,9		
	keine Angabe	14	6,0		
	Gesamt	16	6,8		
Gesamt		235	100,0		

### Design

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	5	2,1	2,2	2,2
	sehr gut	68	28,9	29,4	31,6
	gut	119	50,6	51,5	83,1
	mittelmäßig	35	14,9	15,2	98,3
	eher schlecht	3	1,3	1,3	99,6
	sehr schlecht	1	,4	,4	100,0
	Gesamt	231	98,3	100,0	
Fehlend	keine Angabe	4	1,7		
Gesamt		235	100,0		

### Einrichtung/Möblierung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	2	,9	,9	,9
	sehr gut	61	26,0	26,6	27,5
	gut	117	49,8	51,1	78,6
	mittelmäßig	46	19,6	20,1	98,7
	eher schlecht	2	,9	,9	99,6
	sehr schlecht	1	,4	,4	100,0
	Gesamt	229	97,4	100,0	
Fehlend	keine Angabe	6	2,6		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 14: Fühlst Du Dich in den Räumen der HOEB4U wohl?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	2	,9	,9	,9
	ja, sehr wohl	75	31,9	32,1	32,9
	ja, ziemlich wohl	128	54,5	54,7	87,6
	teils, teils	28	11,9	12,0	99,6
	eher nicht	1	,4	,4	100,0
	Gesamt	234	99,6	100,0	
Fehlend	keine Angabe	1	,4		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 15: Hast Du Verbesserungsvorschläge für die Räumlichkeiten der HOEB4U?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft nicht zu	160	68,1	68,1	68,1
	trifft zu	75	31,9	31,9	100,0
	Gesamt	235	100,0	100,0	

**Frage 16: Wie findest Du das Veranstaltungsangebot der HOEB4U?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	141	60,0	61,3	61,3
	sehr gut	14	6,0	6,1	67,4
	gut	57	24,3	24,8	92,2
	mittelmäßig	18	7,7	7,8	100,0
	Gesamt	230	97,9	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	4	1,7		
	Gesamt	5	2,1		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 17: Hast Du bereits eine Veranstaltung der HOEB4U besucht?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nein	221	94,0	95,7	95,7
	Ja, und zwar...	10	4,3	4,3	100,0
	Gesamt	231	98,3	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	3	1,3		
	keine Angabe	1	,4		
	Gesamt	4	1,7		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 18: Welche Veranstaltungen würden Dich ansprechen? (Mehrere Antworten sind möglich)**

	Antworten		Prozent der Fälle
	N	Prozent	
Lesung	96	28,4%	41,6%
Poetry Slam	35	10,4%	15,2%
Leseclub	30	8,9%	13,0%
Spieleveranstaltung (z.B. mit Playstation Spielen)	63	18,6%	27,3%
FanFiction	26	7,7%	11,3%
eigener Vorschlag	27	8,0%	11,7%
weiß nicht	61	18,0%	26,4%
Gesamt	338	100,0%	146,3%

**Frage 19: Kennst Du die Internetseite der HOEB4U?**

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Ja	96	40,9	40,9	40,9
Nein	139	59,1	59,1	100,0
Gesamt	235	100,0	100,0	

**Frage 20: Wie gefällt Dir die Internetseite der HOEB4U?**

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig weiß nicht	4	1,7	4,3	4,3
sehr gut	11	4,7	11,8	16,1
gut	43	18,3	46,2	62,4
mittelmäßig	30	12,8	32,3	94,6
eher schlecht	5	2,1	5,4	100,0
Gesamt	93	39,6	100,0	
Fehlend trifft nicht zu da F19=2	139	59,1		
keine Angabe	3	1,3		
Gesamt	142	60,4		
Gesamt	235	100,0		

**Frage 21: Kennst Du die Comic-Figuren Franziska, Nadine und Max der HOEB4U?**

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Ja	58	24,7	24,8	24,8
Nein	176	74,9	75,2	100,0
Gesamt	234	99,6	100,0	
Fehlend keine Angabe	1	,4		
Gesamt	235	100,0		

**Frage 22: Wie gefallen Dir die Comic-Figuren der HOEB4U?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	2	,9	3,4	3,4
	sehr gut	3	1,3	5,2	8,6
	gut	21	8,9	36,2	44,8
	mittelmäßig	26	11,1	44,8	89,7
	eher schlecht	5	2,1	8,6	98,3
	sehr schlecht	1	,4	1,7	100,0
	Gesamt	58	24,7	100,0	
Fehlend	trifft nicht zu da F21=2	175	74,5		
	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	1	,4		
	Gesamt	177	75,3		
Gesamt	235	100,0			

**Frage 23: Wie wichtig findest Du es, dass es eine Bibliothek extra für Jugendliche gibt?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr wichtig	164	69,8	70,7	70,7
	wichtig	61	26,0	26,3	97,0
	ist mir egal	4	1,7	1,7	98,7
	weniger wichtig	1	,4	,4	99,1
	unwichtig	2	,9	,9	100,0
	Gesamt	232	98,7	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	2	,9		
	keine Angabe	1	,4		
	Gesamt	3	1,3		
Gesamt	235	100,0			

**Frage 24: Würdest Du die HOEB4U weiterempfehlen?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiß nicht	15	6,4	6,6	6,6
	Ja, weil...	207	88,1	91,2	97,8
	Nein, weil...	5	2,1	2,2	100,0
	Gesamt	227	96,6	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	4	1,7		
	keine Angabe	4	1,7		
	Gesamt	8	3,4		
Gesamt	235	100,0			

