

## Lustvoll abgestaubt Ehrenamtliche Büchereiarbeit 2.0.2.0.

Impulsreferat beim Diözesanrat für Katholische Öffentliche Büchereien und Bibliotheken in Krankenhäusern im Bistum Aachen – 29. August 2009 in Aachen

---

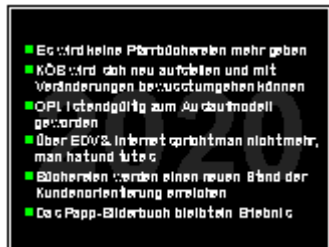
„Fit sein für die Zukunft“ – ein wirklich herausfordernder Zustand. Zumal wir ja gar nicht wissen, wann die Zukunft sein wird. Und das ist auch das Schöne daran, wir können sie gestalten und das Beste zurechtlegen. Also eine ideale Gelegenheit zum „Abstauben“.



Um die Zukunft etwas greifbarer zu machen nehmen wir die berühmte Glaskugel zu Hilfe und legen die Zukunft auf das Jahr 2020 fest. Das hilft ungemein beim Impuls geben, will sagen „beim Puls beschleunigen“, denn es sind ja nur noch gut 10 Jahre. In diesem Sinne herzlichen Dank für die Einladung zum Impuls geben.

Wir sprechen heute nur indirekt über die guten Gründe für eine Bücherei, sondern eher darüber, wie sich Büchereiarbeit gestalten lässt. Und keine Bange, es kommt auch mindestens einmal ein Buch darin vor.

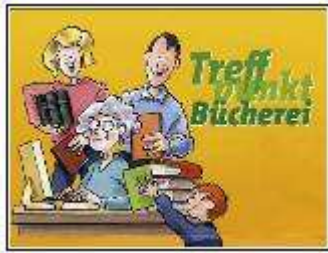
Lassen wir also die Zukunft etwas pulsieren – wie könnte es in 10 Jahren aussehen:



- Es wird keine Pfarrbüchereien mehr geben
- KÖB wird sich neu aufstellen und mit Veränderungen bewusst umgehen können
- OPL ist endgültig zum Auslaufmodell geworden
- Über EDV & Internet spricht man nicht mehr, man hat und tut es
- Büchereien werden einen neuen Stand der Kundenorientierung erreichen
- Das Papp-Bilderbuch bleibt ein Erlebnis

Wenn wir die ehrenamtliche Büchereiarbeit des Jahres 2020 betrachten, ist natürlich das wichtigste Element der/die freiwillig Engagierte. Da wir hier über die kirchliche Büchereiarbeit sprechen, ist das nichts Exotisches, sondern der Normalfall. Bei unseren kommunalen KollegInnen mag das genau anders herum sein. Mit genau diesen freiwillig Engagierten schlagen wir den Bogen nach 2020. Ich lade Sie ein, an Planungen über das nächste Jahrzehnt hinaus teilzuhaben.

Womit haben die Freiwilligen heute zu tun? Schauen wir uns die Welt der heute Handelnden mal an einem vielleicht fiktiven Beispiel aus der Büchereiarbeit etwas näher an.

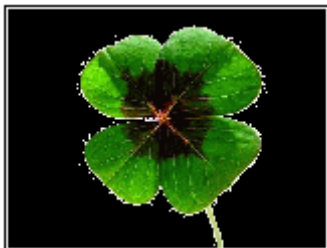


Im Mittelpunkt steht die Leiterin der Bücherei. Sie ist für alles zuständig und beherrscht das gesamte Spektrum aus Erfahrung: Buchauswahl, Kenntnis des gesamten Bestandes, Bedienung der EDV, Einteilung der Ausleihdienste, Fertigen der Jahresstatistik und Führen der Kasse. Sie leitet die Büchereihelferinnen an und teilt die Ausleihdienste ein. Rundschreiben der Fachstelle und des Borromäusvereins wertet sie aus und teilt das aus ihrer Sicht Wichtige den Helferinnen mit,

