



Gewinn neuer Kundengruppen mit digitalen Medien?

Die Einführung der Onleihe in
der Stadtbücherei Frankfurt am
Main



Die Einführung der Onleihe in der Stadtbücherei Frankfurt

- Einführungsprozess
- Umsetzungsprozess
- Angebot und geplante Bestandserweiterung
- Öffentlichkeitsarbeit und Schulung der Mitarbeiter
- Nutzung und Reaktionen
- Neue Kundengruppen durch die Onleihe?



Einführungsprozess: Ziele

- 24/7 – Bibliothek
 - Öffnungszeiten von Bibliotheken
 - Ausschluss von Kundengruppen
 - zeitlich und räumlich unabhängiger Zugang zu unserem Angebot
- unser Profil als Medienzentrale
 - Nicht-Bedeutung des Informationsträgers
 - sozialer Auftrag einer Bibliothek
- unser Profil als Bildungspartner
 - Schulbibliothekarische Arbeit
 - Leseförderung
 - Vermittlung von Informationskompetenz



Einführungsprozess: Zielgruppen

- Zahlen aus der Benutzer- und Ausleihstatistik
 - aktive Nutzer: ca. 46.000
 - Neuanmeldungen: ca. 12.000
 - Ausleihe: ca. 2.000.000
 - Altersgruppierung: bis 18 J. ca. 40 %
- Kundenbindung
- Erschließung neuer Zielgruppen?



Einführungsprozess: „Widerstände“ im eigenen Haus

- Realisierung durch den vorhandenen Medienetat
neue Zweigstelle ohne Erhöhung des Medienetat
- „Technik-Ferne“ einiger Mitarbeiter
- Veränderungsprozess insgesamt in der Stadtbücherei
Veränderung des Berufsbildes von Bibliotheken und
Assistenten
Personalentwicklung/Qualifizierungsprozesse



Einführungsprozess: Verwaltungswege

- Revision
Gebühren
- Rechtsamt
Vertragsgestaltung
- Datenschutz
Auftragsdatenverarbeitung, HSDB
- Vergabeverfahren
Festlegung der Wettbewerbsform
- Schnittstelle zu Bibliotheca 2000



Umsetzungsprozess

- Projektorganisation
Projektleitung, Umsetzungsteam, IT-Team,
ÖA-Team
- Arbeitsschritte von Mitte Dezember bis Mitte Februar
Festlegung des Webdesigns; Zusammenstellung des
Medienerstbestandes, Integration in Bibliotheca 2000,
Testphase ab 30.01.2009; Planung und Umsetzung von
Werbemaßnahmen; Schulungen der Mitarbeiter



Angebot und geplante Bestandserweiterung

- Medienerstbestand: Bestandsprofil und Vorschlagslisten
- Medienart
 - ca. 1500 e-Books, ca. 700 e-Audios, ca. 4500 e-Musik, ca. 150 e-Videos, 5 e-paper
- thematische Schwerpunkte neben Musik:
 - Sachmedien und Ratgeber, Beruf und Karriere, Schule und Lernen, Reisen und Sprachen
- Verbessertes Medienangebot seit Mitte 2008
- Bestandserweiterung bestimmt durch Nutzung



Öffentlichkeitsarbeit

- Kein „Selbstläufer“
- Kein Presseevent, aber Pressemitteilung
- Flyer, Lesezeichen, Plakate
- Azubis stellen Onleihe vor



Schulung der Mitarbeiter

- Mitarbeiter als Werbeträger
- Schulung im Multiplikatorenverfahren
- Ziel: Mitarbeiter können Onleihe erklären und vermitteln
- Inhalt: Kenntnisse über Bestand; wie funktioniert Onleihe?
welche Fragen könnten Leser stellen?
- Weitere Maßnahmen: FAQ-Sammlung zu Nutzung, Bestand, Recherche und Ergebnisse, Ausleihe, Vormerken, Rückgabe und Technik
- Support durch Umsetzungsteam



Nutzung und Reaktion

- Der erste Tag: 183 Downloads; Favoriten: FAZ und Spiegel
- Vom 20.2. bis 5.3. 2009
1800 Downloads, ca. 126 pro Tag, 1,7 % der Gesamtausleihen
- Vormerkrenner: Spiegel, Englisch-Grammatik, Das Geheimnis der Geisterinsel
- Schnuppermitgliedschaft: 80
- Reaktionen von (potenziellen) Nutzern



Neue Kundengruppen durch die Onleihe?

- Schnuppermitgliedschaft
- Kundenbindung; Wiedergewinnung inaktiver Leser
- Gewinnung der Gruppe der „digital natives“
- Bedeutung des Bestandes