**Frage 25: Wie alt bist Du?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0-10	1	,4	,4	,4
	11-13	42	17,9	18,3	18,7
	14-16	57	24,3	24,8	43,5
	17-19	31	13,2	13,5	57,0
	20-22	13	5,5	5,7	62,6
	23-24	12	5,1	5,2	67,8
	25-30	25	10,6	10,9	78,7
	31-99	49	20,9	21,3	100,0
	Gesamt	230	97,9	100,0	
Fehlend	keine Angabe	5	2,1		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 26: Geschlecht**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weiblich	124	52,8	53,2	53,2
	männlich	109	46,4	46,8	100,0
	Gesamt	233	99,1	100,0	
Fehlend	keine Angabe	2	,9		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 27: Tätigkeit**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Schüler	127	54,0	56,4	56,4
	Auszubildender	14	6,0	6,2	62,7
	Student	31	13,2	13,8	76,4
	Leistender eines sozialen Jahres o.Ä.	1	,4	,4	76,9
	berufstätig	46	19,6	20,4	97,3
	arbeitssuchend	6	2,6	2,7	100,0
	Gesamt	225	95,7	100,0	
	Fehlend	falsche Angabe	3	1,3	
	keine Angabe	7	3,0		
	Gesamt	10	4,3		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 28: Welchen Schulabschluss strebst Du an bzw. welchen Schulabschluss besitzt Du?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Hauptschulabschluss	10	4,3	4,9	4,9
	Realschulabschluss	33	14,0	16,0	20,9
	Abitur/Fachhochschulreife	121	51,5	58,7	79,6
	Fachhochschul- oder Hochschulabschluss	40	17,0	19,4	99,0
	Sonstiger Abschluss	2	,9	1,0	100,0
	Gesamt	206	87,7	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	8	3,4		
	keine Angabe	21	8,9		
	Gesamt	29	12,3		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 29, Teil 1: In welchem Stadtteil Hamburgs wohnst Du?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Stadtteil ...	217	92,3	96,9	96,9
	Ich wohne nicht in Hamburg, sondern in ...	7	3,0	3,1	100,0
	Gesamt	224	95,3	100,0	
Fehlend	falsche Angabe	1	,4		
	keine Angabe	10	4,3		
	Gesamt	11	4,7		
Gesamt		235	100,0		

**Frage 29, Teil 2: Aufteilung nach Bezirken**

	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Bezirk Altona	137	61,2%
Bezirk HH-Mitte	18	8,0%
Bezirk Eimsbüttel	22	9,8%
Bezirk HH-Nord	17	7,6%
Bezirk Wandsbek	11	4,9%
Bezirk Bergedorf	2	0,9%
Bezirk Harburg	10	4,5%
außerhalb Hamburgs	7	3,1%
Summe	224	

**Frage 29, Teil 3: Bezirk Altona**

PLZ	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
22549	2	1%
22547	1	1%
22559	2	1%
22585	1	1%
22587	1	1%
22589	1	1%
22599	1	1%
22605	1	1%
22609	1	1%
22761	8	6%
22763	40	29%
22765	68	50%
22767	8	6%
22769	2	1%
Summe	137	

**Frage 30: Anregungen, Wünsche, Verbesserungsvorschläge**

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig trifft nicht zu	149	63,4	63,4	63,4
trifft zu	86	36,6	36,6	100,0
Gesamt	235	100,0	100,0	

## Anhang E: Kommentare der Befragten

### Frage 1: Wie bist Du auf die HOEB4U aufmerksam geworden

Fragebogen	F1_7 durch...
3	Ich wohne nah.
4	durch das Zeise-Kino
16	Am Ort der alten Bücherhalle entdeckt
28	vorbei laufen
43	Ich wohne in der Nähe
53	vorbei gehen
55	Kinio-Besuch in den Zeise-Kinos
56	durch den Ort selbst, laufe ich ständig vorbei und die langen Öffnungszeiten
59	durchqueren der Zeisehallen
63	durch tägliches vorbeigehen durch die Zeisehallen
64	durch vorbeilaufen
72	durch vorbeigehen
80	daran vorbeigelaufen
81	daran vorbeigehen
87	In den Zeisehallen vorbeigegangen
97	durch die Zeisehallen
99	Da ich hier nebenan wohne
105	durch Zufall, weil ich die Videobibliothek gesucht habe
108	arbeite im Zeise-Kino
130	durch den Besuch der Zeise-Kinos
137	durch den Weggang der alten Videobibliothek
153	durch den Besuch der früheren Bibliothek in den Zeisehallen
154	durch vorbei gehen
161	Verlagerung der Anime-DVDs aus der Zentralbibliothek
185	wohne gegenüber
190	vorbei gehen
191	durch die Zeisehallen
197	durch Zufall
200	durch etwas Zufall
205	durch eine bestellte CD, die es nur in Altona gab
228	Ich wohne hier und habe das Schild gesehen
252	dadurch, dass ich hier fast jeden Tag vorbeigehe



