

Gerda Stecher

AK-BÜCHEREI INNSBRUCK

MAXIMILIANSTRASSE 7, 6020 INNSBRUCK



PROJEKTARBEIT IM RAHMEN DER AUSBILDUNG

FÜR BIBLIOTHEKARINNEN ÖFFENTLICHER BIBLIOTHEKEN

IM GEHOBENEN FACHDIENST

2010-2012

Jänner 2012

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	3
Einleitung	4
Ziele und Leitfragen.....	5
Projektplanung	6
Projektauftrag.....	8
RECHERCHE	9
E-Book, was ist das?	10
Wie kommt das E-Book zur Anwendung?.....	12
Wie kommt das E-Book in die AK?	14
Die Eckpunkte des E-Book- Ankaufs	17
Urbestand und Weg zum Download	19
BENUTZER- ANALYSE.....	21
Vorspann.....	22
Durchführung	35
AUSWERTUNG	36
Die Quintessenz der Auswertung	64
Maßnahmen und Konsequenzen.....	66
ABSCHLUSS	69
Kritische Reflexion.....	70
Danksagung	72
Literaturverzeichnis	73
ANHANG	74

Abstract



Die Österreichische Arbeiterkammer hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, bei der Verwirklichung der Vision von „Libraries without walls“ bundesweit zu den Ersten zu zählen. Eingedenk der Tatsache, dass die AK-Länderkammern zu den wichtigsten Trägern des öffentlichen und wissenschaftlichen Bibliothekswesens in Österreich gehören, wurde unter Nutzung der vorhandenen Infrastruktur mit Stichtag 23. März 2011 die erste überregionale digitale Bibliothek Österreichs ins Leben gerufen.

Eine gezielte Benutzerbefragung in Tirol verfolgte ein halbes Jahr nach Einführung der E-Medien zwei Ziele: einerseits eine erste Evaluierung der AK Bibliothek digital durchzuführen, andererseits die Basis für konkrete Verbesserungsmaßnahmen beim Bestandsaufbau und für Marketingvorschläge zu schaffen.

Einleitung



Als hybride Bibliothek, also mit einem Angebot von sowohl physischen als auch elektronischen Medien, präsentiert sich die AK-Bücherei Innsbruck seit 23. März 2011.

Mein Projekt im Zuge der BVÖ-Ausbildung zur Bibliothekarin des gehobenen Fachdienstes dreht sich rund um die neuen Digitalmedien. Ich habe es mir zum Ziel gesetzt, die Einführung der E-Books in unserer Bibliothek mitzuverfolgen. Die Analyse einer gezielten Benutzerbefragung und der Erfahrungsschatz der ersten sechs Monate „Online-Ausleihe“ bilden die Basis für konkrete Verbesserungsmaßnahmen beim Bestandsaufbau und Marketingvorschläge.



Ein neues Zeitalter des Lesens ist angebrochen. Während digitale Literatur zur Jahrtausendwende noch in den Kinderschuhen steckte, hat sie bei Fachpublikationen inzwischen längst eine unübersehbare Marktbedeutung erlangt und überzeugt im zunehmenden Maß auch Konsumenten von Unterhaltungslektüre. Elektronische Bücher, sogenannte E-Books, sind heute aus Internet-Shops nicht mehr wegzudenken.

Komfortable Lesegeräte, seien es spezielle E-Book-Reader, Smartphones oder Tablet-PCs unterstützen deren Verbreitung.

Dazu kommt, dass die Anzahl derer, für die Informationsvermittlung mit Hilfe elektronischer Geräte eine Selbstverständlichkeit darstellt, rapide anwächst.

Als moderne Bibliothek darf die AK-Bücherei Innsbruck diesen neuen Trend natürlich nicht versäumen, weshalb seit März 2011 das breitgefächerte Angebot mit der „Digitalen AK-Bibliothek“ ihre zeitgemäße Erweiterung findet.

Ziele und Leitfragen



1. Wie haben unsere KundInnen den neuen E-Book-Bestand aufgenommen? Inwieweit hatte die Einführung Erfolg?

2. Wie kann die AK-Bücherei Innsbruck ihr E-Book-Angebot bedarfsgerecht auf- und nachrüsten?

3. Wie kann die AK-Bücherei Innsbruck ihren E-Book-Bestand besser bewerben / ihre KundInnen besser erreichen?

Projektplanung



Terminplan und Balkendiagramm



Ablaufplan

	Okt.10	Nov.10	Dez.10	Jan. 11	Feb.11	Mär.11	Apr.11	Mai.11	Jun.11	Jul.11	Aug.11	Sep.11	Okt.11	Nov.11	Dez.11	Jän.12	Feb.12	Mär.12
Start																		
Recherche																		
<i>E-Books und Anwendung</i>																		
<i>E-Books und AK Tirol</i>																		
<i>Eckpunkte Ankauf</i>																		
<i>Weg zum Download</i>																		
Benutzerbefragung																		
<i>Vorspann</i>																		
<i>Ausarbeitung</i>																		
<i>Durchführung</i>																		
Auswertung																		
<i>Einzel- / Gesamtauswertung</i>																		
<i>Quintessenz</i>																		
<i>Maßnahmen/Konsequenzen</i>																		
Abschluss																		
<i>Danksagung, Reflexion</i>																		
<i>Präsentation</i>																		

Projektbeteiligte und Verantwortlichkeiten

Das Projektteam besteht aus:



Gerda Stecher: Als Teilnehmerin des Ausbildungskurses Ha2010-b1 obliegt mir das Projektmanagement.

Foto: Hofer

Mag. Rita Ostermann (von Ende Oktober 2010 bis 23.08.2011): Die Leiterin der AK-Bibliothek Innsbruck liefert Basisinformationen und unterstützt meine Tätigkeit mit ihrem Fachwissen.



Foto: AK Tirol



Meiner Tochter **Romana Stecher:** Die Zweitplatzierte des nationalen Projektwettbewerbs „Jugend innovativ“ 2010 steht mir mit ihrem Projekt- und EDV-Knowhow zur Seite.

Foto: Hofer

Der Projektauftrag stammt vom Leiter der Tiroler AK-Bildungsabteilung, **DDr. Erwin Niederwieser**. Betreut wird das Vorhaben von BVÖ-Geschäftsführer **Mag. Gerald Leitner**.

Die Kommunikation mit den Beteiligten erfolgt mehrmals wöchentlich. Zudem stehe ich als Projektmanagerin auch in regelmäßigem Kontakt zum Auftraggeber BVÖ sowie zu E-Book-Anwendern.

Projektauftrag



Projektname	Das E-Book auf dem Weg zum Benutzer – Eine Praxisanalyse
Auftraggeber	Bildungsabteilung der Arbeiterkammer Tirol DDr. Erwin Niederwieser
Projektteam	Gerda Stecher Mag. Rita Ostermann Romana Stecher
Start	26. Jänner 2011
Ende	Jänner 2012
Projektleiterin	Gerda Stecher
Projektbetreuer	BVÖ-Geschäftsführer Mag. Gerald Leitner
Projektziel	<ul style="list-style-type: none">• Durchführung und Interpretation einer Online-Benutzerbefragung• Schlussfolgerungen mit konkreten Verbesserungs- und Marketingvorschlägen

Innsbruck, am 2. Mai 2011

DDr. Erwin Niederwieser
Auftraggeber

Gerda Stecher
Projektleiterin

RECHERCHE

E-Book, was ist das?



Als Quelle für dieses Kapitel diente mir Wikipedia¹

Begriffsklärung

Als E-Book gilt ein in digitaler Form verfügbares Buch, das der Nutzer mit Hilfe geeigneter EDV-Programme abrufen kann.

Dies erklärt auch die beiden, im Deutschen geläufigen Begriffe „elektronisches Buch“ und „Digitalbuch“.

Wurzeln und erste konkrete Ansätze

Die Überlegung, Bücher in digitaler Form verfügbar zu machen, ging mit der rasant zunehmenden Bedeutung der elektronischen Datenverarbeitung und der sich formierenden Informationsgesellschaft (also einer auf Informations- und Kommunikationstechnologien basierenden Gesellschaft) Hand in Hand.

Erste Wurzeln finden sich im nicht kommerziellen „Project Gutenberg“, das seit 1971 rechtefreie Literatur kostenlos in digitaler Form anbietet. Anfänglich war das Textformat noch unstrukturiert und hatte nichts mit einem Buch gemeinsam, inzwischen wird jedoch im E-Book-Format veröffentlicht.

Die digitale Verfügbarkeit von Büchern war von Anfang an Konzeptbestandteil des World Wide Web („Weltweites Netz“), das 1991 zur allgemeinen Benutzung freigegeben wurde. Die ersten konkreten Anfänge des E-Books sind in einem Gemeinschaftsprojekt des Instituts für Technische Mechanik an der Universität Karlsruhe (TH) und IBM Deutschland, der Tochterfirma des US-amerikanischen IT- und Beratungsunternehmens, zu finden, in dessen Rahmen erstmals digitalisierte Vorlesungen veröffentlicht wurden.

Im Verlauf der 1990er Jahre wurden im zunehmenden Maß Investoren auf den noch jungen Begriff „E-Book“ neugierig. Schließlich stand außer Zweifel, dass diese Innovation eine gravierende Einsparung bei Herstellung und Vertrieb von Büchern mit sich bringen würde.

Digitalisierung in Buchhandel und Bibliotheken als Wegbereiter des E-Books

Gleichzeitig entwickelten sich auf Bücher spezialisierte Online-Vertriebsfirmen wie Amazon, die Logistik und Bestellwesen radikal rationalisierten, damit in kurzer Zeit eine marktbeherr-

¹ Wikipedia (<http://de.wikipedia.org/wiki/E-Book>) abgerufen am 10. Feber 2011

schende Stellung erreichten und dem gedruckten Buch nie gekannte Auflagen bescherten. In den Bibliotheken hielten digitale Angebote wie Internet und Web-Opac, Kundenkommunikation via E-Mail und sog. Neue Medien (CDs, DVDs, CD- und DVD-ROMs) Einzug.

Experiment und Nischenprodukt

Das E-Book blieb wirtschaftlich vorerst ein Nischenprodukt. Vielfach wurde zeitgenössische Literatur digitalisiert und unter anderem auf tragbaren Kleinstcomputern (sogenannten PDAs = Personal Digital Assistants), den Vorläufern der heutigen E-Book-Reader, gelesen.

Die derartige Verbreitung von Schriftwerken geschah im Allgemeinen ohne Einverständnis der Rechte-Inhaber. Eine gerichtliche Verfolgung dieses Deliktes unterblieb jedoch, da es sich meist um vergriffene oder mindestens ein Jahr alte Bücher handelte.

Mehrere Verlage experimentierten mit E-Books. So startete zum Beispiel auch Bertelsmann den Versuch, E-Books kommerziell zu vertreiben. Im Rahmen der „Bertelsmann Electronic Edition“ (abgekürzt „BEE“) wurden bekannte Printwerke mit Multimediainhalten angereichert und in CD-ROM-Form als sogenannte „BEE-Books“ auf den Markt gebracht.

Durchbruch bei Fachpublikationen - die Lawine kommt ins Rollen

Eine unübersehbare Marktbedeutung erreichten E-Books seit der Jahrtausendwende bei Fachpublikationen. 2007 waren weltweit bereits 30 % aller Fachbücher als E-Books erhältlich.

Dass diese Entwicklung auch auf die sogenannten Publikumsverlage überschwappen würde, war nur noch eine Frage der Zeit. Bereits 2008 meldeten Random House, die weltgrößte englischsprachige Verlagsgruppe, und der britische Penguin-Verlag „exponentiell wachsende“ E-Book-Umsätze.

Dem allgemeinen Trend folgend, kündigten nun auch deutsche Publikumsverlage wie Droemer Knauer E-Books an.

2010: Amazon verkauft mehr E-Books als gebundene Bücher

Machten bei Amazon die E-Book-Verkäufe im Jahr 2008 bereits respektable 6 % des Gesamtabsatzes aus, so war dies erst der Anfang einer sich bald rasant steigernden Entwicklung. Der weltweit größte Medienhändler im Internet meldete für Juni 2010 erstmals, dass mehr E-Books als traditionelle Bücher verkauft wurden.

Der nationale Verband der amerikanischen Buchverlagsbranche (die „Association of American Publishers“) sprach von einem 207%igen Anstieg der E-Book-Verkaufszahlen im Zeitraum zwischen 2009 und 2010.

Angesichts dieser Fakten ist es nicht mehr als eine logische Schlussfolgerung, dass das E-Book auch die Bibliotheken rund um den Erdball erobert.

Wie kommt das E-Book zur Anwendung?



Als Quelle für dieses Kapitel diene mir Wikipedia²

E-Books können einerseits mit Hilfe speziell dafür ausgerichteter Geräte gelesen werden, andererseits aber auch auf universell nutzbaren PCs, Notebooks, PDAs u.ä. zur Anwendung kommen, die mit Programmen zur Darstellung von E-Book-Dateien ausgestattet sind.

E-Book-Reader:

Sie haben den Vorteil, genau für ihren Einsatzzweck, das Lesen von E-Books, konzipiert zu sein.

Im Gegensatz zu Standard-PCs und Notebooks sind sie kleiner und handlicher, einfach zu transportieren und leicht. Darüber hinaus wurde bei ihrer Gestaltung auf die Erhaltung des Buchcharakters Wert gelegt.

Den ersten Reader brachte der japanische Elektronikgigant Sony 1990 als „Data-Discman“ auf den Markt, auf dem Mini-CD-ROMs lesbar gemacht wurden.

2004 präsentierte Sony das Lesegerät „LIBRIE EBR-1000EP“, das eine Alternative zu japanischen Taschenbüchern darstellen sollte. Allerdings fehlte es potenziellen Kunden noch deutlich an Komfort (z.B. war das Lesedisplay zu klein), weshalb von Firmenseite eifrig an einer Weiterentwicklung gearbeitet wurde.

Schließlich stellte der japanische Konzern 2006 den auch heute noch gängigen „Sony-Reader“ vor, der gleich nach seiner Markteinführung mehrfach kopiert wurde:

Besonders der US-amerikanische Online-Buchshop Amazon wollte die neue Entwicklung nicht versäumen. Das 2007 eingeführte Lesegerät „Kindle“ ist zusätzlich über Mobilfunk mit dem Amazon-Bookshop verbunden, sodass zeit- und ortsunabhängig E-Books, Zeitungen und Zeitschriften natürlich gegen Entgelt auf den Reader downgeloadet werden können.

Weniger bekannt sind der Reader „iLiad“ von iRex Technologies, einer Tochter des niederländischen Konzerns Philips, und „Cybook“ vom französischen Hersteller Bookeen. Ein deutsches Produkt ist der „OYO“-Reader der Medion AG in Essen.

In Österreich werden unter anderem die Produkte von Sony und Amazon, aber auch die Reader „Oyo“, „italica“, „iriver“ und „Bookeen Cybook Opus“ vertrieben. Die Preise dafür variieren derzeit zumindest zwischen 150 und 300 Euro.

² Wikipedia (<http://de.wikipedia.org/wiki/E-Book>) abgerufen am 10. Feber 2011

Standard-PC:

Um ein E-Book verwenden zu können, muss man nicht über einen vergleichsweise teuren E-Book-Reader verfügen. Es genügt, wenn der Standard-PC mit dem entsprechenden Leseprogramm ausgerüstet ist. Das gängige PDF-Format (*PDF = Portable Document Format; Vorteil: Das Dokument bleibt unverändert, egal an welchem PC es geöffnet wird*) lässt sich mit dem weitverbreiteten, kostenlosen Adobe-Reader darstellen.

Laptop = Notebook:

Ein Laptop oder Notebook ist ein Klapprechner, also ein kleiner, tragbarer PC, auf dem E-Books mit den entsprechenden Programmen genau wie am Heimcomputer gelesen werden können.

Der Vorteil ergibt sich in der Mobilität gegenüber dem Standard-PC bzw. in der Multifunktionalität gegenüber dem E-Book-Reader.

Tablet-PCs:

Sind moderne Weiterentwicklungen des Laptops, auf denen Maus und Tastatur durch Touchscreen ersetzt werden. Leichter und handlicher als Notebooks, erfreuen sich Tablet-PCs in unserer hochmobilen Gesellschaft zunehmender Beliebtheit.

Das Lesen gleicht dem auf einem E-Book-Reader, allerdings steht dem Benutzer die Multifunktionalität des Geräts zur Verfügung.

Einziger Wermutstropfen bislang ist der Preis. Für ein sinnvoll einsetzbares Gerät muss man derzeit ab 300 Euro aufwärts rechnen.

PDAs und PDA-integrierte Lesegeräte:

Als Vorläufer des E-Book-Readers gilt der Personal Digital Assistant (PDA), ein tragbarer Kleinstcomputer, der in seiner Urform aus den 1990er-Jahren schon längst nicht mehr breitenwirksam zum Einsatz kommt.

Vielmehr werden Kleinstcomputer heute in andere technische Geräte, z.B. Smartphones, integriert, und schaffen die Voraussetzung für das Lesen von E-Books.

Das kleine Display ist natürlich von Nachteil. Wer allerdings via Handy im Internet surft, wird sich auch beim Lesen von digitalen Büchern nicht schwer tun. Als Zielgruppe gilt die junge Generation.

Wie kommt das E-Book in die AK?



Im Folgenden beziehe ich mich auf das Projektdossier „Digitale Arbeiterkammerbibliothek“³

Anpassung an grundlegend veränderte Informationsvermittlung

In der vielzitierten Informationsgesellschaft kann nur bestehen, wer zur richtigen Zeit über die richtigen Informationen in der richtigen Form verfügt.

Die rasante Entwicklung der Neuen Medien und ihre Nutzung durch die inzwischen schon herangewachsene erste Generation der „Digital Natives“, also jener Personen, die mit dem Internet aufgewachsen sind und für die das Hantieren mit elektronischen Geräten selbstverständlich ist, stellt alle Bibliotheken - und somit auch jene der AK – vor eine neue Herausforderung: die Realisierung eines jederzeit zugänglichen Informationsangebots, unabhängig von Wohnort und Öffnungszeiten, also die schrittweise Umsetzung einer „Library without walls“, einer Bücherei ohne Mauern, deren Idee aus dem angloamerikanischen Raum stammt.

Damit wollen die Träger von Bibliotheken nicht nur versierten Usern gerecht werden, sondern auch verhindern, dass durch ungleiche Zugangsbedingungen zu den digitalen Informations- und Unterhaltungsangeboten eine neue Schicht armer Personen, die Gruppe der sog. „Digital Poor“, entsteht. Eine wichtige Schlüsselfunktion nehmen dabei geschulte MitarbeiterInnen ein. Als VermittlerInnen digitaler Medienkompetenz steuern sie dem Ungleichgewicht zwischen „Digital Rich“ und „Digital Poor“ entgegen.

Dem Bildungsauftrag im 21. Jahrhundert gerecht werden

Die Österreichische Arbeiterkammer hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, bei der Verwirklichung der Vision von „Libraries without walls“ bundesweit zu den Ersten zu zählen. Mit einem Angebot von 3.778 Titeln und insgesamt 6.957 Exemplaren wurde deshalb am 23. März 2011 der Auftakt für die „AK-Bibliothek digital“ gesetzt.

Zwei weitere Gründe gaben zudem den Ausschlag für die rasche Umsetzung des Projekts: dass Bildung (neben Beratung) eines der zentralen Anliegen der Arbeiterkammer darstellt und dass die Länderkammern der Arbeiterkammer zu den wichtigsten Trägern des öffentlichen und wissenschaftlichen Bibliothekswesens in Österreich zählen.

³ Digitale Arbeiterkammerbibliothek : Projektdossier / Arbeitsgruppe Digitale Arbeiterkammerbibliothek. Projekt-Leitung: Michael Bloch. – Innsbruck, 2010. – 21 S.

Eine Frage der Reputation und der Notwendigkeit

Technisch auf dem neuesten Stand zu sein, ist demzufolge nicht nur eine Frage der Reputation, sondern eine Notwendigkeit, um in einer Zeit mit grundlegend neuen Möglichkeiten einerseits für die BenutzerInnen interessant zu bleiben, andererseits aber auch als Trägerorganisation von Bibliotheken mittel- und langfristig bestehen zu können.

Erste überregionale digitale Bibliothek Österreichs

Zudem wollte es die Österreichische Arbeiterkammer nicht versäumen, unter Nutzung der vorhandenen Infrastruktur die erste überregionale digitale Bibliothek Österreichs zu werden. Es geht nicht nur darum, ein innovatives bibliothekarisches Lebenszeichen in der vom Internet geprägten Wissensgesellschaft zu setzen, sondern auch den zukunftsweisenden Begriff der digitalen Bibliothek nachhaltig mit der Arbeiterkammer zu verknüpfen.

Bildungspolitisches Signal

Gleichbedeutend ist die Vermittlung eines wichtigen bildungspolitischen Signals: Mehr Chance durch Bildung und möglichst einfacher Zugang zu Bildung, unabhängig von Arbeits- und Öffnungszeiten, Wohnort und Geld.

Neue und spezielle Benutzergruppen erreichen

Die digitale Bibliothek ermöglicht es der AK, ihren Bildungsauftrag im Bereich neuer Benutzergruppen zu erfüllen. Schließlich können Personen erreicht werden,

- die zu den gängigen Öffnungszeiten nicht die Möglichkeit haben, die Bibliotheken zu nutzen
- die nicht mobil sind und nun erstmals selbständig Bücher entleihen können und
- die an sich kein Interesse am Buch, sehr wohl aber an den Innovationen der Informations- und Kommunikationstechnologie zeigen.

Darüber hinaus können auch ganz spezielle Benutzergruppen gewonnen werden, denn:

- AK-Publikationen (Ratgeber, Studien, Fachpublikationen, Zeitschriften) erhalten eine ganz neue Verteilungsschiene.
- Speziell zugeschnittene Informationsangebote können etwa Betriebsräte, Lehrlinge, Studierende der Sozialakademie, der Betriebsräteakademie, der Gewerkschaftsschulen, sowie Lehrende und Lernende ausgewählter Fach- und Studienrichtungen einfach erreichen.

