

БИБЛИОТЕЧНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ, БИБЛИОТЕЧНАЯ ПРОФЕССИЯ

UDC 021; 378.1

DER BIBLIOTHEKARISCHE STUDIENGANG ALS DIENSTLEISTER FÜR INFORMATIONSEINRICHTUNGEN¹

Wolfgang Ratzek
(Media University Stuttgart, Germany)

В статье рассматриваются проблемы подготовки специалистов-библиотекарей в Германии, описывается влияние учебно-образовательных сервисов на конкурентоспособность учебного заведения, а затем на информационную службу работодателя. Для определения уровней сервисной службы вуза применяется аналитический метод исследования блоков учебных программ и проектов. Примеры, приведенные в статье, показывают изменения имиджа высшего учебного заведения и отражают проводимые прикладные исследования по применению программы «LIS-study».

Ключевые слова: учебные программы, профессиональная подготовка, классификация услуг, конкурентоспособность вуза, библиотечные проекты, производительность труда.

У статті розглядаються проблеми підготовки фахівців- бібліотекарів в Німеччині, описується вплив учбово-освітніх сервісів на конкурентоспроможність учбового закладу, а потім на інформаційну службу роботодавця. Для визначення рівнів сервісної служби вузу застосовується аналітичний метод дослідження блоків учбових програм і проектів. Приклади, приведені в статті, показують зміни іміджу вищого учбового закладу і відображають прикладні дослідження, що проводяться, по застосуванню програми LIS-study.

Ключові слова: учбові програми, професійна підготовка, класифікація послуг, конкурентоспроможність вузу, бібліотечні проекти, продуктивність праці

The problems of preparation of specialists of librarians in Germany are considered in the article, influence of educational-educational services on the competitiveness of educational establishment is described, and then on informative service of employer. To determine the levels of service service of institute of higher learning the analytical method of research of blocks of on-line tutorials and projects is used. The examples resulted in the article show the changes of image of higher educational establishment and reflect the conducted applied researches on application of the LIS-study programs/

Keywords: on-line tutorials, professional skills, classification of services, competitiveness of institute of higher, library projects, labour productivity

Ergebnis oder Prozess?

Wir wollen hier nicht die Theorien zum Thema Dienstleistungen ausbreiten.² Aber es überrascht doch, dass zwar (sehr) viele von einer Informations- und Wissensgesellschaft reden, aber von einer Dienstleistungsgesellschaft oder gar von einer Informationsdienstleistungsgesellschaft ist nur selten die Rede. Vielleicht liegt es auch daran:

Während in einer irgendwie gearteten Informations- und Wissensgesellschaft die Ergebnisse irgendwie – hauptsächlich übers WWW - vermarktet werden müssen, geht es bei der Dienstleistungsgesellschaft um den Prozess. Es macht schon einen gewaltigen Unterschied, ob ich eine Datenbank für alle – kostenlos oder gegen ein Entgelt - zur Verfügung stelle und die Benutzer mittels Retrievalsoftware browsen können oder ob ich jemanden bei der Bewältigung eines Informationsproblems direkt unterstütze.

¹ Ausgearbeitete Fassung des gleichnamigen Vortrages auf der Tagung „Bibliothekswesen 2005. Die Tätigkeit der Bibliotheken und die Entwicklung der Informationskultur der Gesellschaft“ an der Moskauer Staatsuniversität für Kultur und Künste am 20.04.2005.

² Eine umfassende Übersicht bietet Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing. 4. Aufl. Wiesbaden 2003.

Kundenferne und –nahe Dienstleistungen

Für ein besseres Verständnis, was unter Dienstleistung zu verstehen ist, sei hier eine Formulierung von Ursula Georgy (FH Köln) angeführt, die „Dienstleistung“ als etwas umschreibt, das „keinen Warenverkehr bedingt“. Dienstleistungen sind damit immateriell, können aber mit einem Warenverkehr gekoppelt werden. Im ersten Fall träfe das auf Beratungsleistungen zu. Im letzteren Fall wäre die Ausleihe eines physischen Mediums ein Beispiel für eine Dienstleistung mit Warenverkehr.