**Frage 15: Hast Du Verbesserungsvorschläge für die Räumlichkeiten der HOEB4U?**

Fragebogen	
1	Nein, ist alles so zu sagen perfekt
2	Die Wand, wo die Uhr hängt, ist häßlich.
11	Eine gemütliche Leseecke mit bequemen Sesseln wäre toll.
17	Wie wäre es mit einer Sitzecke, sonst zufrieden
19	Sofas und mehr Sitzmöbel
28	Mehr Sitzmöglichkeiten schaffen, einen Musikraum oder -ecke, Raum zum Freunde treffen
31	Sofa oder so
33	Vielleicht das mehr an die Wände kommt, so dass sie nicht so leer wirken
37	Vielleicht noch eine kleine Sitzecke
41	Etwas wärmeres Design, mehr Ablagetische, Ablageflächen
42	Gemütlichere Sitzmöglichkeiten
46	Möglicherweise 1-2 breite Sessel zum reinkuscheln und evtl. 1-2 Stationen zum Abspielen von CDs, um direkt zu wissen, ob sie gefällt oder nicht
48	Mehr Sitzgelegenheiten, andere Farben für die Wände
49	Gemütlichere Sitzmöglichkeiten, mehr Deko
50	Mehr Sitzmöglichkeiten mit einem Tisch wären gut.
52	Für die jungen Besucher (Schulkinder) eine Rückzugsecke (Bsp. Hausaufgaben - Comics lesen)
53	Ich fände es sehr cool, wenn es Sofas gäbe
56	Sessel, Leseecke für längeren Aufenthalt
67	Ruhige Sitzecken zum zurückziehen
69	Könnte mehr Sitzgelegenheiten geben. Ich finde die Medien ab 16 sollten eine eigene Ecke haben.
70	Könnte mehr Sitzgelegenheiten geben.
72	Mehr Sitzmöglichkeiten
79	etwas mehr Sitzmöglichkeiten
80	etwas mehr Farbe, Bilder, Fotos
81	etwas mehr Bilder und Fotos
82	Einige Tische würden ganz praktisch sein und auch die Atmosphäre heben und ein Sessel oder mehrere wären super gemütlich
85	Cafeteria anschaffen
87	Der Tisch sollte hier bleiben. Gemütlicher werden
89	Vielleicht etwas mehr Sitzgelegenheiten und Stühle. Sie Sitzkissen sehen zwar gut aus und so, aber es gibt sie zu wenig.
107	Mehr Kühle im Sommer
116	Ein Sofa
117	Ein gemütliches Sofa
121	Bücherregale an den Wänden schaffen Behaglichkeit
124	Mehr Stühle oder Sessel
125	Wärmere Farben, gemütlichere Sitzecken
128	Bequemere Stühle
131	Bequemere Sitzmöglichkeiten
138	Also mit den Farben finde ich hier schon sehr schön, aber diese eine Stein/Mauerwand mit der Uhr, finde ich, kann man noch attraktiver machen.
140	Ein paar schönen Pflanzen hier und da wären schön ( Bonsais, Zierpflanzen und/oder Blumen).
143	Ein Sofa vielleicht

144	Es kann z. T. sehr laut werden. Ein Abschnitt wo absolute Ruhe herrschen würde, wäre nett aber nicht sehr notwendig.
148	Eine Bar mit Fritz-Kola wie bei der Eröffnung
153	Weniger wie Designer-Tum
158	Vielleicht ein paar kleinere Tische, damit man die Hocker nicht immer dazu verwenden muss
162	Vielleicht Ausstellungen / Skulpturen / Pflanzen, warmes Licht
166	Mehr Aktion wie Multiplayergames z.B. Guitar Hero, Eye-Toy etc.
168	Sessel
169	Mehr Sessel und vielleicht CD-Anhör-Dinger, mehr Bilder
172	Polster, Sofas, mehr Farben, Getränkeautomat
175	Es könnte eine bessere Klimatisierung geben
181	Eher Sessel anstatt Hocker
185	Gemütlicheres Licht, mehr gepolsterte Sessel
190	Sofas
192	Sitzecke, Getränke
197	Man könnte ein Sofa in eine Ecke stellen, das würde für mehr Gemütlichkeit sorgen.
200	größere Hocker! Die, die die HOEB4U hat, sind so wackelig!
201	Ein Sofa in die Lesecke stellen
202	Eigentlich bin ich ziemlich zufrieden, man könnte jedoch noch ein paar Sitzmöglichkeiten anbieten!
208	Eine Couch wäre nicht schlecht. Am besten mit Beistelltischen um mehrere Medien ablegen und nacheinander durchsehen zu können.
210	Ein großes Sofa hinstellen. Mehrere Farben an der Wand, nicht nur weiß
217	Sofa
220	Vielleicht ein der zwei Sofas
221	Mehr Farbe (Design)
228	Mehr Sitzmöglichkeiten (Sofa, Sessel)
230	Etwas gemütlicher, wärmere Atmosphäre z.B. durch Pflanzen
242	Man bräuchte vielleicht ein paar Stühle/Sessel mit Lehnen, damit man sich beim Lesen anlehnen kann
243	Vielleicht ein/zwei Sofas, die sind bequemer als die kleinen Sessel und ein Tisch, wie der hier wo man sich die Bücher zusätzlich nochmal angucken kann
247	Vielleicht gemütliche Ecken einbauen mit Sofas
248	Evtl. Anschaffung von Sofas und einer Kaffee-Maschine
251	Alles in einer Farbe einrichten! Denn im Moment sind die Stühle rot, dort wo man Playstation-Spiele ausleihen kann ist die Wand blau! Ich würde alles knallig grün machen!
252	Das die Farben besser zusammen passen. Eine gemütliche Lesecke (mit Sofa)
254	Vielleicht ein gemütliches Sofa
255	Mehr Gemütlichkeit (Sofa)
257	Vielleicht könnte man hinten in der Zeitschriftenexcke die Wand mit ein paar Postern verschönern oder man streicht sie

