



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

DEPARTMENT INFORMATION

Bachelorarbeit

Social Reading und Öffentliche Bibliotheken – Bestandsaufnahme und Potentialanalyse

vorgelegt von

Samantha-Christina Körber

Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement

erste Prüferin: Prof. Dr. Ulrike Spree
zweite Prüferin: Prof. Frauke Schade

Hamburg, Mai 2016

Abstract

Lesekreise und das gemeinsame Lesen haben eine lange Tradition. Social Reading ist ein neuartiges Internetphänomen, bei dem sich Menschen online über Literatur austauschen. In deutschsprachigen Bibliotheken hat sich dieser Trend noch nicht etabliert. Die Forschung aus bibliothekarischer Sicht steht ebenfalls noch ganz am Anfang. Ziel der Arbeit ist, den Ist-Zustand im Bereich Social Reading und Öffentliche Bibliotheken darzustellen. Darüber hinaus wird auch das Potential dieser Angebote analysiert. Eine Bestandsaufnahme soll zeigen, welche Social Reading Angebote es derzeit für Öffentliche Bibliotheken gibt und ob diese bereits genutzt werden. Dazu gibt es einen Marktüberblick über Social Reading Plattformen im deutschsprachigen Raum. Zudem wird eine empirische Untersuchung zur Nutzung von Social Media Kanälen und Social Reading in Großstadtbibliotheken durchgeführt. Gute Beispiele aus der Praxis und ein Gedankenaustausch mit der Community einer Plattform sollen anschließend zeigen, wie Bibliotheken Social Reading als Dienstleistung anbieten können.

Schlagwörter

SWD: Öffentliche Bibliothek, Lesegesellschaft, Social Media, Social Tagging

frei: Social Reading, virtueller Lesekreis, Social Cataloging, Good Practice

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	I
Inhaltsverzeichnis.....	II
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1. Einleitung	1
2. Grundlagen	4
2.1 Entwicklung des Sozialen Lesens	4
2.2 Lesekreise	5
2.3 Digitale Kommunikation	6
2.4 Social Reading	6
2.4.1 Social Reading im Kontext von Social Media	9
2.4.2 Social Cataloging	9
2.4.2.1 Social Tagging	10
3. Stand der Forschung.....	12
3.1 Social Reading und Öffentliche Bibliotheken national	12
3.2 Social Reading und Öffentliche Bibliotheken international.....	15
3.3 Fazit.....	17
4. Analyse des Öffentlichen Auftrages der Bibliotheken.....	18
4.1 Strategien und Grundlagenpapiere.....	18
4.2 Leitbilder Öffentlicher Bibliotheken	20
4.3 Fazit.....	22
5. Empirische Untersuchung der Nutzung Sozialer Medien und Social Reading Öffentlicher Bibliotheken in Deutschland.....	23
5.1 Untersuchungsziel	23
5.2 Durchführung der Untersuchung	23
5.3 Auswertung der Ergebnisse.....	25
5.3.1 Social Media Angebote Öffentlicher Bibliotheken in Großstädten	25
5.3.2 Literaturkreise in Öffentlicher Bibliotheken	27
5.3.3 Social Reading in Öffentlichen Bibliotheken.....	27
5.4 Interpretation und Fazit.....	29
6. Vergleichende Analyse ausgewählter Social Reading Plattformen	30
6.1 Marktüberblick	30

6.2 Goodreads.....	32
6.2.1 Funktionen	32
6.3 LovelyBooks	35
6.3.1 Funktionen	35
6.4 LibraryThing.....	38
6.4.1 Funktionen	38
6.5 Bewertung und Vergleich.....	40
6.6 Fazit.....	42
7. Good Practice	43
7.1 Auswahlkriterien	43
7.2 Sacramento Public Library auf Goodreads	45
7.3 Stadtbibliothek Chemnitz auf LibraryThing	47
7.4 Der Audio Verlag	48
7.5 Social Reading Projekt aus Nürnberg.....	49
8. Gedankenaustausch in der Social Reading Community	50
8.1 Methodisches Vorgehen	50
8.2 Auswertung der Ergebnisse.....	50
8.3 Interpretation der Ergebnisse	51
9. Gesamtfazit.....	52
Literaturverzeichnis	55
Anhang.....	VI
A. Überblick der Großstadtbibliotheken in alphabetischer Reihenfolge.....	VI

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Tag Cloud zum Thema London	11
Abb. 2 Nutzung von Social Media	25
Abb. 3 Genutzte Anwendungen.....	26
Abb. 4 Verbreitung von Literaturkreisen in Bibliotheken.....	27
Abb. 5 Verbreitung von Social Reading in Bibliotheken	28
Abb. 6 Bookshelf Salt Lake City Public Library	32
Abb. 7 Popular Lists Goodreads	33
Abb. 8 Discussion Board zum Roman The Hunger Games.....	34
Abb. 9 Größte Gruppen bei LovelyBooks	36
Abb. 10 LovelyBooks Stream auf der Webseite der Autorin Janet Clarke.....	37
Abb. 11 Profilgestaltung Sacramento Public Library.....	45
Abb. 12 Umfrage zum Leseverhalten	46
Abb. 13 Profilgestaltung Stadtbibliothek Chemnitz	47
Abb. 14 Profilgestaltung Der Audio Verlag	48

Tabellenverzeichnis

Tab. 1 Taxonomy of Social Reading	8
Tab. 2 Überblick Social Reading Bibliotheken	28
Tab. 3 Marktüberblick Social Reading Plattformen	31

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
BID	Bibliothek und Information Deutschland
BLM	Bayerische Landeszentrale für neue Medien
dbv	Deutscher Bibliotheksverband
DRM	Digital Rights Management
ebd.	ebenda
GBV	Gemeinsamer Bibliotheksverbund
Hbz	Hochschulbibliothekszenrum
KMK	Kultusministerkonferenz
SWD	Schlagwortnormdatei
Tab.	Tabelle
u. a.	unter anderem
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel

1. Einleitung

Öffentlichen Bibliotheken stehen heute und in der Zukunft vor großen Herausforderungen. Das sind u. a. die Finanzierungskonkurrenz mit anderen öffentlichen Einrichtungen, der technologische Wandel durch immer neuere Medienformen, sowie die schnelle Informationsverbreitung durch das Internet. Es ist notwendig, dass sie sich dem schnellen technologischen, politischen und gesellschaftlichen Wandel anpassen, um auch den zukünftigen Anforderungen gewachsen zu sein. Entscheidend ist, wie vielseitig und innovativ ihre Dienstleistungen sind (vgl. GREGORY / SCHADE 2012, S. 1).

Auch das heutige Image der Bibliotheken stellt diese vor neue Aufgaben und Herausforderungen. So ergab eine Umfrage von Nichtnutzerinnen und Nichtnutzern aus dem Jahr 2012, welche von dem Deutschen Bibliotheksverband e.V. und der Stiftung Lesen durchgeführt wurde, dass Bibliotheken oftmals als streng und langweilig gesehen werden (vgl. DBV 2012). Daraus resultiert die Frage, wie sich Bibliotheken heute und in der Zukunft in der digitalen Welt etablieren werden und durch welche Angebote sie attraktiv für die Nutzerinnen und Nutzer bleiben können. Digitale Dienstleistungen werden hierbei für Öffentliche Bibliotheken immer wichtiger. Einige Einrichtungen nutzen bereits Soziale Netzwerke und bieten Dienstleistungen im Netz an. Dies zeigt auch die Deutsche Bibliotheksstatistik aus dem Jahr 2013. Im Jahr 2013 bieten 79% der hauptamtlich geführten Bibliotheken Informationen und Dienstleistungen im Internet an (vgl. HBZ 2014). Knapp 18% der Öffentlichen Bibliotheken bieten Social-Web Angebote an (vgl. ebd.).

Auch Social Reading ist ein Social-Web Angebot. Social Reading wird als ein im Netz geführter Austausch über Texte definiert (vgl. PLEIMLING 2012, S.21). Das Soziale Lesen hat eine lange Tradition, hinzugekommen sind jetzt aber die neuen technischen Möglichkeiten, die diese Angebote im Netz bieten (vgl. KREMSBERGER 2011, S.22). Mittlerweile gibt es zahlreiche Communities, die sich auf das Soziale Lesen spezialisiert haben.

Auf diesen Plattformen können die Nutzerinnen und Nutzer z. B. ihr Leseverhalten dokumentieren, Rezensionen schreiben und sich über Literaturthemen austauschen (vgl. PLEIMLING 2012, S.22). Diese Plattformen bringen Menschen mit gleichen Interessen zusammen und fördern die soziale Interaktionen, sowie die Knüpfung von Kontakten. Ferner birgt Social Reading die Möglichkeit, unabhängig von Ort und Zeit über Literatur zu diskutieren. Durch die neuen technischen Möglichkeiten werden die Leseerlebnisse synchronisiert (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S.686).

Es stellt sich die Frage, welche Rolle Öffentliche Bibliotheken bei diesen Diensten spielen und welche Einsatzmöglichkeiten virtuelle Lesekreise für sie bieten. Deshalb geht es in dieser Arbeit um eine Bestandsaufnahme der Social Reading Community in Deutschland, sowie um die Bedeutung für Öffentliche Bibliotheken. Darüber hinaus wird auch das Potential der virtuellen Lesekreise untersucht und aufgezeigt. Auch für Wissenschaftliche Bibliotheken spielt Social Reading eine Rolle. Um das Thema aber sinnvoll einzugrenzen, beschränkt sich die Untersuchung auf Öffentliche Bibliotheken. Es ist in Deutschland der am häufigsten vertretene Bibliothekstyp und mengenmäßig die am häufigsten besuchte kulturelle Einrichtung (vgl. SEEFELDT 2014, S.17-19).

Das Thema Social Reading wird aktuell im Netz diskutiert, in der Fachliteratur findet es bisher aber wenig Beachtung. Besonders im deutschsprachigen Raum gibt es aus bibliothekarischer Sicht nur sehr wenige Analysen und Untersuchungen zu dem Thema. Das Themengebiet wurde somit in der Forschung noch nicht hinlänglich behandelt.

Insgesamt gliedert sich die Bachelorarbeit in zwei Themenbereiche. Es geht zum einen um die Darstellung des Ist-Zustandes und zum anderen um eine Analyse des Potentials der Angebote für Öffentliche Bibliotheken. Die Arbeit ist wie folgt aufgebaut. Zur Einführung in das Thema werden alle relevanten Begriffe definiert. Dazu gehört neben dem Social Reading auch das sogenannte Social Cataloging und Social Tagging. Auf den Social Reading Plattformen gehört auch das Organisieren der eigenen Literatur zu den Funktionen. Aus diesem Grund wird sich ein Teil der Arbeit auch diesem Aspekt widmen.

Im nächsten Teil wird sich dann mit der Fachliteratur auseinandergesetzt und der Stand der Forschung in Deutschland und international analysiert. Es geht darum, welche Themen zur Rolle der Öffentlichen Bibliotheken behandelt werden und wie in der Fachliteratur darüber diskutiert wird. Zudem wird der öffentliche Auftrag der Bibliotheken analysiert. Dafür werden Inhalte aus ausgewählten Strategien- und Grundlagenpapieren sowie aus Leitbildern dargestellt und erläutert. In einem weiteren Kapitel geht es dann um die Frage, inwiefern Öffentliche Bibliotheken in Deutschland Social Media Angebote zum gegenwärtigen Zeitpunkt nutzen. Eine systematische Recherche auf den Homepages der Großstadtbibliotheken in Deutschland soll diese Frage beantworten. Zusätzlich gibt es einen Überblick, ob diese Bibliotheken bereits Social Reading betreiben. Dabei geht es um virtuelle Angebote im Netz sowie analoge Lesekreise, die von der Bibliothek vor Ort angeboten werden. Mittels dieser Stichprobe soll der Status quo einiger Bibliotheken dargestellt werden. Anschließend gibt es einen Marktüberblick über ausgewählte Social Reading Angebote im Internet. Dabei werden die Funktionen und Möglichkeiten der einzelnen Plattformen vorgestellt. Dem folgt eine Good Practice Recherche, die Beispiele aus der Praxis zeigt, wie Bibliotheken bereits Social Reading Angebote nutzen. Zum Abschluss der Arbeit folgt dann noch eine Auswertung eines Austausches mit einer Social Reading Community. In einem Gesamtfazit werden zuletzt die wichtigsten Aussagen zusammengefasst. Es gibt außerdem einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten von Social Reading in Öffentlichen Bibliotheken.

2. Grundlagen

Als Grundlage sollen zunächst die wichtigsten Begriffe erörtert werden, die für das Verständnis der Arbeit von Bedeutung sind. Zunächst wird der Begriff der Literaturkreise definiert und es gibt einen kurzen Abriss zu der Entstehung der ersten Lesekreise im deutschsprachigen Raum. Anschließend wird der Begriff Social Reading definiert und in den Kontext von Social Media eingeordnet. Zusätzlich werden die Begriffe Social Cataloging und Social Tagging definiert, welche eng mit dem Social Reading verbunden sind.

2.1 Entwicklung des Sozialen Lesens

Nach allgemeiner Auffassung ist Lesen eine individuelle Tätigkeit. Doch den Austausch über Literatur und Leseerfahrungen gab es schon immer in vielfältigen und verschiedenen Formen (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S.685). Das gemeinsame Lesen hat eine lange Geschichte und führt zurück bis in die Antike. Ursprünglich wurden Texte öffentlich in kleinen Gruppen vorgetragen, bis sie dann um 330 v. Chr. vom individuellen Lesen abgelöst wurden (vgl. SCHÖN 1999, S.4). Somit war der Anfang des Lesens keine einsame Tätigkeit, sondern wurde in der Gemeinschaft praktiziert.

Die Entstehung der ersten Lesegesellschaften, welche als Vorgänger der heutigen Literaturkreise gesehen werden können, begann im deutschsprachigen Raum im 18. Jahrhundert (vgl. PLEIMLING 2012, S. 22). Dort entwickelten sich dann im Bürgertum die ersten Lesegesellschaften, die sich zuvor zusammengeschlossen hatten, um gemeinschaftlich Journale und Zeitungen zu abonnieren. Zunächst hatten sie nur den Zweck, einen kostengünstigen Zugang zur Literatur zu schaffen. Diese Gemeinschaften brachten dann wiederum die Lesekabinette hervor, bei denen die Zeitschriften nicht mehr Zuhause, sondern gemeinsam in einem Salon gelesen wurden. Die Lesekabinette dienten in erster Linie nicht zur Unterhaltung, sondern zur Weiterbildung (vgl. SCHÖN 1999, S.32-33).

Anfang des 19. Jahrhunderts nach der Französischen Revolution wandelte sich dann dieses Bild und die Lesegesellschaften widmeten sich auch der Belletristik. Dies führte zu literarisch-geselligen Vereinen, die zur Unterhaltung dienten (vgl. SCHÖN 1999, S.49). Sie änderten sich somit grundlegend, erstmals durften auch Frauen teilnehmen. Zudem fanden dort auch andere kulturelle Veranstaltungen wie z. B. Konzerte, Bälle oder Kunstausstellungen statt. Allerdings waren diese Vereine der Oberschicht vorbehalten, denn es wurde ein hoher Mitgliedsbeitrag verlangt und man wurde nur durch eine Empfehlung der Mitgliederinnen und Mitglieder aufgenommen. Aus diesem Grund entstanden ab ca. 1830 auch Vereine im Mittelstand und in den unteren Schichten. Somit waren die Lesegesellschaften im 19. Jahrhundert in Klassen aufgeteilt (vgl. ebd.).

Heutzutage findet der Austausch analog in Leseclubs statt oder auch online auf speziellen Plattformen. Durch die Einführung von Social Media hat sich die alltägliche Kommunikation der Menschen geändert. Es geht vorrangig um die Bildung von Netzwerken und den wiederkehrenden Austausch auf diesen Social Media Plattformen (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S.685). Hier setzt auch das Social Reading an. Dieser Begriff wird zwar erst seit ein paar Jahren verwendet, jedoch gab es den Austausch über Literatur im Internet schon viel früher, so beispielsweise in konventionellen Foren oder in Mailinglisten. Neuartig sind hier allerdings die speziellen Plattformen, auf denen es ausschließlich um Literatur geht (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S.685-686).

2.2 Lesekreise

Bevor es um den Begriff Social Reading geht, soll zunächst der Begriff der analogen Lesekreise definiert werden, aus denen das Social Reading hervorgegangen ist. Ein Lesekreis wird allgemein definiert als ein Ort, an dem sich Leserinnen und Leser treffen, um gemeinsam über Literatur und Leseerfahrungen zu sprechen und zu diskutieren (vgl. HEALY 2002). Konkreter beschrieben ist das eine Gruppe von Menschen, die sich über ein bestimmtes Buch austauscht, das alle zuvor gelesen haben (vgl. PLEIMLING 2012, S.22).

2.3 Digitale Kommunikation

Social Reading findet im Internet statt, deshalb sollte an dieser Stelle der Begriff Digitale Kommunikation definiert werden. Es bezeichnet die Kommunikation mit digitalen Medien. Dabei ist heutzutage das Internet das relevanteste Medium. Es bietet vielfältige Angebote an Kommunikationsmöglichkeiten und Publikationen. Die Besonderheit ist, dass die Menschen durch diese Art von Kommunikation zwar getrennt sind, aber dennoch miteinander verbunden werden. Die Nähe ist dadurch gegeben, dass das Internet zeit- und ortsunabhängig genutzt werden kann. Es fehlt jedoch die physische Präsenz des Kommunikationspartners und die damit verbundene Wahrnehmung (vgl. GRIMM 2005, S.1). Speziell auf Social Media Plattformen haben die Userinnen und User oftmals ein Mitteilungsbedürfnis. Dieses Phänomen ist auch beim Social Reading zu beobachten. So werden vielfach Ich-Botschaften, die mit dem Absender verbunden sind, gepostet, wenn es um die Beschreibung von Leseerlebnissen geht. Beispiele dafür sind u. a. „Ich werde Lesen“ bei Wunschlisten oder auch „Ich finde folgendes Buch gut/nicht gut“ bei Bewertungen (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S.687).

2.4 Social Reading

Social Reading ist ein relativ neuer Begriff, dementsprechend gibt es bisher nur wenige Definitionen in der Fachliteratur dazu. Im deutschsprachigen Raum wird sehr häufig die Definition von PLEIMLING zitiert. Er beschreibt Social Reading als „Ein online geführter, intensiver und dauerhafter Austausch über Texte“ (PLEIMLING 2012, S.21).

CORDÓN-GARCÍA bietet eine ähnliche Definition, wird aber noch konkreter. Er beschreibt es wie folgt: „We understand ‘social reading’ to mean reading carried out on virtual environments where the book and the reading favour the formation of a ‘community’ and a means of exchange“ (CORDÓN-GARCÍA 2013, S. 156). Social Reading ist also eine Tätigkeit, die online stattfindet. Dabei geht es um die Bildung von Communities und den Austausch zwischen den Leserinnen und Lesern über Literatur.

CORDÓN-GARCÍA greift aber im Folgenden noch einen weiteren wichtigen Aspekt auf:

Social reading is a special communicative practice that has emerged as a result of new technological developments, particularly developments in electronic publishing. Reader participation in text (post)production process (in the form of annotations, underlining, reviews, ratings, and so on) gives a whole new dimension to the act of reading when shared with like-minded readers (CORDÓN-GARCÍA 2013, S.143).

Bei dieser Definition wird einerseits deutlich, dass sich das Social Reading aus den neuen technischen Möglichkeiten entwickelt hat, wie z. B. dem Zuwachs von digitalen Veröffentlichungen, wie E-Books. Andererseits kann Soziales Lesen in unterschiedlicher Form stattfinden. So können sich Leserinnen und Leser z. B. auch beim Entstehungsprozess des Textes beteiligen, indem sie direkt am Text mitarbeiten. Dieser Trend nennt sich Social Reading „inside the book“ und geht noch einen Schritt weiter als die virtuellen Lesekreise. Dabei kommentieren Nutzerinnen und Nutzer schon während des Lesens den Text mit Hilfe einer speziellen Software. So entsteht schon während des Lesens eine Diskussion (vgl. BECKER 2014a, S.690).