die alle im Ausleihdienst tätig sind. Und das aus gutem Grund: die Helferinnen haben sowieso nicht den Überblick und sollen auch nicht überfordert werden, sie klagen eh' schon über die vielfältige Belastung. Für den Pfarrer ist die Leiterin die Seele der Bücherei, er bedankt sich regelmäßig bei ihr für den geleisteten Dienst. Die Leiterin freut sich im Namen der Bücherei über den Dank des Pfarrers. Also – wir haben eine gut organisierte Bücherei: Leitung, die Helferinnen und den Pfarrer als Repräsentant der Gemeinde.

Leider kommen auf diese heile Welt massive Veränderungen zu. Seltsamerweise nehmen die Ausleihen seit zwei Jahren ab, die Gemeinde hat demnächst keinen eigenen Pfarrer mehr, die Damen und Herren des Pfarrgemeinderats/ Kirchenvorstands treten in den Vordergrund. Die Pfarrgemeinde wird mit anderen Gemeinden zusammengefasst, die Finanzen werden enger – alle denken an die Zukunft. Die Bücherei wird aufgefordert, ein Zukunftskonzept zu entwerfen.

Unserer bekannten Büchereileitung wird es recht mulmig bei diesem Vorhaben.



Zum Glück finden sich aus Kontakten des Pfarrgemeinderats (aus dem Besuchsdienstkreis Neubürger) vier Engagierte mit Erfahrung in der Medienwelt und der Teamarbeit. Diese vereint das Interesse an dem Projekt „Unsere zukünftige Bücherei“:

*„Hey, da bauen wir etwas auf, das macht Spaß, das Gestalten und Organisieren und zum Laufen bringen. Und wir bauen das Ding so, dass es auch in 10 Jahren gut aufgestellt und erfolgreich ist und Spaß macht.“*

Also packen die vier es an, nehmen die Erfahrung der Büchereileiterin dankend mit auf, recherchieren selbst über ähnliche Situationen und lassen sich von der Fachstelle begleiten. Ihr Motto: wir messen uns an dem Besten und picken die Rosinen von heute für unsere zukünftige Bücherei.



*„Dann fangen wir mal beim Team an.“ – „Warum beim Team? Wir sollten doch wohl erst mal über unsere künftigen Kunden Bescheid wissen, damit das dann auch zusammenpasst?“ – „Sicher, der Kunde steht im Mittelpunkt, aber uns gibt es schließlich schon!“*

So entsteht die erste Diskussion, aber man einigt sich schnell, dass zu viert zu wenig ist für die Bücherei der Träume. Was hier schon klar ist: man braucht Spezialisten.



*Welche? Das kommt, wenn die Bücherei fertig „ausgedacht“ ist – aber so ein Dutzend sollte es schon sein.*

*So geht die Planung weiter: „Vor allem werden wir als Team mit allen unseren Fähigkeiten agieren. Wir brauchen Spezialisten für Medienauswahl, für Veranstaltungen, für Öffentlichkeitsarbeit, für Lobbyarbeit und Finanzen, auch für die EDV, aber vor allem Generalisten für Ausleihe und Beratung. Eine gute interne Organisation unserer Arbeit mit EDV und Interneteinsatz ist Voraussetzung für unseren Kundenservice. Vor allem aber auch dafür, dass wir Leute dazu bekommen, die erwarten, dass wir auch bei unseren Arbeitsmitteln zeitgemäß ausgestattet sind. Unser Öffentlichkeitsarbeiter ist ganz wichtig – er/sie muss unsere Kunden dort erreichen, wo sie auch sonst erreichbar sind – auch per Internet.*