**Frage 17: Hast Du bereits eine Veranstaltung der HOEB4U besucht?**

Fragebogen	F17_2 Ja, und zwar
2	Ferien-Playstation-Angebot
10	Lese-Club
59	Eröffnungs-Veranstaltung
125	Medien- und Foto-Workshop mit Vituslav
128	Playstation-Spiele
148	2 Fams und Eröffnung und Lesung
159	Lesung von Alexa Hennig Lange
166	Photoausstellung, Playground
201	Playstation-Spiele
255	Lese-Club, Lesung

**Frage 18: Welche Veranstaltungen würden Dich ansprechen?**

Fragebogen	F18_6 eigener Vorschlag
2	Lan-Party
8	Gedichte von Schülern
24	Konzerte von Hobby-Bands
31	Themenabend
33	Manga/Animeclub
37	Manga-Treff
39	Gespräche mit Künstlern/Illustratoren
48	Lese-Wettbewerb
53	Gemütlich Filme gucken
59	Topf schlagen
61	Autogramm-Stunden im Bereich Musik/Heavy Metal
72	DVD-Vorstellungen, PC-Spiele und Kino-Filme
85	Kinovorschläge
97	Konzerte
117	Manga-Club
124	Karaoke-Party
125	Kino
135	Spielveranstaltung mit Vorstellung und Spielmöglichkeit neuer Spiele
162	Krimis, Ausstellungen
168	Diskussionsrunden
192	Autorenwerkstatt
196	Treffen für Hobby-Autoren
219	Hörspielabende
228	Kino
243	wenn die Autoren von den Büchern mal vorbeikommen, um ihre Bücher vorzustellen / Autogramme zu geben
248	Poetry-Club
255	Jugendkultur: Bandauftritt, Kunstaustellungen, Kurzfilme, DVD-Abende

**Frage 24: Würdest Du die HOEB4U weiterempfehlen?**

Fragebogen	F24 Wert 1: Ja
1	weil sie sehr viele Angebote haben, so wie Veranstaltungen und auch wegen der Konsolenspiele usw.
2	weil es einfach fast perfekt ist.
3	weil es eine gute Auswahl gibt.
4	weil es sehr viele Jugendbücher und Spiele gibt und es hier sehr gemütlich ist.
5	weil es hier coole Spiele gibt.
6	weil es hier Anime-Serien auf DVD gibt.
7	weil es eine große Auswahl von Medien gibt, die es in anderen Bibliotheken nicht gibt.
8	weil es hier viel Auswahl für Jugendliche gibt. (in fast allen Bereichen).
10	weil alles übersichtlich ist, Personal freundlich ist.
11	weil es hier immer aktuelle Medien (vor allem Mangas und Konsolenspiele) gibt.
12	weil sie ein gutes Angebot haben
13	weil der Bestand verfügbar ist
14	weil es gute Konsolen-Spiele gibt und die Mitarbeiter/Innen freundlich sind
16	weil es hier schöne Sachen gibt
17	weil ich die Auswahl, und dass sie eine Jugendbibliothek ist, sehr gut finde
18	weil man hier günstig und länger als in einer Videothek PS2- und PSP-Spiele ausleihen kann
19	weil sie viele aktuelle Medien hat und die Auswahl groß ist
21	weil es dort viele Sachen zum Ausleihen gibt
24	gutes Angebot verschiedener Medien
25	weil sie genau die Bücher und CDs hat, die uns Jugendliche ansprechen
27	weil es hier viele Sachen gibt, die es in anderen Bücherhallen nicht gibt
29	weil man hier sehr viele aktuelle Medien erhält
31	weil alles sehr nett sind und es gute Angebote gibt
32	weil gutes Angebot an CDs und DVDs
33	weil es viele coole Sachen hier gibt, die man in manchen Läden nicht findet
35	weil es hier gute Filme gibt
36	weil diese Bücherhalle eine der besten ist, die ich kenne
37	weil es viele gute Medien zum ausleihen gibt, auch viele CDs und DVDs
38	weil ich das Angebot sehr gut finde
39	weil die Auswahl der Medien sehr liebevoll ist und alles leichter zu finden ist als sonst
40	weil es hier viele gute Filme gibt. Sonst muss man für so etwas in die Videothek
41	weil aktuelle, interessante Medien, exklusive Auswahl
42	weil das Angebot groß ist
43	weil gutes Angebot für diese Zielgruppe
44	weil ich gerne hier bin und es nicht nur Bücher gibt
45	weil sie ein gutes aktuelles Angebot für Jugendliche bietet
46	weil interessantes Angebot
47	weil es hier sehr viele gute Medien gibt
48	weil die Medien stets aktuell und gut erhalten sind, es eine große Auswahl gibt
49	weil sie guterhaltene, verschiedene und schöne Bücher anbietet
50	weil hier sehr viele Angebote zum ausleihen sind, womit man seine Freizeit entspannt verbringen kann
51	weil es eine gute Sache ist