Angedacht ist in diesem Zusammenhang auch die Erstellung von „Spezialbibliotheken“, auf die genau zu bestimmende Nutzergruppen Zugriff haben.

Vorbereitung der Digitalen AK-Bibliothek seit 2009 - AK-Tirol mit Projektleitung befasst

Im Rahmen der 33. Konferenz der AK- und ÖGB-Bibliotheken, die im Juni 2009 in Wien stattfand, wurde beschlossen, dass sich eine eigene Arbeitsgruppe mit dem Thema „E-Book und Bibliotheken“ auseinandersetzen soll.

Dabei wurde die Projektleitung an Mag. Michael Bloch von der Studienbibliothek der Arbeiterkammer Tirol übergeben. Alle Länderkammern, mit Ausnahme Ober- und Niederösterreichs, nominierten fixe Projektmitarbeiter.

Beschlussfassung im Oktober 2010

In insgesamt vier Arbeitssitzungen wurde unter Heranziehung mehrerer möglicher externer Partner das Konzept für die „Digitale AK-Bibliothek“ ausgearbeitet und schließlich im Dezember 2009 der BAK-Direktorenkonferenz (*BAK = Bundesarbeiterkammer*) unterbreitet. Nach einer mehrmonatigen weiteren Phase der Präzisierung erlangte das Projekt Entscheidungsreife und konnte schließlich am 11. Oktober 2011 von der BAK-Direktorenkonferenz beschlossen werden.

Die Eckpunkte des E-Book-Ankaufs



Erstinvestition und Kostenüberblick

Die Digitale AK-Bibliothek startete am 23. März 2011 mit einem Anfangsbestand von 3.778 E-Book-Titeln. Die Einführung von E-Papers und E-Audios ist erst in späteren Ausbaustufen geplant. Als Lieferant und Partner wurde CIANDO, der größte E-Book-Anbieter für Bibliothekslizenzen im deutschsprachigen Raum, ausgewählt.

Die einmaligen Investitionskosten betragen € 90.000 für den Anfangsbestand von 3.778 Titeln, basierend auf dem Durchschnittspreis von € 18.- / Medium.

Umgerechnet auf die Mitglieder der BAK bedeutet dies, dass ca. € 0,03 / Mitglied investiert werden mussten (3.284.106 Mitglieder, Stand 2008), um allen Mitgliedern aller Länderkammern einen attraktiven Erstbestand an digitalen Medien zur Verfügung stellen zu können.

An monatlichen Fixkosten fallen österreichweit insgesamt € 500.- an. Damit werden die Dienstleistungen von CIANDO, im Konkreten die zur Verfügung gestellte Bibliothekssoftware, die Server-Infrastruktur und die Hotline, abgegolten.

Für die Ausdehnung des Bestandes – geplant ist eine Erweiterungsquote von rund 20 % des jeweiligen Letztbestandes – werden € 24.000.- / Jahr veranschlagt.

Keine zusätzlichen Kosten fallen für die Homepage der digitalen Bibliothek an, da diese auf Basis der bestehenden BAK-Infrastruktur erstellt werden kann.

Einkauf der Lizenzen

Von den 3.778 E-Book-Titeln des Anfangsbestandes wurden 2.154 mit A-Lizenzen, 1.624 mit B-Lizenzen erworben.

Dabei gelten folgende Abmachungen mit CIANDO:

Titel mit A-Lizenzen sind grundsätzlich nur 1x verleihbar.

Demgegenüber sind Titel mit B-Lizenzen in unbeschränkter Zahl parallel verleihbar, d.h. mit dem Ankauf einer Lizenz erwirbt die AK Bibliothek digital das Recht den Titel beliebig oft zu verleihen.

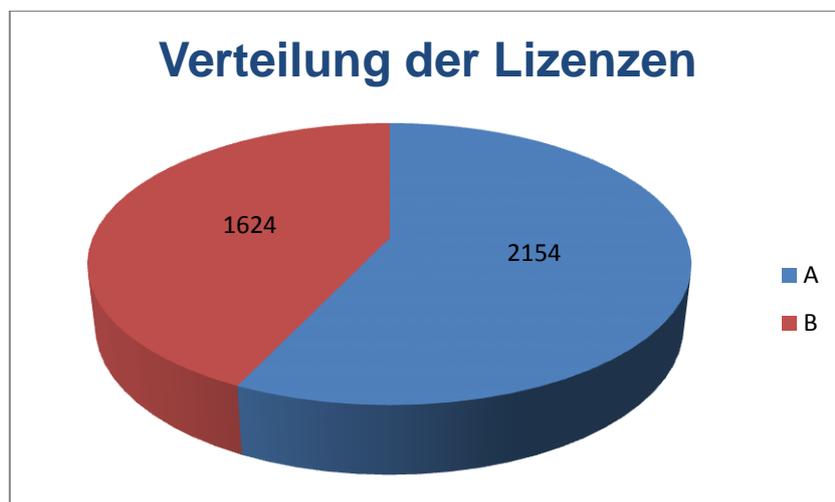
Der Einkauf von A-Lizenzen sollte ursprünglich auf Lehrbücher beschränkt bleiben.

CIANDO ist es jedoch gelungen, die Verkaufsstrategie noch vor Inbetriebnahme der digitalen

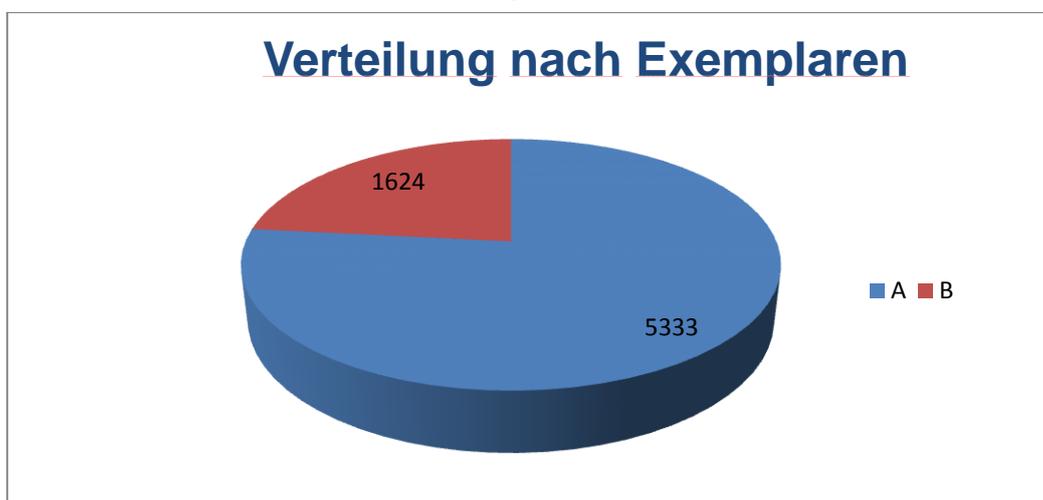
AK-Bibliothek zu ändern: Die Einstellung von E-Books, die jünger als zwei Jahre sind, ist dadurch nur durch den Erwerb von A-Lizenzen möglich. Haben diese Titel die magische Zwei-Jahres-Grenze erreicht, werden sie automatisch in B-Lizenzen umgewandelt. Die Umstellung von A- auf B-Lizenzen erfolgt jährlich im Herbst, zeitgleich mit der Frankfurter Buchmesse.

3.778 E-Book-Titel, 6.957 Exemplare

In Medienberichten wurden unterschiedliche Zahlen für den Erstbestand kolportiert, weil keine Unterscheidung zwischen E-Book-Titeln und E-Book-Exemplaren getroffen wurde. Faktum ist: Die AK Bibliothek digital startete mit 3.778 E-Book-Titeln, aufgrund des vorsorglichen Zukaufs paralleler A-Lizenzen jedoch mit insgesamt 6.957 Exemplaren.



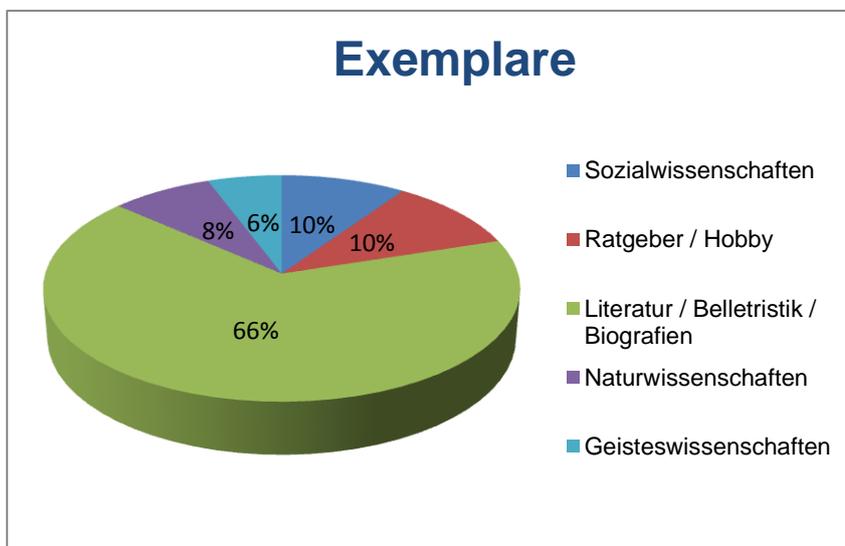
Grafiken: Mag. Rita Ostermann



Urbestand und Weg zum Download



Mit rund 4.600 Exemplaren, das entspricht etwa 66 %, nimmt die Belletristik den Löwenanteil des E-Book-Urbestands ein. Knapp 10 Prozent entfallen auf sozialwissenschaftliche, etwas weniger als 8 Prozent auf naturwissenschaftliche und ca. 6 Prozent auf geisteswissenschaftliche Titel. Den verbleibenden Rest von rund 10 Prozent teilen sich E-Books aus den Bereichen Ratgeber und Hobby.



Grafik: Mag. Rita Ostermann

Download

Im Folgenden beziehe ich mich in meinen Aussagen auf die Homepage der AK Bibliothek digital.⁴

Der Weg zum Download ist auf der Homepage der AK Bibliothek digital, Button „Gebrauchsanleitung“, ausführlich beschrieben.

Neue LeserInnen müssen sich zunächst online registrieren und erhalten dann innerhalb weniger Minuten per E-Mail ihre Lesenummer und ihr Passwort. Mit diesen Daten wird ein temporäres Konto eröffnet, auf das Test-Downloads erfolgen können.

Wer die digitale Bibliothek dauerhaft nutzen will, muss innerhalb zweier Wochen per Fax, Post oder E-Mail seinen Meldezettel übermitteln. Damit wird sichergestellt, dass nur in Tirol wohnhafte LeserInnen in den Genuss des neuen Angebots kommen.

⁴ [url:http://www.ak-tirol.com/online/gebrauchsanleitung-58488.html](http://www.ak-tirol.com/online/gebrauchsanleitung-58488.html) abgerufen am 29. Mai 2011

Für bereits im System registrierte Kunden entfällt dieser Schritt. Um die digitale Bibliothek nutzen zu können, müssen sie nur ihre Lesernummer und ihr Passwort (= initial Geburtsdatum) eingeben.

Der E-Book-Bestand kann gemeinsam mit den anderen Medien über den Web-Opac der AK-Bücherei Innsbruck abgefragt werden.

Zur Entlehnung genügt ein Klick auf den Button „E-Book herunterladen“.

Voraussetzung für das Lesen von E-Books bzw. das Übertragen der Dateien auf andere Lesegeräte ist die Installation der kostenlosen Software Adobe® Digital Editions auf den PC. Genaue Angaben dazu finden sich ebenfalls auf der Homepage.

Die Nutzung der E-Books ist zeitlich auf zwei Wochen befristet. Nach dieser Zeit werden die E-Book-Dateien unlesbar und können vom Leser gelöscht werden. Falls ein Titel noch nicht zu Ende gelesen sein sollte, ist eine weitere Entlehnung möglich.

BENUTZER- ANALYSE

Vorspann



Zum ersten Mal im Leben einen Fragebogen zu konstruieren, ist zweifelsohne eine Herausforderung, speziell dann, wenn die erforderlichen akademischen Grundlagen fehlen.

Ich möchte deshalb im Folgenden kurz darstellen, an welchen Quellen und Tipps ich mich orientiert habe und mit Hilfe welcher Aussagen sich der „rote Faden“ für meine Arbeit entwickelt hat.

„Wer nicht fragt, bleibt dumm...“⁵

Getreu diesem Motto wollte die AK Tirol rund sechs Monate nach Einführung der digitalen Medien mit Hilfe einer Online-Benutzerbefragung, dem Kernpunkt meines im Rahmen der Ausbildung zur hauptamtlichen Bibliothekarin durchzuführenden Projektes, eine erste Benutzeranalyse durchführen.

Diese untersucht als Instrument der Marktbeobachtung und Marktforschung

- Merkmale der gegenwärtigen und der zukünftigen (potenziellen) Abnehmer, so z.B. Geschlecht, Alter, Wohnort
- ihre Motive, das Produkt zu nutzen
- die Reaktion der Abnehmer auf die absatzpolitischen Maßnahmen (Werbung)
- den Marktanteil sowie
- Art und Ausmaß der Konkurrenz⁶

Dass die Benutzerbefragung via E-Mail erfolgen sollte, liegt in der Natur der Sache: Schließlich zählen auch nur jene KundInnen, die durch einen privaten Internetanschluss mit der AK-Bücherei Innsbruck verbunden sind, zu den potenziellen NutzerInnen des digitalen Angebots.

Dabei wurden die Vorteile (*„keine Interviewer erforderlich, räumliche Entfernung spielt keine Rolle, keine Portokosten“⁷*) gerne quittiert und auch der Hauptnachteil (*„Bei der großen Anzahl der ‚nutzlosen Mails‘, die heute versandt werden, ist die Quote der Nichtbeantworter [...] sehr hoch“⁸*) in Kauf genommen.

⁵ –Der– Fragebogen : Datenbasis, Konstruktion und Auswertung / Sabine Kirchhoff ... - 3., überarb. Aufl., Nachdr. – Wiesbaden : VS, 2006. – 113 S. : Ill., zahlr. graph. Darst., Kt., 112

⁶ siehe dazu Betriebswirtschaft : HAK II. – 1. Aufl. – Wien : Manz Schulbuch, 2005. – 234 S. : zahlr. graph. Darst., 47

⁷ ebda. 49

⁸ ebda. 49

„Fragen stellen ist nicht schwer, Fragebogen konstruieren sehr!“⁹

Dies zeichnete sich schon sehr bald nach Inangriffnahme der Fragebogenkonstruktion ab. Und so war es nur ein kurzer Weg bis zum nächsten Erkenntnisschritt:

„Fragebogen-Konstruktion ist Teamarbeit. Viele Augenpaare sehen mehr!“¹⁰

Sah ich mich ursprünglich als „Einzelkämpferin“ in der Ausarbeitung der Benutzerbefragung, so motivierte mich dieser Profitipp, die Hilfe meines Projektmitglieds Romana Stecher ohne schlechtes Gewissen einzubeziehen.

Logischer Aufbau, Aufwärmfragen zu Beginn

„Als erstes legten wir den Aufbau unseres Fragebogens fest. Er ist prinzipiell chronologisch konzeptioniert, was der Logik von Lebensläufen entspricht [...]. Diese Strukturierung sollte dem Befragten vertraut sein und somit das Ausfüllen des Fragebogens erleichtern.“¹¹

Die AutorInnen empfehlen dabei eine Untergliederung nach Themenschwerpunkten, die durch die Verwendung von Großbuchstaben (A, B, C, D ...) und Zwischentitel visualisiert werden, was uns auch für unsere Benutzerbefragung als geeignete Struktur erschien.

„Nicht gleich mit der Tür ins Haus fallen! Bei dreisten Fragen an falscher Stelle landet der Fragebogen auf dem Altpapier.“¹²

„Zu Beginn des Fragebogens“ stehen „Fragen zum Aufwärmen“¹³.

Diese Tipps wurden genauso berücksichtigt wie die Auswahl verschiedener...

Fragearten:

„Grundsätzlich können Fragen offen oder geschlossen formuliert werden. Allerdings gibt es viele Zwischenformen.“¹⁴

„Bei den geschlossenen Fragen werden bestimmte Antwortmöglichkeiten vorgegeben, aus denen der Befragte auswählt.“¹⁵

Dabei schlagen die AutorInnen von „Betriebswirtschaft, HAK II“ fünf Formen geschlossener Fragen vor, von denen wir zwei in unsere Benutzerbefragung aufgenommen haben: Fragen mit „Ja/Nein-Antwort“¹⁶ und „Fragen mit Skalierung der Antworten“¹⁷. („Skalierung bezeichnet in der Statistik eine Eigenschaft von Merkmalen bzw. Variablen“¹⁸)

⁹ Sabine Kirchhoff..., Der Fragebogen, a.a.O., 19

¹⁰ ebda. 27

¹¹ ebda. 19f.

¹² ebda. 27

¹³ ebda. 20

¹⁴ Betriebswirtschaft, HAK II, a.a.O., 54

¹⁵ ebda. 54

¹⁶ eba. 54

¹⁷ ebda. 55

¹⁸ Wikipedia <http://de.wikipedia.org/wiki/Skalierung>, abgerufen am 12. Juni 2011

In Ergänzung dazu wurden den via Internet mit der Bücherei verbundenen KundInnen auch etliche offene Fragen, also Fragen mit freier Antwortmöglichkeit gestellt, aus denen wir uns wertvolle Impulse für die künftige Entwicklung der AK Bibliothek digital erwarteten.

Die Optik muss passen

„Der Aufbau eines Fragebogens hängt zwar in erster Linie von inhaltlichen Überlegungen ab, was aber nicht heißt, dass optische Aspekte keine Rolle spielen.“¹⁹

Wenn sich alle Konzentration auf eine zielführende Fragestellung bündelt, erscheinen optische Fragen mitunter nebensächlich oder sogar oberflächlich.

Dass wir uns aber sehr wohl auch diesem Thema widmen dürfen, ja sogar ernsthaft müssen, wurde dadurch zum Auftrag.

Eine ansprechende Optik erleichtert das Erfassen bestimmter Fragen und zeigt den Befragten, dass es uns nicht allein darum geht, möglichst rasch hinter gewünschte Informationen zu kommen, sondern dass wir ihnen für ihre Mühen dankbar sind und dies mit einem ansprechenden Formular zum Ausdruck bringen wollen.

Optisch gelungen wurde der Fragebogen für uns durch strukturierte Gliederung und maßvolle farbliche Abstimmung.

„Weniger ist mehr“²⁰

Zu lange Fragebögen laufen Gefahr nicht beantwortet zu werden, da sich die Befragten überrollt fühlen. Mitunter beginnen sie erst gar nicht mit dem Ausfüllen oder brechen mittendrin ab.

Nicht zuletzt erschweren Befragungen mit Überlänge auch die Auswertung.

Um ein Gefühl dafür zu bekommen, wie der Fragebogen „ankommt“, haben wir ihn deshalb sogenannten...

Pretests

...unterzogen.

„Dabei wird eine kleine Zahl von Personen befragt, die Auskunft über die Verständlichkeit der Items geben und Probleme bei der Beantwortung mitteilen.“²¹

(Als Items werden „die den Probanden vorgelegten Frage, Begriffe oder Feststellungen [...] bezeichnet.“²²)

Die Vorabtests ließen uns auch die Zeitdauer der Befragung besser einschätzen und wir bekamen einen ersten Vorgeschmack auf die Häufigkeitsverteilung der Antworten. Besonders wertvoll waren die Rückmeldungen, die das Interesse unserer Probanden bekundeten.

¹⁹ Sabine Kirchhoff..., Der Fragebogen, a.a.O., 25

²⁰ ebda. 111

²¹ Mummendey, Hans Dieter:

–Die– Fragebogen-Methode / von Hans Dieter Mummendey und Ina Grau. – 5. überarb. und erw. Aufl. – Göttingen [u.a.] : Hogrefe, 2008. – 222 S. : graph. Darst., 90

Download des E-Books am 12.06.2011

²² ebda. 13

Diese fanden sich hauptsächlich im Familien- und Bekanntenkreis sowie im Arbeitsumfeld.

Fragen nach der Person am Schluss

„Befragte geben über persönliche Verhältnisse immer widerstrebender Auskunft. Dies ist auch der Grund, warum man Fragen nach der Person heute eher am Ende des Fragebogens und nicht mehr am Anfang anordnet.“²³

Hatten wir zunächst diese heiklen Fragen zu statistischen Daten an den Anfang gesetzt, bewegte uns die Meinung der Experten zur Rückversetzung ans Ende des Fragebogens. Zudem beschränkten wir uns nur auf jene Daten, die uns für die Untersuchung wesentlich erschienen.

Der Begleitbrief

„Bei der postalischen und der elektronischen Befragung spielt der Begleitbrief eine große Rolle.“²⁴ Er soll den Zweck der Untersuchung erklären, einen Hinweis auf Dauer und Anonymität geben und einen Dank für die Mühe beinhalten.

Hatte ich zunächst das Gefühl, dieser Teil der Benutzerbefragung wäre im Nu erledigt, musste ich doch erkennen, dass ein zufriedenstellender Begleitbrief etlicher Kopfarbeit und einer nicht geringen Phase des Feinschliffs bedarf.

Mehrfache Überarbeitung

„Mehrere Fehler-Suchläufe starten, weil Irren bekannterweise menschlich ist.“²⁴

Auch dieser Tipp erwies sich als hilfreich. Für das Erstellen eines Fragebogens sollte auf jeden Fall so viel Zeit zur Verfügung stehen, dass Arbeitspausen eingelegt werden können. Das ermöglicht es, Abstand zu gewinnen und anschließend einen neuen, konstruktiven Blick auf das Erarbeitete zu erhalten.