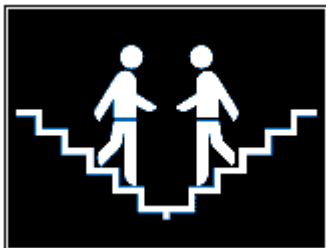


*Werden wir eine Leitung haben? Zumindest offiziell muss eine benannt werden; wir könnten auch die Leitung im Team wählen und dann rotieren. Es ist auch besser, Verantwortung auf mehrere Schultern zu verteilen. Es wird ein beliebig großes Kernteam geben, das „den Laden“ zusammenhält und voranbringt; ansonsten nutzen wir die Stärken unseres Teams. Das macht mehr Spaß, erweitert den Horizont und stärkt das Selbstwertgefühl des Einzelnen.*

*Wichtig ist, dass wir uns alle zusammen auf häufige Veränderungen einstellen, die wenigsten werden auf viele Jahre im Team bleiben. Zum einen, weil der Beruf künftig immer stärker Mobilität und Flexibilität verlangt, zum anderen, weil viele auch öfters mal etwas Neues machen möchten. Wenn wir auf Mitarbeitersuche gehen, müssen wir auch klar sagen, was wir bieten und was wir erwarten. ‚Wir erwarten Zuverlässigkeit und bieten Umgang mit Büchern‘ wird da wohl nicht reichen. Wir holen uns da am Besten noch eine Fortbildung über Teamführung und -kommunikation. Ob so etwas bei der Fachstelle überhaupt angeboten wird?*

*Dass wir allen im Team alle Informationen anbieten, ist ja wohl selbstverständlich. Newsletter-Abos von borromedien, dbv und Fachstelle bekommen natürlich auch alle zusammen mit den Links zu den Webseiten. Schließlich haben wir noch Gesamt-Teamtreffen, so viermal im Jahr könnte passen.“*

*Kommunikation ist nur ein Teil für das Teamgefühl. Im Vordergrund stehen interessante Themen und Vorhaben und die Möglichkeit, seine Kenntnisse einzusetzen und zu erweitern. Das bringt dann gemeinsame Erfolge, die es natürlich auch zu feiern gilt!*



*„Das gibt eine recht anspruchsvolle Gruppe und wird spannend, wenn wir uns an die Pfarrgremien wenden oder die Fachstelle „löchern“. Das wird viel gegenseitiges Kennenlernen und Aufeinandereingehen erfordern und manche auch „nerven“. Hauptsache wir haben keine Berührungängste und zögern nicht vor Veränderungen. Dass wir ein Teil unserer Gemeinde sind, ist uns bewusst, also leben und gestalten wir*

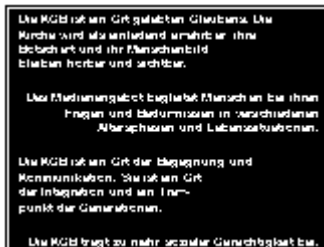
*gemeinsam. Wir könnten uns übrigens auch mal bei der kommunalen Ehrenamtsagentur bekannt machen...! Aber zuvor unterhalten wir uns nun wirklich über unser Angebot und unsere Kunden.“*



Mit „Angebot“ und „Kunde“ nähern sich unsere Planer den schwierigen Themen. Unbewusst ist der Kundenbegriff schon in Fleisch und Blut übergegangen. Es ist nicht die Rede vom „Leser“ – „Kunde“ sagt schon viel über den künftigen Umgang mit ihm/ihr aus. „Der Kunde steht im Mittelpunkt und damit überall im Weg“ trifft mit Sicherheit nicht mehr zu. Es wird also nicht nur etwas zum Lesen geben, es wird auch Service

geben, denn „wo Kunde, da auch Service“. Unsere Planer haben den Anspruch, dass ihr Angebot gut für die nächsten Jahre ist, also gehen sie sehr planvoll an dessen Gestaltung heran.

Erste Frage: „Für wen?“ Antwort. *„Für alle, da wir ja eine Katholische Öffentliche Bücherei sind.“* Dies wird bestätigt durch eine Erörterung im Pfarrgemeinderat, bei der festgestellt wird, dass die Bücherei ein wichtiger Bestandteil der Gemeindefarbeit ist. So wird ein Angebot für Menschen geschaffen, um sie vor dem Hintergrund des christlichen Weltbildes für Chancen im Leben zu unterstützen. Büchereiarbeit verbindet dabei Bildung, Kultur und Soziales – wiederzufinden in den Grunddiensten Diakonie und Verkündigung der Gemeinde.