Das gemeinsame Lesen kann also unterschiedliche Formen annehmen. Bob Stein, der Gründer des Institute for the future of the Book, entwickelte 2010 die sogenannte „Taxonomy Of Social Reading“. Dieses Schema soll die vielfältigen Möglichkeiten des Sozialen Lesens aufzeigen und in verschiedene Kategorien ordnen.

Category 1 informal face-to-face discussion	Offline	Synchronous	Informal	Ephemeral
Category 2 informal online discussion	Online	Asynchronous	Informal	Persistent
Category 3 formal face-to-face discussion	Offline	Synchronous	Formal	Ephemeral
Category 4 formal discussion IN the margins	Online	Synchronous or Asynchronous	Formal	Persistent

Tab. 1 Taxonomy of Social Reading (Quelle: STEIN 2010a)

Diese Übersicht stellt die vier Typen des Sozialen Lesens dar. **Kategorie 1** ist der Austausch zwischen Freunden und Bekannten über Literatur, der offline z. B. in der Mittagspause oder bei einer Verabredung stattfindet. Er beschreibt diese Art von Social Reading als kurzweilig und oberflächlich (vgl. STEIN 2010b). **Kategorie 2** ist die Diskussion in einem virtuellen Lesekreis. Diese Art ist andauernder, aber asynchron und hat sich aus den neuen Social Reading Plattformen entwickelt (vgl. ebd.). **Kategorie 3** beschreibt den formellen Austausch über Bücher, dies kann beispielsweise in der Schule oder in Literaturkreisen stattfinden. Im Gegensatz zu Kategorie 1 und Kategorie 2 können diese Gespräche tiefergehender und spezifischer sein. Zudem stellt STEIN fest, dass bei Onlinediskussionen der wichtige Aspekt der Körpersprache fehlt (vgl. ebd.). **Kategorie 4** beschreibt das Social Reading „inside the book“. Diese Art von gemeinsamen Lesen findet online statt und bietet vielfältige Möglichkeiten. So kann der Austausch beispielsweise synchron oder asynchron stattfinden (vgl. STEIN 2010c). Zusammenfassend besteht Social Reading aus unterschiedlichen Aspekten. Es ist zum einen ein klassischer Literaturkreis im Netz, bei dem Leseerfahrungen ausgetauscht werden. Auf der anderen Seite ist es aber auch die technische Unterstützung beim Lesen, bei der die Nutzerinnen und Nutzer direkt gemeinsam am Text arbeiten und diskutieren können (vgl. KLEIST / NÖTZELMANN 2014, S. 281).

2.4.1 Social Reading im Kontext von Social Media

Fraglich ist, wie Social Reading in den Kontext von Social Media einzuordnen ist. Soziale Medien werden wie folgt definiert:

(...) als Sammelbegriff für bestimmte Angebote und Formen digital vernetzter Medien, die das onlinebasierte Bearbeiten und Veröffentlichen von Inhalten aller Art sowie die Beziehungspflege und den Austausch zwischen Menschen erleichtern (SCHMIDT 2013, S.16).

Diese Definition zeigt, dass Social Media ein sehr weiter Begriff ist. Es geht allgemein um die Vernetzung im Internet und den Austausch zwischen Menschen. Auch die Inhalte, um die es sich bei Sozialen Medien handeln kann, werden nicht begrenzt. Oftmals wird aber angenommen, dass nur bestimmte Angebote, wie Facebook unter diesen Begriff fallen. Doch es gibt weitaus mehr Angebote in diesem Bereich. So fallen beispielsweise auch Blogs, Wikis und allgemein interaktive Internetseiten unter diesen Begriff (vgl. EGELAND 2012, S. 47). Auch in der Fachliteratur wird Social Reading als Soziales Netzwerk beschrieben, so beschreibt HÄNBLE in einem Fachartikel über die Zukunft des Buches Goodreads als Soziales Netzwerk (vgl. HÄNBLE 2013). Auch SCHMID-RUHE stellt klar, dass diese Plattformen von der Machart her Sozialen Netzwerken sehr ähnlich sind (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S. 685). Somit kann auch Social Reading als Teil von Social Media gesehen werden. Auch hier findet ein Austausch über Literatur statt und Menschen vernetzen sich für Diskussionen auf interaktiven Websites (siehe Kapitel 2.4).

2.4.2 Social Cataloging

Ein Teil von Social Reading ist das sogenannte Social Cataloging. Der Begriff taucht in der Fachliteratur oft im Zusammenhang mit Social Reading auf und ist eng damit verbunden. Zahlreiche Userinnen und User nutzen Social Reading Plattformen auch, um ihre Literatur virtuell zu organisieren, deshalb soll hier der Begriff näher erläutert werden. Es bezeichnet eine Webanwendung für das gemeinsame Katalogisieren von Büchern. Eine bekannte Seite ist LibraryThing (siehe Kapitel 6.4).

Die Nutzerinnen und Nutzer verwalten mit diesen Anwendungen ihre Bücher, indem sie Sammlungen mit eigenen Titelexemplaren anlegen und diese Exemplare wiederum mit freien Schlagworten erschließen. Neben dem Katalogisieren steht aber auch hier der Austausch in der Community im Mittelpunkt (vgl. CZERWINSKI / VOß 2010, S. 335).

2.4.2.1 Social Tagging

Im Zusammenhang mit Social Cataloging muss auch der Begriff Social Tagging genannt werden. Auch auf den Social Reading Plattformen findet das Social Tagging statt, dort werden u. a. gelesene Werke mit freien Schlagworten versehen. Das Social Tagging ist allgemein eine Erschließungs- und Kategorisierungsmethode im Internet. Dabei organisieren Menschen gemeinsam große Datenmengen. Die Userinnen und User können für bestimmte Objekte, wie Internetseiten, Fotos oder Bücher einen oder mehrere Tags vergeben. Tags sind im dem Fall frei gewählte Schlagworte, mit denen dann die Quelle organisiert und wiedergefunden werden kann. Die Besonderheit daran ist, dass jede Nutzerin und jeder Nutzer die Tags frei nach persönlichen Vorlieben oder subjektiven Erfahrungen vergeben kann, denn es gibt dabei keine festen Regeln für die Vergabe (vgl. FROHNER 2010, S.9). Die Gesamtheit aller Tags in einem System nennt man Folksonomy. Das Wort setzt sich aus „folk“ und „taxonomy“ zusammen und steht somit für gemeinschaftliches klassifizieren. Im Gegensatz zu normalen Klassifikationen bauen diese nicht auf kontrolliertem Vokabular auf. Zwischen den einzelnen Tags besteht auch keine Hierarchie oder Beziehung (vgl. MATHES 2004).

Visualisiert werden diese Folksonomies u. a. durch Tag Clouds. Die einzelnen Worte werden je nach Beliebtheit oder Häufigkeit durch eine unterschiedliche Schriftgröße- oder Farbe dargestellt. So können die Userinnen und User auf einen Blick sehen, welche Tags es zu einem bestimmten Thema gibt (vgl. FROHNER 2010, S.31).



Abb. 1 Tag Cloud zum Thema London (Quelle: LovelyBooks Tag Cloud¹)

Auf der Abbildung ist eine Tag Cloud zum Thema London auf der Social Reading Plattform LovelyBooks zu sehen. Dort haben die Nutzerinnen und Nutzer die Möglichkeit durch die Tags zu stöbern und sich dazu passende Werke anzeigen zu lassen. Die soziale Komponente beim Social Tagging ist die Zusammenarbeit der Userinnen und User. So finden sich z. B. Gleichgesinnte bei der Vergabe der Tags oder es bilden sich Gemeinschaften bei den getagten Ressourcen. Zudem bieten viele Webseiten, die Tagging-Dienste anbieten auch weitere Plattformen zu Kommunikation an (vgl. GAISER / HAMPEL / PANKE 2008, S.11).

¹ LovelyBooks Tag Cloud: <http://www.lovelybooks.de/stoebeln/tags/> Abruf: 2016-03-24

3. Stand der Forschung

In diesem Kapitel geht es um den Forschungsstand zum Thema Social Reading und Öffentliche Bibliotheken in der wissenschaftlichen Literatur. Dabei werden ausgewählte deutschsprachige sowie im zweiten Schritt englischsprachige Veröffentlichungen vorgestellt, um einen Überblick über den derzeitigen Stand der Forschung zu bekommen. Außerdem soll dargestellt werden, unter welchen Gesichtspunkten über Social Reading diskutiert wird.

3.1 Social Reading und Öffentliche Bibliotheken national

Speziell zu der Plattform LibraryThing gibt es schon zahlreiche Veröffentlichungen, u.a. einen Beitrag in der Publikation „Handbuch Bibliothek 2.0“ aus dem Jahr 2010 , sowie zwei Fachartikel aus dem Jahr 2012 und einem Artikel aus dem Jahr 2015. In diesen Fachbeiträgen wird LibraryThing umfassend vorgestellt und das Potential untersucht (siehe Kapitel 6.4). Zu LibraryThing liegt auch eine empirische Untersuchung vor. Dabei ging es um eine Auswertung und Analyse der Nutzungsdaten zum Einsatz von „LibraryThing for Libraries“ in Öffentlichen Bibliotheken in Nordrhein-Westfalen (vgl. BRENNER / FÜHLES-UBACH / LORENZ 2013).

PLIENIGER stellt in einem Fachartikel die Funktionsweisen von LibraryThing und LovelyBooks vor. Er bewertet LibraryThing als positiv, weil die Anwendung vielfältige Möglichkeiten bietet und gut anpassbar ist. Auch bei LovelyBooks stellt er die positiven Eigenschaften heraus. So z. B. den Empfehlungsdienst, der den Userinnen und Usern passende Buchtipps gibt. Als Fazit hält er fest, dass es Parallelen zu analogen Lesekreisen gibt, beispielsweise dass diese Gruppen unter Umständen nur zeitweise zusammen sind und es sich dann wieder auflösen. Als Vorteil sieht PLIENIGER die Ortsungebundenheit dieser virtuellen Angebote (vgl. PLIENIGER 2012, S. 311-312). Auch SCHMID-RUHE stellt in einem Fachbeitrag dar, welche Möglichkeiten Social Reading für Öffentliche Bibliotheken bietet. Vorteilhaft sieht er die technischen Möglichkeiten, welche diese Plattformen bieten. Auch hier wird der Empfehlungsdienst erwähnt sowie die Unabhängigkeit von Ort und Zeit. Im Gegensatz zu analogen Lesezirkeln, welche meist an feste Termine gebunden sind, entsteht durch die virtuellen

Angebote eine größere Freiheit. Zudem wird hier eine größere Masse an Menschen erreicht, denn jeder kann von Zuhause aus teilnehmen, auch wenn z. B. körperliche Einschränkungen vorliegen. Als Vorteil sieht er auch, dass sich die Diskussionen auf diesen Plattformen mehr auf einzelne Themen konzentrieren. So werden oftmals einzelne Monografien besprochen und es gibt weniger allgemeine Diskussionen (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S.686-687).

Ein weiterer Punkt ist Social Reading in Verbindung mit digitaler Leseförderung. SCHMID-RUHE sieht bei diesem Aspekt einen großen Mehrwert für Bibliotheken. Es ermöglicht Kindern und Jugendlichen sich freiwillig mit Texten auseinander zu setzen. So kann dies für viele ein Einstieg sein, über Literatur zu diskutieren und Bewertungen abzugeben. In dem Bereich gibt es laut SCHMID-RUHE im pädagogischen Bereich noch sehr wenige Angebote, hier könnten die Bibliotheken auf den Plan treten und Angebote entwickeln (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S. 687). Ein weiterer Aspekt, der aufgegriffen wird, ist Social Reading in Verbindung mit dem digitalen Storytelling. Auch dies ist eine Möglichkeit für die Leseförderung, denn so können Kinder und Jugendliche selbst Texte schreiben und schon während der Textproduktion gemeinsam Kommentieren, Feedback geben und Erfahrungen teilen. Dafür sind die neuen technischen Möglichkeiten im Netz hilfreich, um zu kommunizieren (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S. 688). Ein letzter Vorteil ist das Ansprechen einer neuen Zielgruppe. Junge Leute sind heutzutage viel im Netz unterwegs, deshalb liegt es nahe, dort gezielt Angebote anzubieten (vgl. ebd.). Konkrete Einsatzmöglichkeiten von Social Reading in der Leseförderung stellt KELLER-LOIBL in ihrer Publikation „Leseförderung für Öffentliche Bibliotheken“ vor. Dabei geht es zunächst um die verschiedenen Formen, die eine Bibliothek anbieten kann. Das können klassische Buchclubs, Lesescouts oder eigene Angebote im Internet sein. Diese Form nennt sich Leseförderung durch Partizipation (vgl. KELLER-LOIBL 2015, S. 118). Des Weiteren gibt KELLER-LOIBL auch eine umfassende Anleitung zur Erstellung eines eigenen Weblogs zum Austausch über Literatur. Neben dem Kontakt der Leserinnen und Leser untereinander und dem Austausch soll diese Form auch die Medienkompetenz der Jugendlichen fördern, denn der Blog sollte dann auch von ihnen gepflegt werden. Hier werden auch der Zeitfaktor und der Arbeitsaufwand für die Beschäftigten der Bibliothek aufgegriffen.

So sollten die Jugendlichen selbst Artikel veröffentlichen und den Blog aktualisieren, weil den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfahrungsgemäß wenig Zeit dafür bleibt. Die Bibliothek soll dann nur eine Kontrollinstanz sein, z. B. bei rechtlichen Fragen. Wichtig ist hierbei, dass die vorgestellten und rezensierten Medien auch in der Bibliothek ausleihbar sind (KELLER-LOIBL 2015, S.124-125). KELLER-LOIBL empfiehlt zudem auch die Beteiligung auf Social Reading Plattformen, weil so für die Jugendlichen durch die Anonymität die Hemmschwelle sinkt, eigene Beiträge zu posten (vgl. KELLER-LOIBL 2015, S.126).

Die Rolle der Öffentlichen Bibliotheken wird zurzeit noch wenig behandelt. So wird z. B. angeführt, dass Bibliotheken hier ihre Kompetenzen einbringen sollen und so einen Mehrwert für die Social Reading Angebote bieten. Sie könnten in dem Fall ein Ansprechpartner für Fragen und Schwierigkeiten bei der Benutzung von Social Reading Angeboten sein. Zudem könnten Bibliotheken ihren Raum für reale Treffen zur Verfügung stellen und so eine Funktion als analoger Gastgeber für virtuelle Angebote einnehmen (vgl. BECKER 2014a, S.692).

Ein Fachartikel beschäftigt sich mit den Problemen und Herausforderungen. So geht BECKER auf die technischen und rechtlichen Hürden ein, vor denen Bibliotheken stehen, wenn sie selbst Social Reading Angebote anbieten möchten. So beispielsweise bei Social Reading „inside the book.“ Ein gemeinsames Lesen ist nur möglich, wenn auch mehrere E-Books angeboten werden. Dementsprechende Lizenzen sind teuer und nicht von allen Bibliotheken finanziell zu leisten. Außerdem fehlen jegliche rechtlichen Rahmenbedingen, wie beispielsweise der Datenschutz (vgl. BECKER 2014a, S. 691).

In einem Beitrag wird dann noch einmal deutlich herausgestellt, dass es für Öffentliche Bibliotheken aufgrund ihrer Ausstattung noch schwer umzusetzen ist. Als ein Grund werden die lizenzrechtlichen und lokalen Schwierigkeiten bei E-Books genannt. So könnten Leserinnen und Leser aus verschiedenen Städten und Bibliotheken nicht kommunizieren (vgl. BECKER 2014b).

3.2 Social Reading und Öffentliche Bibliotheken international

In einem Fachartikel von 2008 in „New Library World“ werden die Möglichkeiten erörtert, wie virtuelle Lesekreise das Image von Bibliothekarinnen und Bibliothekaren modernisieren können. Dazu wird eine Studie aus Dänemark aufgeführt, die Erfahrungen der Lesekreise, der Beschäftigten sowie der Leserinnen und Lesern der Bibliothek darstellen. Dabei geht es um ein Projekt, welches von den dänischen Öffentlichen Bibliotheken initiiert wurde. Die Bibliothekarinnen und Bibliothekare hatten die Funktion als Moderatoren inne (vgl. BALLING / ALSTED / SKOUVIG 2008, S.56). Die Kernaussagen sind folgende: Bibliotheken haben ein großes Interesse an Lesekreisen. Zum einen, um neue Leserinnen und Leser als zukünftige Bibliotheksnutzer zu gewinnen und zum anderen, um neue Erkenntnisse über das Leseverhalten der Nutzerinnen und Nutzer zu erlangen. Vorteilhaft ist, dass alle Mitgliederinnen und Mitglieder des Lesekreises über das ganze Land verteilt sind. Zudem wird auch die Flexibilität als Vorteil genannt, weil viele Menschen heutzutage wenig Zeit haben und so können sie sich zu jeder Tagesszeit und an jedem Ort an den Diskussionen beteiligen. Auf der anderen Seite wird als nachteilig angesehen, dass Diskussion teilweise langsam und schwerfällig sind, weil nicht sofort geantwortet wird und es in schriftlicher Form stattfindet (vgl. BALLING / ALSTED / SKOUVIG 2008, S.59). Positiv bei der Beteiligung der Bibliotheken wird angeführt, dass ein hoher Qualitätsstandard gewährt wird, weil eine Person mit Wissen über Literatur die Diskussionen moderiert. Zudem begegnen sich die Userinnen und User und die Beschäftigten der Bibliothek auf gleicher Ebene und haben persönlichen Kontakt. Diese Form bietet neue Kommunikationswege (vgl. BALLING / ALSTED / SKOUVIG 2008, S. 61-63).

JEFFRIES verglich bereits 2008 verschiedene Social Reading Plattformen und deren Eignung für Bibliotheken. Dabei stellte er fest, dass LibraryThing das meiste Potential für Bibliotheken hat, weil es auch speziell auf Bibliotheken zugeschnittene Angebote hat (vgl. JEFFRIES 2008, S. 4).

Die Veröffentlichung von MENNELLA aus dem Jahre 2011 gibt konkrete Tipps, wie Bibliotheken Social Reading einsetzen können. Zunächst sollten Bibliotheken ein eigenes Webangebot entwickeln, so dass die Leserinnen und Leser auch außerhalb der Bibliothek kommunizieren können. Dabei gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, wie z. B. die Erstellung eines Blogs oder die Beteiligung an einer bestehenden Plattform, wie Goodreads. Im nächsten Schritt sollte dafür gesorgt werden, dass die Community des Leseclubs sowohl die Bibliothek vor Ort und das Onlineangebot gleichermaßen nutzt. Es ist außerdem wichtig, dass die Nutzerinnen und Nutzer von der Bibliothek ermutigt werden dieses Angebot zu nutzen. Zuletzt sollten die Bibliotheken offen für die neuen technischen Entwicklungen von Social Reading in der Zukunft sein (vgl. MENNELLA 2011, S. 15-17).

NAIK stellt 2012 in einem Fachartikel die Plattform Goodreads vor. Dabei wurde untersucht, was Bibliotheken aus den Diskussionen in der Community für ihre Arbeit ableiten können. Sie schaute sich hierbei ausgewählte Diskussionen genauer an. Sie stellt fest, dass die meisten Nutzerinnen und Nutzer untereinander ein freundschaftliches Verhältnis haben und sich bei Rezensionen und Literaturtipps vertrauen. Außerdem sind die Diskussionen, weil sie online ablaufen, asynchron. So ist es möglich, dass sich die Unterhaltungen über Monate hinziehen (vgl. NAIK 2012, S. 321-322). NAIK stellt aber auch fest, dass diese Plattformen eine ernstzunehmende Konkurrenz für Bibliotheken sind. Die Menschen finden auf der Seite alle relevanten Inhalte, um sich über Literatur zu informieren. So z. B. über Genres, Autoren und Rezensionen. So lösen diese Plattformen die Bibliothek als Informations- und Inspirationsquelle ab (vgl. NAIK 2012, S. 322). Bibliotheken sollten in diesem Fall in Betracht ziehen, sich selbst auf der Seite anzumelden und ihren Mehrwert bekannt machen, dass sie ebenfalls eine gute Informationsquelle sind. Ein konkreter Vorschlag ist, ihren OPAC mit Goodreads zu verbinden. Auch die Onlinekommunikation zwischen Leserinnen und Leser und Bibliothek ist einfacher, weil online die Hemmschwelle niedriger ist. Insgesamt soll sich die Bibliothek aktiv in die Community miteinbringen und nicht darauf warten, dass die Nutzerinnen und Nutzer ihre Seite besuchen (vgl. ebd.).