Gerade in den Überarbeitungsphasen wurden die Fragen von uns nach folgenden, von Markus Bühner in dem Band „Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion“²⁵ zusammengefassten „Hilfen zur Aufgabenkonstruktion“ überprüft und modifiziert:

- Begriffe mit mehreren Bedeutungen vermeiden
- Überprüfen, ob Begriffe und Formulierungen mitunter nur einem Teil der in Aussicht genommenen Zielgruppe geläufig sind. In diesem Fall müsste eine Umformulierung erfolgen.
- Jedem Item nur einen sachlichen Inhalt/Gedanken zugrunde legen

²³ Betriebswirtschaft, HAK II, a.a.O., 57

²⁴ Sabine Kirchhoff..., Der Fragebogen, a.a.O., 27

²⁵ Bühner Markus Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion / Markus Bühner. – 2., aktualisierte und erw. Aufl. – München [u.a.] : Pearson Studium, 2006. – 440 S. : zahlr. graph. Darst., 68 ff

- Keine doppelten Verneinungen verwenden. Sie verringern die Verständlichkeit.
- Verallgemeinerungen, umständliche Längen aber auch zu knappe Begriffe vermeiden
- Wichtiges hervorheben, aber sparsam mit Fettdruck und Unterstreichen umgehen
- Items vermeiden, die kraft der Logik immer Zustimmung bzw. Ablehnung finden. Sie enthalten keine Information.
- Die Fragen sollten in sich geschlossen sein und in den Antworten keine Alternativen mehr offen lassen. Im Bedarfsfall kann als letzter Antwortpunkt „Sonstiges“ mit einem leeren Feld zum freien Ausfüllen angeboten werden.

Bedeutung und Rechtfertigung von Fragebögen

Nachdem die Vertiefung in die fachspezifische Lektüre etliche Zeit in Anspruch genommen hat, tat es gut, professionelle Bestätigung über die Bedeutung des Gegenstands meiner Arbeit zu finden. Deshalb möchte ich auch folgende Zitate in dieses Kapitel aufnehmen, obwohl sie eigentlich nicht unmittelbar für die Ausarbeitung vonnöten waren:

Der Fragebogen zählt zu den wichtigsten und in der psychologischen Forschung meistangewendeten Untersuchungsverfahren.²⁶

Auf der Suche nach Gründen für die hervorragende Stellung des Fragebogens gewinnt man [...] den Eindruck, als schöpfe der Fragebogen einen Teil seiner Bedeutung und [...] Faszination aus seiner eigentümlichen Zwischenstellung zwischen einem „subjektiven“ und einem „objektiven“ Erhebungsverfahren:

- *Einerseits werden mit den Fragebogen-Items [...] innere Zustände, Erlebnisweisen, Kognitionen erfragt, die sich nur schwer oder sonst gar nicht von außen beobachten lassen [...].*
- *Andererseits geschieht dies in einer standardisierten Form derart, dass die Frage oder Feststellung als stets in unveränderter Weise dargebotener Reiz aufzufassen ist [...].*

Im Fragebogen scheint also eine auch für die Versuchsperson günstige Verbindung zwischen einem mehr „unpersönlichen“ Reaktionsexperiment und der Gelegenheit zu Selbstbeobachtung und Selbstbeschreibung gegeben zu sein.²⁷

²⁶ Hans Dieter Memmendey, Die Fragebogen-Methode, a.a.O., S. 13

²⁷ ebda. S. 16

Liebe Kundin, lieber Kunde
der AK-Bücherei!

Seit rund einem halben Jahr haben Sie die Möglichkeit, neben Büchern, Zeitschriften und audiovisuellen Medien E-Books zu entleihen.

Da uns Ihre Meinung wichtig ist, möchte die AK Tirol Ihre Erfahrungen und Wünsche mit dieser neuen Dimension des Lesens in die Weiterentwicklung des digitalen Angebots einbeziehen. Bitte nehmen Sie sich deshalb 10 Minuten für unsere Online-Benutzerbefragung Zeit und retournieren Sie diese bis spätestens!

Ihre Angaben werden völlig anonym behandelt und nur gesammelt verwendet bzw. ausgewertet, sodass Rückschlüsse auf Ihre Person ausgeschlossen sind.

Gleichzeitig unterstützen Sie mich bei meinem Projekt „Das E-Book auf dem Weg zum Benutzer“, das ich im Zuge meiner Ausbildung zur hauptamtlichen Bibliothekarin für den Bibliotheksverband Österreichs (BVÖ) durchführe.

Herzlichen Dank!

Gerda Stecher
AK-Bücherei Innsbruck

Wie weit sind Sie mit dem Angebot der AK Bibliothek digital („E-Books“) vertraut?

- Kenne und nutze ich weiter zu **A**
- Kenne ich und nutze ich nicht weiter zu **B**
- Kenne ich nicht und nutze ich nicht weiter zu **C**

A. FRAGEN AN AKTIVE USER:

1. Welches sind aus Ihrer Sicht die Vorteile der AK Bibliothek digital: (Mehrfach – Antworten möglich)

- 24-Stunden-Verfügbarkeit
- Ortsunabhängigkeit
- Schnelle Abwicklung
- Automatische Rückgabe (keine Mahngebühr)
- Aktualität der Inhalte
- Umweltfreundlichkeit
- Einfache Transportfähigkeit
- Diskret

2. Wie oft nutzen Sie das Angebot der AK Bibliothek digital?

- Mehrmals wöchentlich
- Wöchentlich
- Monatlich
- Sporadisch

3. Wie weit sind Sie mit dem Sortiment der AK Bibliothek digital vertraut?

	Kenne ich und nutze ich und beurteile ich wie folgt nach Schulnotensystem					Kenne ich und nutze ich nicht	Kenne ich nicht und nutze ich nicht
	1	2	3	4	5		
Altertumswissenschaft	1	2	3	4	5		
Belletristik	1	2	3	4	5		
Biografie	1	2	3	4	5		
Computer	1	2	3	4	5		
Geschichte	1	2	3	4	5		
Gesellschaft	1	2	3	4	5		
Gesundheit	1	2	3	4	5		
Hobby	1	2	3	4	5		
Kulturwissenschaft	1	2	3	4	5		
Mathematik	1	2	3	4	5		
Medizin	1	2	3	4	5		
Naturwissenschaft	1	2	3	4	5		
Pädagogik	1	2	3	4	5		
Philosophie	1	2	3	4	5		

Psychologie	1	2	3	4	5		
Ratgeber	1	2	3	4	5		
Recht	1	2	3	4	5		
Reise	1	2	3	4	5		
Religion	1	2	3	4	5		
Technik	1	2	3	4	5		
Wirtschaft	1	2	3	4	5		

Welche Themenbereiche fehlen aus Ihrer Sicht?

.....

4. E-Papers und E-Audios sind in Planung. Wäre das Entleihen dieser E-Medien für Sie von Interesse?

- Ja
- Nein

Wenn ja, in welchen Schwerpunkten?

.....

5. Wird das Angebot der AK Bibliothek digital in der Familie / Bekanntschaft genutzt?

- Ja
- Nein

6. Würden Sie die AK Bibliothek digital weiter empfehlen?

- Ja
- Nein

➔ Weiter zu D

B. FRAGEN AN POTENZIELLE USER

7. Nutzen Sie andere E-Book-Anbieter?

- Ja
- Nein

8. Wenn ja, welche?

- Amazon
- Thalia
- Sonstige

9. Sind E-Books für Sie eine denkbare Alternative zum klassischen Buch?

- Ja
- Nein

10. Was wäre für Sie ein Anreiz, das Ihnen bekannte Angebot der AK Bibliothek digital aktiv zu nutzen?

- Bessere Information über den Weg zum Download
- Mehr Information über das Angebot
- Größeres Angebot
- Bessere Bewerbung
- Sonstiges:

11. Werden in Ihrem Bekanntenkreis E-Books genutzt?

- Ja
- Nein

12. Wäre das Leihen von E-Books für Sie eine Alternative zum Kauf?

- Ja
- Nein

→ Weiter zu D

C. FRAGEN AN NICHT- USER

13. Könnte das E-Book für Sie in Zukunft von Interesse sein?

- Ja
- Nein

14. Was würde Sie zur E-Book-Nutzung animieren?

- Berufliche Notwendigkeit
- Fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft
- Privates Umfeld (Trend nicht „verschlafen“)
- Gratis-Download

15. Welche Informationen benötigen Sie noch für die E-Book-Nutzung?

- PC-Basiskurs
- Bessere Information über den Anmeldevorgang
- Umfangreichere Information über den Weg zum Download
- Sonstiges:

16. Wo liegen Ihre Zweifel und Bedenken?

- Gesundheitliche Bedenken wegen zu intensiver PC-Nutzung
- Mangelnde Ausrüstung mit Transportgeräten (Laptop, E-Book-Reader, Smartphone)
- Zu wenig Zeit zum Lesen
- Sonstiges:

→ Weiter zu D

D. VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE U. ALLGEMEINES

17. Welche Informationen würden Sie sich im Vorfeld zur Nutzung der AK Bibliothek digital wünschen?

- Schritt-für-Schritt-Anleitung zur E-Book-Nutzung
- Instruktionen zur Installation der nötigen Software
- Persönliche Beratung durch Mitarbeiter der AK Bücherei Innsbruck
- Sonstige:
- Informationsstand reicht aus

18. Wird das Angebot der AK Bibliothek digital ausreichend beworben?

- Ja
- Nein

19. Welche Werbung würden Sie sich wünschen?

- Rundfunk- und TV-Werbung
- Inserate in Zeitungen und Zeitschriften
- Internetwerbung
- Informationsveranstaltungen der AK
- Plakate und Folder
- Sonstige:.....

20. Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die Informationen zur AK Bibliothek digital auf unserer Homepage?

- Ja
- Nein

Wenn ja, welche?

.....

21. Für welche Themen kommt für Sie nur das traditionelle Buch in Frage?

.....

22. Wie weit sind Sie mit dem traditionellen Angebot der AK-Bücherei Innsbruck vertraut?

	Kenne und nutze ich	Kenne ich und nutze ich nicht	Kenne ich nicht und nutze ich nicht
Unterhaltungsliteratur			
Sachliteratur			
Kinderliteratur			
Audiovisuelle Medien (DVDs, CDs, DVD-ROMs, CD-ROMs)			
Comics & Graphic Novels			
Zeitschriften			

E. STATISTISCHE ANGABEN

23. Sie sind

- männlich
- weiblich

24. Welcher der folgenden Benutzergruppen gehören Sie an?

- ArbeitnehmerIn
- StudentIn
- SchülerIn
- Hausfrau / Hausmann
- PensionistIn
- Selbständig / Beamter
- Arbeitslos

25. Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

- unter 20
 20-29
 30-39
 40-49
 50-59
 60 und älter

26. In welchem Bezirk wohnen Sie?

- Imst
- Innsbruck
- Innsbruck-Land
- Kitzbühel
- Kufstein
- Landeck
- Lienz
- Reutte
- Schwaz

VIELEN DANK FÜRS MITMACHEN! ÜBER DIE AUSWERTUNG INFORMIEREN WIR SIE AB.....
AUF UNSERER HOMEPAGE!

Durchführung



Der ausgearbeitete Fragebogen wurde den beiden Projektauftraggebern, dem Büchereiverband Österreichs und dem Leiter der Tiroler AK-Bildungsabteilung, vorgelegt. Sowohl die Anmerkungen von BVÖ-Geschäftsführer und Projektbetreuer Mag. Gerald Leitner als auch von DDr. Erwin Niederwieser fanden Aufnahme in die Endversion.

Abänderungen rein formaler Natur wurden durch die Einarbeitung der Benutzerbefragung in GrafStat 4, einem Programm zur Erstellung und Auswertung von Online-Fragebögen, notwendig. Dabei gelang es uns, die gewünschte ansprechende Optik mit Hilfe maßvoller Farbgebung zu wahren und die angestrebte strukturelle Übersichtlichkeit sogar noch zu verbessern: Aus programmtechnischen Gründen musste die Benutzerbefragung in drei separate Formulare (für aktive User, für potenzielle User, für Nicht-User) gesplittet werden. In den als E-Mail verfassten Begleitbrief wurde die Einstiegsfrage („Wie weit sind Sie mit dem Angebot der AK Bibliothek digital vertraut?“) integriert. Per Mausklick auf die zutreffende der drei Antworten öffnete sich ein Browserfenster mit dem für die TeilnehmerInnen relevanten Fragebogen. Dieser konnte dort ausgefüllt und anonym retourniert werden.

Die Software GrafStat wurde von der Tiroler AK-Bildungsabteilung bereits vor einigen Jahren zur Durchführung von Befragungsprojekten erworben. Sie bietet die Möglichkeit zur Erstellung eines Fragebogenformulars in internetfähiger Form (HTML), sowie unterschiedliche Auswertungs- und Dokumentationsmöglichkeiten.

Da die Benutzerbefragung themengemäß von Anfang an als E-Mail-Befragung angedacht war, kam es zur Verwendung dieses Programms.

An sämtliche aktiven User der AK Bibliothek digital tirolweit, sowie an alle mit E-Mail-Adresse erfassten BenutzerInnen der konventionellen AK-Bücherei in Innsbruck – in Summe 11.291 Personen – wurde am Mittwoch, dem 14.09.2011, ab 18 Uhr eine elektronische Nachricht im Serienbriefmodell geschickt.

Die durchgeführte Befragung muss demnach als auf den Großraum Innsbruck (= die Bezirke Innsbruck Stadt und Innsbruck Land) bezogen erachtet werden. Nur der Rücklauf des Fragebogens für aktive User (= BenutzerInnen der AK Bibliothek digital) liefert repräsentative Antworten aus ganz Tirol. Bei den anderen beiden Gruppen (potenzielle User, Nicht-User) waren nur jene BenutzerInnen außerhalb des Großraums Innsbruck per E-Mail erreichbar, die in die Landeshauptstadt einpendeln und dort die physische Bibliothek benutzen.

AUSWERTUNG

Einführung



Während das Verschicken der Benutzerbefragung an die insgesamt 11.291 elektronisch zur AK-Bibliothek Innsbruck verbundenen KundInnen die Abend- und Nachtstunden vom 14. auf den 15. September 2011 in Anspruch nahm, setzten die Rückantworten laut Aussage der AK-EDV-Fachleute schon rund eine Viertelstunde nach Start der Aussendung ein.

Insgesamt hatten die BenutzerInnen der AK-Bücherei Innsbruck sowie der jungen AK Bibliothek digital bis einschließlich 30. September für die Beantwortung des für sie relevanten Fragebogens Zeit.

13 % Rückmeldungen – die Ergebnisse sind „repräsentativ“

Für die bevorstehende Auswertung wurde dem Projektteam seitens der AK-Direktion die fachliche Unterstützung durch AK-Statistiker Mag. Armin Erger zugesagt.

In einem ersten Arbeitsgespräch noch während der Befragungs-Laufzeit, erklärte der Experte, dass man ab einer Teilnahmequote von 10 Prozent von einem „guten Rücklauf“ und „repräsentativen Ergebnissen für die angeschriebene Gruppe“ sprechen könne.

Eines stand schon am Tag 1 nach der Aussendung, also am 15. September, fest: Von den insgesamt 11.291 E-Mail-Adressen hatten 1.655 ihre Gültigkeit verloren, darüber hinaus war die Zustellung der Benutzerbefragung an weitere 32 Adressen wegen Überlastung des Posteingangs unmöglich. Das heißt: Die Gesamtheit der erreichbaren KundInnen betrug nicht 11.291 Personen, sondern 9.604.

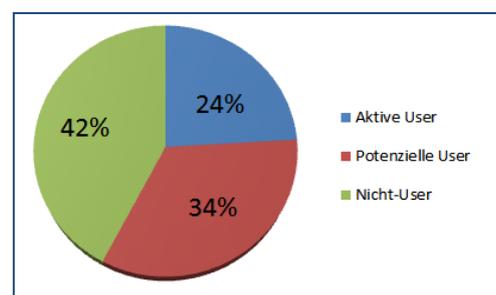
Bis einschließlich 30.09.2011 langten 1.247 Antworten ein, was dem erfreulichen Rücklauf von 13 % (genauer Wert: 12,98 %) entspricht und den Rückschluss erlaubt, dass die Bereitschaft, die AK bei einer Umfrage zu unterstützen, hoch ist.

24 % aktive User, hohes Potenzial auch bei „Nicht-Usern“

Die 1.247 Rückantworten splitteten sich wie folgt auf die drei Fragebogentypen:

300 Personen (= 24,1 %) antworteten als „aktive User“, 419 (= 33,6 %) als „potenzielle User“ und 518 (= 42,3 %) als „Nicht-User“.

Allerdings ist davon auszugehen, dass nur Interessierte an der Befragung teilgenommen haben. Diese Vermutung wird auch von den Antworten der „Nicht-User“ erhärtet – so könnte z. B. für 67 % von ihnen das E-Book in Zukunft interessant sein – sodass der Schluss zulässig ist, dass Potenzial nicht nur bei 42,3 % der Rückantworten („potenzielle User“), sondern in hohem Maß auch bei den „Nicht-Usern“ vorhanden ist.



Auswertung „Aktive User“



Hauptargumente 24-Stunden-Verfügbarkeit und Ortsunabhängigkeit

(Frage 1: Vorteile der AK Bibliothek digital; Mehrfachantworten waren möglich)

90 % der Befragten nannten die 24-Stunden-Verfügbarkeit, 83,5 % die Ortsunabhängigkeit als Hauptvorteile der AK Bibliothek digital.

Dies verdeutlicht den großen Bedarf, tirolweit eine Bibliothek nutzen zu können, die nicht „angefahren“ werden muss, sondern vielmehr „ab Schreibtisch“ oder – zukünftig sicher verstärkt – am mobilem Endgerät (Smartphone, Tablet-PC, ...) zur Verfügung steht.

Ebenfalls wichtig: die automatische Rückgabe samt Entfall möglicher Mahngebühren (73,7 %) sowie die schnelle Abwicklung (72,7 %). Letztere ist für Männer noch interessanter als für Frauen.

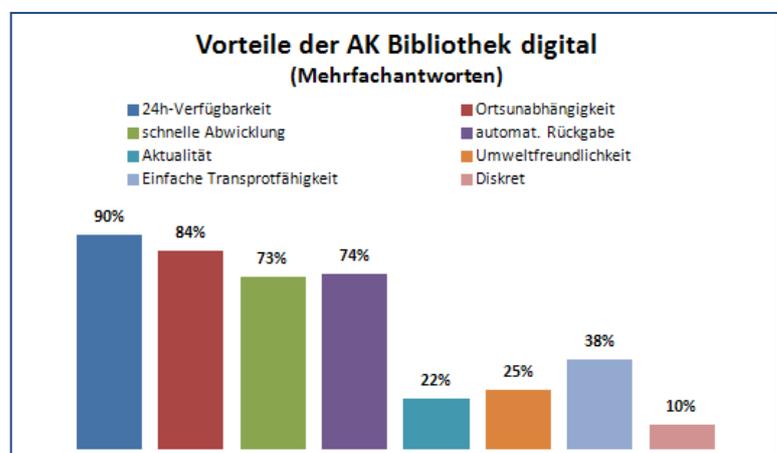
In unserer schnelllebigen Epoche, in der Zeit zur Mangelware geworden ist, wenden sich die KundInnen an jenen Anbieter, der die gewünschten Informationen am raschesten zur Verfügung stellt, und hilft, Wege zu sparen.

Überraschend weniger wichtig: die Aktualität der Inhalte (21,5 %). Für Experten wird diese zwar immer als bedeutendes Argument für die E-Book-Einführung genannt, die Tiroler Realität zeigt aber: Die Möglichkeit eine Bibliothek rund um die Uhr und von überall nutzen zu können ist wichtiger als immer am allerneuesten Stand zu sein. Dies ist mit Sicherheit auch im Zusammenhang mit der vergleichsweise niedrigen Bibliotheksdichte im Land zu sehen.

Ebenfalls eher unbedeutend: die einfache Transportfähigkeit (38 %) und die Umweltfreundlichkeit (25 %). Das Argument, dass sich Unmengen an Papier einsparen lassen, ist im Zusammenhang mit einer digitalen Bibliothek offensichtlich nicht schlagkräftig.

Nicht überzeugend: die Diskretion (10,4 %). Die BibliothekskundInnen fürchten sich offensichtlich nicht

vor einer Überwachung ihrer Lesegewohnheiten, was sicherlich in den positiven Erfahrungen mit den AK-Büchereien des Landes begründet liegt. „Big brother is watching you“ wird mit der AK nicht in Zusammenhang gebracht.



8 % „Freaks“, die meisten „schnuppern“ und sind bereit „für mehr“

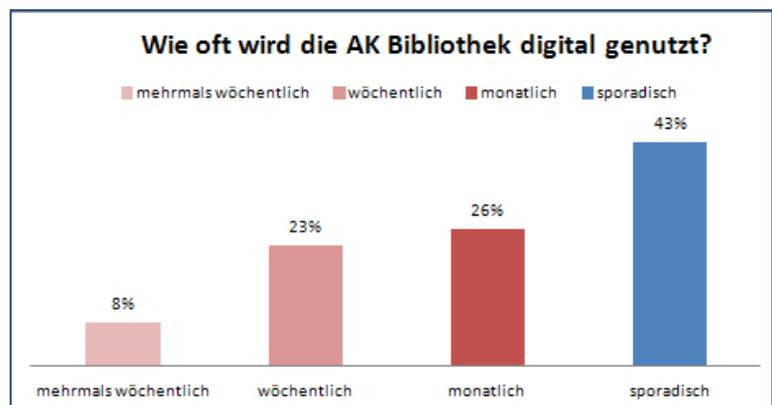
(Frage 2: Häufigkeit der Nutzung)

8 % der aktiven User nutzen die AK Bibliothek digital mehrmals wöchentlich, gehören zu den „Freaks“, sind marketingtechnisch betrachtet „Innovatoren“, die auf alles aufspringen, was neu am Markt ist²⁸.