Zweite Frage: „Was und wie bieten wir an?“ Sofort kommen unterschiedlichste Ansätze zur Sprache.



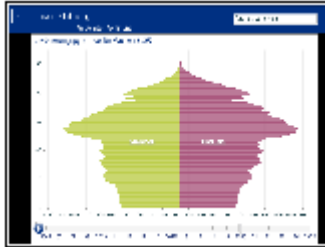
*„Keine Bücherei mehr zur klassischen Ausleihe, das wird Nebensache. Stattdessen gibt es Vorlesepaten, die mit dem Bücherkoffer in den Kindergarten und das Schwimmbad und mit der Bücherbox in die Schulklasse gehen. Oder eine Bücherparty veranstalten. Oder das Senioren-Bücher-Taxi. In den Seniorenheimen wird es die KÖB<sup>plus</sup>-Filialen geben, die von den Senioren selbstverwaltet und von der Bücherei nur aufgefrischt werden. Eine Variante dazu könnte die Bücherbox beim Einzelhändler und das Bücherdepot in der Tankstelle oder auf dem Busbahnhof sein.“*

Die KÖB also mehr oder weniger nur als Ergänzungsbücherei?

Die andere Fraktion sieht die „stationäre“ Bücherei im Mittelpunkt. Hier gibt es ein ansprechendes Ambiente, Bücher, Spiele, DVDs und andere Medien zur Ausleihe. Veranstaltungen aller Art finden in den Büchereiräumen statt. Wichtig dabei ist es, zielgruppengerechte Angebote zu gestalten. Vor allem aber soll es kein elitärer Lesezirkel oder „Buchverstehertreff“ werden. Man möchte Leseförderaktionen, von den Bücher-Babys über Bibfit bis zu den Silver Surfern anbieten. Darüber hinaus kann auch außerhalb auf die Bücherei aufmerksam gemacht werden, z.B. „3000 Schritte mehr“, „Bücher im Zug“, Lesen in der Friedhofskapelle oder im alten Sudhaus.

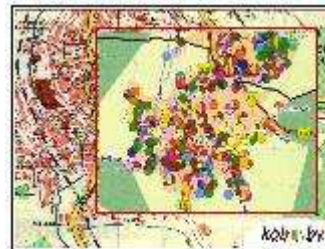
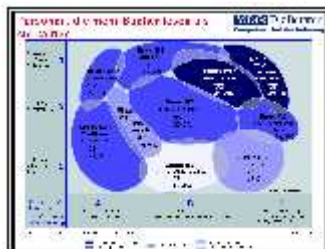
Die Diskussion kam trotz aller guten Ideen nun zum Stillstand: „Ja, für WEN wollen wir denn nun etwas anbieten?“ Klärung sollte nun ein klassisches Element eines Büchereikonzeptes bringen – die Umfeldanalyse.

Diese ergab den speziellen Blick in die Zukunft:



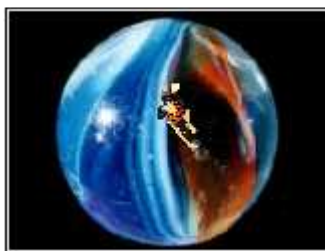
schnittlicher Anteil von Mitbürgern mit Migrationshintergrund. Negativer Bevölkerungszuwachs bis 2030 um 10% wird prognostiziert.“

„Kleinstädtisches Unterzentrum mit ca. 20.000 Einwohnern, nachlassender Industriestandort, zunehmender Übergang in eine Touristenregion. Seniorenanteil mit hoher Kaufkraft bei ca. 30% im Jahr 2025. Drei Kindergärten, drei Grundschulen mit Schülerbücherei und eine weiterführende Schule im städtischen Einzugsgebiet. Eine kommunale Bücherei (Umsatz 2,1 – wenig Veranstaltungen, hauptamtlich geleitet).