3.3 Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich die deutschsprachigen, sowie die internationalen Publikationen vorwiegend auf die Vorstellung der einzelnen Plattformen und auf die allgemeinen Funktionen konzentrieren. Außerdem werden die Einsatzmöglichkeiten und Vorteile für Bibliotheken dargestellt. Weniger behandelt werden die Probleme und Herausforderungen, denen sich Bibliotheken bei dem Einsatz stellen müssen. Auch nur oberflächlich wird die Rolle der Bibliotheken in diesen Communities behandelt. Gute Beispiele aus der Praxis werden zurzeit noch nicht aufgeführt. Derzeit gibt es nur eine empirische Untersuchung zum Einsatz von LibraryThing. Insgesamt befindet sich der Stand der Forschung noch am Anfang. Es gibt insgesamt wenige Veröffentlichungen konkret zum Thema Öffentliche Bibliotheken und Social Reading und die aufgeführten Publikationen bieten hauptsächlich einen allgemeinen Überblick. Es zeigt, dass dieses Themengebiet in der Forschung noch nicht hinlänglich behandelt wurde.

4. Analyse des Öffentlichen Auftrages der Bibliotheken

In diesem Kapitel werden ausgewählte Strategien und Grundlagenpapiere sowie Leitbilder und Konzepte einzelner Öffentlicher Bibliotheken dargestellt und analysiert. Es soll untersucht werden, inwieweit Web 2.0 Angebote und virtuelle Dienstleistungen schon in den Strategien von Berufsverbänden und in modernen Bibliothekskonzepten als grundlegende Prinzipien verankert sind. So kann herausgefunden werden, ob der Einsatz von Social Reading Angeboten in Öffentlichen Bibliotheken mit Hilfe der bestehenden Strategien und Leitbilder begründet werden kann. Die Herangehensweise war deduktiv. So wurden zuerst die allgemeinen Strategien untersucht und im zweiten Schritt dann einzelne Leitbilder ausgewählter Bibliotheken analysiert.

4.1 Strategien und Grundlagenpapiere

Zunächst werden die Strategien und Visionen der IFLA, des Kultusministeriums und eines Berufsverbandes dargestellt. Hier lassen sich schon erste Grundlagen finden, die für einen Einsatz von Social Reading sprechen.

Strategien der IFLA

Die IFLA ist die Internationale Vereinigung bibliothekarischer Verbände und Einrichtungen. Dieser Verband vertritt die Interessen von Informationseinrichtungen, Bibliotheken und deren Nutzerinnen und Nutzern (vgl. IFLA 2015). Die IFLA entwickelte bereits 2001 Richtlinien für die Weiterentwicklung der Dienstleistungen Öffentlicher Bibliotheken. In dem Kapitel Leseförderung wird konkret darauf hingewiesen Social Reading einzusetzen:

Die Öffentliche Bibliothek bietet eine breite Palette von Literatur an und kann Werbestrategien anwenden, um ihre Vielfalt den Menschen nahe zu bringen. Auch interaktive Programme, über die Benutzer ihre Ansichten zu bereits gelesenen Werken austauschen, können eingerichtet werden (IFLA 2001).

In einer Ergänzung zum Public Manifesto der IFLA-Sektion Öffentliche Bibliotheken veröffentlichte die IFLA „10 ways to make a public library work / Update your libraries“. Es sind Empfehlungen, wie Bibliotheken ihre Dienste im 21. Jahrhundert mit Hilfe der neuen Technologien einsetzen können. Es wird betont, dass Bibliotheken eine wichtige Rolle beim digitalen Wandel spielen und sie sollen bereit sein, neue und innovative Dienstleistungen anzubieten. Eine Empfehlung ist Web 2.0 Angebote anzubieten und auch zukünftige Entwicklungen im Web zu beachten (vgl. IFLA 2009).

Empfehlung der KMK zum Öffentlichen Bibliothekswesen

Bereits im Jahre 1994 gibt die Kultusministerkonferenz Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Öffentlichen Bibliotheken. So sollen Bibliotheken Begegnungsstätten sein und kulturelle Aktivitäten möglich machen. Betont wird auch, dass Bibliotheken sich dem technischen Fortschritt anpassen sollen, dies ist einer der Schwerpunkte beim Ausbau des Bibliothekssystems (vgl. KMK 1996).

21 gute Gründe für gute Bibliotheken der BID

Im Jahr 2009 hat die Arbeitsgruppe der Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheks- und Informationsverbände ein Positionspapier zur Rolle der Bibliotheken in der Gesellschaft veröffentlicht. Dieses richtet sich vor allem an die Träger von Bibliotheken, sowie Politiker und Angehörige der Verwaltung. Es zeigt auf, welche Rolle die Bibliothek in der Gesellschaft spielt. Zudem werden in der Veröffentlichung auch Forderungen gestellt, z. B. nach Bibliotheksgesetzen (vgl. DBV 2015). Ein Blick auf die Leistungs- und Qualitätsindikatoren zeigt, dass auch die hier geforderten Standards gute Argumente liefern. So sollen die Räume der Bibliotheken Treffpunkte zum Austausch und kulturellem Leben sein. Auch soll der Zugang zu neuen Medienformen gewährleistet werden (vgl. BID 2009, S.6-7).

4.2 Leitbilder Öffentlicher Bibliotheken

Auch die Leitbilder der einzelnen Bundesländer und dem Berufsverband sowie von einzelnen Bibliotheken bieten Ansatzpunkte, die für ein Social Reading Angebot sprechen.

Öffentliche Bibliotheken im Land Brandenburg

Das Leitbild der Öffentlichen Bibliotheken im Land Brandenburg besagt, dass sich die Bibliotheken dem digitalen Wandel stellen müssen. Sie müssen ihr Dienstleistungsangebot dementsprechend anpassen. So soll die Bibliothek zu einem modernen Informations- und Kommunikationszentrum werden. Ein weiterer Aspekt ist, dass die Nutzerinnen und Nutzer ein größeres Bedürfnis nach einem realen Raum zur Kommunikation und zum Treffen haben, weil die Gesellschaft immer mehr virtuell wird. Hier soll die Bibliothek als Schnittstelle fungieren und virtuelle und reale Dienstleistungen miteinander verbinden (vgl. LANDESFACHSTELLE BRANDENBURG 2004).

Öffentliche Bibliotheken in Baden-Württemberg

Im Positionspapier des Deutschen Bibliotheksverbandes für Baden-Württemberg wird das Leitbild der Öffentlichen Bibliotheken dargestellt. Laut dem Leitbild sollen Bibliotheken aktiv den Umgang mit Literatur fördern und die Lust am Lesen wecken. Insgesamt sind Bibliotheken zentrale kulturelle Orte. Besonders hervorgehoben wird hier der Aspekt Lesen (vgl. LANDESGRUPPE BADEN- WÜRTEMBERG 2003).

Stadtbibliothek Solingen

Die Stadtbibliothek Solingen stellt in ihrem Bibliothekskonzept ihre Visionen für die Bibliotheksentwicklung dar. Sie möchte das Bindeglied zwischen der realen und virtuellen Welt sein. Betont wird hier vor allem die Rolle der Bibliothek als Raum, z. B. als literarischer und kultureller Veranstaltungsort. Hier steht Kreativität und Vernetzung im Vordergrund. Zudem möchte die Bibliothek technische Neuerungen beachten (vgl. STADTBIBLIOTHEK SOLINGEN 2015).

Stadtbibliothek Wuppertal

Diese Bibliothek sieht sich selbst als Kommunikationsort und als Teil der Kultur in der Stadt. Zudem spielt das Thema Lesen im Leitbild eine wichtige Rolle. Die Freude am Lesen soll vermittelt werden und dementsprechende Dienstleistungen angeboten werden. Auch die Aktualität bei der Vermittlung von Medien wird als wichtige Grundlage gesehen (vgl. STADTBIBLIOTHEK WUPPERTAL 2012).

Stadtbibliothek München

Das Leitbild der Stadtbibliothek München besagt, dass die Bibliothek neue und aktuelle Medientrends vermitteln soll. Die Bibliothek beschreibt sich selbst als innovatives Zentrum für alle Medien. Zudem möchte sie ihre Auswahl an Medien den Entwicklungen und Bedürfnissen in der Gesellschaft anpassen (vgl. STADTBIBLIOTHEK MÜNCHEN 2013).

4.3 Fazit

Sowohl die Strategien und Empfehlungen von Vereinigungen sowie die Politik und die Leitbilder der Bibliotheken setzen Standards fest, die den Einsatz von virtuellen Angeboten, wie Social Reading, begründen. Bibliotheken sollen mit den Entwicklungen des digitalen Wandels mitgehen und ihre Dienstleistungen entsprechend anpassen. Die IFLA führt sogar konkret an, dass virtuelle Programme für Social Reading eingesetzt werden können. Social Media Angebote und demnach auch Social Reading sind durch den digitalen Wandel entstanden, somit sollten Bibliotheken diese Angebote berücksichtigen. Auch bei den Leitbildern sind Argumente zu finden. So wird die Wichtigkeit der Bibliothek als Raum hervorgehoben. Außerdem soll sie die virtuelle Welt mit der realen Welt verbinden. Daraus lässt sich schließen, dass Angebote auf beiden Ebenen stattfinden. So könnten virtuelle Lesekreise Bibliotheken als realen Treffpunkt nutzen. Auch das Thema Lesen und Leseförderung spielt eine große Rolle. Hier könnte auch der Einsatz von Social Reading Angeboten, z. B. speziell für Kinder und Jugendliche ein guter Ansatzpunkt sein. Insgesamt zeigt sich also, dass in den verschiedenen Veröffentlichungen auf allen Ebenen Grundlagen und Argumente existieren, die für einen Einsatz von Social Reading sprechen. Im Ganzen zeigen die Empfehlungen und Leitbilder, dass sich die Bibliotheken dem digitalen Wandel mit einem veränderten und angepassten Dienstleistungsangebot stellen müssen und gleichzeitig den Veränderungsprozess als Chance für die Zukunft der Öffentlichen Bibliotheken wahrnehmen müssen. Ob Öffentliche Bibliotheken heute diesen Empfehlungen folgen, wird im folgenden Kapitel genauer untersucht.

5. Empirische Untersuchung der Nutzung Sozialer Medien und Social Reading Öffentlicher Bibliotheken in Deutschland

5.1 Untersuchungsziel

In diesem Kapitel soll untersucht werden, inwieweit Öffentliche Bibliotheken in Deutschland Social Media Angebote nutzen und zusätzlich, ob sie bereits Social Reading Plattformen nutzen oder eigene Angebote in diesem Bereich anbieten.

Daraus ergeben sich folgende Fragen:

- Wie viele Bibliotheken nutzen bereits Social Media Angebote?
- Welche Social Media Angebote werden genutzt?
- Wie viele Bibliotheken nutzen bereits Social Reading Angebote?
- Welche Social Reading Angebote werden genutzt?

Eine unsystematische Vorrecherche über die Google Suche machte deutlich, dass Social Reading Angebote noch keine Rolle in Bibliotheken spielen. Es zeigte sich lediglich, dass einige Literaturkreise vor Ort angeboten werden. Zudem stellte sich heraus, dass Bibliotheken bereits andere Social Media Angebote nutzen, jedoch einige noch gar keine Plattformen nutzen. Diese Annahme sollte durch eine tiefergehende Recherche bestätigt werden. Das Ziel dieser Untersuchung ist demnach eine Bestandaufnahme der Social Media-Aktivitäten sowie die Nutzung von Social Reading Angeboten der Öffentlichen Bibliotheken.

5.2 Durchführung der Untersuchung

Als methodisches Vorgehen wurde eine systematische Recherche im Internet gewählt. Zunächst wurde dafür das zu untersuchende Material festgelegt. Dies sind hierbei alle Großstadtbibliotheken, um einen möglichst großen Bereich abzudecken. Trotzdem ist diese Untersuchung nur als Stichprobe zu sehen. Großstädte sind laut der Definition des statistischen Bundesamtes Städte mit mindestens 100.000 Einwohnern (vgl. DESTATIS 2016). Auf Grundlage des Zensus vom 31.12.2011 ergibt sich somit eine Gesamtzahl von 76 Großstädten (vgl. DESTATIS 2013). Sofern die Bibliotheken Zweigstellen hatten, wurden diese in die Recherche mitaufgenommen. In der Auswertung wurden diese Bibliotheken dann aber als ein Ganzes gesehen.

Mit der Ausnahme von der Stadt Berlin, hier wurden alle Bibliotheken aus den verschiedenen Stadtteilen aufgenommen. So ergibt sich eine Gesamtzahl von 88 Bibliotheken. Die Auswahlinheiten sind alle Social Media Aktivitäten sowie alle Social Reading Aktivitäten im Netz. Zusätzlich wurde auch das Angebot an Lesekreisen vor Ort als Angebot der Bibliothek miteinbezogen. Bei der Untersuchung der Social Media Aktivitäten wurden dann folgende Rechenschritte durchgeführt: Im ersten Schritt erfolgte die Sichtung der offiziellen Webseite der Bibliothek. Danach wurden die Bibliotheken über die Suchfunktion der Social Media Kanäle gesucht. Im letzten Schritt erfolgte die Suche über Google. Dabei wurde die erste Ergebnisseite berücksichtigt. Bei der Vorrecherche stellte sich nämlich heraus, dass nicht alle Bibliotheken ihre gesamten Social Media Kanäle auf ihrer Homepage verlinkt haben. Durch diese umfassende Recherche sollte verhindert werden, dass Angebote übersehen werden. Nicht mitaufgenommen wurden die sogenannten inoffiziellen Seiten auf Facebook. Inoffizielle Seiten werden von Personen erstellt, die Interesse an dem Ort oder Unternehmen haben. Diese Seiten sind nicht mit der betreffenden Bibliothek verknüpft oder deren Eigentum (vgl. FACEBOOK 2016). Bei der Recherche nach Social Reading Angeboten wurde ebenfalls im ersten Schritt die offizielle Homepage angeschaut. Im zweiten Schritt wurde auf den beiden zurzeit relevantesten Plattformen LovelyBooks, LibraryThing und Goodreads mit Hilfe der Suchfunktion nach Bibliotheken gesucht. Bei der Recherche nach Literaturkreisen, die in der Bibliothek stattfinden, wurde auf der Homepage unter der Rubrik Veranstaltungen gesucht. Von einer Kontaktaufnahme mit den jeweiligen Bibliotheken wurde abgesehen, denn die Nutzerinnen und Nutzer solcher Angebote sind vorwiegend im Netz unterwegs. Deshalb sollten alle Angebote auch über das Internet zu finden sein. Die Recherche wurde vom 05.04.2016 bis zum 06.04.2016 durchgeführt. Eine tabellarische Übersicht aller Bibliotheken sowie deren Angebote in alphabetischer Reihenfolge befindet sich im Anhang.

5.3 Auswertung der Ergebnisse

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der systematischen Recherche ausgewertet. Dabei werden die Social Media Aktivitäten und die Nutzung von Social Reading Angeboten getrennt betrachtet. Ausgangspunkt der Recherche waren die Homepages der Öffentlichen Bibliotheken. Alle Bibliotheken haben einen Internetauftritt und dort auch die relevanten Informationen aufgelistet. Einige Bibliotheken haben als offizielle Seite jedoch nur eine Unterseite der jeweiligen Stadt.

5.3.1 Social Media Angebote Öffentlicher Bibliotheken in Großstädten

Fraglich war, wie viele Bibliotheken bereits Social Media Angebote nutzen. Es zeigte sich, dass etwa drei Viertel der Bibliotheken Soziale Medien nutzen. 24% der Bibliotheken nutzen jedoch keinerlei Social Media Angebote (siehe Abb. 2).

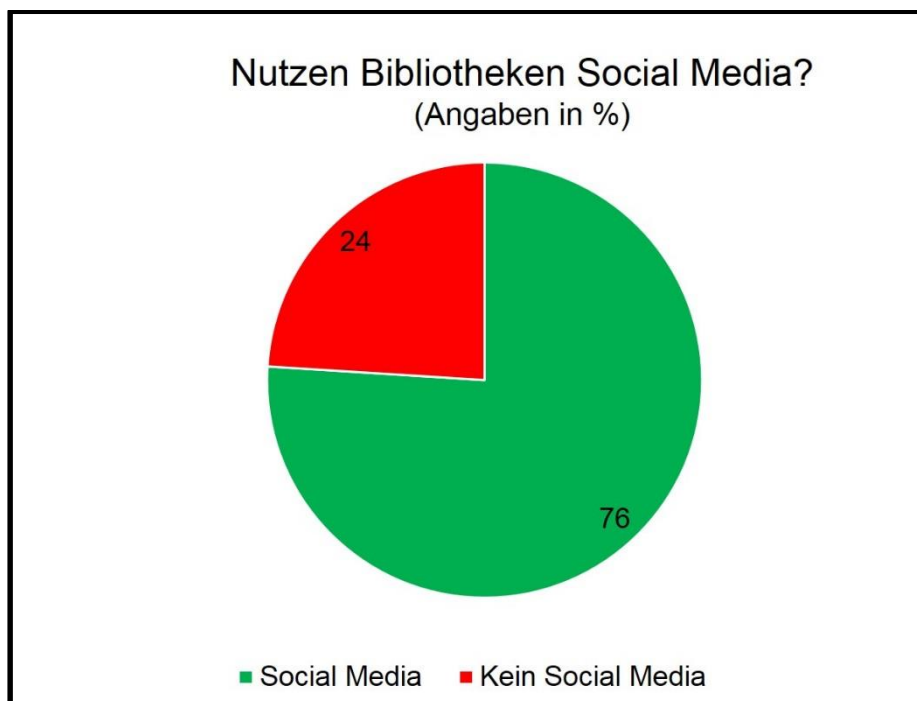


Abb. 2 Nutzung von Social Media (Quelle: Eigene Erhebung)

Laut der Deutschen Bibliotheksstatik bieten im Jahr 2013 18% der hauptamtlich geführten Bibliotheken Social Media Angebote an (vgl. HBZ 2014). Auch im Berichtsjahr 2014 zeigt sich ein ähnliches Ergebnis, denn von 7773 Bibliotheken nutzen 6356 Bibliotheken keine Sozialen Medien.

Das entspricht ebenfalls ca. 18% (vgl. Hbz 2015). Vergleicht man dieses Ergebnis mit der Recherche bei den Großstadtbibliotheken, zeigt sich ein deutlicher Unterschied. In den Großstädten ist der Einsatz von Sozialen Medien weiter verbreitet.

Außerdem sollte recherchiert werden, welche Sozialen Medien in Bibliotheken genutzt werden. Die Recherche ergab, dass Facebook mit großem Abstand das am meisten genutzte Social Media Angebot ist. Von 88 Bibliotheken nutzen 60 Stück Facebook, das entspricht 68%. Auf dem zweiten Platz folgt dann Twitter mit 26 Bibliotheken. Deutlich weniger verbreitet sind die Dienste Instagram, Flickr und Pinterest (siehe Abb. 3).

