

# Subito für Bedienstete der Universität Konstanz

Steigerung des Nutzungsgrades durch aktive Informationsvermittlung?

Jennifer Adler

Um ihren Benutzern mehr Service zu bieten, stellen Bibliotheken Dienste online bereit. Durch dieses Angebot soll der Benutzer mehr Selbständigkeit und Flexibilität gewinnen.

Die Online-Zugriffsmöglichkeit auf einen Dienst bedeutet aber nicht automatisch, dass dieses Angebot auch wirklich wahrgenommen wird. Häufig sind dem Benutzer die neuen Dienste nämlich nicht bekannt, oder er ist nicht bereit, sich damit auseinanderzusetzen. Traut er sich tatsächlich an das Angebot heran, wird er oft vor dem EDV-Arbeitsplatz mit seinen Fragen allein gelassen; ihm fehlt ein Mitarbeiter der Bibliothek als Betreuungs- und Schulungsinstanz. Bevor der Benutzer viel Zeit und Aufwand in die Einarbeitung investiert, verzichtet er lieber auf den neuen Online-Service der Bibliothek.

Damit die reine Online-Technik zu einer wirklichen Dienstleistung wird, müssen also konzeptionelle und didaktische Aspekte hinzukommen. Bibliotheken müssen ihre Dienste bekannter machen, sowie bei deren Nutzung anleiten und unterstützen.

Da sich Benutzer meist nicht selbst an die Bibliothek wenden, um sich von den Mitarbeitern im Umgang mit neuen Diensten schulen zu lassen (zu viel Aufwand oder es liegt ein sog. latentes Informationsbedürfnis vor, d.h., die Person weiß nicht, dass sie eine Wissenslücke hat), bringt eine rein passive Informationsvermittlung keinen Erfolg (bei passiver Informationsvermittlung reagieren die Mitarbeiter allein auf Anfragen der Benutzer).

Zusätzlich zeigen die Erfahrungen, dass Informationen und Dienstleistungen der Bibliothek, die auf eine anonyme Allgemeinheit ausgerichtet

sind, nicht gut angenommen werden. Es stellt sich die Frage, ob persönliche Kommunikation und individuelle Beratung erfolgreicher sind.

Aktive Informationsvermittlung ist gefragt: Die Mitarbeiter werden selbst aktiv, um Benutzer auf Dienstleistungen hinzuweisen, die für sie interessant sein könnten. Man wartet also nicht, bis der Kunde den ersten Schritt macht, sondern geht persönlich auf ihn zu.

Auch für die Bibliothek der Universität Konstanz galt es, sich mit der Fragestellung zu beschäftigen, wie Online-Dienste den Benutzern näher gebracht werden können. Um Erfahrungen mit der aktiven Informationsvermittlung zu sammeln, sollte in einem Projekt untersucht werden, wie Benutzer auf ein persönliches Betreuungs- und Beratungsangebot reagieren und ob sich ihr Verhalten dadurch beeinflussen lässt. Als Untersuchungsgegenstand diente das subito-Angebot der Bibliothek für wissenschaftliche sowie nicht-wissenschaftliche Bedienstete der Universität.

Vor der Projektbeschreibung und den gesammelten Erfahrungen zunächst einige Informationen zum Konstanzer subito-Service.

Das subito-Angebot der Bibliothek für Bedienstete der Universität Konstanz

Die Universitätsbibliothek Konstanz bietet seit Sommer 1999 den wissenschaftlichen und nicht-wissenschaftlichen Bediensteten der Universität Konstanz (etwa 800 Personen) die Möglichkeit, über den Dokumentlieferdienst subito kostenlos Aufsatzkopien zu bestellen und sich diese direkt an den Arbeitsplatz liefern zu lassen (<http://www.uni-konstanz.de/Do-kulief.htm>). Seit es subito.3 gibt, akzeptiert die Bibliothek auch, dass die Wissenschaftler zu ihren Lasten über

diesen Dienst Monographien bestellen.