52	weil nette Atmosphäre, Ausleih-Möglichkeiten, zentral
53	weil es einfach supi ist
54	weil es viele Mangas, DVDs und verschiedene Spiele zum Ausleihen gibt
55	weil es eine Bücherei für Jugendliche & junge Erwachsene ist
56	weil sie altersgemäß sortiert ist, allerdings zu eingeschränkt, da nur freizeitbezogen
57	weil es einen großen Bereich von aktuellen Filmen, Spielen und Musik umfasst
58	wegen speziellen Angebot für Jugendliche
61	weil sie ausschließlich für Jugendliche ist
62	weil das Angebot und die Öffnungszeiten auch für jung-gebliebene toll sind
63	weil es ein vielfältiges Angebot an Unterhaltungsmedien für Jugendliche aufweist
64	weil es hier ein befriedigendes Angebot an DVDs, CDs und Büchern gibt
67	weil sie viele Medien speziell für Jugendliche anbietet
68	weil Jugendliche für Jugendliche arbeiten
69	weil es dort Medien gibt, die andere Bücherhallen nicht haben
70	weil es hier hauptsächlich Medien für Jugendliche gibt und das vielen gefallen würde
72	weil viele DVD usw. anbietet und gemütlich ist
74	weil es sehr verschiedene Sachen hat, aber es wäre besser wenn es noch mehr Bücher und DVD gäbe
75	weil sie gute Medien haben
78	weil es eine gute Auswahl in allen Bereichen gibt
79	weil sich viele Jugendliche durch das aktuelle Angebot angesprochen fühlen
80	weil ich sie gut und wichtig finde
81	weil es hier viele Bücher, Filme und Hörspiele gibt
82	weil es hier viele interessante Medien gibt, die auch sehr aktuell sind
84	weil es eine gute Auswahl an aktuellen Büchern, CDs und DVD gibt
85	weil es gibt viel Auswahl für Jugendliche
87	weil Angebot vielfältig, ansprechend und zeimlich aktuell ist
88	weil Sortiment ist besser als in anderen Bücherhallen
89	weil die Medien stets aktuell sind. Vor allem die Abteilung DVD und Anime sind klasse
90	weil tolles Angebot
93	weil hier alles da ist was mich interessiert
94	weil es hier sehr viele DVDs und Spiele für Jugendliche gibt
96	weil guter Bestand an Medien
97	weil gut
99	weil es ein gutes Angebot an Unterhaltung gibt. Allerdings nur an Kinder und Jugendliche
100	weil es hier viele Playstation-Spiele gibt
101	weil es viele Konsolenspiele und gute Filme gibt
102	weil das Angebot jugendgerecht ist, d.h. keine indizierten Spiele, Filme, etc.
103	weil sie eine gute Alternative zu den Videotheken sind z.B.
104	weil es gute Bücher, vor allem für Jugendliche gibt und viele DVDs
105	wegen dem Spielfilm-Angebot
107	weil sie gut ist
108	weil das Angebot abwechslungsreich, die Mitarbeiter jung, engagiert und freundlich sind
109	weil die HOEB4U aussergewöhnlich ist (viele aktuelle Titel bereit hält)
110	weil sie gut und große Auswahl hat
112	weil interessantes Angebot
115	weil man hier verschiedene Medien findet, die meine Freunde ansprechen

116	weil es sehr gute Bücher gibt und DVDs
117	weil es hier sehr viele Medien gibt. Und es hier ganz schön ist
118	weil interessanter Mix von Medien
119	weil ich das Angebot für Jugendliche erweitert wissen möchte
123	weil es coole Sachen zu gucken und lesen gibt
124	weil man hier auf jeden Fall etwas findet! Für jeden Geschmack ist was dabei
125	weil gut
126	weil es einfach Spaß macht in ihr zu stöbern
127	weil sehr viel Auswahl an Spielen usw.
128	weil es hier gemütlich ist, es viele aktuelle Medien gibt und das Personal freundlich ist
132	weil die Auswahl der Medien spezieller ist
133	weil ich mit dem Angebot sehr zufrieden bin
134	weil ich hier Hörspiele/Hörbücher finde, die ich gerne höre
135	weil gutes Angebot, gute Möglichkeit mal in neue/andere Musikrichtungen, Spiele, Serien reinzuschnuppern
136	weil es sehr gute DVDs gibt
137	weil sehr gutes, aktuelles Angebot
138	weil es günstiger ist, hier Sachen zu entleihen, als sie extra zu kaufen
139	weil es für jeden Geschmack etwas gibt
140	weil es ein riesiges Angebot von Medien und ähnlichem gibt
142	weil sie so viele Pc Spiele hat und Konsolenspiele
143	weil es eine coole Einrichtung ist
144	weil es ist eine ausgezeichnete Möglichkeit Sachen zu finden die einen ansprechen (und billig!)
145	weil es in der Altona Bücherhalle sehr schlechte Medien gibt. Und es sonst keine in der Umgebung gibt
147	weil ich finde, daß Jugendliche hier viel für sich entdecken können und die Atmosphäre Raum bietet für vieles
148	weil sie sehr toll ist
149	weil sie toll ist
151	weil die Bibliothek medientechnisch ein ansprechendes Angebot hat
152	gutes Medienangebot
153	weil sie ein gutes Angebot hat
155	weil es Spaß macht hier was auszuleihen
156	weil sie sehr aufschlussreich ist. Es gibt viele neuwertige Angebote an Ausleihmaterialien
158	weil viele meiner Freunde die gleichen Interessen wie ich haben & die HÖB gerne mögen
160	weil es hier auch Medien gibt die nicht nur für Kinder sind. Außerdem fehlen in den Büchern und Comics nicht ständig Seiten und das Angebot ist recht aktuell
162	weil Jugendliche mit ihren Themen unter sich sein können
163	weil für jeden was dabei ist
164	weil sie auf die Bedürfnisse von Jugendliche zugeschnitten ist
165	wegen der Aktualität der Medien. Hier findet man die besten Bücher zum Lesen
166	super Angebot & Ausstattung, immer aktuell
167	weil das Angebot, gerade an DVDs + Serien-DVDs vorbildlich ist. Und die Angestellten geben sich grosse Mühe jeden Wunsch zu erfüllen
168	weil praktisch
169	weil es viel billiger ist als DVDs, Bücher, etc zu kaufen
170	weil sie für die meisten meiner Bekannten am nächsten liegt
171	weil es hier für Jugendliche ein größeres Angebot gibt als in anderen Bücherhallen
172	weil sie aktuelle Sachen hat