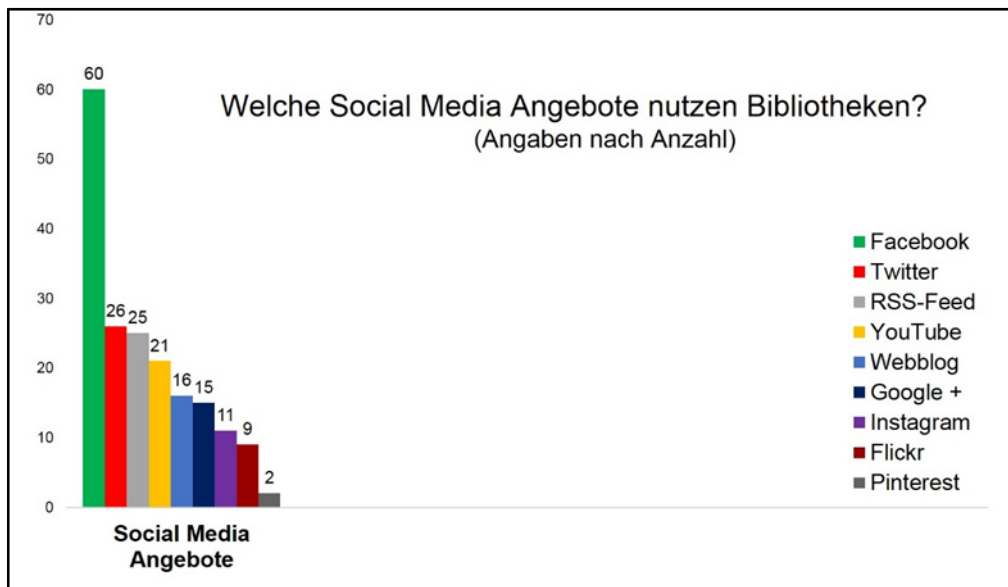


Abb. 3 Genutzte Anwendungen (Quelle: Eigene Erhebung)

Vergleicht man dieses Ergebnis mit den Nutzerzahlen von Sozialen Medien in Deutschland ergibt sich ein ähnliches Bild. Laut einer Studie der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien lag der Marktanteil der Unique User von Facebook im ersten Halbjahr 2015 bei 40,6 %. Bei Instagram betrug der Wert 2,3% (vgl. BLM 2015).

5.3.2 Literaturkreise in Öffentlichen Bibliotheken

Im zweiten Teil der Untersuchung geht es um Social Reading Aktivitäten in Öffentlichen Bibliotheken. Insgesamt bieten von den recherchierten Bibliotheken 37 Stück Literaturkreise an, das entspricht 42%. Dementsprechend bieten 58% der Bibliotheken keinen Literaturkreis an (siehe Abb. 4).



Abb. 4 Verbreitung von Literaturkreisen in Bibliotheken (Quelle: Eigene Erhebung)

Die Angebote an Literaturkreisen sind dabei von Bibliothek zu Bibliothek unterschiedlich und sehr vielfältig. Diese reichen von Buchclubs für Kinder und Jugendliche bis hin zu Lesekreisen für Menschen mit Behinderungen. Auch Lesekreise speziell für englischsprachige Literatur werden angeboten.

5.3.3 Social Reading in Öffentlichen Bibliotheken

Zuletzt ging es noch um die Frage, ob Öffentliche Bibliotheken bereits Social Reading Angebote nutzen. Bei der Vorrecherche über die Google Suche und der Sichtung der Fachliteratur zeigte sich, dass Social Reading noch kein Thema für Bibliotheken ist. Die systematische Recherche zeigte jedoch, dass es durchaus einige Bibliotheken gibt, die bereits Social Reading Plattformen nutzen. Jedoch war keine Bibliothek dabei, die ein eigenes Social Reading Angebot im Netz anbietet. Von den 88 Bibliotheken nutzen 11 Stück eine Plattform, das entspricht rund 13%. Somit nutzen 87% der Bibliotheken noch kein Angebot (siehe Abb. 5).

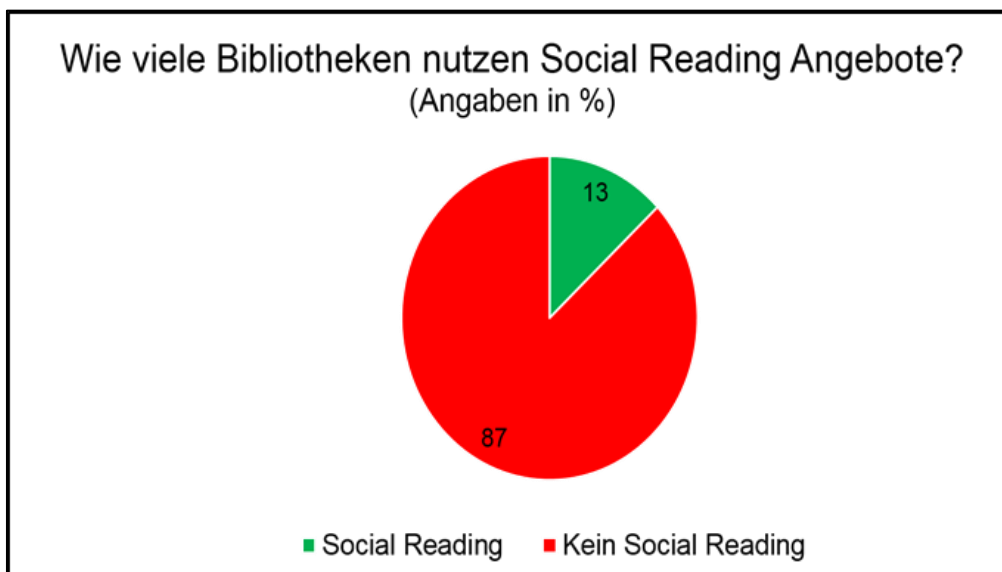


Abb. 5 Verbreitung von Social Reading in Bibliotheken (Quelle: Eigene Erhebung)

Fast ausschließlich genutzt wird LibraryThing. Nur zwei Bibliotheken nutzen noch zwei andere Anbieter. Die folgende tabellarische Übersicht zeigt, welche Großstadtbibliotheken welche Plattform nutzen.

Bibliothek	Plattform	Link
Chemnitz	LibraryThing	http://www.librarything.de/profile/SBChemnitz
Dortmund	LibraryThing	http://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/bildungswissenschaft/bibliothek/literatursuche/librarything/
Dresden	LibraryThing	http://www.librarything.de/profile/Bibo-Dresden
Freiburg im Breisgau	LibraryThing	http://www.librarything.de/profile/StadtbibFreiburg
Göttingen	LibraryThing	http://www.librarything.de/profile/Stabigoe
Krefeld	LibraryThing	http://www.librarything.de/profile/psturk
Leipzig	LibraryThing	http://www.librarything.de/profile/StadtbibLeipzig
Ludwigshafen	Goodreads	https://www.goodreads.com/group/show/178531-ludwigshafener-buchempfehlungen
Neuss	LibraryThing	http://www.stadtbibliothek-neuss.de/index.php/librarything-for-libraries
Nürnberg	LibraryThing	http://www.librarything.de/profile/StB_Nuernberg
Würzburg	LibraryThing; LovelyBooks	http://www.librarything.de/profile/StabueWuerzburg http://www.lovelybooks.de/mitglied/Stadtbuecherei_Wuerzburg/

Tab. 2 Überblick Social Reading Bibliotheken (Stand April 2016)

5.4 Interpretation und Fazit

Im Bereich Social Media nutzt schon ein Großteil der untersuchten Bibliotheken Angebote. Dabei zeigte sich ganz deutlich, dass Facebook am meisten verbreitet ist. Andere Social Media Plattformen spielen noch eine untergeordnete Rolle. Im Bereich Social Reading bestätigte sich die Annahme, dass es für Bibliotheken noch keine große Rolle spielt. Einzig LibraryThing wird von ein paar Bibliotheken genutzt. Es liegt nahe, dass LibraryThing fast als einzige Social Reading Plattform genutzt wird. Es lässt sich durch zwei Dinge erklären. In Nordrhein-Westfalen wurde die Plattform durch das Projekt „LibraryThing for Libraries“ im Jahr 2012 verbreitet. An dem Projekt haben 24 Bibliotheken teilgenommen. Das Projekt war Teil der Initiative „Lernort Bibliothek“, die bereits 2009 gestartet ist. Dabei sollten vier Kataloganreicherungen vorgenommen werden, das waren Rezensionsmöglichkeiten, Empfehlungslisten, weiterführende Hinweise und Wortwolken. Dabei wurde die quantitative Nutzung, Einschätzung von Aufwand und Nutzen sowie die Beurteilung durch die Bibliothekskunden analysiert (vgl. BRENNER / FÜHLES-UBACH / LORENZ 2013, S. 1-2). Außerdem ist LibraryThing eine Plattform, die schon auf Bibliotheken zugeschnitten ist. Wie z. B. durch „LibraryThing for Libraries“ oder „LibraryThing Local“ (siehe Kapitel 6.4). Im Ganzen ist diese Untersuchung aber als Stichprobe zu sehen, für ein umfassenderes Bild müsste eine Erhebung von den gesamten Bibliotheken durchgeführt werden.

6. Vergleichende Analyse ausgewählter Social Reading Plattformen

Dieses Kapitel gibt einen Überblick über ausgewählte Social Reading Plattformen im deutschsprachigen Raum. Zunächst gibt es einen Marktüberblick mit dem Angebot an Communities in Deutschland. Anschließend folgt eine genauere Analyse von drei bekannten Plattformen, welche auch für Öffentliche Bibliotheken interessant sein könnten. Es werden die wesentlichen Funktionen aus Sicht des Endnutzers dargestellt. Im letzten Schritt folgt ein Vergleich der Plattformen, zudem soll das Potential dieser Angebote für Bibliotheken herausgearbeitet werden. Ziel ist es, einen Überblick über die derzeitigen Communities zu zeigen und Möglichkeiten für Bibliotheken darzustellen, inwieweit diese Angebote für sie nutzbar sind.

Im Netz wird in vielen Formen und an vielen Orten über Literatur diskutiert. Das können z. B. Foren, Blogs oder Soziale Netzwerke sein. Charakteristisch ist hier, dass die Bücher meist nur bewertet werden und es unstrukturierter als in Lesekreisen ist. Das Social Reading bezieht sich hingegen mehr auf den Austausch auf den speziellen Plattformen (vgl. PLEIMLING 2012, S. 22).

6.1 Marktüberblick

Auf der Grundlage der Fachliteratur und durch eine Recherche auf Social Media Kanälen und in Pressebeiträgen wurde der folgende Marktüberblick erstellt. Diese Tabelle zeigt eine Übersicht über das derzeitige Angebot an Social Reading Plattformen im deutschsprachigen Raum. Lediglich die Plattform Goodreads ist zurzeit nur in englischer Sprache vorhanden. Sie taucht trotzdem in dieser Übersicht auf, weil sie auch in Deutschland schon zahlreiche Nutzerinnen und Nutzer hat und insgesamt die größte und bekannteste Plattform weltweit ist. Im Ganzen bieten alle Plattformen ähnliche Funktionen an. Das sind z. B. Foren zur Diskussion, die Erstellung von eigenen Büchersammlungen und Leserunden.

Plattform	Kurzbeschreibung	Link
Bookdate	Bookdate ist ein virtueller Lesekreis, mit dem man Bücherfreunde zum Austausch über Literatur finden kann. Zudem kann man Büchersammlungen anlegen, eigene Lesekreise gründen sowie Rezensionen schreiben. Die Anmeldung ist kostenfrei und die Plattform ist verlagsunabhängig (vgl. DOBRESCU 2015).	https://book-date.de/
Flipintu	Flipintu ist eine Empfehlungsplattform. Leserinnen und Leser können sich nach persönlichen Interessen Literatur empfehlen lassen. Mit sogenannten Flipstacks können sie ihren eigenen Ablagestapel erstellen. In den Channels können sie sich dann noch über Neuerscheinungen, Rezensionen und Hintergrundinfos informieren (vgl. FLIPINTU 2016).	http://www.flipintu.com/
Goodreads	Eine genauere Vorstellung dieser Plattform erfolgt in Kapitel 6.2	https://www.goodreads.com/
LovelyBooks	Eine genauere Vorstellung dieser Plattform erfolgt in Kapitel 6.3	http://www.lovelybooks.de/
Literaturschock	Literaturschock wurde bereits im Jahre 2000 gegründet. Die Plattform bietet u.a. Leserunden, einen großen Forenbereich und Buchvorstellungen. Zusätzlich hat die Seite auch einen eigenen Shop, indem Accessoires rund ums Lesen gekauft werden können (vgl. LITERATURSHOCK 2015).	http://www.literaturschock.de/
LibraryThing	Eine genauere Vorstellung dieser Plattform erfolgt in Kapitel 6.4	http://www.librarything.de/
Sobooks	Sobooks ging 2014 online und steht für Social Books. Das Lesen und die Diskussion finden ausschließlich im Browser statt. Außerdem können die Leserinnen und Leser Bücher über diese Seite erwerben und kostenlos zur Probe lesen (vgl. SOBOOKS 2015).	https://sobooks.de/
Was liest Du	Dies ist eine Plattform der Mayersche Buchhandlung und existiert seit 2013. Angeboten werden u. a. Leserunden und Gewinnspiele. Zusätzlich können die Mitgliederinnen und Mitglieder für Onlineaktivitäten virtuelle Punkte sammeln und diese gegen Bücher eintauschen (vgl. MAYERSCHE BUCHHANDLUNG 2014).	https://wasliestdu.de/
Whatchareadin	Diese Lesecommunity bietet Buchdiskussionen, ein eigenes virtuelles Bücherregal, Buchrezensionen; Chatrooms, Leserunden und eine Mediathek (vgl. PÖLL 2014).	http://whatchareadin.de/

Tab. 3 Marktüberblick Social Reading Plattformen (Stand März 2016)

6.2 Goodreads

Der größte virtuelle Lesekreis weltweit ist Goodreads mit ca. 40 Millionen Mitgliederinnen und Mitgliedern. Gegründet wurde die Plattform im Jahre 2007 (vgl. GOODREADS 2016a). Im Jahre 2013 wurde Goodreads von Amazon aufgekauft. Amazon nutzt Goodreads um Daten von den Leserinnen und Lesern zu sammeln, um diese für ihre Verkaufsplattform zu nutzen. Darüber hinaus möchte Amazon so neue Kundinnen und Kunden gewinnen und die Reichweite ihrer eigenen Inhalte ausbauen (vgl. CORDÓN-GARCÍA 2013, S. 175-176).




6.2.1 Funktionen

Buchsammlungen und Empfehlungen

Die Funktionen auf Goodreads sind sehr vielfältig. Zum einen kann man in einem virtuellen Bücherregal seine eigene Buchsammlung anlegen. Dabei besteht die Möglichkeit verschiedene Kategorien auszuwählen. Man kann das Buch bewerten, eine Rezension schreiben, den Lesezeitraum angeben und die Bücher in verschiedenen Regalen thematisch sortieren.

Salt Lake City Public Library > books > the-city-library-reviewed-books

Only group members can add books. (showing 1-30 of 31)

title	author	my rating	shelves	date started	date finished	added by	date added
 My Story about	Smart, Elizabeth	★★★★★	read, the-city-library-...	2014/01/16	2014/02/03	Salt Lake City Public Library	2014/06/11
 Motherlunge about	Scott, Kirstin	★★★★★	read, the-city-library-...	2014/11/01	2014/11/17	Salt Lake City Public Library	2014/12/01
 Dangerous about	Hale, Shannon *	★★★★★	read, the-city-library-...	2014/11/18	2014/12/01	Salt Lake City Public Library	2014/12/01

search for books Search

group shelves

- all (339)
- read (228)
- currently-reading
- to-read (111)

books-about-place (23)

great-biographies (13)

mondays-are-murder-mar-2014 (2)

picture-books-about-color (1)

road-tripping (21)

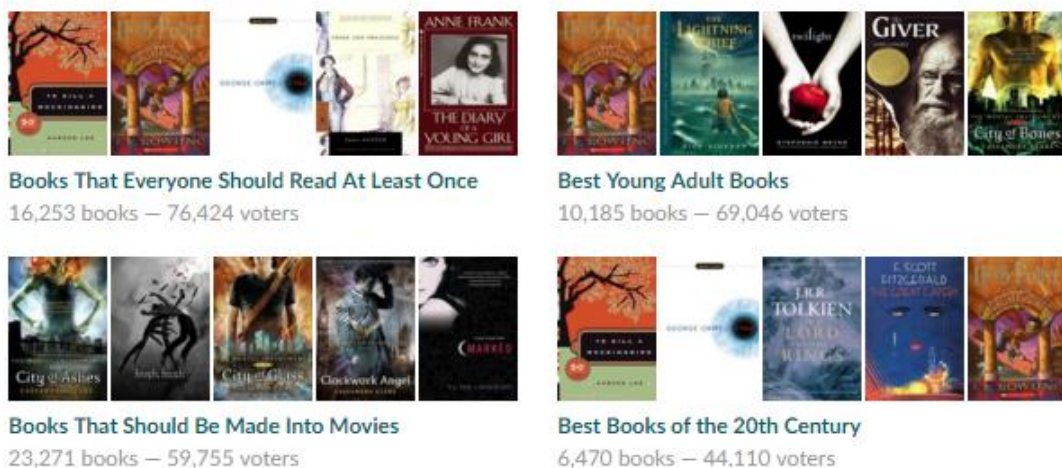
romance-book-talk-feb-2014 (110)

Abb. 6 Bookshelf Salt Lake City Public Library (Quelle: Salt Lake City Public Library Group²)

² Salt Lake City Public Library Group: <https://www.goodreads.com/group/bookshelf/120558-salt-lake-city-public-library> Abruf: 2016-04-28

Die Salt Lake City Public Library hat ihre Bücher nach „gelesen“ und „ungelesen“ sortiert, sowie nach einigen inhaltlichen Aspekten (siehe Abb. 6). Mit diesem virtuellen Bücherregal können die Nutzerinnen und Nutzer ihre eigene Buchsammlung präsentieren und ihr Leseverhalten dokumentieren, sowie bei Anderen in den Regalen virtuell stöbern, um sich inspirieren zu lassen. Die Inspirationsmöglichkeiten sind vielfältig. Sobald man 20 Bücher bewertet hat, empfiehlt Goodreads den Leserinnen und Lesern passende Literatur. Doch nicht nur das System kann einem Bücher empfehlen, sondern auch die Nutzerinnen und Nutzer selbst. Es besteht auch die Möglichkeit aktiv Anfragen für Empfehlungen an die Community zu senden (vgl. GOODREADS 2016b). Auf der Seite „Explore“ kann man durch Neuerscheinungen und verschiedene Genres stöbern, um neue Literatur zu finden. Es besteht auch die Möglichkeit vorher festzulegen, welche Genres man bevorzugt (vgl. GOODREADS 2016c). Eine weitere Möglichkeit ist die Funktion Lists, dort hat die Community Buchlisten zu unterschiedlichen Themen erstellt. Ein Beispiel ist die Liste zu den besten Büchern des 20. Jahrhunderts. Insgesamt macht der Aspekt des Entdeckens von Literatur einen großen Teil der Seite aus.

POPULAR LISTS



[More popular book lists...](#)

Abb. 7 Popular Lists (Quelle: Lists auf Goodreads³)

³ Lists auf Goodreads: <https://www.goodreads.com/list> Abruf: 2016-04-28

Community

Goodreads ist sehr auf soziale Interaktion ausgelegt. Es gibt zahlreiche Diskussionsgruppen, in denen sich die Nutzerinnen und Nutzer austauschen können. Dafür stellt Goodreads der Community ein Forum zur Verfügung, in dem jedes Mitglied eigene Themen posten kann und sich an Diskussionen beteiligen kann. Hier findet der hauptsächliche Teil der Diskussionen zwischen den Leserinnen und Lesern statt. Bei den einzelnen Gruppen ist zwischen öffentlichen und privaten Gruppen zu unterscheiden. Bei privaten Gruppen benötigen die Mitgliederinnen und Mitglieder die Erlaubnis des Moderators (vgl. GOODREADS 2016d). Im Ganzen werden die Foren intensiv genutzt. So hat beispielsweise die bekannte Jugendbuch Trilogie „The Hunger Games“ in den Foren 435 Gruppen. Die größte Gruppe zu diesem Thema hat derzeit knapp 8000 Mitglieder (vgl. GOODREADS 2016e).

flag this group (?)
topics: all | new | unread

DISCUSSION BOARD

► general Showing 7 of 7 topics

▼ Characters Showing 12 of 20 topics – 8,225 comments total

Favorite THG character?
By Gracie · 42 posts (42 new) · 135 views last updated Mar 29, 2016 08:22AM

Besides Cinna who is your favorite Capitol person?
By Katherine2020 · 50 posts (50 new) · 125 views last updated Sep 21, 2013 09:40PM

Who is your favorite character out of each book?
By Makayla · 45 posts (45 new) · 241 views last updated Sep 14, 2013 08:41AM

peeta v. gale
By deleted member · 297 posts (297 new) · 426 views last updated Sep 14, 2013 08:39AM

NEW FINNICK ODAIR, GALE HAWTHORNES, AND PEETA MELLARK PICTURES!
By Olivia · 16 posts (16 new) · 98 views last updated May 05, 2013 05:50PM

third book readers only. contains spoilers
By Hailey · 20 posts (20 new) · 156 views last updated Mar 21, 2013 05:54PM

Abb. 8 Discussion Board zum Roman The Hunger Games (Quelle: Goodreads Group Hunger Games Trilogy⁴)

Unter dem Menüpunkt „Discussion Board“ können einzelnen Kategorien aufgerufen werden, die thematisch sortiert sind. Dies sorgt gerade bei großen Gruppen mit vielen Beiträgen für mehr Übersichtlichkeit.