Je nahezu 25 % (genau: 23 und 26 %) geben an, das neue AK-Angebot wöchentlich bzw. monatlich zu nutzen.

Der weitaus größte Anteil der Befragten (42,7 %) sprach von einer „sporadischen Nutzung“.

Fazit: Die Interessenten „schnuppern“ erst einmal, müssen sich an die neue Dimension des Lesens erst gewöhnen, sind aber definitiv interessiert und bereit für „mehr“. Rund 1/3 der aktiven User (Nutzung wöchentlich oder mehrmals wöchentlich) hat sich schon recht gut an die neue Dimension des Lesens „akklimatisiert“.



Belletristik als Schlüssel zum Erfolg

Reiseliteratur forcieren

Finanzielle Mittel für E-Papers und E-Audios generieren

Vergleichsweise sparsame Investitionen bei Sachliteratur

(Fragen 3 – 23: Wie weit sind Sie mit dem Sortiment der AK Bibliothek digital vertraut?

Falls Sie unser Angebot kennen und nutzen, wie beurteilen Sie die einzelnen Teilbereiche nach Schulnotensystem?)

Der Fragenblock nach Bekanntheit und Qualität des bis Mitte September 2011 aufgebauten Bestands der AK Bibliothek digital bildet quasi das Kernstück der gesamten Befragung, weil die Beantwortung einerseits Aufschluss über den Erfolg der getroffenen Maßnahmen im Zuge der E-Book-Einführung gibt, andererseits richtungweisend für zukünftige Strategien ist.

Mit Abstand (von Frauen und Männern) am meisten gekannt, genutzt und positiv bewertet wird der Belletristik-Bestand. Das heißt: In diesem bibliothekarischen Segment steckt das Hauptpotenzial. Aufgrund der großen Nachfrage sollte der Bereich Unterhaltungsliteratur unbedingt so gut wie möglich „aufgerüstet“ werden.

Wie später (Seite 62 f., „Das traditionelle Angebot unter der Lupe“) angeführt, ist die Belletristik auch innerhalb des traditionellen Angebots in Topposition. Potenzielle User und Nicht-

²⁸ Betriebswirtschaft, HAK II, a.a.O., 72

User nutzen in großem Umfang die Unterhaltungsliteratur der konventionellen Bibliothek. Mit einem forciert ausgebauten Belletristik-Bestand könnte die AK Bibliothek digital viele neue aktive User gewinnen – in der U-Literatur liegt also „der Schlüssel zum Erfolg“.

Während Sachliteratur im traditionellen Angebot einen ebenfalls sehr hohen Stellenwert einnimmt, praktisch die Wichtigkeit mit der U-Literatur teilt, kommt ihr im digitalen Bereich noch vergleichsweise wenig Bedeutung zu.

Sachliteratur wenig genutzt

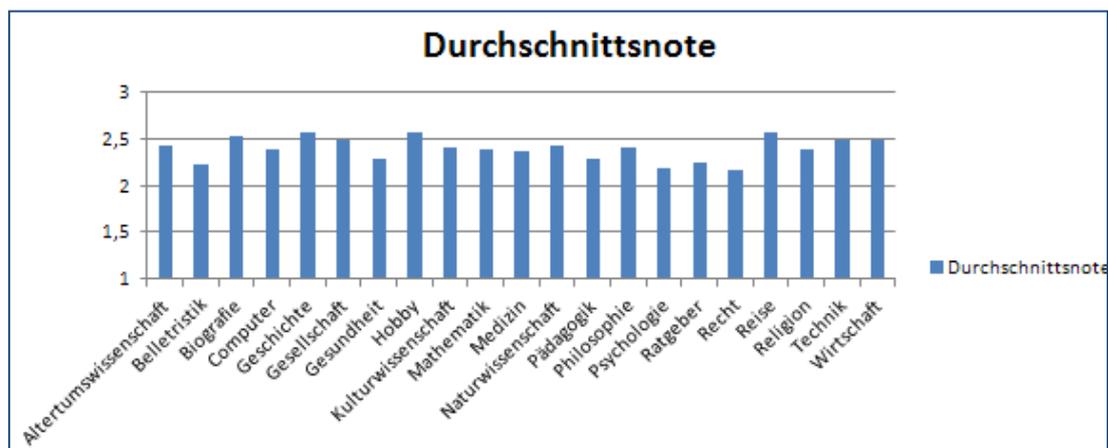
Der Großteil der Sachbereiche wird entweder gar nicht gekannt oder zwar gekannt, aber nur wenig genutzt. Am ehesten finden die Bereiche „Ratgeber“, „Gesundheit“ und „Hobby“ Anklang – wohl, weil sie alle NutzerInnen, unabhängig von Alter und Berufsstand – betreffen, die anderen Gebiete (z.B. „Religion“, „Kulturwissenschaft“,...) sehr spezifisch sind und deshalb nur wenige User erreichen. Am schlechtesten im Ranking: „Altertum“ (nur knapp 10 % genutzt), womöglich, da generell wenig Interesse dafür besteht.

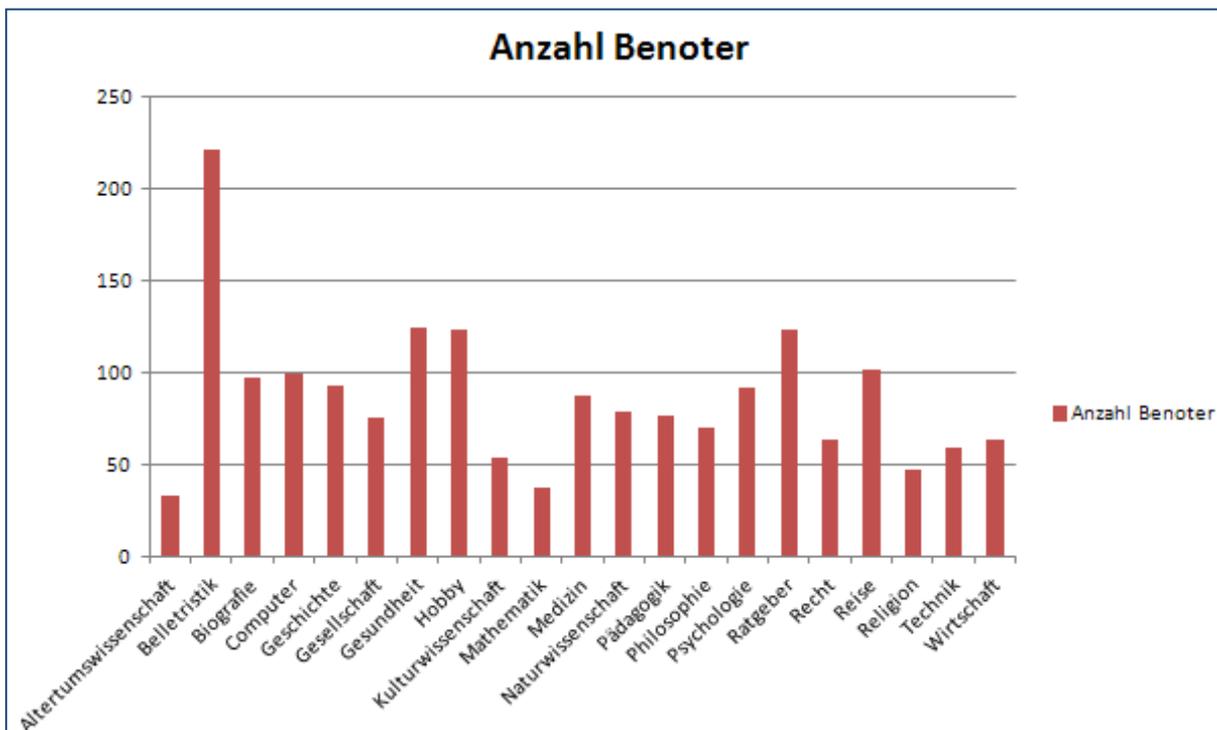
Allgemein gilt: Herren zeigen tendenziell mehr Interesse am Sachbereich; vor allem die Sparten Technik, Wirtschaft und Computer liegen in Männerhand.

Überwiegend gute Noten

Alle genutzten Bereiche unterlagen automatisch einer Beurteilung nach Schulnotensystem. Dabei zeigte sich, dass die Bewertungen äußerst erfreulich ausfielen, sich nämlich größtenteils zwischen 1 und 2 bewegen, und eine Zufriedenheit mit dem jungen Angebot ausdrücken. Die Noten 3 bis 5 wurden deutlich seltener vergeben. Der errechnete Notendurchschnitt beträgt 2,4.

Ausnahme: Der innerhalb der Sachmedien relativ gut genutzte Bereich „Reise“ (36 %) wird am schlechtesten von allen bewertet (10 % vergeben nur die Noten 4 und 5; 7,5 % die Note 3). Errechneter Durchschnittswert: 2,6.





Conclusio:

- Da 77 % der aktiven User den belletristischen Bestand bevorzugen, sollte dies auch seinen Niederschlag in der Homepage-Gestaltung finden. Beispielsweise sollten Krimi-Interessierte nicht aus einer Tabelle mit mehr als 95 % Sachthemen auswählen müssen.
Empfehlenswert wäre zunächst eine grobe Gliederung, etwa „Belletristik – Sachbücher – Kinderbücher“, und davon ausgehend eine Feinuntergliederung gemäß den traditionellen Sach- und Romangruppenbezeichnungen.
- Der Fokus des Ausbaus sollte vorerst auf der überaus beliebten Belletristik liegen, weil damit am meisten neue E-Book-User gewonnen werden können.
- Ebenfalls empfehlenswert: Der Ausbau des gefragten, aber am schlechtesten benutzten Reisesektors.
- Was die Sachliteratur generell anbelangt, sollte vorerst sparsam mit Investitionen umgegangen werden. Es empfiehlt sich diese für spätere Ausbaustufen aufzubewahren und ...
- ... eventuell überschüssige finanzielle Mittel in einen Bestand an E-Papers und E-Audios zu stecken (*siehe Ergebnis Frage 24!*).

Schließlich geht es darum, das Angebot möglichst schnell in die breite Masse zu befördern, um sie mit der neuen Dimension des Lesens vertraut zu machen.

Wie weit sind Sie mit dem Sortiment der AK Bibliothek digital vertraut?

	kenne ich nicht und nutze ich nicht	kenne ich aber nutze ich nicht	kenne, nutze ich u. bewerte ich wie folgt nach Schulnotensystem						Durchschnitts-note
			insgesamt	1	2	3	4	5	
Altertumswissenschaft	49,1%	38,9%	12,0%	4,0%	2,2%	3,3%	1,8%	0,7%	2,4
Belletristik	10,9%	11,6%	77,6%	23,9%	26,3%	18,6%	3,9%	4,9%	2,2
Biografie	27,9%	36,4%	35,7%	8,1%	9,6%	11,8%	4,0%	2,2%	2,5
Computer	29,1%	35,5%	35,5%	8,2%	13,5%	8,2%	3,6%	2,1%	2,4
Geschichte	28,6%	37,4%	34,1%	6,6%	10,6%	11,0%	2,6%	3,3%	2,6
Gesellschaft	30,9%	41,2%	27,9%	6,3%	7,4%	9,9%	3,3%	1,1%	2,5
Gesundheit	26,7%	28,2%	45,1%	12,6%	15,2%	12,3%	1,8%	3,3%	2,3
Hobby	29,0%	26,9%	44,1%	9,3%	13,6%	12,5%	4,3%	4,3%	2,6
Kulturwissenschaft	36,6%	43,6%	19,8%	5,5%	5,5%	5,5%	1,8%	1,5%	2,4
Mathematik	40,2%	46,4%	13,5%	4,7%	2,2%	4,4%	1,1%	1,1%	2,4
Medizin	35,0%	33,2%	31,8%	9,4%	8,7%	8,7%	2,9%	2,2%	2,4
Naturwissenschaften	34,7%	36,8%	28,9%	6,9%	9,0%	8,3%	2,5%	2,2%	2,4
Pädagogik	33,6%	38,6%	27,8%	9,0%	8,7%	5,1%	3,3%	1,8%	2,3
Philosophie	36,1%	38,3%	25,5%	6,9%	7,3%	6,9%	2,6%	1,8%	2,4
Psychologie	32,9%	33,9%	33,2%	10,8%	11,9%	5,8%	2,9%	1,8%	2,2
Ratgeber	26,5%	29,0%	44,4%	15,1%	14,0%	8,6%	3,2%	3,6%	2,2
Recht	35,4%	41,2%	23,4%	9,5%	5,5%	5,1%	1,8%	1,5%	2,2
Reise	31,6%	31,9%	36,6%	8,2%	11,1%	7,5%	7,2%	2,5%	2,6
Religion	39,9%	42,9%	17,2%	4,8%	5,9%	4,0%	0,4%	2,2%	2,4
Technik	38,0%	40,5%	21,5%	3,7%	8,8%	5,5%	2,2%	1,5%	2,5
Wirtschaft	35,6%	40,7%	23,7%	5,9%	7,4%	5,2%	3,3%	1,9%	2,5
mittlere Gesamtnote									2,4

Großes Interesse an E-Papers und E-Audios

(Frage 24: Sind E-Papers und E-Audios von Interesse?)

(Frage 25: Wenn ja, in welchen Schwerpunkten?)

73 % der Befragten sprechen sich für die Einführung von E-Papers und E-Audios aus, nur für 27 % ist die Perspektive eines derartigen Zusatzangebotes nicht lukrativ.

Ein Ergebnis, das wenig verwundert: Schließlich geht im Informationszeitalter Aktualität über alles, was einen raschen Zugriff auf die neuesten Zeitungen und Zeitschriften impliziert.

Zudem sind CD-Player und Discman längst „out of fashion“, Hörbücher werden auf MP3-Player oder iPods geladen. Erfolgt der Download des „Rohmaterials“ schon direkt auf den PC, erspart man sich einen Arbeitsschritt und genießt zudem den Vorteil einwandfreier Qualität. „State of the art“ ist allerdings die direkte Verbindung eines multifunktionalen mobilen Endgerätes (Smartphone, Tablet-PCs wie z.B. das iPad) mit dem Internet, wodurch Zwischenschritte (Umspeichern von einem Gerät auf das andere) entfallen und die Nutzung der Bibliotheksangebote orts- und zeitungebunden stattfinden kann.

Aus der Detailauswertung, für welche Benutzergruppen E-Papers und E-Audios besonders interessant sind, ging hervor, dass alle SchülerInnen und StudentInnen und die überwiegende Mehrheit der ArbeitnehmerInnen, Selbstständigen, Beamten und Hausfrauen/-männer die Einführung begrüßen würden.

Lediglich die PensionistInnen zeigten mehrheitliches Desinteresse.

Schwerpunkt Belletristik

Hauptsächlich gewünscht wird (die gesamte Bandbreite der) Belletristik.

Platz 2 nehmen die Themen „Computer“ und „Technik“, sowie „Gesundheit“ ein.

Platz 3: Recht und Wirtschaft

Ebenfalls noch häufig genannt: Reise, Sprachen, Politik, Hobby, Psychologie

Knapp 50 % der aktiven User befinden sich in „bester Gesellschaft“

(Frage 26: Wird das Angebot in der Familie / Bekanntschaft genutzt?)

Rund die Hälfte der Befragten (48,3 %) gibt an, dass auch Familie und Bekannte das Angebot der AK Bibliothek digital nutzen, ihr Umfeld bereits die neue Dimension des Lesens angenommen hat und diese wie selbstverständlich praktiziert.

Dies betrifft die Altersgruppe der 20- bis 60-Jährigen. Unter 20 und über 60 stehen die User mit ihrem Interesse allein.

Weiterempfehlungswert und Zufriedenheitsfaktor: 98,3 %

(Frage 27: Würden Sie die AK Bibliothek digital weiter empfehlen?)

98,3 % der aktiven User, also praktisch alle, sind mit dem neuen Service „AK Bibliothek digital“ sehr zufrieden und bereit dieses weiter zu empfehlen. Mit anderen Worten: Die E-Book-Einführung ist mit der Traumnote „Sehr gut“ geglückt, was für die Verantwortlichen im gleichen Maß Lob wie Auftrag für die Zukunft bedeutet.

Darüber hinaus ist die Werbewirksamkeit von Mundpropaganda sehr hoch und eine unbezahlbare!

Wenig Bedarf an zusätzlichen Informationen

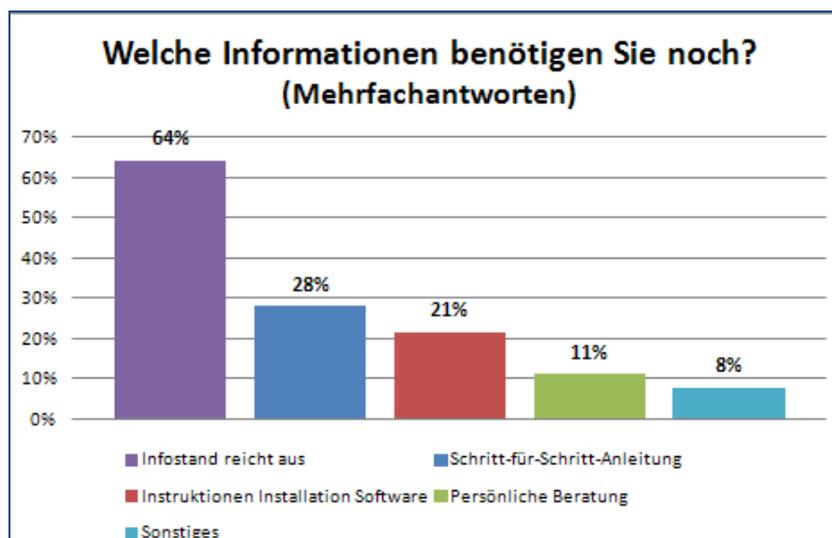
(Frage 28: Welche Informationen wünschen Sie sich?)

64 % der Befragten finden, dass der Informationsstand ausreicht und man über Homepage und Büchereimitarbeiterinnen über alles Wesentliche in Kenntnis gesetzt wird.

Allerdings darf nicht vergessen werden: Hier handelt es sich um Personen, die sich mit den Neuen Medien offensichtlich gut auskennen und das Angebot auch schon aktiv nutzen.

Eventuell gewünscht sind Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur E-Book-Nutzung (27,9 %) und Instruktionen zur Installation der nötigen Software (21,4 %).

Unter „Sonstiges“ wurde Verbesserungsbedarf im Bereich Hardware (welche Reader werden unterstützt), vor allem aber bei der Software (bessere Integration in OPAC, bessere Suchfunktion, Hinweise auf zu verwendende Apps) angemeldet.



Uneinigkeit, was die ausreichende Bewerbung anbelangt

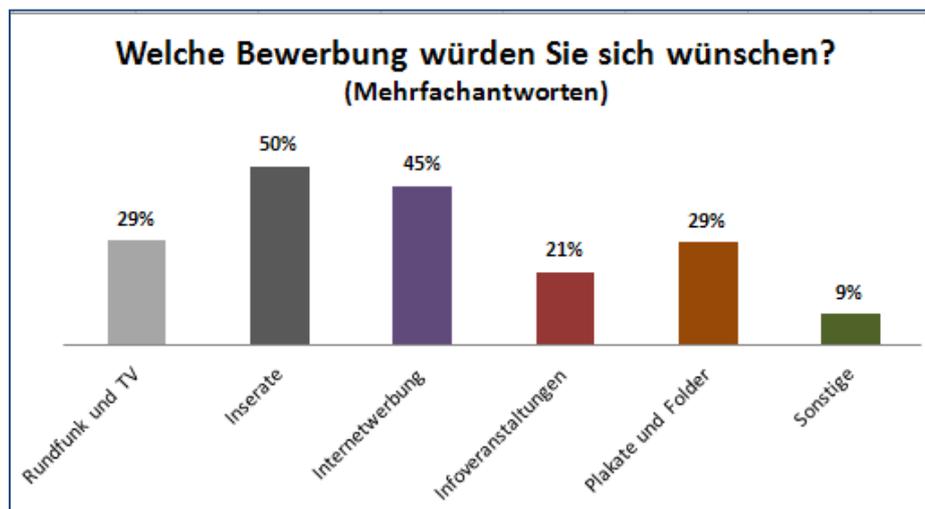
(Frage 29: Wird das Angebot ausreichend beworben?)

Keine eindeutige Antwort gab es auf die Frage, ob das Angebot ausreichend beworben wird. Mit 49,13 % Ja-Stimmen und 50,87 % Nein-Stimmen hält sich das Ergebnis praktisch die Waage, wobei sich in Summe mehr Frauen für eine ausführlichere Bewerbung aussprechen. Allerdings lässt es auch den Schluss zu: Wenn nur 50 % werbemäßig zufriedenstellend erreicht worden sind, lohnt es sich, auf diesem Sektor nachzurüsten!

Gewünscht: Inserate in Zeitungen und Zeitschriften sowie Internetwerbung

(Frage 30: Welche Bewerbung würden Sie sich wünschen?)

Deutlich vor Rundfunk- und TV-Werbung, Plakaten und Foldern, sowie Informationsveranstaltungen der AK (29,4 %, 22,9 %, 20,6 %) liegen Inserate in Zeitungen und Zeitschriften (50,5 %) und Internetwerbung (45 %). Beide Werbeformen werden von Männern und Frauen gleichermaßen gewünscht. Unter „Sonstiges“ teilen die knapp 9% der Antworter ihren Wunsch nach regelmäßiger



E-Mail-Information durch Newsletter mit.

Homepage passt

(Fragen 31 und 32: Verbesserungsvorschläge für die Homepage)

Mit der Homepage zufrieden sind 76 % der aktiven User.