Schon lange zahlt die Bibliothek den Bediensteten der Universität Konstanz die Gebühren für konventionelle Fernleihe, insofern ist die Übernahme der Kosten für subito nur die konsequente Fortsetzung des bisherigen Verfahrens. Die subito-Entgelte werden den Wissenschaftlern nicht erstattet, sondern die Rechnungen gehen von den Lieferbibliotheken direkt an die Bibliothek. Um die Gebühren möglichst niedrig zu halten, besteht die Abmachung mit den Bediensteten, dass bei Zeitschriftenaufsätzen nur die elektronische Lieferung im Normaldienst bezahlt wird.

Subito ist zwar teurer als die Fernleihe, die Kosten können aber zum Teil dadurch amortisiert werden, dass die UB Konstanz als subito-Lieferbibliothek mit hohem Umsatz und niedrigen Kosten Überschüsse erwirtschaftet. Außerdem nimmt allmählich das Aufkommen an Fernleihbestellungen auf Aufsätze durch Konstanzer Wissenschaftler (nehmende Fernleihe) ab, womit Personalkapazität frei wird. So können Kosten bei der Fernleihe eingespart werden, die man in subito investieren kann. Bislang fiel diese freiwerdende Personalkapazität allerdings größtenteils den Stellenstreichungen zum Opfer, die der Bibliothek im Rahmen des "Solidarpaktes" auferlegt wurden. Kosten werden zusätzlich dadurch reduziert, dass die Bibliothek an der subito-Zentralregulierung teilnimmt. In der Haushaltsabteilung der Universität fällt so nur ein geringer Aufwand beim Begleichen der Rechnung an.

Die Bibliothek erfüllt mit ihrem subito-Angebot Erwartungen und Wünsche ihrer Benutzer. 1995 wurden in einer Fragebogenaktion deren Be-

dürfnisse bezüglich der Fernleihe abgefragt. Am wichtigsten war den Konstanzer Benutzern neben einer angemessenen Lieferzeit der Bestellung die Qualitätsverbesserung der Dienstleistung. Sie wünschten sich einen zuverlässigen Dienst mit garantierter Auskunft darüber, ob und wann ihre Bestellung eines Zeitschriftenaufsatzes erledigt wird.

Das Konstanzer subito-Verfahren bietet den Wissenschaftlern der Universität:

- die Lieferung eines Zeitschriftenaufsatzes innerhalb von 72 Stunden (die durchschnittliche Lieferzeit liegt bei 30 ½ Stunden),
- eine Meldung, sollte die Bestellung nicht innerhalb dieser Zeit erledigt werden können,
- Lieferung als Attachment an die eigene E-Mail-Adresse (dadurch an jedem beliebigen Arbeitsplatz abrufbar).

Für eine konventionelle Fernleihbestellung muss ein Benutzer nur die ihm bekannten bibliographischen Daten in ein Formular eintragen; den Rest erledigt die Bibliothek. Die Aufgabe einer subito-Bestellung stellt für den Benutzer mehr Arbeitsaufwand dar (Recherche nach der Zeitschrift in der Datenbank, Auswahl einer Lieferbibliothek, nach einer Negativmeldung muss die Bestellung ggf. ein zweites Mal aufgegeben werden). Dennoch schätzen viele Benutzer diesen Dienst als spürbare Verbesserung. Da für sie Transparenz, Zuverlässigkeit und Liefergeschwindigkeit des Verfahrens im Vordergrund stehen, nehmen sie das Angebot der Bibliothek gerne an. Inzwischen geben die Wissenschaftler der Universität Konstanz mehr als 600 subito-Bestellungen pro Monat auf. Beinhaltet sind hier Zeitschriftenaufsätze und Monographien, wobei Letztere aber nur einen geringen Umfang ausmachen (derzeit unter 50 Bestellungen je Monat). Bezogen auf die Gesamtzahl der Dokumentenlieferungen für Bedienstete der Universität (konventionelle Fernleihe und subito) haben die subito-Bestellungen bereits einen Anteil von etwa 40%. Aber es ist noch weiteres Potential für dieses Verfahren vorhanden. Im Jahr 2002 wurden pro Monat im Durch-

