Berufsverband Information Bibliothek e.V.

OPL-Kommission

Checklisten

Liste 12

Image von One-Person Libraries

von

Meinhard Motzko

Herausgegeben von der Kommission für One-Person Librarians des Berufsverbands Information Bibliothek BIB.
Erscheint als PDF-Dokument zum Herunterladen aus dem Netz in der 1. Auflage 2006.

Zitiervorschlag: Image von One-Person Libraries / Meinhard Motzko. Hrsg.: Berufsverband Information Bibliothek / Kommission für One-Person Librarians. – 1. Aufl. – 2006. (Checklisten ; 12) <http://www.bib-info.de/komm/opl/pub/check12.pdf>

Inhaltsverzeichnis

- **Was ist eigentlich „Image“?**
- **Checkliste Erstkontakt**
- **Kontakterlebnisse**
- **Imageprofil**
- **Qualitätsprofil**
- **Wie Polaritätenprofile zur Imagemessung in Bibliotheken eingesetzt werden können**
- **Was tun mit den Ergebnissen?**
- **Leitsätze**
- **Hilfe**

Was ist eigentlich „Image“?

Definition:

Image ist ein aus **sachlichen und emotionalen Bestandteilen** zusammen gesetztes **dynamisches** Gesamtbild von Objekten, Menschen, Organisationen, Produkten, Ereignisse oder ähnliches, das sowohl **durch eigene wie durch übermittelte fremde** Informationen und Wahrnehmungen zustande kommt.

Emotion vor Sachlichkeit!

Auch in Bibliotheken zählen nicht nur die sachlichen Bestandteile wie z.B. Medienangebot, Öffnungsstunden, Mahngebühren, usw.

Im Dienstleistungsbereich allgemein und in Bibliotheken im Besonderen wirken die emotionalen Bestandteile viel stärker, z.B. Beratungskompetenz, Freundlichkeit, Problembewusstsein, Kundenorientierung, Flexibilität, Konfliktfähigkeit, Atmosphäre, usw.

Dabei ist der Erstkontakt ganz besonders wichtig:

Checkliste Erstkontakt:

11 Augenblicke der Wahrheit für das Image

1. **Telefonische Anfrage/Anmeldung**
   Verbindung, Vermittlung, Auskunft, Gesprächsführung, Verbindlichkeit, Rückrufversprechen (bei Anrufbeantwortern), Service per Telefon (Verlängerung, Bestellung, Lieferung usw.)

2. **Erstkontakt über die Homepage**
   Ladegeschwindigkeit, Übersichtlichkeit der Startseite (Leit- und Orientierungssystem in Abstimmung mit dem System in der Bibliothek), störende Elemente (z.B. Werbung), klares Erscheinungsbild, Vollständigkeit des Katalogs, Aktualisierungszyklus, direktes Kontaktangebot, Serviceangebot (Verlängerung, Bestellung, Lieferungsservice usw.) persönliche Ansprechpartner/innen (mit Bild)

3. **Erstkontakt über Presseveröffentlichungen**
   Regelmäßigkeit, Aktualität, einheitliche Begriffe (keine „Leseratten!“), Personifizierung (Zitate!), Fotos, Kontaktangebot

4. **Anreise**
   Anreisebeschreibung PKW, Stautipps, ÖPNV-Verbindungen, Ausschilderung, Besucherparkplätze, Behindertenparkplatz, Fahrradständer, Entfernung zum Eingang

5. **Gelände/Gebäude**
   Äußeres Erscheinungsbild, Wege, Grünflächen, Beleuchtung, Fassade

6. **Eingang**
   Türen, Decken, Fußboden, Beleuchtung, Lüftung, Hinweistafeln (Print, Bildschirme,...), Pförtner/Information, Anmeldung, Möblierung, Schließfächer

7. **Aufenthalt/Wartezone/ Bestandspräsentation**
   Sitzplätze, Beschäftigungsmöglichkeiten bei Wartezeiten, andere BesucherInnen, flüchtiger Kontakt mit Personal, Hören von Betriebsgeschehen, Bewirtung, persönliche Betreuung, Leit- und Orientierungssystem / Systematik, Übereinstimmung Katalog und Bestand, Sauberkeit, OPAC und Internetzugänge