Das restliche Viertel beklagt die fehlende Übersichtlichkeit, das umständliche Finden der Ciando-Page sowie das komplizierte Einloggen. Außerdem würden E-Book-Leseratten mit einer besser ausgestatteten Suchmaschine lieber durch das Angebot surfen. Eine benutzerfreundlichere Anordnung (Gliederung ähnlich dem traditionellen Bereich), wie schon beim Fragenblock 3 - 23 interpretiert, wird ebenfalls gewünscht. Vielfach bereitet es den Usern Schwierigkeiten, die Homepage der AK Bibliothek digital innerhalb der AK-Homepage zu finden.

Für viele wären überdies Leserbewertungen und –rezensionen zu Einzeltiteln interessant – ähnlich wohl wie bei Amazon.

Bildbände als E-Book? – Nein, danke!

(Frage 33: Für welche Themen kommt für Sie nur das traditionelle Buch in Frage?)

Die Lese-Avantgarde steht dem E-Book aufgeschlossen gegenüber und schließt ungerne Themen aus.

Auffällig ist die Bildung zweier ident großer Lager: Die einen bevorzugen Belletristik, die anderen Sach- und Fachbücher in traditioneller Buchform.

Hardcover oder E-Book ist also eine Frage der individuellen Vorliebe.

Am meisten Nennungen zur Bevorzugung des traditionellen Buches entfielen auf Bildbände (incl. Bilderbücher und Comics). Die User sind sich einig: Auf diesem Sektor wird der Qualitätssprung noch etliche Zeit nicht aufzuholen sein. Außerdem kommt dem haptischen Erleben bei Bildbänden (Bilderbüchern und Comics) eine besondere Bedeutung zu.

Ebenfalls oft genannt: Reiseführer. Diese wollen aktive User lieber noch in Buchform.

Mehr weibliche als männliche E-Book-User

(Frage 40: Geschlecht)

Lesen ist weiblich – diese für die physischen Bibliotheken Österreichs zutreffende Aussage lässt sich auch auf die AK Bibliothek digital umlegen.

Trotz des Anreizes der neuen Technologie beträgt das Verhältnis Frauen zu Männer 57,4 % : 42,4 %.

Die AK Bibliothek digital – ein Angebot für die Tiroler ArbeitnehmerInnen Nachholbedarf bei den SchülerInnen und StudentInnen

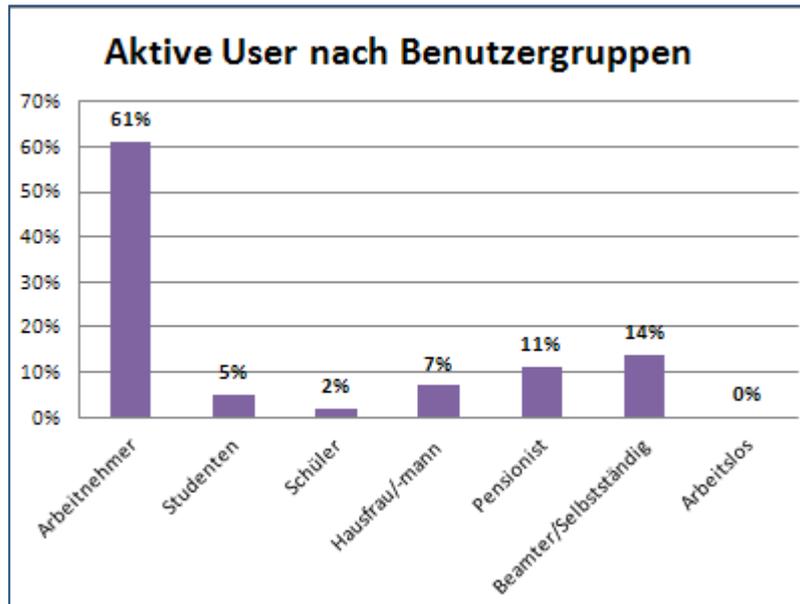
(Fragen 41 und 42: Benutzer- und Altersgruppen)

Mit 60,74 % sind es die ArbeitnehmerInnen, die die AK Bibliothek digital hauptsächlich nutzen.

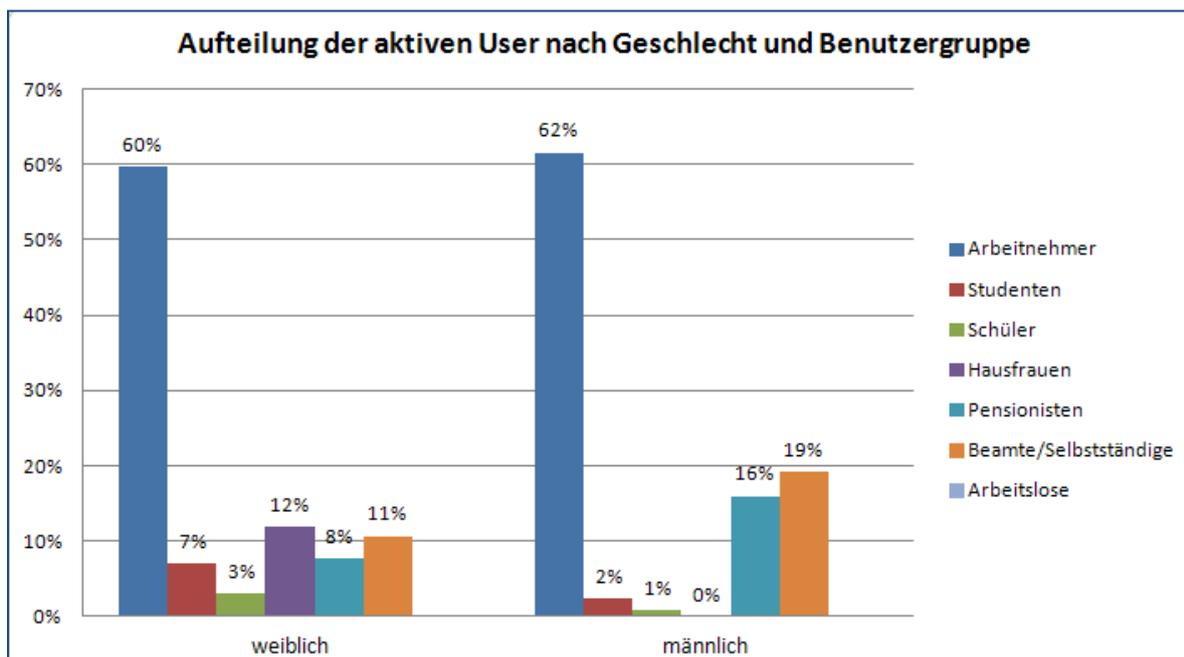
Auf Platz 2, aber in weiter Distanz zu den ArbeitnehmerInnen: Selbständige / Beamte (14 %), dicht gefolgt von den PensionistInnen mit 11 %.

Der Anteil der Hausfrauen / Hausmänner beträgt 7 %.

Besonders enttäuschend: Erstaunlich wenige StudentInnen (5 %) und SchülerInnen (2 %) machen aktiven Gebrauch von E-Books.



Die Aufteilung der Benutzergruppen lässt sich nach Geschlechtern wie folgt gliedern:



Dabei fällt auf, dass mehr Schülerinnen, Studentinnen und Hausfrauen die AK Bibliothek digital aktiv nutzen.

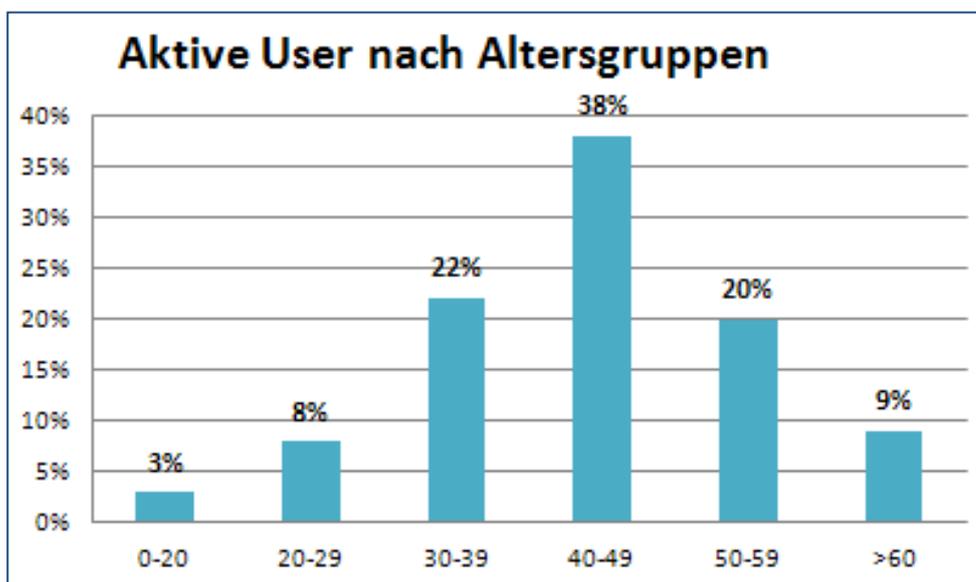
Die Verteilung unter den Benutzergruppen spiegelt sich auch in der Verteilung der Altersgruppen wider: 80 % der aktiven User sind zwischen 30 und 60 Jahre alt, wobei der höchste Wert (37,7 %) auf die Gruppe der 40- bis 49-Jährigen entfällt.

Nur 10,8 % der aktiven User sind unter 30 Jahren. Ihr Anteil ist vorwiegend weiblich.

Fazit:

Der AK ist es gelungen, ein Angebot für ihre Mitglieder = bibliothekarische Hauptzielgruppe zu schaffen.

Allerdings sind Offensiven wie die jüngst gestartete Kooperation mit Tirols Schulen nötig, um die ArbeitnehmerInnen der Zukunft, die als „digital natives“ gleichzeitig auch jene Personen mit den besten Grundvoraussetzungen sind, besser zu erreichen.



Hauptinteresse im Großraum Innsbruck die meisten Tiroler Bezirke müssen erst „ins Boot“ geholt werden

(Frage 43: In welchem Bezirk wohnen Sie?)

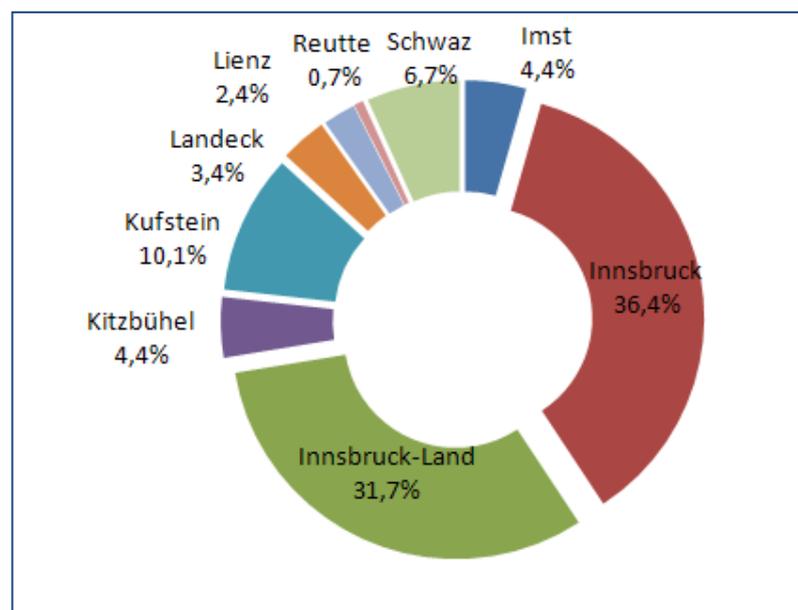
Der Großteil der aktiven User stammt aus dem Großraum Innsbruck (Stadt Innsbruck: 36,4%, Bezirk Innsbruck-Land: 31,7 %). Aus diesem Bereich rekrutiert die Mutterbibliothek auch den größten Teil ihrer KundInnen. Naturgemäß ist die Werbewirksamkeit im Umfeld der AK-Bücherei Innsbruck am größten.

Die führende Position unter den Außenbezirken nimmt Kufstein mit immerhin 10 % ein. Danach werden die Zahlen drastisch dürftiger: Auf Platz 3 Schwaz mit 6,7 %, Platz 4 geht mit 4,4 % ex aequo an Imst und Kitzbühel, gefolgt von Landeck (3,4 %), Lienz (2,4 %) und an letzter Stelle Reutte (0,7%).

Dass sich die AK Bibliothek digital rund 6 Monate nach ihrer Einführung noch nicht landesweit durchgesetzt haben kann, liegt auf der Hand. Schließlich muss der Boden ausgehend von der Mutterbibliothek in der Landeshauptstadt erschlossen werden.

Das heißt:

Werbeoffensiven und Kooperationen sollten verstärkt in den weiter zur Mutterbibliothek entfernten Bezirken stattfinden. Ohnehin nicht reich mit Öffentlichen Bibliotheken gesegnet, könnte das Angebot der AK Bibliothek digital für diese Bereiche sprichwörtlich „den Regen nach der Dürre“ bedeuten.



Auswertung potenzielle User



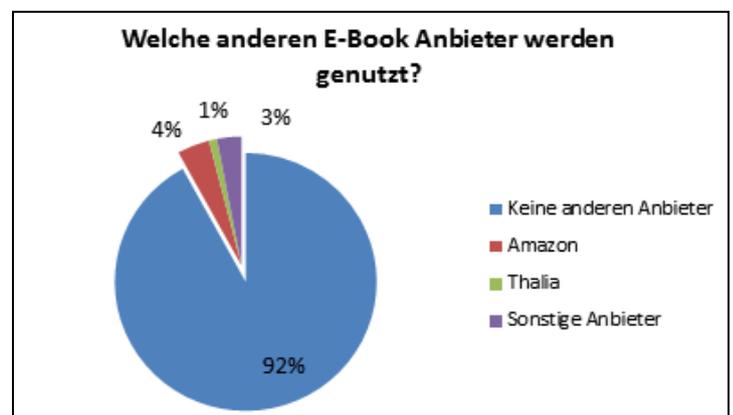
Abwartende Haltung auch gegenüber anderen Anbietern

(Frage 1: Nutzen Sie andere E-Book-Anbieter? – Frage 2: Wenn ja, welche?)

„Was haben uns andere voraus?“ Diese Frage stellt sich im Zusammenhang mit der AK Bibliothek digital nicht. Denn 92 % der potenziellen User beantworten die Frage, ob sie andere E-Book-Anbieter nutzen, mit „Nein“.

Wer das junge AK-Angebot digitaler Medien kennt, aber nicht nutzt, ist also generell abwartend und sieht erst einmal zu, welche Marktentwicklung E-Books nehmen.

Die 8 % potenziellen User, die mit „Ja“ geantwortet haben, haben einen klaren Favoriten: Amazon. 4 % aller potenziellen User greifen auf diesen E-Book-Anbieter zurück. Thalia erreicht nur 1 %. Auf die nicht näher definierten „Sonstigen“ (Anbieter) entfallen 3 %.



(Der geringe Unterschied zu den Prozentzahlen in der Grundausswertung liegt darin begründet, dass Antworten zu den benutzten Alternativen von Personen, die angaben, gar keine Alternativenanbieter zu nutzen, hier nicht mehr berücksichtigt werden.)

Potenzielle User bereits „mit einem Fuß im Boot“

(Frage 3: Sind E-Books für Sie eine denkbare Alternative zum klassischen Buch?)

Genau 50 : 50 steht das Ergebnis auf die Frage, ob E-Books für die potenziellen User eine denkbare Alternative zum klassischen Buch darstellen.

Nichts könnte die schwankende Haltung dieser Gruppe besser zum Ausdruck bringen.

Allerdings kann das Ergebnis auch rein positiv interpretiert werden: 50 % sind bereit, E-Books zu nutzen und befinden sich schon „mit einem Bein im Boot“. Mit einem 50 % - Wert kann wirklich von Potenzial für die AK Bibliothek digital gesprochen werden.

Anzumerken dabei ist jedoch, dass die positiven Antworten hauptsächlich aus der Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren kommen. In den anderen Altersklassen wird das E-Book nicht als Alternative zum klassischen Buch angesehen.

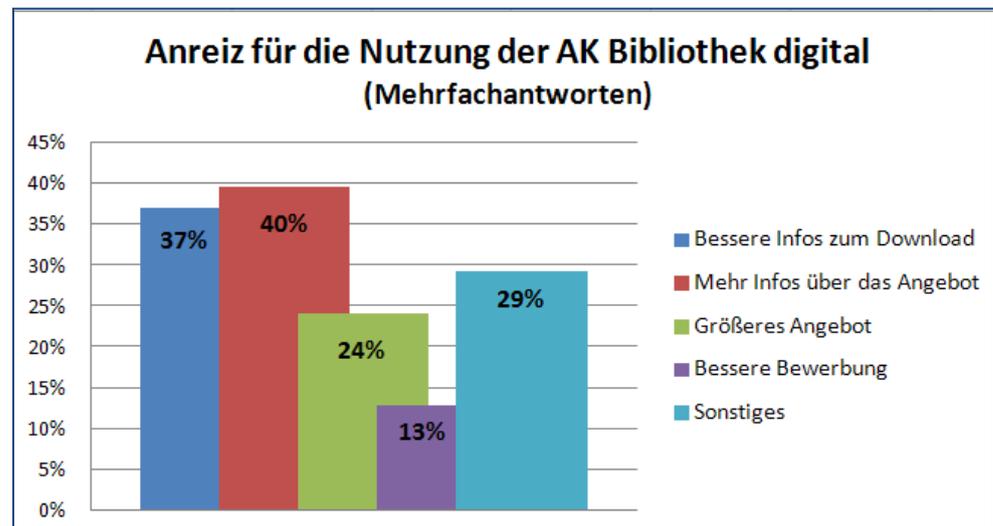
Wunsch nach mehr Informationen, aber das Angebot passt E-Book-Reader und Co. sind noch zu teuer

(Frage 4: Was wäre ein Anreiz die AK Bibliothek digital zu nutzen?)

Mehr Informationen über das Angebot stellen für 40 %, mehr Informationen über den Weg zum Download für 37 % den entscheidenden Anreiz zur Nutzung der AK Bibliothek digital dar.

Die 29 % Rückmeldungen unter „Sonstiges“ ergaben, dass vor allem die relativ teure Anschaffung eines E-Book-Readers oder Tablet-PCs (z.B. iPad) vom aktiven E-Book-Gebrauch abhält. Am stationären PC zu lesen wird als unangenehm empfunden und kommt für diese Gruppe potenzieller User auch als Übergang nicht in Frage. Interesse wird stattdessen an einem E-Book-Reader-Verleih-Service angemeldet.

Entgegen den Erwartungen wünschen sich nur 24 % ein größeres Angebot. Für den Anfang sind sie mit dem Repertoire zufrieden.



Nicht entscheidend: eine bessere Bewerbung. Diese wird nur von 12,8 % der Befragten gewünscht.

E-Book-freundliches Userumfeld

(Frage 5: Werden in Ihrem Bekanntenkreis E-Books genutzt?)

Zwar antworten 53 % der potenziellen User auf die Frage, ob in ihrem Bekanntenkreis E-Books genutzt werden, mit „Nein“, betrachtet man das Ergebnis jedoch von der anderen Seite, kann man sagen, dass mit 47 % „Ja“-Antworten durchaus von einem „E-Book-freundlichen“ Umfeld gesprochen werden kann. Immerhin unterscheidet sich das Ergebnis kaum von dem der „aktiven User“: Diese beantworteten die Frage (Nr. 26) zu 48,3 % mit „Ja“, was nur einen geringfügigen Unterschied macht.

In einer Umgebung, in der sich Bekannte bereits aktiv mit E-Books auseinandersetzen, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass „der Funke“ überspringt und der potenzielle User zum aktiven mutiert.

Das Ausleihen von E-Books – ein attraktives Angebot

(Frage 6: Wäre das Leihen eine Alternative zum Kauf?)

Dass das Ausleihen von E-Books, das im Fall der Nutzung der AK Bibliothek digital auch noch gratis möglich ist, für 65 % der potenziellen User eine Alternative zum Kauf darstellt, ist ein Ergebnis, das kaum überrascht.

Sich kostenlos und unverbindlich mit der neuen Art zu lesen auseinandersetzen zu können, ist zweifellos ein attraktives Angebot, und zwar für alle Altersgruppen.

Gratis schnuppern zu dürfen bedeutet aber auch, seiner Neugier eher nachzugeben, was den Schluss zulässt, dass diese 65 % potenzieller User mehr als geneigt sind, E-Medien anzunehmen.

Potenzielle User brauchen mehr „support“

(Frage 7: Welche Informationen würden Sie sich wünschen?)

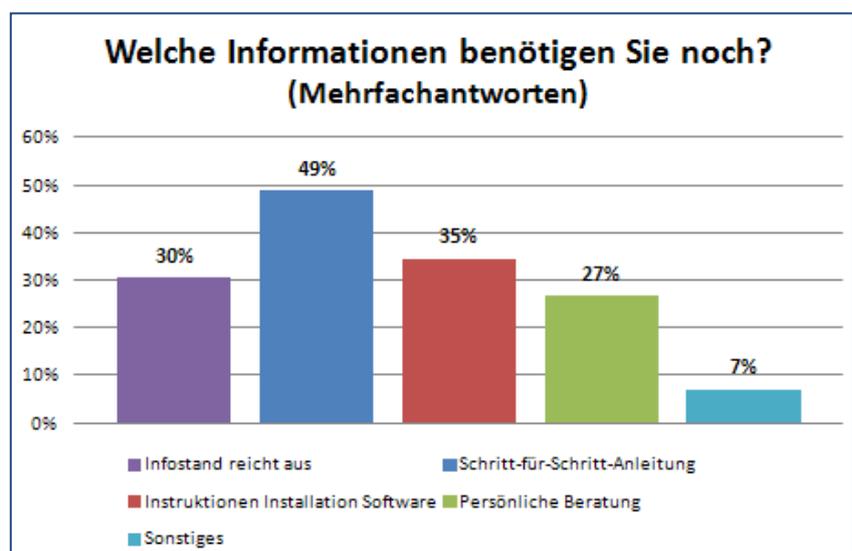
Nur 30 % der potenziellen User sagen, dass der Informationsstand ausreicht. (In Erinnerung dazu derselbe Wert bei den aktiven Usern: 64 %.)