Für den LIS-Bereich ist wichtig, insbesondere jedoch für den bibliothekarischen Bereich, dass dadurch zwei Ebenen von Dienstleistungen erkennbar werden: Aus meiner Sicht wäre eine Einteilung sinnvoll in kundenferne Dienstleistungen, zum Beispiel Erwerbung und Bereitstellung, und kunden-nahe Dienstleistungen, zum Beispiel die nicht automatisierte Benutzerschulung³ oder die Ausleihe über die Theke sowie die personalisierte Auskunft.

Die fünf Service-Levels

Um LIS-Einrichtungen fit für die Zukunft zu machen, bedarf es neben materieller Ressourcen auch entsprechende Human-Ressourcen⁴ für den Erfolg. Bleibt zu fragen: Welche Qualifikationsmerkmale besitzen diese Human Ressourcen? In unserem Zusammenhang sind das LIS-SpezialistInnen, die über eine Hochschulausbildung⁵ verfügen.

Vor diesem Hintergrund kommen die Bildungseinrichtungen ins Spiel. In diesem Zusammenhang müssen wir uns fragen:

- Was gehört eigentlich zu einem bibliothekarischen, oder besser: zu einem LIS-Studiengang?
- Was bedeutet „Dienstleistungsorientierung“?
- Was sind LIS-Einrichtungen?⁶
- Wie können LIS-Studiengänge Dienstleistungen für LIS-Einrichtungen erbringen?
- Die folgende Grafik zeigt, welche fünf Service-Levels ein LIS-Studiengang zu erbringen hat.

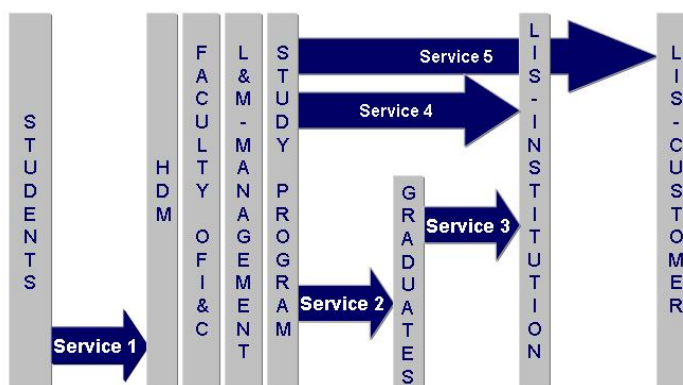


Abb.1: Fünf Dienstleistungsniveaus für den Erfolg

³ Das wäre dann eine kundenferne Dienstleistung, weil es auf den persönlichen Einsatz des Dienstleistungserbringers und des Dienstleistungsnehmers ankommt.

⁴ In diesem Zusammenhang einen Mini-Exkurs über das Unwort des Jahres 2004 „Humankapital“. Human-Ressourcen oder Humankapital signalisieren, dass der Unternehmensfokus nicht mehr nur auf das materielle Unternehmensvermögen gerichtet wird. Es wird erkannt, dass auch das Potenzial „Mitarbeiter“ einen Erfolgsfaktor darstellt. Das Problem ist nur: soll das Potenzial ausgebeutet – im negativen Sinne – oder gefördert werden. Und das ist zurzeit nicht umstritten.

⁵ Wir konzentrieren uns hier auf die Diplom-, Bachelor- und Master-Studiengänge. Die Ausbildung zum Fachangestellten oder gar zum Fachwirt für Medien- und Informationsdienste bleibt hier unberücksichtigt, obwohl eine Herausarbeitung der Unterschiede sinnvoll wäre.