(moderne Technik, Schnelligkeit, Druck- und Kopiermöglichkeiten), Aktualität des Bestands, Vielfalt der angebotenen Medien, Ruhezonen, Kontaktangebot („Kann ich Ihnen helfen“)

8. Gesprächsverlauf/ Beratungsqualität
Begrüßung, Büroeinrichtung, Bewirtung, Freundlichkeit/Kompetenz des Personals (fachliche Kompetenz, Verhalten bei fachlich schwierigen Anliegen, Konfliktverhalten, Flexibilität, Umgang mit Fehlern usw.), Gesprächstempo, Behandlung des Anliegens, Verabschiedung, Erinnerungsmedium („Souvenir“)

9. Verlassen der Räumlichkeiten und Gebäude
Beschilderung des Ausgangs, Verabschiedung an der Anmeldung/ Pförtner, Hinweis auf nächste ÖPNV-Anschlüsse, Stautipps, Angebot von ÖPNV-Fahrkarten, bei Regen: Angebot Regenschirm

10. Verlassen des Geländes
Parkplätze, Ausfahrt, Beschilderung

11. Unaufgeforderte Erinnerungen/ Nachrichten
Hinweise auf Ablauf der Leihfristen per SMS, Anruf oder E-Mail, Benachrichtigungen über Bereitstellung von Medien (z.B. aus Fernleihe), Newsletter-Angebot, Persönliche Einladungen oder Nachrichten

Kontakterlebnisse

- werden sehr intensiv empfunden und erinnert

- beeinflussen die Einstellung und das zukünftige Verhalten

- werden als „Originalton“ weitererzählt (hohe Imagewirkung)

Das gilt für negative und positive Kontakterlebnisse gleichermaßen, wobei negative Erlebnisse ungleich häufiger weitererzählt werden!

Und das **„Weitererzählen“** ist ein großes Problem: Wie erfahren wir, was die Leute so erzählen? Danach können wir nicht einfach im persönlichen Gespräch fragen. Die Leute sagen uns nicht offen ihre Meinung!
Aber sie haben eine! Auch wenn ihre Erfahrung Jahrzehnte zurückliegen. So haben z.B. viele PolitikerInnen noch immer das Bild der „Leihbücherei der 50er Jahre“ im Kopf, wenn sie auf Bibliotheken angesprochen werden. Damals waren sie als Kinder zuletzt in einer Bibliothek.....

Wir sollten aufhören, über das (angenommene) Image zu spekulieren. Aber wir müssen unser Image kennen. Also sollten wir Fakten erheben! Wie?

Eine Möglichkeit ist die Erhebung von **Imageprofilen** mittels eines „Polaritätenprofils“.
Hier zwei Beispiele, die schon in vielen Bibliotheken eingesetzt wurden:

Das folgende **„Imageprofil“** bitten wir spontan, ohne lange nachzudenken, anzukreuzen (die sieben Felder der Gegensatzpaare dienen der persönlichen Gewichtung, wobei die mittlere Spalte „weder noch“, „weiß nicht“, oder ähnliches bedeutet).

Unsere Bibliothek ist:

	sehr	mittel	etwas	weder noch	etwas	mittel	sehr	
unbürokratisch								bürokratisch
von gestern								aktuell
unflexibel								flexibel
qualifiziert								unqualifiziert
unbehaglich								behaglich
selbstkritisch								überheblich
schnell								langsam
zuverlässig								unzuverlässig
langweilig								anregend
öffentlich zurückhaltend								öffentlich aktiv
engagiert								gleichgültig
verschwenderisch								kostenbewusst
gerecht zu Kunden								ungerecht zu Kunden
unfreundlich								freundlich

Vielen Dank!

Das folgende „**Qualitätsprofil“** bitten wir spontan, ohne lange nachzudenken, anzukreuzen (die sieben Felder der Gegensatzpaare dienen der persönlichen Gewichtung, wobei die mittlere Spalte „weder noch“, „weiß nicht“, oder ähnliches bedeutet).