49 % wünschen sich Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur E-Book-Nutzung, 34,5 % Instruktionen zur Installation der nötigen Software.

Persönliche Beratung ist mit 27 % ebenfalls deutlich stärker gefragt als bei aktiven Usern (11 %).

Unter „Sonstiges“ (7 %) stand hauptsächlich zu lesen, dass es besonders ausführlicher Anleitungen im Vorfeld bedürfe (O-Ton: „Die Eingaben sollten für Dummies konzipiert sein.“, „Da wird's einen Seniorenkurs brauchen.“) Auch eine Überarbeitung der Homepage mit Fokus auf mehr Übersichtlichkeit wurde gewünscht.

Potenzielle User sind noch viel unsicherer im Umgang mit den neuen Medien, brauchen noch mehr den direkten Kontakt, die „Bemutterung“, um sich auf dem neuen Terrain bewegen zu können.



Auch hier: Uneinigkeit, was die ausreichende Bewerbung anbelangt

(Frage 8: Wird das Angebot ausreichend beworben?)

Wie schon bei den aktiven Usern liegt auch hier das Ergebnis nahezu bei 50 : 50.

(Genaue Werte: 50,7 % Ja, 49,3 % Nein)

Und auch hier der Schluss: Wenn nur 50 % werbemäßig zufriedenstellend erreicht worden sind, lohnt es sich, auf diesem Sektor nachzurüsten!

Internetwerbung und Informationsveranstaltungen

Hoch im Kurs: Newsletter

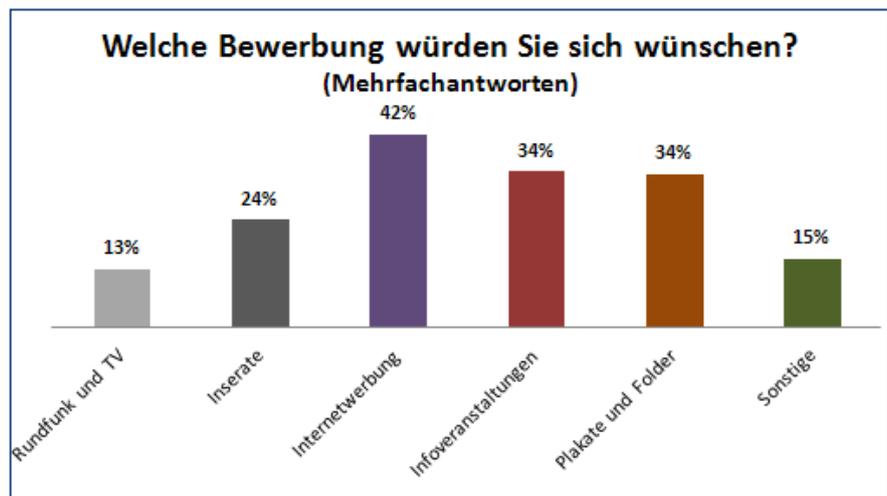
(Frage 9: Welche Bewerbung würden Sie sich wünschen?)

Internetwerbung ist „hip“. Bereits die aktiven User wünschten sich diese Werbeform nach Inseraten in Zeitungen und Zeitschriften am zweithäufigsten. Bei den potenziellen Usern nimmt die Internetwerbung sogar den 1. Platz ein: 42,4 % sprachen sich für diese Form von Promotion aus.

Informationsveranstaltungen der AK wünschen sich 34,3 %, Plakate und Folder 33,7 %.

Deutlich nachrangig: Inse-
rate in Zeitungen und
Zeitschriften (23,6 %),
sowie Rundfunk- und TV-
Werbung (12,8%).

Unter „Sonstiges“ melde-
ten sich 15 % der potenzi-
ellen User zu Wort. Ihr
klarer Wunsch: Informati-
onen mittels Newsletter.



Homepage wartet auf Besuch

(Frage 10: Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die Homepage?)

Dass nur 7,8 % der potenziellen User Verbesserungsvorschläge für die Homepage haben, bedeutet, dass diese wenig besucht wird.

Aktive Nutzer kennen die Homepage besser und können mehr darüber sagen. Von ihnen haben 24 % Verbesserungsvorschläge angemerkt.

Wie schon von den aktiven Usern bemängelt, fehlen der Homepage auch aus Sicht der potenziellen User ein benutzerfreundlicher Einstieg, Übersichtlichkeit, maßvolle, aber nützliche Farbgebung sowie ein paar Extras (Rezensionen, „Buch des Monats“ ...)

Deutliche Absage an den Bildband als E-Book

(Frage 12: Für welche Themen kommt für Sie nur das traditionelle Buch in Frage?)

Weder Belletristik noch Sachliteratur entscheidet das Rennen, welche Thematik dem traditionellen Buch vorbehalten bleiben sollte, für sich. Wie schon die aktiven User teilen sich auch die potenziellen in zwei praktisch gleich große Lager: Die einen können sich U-Literatur nicht in digitaler Form vorstellen, die anderen Sachliteratur.

Ebenfalls ident: Ein klares Nein für Bildbände als E-Books.

Zweifelhaft auch die Verwendbarkeit digitaler Reiseführer.

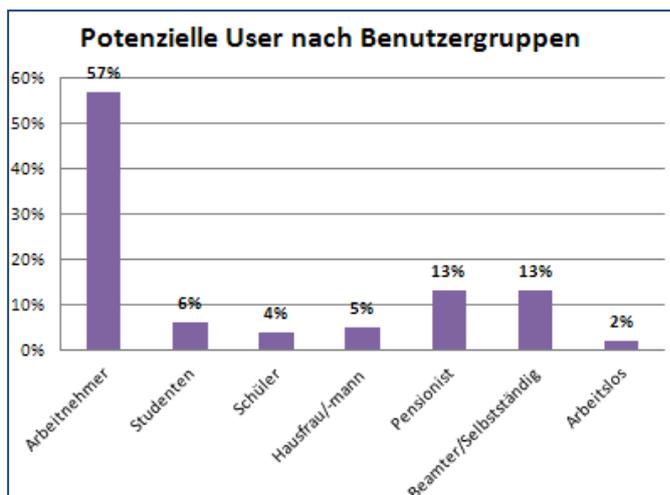
Unter den potenziellen Lesern ist der Frauenanteil noch größer

(Frage 19: Geschlecht)

Wo der Anreiz der Technik noch keine so große Rolle spielt, ist der Frauenanteil noch höher: 63,6 % potenziellen E-Book-Nutzerinnen stehen 36,4 % potenzielle E-Book-Nutzer gegenüber.

Größtes Interesse bei den ArbeitnehmerInnen Großer Nachholbedarf bei SchülerInnen und StudentInnen

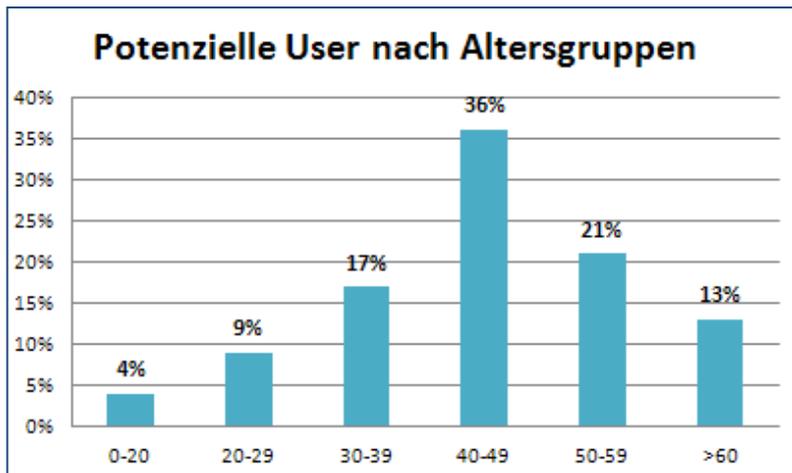
(Fragen 20 und 21: Benutzer- und Altersgruppe)



Mit 56,6 % ist der ArbeitnehmerInnenanteil unter den potenziellen Usern um 4 % geringer als bei den aktiven Usern.

Doch die Verteilung der Benutzergruppen ist in Summe gleich: der Anteil an Beamten / Selbständigen liegt bei 13 % (bei aktiven Usern im Vergleich: 13 %), es interessieren sich weitaus mehr PensionistInnen als

Hausfrauen und Hausmänner für die AK Bibliothek digital. Absolut enttäuschend ist der Anteil von SchülerInnen und StudentInnen (insgesamt nur 9,6 %).



Dies spiegelt sich auch in der Verteilung der Altersgruppen wider: 73,4 % der aktiven User sind zwischen 30 und 60 Jahre alt, wobei der höchste Wert (36 %) erneut auf die Gruppe der 40- bis 49-Jährigen entfällt. Nur knapp 14 % der aktiven User sind unter 30 Jahren.

Fazit:

Die AK kann zufrieden sein, ein Angebot geschaffen zu haben, mit dem vor allem ihre Mitglieder = bibliothekarische Hauptzielgruppe liebäugeln.

Offensiven, die sich an Tirols SchülerInnen und StudentInnen richten, sind allerdings dringend nötig, damit auch die ArbeitnehmerInnen der Zukunft vom neuen AK-Angebot profitieren können.

Bezirkweise Auswertung unmöglich

(Frage 22: In welchem Bezirk wohnen Sie?)

Eine Auswertung nach Bezirken ist für potenzielle User nicht möglich, da eine entsprechende Klientel nicht angeschrieben worden ist. E-Mail-Adressen, die sich auf Personen in den Außenbezirken beziehen, gehören entweder aktiven Usern der AK Bibliothek digital oder Einpendlern zur konventionellen Bücherei in Innsbruck.

Aus den Antworten lassen sich daher nur Aussagen über das Verhältnis Innsbruck zu Innsbruck-Land treffen: 61,4 % der potenziellen User stammen aus der Landeshauptstadt, 38,6 % aus dem Bezirk.

Auswertung Nicht-User



Großes Potenzial unter Nicht-Usern

(Frage 1: Könnte das E-Book in Zukunft interessant sein?)

Auf die Frage, ob das E-Book für sie in Zukunft interessant sein könnte, antworteten 67,2 % mit „Ja“. Ein „satter“ Wert, den man allerdings unter der Voraussetzung betrachten muss, dass überwiegend nur solche LeserInnen den Fragebogen ausgefüllt haben, die ein gewisses Grundinteresse an E-Books haben.

Das Ergebnis zeigt: Die Nicht-User können schon fast als potenzielle User betrachtet werden. Sie zeigen eine große Bereitschaft zur E-Book-Nutzung, „liebäugeln“ also bereits mit der Zukunft.

Der Gratis-Download – ein Angebot, mit dem die AK „ins Schwarze“ trifft

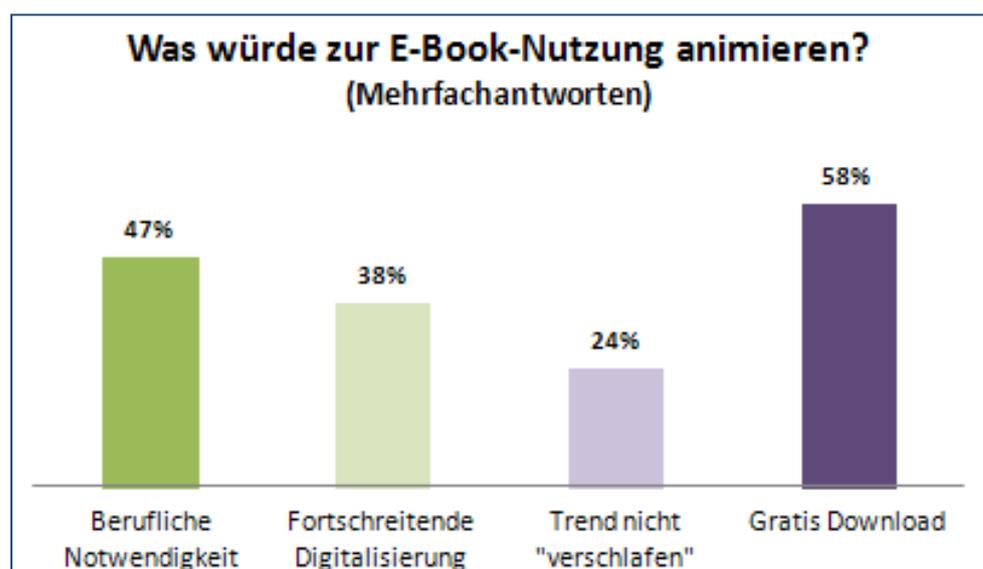
(Frage 2: Was würde Sie zur E-Book-Nutzung animieren?)

Die Gruppe der Nicht-User schätzt die Zukunft ziemlich realistisch ein. So geben 38 % an, dass die fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft sie zur E-Book-Nutzung animieren würde. Für 47,4 % gäbe die berufliche Notwendigkeit den Ausschlag. D.h. sie ahnen, dass die Zukunft vor allem im Bereich Sach- und Fachliteratur dem E-Book gehört.

Nur für 24,2 % wäre das Argument, den „Trend nicht verschlafen“ zu wollen, schlagkräftig. Mit anderen Worten: Ein Trend ist noch nicht ausreichend spürbar, was wiederum einem Auftrag für mehr Werbe-Initiativen gleichkommt.

Das schlagkräftigste Argument lautet jedoch „Gratis-Download“: Das in einer hochwirtschaftlich ausgerichteten

Zeit ungewöhnliche Angebot der AK, unentgeltlich die brandneue Technologie E-Book kennen lernen und letztlich auch intensiv nutzen zu dürfen, kann 58,3 % der Nicht-User zur Nutzung animieren.



Unbedingt an der Informations-Bereitstellung arbeiten

(Frage 3: Welche Informationen benötigen Sie noch?)

67,2 % der Befragten benötigen im Vorfeld der E-Book-Nutzung noch umfangreichere Information über den Weg zum Download, 52,4 % bessere Information über den Anmeldevorgang.

Das Textfeld „Sonstiges“ wurde von 16 % der Nicht-User ausgefüllt. Die Antworten brachten zweierlei zum Ausdruck: Nicht-User müssen erst noch gründlich von den Vorteilen überzeugt werden und brauchen zudem Instruktionen im wahrsten Sinne des Wortes von der Basis an. Dabei gehört zur umfangreichen Aufklärung auch die Beantwortung der Frage (Originalton!) „Wozu Sie (= AK) das fördern möchten.“

D.h.: An der Informationsbereitstellung bzw. daran, dass momentane Nicht-User die an sich umfangreichen Informationen überhaupt wahrnehmen, muss noch intensiv gearbeitet werden.

Mangel an Transportgeräten

Verlust der „Gesamterfahrung Buch“

(Frage 4: Wo liegen Ihre Zweifel und Bedenken?)

43,2 % sprechen an, dass es ihnen noch an der entsprechenden Ausrüstung mit Transportgeräten (Laptop, E-Book-Reader, Smartphone, Tablet-PC) mangelt. 34 % der Nicht-User führen gesundheitliche Bedenken wegen zu intensiver PC-Nutzung ins Treffen. Diese beiden Hauptargumente ziehen sich durch alle Altersgruppen.

Zu wenig Zeit zum Lesen finden 23,7 %.

Immerhin knapp 31 % bringen unter dem Punkt „Sonstiges“ mit überwältigender Mehrheit ihre tiefe Verbundenheit zum traditionellen Buch zum Ausdruck. Im Folgenden die „glühendsten“ Beispiele zur Verteidigung einer jahrhundertealten, segensbringenden Symbiose:

„Ich liebe das Medium Buch“, „Würde das Buch vermissen“, „Bin ein Buch-Freak“, „Die haptische Leseerfahrung / das Buch als Gesamterfahrung geht verloren“, „Ein Buch muss für mich aus Papier sein und nach Buch riechen“, „In einem gemütlichen Sessel, Buch in der Hand, finde ich klasse!“, „Dem E-Book fehlt die ästhetische Ausstrahlung eines Buches.“



Großer Bedarf an Information

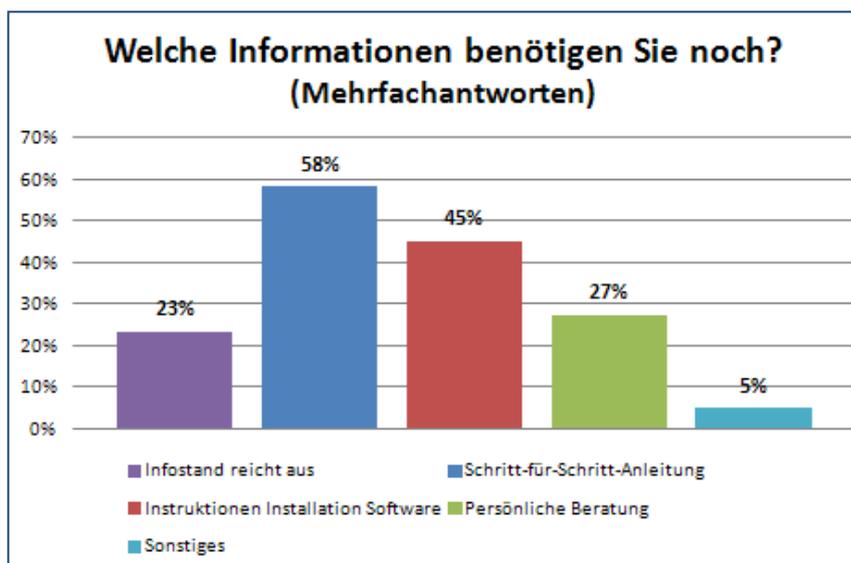
(Frage 5: Welche Informationen würden Sie sich im Vorfeld wünschen?)

Nur mehr 23 % behaupten, dass der Informationsstand ausreicht. (Bei aktiven Usern waren es 64 %, bei potenziellen Usern 30 %.) Das heißt: E-Books sind noch „elitär“, ein Angebot für die „Avantgarde des Lesens“.

Deutlich mehr Personen (aller Altersgruppen!) wünschen sich Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur E-Book-Nutzung (58,2

%) und Instruktionen zur Installation der nötigen Software (45,1 %). (Im Vergleich dazu die Werte bei potenziellen Usern: 50 % und 34 %.) Auch der Bedarf an persönlicher Beratung erreicht mit 27,1% in dieser Gruppe den größten Anteil.

Unter „Sonstiges“ hielten 4,8 % der AntworterInnen vor allem fest, dass sie gerne mittels Newsletter über die Angebote der AK Bibliothek digital informiert würden.



Unter „Sonstiges“ hielten 4,8 % der AntworterInnen vor allem fest, dass sie gerne mittels Newsletter über die Angebote der AK Bibliothek digital informiert würden.

2/3-Mehrheit wünscht sich mehr Werbung

(Frage 6: Wird die AK Bibliothek digital ausreichend beworben?)

Stand das Urteil über eine ausreichende Werbung bei aktiven und potenziellen Usern 50 : 50, so sind Nicht-User überzeugt davon, dass werbemäßig zu wenig getan wurde.

Die 2/3-Mehrheit (66,1 %) antwortete mit „Nein“ und sendet damit ein eindeutiges Signal an die Verantwortlichen.

Internetwerbung bevorzugt

Auf Rundfunk- und TV-Werbung kann verzichtet werden

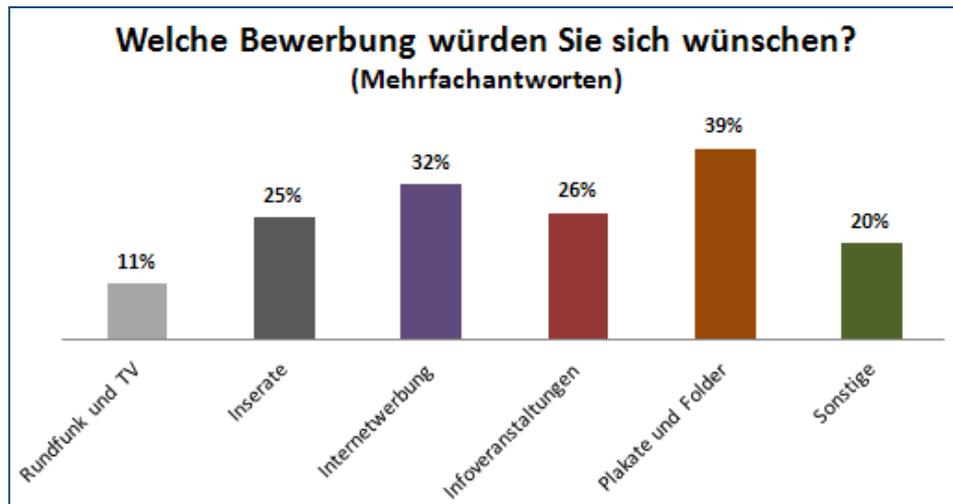
(Frage 7: Welche Werbung würden Sie sich wünschen?)

Nach Plakaten und Foldern (39,4 %) steht Internetwerbung mit 32 % ganz oben auf der Wunschliste und stellt somit die bevorzugte Werbeform für alle drei User-Gruppen dar.

Informationsveranstaltungen der AK erreichten 26 %, Inserate in Zeitungen und Zeitschriften 25 %.

Knapp 20 % erachten unter „Sonstiges“ mit überwältigender Mehrheit (regelmäßige) Newsletter als beste Reklame.

Rundfunk- und TV-Werbung liegt allen drei Usergruppen wenig am Herzen und kann deshalb bei der Entwicklung weiterer Strategien (vorerst) vernachlässigt werden.



Wenig Interesse an der Homepage – ein Auftrag über deren Verbesserung nachzudenken

(Frage 8: Verbesserungsvorschläge für die Homepage? Frage 9: Welche?)