⁴ Goodreads Group Hunger Games Trilogy: <https://www.goodreads.com/group/show/4838-hunger-games-trilogy> Abruf: 2016-04-28

6.3 LovelyBooks

Die derzeit größte Buchcommunity in Deutschland ist LovelyBooks. Die Plattform gehört zu der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck und existiert seit 2006 (vgl. KLEIST / NÖTZELMANN 2014, S. 281). Die Seite hat Anfang 2016 nach eigenen Angaben 210.000 registrierte Mitglieder und 1,8 Millionen Seitenaufrufe pro Monat (vgl. LOVELYBOOKS 2016a). LovelyBooks beschreibt sich selbst wie folgt:

„LovelyBooks ist das Lesernetzwerk, *die* Community für Bücherfreunde. Hier treffen sich Leser, Autoren, Verlage und andere Buchenthusiasten, um sich über Bücher, Neuigkeiten aus dem Buchbereich und literarische Themen auszutauschen“ (LOVELYBOOKS 2016b).

6.3.1 Funktionen

Das eigene Profil

Die Registrierung auf der Webseite ist einfach. Man benötigt lediglich einen freiwählbaren Nutzernamen, eine Emailadresse sowie ein Passwort. Alternativ kann man sich auch über seinen Facebook Account anmelden. Bei der Profilerstellung steht es den Nutzerinnen und Nutzern dann frei, ob sie noch weitere Angaben machen möchten. Man kann ein Profilbild hochladen und weitere persönliche Angaben machen, wie beispielsweise Lieblingsbuchgenres oder Interessen. Zudem gibt es umfangreiche Privatsphäreneinstellungen, bei denen man entscheiden kann, welche Daten für andere Personen einsehbar sind.

Auf dem eigenen Profil gibt es dann noch die Möglichkeit, ähnlich wie bei Goodreads, eigene Bücherregale anzulegen. Dort können die Leserinnen und Leser ihre Bücher virtuell thematisch sortieren, z. B. nach Lieblingsbüchern oder noch nicht gelesenen Titel. Die Bücher lassen sich dann noch mit sogenannten Tags bearbeiten. Diese Stichworte dienen dazu den Inhalt des Buches zu umschreiben oder das Genre anzugeben. Gelesene Bücher lassen sich auch bewerten und es gibt die Möglichkeit eigene Rezensionen zu schreiben (vgl. LOVELYBOOKS 2016c).

Community

Die Webseite bietet viele Möglichkeiten zur sozialen Interaktion. Zum einen gibt es ein Forum mit zahlreichen Gruppen zu unterschiedlichen Themen, in denen man sich austauschen kann. Beispielsweise gibt es Gruppen zu bestimmten Genres oder Bücherreihen, jeder kann eine eigene Gruppe erstellen. In den Gruppen mit den meisten Mitgliederinnen und Mitgliedern geht es allerdings meistens um allgemeine Themen (siehe Abb. 9). Es kann zudem auch per privater Nachrichten über das eigene Profil kommuniziert werden.



Group Name	Members	Last Post
Buch des Monats	6.087 Mitglieder	09.03.2016 um 21:30 Uhr
BIBLIOPHILIE!! ... ja, ich war schon wieder Bücher kaufen...	2.293 Mitglieder	23.03.2016 um 09:27 Uhr
Bücher, die bewegen	1.977 Mitglieder	22.03.2016 um 20:41 Uhr
Mitglieder fragen Mitglieder	1.812 Mitglieder	21.03.2016 um 19:04 Uhr

Abb. 9 Größte Gruppen bei LovelyBooks (Quelle: Gruppen LovelyBooks⁵)

Leserunden

Bei den Leserunden können sich die Leserinnen und Leser gemeinsam über ein bestimmtes Buch austauschen. Dabei wird in erster Linie nicht über das gesamte Buch gesprochen, sondern über Unterthemen oder einzelne Handlungsabschnitte. So kann schon während der Lesezeit diskutiert werden. Am Ende der Leserunde kann dann jeder noch eine Rezension schreiben. Oftmals bieten auch Autorinnen und Autoren sowie Verlage Leserunden zu neuen Werken an, um ihre Bücher zu bewerben (vgl. LOVELYBOOKS 2016d).

⁵ Gruppen LovelyBooks: <http://www.lovelybooks.de/gruppen/> Abruf: 2016-04-28

Social Reading Stream

Der Social Reading Stream von LovelyBooks wird als kostenloses Widget angeboten. Es lässt sich auf einer Webseite oder einem E-Book einbinden, dort können dann Diskussionen oder Leserunden angezeigt werden. Mit Hilfe dieses Streams können Leserinnen und Leser auch mit ihrem E-Book miteinander ins Gespräch kommen. Es ist aber auch möglich, ihn ohne E-Book ausschließlich im Internet zu nutzen. Interessant ist hierbei, dass sich jeder diesen Stream auf seine eigene Webseite holen kann (vgl. KREMSBERGER 2014, S.22).



Janet Clark

RACHE KIND
Finster moos
RACHE KIND
ICH SEHE DICH

Inhalte ▾

Ich wünsche mir ein Buch aus dem Bereich Krimi/Thriller/Horror/Psychotriller

Aniston81
Hallo Leseratten :-). Da ich den Thread "Ich wünsche mir ein Buch" super finde, dabei aber leider sehr wenig Chancen habe dabei zu sein, wollte ich mal versuchen einen Thread zu eröffnen, der in die o.g. Richtung geht. Ich würde sagen, es dürfen auch andere Bücher...

Beiträge: 5.411

mieken vor 14 Tagen
ok, dann versuchen wir es mal :) Bitte guter Zustand (keine Leserilen) die zwölf und der Märchenerzähler bitte als HC okay, hab jetzt einfach mal was angehängen. Wenn Ihr mit Büchern nicht einverstanden seid, dann nehme ich sie wieder raus - Mehr...

Abb. 10 LovelyBooks Stream auf der Webseite der Autorin Janet Clarke (Quelle: Homepage Janet Clark⁶)

In dem folgenden Beispiel hat die Autorin Janet Clark den Stream auf ihrer eigenen Homepage eingebaut. So kann die Autorin mit ihren Leserinnen und Lesern in Kontakt treten.

⁶ Eigene Homepage der Autorin Janet Clark: <http://www.janet-clark.de/lovelybooks/>
Abruf: 2016-03-20

6.4 LibraryThing

Eine bekannte Social Cataloging Plattform ist LibraryThing. Derzeit ist es die umfangreichste Webseite zur gemeinsamen Katalogisierung und Verwaltung von Literatur. Daneben steht aber auch die soziale Komponente im Vordergrund. Entwickelt wurde die Seite 2005 von Tim Spalding in den USA. Sie entstand aus einem privaten Projekt zur Organisation von Literatur. Die Hauptseite war zunächst englischsprachig, heute sind zahlreiche Funktionen auch mehrsprachig verfügbar (vgl. CZERWINSKI / VOß 2010, S. 333-334). Bis 200 Bücher dürfen die Nutzerinnen und Nutzer kostenlos katalogisieren. Andernfalls besteht die Möglichkeit einen kostenpflichtigen Account zu erwerben, entweder 10 Dollar für ein Jahr oder 25 Dollar für eine unbegrenzte Zeit. In dem Fall gibt es keine Begrenzung mehr bei der Katalogisierung (vgl. LIBRARYTHING 2016a). Im Jahr 2016 hat die Seite weltweit ca. 2 Millionen registrierte Mitgliederinnen und Mitglieder, sowie über 100 Millionen katalogisierte Bücher (vgl. LIBRARYTHING 2016b). In Deutschland sind es 2016 ca. 23.000 registrierte Benutzerinnen und Benutzer und 1,7 Millionen katalogisierte Bücher (vgl. LIBRARYTHING 2016c).

6.4.1 Funktionen

Katalogisieren

Die Titeleingabe ist sehr einfach. Als Daten benötigt LibraryThing entweder die ISBN, den Titel oder die Verfasserin oder Verfasser. Dann können aus einer Datenbank, wie z. B. dem GBV, die notwendigen Daten übernommen werden. Alternativ kann auch eine manuelle Eingabe erfolgen (vgl. CZERWINSKI / VOß 2010, S.335). Bei der Titelaufnahme werden neben den bibliografischen Daten auch inhaltliche Daten aus den anderen Katalogen übernommen. Das können Rezensionen von Amazon oder Schlagwörter aus anderen Bibliothekskatalogen sein. Diese Anreicherungen können die Nutzerinnen und Nutzer aber auch selbst vornehmen. Auch hier haben sie die Möglichkeit eigene Schlagwörter zu vergeben und Rezensionen zu schreiben. Im Ganzen sind die Nutzerinnen und Nutzer diejenigen, die am meisten inhaltliche Daten einpflegen, was auch den Charakter dieser Seite ausmacht (vgl. CZERWINSKI / VOß 2010, S.337-338).

Community

LibraryThing entspricht in großen Teilen einem Sozialen Netzwerk. Die Nutzerinnen und Nutzer pflegen gemeinsam eine Datenbank und sind über ihre Datensätze in ihren eigenen Katalogen miteinander verbunden (vgl. ALBERS / BRENNER / FÜHLES-UBACH 2015, S.22). Außerdem bietet die Seite viele Möglichkeiten zum Austausch und zur Vernetzung. So können sie beispielsweise andere Kataloge als interessante Bibliothek kennzeichnen, wenn ihnen die Sammlung gefällt. Oder es ist möglich zu sehen, welche anderen Personen die gleichen Lieblingsautoren haben, durch diese Gemeinsamkeiten können sich Nutzerinnen und Nutzer vernetzen. Zum weiteren Austausch gibt es verschiedene, nach Themen gebildete Gruppen, die wie Diskussionsforen funktionieren (vgl. CZERWINSKI / VOß 2010, S. 338-339).

LibraryThing for Libraries

Mit diesem Angebot können Bibliotheken ihren eigenen Katalog mit den Daten von LibraryThing anreichern. Zum einen kann LibraryThing als Quelle für bibliografische Daten genutzt werden, und zum anderen können auch Zusatzinformationen miteingebunden werden. Da sind u. a. Rezensionen von Nutzerinnen und Nutzern sowie weitere Informationen zum Medium, wie die Schauplätze der Handlung. Diese Informationen werden dann auf der Volltitelseite des Kataloges angezeigt und fügen sich nahtlos in die Benutzeroberfläche ein (vgl. BRENNER 2012, S. 227-228). Dieser Dienst ist für Bibliotheken kostenpflichtig und kann in Form von unterschiedlichen Paketen erworben werden, für die eine jährliche Gebühr zu entrichten ist. Die Preise hängen von verschiedenen Faktoren wie Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer und Titel in der Bibliothek ab (vgl. CZERWINSKI / VOß 2010, S. 348).

LibraryThing Local

Mit dieser Funktion haben Bibliotheken die Möglichkeit sich selbst auf der Plattform zu präsentieren, mit einem sogenannten Örtlichkeitsprofil. Dieses Profil enthält dann Informationen wie die Adresse und Kontaktmöglichkeiten, eine kurze Beschreibung, eine Link zur eigenen Homepage sowie die Möglichkeit im Katalog zu suchen. Zusätzlich kann man mit den Nutzerinnen Nutzern über ein Schwarzes Brett in Kontakt treten (vgl. CZERWINSKI / VOß 2010, S.347).

6.5 Bewertung und Vergleich

Bibliotheken haben oftmals das Problem bei eigenen Communities aufgrund ihrer geringen Reichweite eine hohe Anzahl an Nutzerbeiträgen zu bekommen. Dies liegt vor allem daran, dass Öffentliche Bibliotheken nur den lokalen Nutzerkreis in ihrem Einzugsgebiet haben. Außerdem wird die Hemmschwelle höher, eigene Beiträge zu veröffentlichen, wenn das Angebot wenig genutzt wird. Bei vielen Funktionen ist eine zahlreiche Beteiligung der Personen aber von Vorteil, um eine hohe Aussagekraft zu erzielen. Dies wird z. B. bei Bewertungsfunktionen von Büchern deutlich, wenige Einzelwertungen geben kein aussagekräftiges Bild ab. Genauso ist es auch beim Social Tagging. Erst wenn diese von vielen Personen genutzt werden, können sie ihr Potential entfalten (vgl. BRENNER 2012, S.228). Aus diesem Grund bietet es sich für Bibliotheken an, bestehende Plattformen für sich zu nutzen, um so eine breite Nutzermasse anzusprechen.

Goodreads ist weltweit der größte virtuelle Lesekreis. Zurzeit ist die Seite nur in englischer Sprache vorhanden, es ist jedoch nicht ausgeschlossen, dass die Seite auch im deutschsprachigen Raum bekannter wird. Schon jetzt gibt es Nutzerinnen und Nutzer und Diskussionsgruppen aus Deutschland. Aus diesem Grund sollte diese Plattform auch für deutsche Bibliotheken in Betracht gezogen werden. Außerdem hat die Seite eine gute Verbindung zu anderen Sozialen Netzwerken und eine große und aktive Nutzergemeinde. Der Empfehlungsdienst der Seite spielt hier eine wichtige Rolle. Die Empfehlungen von Nutzerinnen und Nutzern sind allgemein höher angesehen und diesen wird mehr vertraut, als z. B. den Empfehlungen, die Amazon selbst gibt (vgl. HÄNBLE 2013). Hier hat also die Community einen großen Einfluss auf die Auswahl der Literatur der Leserinnen und Leser. Der Anbieter LovelyBooks ist derzeit die größte Lesecomunity in Deutschland. So hat man hier eine sehr große Reichweite. Zudem bietet die Seite neben den klassischen Diskussionen auch viele weitere Funktionen an. Dazu zählen die Leserunden, bei denen auch Leserinnen und Leser und Autorinnen und Autoren in Kontakt treten können.

Oder der Social Reading Stream, der auch auf der eigenen Seite eingebaut werden kann, unabhängig davon, ob man sonst auf der Seite aktiv ist. Zudem sind alle Services für die Nutzerinnen und Nutzer komplett kostenfrei.

LibraryThing bietet heute schon viele Möglichkeiten für Bibliotheken an. Die Plattform sagt von sich selbst: „We love libraries“ (LIBRARYTHING 2016d). Mit „LibraryThing for Libraries“ gibt es schon ein spezielles Angebot für Bibliotheken. Eine weitere Möglichkeit sich selbst darzustellen ist „LibraryThing Local“. Vorteilhaft ist hier zudem, dass die Community für zahlreiche Bibliotheken bereits ein Profil erstellt hat. Hier müssten die Öffentlichen Bibliotheken lediglich die Angaben ergänzen und die Seite offiziell machen.

Allerdings sind diese Plattformen auch kritisch zu betrachten. Es darf nicht übersehen werden, dass hinter dieser Community ein Geschäftsmodell steckt. Viele Verlage nutzen die Seiten, um durch Verlosungen oder Testleserunden ihre Bücher zu bewerben und positive Kritiken zu bekommen (vgl. PLEIMLING 2012, S. 24). Als Beispiel ist hier der Empfehlungsdienst von Goodreads zu sehen. Die Mitgliedschaft ist zwar kostenlos, jedoch finanziert sich die Seite in erster Linie über das Affiliateprinzip und Werbung auf der Seite. Affiliateprogramme sind Webseiten, auf denen ein Onlinehändler in einer Kooperation über andere Webseiten von Partnern Produkte vertreibt und die Partner am Umsatz beteiligt, in Form von Erfolgsprovisionen. In den meisten Fällen sind diese Programme für Partnerseiten, die weitere Produkte oder Dienstleistungen anbieten eine ähnliche Zielgruppe haben (vgl. SPRINGER GABLER 2015). Wählt man ein Buch aus, werden einem sofort die Möglichkeiten zur Erwerbung und die Preise aufgezeigt. Dabei kann man zwischen verschiedenen Onlinehändlern wählen und es gibt eine direkte Weiterleitung zum Shop (vgl. LAMBERTZ/ MENZ/ WEISSER 2012).

Ein weiterer problematischer Aspekt ist der Datenschutz der Leserinnen und Leser. Auf diesen Plattformen wird Privates in die Öffentlichkeit gebracht. Die Nutzerinnen und Nutzer zeigen was sie gelesen haben und lesen möchten. Die Verlage und Buchhändler sammeln diese Daten, um das Leseverhalten ihrer Kundinnen und Kunden zu analysieren. So möchte sie ihre Zielgruppe besser kennenlernen und so ihre Werbung dementsprechend anpassen (vgl. PLEIMLING 2012, S.24). Unternehmen können aus diesen Daten brauchbare Kenntnisse über das Mediennutzungsverhalten ziehen und für die Marktforschung nutzen. Neben der Analyse des Leseverhaltens können z. B. Verlage so auch neue Bestseller erzeugen. Denn durch diese Daten wissen sie,

was die Kunden aktuell mögen und dabei den Fokus auf bestimmte Genres und Themen legen. Für Verlage und Buchhändler bilden diese großen Datenmengen also viele Vorteile. Nachteilig ist hier aber, dass die Nutzerinnen und Nutzer zum „Gläseren Leser“ werden (vgl. SCHMID-RUHE 2014, S.686).

Ebenfalls problematisch für Bibliotheken ist derzeit noch die Nutzung von Angeboten, bei denen direkt während des Lesens kommuniziert wird. So wie es z. B. die Plattform Sobooks anbietet. Hier spielt das Urheberrecht und das Digital Rights Management eine wichtige Rolle. Das DRM ist das „(...) Verfahren mit denen die Nutzung und Verbreitung digitaler Medien kontrolliert werden sollen“ (JURASCHKO 2013, S.122). Durch das DRM soll eine illegale Verbreitung von virtuellen Gütern verhindert werden. Das schränkt aber auch die Nutzung von bestimmten Social Reading Angeboten ein (vgl. PLEIMLING 2012, S. 25). Somit sind diese Angebote nur brauchbar, wenn sie nicht durch das DRM eingeschränkt werden.

Vergleicht man die Plattformen untereinander, zeigt sich, dass sich alle Angebote ähnlich sind und sich Funktionen auch oft gleichen. LibraryThing unterscheidet sich lediglich, weil es eine Plattform speziell zum Katalogisieren ist. Ferner wird diese Seite auch schon von Bibliotheken genutzt und das Angebot ist auch mehr darauf ausgelegt. Im Mittelpunkt steht aber bei allen Plattformen der Austausch in der Community.

6.6 Fazit

Insgesamt bieten diese Seiten zahlreiche Vorteile aber auch noch ungelöste Probleme. Zusammenfassend haben aber alle Plattformen Möglichkeiten für Bibliotheken mit der Community in Kontakt zu treten. Diese Plattform kann somit als Vorbild für eigene Angebote gesehen werden oder direkt mit einem eigenen Profil genutzt werden.

7. Good Practice

Im folgenden Kapitel findet eine Good Practice Recherche statt, um Beispiele für die Nutzung von Social Reading Angeboten zu bekommen. Ziel ist es, zu untersuchen, wie Öffentliche Bibliotheken Social Reading nutzen können. Außerdem soll diese Recherche eine objektive Bewertung des Einsatzes der Angebote ermöglichen. Good Practice wird definiert als gute Beispiele aus der Praxis. Gute Praxisbeispiele sind:

Praktisch erfolgreiche Lösungen oder Verfahrensweisen, auch auf längere Sicht und in einer Gesamtschau aller Belange (nachhaltig). Sie entsprechen vorhandenen Leitbildern, strategischen Zielen und anerkannten Werten und beachten anerkannte Standards (KREMS 2014).