„Und wie sieht es mit dem Lesegewohnheiten aus?“ Hierzu lässt sich u.a. aus der SINUS-Studie feststellen, dass die lese- und ausleihoffenste Gruppe in 2020 die der Etablierten und Postmateriellen sein wird. Zunehmen wird die Zahl der „Lesefernen“ (auch Leseschwachen?). Der Umgang mit modernen mobilen und internetgestützten Kommunikations-

und Informationsformen wird zum Alltag gehören und Allgemeingut sein. Die soziale Schere wird weiter auseinanderklaffen. Die nachwachsende Generation wird ein hohes Konsum- und Servicebedürfnis haben. Die Kirchengemeinde wird bis 2020 um ca. 15% schrumpfen. Allerdings sind bereits zwei neue Stellen für Pastoralreferenten für die Seniorensorge fest eingeplant.



Aufgrund dieser vielen nützlichen Hinweise, die natürlich ihren Interpretationsspielraum haben, schauen unsere Planer nun doch noch einmal in die Glaskugel und finden sich erfreulicherweise darin wieder – ihre Alterstruktur entspricht der der sich verändernden und zu erwartenden Kundschaft. Das Team entschließt sich nun, nach eingehendem Blick in die Glaskugel, das Büchereiangebot auf diese Zielgruppen auszurichten:

- Kinder im Vorschul- und Grundschulalter
- Angehende Senioren
- „Mitnahmeeffekte“ zu den beiden Gruppen sowie aus der Gemeindegarbeit



Von der Form her wird die stationäre Bücherei genutzt, aber so oft wie möglich die Kunden auch außerhalb aufgesucht. Themenveranstaltungen, durchaus mit angemessenem Eintritt, und Aktionen in der Urlaubsregion (wie 3000 Schritte mehr) sollen zum öffentlichkeitswirksamen „Zusatzprogramm“ gehören. Dem sozialen Aspekt soll durch kostenlose Ausleihe und passende Veranstaltungen Rechnung getragen werden.

Das „Wie bieten wir an?“ war schnell und einhellig diskutiert: das Angebot soll zuverlässig und richtig gut erbracht werden. Bei der Vielzahl der Mitarbeiter und der Vielfalt des Bestandes kennt nicht mehr jeder Mitarbeiter alle Medien im Detail. Hier hilft ein gut gepflegter, mit Annotationen und Rezensionen versehener, Katalog. Vormerkungen, Benachrichtigungen und Medienvermittlung gehören zu den zusätzlichen Serviceangeboten, die auch aus dem Internet heraus nutzbar sind. Da die Kunden erwarten, auf den für sie bequemen und üblichen Wegen angesprochen zu werden, gehören Telefon, E-Mail und SMS zu den Standardwegen im Jahr 2020.



Dreh- und Angelpunkt wird für die Kunden der Internetkatalog sein, der dann und dort genutzt werden kann, wo und wie es für die Kunden bequem ist. Das kann unterwegs im Park oder Zug genauso sein wie abends auf der Couch. Der Internetauftritt ist vollkommen in die Öffentlichkeitsarbeit der Bücherei einbezogen. Veranstaltungshinweise und Berichte sind gut zu finden und mit vielen anderen Angeboten verknüpft. In den regionalen Blogs ist die Bücherei natürlich ebenso zu finden wie auf angesagten Webseiten, im Bücherei-Verbundkatalog und im überregionalen Kultur- und Veranstaltungskalender. Der Shop im KÖB-Internetauftritt darf natürlich auch nicht fehlen – „Geld verdienen im Schlaf - mit *borromedien*“.

Das alles auf Basis einer professionellen Bibliothekssoftware und als Internetkatalog ist selbstverständlich. Durch diese gute Unterstützung der Routinetätigkeiten bleibt viel Zeit und Raum für die Gespräche mit den Kunden in der Bücherei.