Meine Bibliothek hat bzw. ist:

	sehr	mittel	etwas	weder noch	etwas	mittel	sehr	
klare Aufträge								unklare Aufträge
diffuse Ziele								eindeutige, klare Ziele
klare Zielgruppen								diffuse Zielgruppen
geringen Marktanteil								hohen Marktanteil
ausreichende Öffnungszeiten								unzureichende Öffnungszeiten
enges Angebot								breites Angebot
tiefes Angebot								flaches Angebot
aktuell								von gestern
langsam								schnell
fixierte Standards								keine Standards
Standardprüfungen								keine Standardprüfungen
moderne EDV								veraltete EDV
allein/ „einsam“								kooperativ/ im Netzwerk
sichere Perspektive								unsichere Perspektive

Vielen Dank!

Wie Polaritätenprofile zur Imagemessung in Bibliotheken eingesetzt werden können

Richtig angewandt, können sie als Messinstrument bei der Ausgangsanalyse und zwischendurch immer wieder benutzt werden. Imagebilder sind dynamisch. Erhebungen sollten deshalb in regelmäßigen Abständen, mindestens aber **jährlich** durchgeführt werden. So entsteht eine Zeitreihe der Ergebnisse, und Veränderungen im Image lassen sich frühzeitig erkennen.

Die **Gegensatzpaare** sind austauschbar, dabei sollte jedoch darauf geachtet werden, dass nicht nur nach sachlichen, sondern vor allem nach emotionalen Bestandteilen gefragt wird.

Wichtig ist die **spontane Beurteilung** (in ca. 1 Minute) in vergleichbaren Befragungssituationen: Z.B. bei der Ausleihe von Medien an der Theke (während verbucht wird). Auf keinen Fall darf das Profil mit nach Hause genommen werden. Es soll „live“ und spontan angekreuzt werden, was als Erstes in den Sinn kommt, ohne Schere im Kopf.
Es soll spontan und schnell vonstatten gehen, weil die in der Tabelle benutzten Begriffe gefühlsbesetzt sind und durch längeres Nachdenken kein ehrliches Bild zustande kommt.

Je mehr Leute an der Befragung teilnehmen, um so genauer ist das Bild, das gezeichnet wird. Auch die **Befragung getrennt nach Zielgruppen** (z.B. SchülerInnen einer Schulklasse, LehrerInnen vor Beginn einer Konferenz, Mitglieder des Gemeinderats vor einer Sitzung – nach Parteien getrennt, Besucher vor oder nach einer Veranstaltung, ...) kann nützliche Hinweise für „weitererzählte Meinungen“ liefern.
Dabei ist es besonders wichtig, **Meinungen von den Personen einzuholen, die nicht zu den Kunden zählen**. Diese haben auch eine Meinung, die sie weitererzählen. Solche Zielgruppen erreichen wir mit klassischen Besucherbefragungen nicht. Da können wir aber einfach hingehen (z.B. auf eine Jahreshauptversammlung des Sportvereins oder der freiwilligen Feuerwehr, auf eine Betriebsversammlung eines Betriebs, eine Parteiversammlung usw.).

Nach dem Ausfüllen und Einsammeln geht es ans **Auswerten**: Eine Folie mit dem leeren Fragebogen wird auf die ausgefüllten Antwortenbögen gelegt. Jedes durchscheinende Kreuz wird mit einem Punkt auf der Folie vermerkt. So entsteht ein schnelles Bild der Meinungsstreuung. Anschließend verbindet man mit einem Strich die jeweiligen Häufungen der Nennungen.
Besondere Technik ist nicht nötig. Das Ergebnis liegt innerhalb weniger Minuten vor und kann mit der Befragtengruppe (z.B. einer Schulklasse oder dem Gemeinderat) sofort besprochen werden.

