

Tags: Bibliothek Vermittlung, Ausbildung,

Können Bibliotheken nur mit einem Konzept erfolgreich sein? Service- und Erlebnisqualität in Schweizer Bibliotheken

Für die Diplomarbeit an der Höheren Fachschule Tourismus in Luzern hat sich die Autorin mit dem Thema «Service- und Erlebnisqualität in Schweizer Bibliotheken» auseinandergesetzt und eine Umfrage unter Bibliotheksexperten zum Thema durchgeführt. Nachfolgend zu dieser Diplomarbeit werden die gemachten Erkenntnisse im vorliegenden Artikel nun beschrieben.

Ist es nicht oft so, dass die Schweizer Bibliotheken für die Gesellschaft als selbstverständlich gelten, vorhanden und quasi in ihr Image hineingewachsen sind? Sie gelten als alt, verstaubt, es herrscht ein Sprechverbot, und die einzelnen Veränderungen finden meist im kosmetischen Bereich statt.

Ausgangslage

Die momentane Situation in der Welt der Schweizer Bibliotheken zeigt, dass mit einzelnen Schritten versucht wird, zeitgemäss zu bleiben. Dies gelingt jedoch nicht richtig, denn die Bibliotheken halten immer noch am vorhandenen Image fest. Die gemachten Umfragen zeigen deutlich auf, dass unter Mitarbeitern von Schweizer Bibliotheken der Wunsch vorhanden ist, eine Wandlung vorzunehmen.

Umfrage bei Bibliotheksexperten

Aus einer Umfrage unter Experten, welche über das Bibliotheksportal swiss-lib versendet wurde, erfolgte, dass die Experten zwar vermuten, dass die Kunden die Schweizer Bibliotheken als interessant und mit gutem Service einstufen, aber der Ruf eher alt und verstaubt ist. Deutlich zeigt sich, dass die Mehrheit ein grosses Potenzial in der Verbesserung der Service- sowie der Erlebnisqualität in Bibliotheken erkennt. Verbesserungsmöglichkeiten werden im Bereich Einrichtung, Veranstaltung und Mitarbeiterfreundlichkeit vorgeschlagen.

Vergleich mit dem Ausland

Um die Wandlung jedoch antreten zu können, ist definitiv ein Vergleich mit den Besten der Branche nötig. Die Bibliothek von Aarhus in Dänemark gilt als eine der fortschrittlichsten Bibliotheken Europas. Zur Umgestaltung der alten Stadtbibliothek wurde die Hilfe von Jugendlichen einbezogen, welche gemeinsam mit Bibliothekaren die Service- und Erlebnisqualität der Bibliothek analysierten und verbesserten. Durch den Einbezug des jungen Publikums wurde in verschiedenen Schritten erkannt, dass die heutige Kundschaft mehr als nur Bücher von einer Bibliothek erwartet.

Nicht nur die physische Erscheinung durch moderne Infrastruktur, sondern auch Platz für Arbeitsgruppen, Cafés für soziales Zusammensein, Computerarbeitsplätze und W-LAN-Nutzung, nimmt an Bedeutung zu. Dies erkannte die Bibliothek Aarhus durch Mithilfe der Jugendlichen und gestaltete die Bibliothek zu einem Ort der Begegnung um. Zu den heutigen Mitarbeitern gehören nebst den Bibliothekaren neu auch Computerspezialisten, Verwaltungsfachleute sowie Projektmanager.

Konzept zum Erfolg einer Bibliothek

Um jedoch eine neue oder bereits bestehende Bibliothek von Anfang an aufbauen und gestalten zu können, muss als erstes ein Konzept aufgestellt werden. Dieses Thema mag im Zusammenhang mit Bibliotheken neu erscheinen, ist aber der Weg zum Erfolg. Die Konkurrenz, das Umfeld und die Kundenbedürfnisse werden im ersten Schritt analysiert.

Die Konkurrenz stellt, nebst allen anderen Bibliotheken, heutzutage klar das Internet dar. Informationen und Medien können schnell und einfach online aufgerufen werden. Um jedoch auch im Internet optimal vertreten zu sein, ist eine moderne und übersichtliche Internetseite von klarem Vorteil. Ebenfalls ist es hilfreich, dass man bei Eingabe in eine Suchmaschine als eines der ersten Resultate auf der Liste erscheint. Das Internet ist das beste Hilfsmittel, um die Bekanntheit zu steigern. Der Bekanntheitsgrad kann nebst Suchmaschinen und Social Medias wie Facebook und Twitter auch durch Medienberichte, Promotionen, Events und Mund-zu-Mund-Propaganda erhöht werden. Zufriedene Kunden erzählen Erlebtes schnell ihrem Umfeld weiter und bringen durch positive Feedbacks Familie, Freunde und Arbeitskollegen dazu, diesen Ort zu besuchen. Durch Einbezug von Kunden in die Optimierung der Servicekette, wie im Beispiel der Bibliothek Aarhus, können die Verbesserungsvorschläge der Kunden gemeinsam angeschaut und umgesetzt werden.