174	weil es gute Sachen zum ausleihen gibt
175	weil ich finde, dass sie eine sehr gute Bücherhalle ist, in der man zu bestimmten Interessenbereichen viel findet
176	weil es hier sehr viele gute Angebote gibt, wie PC- und Konsolenspiele, die man sich dann nicht kaufen muss
178	weil das Angebot sehr gut ist. Ausserdem ist das Personal freundlich
179	weil man da viele Sachen für Jugendliche findet
181	weil es aktuellere Medien als in anderen Bücherhallen gibt
184	weil ich nicht gedacht hätte, dass es etwas für jede Altersgruppe gibt
189	weil die Medien aktuell sind und man dadurch, daß keine Internet/Katalog Vorbestellungen möglich sind auch oft aktuelle DVDs ausleihen kann, speziell auch Serien
190	weil für jeden etwas dabei ist
191	weil die Idee klasse ist! Weiter so!
192	weil aktuelles und umfangreiches Angebot. Es ist nicht erforderlich, lange zu "wühlen" bis man etwas findet
193	weil nur hier bekommt man Animes
195	weil es viel Auswahl und interessante Sachen gibt
196	weil ich gerne und viel lese und hier aktuelle Sachen suchen kann
197	weil es für Jugendliche sehr viel Spaß macht und es mehr Sachen für Jugendliche als für Erwachsene gibt
200	weil es zu jedem Thema verschiedene Bücher gibt
202	weil ich finde, dass es ziemlich wichtig ist, dass die Sachen unserem Alter (der Jugendlichen) entsprechen
204	weil es immer die neuesten Sachen gibt, die uns in unserem Alter interessieren
205	weil es die Medien im Angebot gibt, die es sonst nicht gibt
207	weil ich immer neue, mich interessierende, Medien gefunden habe
208	weil das Hörbuchangebot sehr gut ist
209	weil ich gehört habe, dass es hier gute & viele Hörspiel-CDs gibt
210	weil es hier eine sehr schöne große Auswahl gibt
212	weil es hier Sachen gibt, die es anderswo nicht gibt, da dies eine Bibliothek für Jugendliche ist
213	weil es hier viele interessante Medien gibt und besonders ansprechend für Teens ist
215	weil es sauber und aufgeräumt ist, die Mitarbeiter gute fachliche Kompetenzen haben
217	weil ich es sehr gut finde, dass es so ein weites Angebot gibt und es preiswert ist
218	weil die Bücherhalle speziell für Jugendliche eingerichtet ist, bei den meisten anderen ist schon zu wenn die Schule aus ist
220	weil mir das Angebot gut gefällt und meine Freunde den gleichen Geschmack haben
221	weil es eine Vielzahl für Jugendliche angeboten gibt
223	wegen der aktuellen Filme
225	vielfältiges Angebot
226	weil sie etwas einmaliges ist
228	weil es eine Bibliothek für Jugendliche ist. Das Angebot ist somit für meine Freunde interessanter
229	weil sie ein sehr gutes Angebot hat
230	weil ich die Auswahl für Jugendliche sehr gut finde
231	weil es gute DVDs gibt und Spiele
232	weil das Preis-Leistungs-Verhältnis einfach toll ist und die Medien lohnen
233	weil sie gut ist und ein spezielles Angebot hat
234	weil die Auswahl an DVDs und TV-Serien einfach genial ist
235	weil es hier schön ist und man hier auch gute Bücher kriegt

237	weil es ein sehr ansprechendes Medienangebot gibt (z.B. Serien auf DVD)
239	weil ich das Konzept sehr gut finde
240	weil man hier viel findet, was das Herz einer Leserin und Musikhörerin wie mir begehrt
241	weil die Interessen von Jugendlichen berücksichtigt werden
242	weil es hier mehr Sachen zum ausleihen gibt, die Jugendliche interessieren
243	weil ich es toll finde, dass es hier nur Jugendromane/Kinderbücher gibt, die anderen Bücherhallen haben nicht so viel Auswahl
246	weil mich die Aktualität & Anzahl neuer Medien jedes mal wieder umhaut
247	weil es hier voll korrekt ist
248	weil das Angebot hervorragend ist und das Personal einfach spitze. Ich vollkommen zufrieden bin
250	weil ich die Idee gut finde, dass es speziell eine Kinder- und Jugendbibliothek gibt
251	weil es hier tolle Sachen zum Ausleihen gibt
252	weil es viele Sachen zum ausleihen gibt und die HOEB4U einen voll anspricht
253	Musik-DVD und Bestand
254	weil ich es schon oft getan habe, da die DVDs viel besser sind als in anderen Bibliotheken
255	weil sie eine überragende Möglichkeit bietet, so manche Wissenslücke zu schließen, im Gegensatz zu Schule, Ausbildung
256	weil es hier fast für jeden was gibt
258	weil super Angebot an CDs, DVDs (besonders Animes) und immer vieles vorhanden ist, sehr gute Öffnungszeiten
259	weil endlich gibt es eine Bücherhalle wo sich jeder wohl finden kann
Fragebogen	<b>F24 Wert 2: Nein</b>
23	weil zu wenig Angebote für mich, dazu ist der Weg zu lang
106	weil es zu weit weg ist
129	weil ich den Eindruck habe, es ist nicht so stark frequentiert und dadurch wenig abgenutzt. Sollte auch so bleiben
185	weil das Angebot zu speziell ist und ein breites Spektrum an Medien in den "normalen" Bücherhallen oder der Zentralbibl. Zu finden sind
203	weil ich es besser fände das Angebot der HÖB insgesamt zu verbessern, anstatt nur hier