Nur 3,6 % der Nicht-User haben Verbesserungsvorschläge für die Homepage. Allerdings erwiesen sich diese als wenig aussagekräftig. Offensichtlich fehlt den Nicht-Usern ausreichende Erfahrung, um die Homepage überhaupt beurteilen zu können.

Am ehesten erwies sich der Hinweis als tauglich, dass „Eyecatcher“ hilfreich wären.

Dass 96,45% der Nicht-User keine Verbesserungsvorschläge anmerken, klingt toll, hat aber bei näherer Betrachtung einen ganz anderen Geschmack:

Punkt 1: Alle TeilnehmerInnen an der Befragung sind mit der PC-Nutzung vertraut, andernfalls würden sie nicht über eine E-Mail-Adresse verfügen.

Punkt 2: Trotz weitgehender Informationen zur AK Bibliothek digital auf der Homepage wünschen sie sich in hohem Maß Instruktionen zur E-Book-Nutzung. Das lässt den Schluss zu, dass der größte Teil der AntwortInnen die Homepage gar nicht kennt bzw. diese nur wenig besucht wird.

Für die AK bedeutet dies ein Brainstorming zur Verbesserung der Homepage durchzuführen: Wie wird sie zielgerichteter? Braucht sie mehr Übersichtlichkeit? Ist sie zu unattraktiv? Sollten mehr Farben zum Einsatz kommen? u.a.m.

Bloß keine Belletristik als E-Book!

(Frage 10: Für welche Themen kommt für Sie nur das traditionelle Buch in Frage?)

Belletristik und traditionelles Buch gehören für Nicht-User zusammen. Mit überwältigender Mehrheit brachten sie zum Ausdruck, dass „die Moderne“ für sie nicht zum unterhaltenden Lesen gehört (Eine Begründung im O-Ton: „Ich möchte mich nicht mit einem elektronischen Gerät ins Bett legen!“)

Erst im großen Abstand zur Belletristik werden Sachliteratur, Bildbände und Reiseführer genannt.

68 % Rückantworten von Frauen

(Frage 17: Geschlecht)

Bei den Nicht-Usern erreicht der Frauenanteil mit 67,83 % den höchsten Wert, was die Tatsache „Lesen ist weiblich“ erneut bestätigt.

Größter Antworten-Rücklauf von ArbeitnehmerInnen

(Fragen 18 und 19: Benutzer- und Altersgruppe)

Bibliothekarische Angebote der Tiroler AK sind in ihrer Hauptzielgruppe = ArbeitnehmerInnen fest verankert.

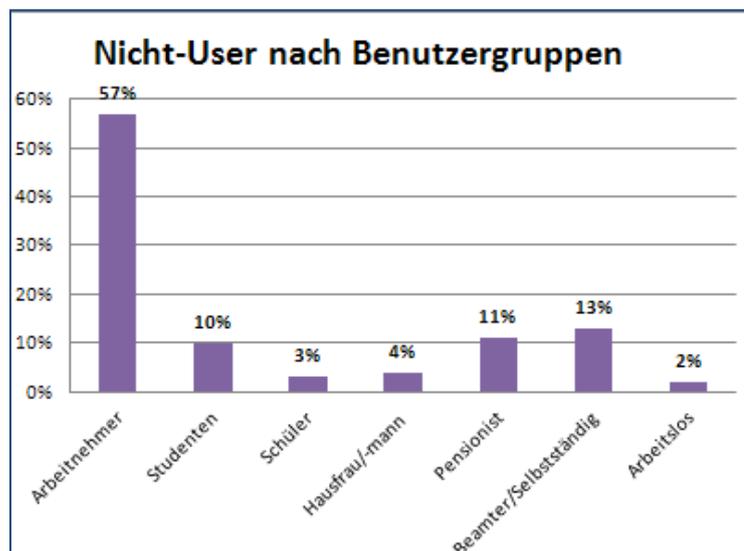
Wie bereits bei den vorangegangenen Fragebögen ergibt sich auch hier dasselbe Bild: Am meisten Antworten-Rücklauf (57 %) gab es von ArbeitnehmerInnen, die mit überwiegender Mehrheit zwischen 30 und 60 Jahren alt sind, bevorzugt der Gruppe 40- bis 49-Jähriger angehören.

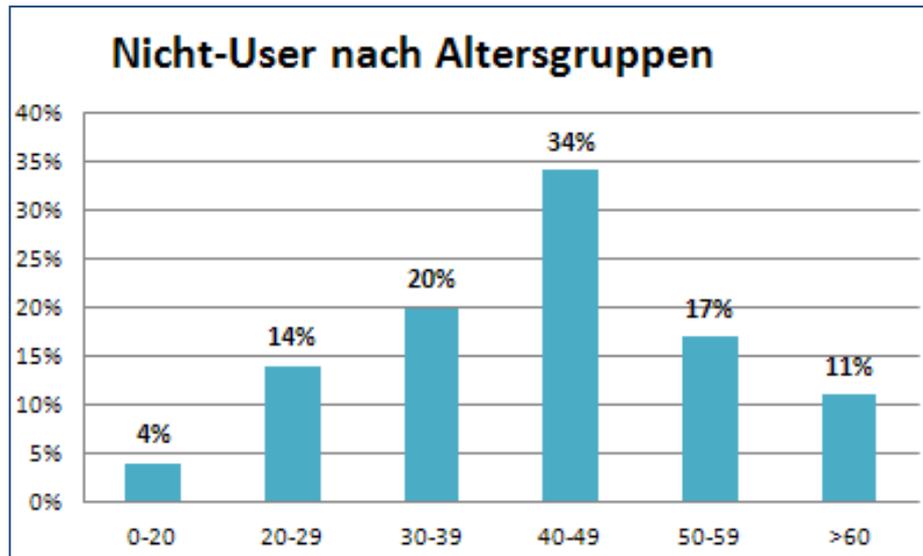
Selbständige / Beamte (13 %) lie-

gen fast mit PensionistInnen (11,5 %) gleichauf, der Anteil von SchülerInnen und StudentInnen beträgt gesamt nur knapp 13 %, das Interesse von Hausfrauen / Hausmännern ist mit 3,6 % marginal.

Offensiven, die sich an Tirols SchülerInnen und StudentInnen richten, sind – wie bereits unter der Auswertung der beiden ersten Fragebögen angeführt – nötig und wünschenswert.

Dabei müssen sich Kooperationen nicht alleine auf Schulen beziehen, sondern sollten auch Jugendzentren und Hochschulen miteinbeziehen.





Bezirkweise Auswertung unmöglich

(Frage 20: In welchem Bezirk wohnen Sie?)

Eine Auswertung nach Bezirken ist für Nicht-User nicht möglich, da eine entsprechende Klientel nicht angeschrieben worden ist. E-Mail-Adressen, die sich auf Personen in den Außenbezirken beziehen, gehören entweder aktiven Usern der AK Bibliothek digital oder Einpendlern zur konventionellen Bücherei in Innsbruck.

Aus den Antworten lassen sich daher nur Aussagen über das Verhältnis Innsbruck zu Innsbruck-Land treffen: 63,9 % der Nicht-User stammen aus der Landeshauptstadt, 36,1 % aus dem Bezirk.

Wesentlich erscheint es in diesem Zusammenhang, Offensiven für die AK Bibliothek digital ausgehend von den Bezirkskammern zu starten.

Einen günstigen Einfluss auf eine rasche Zunahme der User hätten sicher Internetwerbung, Newsletter und schriftliche Informationen.

Das traditionelle Bücherei-Angebot unter der Lupe

In allen drei Fragebögen wurden unsere KundInnen darauf angesprochen, wie weit sie mit dem traditionellen Angebot der AK-Bücherei Innsbruck vertraut sind.

Obwohl diese Fragestellung auf den ersten Blick nichts mit dem Kernthema E-Books zu tun hat, erschien es dennoch wichtig, zu analysieren, wie das generelle Nutzungsverhalten aussieht.

Schließlich lässt sich in einem weiteren Schritt daraus interpretieren, inwieweit man auch das E-Book-Sortiment benutzeradäquat erweitern könnte.

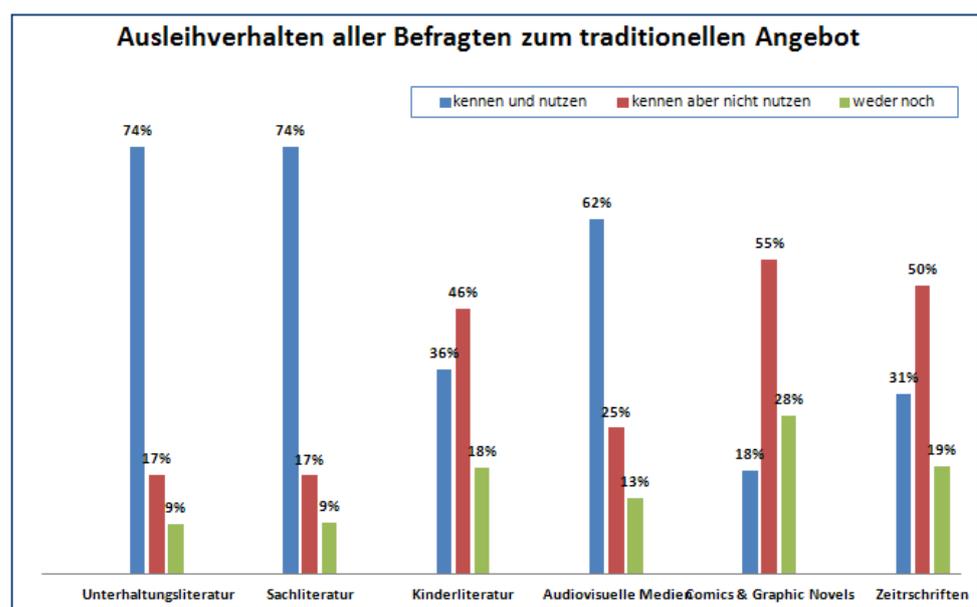
Weit vorne, sozusagen Spitzenreiter in der Beliebtheit, ist auch in der konventionellen Bibliothek die Unterhaltungsliteratur, die bei den potenziellen Usern sogar einen Wert von über 80% erreicht.

Somit bestätigt sich die Empfehlung, den E-Book-Bestand vorerst hauptsächlich im Belletristik-Bereich auszubauen. Damit kann am meisten „Umsatz“ gemacht werden und das Angebot in die breite Masse gelangen.

Potenzielle und inaktive E-Book-User gewichten den Sachbereich sehr stark (80%). Bei diesen Personengruppen überflügelt er sogar leicht die Belletristik.

Bei aktiven Usern erreicht der Sachbuchbereich „nur“ 53% und bleibt deutlich hinter der U-Literatur zurück. Während das Projekt „AK Bibliothek digital“ den Fokus besonders auf

Sach- und Fachliteratur gelegt hat, sieht es nun so aus, als sei dieses Ziel erst in einem zweiten Schritt realisierbar. Den Begriff „E-Book“ setzen die Innovatoren vor allem mit „Spaß“ und „Unterhaltung“ gleich.



Besonders von potenziellen und Nicht-Usern werden in der traditionellen Bibliothek in hohem Maß audiovisuelle Medien entlehnt, was die bereits getroffene Empfehlung bestätigt, E-Audios und E-Papers unbedingt einzuführen.

Im Mittelfeld der Entlehnungen befinden sich Kinderliteratur und Zeitschriften, wobei letztere häufig zwar gekannt, aber nicht genutzt werden.

Der Bereich Comics/Graphic Novels fällt auffallend stark ab. Er ist am wenigsten interessant, am wenigsten gekannt und am wenigsten genutzt.

Wie gut kennen und nutzen Sie unser traditionelles Angebot?

	USER			POTENZIELLE USER			NICHT-USER		
	kennen und nutzen	nicht nutzen aber kennen	weder noch	kennen und nutzen	nicht nutzen aber kennen	weder noch	kennen und nutzen	nicht nutzen aber kennen	weder noch
Unterhaltungsliteratur	62,0%	16,4%	21,6%	80,5%	16,2%	3,3%	76,1%	18,6%	5,3%
Sachliteratur	53,5%	23,1%	23,4%	80,9%	16,3%	2,8%	80,6%	14,1%	5,3%
Kinderliteratur	24,1%	43,3%	32,6%	41,3%	46,5%	12,2%	37,5%	47,2%	15,3%
Audiovisuelle Medien	37,9%	30,9%	31,2%	72,2%	22,5%	5,4%	66,6%	24,4%	9,0%
Comics & Graphic Novels	10,3%	45,8%	43,9%	22,4%	60,4%	17,3%	18,6%	55,0%	26,4%
Zeitschriften	22,1%	40,4%	37,5%	36,8%	51,0%	12,2%	32,0%	54,9%	13,1%
Mazimalwerte	62,0%	45,8%	43,9%	80,9%	60,4%	17,3%	80,6%	55,0%	26,4%
	Unterhaltung	Comics	Comics	Sachliteratur	Comic	Comic	Sachlit.	Comics	Comics
Minimalwerte	10,3%	16,4%	21,6%	22,4%	16,2%	2,8%	18,6%	14,1%	5,3%
	Comics	Unterhaltung	Unterhaltung	Comic	Unterhaltung	Sachbereich	Comics	Sachbereich	Sach/Unterh.

Gesamtheit

	kennen und nutzen	nicht nutzen aber kennen	weder noch
Unterhaltungsliteratur	74,2%	17,2%	8,6%
Sachliteratur	74,2%	17,0%	8,8%
Kinderliteratur	35,5%	46,0%	18,4%
Audiovisuelle Medien	61,6%	25,3%	13,1%
Comics & Graphic Novels	17,9%	54,6%	27,6%
Zeitschriften	31,2%	50,1%	18,6%
Mazimalwerte	74,2%	54,6%	27,6%
	Unterhaltung	Comics	Comics
Minimalwerte	17,9%	17,0%	8,6%
	Comics	Sachliteratur	Unterhaltung

Die Quintessenz der Auswertung



- 13 % Rücklauf, die Ergebnisse sind repräsentativ.
Die KundInnen der digitalen und physischen Bibliothek zeigen eine hohe Bereitschaft, die AK bei einer Umfrage zu unterstützen.
- 24 % User, 34 % potenzielle User, 42 % Nicht-User.
Potenzial kann auch bei letzteren geortet werden, denn 67 % der Nicht-User sagen, dass für sie das E-Book „in Zukunft interessant“ sein könnte.
- Hauptvorteile der AK Bibliothek digital: 24-Stunden-Verfügbarkeit und Ortsunabhängigkeit. Daraus lässt sich der große Bedarf „einer Bibliothek in unmittelbarer Nähe“ ableiten. Aktualität der Inhalte rangiert als Vorteil deutlich dahinter.
- 8 % „Freaks“ (nutzen die AK Bibliothek digital mehrmals wöchentlich), 31 % gut „akklimatisierte“ User (wöchentliche oder monatliche Nutzung des Angebotes), der größte Anteil der aktiven User (42,7 %) „schnuppert“ erst noch, ist aber interessiert und zeigt sich bereit „für mehr“.
- 98,3 % der aktiven User, also praktisch alle, sind mit dem neuen Service „AK Bibliothek digital“ sehr zufrieden und bereit diese weiter zu empfehlen. Das bedeutet mit anderen Worten: Die E-Book-Einführung ist mit der Traumnote „Sehr gut“ geglückt.
- Das zum Zeitpunkt der Befragung abrufbare Sortiment erhielt die respektable Durchschnittsnote 2,4. Die für den Anfang erfreuliche Bewertung soll natürlich nicht über einen nötigen Ausbau und eine erforderliche Verbesserung der Teilbereiche hinwegtäuschen.
- Belletristik als „Schlüssel zum Erfolg“: Mit der U-Literatur können am meisten neue E-Book-User gewonnen werden.
- Alle Benutzergruppen (außer PensionistInnen) zeigen großes Interesse an der Einführung von E-Audios und E-Papers.

- Der Gratis-Download – ein Angebot, mit dem die AK „ins Schwarze“ trifft:
Das in einer hochwirtschaftlich ausgerichteten Zeit ungewöhnliche Angebot der AK, unentgeltlich die brandneue Technologie E-Book kennen lernen und letztendlich auch intensiv nutzen zu dürfen, könnte sogar über 58 % der Nicht-User zur Nutzung animieren.
- Mehr weibliche als männliche E-Book-User:
Was für die physischen Bibliotheken Österreichs zutrifft, hat auch Gültigkeit für die AK Bibliothek digital: Lesen ist mehrheitlich weiblich.
- HauptnutzerInnengruppe: Tirols ArbeitnehmerInnen
Enttäuschend: Nur wenige StudentInnen und SchülerInnen machen aktiven Gebrauch von E-Books.
- Hauptinteresse im Großraum Innsbruck
Kufstein unter den „Außenbezirken“ führend
Die meisten Tiroler Bezirke müssen erst noch „ins Boot“ geholt werden.
- Potenzielle User brauchen mehr Informationen und Unterstützung.
Die relativ teuren Endgeräte halten vom E-Book-Gebrauch ab.
- Bei Nicht-Usern ist Überzeugungsarbeit für die neue Technologie nötig.
- Internetwerbung und Newsletter von allen Usergruppen gewünscht.
- Homepage bedarf einer gründlichen Überarbeitung.

Maßnahmen und Konsequenzen



Belletristik so gut wie möglich „aufrüsten“

Am meisten gekannt, genutzt und positiv bewertet wird der Belletristik-Bestand der AK Bibliothek digital. Darüber hinaus ist die U-Literatur auch innerhalb des traditionellen Angebots „führend“.

Die Belletristik kann also als „Schlüssel zum Erfolg“ bezeichnet werden. Mit einem forciert ausgebauten Belletristik-Bestand kann die AK Bibliothek digital viele neue aktive User gewinnen.

Finanzielle Mittel für E-Papers und E-Audios generieren, vorerst mit Investitionen im Sachbuchbereich sparsam umgehen

Während Sachliteratur im traditionellen Angebot einen sehr hohen Stellenwert einnimmt, praktisch die Wichtigkeit mit der Belletristik teilt, kommt ihr im digitalen Bereich noch vergleichsweise wenig Bedeutung zu. Der Großteil der Sachbereiche wird entweder gar nicht gekannt oder zwar gekannt, aber nur wenig genutzt.

Deshalb sollte mit Investitionen vorerst sparsam umgegangen werden. Empfehlenswert wäre es, die am ehesten gefragten Bereiche „Ratgeber“, „Gesundheit“, „Hobby“, sowie das relativ gut genutzte, aber am schlechtesten bewertete Reisesegment der digitalen Bibliothek aufzustoßen.

Es erscheint sinnvoll, die Erweiterung des digitalen Sachbuchbestandes für spätere Ausbaustufen aufzubewahren und stattdessen eventuell überschüssige oder neu generierte finanzielle Mittel in einen Bestand an E-Papers und E-Audios zu stecken.

Immerhin sprechen sich 73 % der aktiven User für deren Einführung aus. In der Detailbetrachtung der Ergebnisse zeigt sich, dass alle SchülerInnen und StudentInnen, sowie die überwiegende Mehrheit der ArbeitnehmerInnen, Selbständigen, Beamten und Hausfrauen/-männer die Einführung begrüßen würden. (Lediglich die PensionistInnen zeigen mehrheitliches Desinteresse.)

Platz 1 kommt auch in diesem Segment der Belletristik zu. Platz 2 nehmen die Themen „Computer“ und „Technik“, sowie „Gesundheit“ ein. Platz 3: Recht und Wirtschaft. Ebenfalls noch häufig genannt: Reise, Sprachen, Politik, Hobby, Psychologie.

Absage für Bildbände in E-Bookform:

Bedarf an Bildbänden in E-Bookform ist nicht gegeben. Die Befragten sind sich einig: Auf diesem Sektor wird der Qualitätssprung noch etliche Zeit nicht aufzuholen sein. Außerdem kommt dem haptischen Erleben bei Bildbänden eine besondere Bedeutung zu.

Interesse an E-Book-Reader-Verleih

Vor allem die relative teure Anschaffung eines E-Book-Readers oder Tablet-PCs hält viele potenzielle User vom aktiven E-Book-Gebrauch ab. Am stationären PC zu lesen wird als unangenehm empfunden und kommt auch als Übergang nicht in Frage. Stattdessen wird Interesse an einem E-Book-Reader-Verleih angemeldet.

Kooperationen mit Tirols Bildungseinrichtungen fortsetzen und ausbauen, eventuell Spezialbibliotheken (etwa für Lehrlinge) aufbauen

Die AK kann zufrieden sein, mit der digitalen Bibliothek ein Angebot geschaffen zu haben, das vor allem das Interesse der Hauptzielgruppe = ArbeitnehmerInnen auf sich zieht.

Das geringe Interesse der Tiroler SchülerInnen und StudentInnen bildet aber gleichsam den Wermutstropfen des Ergebnisses.

Umso mehr sind bereits eingeleitete Kooperationen mit Schulen zur Bekanntmachung des E-Book-Angebotes begrüßenswert. Ein Ausbau dieser Offensive – auch in Richtung Jugendzentren und Hochschulen - ist empfehlenswert.

Überlegungen bezüglich eines Aufbaus von Spezialbibliotheken (etwa für Lehrlinge) sind jedenfalls zukunftsweisend.

Hoher Informationsbedarf

Der Informationsbedarf muss nach wie vor als hoch eingestuft werden. Nur aktive User geben mehrheitlich an, ausreichend informiert zu sein. Jene unter ihnen, die dies nicht so empfinden, teilen ihre Sicht der Dinge mit den potenziellen Usern und den Nicht-Usern: Bedarf besteht vor allem an Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur E-Book-Nutzung und Instruktionen zur Installation der nötigen Software.

Persönliche Beratung wird erst an dritter Stelle genannt.