schnitt 308 konventionelle Fernleihbestellungen auf Zeitschriftenaufsätze durch wissenschaftliche Mitarbeiter aufgegeben. Aufgrund der guten Nachweislage von Zeitschriften kann man davon ausgehen, dass die meisten dieser Bestellungen auch über subito hätten erledigt werden können. Noch einige Anmerkungen zu den bisherigen Konstanzer Werbemaßnahmen für subito: Die Information über die Freigabe für wissenschaftliche und nicht-wissenschaftliche Bedienstete der Universität erfolgte per Rundbrief an die Fachbereichssprecher sowie per Sammel-E-Mails der Fachreferenten an die Fakultäten oder Fachgruppen. Zusätzlich werden Informationen über die Homepage der Bibliothek, durch die Mitarbeiter der Benutzung, durch die Fachreferenten bei Fachbereichssitzungen oder im Rahmen von Zeitschriftenabbestellungen verbreitet.

### Projektbeschreibung

Ziel des in Konstanz durchgeführten Projektes war es, am Beispiel des subito-Angebotes der Bibliothek zu überprüfen, wie Benutzer auf ein persönliches Beratungsangebot reagieren und ob sich ihr zukünftiges Bestellverhalten dadurch beeinflussen lässt. Darüber hinaus erschien es für die Bibliothek interessant zu erfahren, aus welchen Gründen die Benutzer diese Bestellmöglichkeit bislang nicht verwendet haben.

Der Projektablauf gliederte sich in folgende drei Abschnitte:

#### **Abschnitt 1: Ermitteln der Benutzer, die konventionelle Fernleihbestellungen auf Zeitschriftenaufsätze aufgaben, aber subito hätten nutzen können**

Zunächst wurden aus der Konstanzer Fernleihdatenbank (= konventionelle Fernleihe) die Bestellungen abgezogen, die wissenschaftliche und nicht-wissenschaftliche Bedienstete der Universität im Mai 2003 auf Zeitschriftenaufsätze aufgegeben hatten. Anschließend wurden sie darauf überprüft, ob sie über subito hätten erfolgen können, was auf 222 Fälle (von insgesamt 251) zutraf. Diese Bestellungen stammten von 62 unterschiedlichen Benutzern.

#### **Abschnitt 2: Telefonisches Beratungsgespräch mit dem Angebot einer Einführung in subito**

Der nächste Schritt des Projektes bestand nun darin, mit diesen Benutzern ein telefonisches Beratungsgespräch zum subito-Service der Bibliothek zu führen. Vorgesehen waren dafür fünf Arbeitstage im Juni 2003.

Um einen möglichst ähnlichen Gesprächsablauf zu erreichen, wurden die Telefonate nach einem Gesprächsleitfaden geführt. Sie begannen mit dem Hinweis, dass die Bibliothek darum bemüht ist, ihr Dienstleistungsangebot im Bereich der Dokumentlieferung zu verbessern. Die Benutzer wurden auf subito angesprochen und die Vorteile beschrieben. Es folgte das Angebot einer ca. 20-minütigen Einführung direkt an deren Arbeitsplatz. Abschließend wurde eine E-Mail mit dem vereinbarten Termin und den Kontaktdaten des Ansprechpartners in der Bibliothek angekündigt.

Insgesamt gelang es, 50 Benutzer telefonisch zu erreichen.