### Frage 30: Anregungen, Wünsche, Verbesserungsvorschläge

Fragebogen	Bemerkung
2	Gamecube
3	Gamecube
10	Mehr Werbung für Festivals
11	Bücher für Schule und Studium fände ich gut, ansonsten bin ich sehr zufrieden.
12	Neuere Medien, Spiele (XBOX, PS2)
16	Es gibt nicht nur Mangas! Wo sind die Comics?
17	Mehr Auswahl in Sachen: Fantasy-Bücher
18	Bleibt so und besorgt weiterhin immer das Aktuellste! Schön, dass es Euch gibt!
21	Mehr DVDs und mehr Filme, die ab 12 sind und nicht so viele die ab 16 sind
28	Es sollte mehr Medien geben für PS2 und PC, mehr von ein Spiel was neu auf dem Markt ist und nicht nur eins oder zwei. Man sollte für Singstar oder für Buzz das Zubehör haben, also Mikrofone und Buttons
33	Das die Bücherhalle auch am Montag auf hat und das man Filme länger ausleihen kann
35	Die HOEB4U darf sich gerne noch mehr Filme anschaffen
41	Spielfilm-Auswahl ausbauen
42	Bitte noch mehr Hörbücher
46	Evtl. das Musik-Programm (CDs) etwas erweitern. Bsp. Jazz, Soul, etc.
48	Möglicherweise sollte mal renoviert werden und die Wände in einer anderen Farbe gestrichen werden. Außerdem mehr Sitzgelegenheiten
49	Sitzgelegenheiten in wärmeren Farben, z.B. rot, gelb, orange, helles braun
50	Erweiterung der Angebote und der Sitz- und Arbeitsplätze
52	Jugendliche noch mehr einbeziehen: z.B. Pinnwand, Auftritte von (Schul-)Bands
53	Mehr englische Sachen
55	Sortieren der CDs
56	Sortiment erweitern, Altersgrenze vielleicht auf ab 10 absenken, auch Bildungsliteratur anbieten. Gute Kunstabteilung für Jugendliche einrichten.
66	DVD/CD noch mehr bekleben
69	Ich finde es sollte noch eine Jugendbücherhalle in der Nähe von Eimsbüttel und Stellingen geben
70	Ich finde es sollte noch eine HOEB4U in Stellingen geben, das der Weg nach Altona zu lang ist
74	Ich wünschte, das z. B. noch mehr DVD wären, die neu rausgekommen sind. Sonst ist alles ok
78	Es ist weit weg von mir, vielleicht noch eine andere HOEB4U in einem anderen Stadtteil. Es sollte Samstags geöffnet sein wenn man unter der Woche keine Zeit hat
79	Die Möglichkeit Jugendliche an die kritische Auseinandersetzung mit Medien heranzuführen könnte evtl. noch mehr brücksichtigt werden in entsprechenden Angeboten
80	Ausstellungen für Jugendliche Künstler wären gut
81	Ihr macht das gut, weiter so!
82	Die Bücherhalle ist in einer schönen Ordnung, sauber und gemütlich. Die Medien sind hervorragend und im tadellosen Zustand, nur die Anordnung der einzelnen Bücher war etwas komisch, z. B. nicht nach Alphabet geordnet etc.
85	Cafeteria anschaffen, Gamecube-Spiele
86	Mehr Playstation-Spiele
88	Englische Brettspiele wären toll, Vorbestellung kostenlos
89	Ich finde es toll, dass es eine Bücherhalle gibt nur für Jugendliche und junge Erwachsene. Der Angebot an Medien ist hervorragend. Was mich aber ziemlich ärgert ist, dass man nur 6 DVDs mitnehmen kann, denn oft will ich mehr ausleihen, was aber nicht geht
94	Die Mangas und DVDs schneller aktualisieren