Große Streuungen der Antworten verweisen auf ein unklares Profil bzw. auf stark divergierende Meinungen. Häufungen in der Mitte verraten „Profillosigkeit“: je flacher die Kurve zwischen den Gegensatzpaaren in der Mitte verweilt, um so flacher ist auch das Profil; je stärker der Ausschlag, um so eindeutiger ist das Profil bei der befragten Personengruppe.

Der **Vergleich von Selbsteinschätzungen und Fremdbildern** beispielsweise zeigt augenfällige Übereinstimmungen und Abweichungen. Übereinstimmungen liefern die positiven Ansatzpunkte, Abweichungen zeigen die Probleme auf, die zukünftig bearbeitet werden müssen. Selbstbilder von MitarbeiterInnen und Ehrenamtlichen, verglichen mit der Meinung ausgewählter Besuchergruppen zeigen sofort auf, wo Übereinstimmungen und wo Abweichungen bestehen. So erhält man Hinweise auf falsche Interpretationen über die Kundenmeinung („hätte ich nie gedacht, dass die so was denken....“) und falsche Selbsteinschätzungen.

Auch der **Vergleich von Ergebnissen aus Selbst- und Fremdbilderhebungen zwischen Bibliotheken** ist eine gute Möglichkeit, Verbesserungspotenzial zu erkennen. Voraussetzung dazu ist allerdings, dass die beteiligten Bibliotheken einheitliche Polaritätenprofile verwenden. Hier bieten sich Vergleiche gleicher Bibliothesktypen an (z.B. nach Größe, Ausrichtung, Region). So kann aus besonderen Stärken einzelner Bibliotheken immer auch etwas für die eigene Bibliothek gelernt werden (best practise) und ein Imagetransfer organisiert werden. Das gilt auch für die Bearbeitung von Schwächen: Jede Schwäche wird vom Kunden oft auf die gesamte Branche übertragen („die Bibliotheken“ sind alle so ...).

Was tun mit den Ergebnissen?

Jede(r) Befragte hat ein Recht auf die Ergebnisse. Also müssen wir die Ergebnisse ehrlich interpretieren und Maßnahmen daraus ableiten. Diese vorgeschlagenen **Maßnahmen** können wir problemlos mit der Befragtengruppe besprechen und dabei auch gleich prüfen, ob uns richtige Maßnahmen eingefallen sind.

Jede Befragung verbessert das Image („Die sind da aber ehrlich...“). Also keine Angst vor den Ergebnissen!

Und wir können die **Ergebnisse veröffentlichen**. Jede Zeitung bringt gern Fakten! Gerade wenn sie aus interessanten Gruppen stammen und ein selbstkritisches Bild der Bibliothek und ihr großes Interesse an Verbesserungen dokumentieren. Also keine Angst vor offensivem „Verkaufen“ der Ergebnisse (z.B. im Rahmen des Jahresberichts in einer Pressekonferenz). Auch **eigene Veröffentlichungsmöglichkeiten** müssen genutzt werden: Veröffentlichungen per **Aushang in der Bibliothek** (mit Kommentierungsmöglichkeiten), und die Veröffentlichung über **homepage** und/oder **newsletter** an interessierte Kunden (mit Dialogangebot) sollte immer genutzt werden.

Das gilt ganz besonders für „kritische“ Ergebnisse! Umso wichtiger sind dann die **Vorschläge** was man tun müsste (z.B. den Medienetat erhöhen, wenn die Bibliothek z.B. als „von gestern“ eingeschätzt wurde).

Image ist dynamisch. Also veränderbar! Nur wer sein Image nicht kennt, kann es auch nicht ändern.