„So nebenbei – über die Medien in der Zukunft haben wir noch gar nicht gesprochen!“ – Wenn wir für 2020 planen, kommen wir nicht umhin, den einen oder anderen Titel nur als Download zu bekommen. Wie das funktionieren könnte, sehen wir heute schon an Film-Downloads oder bei den diversen Formen der eBooks. Aber – es geht weiterhin nichts über das Erlebnis „Buch“.



Alleine schon in der Medienerziehung ist es unersetzlich, obwohl sich natürlich alles in Richtung digital ändern lässt und man sich auch an vieles einfach gewöhnt. Als Kind mal in ein Papp-Bilderbuch zu beißen oder die Spielgefährten damit zu traktieren, das hat schon etwas Bleibendes. Die Technik muss noch viel erfinden, damit man den digitalen Buchersatz problemlos in die Ecke werfen oder heil vom Strand zurückbringen kann. Ich empfehle Ihnen dafür heute schon KeinBuch.

Welche Medien nehmen die Planer nun wirklich in ihren Bestand?



Da entwickeln sie sich wirklich zu „Abstaubern“ – sie lassen sich beraten. Fachstelle, *borromedien*, Besprechungen, Hitlisten und natürlich das eigene Gespür und der eigene Anspruch sind die Quellen. Und vor allem Ausprobieren und Zusammenarbeiten, Buchblocks auf Zeit mit den Nachbarbüchereien genauso wie die zugehörigen Erfahrungen austauschen.

Ob die Medienauswahl gut und auch passend ist, das bekommen unsere Planer nur durch den Kontakt mit den Kunden heraus. Im Gespräch oder durch einen geschriebenen Kommentar lernen sie die Meinung der Kunden kennen. Die Gespräche sind auch für die Kunden wichtig. Sich Zeit und Raum frei zu halten, um über Gott und die Welt zu reden, ist wichtig. Gemeinsame Bekannte wie ein Buch oder ein Film können gute Gelegenheiten dafür sein.



Die Büchereiplaner hatten sich entschieden, Büchereiarbeit auch in den Büchereiräumen stattfinden zu lassen. Also ist die nächste Frage „Wie soll die Bücherei aussehen? Welches Bild soll in Erinnerung bleiben?“. Die Antwort ist blumenreich: „schön, zeitgemäß, findbar, bequem, bunt, dekoriert, funktional, zielgruppengerecht – kurz gesagt: mehr Wohnzimmer als Archiv“. Einige spontane Besuche in angesagten „Mode-Buchhandlungen“ gaben unseren Planern den Rest. Als wichtigste Erkenntnis haben sie mitgenommen: der Raum soll kundengerecht gestaltet sein, erst in zweiter Linie bibliothekarsgerecht. Streng durchnummerierte raumhohe Regale passen eher zur Asservatenkammer der Kripo als zur Bücherei. Lesergerechte Regalhöhen, geneigte Böden zur Frontalpräsentation, öfters mal ein Stapel statt einer Buchreihe und integrierte Dekoration bringen Abwechslung und Kurzweil für neue Entdeckungen der Kunden. Individuelle Noten, professionell wirkendes Selbstgemachtes und ein Auge für Dimensionen, Licht, Farben und Gerüche machen die Raumgestaltung zu einem spannenden Abenteuer für unsere Planer.

Tritt die Bücherei „außer Haus“ in Erscheinung, so bleibt es auch hier spannend. Ein gut gestylter Handzettel oder einheitliche Aufkleber sind wichtig.

Aber das entscheidende Bild wird dann vom Bücherei-Team vermittelt: „schön, bunt, dekoriert, bequem ...“. Aber das gilt auch für den Büchereiraum: unfreundliche Bücherei-Mitarbeiter ruinieren das schönste Ambiente.