99	Das einzige was mich bisher gestört hat ist, dass die Themen der DVDs sich auf Jugendliche beschränkt. Das heißt: "Abschlussjahr", "Party" und "Das erste Mal"
101	neue PSP UMDs
105	Gerne noch mehr DVD-Spielfilme des "ARTE"-Genres
110	Nein es ist gut so wie es ist
116	Ja, TKKG-CDs
117	Wenn man eine schriftliche Erlaubnis hat, dass man auch DVDs über die Altersbeschränkung ausleihen darf
125	Generell alles gut
127	Mehr Spiele-Auswahl
128	Mehr PSP-Spiele
134	Ich würde mich noch über "Star Trek" - The next generation-DVDs freuen. Ansonsten DVDs, PC- und Konsolenspiele mehr nach Jugendtauglichkeit auswählen, lieber anspruchsvolle Software als Prügel-Spiele
135	Bin zwar heute zum 1. Mal selbst hier, aber langjährige Nutzerin durch meinen Freund, der immer neue Musik, Spiele, Bücher, Filme ausleih. Absolut erhaltenswert
137	Ich fände es sehr gut, wenn es noch Nintendo-Spiele gäbe (Nintendo DS, GameCube, zukünftig für Wii)
140	Unbedingt Wrestling (WWE)-Artikel einführen (glaubt mir, ganz ehrlich, das würde sich ganz fantastisch machen). Nicht wegen mir selbst, sondern weil Wrestling momentan der letzte Schrei bei den Teenies (männlich) ist. Sonst noch John Sinclair / Gabriel Burns Hörspiele
141	Wrestling (WWE), DVDs, Zeitschriften, Bücher, Videospiele (z.B. WWE, Smackdown vs RAW). John Sinclair Hörspiele. Mehr Simpsons Comics. Gabriel Burns Hörspiele
142	Es wäre besser wenn man DVDs länger behalten könnte. Es wäre auch besser wenn man mehr DVDs ausleihen könnte
144	CDs, DVDs sollten auf ihren Zustand regelmäßig überprüft werden. Es ist wirklich ärgerlich wenn die ausgeliehenen Medien kaputt sind. Vor allem wenn zum Schluss der Film nicht mehr läuft
149	Mehr PSP-Spiele
156	Größere Auswahl an Jugend/Erwachsenen Romanen, z. B. Historische Romane
158	Bitte haltet die Mangas auf dem neuesten Stand. Passt weiter so gut auf eure Bücher auf, damit es nicht wie in anderen Bücherhallen endet & viele Seiten fehlen
166	Sehr gutes Konzept für HOEB4U. Mehr Aktion wie Multiplayer-Games z.B. Guitar Hero, Eye Toy etc.
169	Mehr alternative, informative und politische DVDs
177	Mehr Auswahl von Pc Spielen
178	Ja, ein Wunschbuch wie es das früher in der "Film & Video Bücherhalle" gab. Die Wunschzettel gehen leider manchmal verloren und man selbst verliert den Überblick
179	Mehr Konsolenspiele
181	Ich finde die Literatur die angeboten wird, manchmal für mein Alter (17) nicht entsprechend. Ich würde mir wünschen wenn es auch Erwachsenen-Romane geben würde (Die Asche meiner Mutter, Das Parfum ...)
183	Gerade Kinder und Jugendliche, die wenig Geld haben, können sich eine HVV-Karte oft nicht leisten und fahren auch nicht so einfach quer durch die Stadt. Ich fände es daher sinnvoll, für Kinder & Jugendliche attraktive Medien und Veranstaltungen auf die Stadtteilbücherhallen zu verteilen. Und Unterhaltungsmedien z. B. Computerspiele kaufen sich die meisten Jugendlichen wenn's irgend geht sowieso. Sie können gerne als „Lockvögel“ dienen, aber Sinn einer öffentlich finanzierten Bücherhalle sollte auch sein, die Kids an Medien heranzuführen, die sie vorher nicht kannten. Durch eine reine Unterhaltungsbücherhalle werden keine Schichtunterschiede u.ä. ausgeglichen. Die Jugendlichen sollten zumindest ab und an mal über etwas „Höherwertiges“ stoßen können.
185	Versucht eure Angebote zu erweitern und auch Medien aufzunehmen, die für "Klischee-Jugendliche" (oder typische Jugendliche) auf den ersten Blick nicht interessant erscheinen
192	Mehr "erwachsenere" Comics der belgischen und französischen Schule

196	Macht weiter so wie bisher dann seid ihr super
197	Es könnte modernere DVDs geben. Dann würde ich auch mehr ausleihen. Und ich finde es nicht gut, dass das Internet Geld kostet
200	Ich würde mich sehr freuen, wenn es noch mehr DVDs und Computerspiele geben würde
203	Bitte öffnet das Angebot für den Fernleihverkehr (Bestellung und Abholung ausserhalb der HOEB4U)
206	Ich wünsche mir, dass sich nichts ändert
207	Spanischsprachige Filme
210	Mehr DVDs für Jugendliche und Anime-DVDs
212	Die Konsolenspiele und PC-Spiele sollten öfter aktualisiert werden
215	Nein, ich bin zufrieden mit Ihrem Angebot
220	mehr coole Serien wie z.B. Lost oder Die Simpsons
228	Ich fände es gut, wenn es noch mehr Bücher geben würde aus dem Fantasy-Bereich
230	Spot-On - Englisch/Deutsche Jugendzeitschrift
231	Mehrere DVDs, Spiele
232	es wäre toll, wenn beliebte (sehr oft ausgeliehene) Medien teils doppelt in die Sammlung kommen würden
235	Macht weiter so!
239	Alles Bestens!
240	Ich finde Euch toll!
243	Ich würde es gut finden, wenn es noch mehr Animes (DVDs) geben würde, gibt hier zwar schon viele aber je mehr desto besser und noch mehr Mangas, mag gerne die japanischen Sachen. Wäre auch gut, wenn manche Bücher, auch wenn man sie woanders abgibt, wieder hierher zurück kommen, so findet man sie leichter! (Wäre auch schön, wenn die Leihfrist wieder von 3 auf 4 Wochen verlängert wird)
245	Mehr Auswahl an Punkrock-Cds und DVDs wie Dropkick Murphys, Bad Boys for Life (vorhanden) mehr davon!!!
251	Dieser Fragebogen hat riesen Spaß gemacht, macht doch öfter mal so was wo man was ausfüllen muss, das bringt derbe Spaß
254	Mehr Kochbücher. Außerdem sind viele Bücher an sehr junges Publikum gerichtet, ein paar Bestseller-Romane wären toll
258	Vielleicht noch etwas verschiedene Comics anschaffen

### **Eidesstattliche Versicherung**

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbständig 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.