⁶ Dieser Punkt soll hier nicht weiter vertieft werden und wird daher nur angedeutet: Für LIS-AbsolventInnen bestehen aus meiner Sicht auch gute Chancen Nachrichten- oder Werbeagentur, in Unternehmens- und Personalberatungsunternehmen, in Marktforschungsunternehmen eine adäquate Anstellung zu finden.

Service-Level 1: Angebot und Auswahl

Noch bewerben sich Studierende in ausreichender Zahl für die bibliothekarischen Studiengänge an deutschen Hochschulen. Mit der Einführung von Studiengebühren und den geburtschwächeren Jahrgängen werden für die Hochschulen eine entsprechende Werbestrategie, oder besser: eine Marketingstrategie immer wichtiger. Die Hochschulen müssen dann unter anderem folgende Fragen beantworten:

- Warum soll jemand gerade an einer bestimmten Hochschule studieren?
- Welche Berufsperspektive eröffnet mir ein bestimmter Studiengang?
- Wie ist die Qualität des Lehrangebotes?
- Wie ist die Attraktivität des Lehrangebots?
- Wie steht es um die Reputation des Lehrpersonals?
- Wie ist die Ausstattung der Hochschule bezüglich Arbeitsplätze, Bibliothek, Informationstechnologie, Unterbringungsmöglichkeiten?

Damit ist ein Paket geschnürt, das eine Vielzahl von Problemen aufwirft. Zu nennen wäre hier insbesondere die Aktualität. Damit ist gemeint, dass nicht nur die technischen Ressourcen einen zeitgemäßen Stand aufweisen müssen, sondern auch das Lehrangebot die zukünftigen beruflichen Anforderungen entsprechen muss, oder noch besser: das Lehrangebot selbst als Impulsgeber für den fachlichen Fortschritt dient (Stichwort: Forschung und Entwicklung). Aus der Sicht der Hochschulen gilt aber auch: Nicht jede(r) AbiturientIn eignet sich für einen – um im Bild zu bleiben – für einen LIS-Studiengang. Deshalb wäre auch eine Eignungsprüfung erforderlich, was dann schon einen Beitrag zur Imagebildung der Hochschule wäre. Kurz: Wie bekommen die Hochschulen mit LIS-Studiengängen die Besten, Motiviertesten und Kreativsten eines Jahrganges? Ein Auswahlverfahren über Noten in Mathematik, Deutsch und Fremdsprachen reicht hier bei weitem nicht aus.

Service-Level 2: Attraktivität und Qualität

Wie bereits im vorangegangenen Abschnitt angedeutet, geht es mir um die Attraktivität der Studieninhalte. „Knackige“ Überschriften sind leicht gefunden (auch das fällt einigen von uns noch schwer), aber was – so müssen wir uns fragen - wird tatsächlich und auf welchem Niveau angeboten. Hier wirkt das Beamtenrecht (Freiheit von Lehre und Forschung, fehlende Weisungsbefugnis) hinderlich.⁷ Das ist dann besonders der Fall, wenn „Hobbys“, die kaum nachgefragt werden, kultiviert werden, und Deputate binden, die für das Gesamtkonzept verloren gehen.

Aus meiner Sicht gehört zu einem ausgewogenen LIS-Studiengang eine Balance zwischen harten und weichen Schlüsselqualifikationen gefördert werden, zu den

- harten Schlüsselqualifikationen gehören unter anderem Informations- und Kommunikationstechnik, Betriebswirtschaftslehre, Erschließungstechniken
- weichen Schlüsselqualifikationen gehören unter anderem Teamfähigkeit, selbst gesteuertes Lernen, (interkulturelle) Kommunikation.

Die folgende Abbildung zeigt das aktuelle Studienangebot der Hochschule der Medien Stuttgart (Media University Stuttgart, HdM⁸).

⁷ Welchen Sinn macht eine Evaluation der Lehre, wenn gute Lehrkräfte die Ergebnisse nutzen, um noch besser zu werden, und „weniger gute“ Lehrkräfte entweder die Ergebnisse zurückweisen oder erst gar nicht wahrnehmen? Eine Kollege sagte einmal: An Hochschulen gebe es Führungskräfte ohne Weisungsbefugnis.