Leitsätze

Nach vielen Jahren des praktischen Einsatzes von Imageprofilen in Bibliotheken lassen sich folgende **Leitsätze** beweisen:

- **Die Selbstbilder der Beschäftigten in Bibliotheken sind meist kritischer als die Besuchermeinungen!**
- **Imagebefragungen stärken die Kundenbindung.**
- **Nur wer auch Zielgruppen befragt, die nicht zu den Kunden gehören, hat eine Chance auf Erweiterung seines Kundenstamms.**
- **Kritische Meinungen führen immer zu Verbesserungsideen.**
- **Selbstkritik kommt gut an bei Entscheidungsträgern in Politik und Verwaltung.**
- **Negative Ergebnisse erleichtern die Durchsetzung von Verbesserungsmaßnahmen bei den Entscheidungsträgern.**
- **Positive Ergebnisse steigern das Selbstwertgefühl, stärken die Motivation und führen zu Anerkennung bei Kunden und Entscheidungsträgern.**
- **Nur wer regelmäßig (mindestens jährlich) sein Image erhebt, hat die Chance auf Veränderung.**

Wer **Hilfe** braucht, wendet sich an:

PraxisInstitut
Organisations- und Personalentwicklung
Meinhard Motzko
Schlachte 10/11
D - 28195 Bremen
Tel.: +49 (0)421-34 00 92
Fax: +49 (0)421-349 92 67
e-mail: info@praxisinstitut.de
Internet: http://www.praxisinstitut.de

Warum Mitglied im BIB werden?

Es lohnt sich!

Alle in Bibliotheken arbeitenden Menschen brauchen eine Lobby! Es lohnt sich, in einem Berufsverband Mitglied zu sein – wir vom Berufsverband Information Bibliothek e. V. nehmen die Anliegen unserer Mitglieder auf, wir hören hin und hören zu. Zusammen mit ihnen wollen wir etwas bewirken – für die Gegenwart und für die Zukunft.

Als Verband können wir Einfluss nehmen und die Hand heben, wenn es Notstände zu beseitigen gilt, diese in entsprechende Gremien einbringen und dadurch etwas zum Nutzen vieler Kolleginnen und Kollegen in unseren Bibliotheken und Informationseinrichtungen bewegen.

Der BIB braucht aktive Mitglieder. Alle Mitglieder sind aufgefordert, ihre Ideen, Wünsche und Kritik einzubringen, um an der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Verbandes mitzuarbeiten.

Der Berufsverband Information Bibliothek versteht sich als Forum für den fachlichen und kollegialen Austausch. Er berücksichtigt die unterschiedlichen Bedürfnisse und Themenschwerpunkte im öffentlichen und wissenschaftlichen Bibliothekswesen und in den Informationseinrichtungen. Der BIB legt sein Leistungsspektrum fest und zeigt es am Leistungsprofil.

- Der Verband wird weiterhin Stellung beziehen zu bibliothekspolitischen Themen wie Strukturveränderungen im Bibliotheksbereich, zu tarif- und arbeitsmarktpolitischen Fragen und zu Fragen des Urheberrechts.
- Die Ausbildung wird vom Berufsverband Information Bibliothek kompetent begleitet.
- Der BIB bietet auf regionaler Ebene über seine Landesgruppen und überregional (Sommerkurs, BIB-ekz-Seminar) kompetente und bedarfsgerechte Fortbildung an – berufsfördernd und motivierend für alle Mitglieder.
- Der Berufsverband informiert seine Mitglieder schnell und kompetent. Aktuelle Einträge und Hinweise auf der eigenen Website (www.bib-info.de) sind hier ebenso wichtig wie die regelmäßige Information durch die Zeitschrift „BuB“ mit Vereinsteil (10x im Jahr) und BuB-App und die regionalen Rundbriefe der Landesgruppenvorstände.
- Um schnell Kontakte herzustellen oder zu intensivieren, steht allen Mitgliedern ein Netz kompetenter Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner zur Verfügung.

Es lohnt sich, Mitglied im Berufsverband Information Bibliothek e. V. (BIB) zu sein!

- Erledigen Sie Ihren Antrag gleich auf der Webseite mit unserem Online-Formular: https://www.bib-info.de/berufsverband/mitglied-werden/bib-aufnahmeformular
- oder füllen Sie unseren Aufnahmeantrag (https://www.bib-info.de/berufsverband/mitglied-werden/bib-aufnahmeantrag) aus, drucken ihn, unterschreiben und senden ihn an unsere Geschäftsstelle (service@bib-info.de oder Postfach 13 24 72703 Reutlingen)