Best Practice ist im Gegensatz zu Good Practice die beste der besten Lösungen (vgl. SPRINGER GABLER VERLAG 2014). Good Practice Ansätze müssen nicht Best Practice sein, dies ermöglicht eine größere Zahl von Vergleichsmöglichkeiten. Zudem ist es oftmals schwierig, die einzig beste Lösung zu finden (vgl. KREMS 2014).

7.1 Auswahlkriterien

Zunächst müssen die Auswahlkriterien festgelegt werden, anhand dessen die Good Practice Lösungen ausgewählt wurden. Speziell zu Social Reading Plattformen gibt es in der Fachliteratur bisher nur wenige Informationen, wie ein guter Auftritt aussehen kann. Aus diesem Grund wurden die Kriterien aus anderen Social Media Kanälen, wie z. B. Facebook genommen. Wie bereits in Kapitel 2.3.1 festgestellt, gehört Social Reading auch zu Social Media, deswegen können die Kriterien auf Social Reading angewendet werden. Insgesamt ergeben sich so vier Oberpunkte, die jeweils verschiedene Aspekte abdecken.

Profilgestaltung

Die eigene Seite auf einer Plattform sollte personalisiert werden.

Die Auswahl eines unverwechselbaren Profilbildes und eines Titelbildes ist wichtig, welches die Bibliothek darstellt und einladend wirkt. Zudem sollten Informationen vorhanden sein, die für die Bibliothek relevant sind, wie z. B. eine kurze Beschreibung der Bibliothek (vgl. WEINBERG 2014, S. 242-243). Das Profil auf der Social Reading Plattform sollte zudem beworben werden.

Dafür sollten alle anderen Kommunikationskanäle genutzt werden. Wie z. B. andere Social Media Plattformen, der Newsletter und die eigene Webseite. Dort sollte die Seite dann verlinkt sein (vgl. WEINBERG 2014, S. 245).

Inhalt

Es ist nicht ausreichend nur ein Profil zu erstellen. Den Nutzerinnen und Nutzern muss ein inhaltlicher Mehrwert gegeben werden, der dazu führt dass sie die Seite auch ein weiteres Mal besuchen. Das können z. B. Neuigkeiten sein oder ein Diskussionsforum oder die Möglichkeit Feedback zu geben (vgl. FARKAS 2007, S. 122).

Interaktivität

Die der Häufigkeit der Veröffentlichung von Inhalten richtet sich danach wie häufig die Bibliothek interessante Neuigkeiten zu berichten hat. Zu selten aktiv zu sein, birgt die Gefahr, dass die anderen Userinnen und User einen vergessen. Eine zu häufige Aktivität kann aber auch schnell nerven, gerade wenn es nur Eigenwerbung ist (vgl. WEINBERG 2014, S. 249). Außerdem sollte schnell bei der Kommunikation reagiert werden und Diskussionen sollten nicht sich selbst überlassen werden, die Bibliothek sollte diese immer lenken (vgl. GYSEL / MICHELIS / SCHILDHAUER 2015, S. 283).

Besonderheiten des Social Readings

Social Reading Seiten haben Besonderheiten, welche sie von anderen Social Media Plattformen abgrenzen. Diese Angebote sind thematisch fokussiert, denn es geht fast ausschließlich um Literaturthemen. Dazu gibt es dann spezielle Funktionen, die nur auf diesen Plattformen existieren, wie z. B. Leserunden oder die Präsentation der eigenen Buchsammlung.

7.2 Sacramento Public Library auf Goodreads

Die Sacramento Public Library ist die viertgrößte Bibliothek in Kalifornien und wurde 1897 eröffnet. Sie hat einen Jahresetat von 35 Millionen Dollar und 280 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (vgl. SACRAMENTO PUBLIC LIBRARY 2016). Sie wurde ausgewählt, weil sich Social Reading in deutschen Bibliotheken noch nicht etabliert hat. Außerdem ist es interessant zu sehen, wie sich eine internationale Bibliothek bereits auf den Plattformen erfolgreich präsentiert.



Abb. 11 Profilgestaltung Sacramento Public Library (Quelle: Goodreads Profil Sacramento Public Library ⁷⁾)

Als Profilbild wählt die Bibliothek ihr eigenes Logo (1). Als Titelbild wurden drei Momentaufnahmen passend zum Thema Bibliothek gewählt (2). Auch eine knappe aber prägnante Beschreibung ist vorhanden, ebenfalls befindet sich eine Verlinkung zur offiziellen Webseite auf dem Profil (3). Im Ganzen wirkt das Profil einladend und stimmig. Eine gute Profilgestaltung ist somit gegeben.

⁷ Goodreads Profil Sacramento Public Library: <https://www.goodreads.com/group/show/87232-sacramento-public-library> Abruf: 2016-04-11

Sacramento Public Library > Polls

sort by total votes ▼

Polls for Sacramento Public Library. (showing 1-5 of 5)

poll #1 Featured

created Jun 16, 2015 10:18AM PDT

How many books do you think you will read this summer?

You know, if you join our summer reading program and read at least 5 books, you will win a stylish totebag. You can also accumulate points through various library activities and once you reach 2500 points you can win a Library Rockstar lawn sign! You will be entered in a drawing for a Barnes & Noble gift card + an ipad mini too, but really it's all about the lawn sign.

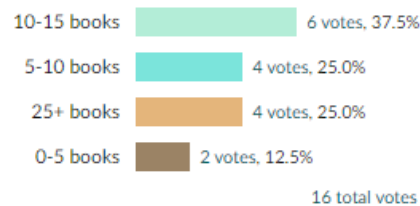


Abb.12 Umfrage zum Leseverhalten (Quelle: Goodreads Profil Sacramento Public Library⁸)

Inhaltlich bietet die Seite ein abwechslungsreiches Angebot. So gibt es die Möglichkeit an Umfragen teilzunehmen und somit eine interaktive Funktion, mit der die Userinnen und User miteinbezogen werden. Zudem werden im Forum regelmäßig von der Bibliothek Diskussionsthemen vorgeschlagen, so dass auch dort ein Austausch stattfindet. Monatlich wird die Community gefragt, welche Bücher sie zurzeit liest und es gibt Lesechallenges. Aber es wird auch über ernste Themen, wie Rassismus diskutiert.⁹ Auch die Interaktivität ist positiv zu bewerten. Die Seite wird regelmäßig aktualisiert und auch im Forum bringt sich die Bibliothek mit ein.


⁸ Goodreads Profil Sacramento Public Library: https://www.goodreads.com/poll/list/87232-sacramento-public-library?utf8=%E2%9C%93&type=group&sort=total_votes Abruf: 2016-04-12

⁹ Discussion Topics Profil Sacramento Public Library: https://www.goodreads.com/topic/list_group/87232-sacramento-public-library Abruf: 2016-04-11

7.3 Stadtbibliothek Chemnitz auf LibraryThing

Als zweites Beispiel wird eine deutsche Bibliothek auf der Plattform LibraryThing vorgestellt. Sie nutzt LibraryThing zum einen für ihren eigenen Katalog, aber auch um auf der Plattform selbst präsent zu sein.

Member: SBChemnitz



Collections	Hans Hartmann Bibliothek (219)
Reviews	None
Tags	Belletristik (106), Literatur und Sprache (29), Religion und Philosophie (26), Geschichte (24), Kunst (13), Naturwissenschaft (11), Politik (10), Wirtschaft und Recht (10) — see all tags
Media	Not set (86), Book (133), Paper Book (29)
Clouds	tag cloud, author cloud, tag mirror
About me	Die Stadtbibliothek Chemnitz ist die öffentliche Bibliothek der Stadt Chemnitz. Sie ermöglicht allen Bürgern gleiche Chancen auf freie Information, individuelle und lebenslange Bildung. Dabei unterstützt sie die schulische und berufliche Aus- und Weiterbildung und unterbreitet Angebote zur kulturellen Lebens- und Freizeitgestaltung. Die Stadtbibliothek Chemnitz fördert sowohl das Lesen als Grundlage aller Bildung als auch die Orientierung in der Medienlandschaft und deren kreativen Gebrauch. Darüber hinaus sammelt und bewahrt sie Medien mit regionaler und historischer Bedeutung.
About my library	Die Sammlung "Hans Hartmann Bibliothek" auf LibraryThing ermöglicht allen Interessierten Einblicke in die Titel der überlieferten Bücherliste der jüdischen Privatbibliothek des Chemnitzer Rechtsanwalts Hans Hartmanns.
Groups	None
Homepage	http://www.stadtbibliothek-chemnitz.de
Also on	Twitter

Abb. 13 Profilgestaltung Stadtbibliothek Chemnitz (Quelle: LibraryThing Profil Stadtbibliothek Chemnitz¹⁰)

Als Profilbild wählt die Bibliothek das eigene Logo (1). Es gibt eine Verlinkung zur Homepage und zu anderen Social Media Kanälen (2). Zudem gibt es eine kurze Beschreibung und den Hinweis auf die Hans Hartmann Sammlung, die Liste der Privatbibliothek kann in der Chemnitzer Bibliothek eingesehen werden (3). Das Profil enthält alle wichtigen Informationen und ist gut gelungen. Es fehlt jedoch die Interaktion in der Community, die Bibliothek beteiligt sich in keiner Diskussionsgruppe.

¹⁰ LibraryThing Profil Stadtbibliothek Chemnitz: <https://www.librarything.com/profile/SBChemnitz>
Abruf: 2016-04-12

7.4 Der Audio Verlag

Auch Verlage nutzen Social Reading Plattformen, um sich selbst darzustellen. Dieses Beispiel soll zeigen, wie auch Unternehmen aus der Wirtschaft die Plattform erfolgreich nutzen. Der Audio Verlag wurde 1999 gegründet und hat seinen Sitz in Berlin. Er bietet u. a. Hörspiele und Lesungen aus sämtlichen Genres an (vgl. DER AUDIO VERLAG 2014).

The screenshot shows the profile of 'DER AUDIO VERLAG' on the LovelyBooks platform. The profile is marked as 'offline' and has a user ID of 923453770. A status message reads: '... Neue Hör-Runden gestartet :)!' (3). The user has been a member since 20.03.2012, with 339 listening hours, 289 books, 0 books on the wish list, 0 reviews, 16 tags, 17 ratings (average 4.71), 1 group, and 352 friends. Navigation links include 'Zur Bibliothek' and 'Folgen'. A menu bar offers 'Übersicht', 'Rezensionen', 'Gruppen', 'Mitglieder', and 'Galerie'. The 'Zuletzt ins Regal gestellt' section (2) displays several audiobook covers, including 'SHERLOCK & WATSON' and 'DER UNSICHERHEITSGAST'. The 'DER AUDIO VERLAGs Rezensionen' section is also visible. On the right, the 'DER AUDIO VERLAG über sich' section describes the publisher as the official account of DAV - Der Audio Verlag, followed by the 'DER AUDIO VERLAGs Steckbrief' which lists birth date (20.03.1999), profession (Hörbuchverlag), and favorite genres (Krimi und Thriller, Romane, Historische Romane, Fantasy, Gedichte und Dramen, Kinderbücher, Sachbücher, Jugendbücher). The website URL is http://www.der-audio-v.. (2).

Abb. 14 Profilgestaltung Der Audio Verlag (Quelle: LovelyBooks Profil Der Audio Verlag¹¹)

Der Audio Verlag nutzt als Profilbild das eigene Logo (1). Auch eine Verlinkung zur Webseite und eine kurze Beschreibung ist vorhanden (2). Zudem macht er in der Statusmeldung auf eine neue Hörrunde aufmerksam, die vom Verlag initiiert wird (3). Die Seite wird regelmäßig aktualisiert und es werden neue Inhalte, wie Bewertungen oder neue Hörbücher eingepflegt. Insgesamt präsentiert sich der Verlag nicht nur mit einem ansprechenden Profil auf der Plattform, sondern tritt auch darüber hinaus mit den Nutzerinnen und Nutzern in Kontakt, hier bei den Hörrunden und in einer Diskussionsgruppe.

¹¹ LovelyBooks Profil Der Audio Verlag:
<http://www.lovelybooks.de/mitglied/DER%20AUDIO%20VERLAG/> Abruf: 2016-04-12

7.5 Social Reading Projekt aus Nürnberg

Als letztes gutes Beispiel aus der Praxis soll neben den Auftritten auf den Plattformen noch ein eigenständiges Projekt vorgestellt werden. Es handelt sich um das Projekt „Lesen macht stark: Lesen und digitale Medien“ zur Leseförderung von dem Deutschen Bibliotheksverbandes e.V. in Kooperation mit der Stiftung Digitale Chancen (vgl. WEINREICH 2014). Dabei gab es ein Teilprojekt zum Thema Social Reading mit dem Namen „Read social: Offline lesen, online erzählen“ in der Stadtbibliothek Nürnberg. Hier haben Jugendliche auf Social Media Plattformen gelesenen Geschichten weitererzählt. So wurde Social Reading mit Social Writing verbunden (vgl. ebd.). Dieses Beispiel zeigt, dass Bibliotheken mit Hilfe von Kooperationen auch eigene Angebote initiieren können. Positiv zu bewerten ist, dass bereits vorhandene Social Media Kanäle, wie Facebook genutzt werden. Zudem bietet es den Mehrwert der Leseförderung. Hier konnte die Bibliothek gezielt ihre Kompetenzen einsetzen.

Es ist möglich, dass die aufgeführten Beispiele nicht alle Kriterien erfüllen, dennoch haben die ausgewählten Lösungen insgesamt gut abgeschnitten oder haben kreative Ideen. Aus diesem Grund wurde nicht auf jeden einzelnen Aspekt eingegangen.

8. Gedankenaustausch in der Social Reading Community

8.1 Methodisches Vorgehen

Um Inspirationen und Ideen für das Potential von Social Reading für Öffentliche Bibliotheken zu bekommen, bot sich ein Austausch mit der Social Reading Community an. Dafür wurde das Literaturforum „Literaturschock“ ausgewählt. Dieser Gedankenaustausch soll keine repräsentative Umfrage sein, sondern einen Einblick in die Community geben und die Rolle der Bibliotheken umreißen. Dort wurden folgende Fragen an die Userinnen und User gerichtet:

1. Bist Du Bibliotheksbenutzer?
2. Findet der Austausch nur online statt oder gibt es auch Treffen vor Ort?
3. Wo inspirierst Du Dich für neue Lektüre?
4. Was müsste eine Bibliothek für Dich an Angeboten bieten, um interessant zu sein?

Insgesamt haben sich 20 Leserinnen und Leser beteiligt. Die Befragung wurde vom 22.03.2016 bis zum 18.04.2016 durchgeführt.

8.2 Auswertung der Ergebnisse

(1) Von den 20 Personen gaben 13 an, Bibliotheksnutzerin oder Bibliotheksnutzer zu sein. 7 Personen nutzen die Bibliothek nicht.

(2) Ein größerer Teil der Nutzer ist vorwiegend online aktiv, das sind in diesem Fall 12 Personen, 8 Personen nutzen Onlinecommunities sowie persönliche Treffen.

(3) Die Inspirationsquellen für neue Lektüre sind sehr unterschiedlich. Die Nutzerinnen und Nutzer inspirieren sich sowohl online als auch offline. Online ist das Forum, in dem sie aktiv sind, die größte Inspirationsquelle. Offline sind Buchhandlungen bei dem Großteil beliebt, um nach neuer Literatur zu stöbern. Danach folgen persönliche Gespräche, bei denen Buchempfehlungen ausgetauscht werden. Bibliotheken werden insgesamt nur viermal als Inspirationsquelle genannt.

(4) Hier haben sich zwei Punkte herausgebildet. Es wird sehr viel Wert auf einen guten Bestand gelegt. Dieser soll aktuell sein und eine große Auswahl bieten. Zudem wünschen sie sich saubere Medien, die in einem guten Zustand sind.

Der zweite Punkt ist die Onleihe. Die Leserinnen und Leser gaben an, die Onleihe gerne zu nutzen und einige würden sich da eine längere Ausleihfrist, sowie eine Komptabilität mit dem Kindle wünschen.¹²

8.3 Interpretation der Ergebnisse

Der Austausch mit der Community zeigt, dass durchaus einige Bibliotheksnutzerinnen und Nutzer in der Community aktiv sind. Dabei diskutiert der größere Teil vorwiegend online über Literaturthemen. Aber auch offline wird kommuniziert, somit werden die verschiedenen Formen des Sozialen Lesens miteinander verknüpft. Bei den Inspirationsquellen zeigt sich, dass hier auch Onlinequellen eine große Rolle spielen. Interessant ist hier aber zu sehen, dass Buchhandlungen eine wichtige Inspirationsquelle sind. Bei den Erwartungen an die Bibliothek haben die Userinnen und User eine klare Vorstellung. Diese betrifft in erster Linie den Bestand, der aktuell, vielseitig und in einem guten Zustand sein muss. Hieraus lassen sich einige Anregungen für Bibliotheken ableiten. Es zeigt, dass diese Zielgruppe internetaffin ist und die Bibliothek diese Gruppe hier ansprechen muss. Da aber auch das Bedürfnis besteht, offline zu diskutieren, könnte die Bibliothek hier die Lücke schließen und z. B. ihre Räumlichkeiten für Treffen anbieten. So könnten beide Formen miteinander verbunden werden. Die Bibliothek ist keine wichtige Inspirationsquelle für die Userinnen und User. Dies wirft neue Fragen für das Bestandsmanagement auf. Bibliotheken könnten neue Strategien bei der Medienplatzierung entwickeln. Hier würden sich individuelle Platzierungen speziell mit Literatur für Literaturkreise anbieten. Diese Art der Präsentation bietet die Vorteile Anregungen für die Leserinnen und Leser zu schaffen und so auch attraktiver zu wirken (vgl. FISCHER 2012, S. 392). Denkbar wäre auch, den Einzelhandel hier als Vorbild zu nehmen. Insgesamt gibt dieser Austausch einige Anregungen, wie die Bibliothek für diese spezielle Zielgruppe attraktiv sein oder werden könnte. Um ein klares Bild zu bekommen, müsste eine umfassende Befragung durchgeführt werden. Dieser Gedankenaustausch gibt lediglich einen kleinen Einblick.

¹² Kommunikation mit Nutzerinnen und Nutzern des Forums Literaturschock:
<http://www.literaturschock.de/literaturforum/index.php/topic,40549.0.html> Abruf: 2016-04-18

9. Gesamtfazit

In dieser Arbeit wurden der Status quo von Social Reading und die Rolle der Öffentlichen Bibliotheken untersucht, sowie das Potential dieser Angebote analysiert. Das gemeinsame Lesen und das Gespräch über Literatur hat eine lange Geschichte. Menschen organisieren sich in Lesekreisen und treffen sich schon seit Jahrhunderten, um über Bücher zu diskutieren. Auch der Austausch über Literatur im Netz existiert schon seit dem Anbeginn des Internets, so z. B. auf Blogs und in Foren. Social Reading kann in unterschiedlichen Formen stattfinden. Zum einen klassisch in Lesekreisen in einer virtuellen Umgebung oder es findet direkt beim Lesen eine Diskussion statt. Ein Marktüberblick zeigte, dass es im deutschsprachigen Raum zahlreiche Plattformen gibt, die Social Reading anbieten. Die Funktionen ähneln sich insgesamt. So gibt es beispielsweise Empfehlungsdienste, Buchbesprechungen und virtuelle Bücherregale. Die soziale Interaktion der Nutzerinnen und Nutzer steht immer im Fokus. Die derzeit größten Seiten sind Goodreads, LovelyBooks im deutschsprachigen Raum sowie LibraryThing, wobei Letztere am ehesten Bibliotheken und Bibliotheksnutzer ansprechen möchte. Hier werden Funktionen angeboten, die bereits auf Bibliotheken zugeschnitten sind. Von der Art sind die Plattformen ähnlich wie andere Social Media Kanäle aufgebaut. In der Forschung wird das Thema aus bibliothekarischer Sicht erst seit einigen Jahren diskutiert, hauptsächlich unter dem Gesichtspunkt der möglichen Einsatzgebiete. Insgesamt wird das Thema oberflächlich besprochen, es wurde noch nicht umfassend von Fachwelt behandelt. Eine empirische Untersuchung aller Großstadtbibliotheken zeigte, dass das Thema auch in den Öffentlichen Bibliotheken noch nicht angekommen ist. Im Gegensatz dazu werden andere Social Media Kanäle schon von der Mehrheit genutzt. Ein Blick auf ausgewählte Positionspapiere und Strategien von Öffentlichen Bibliotheken zeigte jedoch, dass es viele Argumente für den Einsatz von virtuellen Angeboten, wie Social Reading, gibt. Die Hauptaussagen sind u. a. dass Bibliotheken die Lese- und Medienkompetenz sowie die Freude am Lesen fördern sollen, dass Bibliotheken ein literarischer und kultureller Veranstaltungsort sind und dass sie sich dem digitalen Wandel stellen müssen und diesen auch als Chance sehen können.