⁸ Siehe auch www.iuk.hdm-stuttgart.de

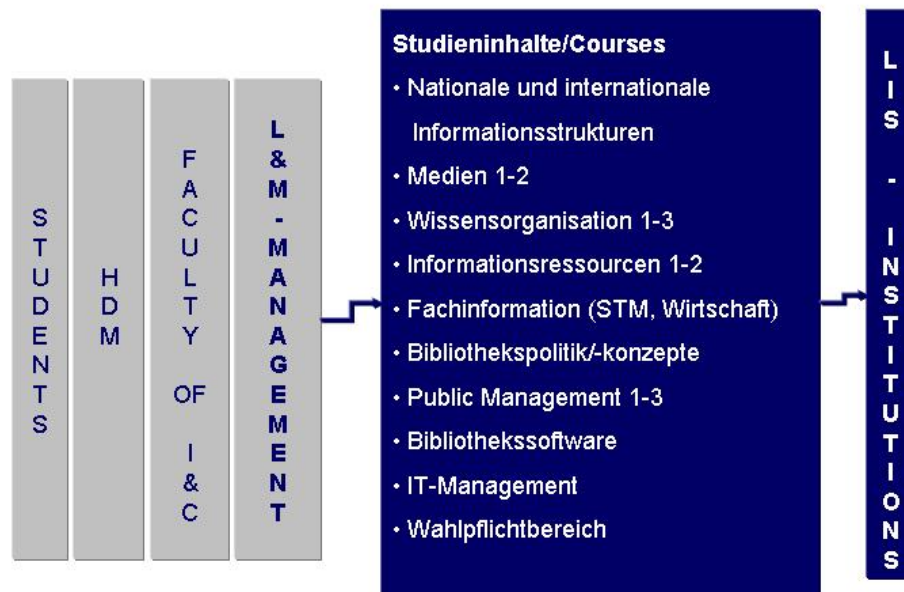


Abb.2: Inhalte des Bachelor-Studienganges Bibliotheks- und Medienmanagement der Fakultät Information und Kommunikation an der Hochschule der Medien Stuttgart

Service-Level 3: Potenzialentwicklung

Dieses Niveau zielt darauf ab, dass ein LIS-Studiengang den Absolventen die Sicherheit vermittelt sollte, die sie brauchen, um einen eigenen Karriereweg zu beschreiten. Das mag überraschen (dazu mehr auf Service-Level 4). Zwar kann keine Garantie für eine spätere adäquate Anstellung gegeben werden. Dennoch gibt es einige Empfehlungen: Die Leistungen – das Engagement – während des Studiums, die geschickte Auswahl der Praktika, die Themenwahl bei der Abschlussarbeit, die aktive Teilnahme an Projekten, die Reputation von ProfessorInnen, aber auch eine gewisse Portion Glück sind einige Beispiele dafür, welche Faktoren mitwirken.

Gutes Lehrpersonal sieht sich hier eher in der Rolle eines individuellen Potenzialentwicklers mit Coaching-Funktion.

Service-Level 4: Projekte mit externen Partnern

Das vierte Dienstleistungsniveau betrifft auch die Service-Level 1 bis 3. Hier kommen unter anderem Projekte mit externen Partnern in Frage, die Studierende in Eigenverantwortung durchführen. Die/der ProfessorIn übt in erster Linie nur eine Coaching-Funktion aus (nach dem Motto der „unsichtbaren Hand“).