Nochmals spannend wird es im virtuellen Raum der Bücherei, der Internet-Homepage. Hier sind die Besucher ungleich kritischer und vor allem mit einem Klick wieder verschwunden. In der Bücherei machen nur die wenigsten auf dem Absatz kehrt. Beim Internetauftritt zählt vor allem: bequem, schnell, aktuell. Zu „bequem“ gehört auch „übersichtlich“, zu „schnell“ gehört auch, mit wenigen Klicks am Ziel zu sein. Und „aktuell“ sollte nur genannt werden, was es auch ist. Unsere Planer stauben hier wieder mal ab: sie nutzen die Internetplattform des Bistums und das *borromedien*-Partnerprogramm.

So kommen unsere Planer zu ihrem letzten Thema, das ihnen besonders am Herzen liegt, der Öffentlichkeitsarbeit. Sie sind mit einem klaren Vorsatz an die Planung ihres Projektes „Unsere zukünftige Bücherei“ herangegangen: da machen wir 'was draus, wenn schon, denn schon!

*„Also wirklich – was nutzt schon das schönste Angebot, wenn kein Mensch davon weiß? Gutes tun und darüber reden, gerne auch schreiben, das passt hervorragend zur*

öffentlichen Bücherei, die so auch ihr Teil zum positiven Image der gesamten Gemeinde beiträgt.“



Aber auch hier gilt es, keine Berührungsängste zu haben und vor allem keine Angst vor der eigenen Courage. Bücherei-Teams leisten Hervorragendes, sie investieren viel in ihr Hobby, es macht Spaß.

Unsere Planer meinen: „Wie zeigen das mit unserem Angebot für die Öffentlichkeit, holen wir uns auch die Erfolgserlebnisse aus der Öffentlichkeit. Es ist tatsächlich so: bei vielen Mitmenschen gehen bei „Bücherei“ sehr angestaubte Bilder durch den Kopf. Wir haben es in der Hand, zu zeigen wie wertvoll und wie spannend unsere Büchereiarbeit ist.“



Aber vergessen Sie dabei bitte nicht: die KÖB-Leute sind nicht die einzigen, die Gutes tun und darüber berichten wollen. Dies ist nun die Herausforderung für den Öffentlichkeitsarbeiter, den richtigen Ton und das richtige Maß zu finden. Auf alle Fälle gehören Pressearbeit und Internetauftritt unabdingbar zusammen. Und Sie müssen Ihren Internetauftritt auf herkömmlichen Wegen bewerben – in der Pressemitteilung, auf dem Handzettel, im Plakat und mit Links auf anderen Webseiten. Berührungsängste sind auch hier fehl am Platze – nehmen Sie die „seriöse“ Tageszeitung ebenso ins Visier wie das Anzeigenblättchen. Natürlich texten Sie zielgruppengerecht. Zum Beispiel können Sie den Entwurf der Borro-Pressemitteilung zur Erstkommunion ohne weiteres in den Pfarrbrief nehmen. Für das Anzeigenblättchen und die Tageszeitung empfiehlt sich allerdings ein angepasster Text.

Unsere Planer wissen es: sie arbeiten am Image der Bücherei, um es unverwechselbar aber authentisch „rüber zu bringen“. Sie wissen, dass heute nicht nur die reine Information zählt, denn Informationen möchte jeder geben. Es gehört auch eine gehörige Portion „Interessant-Sein“ dazu, um wahrgenommen zu werden. Sie nutzen dazu die professionellen Hilfsmittel, die der Borromäusverein bereitstellt, das bekannte Dreier-Logo, die Farbkombinationen und die Gestaltungselemente.



Unsere Büchereiplaner haben sich die Köpfe heiß geredet und sind aber ganz happy: „da haben wir doch einen richtigen Plan vor uns!“ Dieser wird uns auch helfen, Leute zu finden, die mitmachen. Die Chancen stehen gut, das sind interessante Themen, zeitlich abgegrenzt und gemeinsam mit engagierten Mitstreitern. Mit diesem Plan können wir auch zu unserem Träger und den Gremien gehen, um deren Unterstützung einzuholen.“

Obwohl – die obligatorische Skepsis gehört auch hier dazu. „Aber woher wissen wir eigentlich, dass wir auf dem richtigen Weg ins übernächste Jahrzehnt sind? Sind unsere Vorstellungen und Ideen zukunftsfähig?“

Mit Sicherheit, denn die Zukunft wird noch dreierlei bringen:



- Sie messen sich an den Besten und scheuen Sie nicht davor, sich mit andern Büchereien zu vergleichen.
- Sie nutzen Standards, das ist die einfachste Art und Weise abzustauben.
- Sie sprechen mit der Fachstelle, fordern deren Erfahrungsschatz ein und bewerten gemeinsam die Qualität der Büchereiarbeit.