In 19 Fällen waren Besteller und Besitzer des Ausweises nicht identisch; um Ersterer persönlich zu sprechen, wurden hier meist mehrere Telefonate notwendig. Während der Mittelbau bis auf wenige Ausnahmen selbst bestellt, geben die meisten Professoren ihre Bestellungen nicht selbst auf. Unter den 50 Erreichten waren 19 Professoren, Privatdozenten oder Lehrbeauftragte; 14 davon lassen ihre Bestellungen von wissenschaftlichen Hilfskräften oder Sekretärinnen erledigen. Interessant sind diese Informationen für die Zielgruppenbestimmung bei subito-Werbemaßnahmen: von diesen müssen weniger die Professoren, als vielmehr der Mittelbau, die Sekretärinnen und wissenschaftlichen Hilfskräfte angesprochen werden.

Die Gesprächspartner nannten während der Telefonate Gründe, warum sie von subito nicht Gebrauch machen.

In insgesamt 22 Fällen lässt sich die Nicht-Nutzung auf unzureichende Informationen zurückführen: Die Benutzer kannten diese Möglichkeit nicht, ihnen waren die Vorteile des Verfahrens unbekannt, oder es fehlte die Information der Kostenübernahme durch die Bibliothek.

Bei 11 Benutzern beruht die Ableh-

nung von subito auf schlechten Erfahrungen: diese können teilweise auf unerkannte Benutzungsfehler zurückgeführt werden (z.B. Recherchefehler oder es war nicht bekannt, dass man nach einer Negativmeldung das Verfahren erneut anstoßen muss), in anderen Fällen wurde die Qualität der Lieferung oder das aufwändige Bestellverfahren bemängelt.

Acht Bedienstete gaben als Grund an, mit den Geldern der Universität sparsam umgehen zu wollen, weil die Fernleihgebühr niedriger ist als die subito-Entgelte.

Vier Benutzer erwähnten, dass sie viele ihrer Bestellungen bereits über subito aufgeben würden.

In drei Fällen wurde die Einarbeitung als zu aufwändig bezeichnet.

Ein Benutzer stellte fest, dass er "keine Lust auf weiteren Technikmüll" habe und nur einer der Erreichten war nicht bereit, eine Auskunft zu geben. Fragen zu bzw. Probleme mit subito wurden während der Telefonate besprochen. Erwähnenswert ist, dass die Bediensteten der Universität die Gespräche auch nutzten, um andere Fragen zur Bibliothek zu klären.

### Abschnitt 3: subito-Einführung

Bestandteil der Telefonate war, den wissenschaftlichen und nicht-wissenschaftlichen Bediensteten der Universität subito-Einführungen anzubieten. Um das Verfahren für die Benutzer möglichst unkompliziert zu gestalten, sollten die Einführungen direkt an deren Arbeitsplätzen stattfinden.

Insgesamt konnten 15 Termine vereinbart werden (30% der Erreichten nahmen das Angebot an). Benutzer sind eher bereit, auf Angebote zur Vermittlung von Informationskompetenz einzugehen, wenn für sie ein direkter Bezug gegeben ist. Bei allgemeinen Schulungen ist oft unklar, warum es wichtig sein kann, daran teilzunehmen. Im hier beschriebenen Fall setzte das Angebot jedoch direkt am "point of use" an, wodurch die Bereitschaft, sich beraten zu lassen, schneller vorhanden war.

Da die Schulungsinteressierten teilweise auf eigene Initiative weitere Kollegen zur Einführung mit einlu-

den, konnten insgesamt 25 Benutzer erreicht werden.

Die Einführungen dauerten in der Regel nicht länger als 20 Minuten. Sie waren mit Absicht kurz gehalten und beschränkten sich auf das Wesentliche. Der Teilnehmer sollte die erste Scheu vor dem Umgang mit dem neuen Dienst verlieren, anstatt vermittelt zu bekommen, er müsse erst eine Menge lernen, bevor er subito nutzen kann. Als Übungsbeispiele dienten die aufgegebenen Fernleihbestellungen der Benutzer, teilweise hatten diese auch Fragen vorbereitet. Jede Einführung endete mit dem Hinweis darauf, dass die Mitarbeiter der Bibliothek bei allen Fragen und Problemen jederzeit gerne ansprechbar seien.