Gute Beispiele aus der Praxis sind nur vereinzelt zu finden. Hier zeigte sich, dass in den USA schon wesentlich mehr Bibliotheken Social Reading Plattformen nutzen. Gute Impulse gaben die Anregungen aus einer Social Reading Community im Hinblick auf die Rolle der Bibliotheken. Dieser Einblick zeigte, dass die Nutzerinnen und Nutzer bereits Bibliotheken nutzen und klare Vorstellungen haben, wie das Angebot einer Bibliothek auszusehen hat. Das Social Reading bietet insgesamt vielfältige Möglichkeiten, um von Öffentlichen Bibliotheken eingesetzt zu werden. Vorteilhaft ist hier, dass die Bibliothek direkt mit einer literaturaffinen Zielgruppe in Kontakt treten kann.

Bisher ist das Thema also für Öffentliche Bibliotheken noch relativ unbekannt. Es gibt aber viele Ansatzpunkte, die genutzt werden können. Die Analyse der Fachliteratur, die Auswertung von Strategiepapieren und Leitbildern, der Good Practice Recherche und dem Gedankenaustausch mit der Community zeigen, dass es Möglichkeiten gibt, Social Reading in der Bibliotheksarbeit zu nutzen. Die Einsatzmöglichkeiten sollen an dieser Stelle noch einmal zusammengefasst werden. Fest steht, dass die Bibliothek als Raum eine wichtige Rolle spielt. So kann die Bibliothek ein kultureller Veranstaltungsort sein oder auch ein Ort der Begegnung. Eine Möglichkeit wäre das virtuelle Angebot von Social Reading Plattformen in den realen Raum zu überführen. So könnten digitale und konventionelle Dienstleistungen miteinander verbunden werden. Konkret könnte die Bibliothek also ihren Raum für reale Treffen als Gastgeber anbieten. Gruppen, die bereits online diskutieren, hätten die Möglichkeit sich analog in der Bibliothek zum Austausch und zum Kennenlernen zu treffen. Der Aspekt der Leseförderung ist ein wichtiger Bestandteil des Auftrages der Bibliotheken. Kinder und Jugendliche sind internetaffin und verbringen einen großen Teil im Internet. Bibliotheken könnten diese Zielgruppe so direkt ansprechen, indem sie einen eigenen Onlinebuchclub gründen oder auf den Plattformen aktiv sind. Vorbild könnte hier das Projekt „Lesen macht Stark: Lesen und digitale Medien“ sein (siehe Kapitel 7.5).

Eine weitere Möglichkeit wäre, dass die Bibliothek selbst zwar nicht aktiv auf der Plattform agiert, aber Kundinnen und Kunden bei Fragen und Problemen zu den Angeboten berät. Wie die Good Practice Recherche bereits zeigte, gibt es in den USA einige Öffentliche Bibliotheken, die Social Reading Plattformen nutzen, um sich selbst zu präsentieren. Sie können dort direkt mit der Community in Kontakt treten, so sich z. B. an Diskussionen beteiligen oder auf dem Profil für eigene Angebote werben. Der Vorteil gegenüber anderen Social Media Kanälen ist, dass es auf diesen Seiten speziell nur um Literatur geht und dementsprechend die Zielgruppe für die Bibliothek auch passend ist. Eine weitere Möglichkeit wäre speziell Literatur für diese Lesekreise anzubieten und auszustellen. Hier sollte im Rahmen des Bestandsmanagements über eine ansprechende Präsentation der Medien nachgedacht werden. Im Ganzen zeigt sich, dass es vielfältige Möglichkeiten gibt, die Bibliotheken nutzen können. Dabei ist zwischen einem Angebot, welches von der Bibliothek selbst entwickelt wurde und der Teilnahme auf einer vorhandenen Plattform zu differenzieren.

Die Möglichkeiten von Social Reading sind, aufgrund der genannten Probleme wie dem DRM und lizenzrechtlichen Problemen, noch nicht im vollen Umfang umsetzbar in Öffentlichen Bibliotheken. Bei der Verwirklichung eines eigenen Angebotes stehen die Bibliotheken noch vor offenen Fragen und Herausforderungen. Im Ganzen lässt sich jedoch festhalten, dass Social Reading ein Trend ist, der für Bibliotheken viele Möglichkeiten und Chancen für die Zukunft bietet. Insgesamt sollte die Entwicklung dieses Trends beobachtet werden.

Literaturverzeichnis

A

Albers / Brenner / Fühles-Ubach 2015

ALBERS, Miriam ; BRENNER, Simon ; FÜHLES-UBACH, Simone:

Kataloganreicherung durch Social Cataloging : Lohnt sich das? In: *BIT online* 18 (2015), Nr. 1, S. 22-31 - Online verfügbar unter: <http://www.b-i-t-online.de/heft/2015-01/fachbeitrag-fuehles-ubach.pdf> Abruf: 2016-03-25

B

Balling / Alsted / Skouvig 2008

BALLING, Gitte ; ALSTED, Henrichsen ; LISE, Skouvig: Digital reading groups : renewing the librarian image. In: *New Library World* (2008) Vol.109 (1/2), S. 56-64. – Online verfügbar unter:

<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/03074800810846001>

Abruf: 2016-04-13

Becker 2014a

BECKER, Tom: Mit Senioren oder für den Deutschunterricht: Social Reading birgt Potenzial für die Bibliotheksarbeit /Überlegungen aus einem studentischen Seminar. In: *BuB : Forum Bibliothek und Information* 66 (2014) Nr. 10, S. 690

Becker 2014b

BECKER, Tom ; GOETHE INSTITUT (Hrsg.): *Social Reading in Bibliotheken : Mit dem Browser zum Buch*. Stand: 2014 <https://www.goethe.de/de/kul/bib/20413977.html>

Abruf: 2016-04-13

BID 2009

BIBLIOTHEK UND INFORMATION DEUTSCHLAND (Hrsg.):

Grundlagen für gute Bibliotheken : Leitlinien für Entscheider. In: *21 gute Gründe für gute Bibliotheken*. Stand: 2009. Online verfügbar unter:

http://www.bideutschland.de/download/file/21%20GUTE%20GRUENDE-Anlagen_endg_16-1-09.pdf Abruf: 2016-04-28

BLM 2015

BAYERISCHE LANDESZENTRALE FÜR NEUE MEDIEN (HRSG.): *Marktanteil der Unique User von Social Networks in Deutschland im 1. Halbjahr 2015*. Statista. Stand: 2015 URL <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/157885/umfrage/reichweite-der-groessten-social-networks-in-deutschland/> Abruf: 2016-04-08

Brenner 2012

BRENNER, Simon: LibraryThing for Libraries. In: *BIT online 15* (2012), Nr. 3, S. 227-236 – Online verfügbar unter: <http://www.b-i-t-online.de/heft/2012-03/fachbeitrag-brenner.pdf> Abruf: 2016-03-25

Brenner / Fühles-Ubach / Lorenz 2013

BRENNER, Simon ; FÜHLES-UBACH, Simone ; LORENZ, Miriam: *Datenauswertung und Analyse der Nutzungsdaten und Online-Befragungen zum Einsatz von „LibraryThing for Libraries“ : Bericht zum Kooperationsprojekt der FH Köln mit dem Dezernat 48.08 der Bezirksregierung Düsseldorf*. Stand: 2013. - Online verfügbar unter: http://www.brd.nrw.de/schule/privatschulen_sonstiges/oeffentl_Biblio_Container/pdf_neu/7/LibraryThing-for-Libraries-in-NRW---Projektbericht-2012-2013_14_05_30.pdf Abruf: 2016-04-08

C

Cordón-García 2013

CORDÓN-GARCÍA, José-Antonio: *Social Reading : Platforms, Applications, Clouds and Tags*. 1. Aufl. Oxford: Chandos Publishing 2013. – ISBN 978-1-306-17685-9

Czerwinski / Voß 2010

CZERWINSKI, Silvia ; VOß, Jacob: *LibraryThing : die kollaborative Bibliothek 2.0*. In: BERGMANN, Julia (Hrsg.) ; DANOWSKI, Patrick (Hrsg.): *Handbuch Bibliothek 2.0*, Berlin [u.a.] : de Gruyter Saur, 2010 – ISBN 978-3-11-023209-7

D

Der Audio Verlag 2014

DER AUDIO VERLAG (Hrsg.): *Über uns*. Stand: 2014 URL <http://www.der-audio-verlag.de/ueber-uns/> Abruf: 2016-04-11

Destatis 2016

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.): *Großstädte in Deutschland*. Stand: 2016 URL <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/GrosstaedteEinwohner.html> Abruf: 2016-02-20

Destatis 2013

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.): *Großstädte in Deutschland nach Bevölkerung am 31.12.2011 auf Grundlage des Zensus 2011 und früherer Zählungen*. Stand: 2013 URL

https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/Grosstaedte.pdf;jsessionid=E620E7CA42EE7115D77AC9B5D83A76F3.cae4?_blob=publicationFile Abruf: 2016-02-20

dbv 2012

DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBAND ; INSTITUT FÜR LESE- UND MEDIENFORSCHUNG DER STIFTUNG LESEN (Hrsg.): *Ursachen und Gründe für die Nichtnutzung von Bibliotheken in Deutschland : Repräsentative Telefonbefragung von 1.301 Personen im Alter von 14 bis 75 Jahren*. Stand: 2012 URL

http://www.bibliothekerverband.de/fileadmin/user_upload/DBV/projekte/2012_04_26_Ursachen_und_Gr%C3%BCnde_zur_NN_lang.pdf

Abruf: 2016-03-03

dbv 2015

DEUTSCHER BIBLIOTHEKSVERBAND (Hrsg.): *Bibliotheksentwicklung in Deutschland : 21 gute Gründe für gute Bibliotheken*. Stand: 2015-06-04 URL

<http://www.bibliothekportal.de/bibliotheken/strategie-und-vision/bibliotheksentwicklung/deutschland.html> Abruf: 2016-04-28

Dobrescu 2015

DOBRESCU, Simona: *Über book date*. Stand: 2015 URL <https://book-date.de/ueber-book-date> Abruf: 2016-03-31

E

Egeland 2012

EGELAND, Lars: Soziale Medien- ein fester Bestandteil der neuen Bibliotheken. In: RATZEK, Wolfgang (Hrsg.): *Social Media – Eine Herausforderung für Bibliotheken, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft*. Wiesbaden : Dinges & Frick, 2012 . BIT online : Innovativ ; 39, S. 47 –ISBN 978-3-934997-44-8

F

Facebook 2016

FACEBOOK (Hrsg.): *Stadtbücherei Heidelberg*. Stand: 2016 URL <https://de-de.facebook.com/pages/Stadtb%C3%BCcherei-Heidelberg/166813230034828>
Abruf: 2016-04-06

Farkas 2007

FARKAS, Meredith G.: *Social Software in Libraries : Building Collaboration, Communication and Community Online*. Meford [u.a.] : Information Today 2007, S.122 – ISBN 978-1-573-87275-1

Fischer 2012

FISCHER, Nathalie: Medienpräsentation und Medienplatzierung. In: SCHADE, Frauke ; UMLAUF, Konrad (Hrsg.): *Handbuch Bestandsmanagement in Öffentlichen Bibliotheken*. München: De Gruyter Saur, 2012, S. 392
– ISBN: 978-3-11-024054-2

Flipintu 2016

FLIPINTU (Hrsg.): *Häufig gestellte Fragen & Hilfe*. Stand: 2016 URL <http://www.flipintu.com/FAQ.aspx#verticalTab1> Abruf: 2016-04-03

Frohner 2010

FROHNER, Herbert: *Social Tagging : Grundlagen, Anwendungen, Auswirkungen auf Wissensorganisation und soziale Strukturen der User*. Boizenburg : Verlag Werner Hülsbusch, 2010 S.9-10 ; S.31 - ISBN: 978-940317-03-2

G

Gaiser / Hampel / Panke 2008

GAISER, Birgit ; HAMPEL Thorsten ; PANKE Stefanie (Hrsg.): *Good Tags – Bad Tags : Social Tagging in der Wissensorganisation*. Münster (u.a.) : Waxmann, 2008. Medien in der Wissenschaft – Band 47, S.11 –ISBN 978-3-8309-2039-7

Georgy / Schade 2012

GEORGY, Ursula ; SCHADE, Frauke: Einleitung. In: GEORGY, Ursula ; SCHADE, Frauke (Hrsg.): *Praxishandbuch Bibliotheks-und Informationsmarketing*. München: De Gruyter Saur, 2012, S. 1-6. – ISBN 978-3-11-026043-4

Goodreads 2016a

GOODREADS (Hrsg.): *About Goodreads*. Stand: 2016 URL
<https://www.goodreads.com/about/us> Abruf: 2016-03-31

Goodreads 2016b

GOODREADS (Hrsg.): *Recommendations*. Stand: 2016 URL
<https://www.goodreads.com/recommendations> Abruf:2016-04-27

Goodreads 2016c

GOODREADS (Hrsg.): *Explore Books*. Stand: 2016 URL
<https://www.goodreads.com/book> Abruf: 2016-04-27

Goodreads 2016d

GOODREADS (Hrsg.): *Groups*. Stand: 2016 URL
<https://www.goodreads.com/group> Abruf: 2016-04-22

Goodreads 2016e

GOODREADS (Hrsg.): *Groups. Stichwort: Hunger Games*. Stand: 2016 URL https://www.goodreads.com/group/search?q=hunger+games&sort=members_count Abruf: 2016-04-22

Grimm 2005

GRIMM, Rüdiger: *Digitale Kommunikation*. München [u.a.] : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2005, S.1 – ISBN 978-3486578287

Gysel / Michelis / Schildhauer 2015

GYSEL, Sascha; MICHELIS, Daniel; SCHILDHAUER, Thomas: Die Sozialen Medien des Web 2.0 : Strategische und operative Erfolgsfaktoren am Beispiel der Facebook-Kampagne des WWF. In: MICHELIS, Daniel ; SCHILDHAUER, Thomas (Hrsg.): *Social Media Handbuch : Theorien, Methoden, Modelle und Praxis*. 3. Aufl. Berlin [u.a.]: Nomos, 2015, S. 283. – ISBN 978-8487-2278-5

H

Hänßler 2013

HÄNßLER, Boris: Die Neuerfindung eines alten Mediums : Das Buch als ein Ort der Begegnung. In: *BuB : Forum Bibliothek und Information* 65 (2013) Nr. 09, S.600-604. – Online verfügbar unter: <http://www.b-u-b.de/die-neuerfindung-eines-alten-mediums-das-buch-als-ein-ort-der-begegnung/> Abruf: 2014-12-20

Hbz 2014

HOCHSCHULBIBLIOTHEKSZENTRUM DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.): *Bibliotheken zählen! Berichtsjahr 2013: Auszüge aus der Deutschen Bibliotheksstatistik*. Stand: 2014-08-30 https://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/archiv/Datenposter/datenposter2013_web.pdf Abruf: 2016-03-09

Hbz 2015

HOCHSCHULBIBLIOTHEKSZENTRUM DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.):
*Deutsche Bibliotheksstatistik (DBS) – Variable Auswertung: Social Web / Web 2.0
Angebote 2014*. Stand: 2015 URL <https://www.bibliotheksstatistik.de/vaBibs>
Abruf: 2016-03-09

Healy 2002

HEALY, Anna: *Giving Readers a Voice: Book Discussion Groups*. Stand: 2002
<http://www.ala.org/offices/publishing/booklist/booklinks/resources/bookdiscussion>
Abruf: 2016-03-10

I

IFLA 2001

INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS ; GILL,
Philip (Hrsg.): *Die Dienstleistungen der Öffentlichen Bibliothek: IFLA/UNESCO
Richtlinien für die Weiterentwicklung* Stand: 2001 URL
[http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-
service/pg01-g.pdf](http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-g.pdf) Abruf: 2016-04-19

IFLA 2009

INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS (Hrsg.): *10
ways to make a public library work / Update your libraries*. Stand: 2009 URL
[http://www.ifla.org/files/assets/public-libraries/publications/10-ways-to-make-a-
public-library-work.pdf](http://www.ifla.org/files/assets/public-libraries/publications/10-ways-to-make-a-public-library-work.pdf) Abruf: 2016-04-19

IFLA 2015

INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS (Hrsg.):
About IFLA. Stand: 2015-05-06 URL <http://www.ifla.org/about> Abruf: 2016-04-19

J

Jeffries 2008

JEFFRIES, Scott: Social cataloging tools: a comparison and application for librarians. In: *Library Hi Tech News* (2008) Vol. 25 (10), S. 1-4. – Online verfügbar unter:

<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/07419050810949986> Abruf: 2016-04-13

Juraschko 2013

JURASCHKO, Bernd (Hrsg.): *Praxishandbuch Recht für Bibliotheken und Informationseinrichtungen*. Berlin [u.a.] : de Gruyter Saur, 2013, S.122– ISBN 978-3-11-220384-2 Online verfügbar unter:

<http://www.degruyter.com/viewbooktoc/product/129911>

K

Keller-Loibl 2015

KELLER-LOIBL, Kerstin: *Leseförderung in Öffentlichen Bibliotheken*. Berlin : de Gruyter, 2015, S.118-127- ISBN 978-3-11-033701-3 - Online verfügbar unter:

<http://www.degruyter.com/view/books/9783110337013/9783110337013.94/9783110337013.94.xml>

Kleist / Nötzelmann 2014

KLEIST, Melanie ; NÖTZELMANN, Cordula: Die Zukunft des Lesens. In: *Bibliotheksdienst* (2014) 48 (3-4), S.281-285. - Online verfügbar unter:

<http://www.degruyter.com/view/j/bd.2014.48.issue-3-4/issue-files/bd.2014.48.issue-3-4.xml> Abruf: 2016-03-15

KMK 1996

KULTUSMINISTERKONFERENZ (Hrsg.): *Dritte Empfehlung der KMK zum Öffentlichen Bibliothekswesen*. Stand: 1996 URL

http://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/1994/1994_09_09-Bibliothekswesen.pdf Abruf: 2016-04-19

Krems 2014

KREMS, Burkhardt: *Gute Praxis-Beispiele ("Good Practice") : Beitrag im Online Verwaltungslexikon*. Stand: 2014 URL http://www.olev.de/g/good_practice.htm
Abruf: 2016-04-11

Kremsberger 2011

KREMSBERGER, Simone: Social Reading : Lesen und mehr. In:
Büchereiperspektiven : Fachzeitschrift des Büchereiverbandes Österreich (2011)
Nr.4, S.22-23. – Online verfügbar unter:
http://www.publikationen.bvoe.at/perspektiven/bp4_11/s22-23.pdf
Abruf: 2016-03-09

L

Lambertz / Menz / Weisser 2012

LAMBERTZ, Svenja ; MENZ, Mareike ; WEISSER, Reinhard: *Praxisbeispiel: Goodreads : Die Online-Plattform für Buchliebhaber*. Stand: 2012-05-02 URL
<http://www.ebusiness-lotse-koeln.de/Themen/Allgemeines/Goodreads-Die-Online-Plattform-fuer-Buchliebhaber> Abruf: 2016-04-28