Wenn Sie wissen, was Sie tun und warum sie es so tun, dann sind Sie auf dem besten Wege. Letztendlich entscheiden die Kunden über Akzeptanz und Qualität Ihres Angebots.



Unsere Planer haben sich intensiv mit machbaren und innovativen Ideen auseinandergesetzt und eine Büchereiarbeit entworfen, die sie für erstrebenswert, erfolgversprechend und zukunftsorientiert ansehen und für die sie sich engagieren wollen. Vieles davon ist nicht neu, es sind eher Dauerbrenner, die es einfach zu tun gilt.

Dieses Bild wird wohl für jede Bücherei im Detail etwas anders aussehen und anders umzusetzen sein. Deshalb hier die wesentlichen Eckpunkte und Impulse unserer Planer für die Zukunftsfähigkeit zusammengefasst:

<b>Plan</b>	Gehen Sie es unbedingt planvoll an. Wenn Sie es dann tun, so tun Sie es lustvoll.
<b>Team</b>	Es geht künftig nur noch im Team. Verwenden Sie mindestens soviel Zeit auf den Aufbau/die Pflege Ihres Teams wie Sie es für Ihren Medienbestand tun.
<b>Angebot und Service</b>	Büchereiarbeit wird ganz stark außerhalb der Büchereiräume stattfinden. Veranstaltungen und Service gehören dazu. EDV & Internet hat man.
<b>Kunde und Qualität</b>	Überprüfen Sie regelmäßig Ihre Wirkung auf Ihre Kunden. Ändern sich Ihre Kunden? Müssten Sie ggf. auch Veränderungen in der Bücherei anstoßen? Die Zufriedenheit Ihrer Kunden spiegelt sich auch in Besucher- und Ausleihzahlen wieder.
<b>Öffentlichkeitsarbeit</b>	Das wichtigste Element neben Team und Angebot. Tun Sie Ö nicht, dann gibt es Sie nicht.
<b>Vergleichen</b>	Scheuen Sie sich nicht vor Vergleichen und Lernen von Anderen. Stauben Sie ab, wo immer es geht. Tun Sie es ehrlich und bewusst.
<b>Verändern</b>	Nehmen Sie von Ihnen gesteuerte Veränderung als positiv wahr. Ihre Kunden werden Sie dazu anspornen – was Sie hoffentlich zulassen.

Da steckt so viel Energie und Kraft in den freiwillig Engagierten der Büchereiarbeit. Unsere Planer wissen, dass sie demnächst noch viele weitere „Kraftwerker“ für das Projekt „Unsere zukünftige Bücherei“ begeistern werden. Sie sind guten Mutes, auch wenn ihnen bewusst ist, dass das engagierte Vorhaben wohl mindestens drei Jahre in der Aufbauphase benötigen wird. Vielleicht geht es auch schneller, denn Ideen und Konzepte gibt es schon. Dann werden sich die ersten Effekte einstellen und die Büchereiarbeit am Puls der Zeit schlagen.



Sicher ist Ihr Puls, meine Damen und Herren, in der Zwischenzeit aus den verschiedensten Gründen immer wieder mal sehr schnell geworden. Das heißt, auch bei Ihnen ist Energie in Ihrem persönlichen Kraftwerk am Wirken.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg beim lustvollen Abstauben im Team der freiwillig Engagierten „Bücherei-Kraftwerker“. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

\*\*\*\*\*