

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft

Fachhochschule Ostschweiz
University of Applied Sciences

Churer Schriften zur Informationswissenschaft

Herausgegeben von
Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl, und Hans-Dieter Zimmermann

Arbeitsbereich
Informationswissenschaft

Schrift 26

Idea Stores, ein erfolgreiches
Bibliothekskonzept aus England -
auch für die Schweiz?

Isabelle Walther

Chur 2008

Churer Schriften zur Informationswissenschaft

Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl,
und Hans-Dieter Zimmermann

Schrift 26

Idea Stores, ein erfolgreiches Bibliothekskonzept aus England - auch für die Schweiz?

Isabelle Walther

Diese Publikation entstand im Rahmen einer Diplomarbeit zum Abschluss als dipl.
Informations- und Dokumentationsspezialistin FH.

Referent: Prof. Dr. Robert Barth

Korreferent: Dr. Rafael Ball

Verlag: Swiss Institute for Information Research

ISSN: 1660-945X

Chur, Dezember 2008

Vorwort

Die öffentlichen Bibliotheken in der Schweiz haben in den letzten Jahren ein beträchtliches Mass an Anpassungskraft bewiesen. Mit vergleichsweise sehr bescheidener finanzieller und personeller Ausstattung ist es der Mehrheit bis heute gelungen, Benutzer- und Ausleihzahlen kontinuierlich zu steigern.

Unverkennbar sind aber auch die Schwächen des öffentlichen Bibliothekswesens der Schweiz: ein hohes Mass der Zersplitterung der Kräfte, viele Klein- und Kleinstinstitutionen, isoliertes Dasein ohne Verbindung zu anderen Kultur- und Bildungsinstitutionen, bibliothekarische Normen, die von den politischen Trägerschaften ignoriert werden, ein im internationalen Vergleich oft tiefer Aus- und Weiterbildungsstand, bescheidene Gehälter bis hin zu Gratisarbeit in Gemeindebibliotheken.

Die öffentlichen Bibliotheken dieses Landes brauchen einen Innovationsschub. Die vorliegende Arbeit will dazu einen Beitrag leisten. Sie beschreibt ein Modell, mit dem im Rahmen von einigen Quartieren in London ein Ausweg aus der grossen Krise der britischen Public Libraries gefunden wurde. Konzentration, Kooperation, Professionalisierung und architektonische Innovation sind im Modell der Idea Stores eine spannende und erfolgreiche Symbiose eingegangen. Die Meinung ist nicht, dass wir dieses Modell eins zu eins übernehmen können. Wesentliche Charakteristika der Idea Stores sind aber auch für Bibliotheken in unserem Land bedenkenswert und zur Adaption geeignet.

Diplomarbeiten der HTW Chur müssen wissenschaftlich fundiert sein, aber sie dürfen auch einen Praxisbezug haben, also dem Archiv-, Bibliotheks- und Dokumentationswesen dieses Landes konkrete Impulse geben. Mit dieser Absicht wurde die Arbeit von Isabelle Walther ausgewählt.

Prof. Dr. Robert Barth

Studienleiter Informationswissenschaft BSc

Dozent für Bibliothekswissenschaft

Abstract

Der Benutzerschwund wird immer mehr zum Problem bei den Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken der Schweiz. Ausserdem wurden wichtige Trends im Bibliothekswesen in der Vergangenheit meist nicht rechtzeitig erkannt. Das Idea Stores Konzept zeigt einen weiteren Trend auf: Die Verschmelzung von Bibliotheksservices und Kursangeboten unter einem Dach.

Auch die britischen Public Libraries verzeichneten in den letzten zwei Jahrzehnten zum Teil einen beunruhigenden Rückgang bei der Benutzung. Mit der Einführung des „Idea Stores“ Konzept gelang es allerdings, diesen negativen Trend zu brechen und die Besucherzahlen zu verdoppeln.