Landesfachstelle Brandenburg 2004

LANDESFACHSTELLE FÜR ARCHIVE UND ÖFFENTLICHE BIBLIOTHEKEN
IM BRANDENBURGISCHEN LANDESHAUPTARCHIV (Hrsg.): *Leitbild der Öffentlichen Bibliotheken im Land Brandenburg*. Stand: 2004 URL
http://www.bibliotheksportal.de/fileadmin/user_upload/content/bibliotheken/strategie/dateien/Leitbild_Brandenburg.pdf Abruf: 2016-04-19

Landesgruppe Baden-Württemberg 2003

LANDESGRUPPE BADEN-WÜRTTEMBERG ; DBV LANDESVERBAND BADEN-WÜRTTEMBERG ; STAATLICHE FACHSTELLEN FÜR DAS ÖFFENTLICHE BIBLIOTHEKSWESEN BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): *Leitbild Öffentliche Bibliotheken Baden-Württemberg*. Stand: 2003 URL
http://www.bibliotheksverband.de/fileadmin/user_upload/DBV/positionen/Leitbild_BW.pdf?wa=IPEMBI15 Abruf: 2016-04-19

LibraryThing 2016a

LIBRARYTHING (Hrsg.): *What does it cost?* Stand: 2016 URL
<http://www.librarything.de/about> Abruf: 2016-03-25

LibraryThing 2016b

LIBRARYTHING (Hrsg.): *Zeitgeist*. Stand: 2016 URL
<http://www.librarything.de/zeitgeist> Abruf: 2016-03-25

LibraryThing 2016c

LIBRARYTHING (Hrsg.): *Zeitgeist im deutschsprachigen Raum*. Stand: 2016 URL
<http://www.librarything.de/zeitgeist/language/ger> Abruf: 2016-03-25

LibraryThing 2016d

LIBRARYTHING (Hrsg.): *How Libraries Can Use LibraryThing*. Stand: 2016 URL
<https://www.librarything.com/about/libraries> Abruf: 2016-04-03

Literaturschock 2015

LITERATURSCHOCK (Hrsg.): *Über Literaturschock*. Stand: 2015 URL
<http://www.literaturschock.de/ueber-uns> Abruf: 2016-04-03

LovelyBooks 2016a

LOVELYBOOKS (Hrsg.): *Daten und Fakten*. Stand: 2016 URL
http://media.lovelybooks.de.s3.amazonaws.com/LB_DatenFakten1601.pdf Abruf:
2016-03-21

LovelyBooks 2016b

LOVELYBOOKS (Hrsg.): *Was ist LovelyBooks?* Stand: 2016 URL
<http://www.lovelybooks.de/info/faq/#was> Abruf: 2016-03-21

LovelyBooks 2016c

LOVELYBOOKS (Hrsg.): *Bücherregal*. Stand: 2016 URL
<http://www.lovelybooks.de/info/faq/#buecherregal> Abruf: 2016-03-21

LovelyBooks 2016d

LOVELYBOOKS (Hrsg.): *Leserunden*. Stand 2016 URL

<http://www.lovelybooks.de/info/faq/#leserunden> Abruf: 2016-03-23

M

Mayersche Buchhandlung 2014

MAYERSCHE BUCHHANDLUNG (Hrsg.): *Was liest Du?* Stand: 2014 URL

<http://www.mayersche.de/community/>

Abruf: 2016-04-01

Mathes 2004

MATHES, Adam: *Folksonomies – Cooperative Classification and Communication Through Shared Metadata*. Stand: 2004 URL

[http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-](http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html)

[communication/folksonomies.html](http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html) Abruf: 2016-03-24

Mennella 2011

MENNELLA, Allison: *What is Social Reading and why should libraries care?*

Stand: 2011-04-29 URL [https://de.scribd.com/doc/57754227/LIS-768-](https://de.scribd.com/doc/57754227/LIS-768-Participatory-Services-and-Emerging-Technologies-Social-Reading-Research-Paper)

[Participatory-Services-and-Emerging-Technologies-Social-Reading-Research-Paper](https://de.scribd.com/doc/57754227/LIS-768-Participatory-Services-and-Emerging-Technologies-Social-Reading-Research-Paper)

Abruf: 2016-04-13

N

Naik 2012

NAIK, Yesha ; AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION (Hrsg.): Finding Good Reads on Goodreads. In: *Reference & User Services Quarterly* (2012) Vol.51 (4), S.319-323. – Online verfügbar unter:

<https://www.journals.ala.org/rusq/article/download/3896/4346>. Abruf: 2016-04-16

P

Pleimling 2012

PLEIMLING, Dominique: Social Reading – Lesen im digitalen Zeitalter. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* (2012), Nr. 62, S.21-27. – Online verfügbar unter: <http://www.bpb.de/apuz/145378/social-reading-lesen-im-digitalen-zeitalter?p=all>
Abruf: 2016-03-09

Plieninger 2012

PLIENINGER, Jürgen: Der virtuelle Literaturkreis : Social Reading für Öffentliche und wissenschaftliche Bibliotheken. In: *BuB : Forum Bibliothek und Information* 64 (2012) Nr. 04, S.311-312. – Online verfügbar unter: http://www.b-u-b.de/pdfarchiv/Heft-BuB_04_2012.pdf Abruf: 2016-02-15

Pöll 2014

PÖLL, Helmut (Hrsg.): *Was bietet whatchareadin für Leser?* Stand: 2014 URL <http://whatchareadin.de/community/wrfuerleser/> Abruf: 2016-04-01

S

Sacramento Public Library 2016

SACRAMENTO PUBLIC LIBRARY (Hrsg.): *About us*. Stand: 2016 URL <https://www.saclibrary.org/About-Us> Abruf: 2016-03-09

Schmid 2013

SCHMIDT, Jan-Hinrik: *Social Media*. 1.Aufl. Wiesbaden: Springer VS, 2013, S.16 - ISBN 978-3-658-02096-5 – Online verfügbar unter: http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-02096-5_1 Abruf: 2016-03-19

Schmid-Ruhe 2014

SCHMID-RUHE, Bernd: Gemeinsames Leseglück statt einsamer Lektüre : Social Reading bietet interessante Ansatzpunkte für Bibliotheken Hemmschwelle für Auseinandersetzung mit Literatur sinkt. In: *BuB : Forum Bibliothek und Information* 66 (2014) Nr. 10, S. 685-685

Schön 1999

SCHÖN, Erich: Geschichte des Lesens In: FRANZMANN, Bodo (Hrsg.): *Handbuch Lesen*. München: K G Saur, 1999, S.4-49 – ISBN 978-3-598-11327-7

Seefeldt 2014

SEEFELDT, Jürgen: Strukturen und Entwicklungen des öffentlichen Bibliothekssektors in Deutschland. In: GRIEBEL, Rolf ; SCHÄFFLER, Hildegard ; SÖLLNER, Konstanze (Hrsg.): *Praxishandbuch Bibliotheksmanagement*. Berlin [u.a.] : de Gruyter Saur, 2015, S.17-19 – ISBN 978-3-11-030326-1

Sobooks 2015

SOBOOKS (Hrsg.): *FAQ*. Stand: 2015 URL <https://sobooks.de/faq/> Abruf: 2016-04-03

Springer Gabler 2014

SPRINGER GABLER VERLAG (Hrsg.): *Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Best Practice*. Stand: 2014 URL <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/122484/best-practice-v4.html> Abruf: 2016-04-11

Springer Gabler 2015

SPRINGER GABLER VERLAG (Hrsg.): *Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Affiliate*. Stand: 2014 URL <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/affiliate.html> Abruf: 2016-04-28

Stadtbibliothek Solingen 2015

STADTBIBLIOTHEK SOLINGEN (Hrsg.): *Bibliothekskonzept 2015*. Stand: 2015 URL [http://www2.solingen.de/eSuite/eSiDi2009-2014.nsf/HTML/A827FCCBA6F242B6C1257B39004212DC/\\$FILE/Bibliothekskonzept_neu.pdf](http://www2.solingen.de/eSuite/eSiDi2009-2014.nsf/HTML/A827FCCBA6F242B6C1257B39004212DC/$FILE/Bibliothekskonzept_neu.pdf) Abruf: 2016-04-19

Stadtbibliothek Wuppertal 2012

STADTBIBLIOTHEK WUPPERTAL (Hrsg.): *Leitbild*. Stand: 2012 URL

https://www.wuppertal.de/kultur-bildung/medien/dokumente/Leitbild_1_.pdf Abruf:
2016-04-19

Stadtbibliothek München 2013

STADTBIBLIOTHEK MÜNCHEN (Hrsg.): *Leitbild*. Stand: 2013 URL

<http://www.muenchner-stadtbibliothek.de/ueber-uns/leitbild/> Abruf: 2016-04-19

Stein 2010a

STEIN, Bob: *Matrix – a Taxonomy of Social Reading*. Stand: 2010 URL

<http://futureofthebook.org/social-reading/matrix/index.html> Abruf: 2016-03-28

Stein 2010b

STEIN, Bob: *A Taxonomy of Social Reading: a proposal: Categories 1, 2 and 3*.

Stand: 2010 URL <http://futureofthebook.org/social-reading/categories-1-2-3/index.html> Abruf: 2016-03-28

Stein 2010c

STEIN, Bob: *A Taxonomy of Social Reading: a proposal: Category 4*. Stand: 2010

URL <http://futureofthebook.org/social-reading/category-4/index.html>

Abruf: 2016-03-28

W

Weinberg 2014

WEINBERG, Tamar: *Social Media Marketing. Strategien für Twitter, Facebook und Co.* Beijing [u.a.] : O'Reilly 2014 – ISBN 978-3-95561-788-2

Weinreich 2014

WEINREICH, Sonja: *Read social : Offline lesen, online erzählen*. Stand: 2014-04-

02 URL <http://bildungscampus.nuernberg.de/read-social-offline-lesen-online-erzaehlen/>

Abruf: 2016-04-19

Anhang

A. Überblick der Großstadtbibliotheken in alphabetischer Reihenfolge

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google +	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreis	Link
Stadtbibliothek Aachen												http://www.aachen.de/DE/stadt_buerger/bildung/oeffentliche_bibliothek/index.html
Stadtbücherei Augsburg												http://www.stadtbuecherei.augsburg.de/
Stadtbücherei Bergisch Gladbach												http://www.stadtbuecherei-gl.de/
Bibliotheken Berlin Charlottenburg-Wilmersdorf												http://www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf/verwaltung/bibliotheken/
Bibliotheken Berlin Friedrichshain-Kreuzberg												http://www.berlin.de/stadtbibliothek-friedrichshain-kreuzberg/
Bibliotheken Berlin Lichtenberg												https://www.berlin.de/ba-lichtenberg/auf-einen-blick/buergerservice/bildung/artikel.297999.php#termin
Bibliotheken Berlin Marzahn-Hellersdorf												http://www.berlin.de/bibliotheken-mh/
Bibliotheken Berlin Mitte												http://www.berlin.de/stadtbibliothek-mitte/
Bibliotheken Berlin Neukölln												http://www.stadtbibliothek-neukoelln.de/index.htm
Bibliothek Berlin Pankow												http://www.berlin.de/stadtbibliothek-pankow/

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreis	Link
Bibliotheken Berlin Reinickendorf												http://www.berlin.de/stadtbibliothek-reinickendorf/
Bibliotheken Berlin Spandau												http://www.berlin.de/stadtbibliothek-spandau/
Bibliotheken Berlin Steglitz-Zehlendorf												http://www.berlin.de/stadtbibliothek-steglitz-zehlendorf/
Bibliotheken Berlin Tempelhof-Schöneberg												http://www.berlin.de/stadtbibliothek-tempelhof-schoeneberg/
Bibliotheken Berlin Treptow-Köpenick												http://www.sbtk.de/index.php
Zentral- und Landesbibliothek Berlin												http://www.zlb.de/
Stadtbibliothek Bielefeld												https://www.stadtbibliothek-bielefeld.de/open
Stadtbücherei Bochum												https://www.bochum.de/stadtbuecherei
Stadtbibliothek Bonn												http://www.bonn.de/familie_gesellschaft_bildung_soziales/stadtbibliothek/index.html?lang=de
Stadtbibliothek Bottrop												http://www.bottrop.de/stadtleben/bildung/bibliothek/index.php
Stadtbibliothek Braunschweig												https://www.braunschweig.de/kultur/bibliotheken_archive/stadtbibliothek/index.html

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google +	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreis	Link
Stadtbibliothek Bremen	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Red	Green	Red	Red	http://www.stabi-hb.de/
Stadtbibliothek Bremerhaven	Red	Green	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Green	http://www.stadtbibliothek-bremerhaven.de/
Stadtbibliothek Chemnitz	Red	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Green	Green	http://www.stadtbibliothek-chemnitz.de/
Stadtbibliothek Darmstadt	Red	Red	Red	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	https://www.darmstadt.de/leben-in-darmstadt/bildung/stadtbibliothek/
Stadtbibliothek Dortmund	Green	Red	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Green	Green	Red	http://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/bildungswissenschaft/bibliothek/start_bibliothek/
Stadtbibliothek Düsseldorf	Green	Red	Green	Red	Green	Green	Red	Red	Red	Green	Green	https://www.duesseldorf.de/stadtbuechereien/
Städtische Bibliothek Dresden	Green	Green	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Green	Green	Red	http://www.bibo-dresden.de/
Stadtbibliothek Duisburg	Red	Red	Green	Red	Red	Red	Green	Red	Green	Red	Red	http://www.duisburg.de/stadtbib/
Stadtbibliothek Essen	Red	Red	Green	Red	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Green	http://www.stadtbibliothek-essen.de/sbbtke_startseite/startseite.de.html

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google +	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreise	Link
Stadtbibliothek Erfurt												http://www.erfurt.de/ef/de/leben/bildung/sturb/index.html
Stadtbibliothek Erlangen												http://www.erlangen.de/bibliothek/
Stadtbibliothek Frankfurt am Main												http://www.frankfurt.de/sixcms/detail.php?id=2962&ffmpar[id_inhalt]=2374561
Stadtbibliothek Freiburg im Breisgau												http://www.freiburg.de/pb/,Lde/266131.html
Stadtbibliothek Fürth												http://www.fuerth.de/desktopdefault.aspx/tabid-39/287_read-1484/
Stadtbibliothek Gelsenkirchen												http://www.stadtbibliothek-ge.de/
Stadtbibliothek Göttingen												https://stadtbibliothek.goettingen.de/
Stadtbücherei Hagen												https://www.hagen.de/web/de/fachbereiche/fb_48sb/fb_48sb_01/informationen.html
Stadtbibliothek Halle (Saale)												http://www.stadtbibliothek-halle.de/stadtbibliothek/startseite/

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google +	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreis	Link
Hamburger Bücherhallen												https://www.buecherhallen.de/
Stadtbücherei Hamm												http://www.hamm.de/stadtbuecherei
Stadtbibliothek Hannover												https://bibliothek.hannover-stadt.de/
Stadtbibliothek Heidelberg												http://www.stadtbuecherei-heidelberg.bib-bw.de/seiten/seite000.shtml
Stadtbibliothek Heilbronn												https://stadtbibliothek.heilbronn.de/
Stadtbibliothek Herne												http://www.stadtbibliothek.herne.de/
Stadtbibliothek Ingolstadt												http://www2.ingolstadt.de/Kultur_Freizeit/Stadtb%C3%BCcherei/
Stadtbibliothek Jena												http://stadtbibliothek.jena.de/de/startseite/359025
Stadtbibliothek Karlsruhe												http://www.karlsruhe.de/b2/bibliotheken/stadtbibliothek.de

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google +	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreis	Link
Stadtbibliothek Kassel												http://stadtbibliothek.kassel.de/
Stadtbücherei Kiel												http://www.kiel.de/kultur/stadtbuecherei/index.php
Stadtbibliothek Koblenz												https://www.koblenz.de/stadtleben_kultur/k42_bildung_bibliotheken.html
Stadtbibliothek Köln												http://www.stadt-koeln.de/leben-in-koeln/stadtbibliothek/
Mediothek Krefeld												http://www.mediothek-krefeld.de/
Städtische Bibliotheken Leipzig												http://stadtbibliothek.leipzig.de/
Stadtbibliothek Leverkusen												https://www.stadtbibliothek-leverkusen.de/
Stadtbibliothek Lübeck												http://www.stadtbibliothek.luebeck.de/
Stadtbibliothek Magdeburg												http://www.magdeburg-stadtbibliothek.de/
Stadtbibliothek Ludwigshafen am Main												http://www.ludwigshafen.de/lebenswert/stadtbibliothek/startseite-stadtbibliothek/

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google +	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreis	Link
Stadtbibliothek Mainz												http://www.mainz.de/microsite/bibliothekern/rubrik4/bereich1.php
Stadtbibliothek Mannheim												https://www.mannheim.de/bildung-staerken/ihre-stadtbibliothek
Stadtbibliothek Mönchengladbach												https://www.moenchengladbach.de/de/leben-in-mg/stadtbibliothek/
Stadtbibliothek Moers												https://www.moers.de/de/ansprechpartner/42-stadtbibliothek-zentrale/
Stadtbibliothek Mülheim an der Ruhr												https://www.muelheim-ruhr.de/cms/stadtbibliothek_aktuell.html
Stadtbibliothek München												http://www.muenchner-stadtbibliothek.de/
Stadtbücherei Münster												http://www.muenster.de/stadt/buecherei/
Stadtbibliothek Neuss												http://www.stadtbibliothek-neuss.de/
Stadtbibliothek Nürnberg												https://www.nuernberg.de/internet/stadtbibliothek/

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google +	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreis	Link
Stadtbibliothek Oberhausen												http://www.oberhausen.de/stadtbibliothek
Stadtbibliothek Offenbach am Main												http://www.offenbach.de/bildung/stadtbibliothek/index.php
Stadtbibliothek Oldenburg												http://www.oldenburg.de/microsites/bibliothek.html
Stadtbibliothek Osnabrück												http://www.osnabrueck.de/stadtbibliothek/startseite.html
Stadtbibliothek Paderborn												https://www.stadtbibliothek-paderborn.de/
Stadtbibliothek Pforzheim												https://stadtbibliothek.pforzheim.de/
Stadtbibliothek Potsdam												http://www.bibliothek.potsdam.de/
Stadtbücherei Recklinghausen												http://www.recklinghausen.de/Inhalte/Startseite/Familie Bildung/Stadtbuecherei/index.asp
Stadtbibliothek Regensburg												https://www.regensburg.de/stadtbuecherei

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google +	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreis	Link
Stadtbücherei Remscheid												http://www.remscheid.de/freizeit-und-kultur/bibliothek/bibliothek.php
Stadtbibliothek Reutlingen												https://www2.stadtbibliothek-reutlingen.de/
Stadtbibliothek Rostock												http://www.stadtbibliothek-rostock.de/
Stadtbibliothek Saarbrücken												http://www.stadtbibliothek.saarbruecken.de/
Stadtbücherei Solingen												http://www.de/C12573970063EF580/CDC94D6BCCF210FAC12573A3003EFE72?OpenDocument
Stadtbibliothek Stuttgart												http://www1.stuttgart.de/stadtbibliothek/
Stadtbibliothek Trier												http://www.stadtbibliotheken-trier.de/Startseite/
Stadtbibliothek Ulm												http://www.ulm.de/kultur_tourismus/bibliotheken_und_literatur/stadtbibliothek.30713.3076,3963,3669,30713.htm
Stadtbibliothek Wiesbaden												http://www.wiesbaden.de/kultur/bibliotheken/stadtbibliotheken/index.php

Bibliothek	Blog	RSS-Feed	Facebook	Google +	Twitter	Instagram	Flickr	Pinterest	YouTube	Social Reading	Lesekreis	Link
Stadtbibliothek Wolfsburg												http://www.wolfsburg.de/stadtbibliothek
Stadtbibliothek Wuppertal												https://www.wuppertal.de/kultur-bildung/stadtbibliothek/index.php
Stadtbibliothek Würzburg												http://www.wuerzburg.de/de/buerger/stadt-buecherei/index.html

Eidesstattliche Versicherung

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangabe kenntlich gemacht.

Hamburg, den 04.05.2016

.....

Unterschrift Samantha-Christina Körber