Ziel ist es, vom verstaubten IST-Image zu einem «coolen» SOLL-Image zu gelangen.

Mit Strategie zur Service- und Erlebnis- welt «Bibliothek»

Beim Betreten einer Bibliothek muss dem Kunden ein Erlebnis geboten werden. Sei es mit einer ansprechenden Infrastruktur, neuen iPad-Suchstationen, versteckten Leseecken, einer Cafeteria als Ort der Begegnung oder Veranstaltungen während und ausserhalb der Öffnungszeiten. Beim Verlassen der Bibliothek muss der Kunde sich bereits einen neuen Zeitpunkt festlegen, wann er zurückkehrt.

Christian Mikunda zählt zu den Vordenkern für die neuen Erlebniswelten der europäischen Wirtschaft. Im Mittelpunkt seiner Untersuchungen stehen die sogenannten dritten Orte - öffentliche Räume, die emotional stark aufgeladen sind. Der erste Ort ist das Zuhause des Menschen. Der zweite Ort die Arbeitsstelle. An solchen Orten fühlen sich Menschen vorübergehend wohl. Der Ursprung des erlebnisorientierten Marketings blühte in den 80er-Jahren auf und eroberte schrittweise, nach den Erlebnishotels, inszenierten Shops und Restaurants auch den öffentlichen Raum. Die Sinnlichkeit und Wohnlichkeit dieser Plätze brachte die Menschen dazu, auch diese halböffentlichen Orte, nebst der Wohnung und dem Arbeitsplatz, als persönlichen Lebensraum wahrzunehmen.

Grundsätze einer Strategie für Bibliotheken

Von Christian Mikundas theoretischen Grundsätzen kann eine Strategie für Bibliotheken abgeleitet werden. Folgenden vier Ansätzen gilt das Hauptaugenmerk:

Als Erstes wird die Bibliothek zu einem öffentlichen Ort; einem Ort des Begegnens und Wohlfühlens.

Zweitens muss eine Inszenierung stattfinden. Diese Inszenierung ist in der Schweiz vergleichbar mit den Schweizer Museen, welche nebst den Objekten auch Interaktivität für die Besucher bietet.

Des Weiteren sollte sich der Service gegenüber Kunden laufend verbessern. Mitarbeiter müssen geschult und gefördert werden. Auch für Bibliotheken gilt das alt bewährte Sprichwort: «Der Kunde ist König.»

Als letzter Punkt kann das Gebäude, in dem sich die Bibliothek befindet, in ein neues Licht gestellt werden. Falls nicht bereits eine Geschichte über das Gebäude besteht, muss eine neue Einzigartigkeit geschaffen werden. Diese Einzigartigkeit kann sogar zu einem USP, dem sogenannten Unique Selling Proposition, werden. Diese Eigenschaft verhilft Bibliotheken zu einem Wiedererkennungswert.

Ein Konzept muss nach der Realisation laufend überprüft und verbessert werden, denn nur so kann dies zum Erfolg führen und Bibliotheken in Richtung Service- und Erlebniswelt bringen.



Nadia Adlun

diplomierte Tourismusfachfrau FH

Abstract

Français

Le travail de diplôme présenté par l'auteure à la Haute école du tourisme de Lucerne a été consacré à la qualité du service dans les bibliothèques suisses. Cette étude repose sur une enquête menée auprès de spécialistes des bibliothèques. Cet article décrit les connaissances acquises dans ce contexte.

L'auteure est parvenue à la conclusion que – c'est sa thèse – de nombreuses bibliothèques continuent à mener leurs activités sans disposer d'aucun concept spécifique. Une lacune qui n'est pas sans avoir des conséquences sur l'avenir de ces établissements. En effet, ces derniers ne saisissent pas les chances d'organiser efficacement leur infrastructure et favoriser l'implication des clients, comme le font par exemple les musées et d'autres établissements de même type. Les bibliothèques voient ainsi leur importance diminuer aux yeux du public. Et de conclure que les bibliothèques suisses doivent impérativement se doter d'un concept ad hoc, afin d'améliorer la qualité de leur service.