### Welche Wirkung zeigt aktive Informationsvermittlung?

Aktive Dienstleistungen eigenen sich hervorragend, um in der Universität die Wahrnehmung der Bibliothek als kompetenten Spezialisten im Bereich Informationsvermittlung zu stärken. Durch ihre Bemühungen wurde die Bibliothek von den Benutzern als aktiver Partner im Universitätsgeschäft erlebt. Die Mitarbeiter der Universität haben das Engagement sehr gelobt, zeigten sich begeistert, dass die Bibliothek sich Zeit für den Einzelnen nimmt und Schulungen direkt am Arbeitsplatz anbietet. Das Projekt wirkt sich positiv auf das Image der Bibliothek aus.

Aber führen die Bemühungen tatsächlich auch zu einer Veränderung im Bestellverhalten der Benutzer? Wechseln diese nach dem telefonischen Beratungsgespräch und der Einführung wirklich zu subito oder greifen sie weiterhin auf die konventionelle Fernleihe zurück?

Für eine Stichprobe wurden die Bestelldaten der konventionellen Fernleihe und die subito-Bestelldaten der Monate Juni bis August 2003 auf Zeitschriftenaufsatzbestellungen der angesprochenen Benutzer hin durchsucht. Von den 50 Kontaktierten gaben 31 zwischen Juni und August wieder Bestellungen auf. Dafür nutzten 14 nur subito, neun subito und die konventionelle Fernleihe sowie acht

nur die konventionelle Fernleihe.

Die Zahlen weisen darauf hin, dass man einigen Bediensteten der Universität den Zugang zu subito durch die persönliche Ansprache und Betreuung erleichtern konnte. Sie wurden erst durch das Telefonat auf diese Bestellmöglichkeit aufmerksam, oder die Einführung machte ihnen die Einarbeitung leichter.

Es gibt aber auch Benutzer, die trotz der Bemühungen der Bibliothek weiterhin nur die konventionelle Fernleihe verwenden (drei davon haben auch an einer Einführung teilgenommen). Der Hauptvorteil von subito gegenüber der konventionellen Fernleihe liegt eindeutig in der schnellen Lieferzeit. Ist für die betreffende Person dieser Aspekt nicht überzeugend, bleibt sie aus Gewohnheit, Scheu oder einer grundsätzlichen Skepsis gegenüber modernen Bestell- und Lieferformen eher bei der konventionellen Fernleihe. Zumal das "alte" System ja nicht schlecht ist und die Aufgabe einer subito-Bestellung mehr Aufwand bedeutet. Es wird immer Benutzer geben, die trotz persönlicher Ansprache und Betreuung nicht bereit sind, auf neue Dienstleistungen umzusteigen. Damit Online-Dienste von vielen Benutzern wahrgenommen werden, müssen Bibliotheken diese stärker vermarkten. Aktive Informationsvermittlung in Form eines Beratungsgesprächs stellt zwar ein aufwändiges und personalintensives Verfahren dar, kann aber ein erfolgreiches Mittel sein, um auf neue Serviceangebote aufmerksam zu machen. Außerdem erhält die Bibliothek über den persönlichen Kontakt hilfreiche Informationen zur Verbesserung ihrer Dienstleistungen und wie bereits erwähnt, sollten die positiven Auswirkungen auf ihr Image nicht unterschätzt werden: Benutzer würdigen die individuelle Ansprache als Dienstleistung der Bibliothek. Mit einem Ausbau des hier beschriebenen Ansatzes der aktiven Informationsvermittlung könnte sich die Bibliothek der Universität Konstanz ein geeignetes Instrument schaffen, zukünftig Informationen zu ihren Online-Diensten unter den wissenschaftlichen und nicht-wissenschaftlichen Bediensteten der Universität bekannter zu machen.