Das Beispiel der Fakultät Information und Kommunikation der Hochschule der Medien Stuttgart zeigt hier die Richtung.⁹ Zu nennen wären hier:

- BOBCATSSS – das internationale Symposium für LIS-Professionals, das jährlich von Studierenden aus Hochschulen mit LIS-Studiengängen in einem westeuropäischen und einem osteuropäischen Land gemeinsam geplant, finanziert und organisiert wird. – Ein sehr gutes Beispiel für internationales Projektmanagement, für die Verbesserung der Fremdsprachenkenntnisse (Arbeits- und Tagungssprache Englisch), für praktische Erfahrungen in Bereich der interkulturellen Kommunikation. Es gibt erste Überlegungen für ein BOBCATSSS-Symposium, das von der HdM und der MGUKI durchgeführt werden soll.

⁹ Damit soll nicht gesagt sein, dass andere Hochschulen keine nennenswerten Projekte durchführen, aber die eigenen Projekte sind immer die, die man am besten kennt.

- Projekt „Dachmarke“ – für einen öffentlichen Dienstleister entwickelten Studierende aller Studiengänge der Fakultät Information und Kommunikation ein komplettes Corporate Design (Service Level 4) entwickelt und auf höchster Managementebene präsentiert.
- Stadtbücherei Ladenburg (Service Level 4 und 5), wo Studierende unter anderem das Corporate Design, die Informationsmaterialien und neue Dienstleistungen für die Stadtbücherei entwickelt haben. Das folgende Beispiel zeigt, das weniger einladende alte Logo der Bibliothek und das neue, modernisierte und einladende Logo der Stadtbücherei.¹⁰

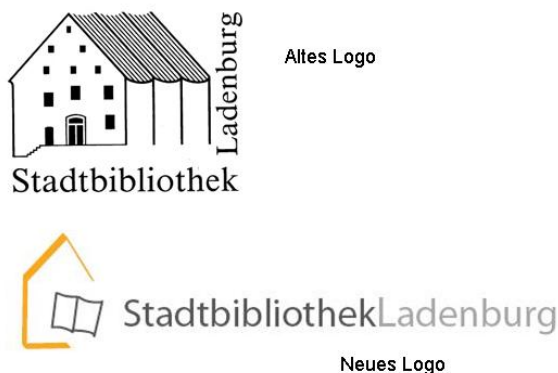


Abb. 3: Projekt Ladenburg – Logo-Entwicklung

Ein weiteres Beispiel sind die Informationsmaterialien. Als Beispiel soll hier die Überarbeitung der Informationen für Kinder dienen.



Abb. 4: Projekt Ladenburg - Information für Kinder

- Stadtteilbücherei Bad Cannstatt (Service 4 und 5). Für dieses Projekt bildeten zwei Diplomarbeiten („Gemeinwesenanalyse“¹¹ und „Social Inclusion“¹²) die Grundlage. Neben zahlreichen Vorschlägen für die Leitbildentwicklung wurden auch zahlreiche Vorschläge für die Optimierung von oder gar neue Dienstleistungen entwickelt. Mit einem Migranten-

¹⁰ Für eine ausführliche Darstellung des Projekt siehe Kietzmann, A.; Ratzek, W.: Die Stadtbibliothek Ladenburg. In: Ratzek, W. (Hrsg.): „Spielball“ Bibliotheken. Berlin 2005, S. 82-91; Ludwig, A.; Ratzek, W.; Schmidt, K.; Weinberger, K.: Sinnstiftung durch Kooperation – „Trendy Auftritt“ für die Stadtbibliothek Ladenburg. In: B.I.T. online 7/2004, S. 209-217 und Ratzek, W.: Erfolgreiche Projekte wecken internationales Interesse. In: Buch und Bibliothek 2/2005, S. 147-149.

¹¹ Hechtner, J.: Erarbeitung eines Konzepts für mehr Anerkennung und Wertschätzung der Öffentlichen Bücherei im Stuttgarter Stadtteil Bad Cannstatt. Diplomarbeit im Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement. Stuttgart: HdM, 2005 (unveröffentlicht)

¹² Urban, A.: Social Inclusion – Die Öffentliche Bibliothek Bad Cannstatt als aktive Partnerin im Stadtteilmanagement. Diplomarbeit im Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement. Stuttgart: HdM, 2005 (unveröffentlicht)

Anteil von rund 30 Prozent erhielt der Punkt „interkulturelle Kommunikation“ einen besonderen Stellenwert. Die folgende Abbildung zeigt die Vorderseite des Flyers für russische Migranten.