Internetwerbung und Newsletter gewünscht

Bei aktiven und potenziellen Usern sind es jeweils rund 50 %, die die Werbemaßnahmen als unzureichend erachten, bei den Nicht-Usern hätte eine 2/3-Mehrheit gern mehr Promotion.

In allen drei Gruppen steht Internetwerbung an Topstelle. Zudem werden (regelmäßige) Newsletter gewünscht.

Homepage unbedingt verbessern

Die Befragungsergebnisse zeigen: ein Brainstorming zur Verbesserung der Homepage ist dringend nötig.

Schließlich kritisieren die KundInnen die unzureichende Übersichtlichkeit der Homepage, den schwierigen Einstieg, das umständliche Finden der Ciando-Page, das Fehlen maßvoller,

aber hilfreicher Farbgebung und sie hätten gerne eine besser ausgestattete Suchmaschine. Außerdem wünschen sich viele Hinweise auf zu verwendende Apps für die E-Book-Suche, für den Download und zum Lesen, was besonders für die Smartphone- oder I-Pad-User von Nutzen wäre.

77 % der aktiven User bevorzugen den belletristischen Bereich des digitalen Angebotes. Dies sollte auch seinen Niederschlag in der Gestaltung der Suchmaske finden. Beispielsweise sollten Krimi-Interessierte nicht aus einer Tabelle mit mehr als 95 % Sachthemen auswählen müssen.

Empfehlenswert wäre zunächst eine grobe Gliederung, etwa „Belletristik – Sachbücher – Kinderbücher“, und davon ausgehend eine Feinuntergliederung gemäß den traditionellen Sach- und Romangruppenbezeichnungen.

Viele wünschen sich überdies Leserbewertungen und –rezensionen zu Einzeltiteln.

Werbeoffensive in den Bezirken, wenn möglich über persönliche E-Mail-Adresse

Der Großteil der aktiven User stammt aus dem Großraum Innsbruck. Kein Wunder: Aus diesem Bereich rekrutiert die Mutterbibliothek auch den größten Teil ihrer KundInnen. Naturgemäß ist die Werbewirksamkeit im Umfeld der AK-Bücherei Innsbruck am größten. Dass sich die junge digitale Bibliothek rund 6 Monate nach ihrer Einführung noch nicht landesweit durchgesetzt haben kann, liegt auf der Hand. Schließlich muss der Boden ausgehend von der Mutterbibliothek in der Landeshauptstadt erschlossen werden.

Das heißt: Werbeoffensiven und Kooperationen sollten verstärkt in den weiter zur Mutterbibliothek entfernten Bezirken stattfinden.

Ideal wäre es, möglichst viele AK-Mitglieder über ihre persönliche E-Mail-Adresse kontaktieren zu können.

ABSCHLUSS

Kritische Reflexion



Eines stand für mich in der 1. Präsenzwoche im Oktober 2010 bereits fest: Ein Projekt durchzuführen, würde wohl die größte Herausforderung meiner Ausbildung zur Bibliothekarin des gehobenen Fachdienstes darstellen.

Noch nie vor eine vergleichbare Aufgabe gestellt, gestalteten sich die darauffolgenden 14 Monate für mich als Abenteuerreise, die mich um einige Erkenntnisse reicher gemacht hat.

Erkenntnis 1: Auch ein Projekt zu Ausbildungszwecken soll thematisch optimal zu „meiner“ Bibliothek passen. Meine Idee einen Jugendschreibwettbewerb durchzuführen traf für eine Bücherei in Trägerschaft einer Arbeitnehmer-Interessensvertretung „den Nagel nicht auf den Kopf“ und musste deshalb einem Thema Platz machen, das der Bibliothek bestmöglichen Nutzen zu minimalen Kosten bot. Dabei fiel die Wahl auf das aktuelle „E-Book-Thema“.

Erkenntnis 2: Es empfiehlt sich, die Durchführbarkeit eines Projektes „auf Herz und Nieren“ zu prüfen. Schließlich wäre mein Projekt beinahe an unrealisierbaren Teilaspekten (z.B. Analyse des E-Book-Ausleihverhaltens hinsichtlich des Bildungsstandes der NutzerInnen) gescheitert, wenn nicht eine akzeptable Alternativlösung gefunden worden wäre.

Erkenntnis 3: Im Verlauf der Ausbildung wird nicht umsonst eindringlich auf die Bedeutung und Notwendigkeit eines Projektauftrages hingewiesen. Er gibt Rückhalt und legt Zuständigkeiten genau fest, sodass nötigenfalls jeder an seinen wirklichen Auftrag erinnert werden kann.

Erkenntnis 4: Für potenzielle Nachwuchs-Führungskräfte ist es tatsächlich sinnvoll, eine Projektarbeit durchzuexerzieren. Die Übung öffnet die Augen für eigene Schwachpunkte (z.B. Wo wurde ich meiner Funktion als Projektleiterin nicht gerecht? An welchem Punkt der Projektarbeit habe ich blind vertraut und dadurch geschwächt / es beinahe riskiert, dass die Arbeit eine unerfreuliche Richtung eingenommen hätte? Wie hätte ich mit dem Spannungsverhältnis Projektorganisation – Linienorganisation besser umgehen können?), birgt aber auch die Chance „nachzurüsten“ und künftig besser vorbereitet zu sein.

Erkenntnis 5: Nicht nur fachliche und menschliche Schwächen, sondern auch fachliche und menschliche Stärken treten zu Tage:

Ich kann besser abschätzen, worin ich wirklich Kompetenzen habe und wie viel (Projekt-)Leitungspotenzial in mir steckt.

In der Krisenzeit stelle ich darüber hinaus auch fest, mit wem sachliches und integriertes Zusammenarbeiten möglich ist, wer eine gerade Linie verfolgt, wer meine Stärken anerkennt und mir in meinen Schwächen den Rücken stärkt.

Erkenntnis 6 = eine alte Volksweisheit: „Man wächst mit seinen Aufgaben.“ Im Verlauf der Projektarbeit gewann ich auch Aufschluss über meine Belastbarkeit und meinen Kampfwillen und sah das Sprichwort bestätigt: „Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg.“

Unterm Strich bleibt Erkenntnis 7: Die Projektarbeit hat mich wirklich herausgefordert, phasenweise nahezu überfordert, mir aber den Blick für die Anforderungen in entsprechenden beruflichen Höhen geöffnet und ist allein deshalb ein unverzichtbarer Bestandteil des „B-Kurses“.

Danksagung

Im Rückblick auf eine ereignis- und lehrreiche Zeit möchte ich all jenen Personen danken, die mir den Weg zur Übernahme der Projektarbeit bereitet oder mich ein mehr oder weniger langes Stück auf dem Weg bis zu deren Fertigstellung begleitet haben.



Mein besonderer Dank gilt:

- Der **Arbeiterkammer Tirol** mit **Präsident Erwin Zangerl** an der Spitze: Nach 18-jähriger Erziehungspause hat die AK an meine Fähigkeiten geglaubt und mir ein berufliches Comeback ermöglicht.
- **AK-(Vize-)Direktor Personalchef Mag. Gerhard Pirchner** für seinen starken Rückhalt in der Projekt-Krisenzeit und die unkomplizierten Arbeitsbedingungen, die er mir für die EDV-Einarbeitung und Auswertung der Benutzerbefragung geschaffen hat.
- Dem **Leiter der AK-Bildungsabteilung, DDr. Erwin Niederwieser**, für die Ausbildungsnominierung zur hauptamtlichen Bibliothekarin des gehobenen Fachdienstes und den Projektauftrag sowie **Büchereileiterin Mag. Rita Ostermann**, die mir den Projektstart mit Basisinformationen erleichtert hat.
- Meinem Projektbetreuer von europäischem Format, **EBLIDA-Präsident BVÖ-Geschäftsführer Mag. Gerald Leitner**, für seine Umsicht und seinen Weitblick.
- Meiner Tochter **Romana Stecher**, die mir nicht nur eine verlässliche Projektpartnerin mit unentbehrlichem EDV-Knowhow war, sondern mich auch in das 1 x 1 zeitgemäßen Projekt-Layouts eingeführt hat.
- **AK-EDV-Abteilungsleiter Hannes Hiltpolt** und seinen Mitarbeitern, **Nadir Akmese** und **Andreas Pöschl**, für die professionelle Umsetzung der Benutzerbefragung und die freundliche Zusammenarbeit.
- **AK-Statistiker Mag. Armin Erger** für die fachkundige Beratung im Vorfeld der Auswertung.
- Last but not least: Meiner Familie, im Besonderen meinem Mann, **Ing. Gerhard Stecher**, und meiner Tochter **Silvia Stecher** für die Übernahme von Extra-Aufgaben im weitläufigen Haushalt und den „emotionalen Beistand“.

Literaturverzeichnis



Betriebswirtschaft : HAK II. – 1. Aufl. – Wien : Manz Schulbuch, 2005. – 234 S. : zahlr. graph. Darst.,

Bühner Markus:

Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion / Markus Bühner. – 2., aktualisierte und erw. Aufl. – München [u.a.] : Pearson Studium, 2006. – 440 S. : zahlr. graph. Darst.

–Der– Fragebogen : Datenbasis, Konstruktion und Auswertung / Sabine Kirchhoff ... - 3., überarb. Aufl., Nachdr. – Wiesbaden : VS, 2006. – 113 S. : Ill., zahlr. graph. Darst., Kt.

Digitale Arbeiterkammerbibliothek : Projektdossier / Arbeitsgruppe Digitale Arbeiterkammerbibliothek. Projekt-Leitung: Michael Bloch. – Innsbruck, 2010. – 21 S.

Mummendey, Hans Dieter:

–Die– Fragebogen-Methode [E-Book] / von Hans Dieter Mummendey und Ina Grau. – 5. überarb. und erw. Aufl. – Göttingen [u.a.] : Hogrefe, 2008. – 222 S. : graph. Darst

[url:http://www.ak-tirol.com/online/gebrauchsanleitung-58488.html](http://www.ak-tirol.com/online/gebrauchsanleitung-58488.html)

Wikipedia (<http://de.wikipedia.org/wiki/E-Book>)

Wikipedia <http://de.wikipedia.org/wiki/Skalierung>

ANHANG

From: [SAMMELST.-Bibliothek_Info](#)

Sent: Wednesday, September 14, 2011 6:15 PM

To: gerda.stecher@chello.at

Subject: AK-Bücherei Innsbruck: E-Book-Benutzerbefragung

Liebe Kundin, lieber Kunde der AK-Bücherei!

Seit rund einem halben Jahr haben Sie die Möglichkeit, neben Büchern, Zeitschriften und audiovisuellen Medien E-Books zu entleihen.

Da uns Ihre Meinung wichtig ist, möchte die AK Tirol Ihre Erfahrungen und Wünsche mit dieser neuen Dimension des Lesens in die Weiterentwicklung des digitalen Angebots einbeziehen. Bitte nehmen Sie sich deshalb 10 Minuten für unsere Online-Benutzerbefragung Zeit und retournieren Sie diese bis 30.09.2011!

Ihre Angaben werden völlig anonym behandelt und nur gesammelt verwendet bzw. ausgewertet, sodass Rückschlüsse auf Ihre Person ausgeschlossen sind.

Gleichzeitig unterstützen Sie mich bei meinem Projekt „Das E-Book auf dem Weg zum Benutzer“, das ich im Zuge meiner Ausbildung zur hauptamtlichen Bibliothekarin für den Bücherverband Österreichs (BVÖ) durchführe.

Herzlichen Dank!

Gerda Stecher
AK-Bücherei Innsbruck



[Durch die Beantwortung der Einstiegsfrage öffnet sich der für Sie relevante Fragebogen:](#)

Wie weit sind Sie mit dem Angebot der AK Bibliothek digital („E-Books“) vertraut?

- A) [Kenne und nutze ich](#)
- B) [Kenne ich und nutze ich nicht](#)
- C) [Kenne ich nicht und nutze ich nicht](#)

Benutzerbefragung für aktive User

Welches sind aus Ihrer Sicht die Vorteile der AK Bibliothek digital?
(Mehrfach-Antworten möglich)

- | | |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 24-Stunden-Verfügbarkeit | <input type="checkbox"/> Aktualität der Inhalte |
| <input type="checkbox"/> Ortsunabhängigkeit | <input type="checkbox"/> Umweltfreundlichkeit |
| <input type="checkbox"/> Schnelle Abwicklung | <input type="checkbox"/> Einfache Transportfähigkeit |
| <input type="checkbox"/> Automatische Rückgabe (keine Mahngebühr) | <input type="checkbox"/> Diskret |

Wie oft nutzen Sie das Angebot der AK Bibliothek digital?

- | | |
|--------------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="radio"/> Mehrmals wöchentlich | <input type="radio"/> Monatlich |
| <input type="radio"/> Wöchentlich | <input type="radio"/> Sporadisch |

Wie weit sind Sie mit dem Sortiment der AK Bibliothek digital vertraut?

Falls Sie unser Angebot kennen und nutzen, wie beurteilen Sie die einzelnen Teilbereiche nach Schulnotensystem?

	kenne ich nicht und nutze ich nicht	kenne ich und nutze ich nicht	1	2	3	4	5
Altertumswissenschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Belletristik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biografie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geschichte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesellschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesundheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hobby	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturwissenschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mathematik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medizin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naturwissenschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pädagogik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Philosophie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Psychologie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ratgeber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Religion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Technik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wirtschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

E-Papers und E-Audios sind in Planung. Wäre das Entleihen dieser E-Medien für Sie von Interesse?

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| <input type="radio"/> Ja | <input type="radio"/> Nein |
|--------------------------|----------------------------|

Wenn ja, in welchen Schwerpunkten?

Wird das Angebot der AK Bibliothek digital in der Familie / Bekanntschaft genutzt?

Ja

Nein

Würden Sie die AK Bibliothek digital weiter empfehlen?

Ja

Nein

Welche Informationen würden Sie sich im Vorfeld zur Nutzung der AK Bibliothek digital wünschen?

(Mehrfach-Antworten möglich)

Schritt-für-Schritt-Anleitung zur E-Book-Nutzung

Informationsstand reicht aus

Instruktionen zur Installation der nötigen Software

Sonstige:

Persönliche Beratung durch Mitarbeiter der AK Bücherei Innsbruck

Wird das Angebot der AK Bibliothek digital ausreichend beworben?

Ja

Nein

Welche Werbung würden Sie sich wünschen?

(Mehrfach-Antworten möglich)

Rundfunk- und TV-Werbung

Plakate und Folder

Inserate in Zeitungen und Zeitschriften

Sonstige:

Internetwerbung

Informationsveranstaltungen der AK

Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die Informationen zur AK Bibliothek digital auf unserer Homepage?

Ja

Nein

Wenn ja, welche?

Für welche Themen kommt für Sie nur das traditionelle Buch in Frage?

Wie weit sind Sie mit dem traditionellen Angebot der AK-Bücherei Innsbruck vertraut?

	kenne ich und nutze ich	kenne ich und nutze ich nicht	kenne ich nicht und nutze ich nicht
Unterhaltungsliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sachliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinderliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Audiovisuelle Medien (DVDs, CDs, CD-ROMs, DVD-ROMs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comics & Graphic Novels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeitschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sie sind

männlich

weiblich

Welcher der folgenden Benutzergruppen gehören Sie an?

ArbeitnehmerIn

PensionistIn

StudentIn

Selbständig / Beamter

SchülerIn

Arbeitslos

Hausfrau / Hausmann

Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

unter 20

40 - 49

20 - 29

50 - 59

30 - 39

60 und älter

In welchem Bezirk wohnen Sie?

Imst

Landeck

Innsbruck

Lienz

Innsbruck-Land

Reutte

Kitzbühel

Schwaz

Kufstein

Vielen Dank fürs Mitmachen! Über die Auswertung informieren wir Sie ab Anfang November 2011 auf unserer Homepage!

Abschicken

Eingaben loeschen

Autor des Fragebogens: Gerda und Romana Stecher

eMail: gerda.stecher@ak-tirol.com

Institution: AK-Bücherei Innsbruck, Maximilianstraße 7, 6020 Innsbruck

Dieses Formular wurde mit GrafStat (Ausgabe 2010 / Ver 4.70) erzeugt.

Ein Programm v. Uwe W. Diener 3/2010.

Informationen zu GrafStat: <http://www.grafstat.de>

Benutzerbefragung für potenzielle User

Nutzen Sie andere E-Book-Anbieter?

Ja

Nein

Wenn ja, welche?

Amazon

Sonstige

Thalia

Sind E-Books für Sie eine denkbare Alternative zum klassischen Buch?

Ja

Nein

Was wäre für Sie ein Anreiz, das Ihnen bekannte Angebot der AK Bibliothek digital aktiv zu nutzen?

(Mehrfach-Antworten möglich)

Bessere Information über den Weg zum Download

Bessere Bewerbung

Mehr Information über das Angebot

Sonstiges:

Größeres Angebot

Werden in Ihrem Bekanntenkreis E-Books genutzt?

Ja

Nein

Wäre das Leihen von E-Books für Sie eine Alternative zum Kauf?

Ja

Nein

Welche Informationen würden Sie sich im Vorfeld zur Nutzung der AK Bibliothek digital wünschen?

(Mehrfach-Antworten möglich)

Schritt-für-Schritt-Anleitung zur E-Book-Nutzung

Informationsstand reicht aus

Instruktionen zur Installation der nötigen Software

Sonstiges

Persönliche Beratung durch Mitarbeiter der AK Bücherei Innsbruck

Wird das Angebot der AK Bibliothek digital ausreichend beworben?

Ja

Nein

Welche Bewerbung würden Sie sich wünschen?

(Mehrfach-Antworten möglich)

Rundfunk- und TV-Werbung

Plakate und Folder

Inserate in Zeitungen und Zeitschriften

Sonstige:

Internetwerbung

Informationsveranstaltungen der AK

Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die Informationen zur AK Bibliothek digital auf unserer Homepage?

Ja

Nein

Wenn ja, welche?

Für welche Themen kommt für Sie nur das traditionelle Buch in Frage?

Wie weit sind Sie mit dem traditionellen Angebot der AK-Bücherei Innsbruck vertraut?

	kenne und nutze ich	kenne ich und nutze ich nicht	kenne ich nicht und nutze ich nicht
Unterhaltungsliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sachliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinderliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Audiovisuelle Medien (DVDs, CDs, CD-ROMs, DVD-ROMs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comics & Graphic Novels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeitschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sie sind

männlich

weiblich

Welcher der folgenden Benutzergruppen gehören Sie an?

ArbeitnehmerIn

PensionistIn

StudentIn

Selbständig / Beamter

SchülerIn

Arbeitslos

Hausfrau / Hausmann

Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

unter 20

40 - 49

20 - 29

50 - 59

30 - 39

60 und älter

In welchem Bezirk wohnen Sie?

Imst

Landeck

Innsbruck

Lienz

Innsbruck-Land

Reutte

Kitzbühel

Schwaz

Kufstein

Vielen Dank fürs Mitmachen! Über die Auswertung informieren wir Sie ab Ende November 2011 auf unserer Homepage!

Benutzerbefragung für Nicht-User

Könnte das E-Book für Sie in Zukunft von Interesse sein?

Ja

Nein

Was würde Sie zur E-Book-Nutzung animieren?

(Mehrfach-Antworten möglich)

Berufliche Notwendigkeit

Privates Umfeld (Trend nicht "verschlafen")

Fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft

Gratis-Download

Welche Informationen benötigen Sie noch für die E-Book-Nutzung?

(Mehrfach-Antworten möglich)

PC-Basiskurs

Sonstiges:

Bessere Information über den Anmeldevorgang

Umfangreichere Information über den Weg zum Download

Wo liegen Ihre Zweifel und Bedenken?

(Mehrfach-Antworten möglich)

Gesundheitliche Bedenken wegen zu intensiver PC-Nutzung

Sonstiges:

Mangelnde Ausrüstung mit

Transportgeräten (Laptop, E-Book-Reader, Smartphone)

Zu wenig Zeit zum Lesen

Welche Informationen würden Sie sich im Vorfeld zur Nutzung der AK Bibliothek digital wünschen?

(Mehrfach-Antworten möglich)

Schritt-für-Schritt-Anleitung zur E-Book-Nutzung

Informationsstand reicht aus

Instruktionen zur Installation der nötigen Software

Sonstige:

Persönliche Beratung durch Mitarbeiter der AK-Bücherei Innsbruck

Wird das Angebot der AK Bibliothek digital ausreichend beworben?

Ja

Nein

Welche Werbung würden Sie sich wünschen?

(Mehrfach-Antworten möglich)

Rundfunk- und TV-Werbung

Plakate und Folder

Inserate in Zeitungen und Zeitschriften

Sonstige:

Internetwerbung

Informationsveranstaltungen der AK

Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die Informationen zur AK Bibliothek digital auf unserer Homepage?

Ja

Nein

Wenn ja, welche?

Für welche Themen kommt für Sie nur das traditionelle Buch in Frage?

Wie weit sind Sie mit dem traditionellen Angebot der AK-Bücherei Innsbruck vertraut?

	kenne und nutze ich	kenne ich und nutze ich nicht	kenne ich nicht und nutze ich nicht
Unterhaltungsliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sachliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinderliteratur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Audiovisuelle Medien (DVDs, CDs, CD-ROMs, DVD-ROMs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comics & Graphic Novels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeitschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sie sind

männlich

weiblich

Welcher der folgenden Benutzergruppen gehören Sie an?

ArbeitnehmerIn

PensionistIn

StudentIn

Selbständig / Beamter

SchülerIn

Arbeitslos

Hausfrau / Hausmann

Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

unter 20

40 - 49

20 - 29

50 - 59

30 - 39

60 und älter

In welchem Bezirk wohnen Sie?

Imst

Landeck

Innsbruck

Lienz

Innsbruck-Land

Reutte

Kitzbühel

Schwaz

Kufstein

Vielen Dank fürs Mitmachen! Über die Auswertung informieren wir Sie ab Anfang November 2011 auf unserer Homepage!