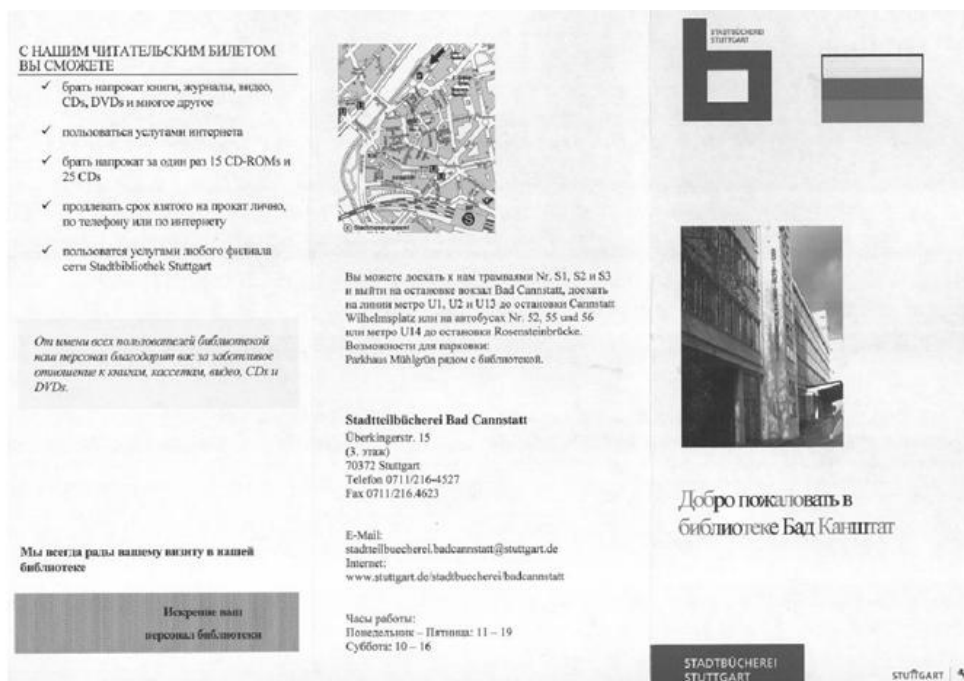


Abb. 5: Projekt Bad Cannstatt – Information für russische Migranten

Service-Level 5: “Fit for Future”

Wie aus den oben genannten Projekten (Ladenburg, Bad Cannstatt) zu erkennen ist, stehen Projekte an, die LIS-Institutionen dabei helfen, ihre Dienstleistungen zu optimieren und auch neue Dienstleistungen zu entwickeln. Damit ist ein Punkt angesprochen, der den LIS-Studiengängen ein neues Image gibt und dabei auch eine Abgrenzung zu den Fachangestellten beziehungsweise zu den Fachwirten für Medien- und Informationsdiensten ermöglicht: Weg von Schul-Image und hin zu einer wissenschaftlichen Institution, die auch (angewandte) Forschung und Entwicklung betreibt; BAT V oder gar VI¹³.

Schlussbemerkung

Die Aufgabe einer Hochschule besteht nicht nur darin, Studierende auszubilden. Wer sich ausschließlich auf die Ausbildung an sich konzentriert, bekommt spätestens mit der Einführung von Gebühren einige Probleme. In diesem Zusammenhang müssen die Hochschulen mit bibliothekarischen Studiengängen dafür Sorge tragen, dass deren Studienangebote attraktiv bleiben. Wie in diesem Beitrag gezeigt, sind hier mindestens fünf Dienstleistungsniveaus zu erbringen.

Поступила в редакцию 10.05.2005

¹³ BAT = Bundesangestelltentarif.