In dieser Arbeit wird das Konzept aus England beschrieben und anhand einer Best Practice Analyse aufgezeigt, dass die Entwicklung im Schweizer Bibliothekswesen in eine ähnliche Richtung wie bei den Idea Stores geht. Vor allem in den Bereichen Kundenorientierung und Bibliotheksstandort. Gegenwärtig wird es allerdings nicht als Aufgabe von Bibliotheken angesehen, neben Bibliotheksservices auch Kurse anzubieten. Das Idea Stores Konzept zeigt jedoch, dass ein Zusammenschluss von Bibliotheken und Weiterbildungseinrichtungen funktionieren kann.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Abstract.....	4
Inhaltsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	7
Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	11
1 Einleitung	12
1.1 Ausgangslage, Problemstellung	12
1.2 Zielsetzung und Fragestellungen	12
1.3 Vorgehen und Methodik	13
1.4 Abgrenzung	13
1.5 Aufbau der Arbeit	14
2 Ein erfolgreiches Bibliothekskonzept: Die Idea Stores.....	15
2.1 Ausgangssituation.....	16
2.2 Bürgerbefragung und Konzeption	18
2.3 Umsetzung und Finanzierung	20
2.4 Das Konzept im Detail.....	23
2.4.1 Strukturen und Organisation	23
2.4.2 Raumgestaltung.....	24
2.4.3 Personal	26
2.4.4 Marketing.....	28
2.4.5 Nutzungszahlen	29
2.5 Differenzierung gegenüber anderen Bibliothekskonzepten	33
2.6 Persönliche Eindrücke bei einem Besuch vor Ort.....	35
3 Aktueller Stand des Konzeptes	38
3.1 Kritikpunkte	38
3.2 Herausforderungen	40

3.3	Nutzerzufriedenheit.....	42
4	Allgemeine Öffentliche Bibliotheken in der Schweiz	46
4.1	Ihre Aufgaben	47
4.2	Ihre Image und die Idealvorstellung	48
4.3	Weiterentwicklung und Ausblick.....	50
5	Best Practice Beispiele im Schweizer Bibliothekswesen	53
5.1	Pestalozzi-Bibliothek Zürich (PBZ) am Standort Sihlcity.....	53
5.1.1	Ein Start unter erschwerten Bedingungen.....	54
5.1.2	Der Standort Sihlcity als Chance für das Bibliotheksimage	55
5.2	Kantonsbibliothek Basel Land (KBBL).....	57
6	Vergleich der Beispielbibliotheken mit den Idea Stores.....	60
6.1	Standort / Erreichbarkeit	60
6.2	Gebäude / Inneneinrichtung.....	61
6.3	Konzeption.....	63
6.4	Angebote und Dienstleistungen	64
6.5	Folgerungen aus dem Vergleich	68
7	Mögliche Umsetzung des Idea Stores Konzept in der Schweiz	70
7.1	Rahmenbedingungen.....	70
7.2	Partner und Modelle für eine Kooperation.....	72
8	Schlusswort	74
9	Literatur- und Quellenverzeichnis.....	75
9.1	Gedruckte Literatur	75
9.2	Internet Quellen	77
10	Anhang.....	83

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AG	Aktiengesellschaft
BAK	Bundesamt für Kultur
BBS	Verband der Bibliotheken und der Bibliothekarinnen / Bibliothekare der Schweiz
BBV	Baselbieter Bibliotheksverbund
BehiG	Behindertengleichstellungsgesetz
BL	Kanton Basel-Landschaft
ca.	circa
CD	Compact Disc
CS	Credit Suisse
d.h.	das heisst
DCMS	Department for Culture, Media and Sport
DfES	Department for Education and Skills
DJ	disc jockey
DTLR	Departement for Transport, Local Government and the Regions
DVD	Digital Versatile Disc
ebd.	eben da
EDK	Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren
EDV	elektronische Datenverarbeitung
et al.	et alii (und andere)
etc.	et cetera
EURIC	Europäischen Informatik-Konferenz
e.V.	eingetragener Verein
ev.	eventuell
f., ff.	folgende, fortfolgende
GB	Vereinigtes Königreich Grossbritannien und Nordirland

ggf.	gegebenenfalls
H.	Heft
Hg.	Herausgeber
Kap.	Kapitel
ICT	Information and Communications Technology
IFLA	International Federation of Library Associations and Institutions
inkl.	inklusive
IT	Information Technology
Jg.	Jahrgang
Kap.	Kapitel
KBBL	Kantonsbibliothek Baselland
kbl	Marke der Kantonsbibliothek Baselland
m ²	Quadratmeter
Mio.	Millionen
NZZ	Neue Zürcher Zeitung
PBG	Planungs- und Baugesetz
PBZ	Pestalozzi-Bibliothek Zürich
RBG	Raumplanungs- und Baugesetz
RFID	Radio Frequency Identification
RIBA	The Royal Institute of British Architects
S.	Seite
SA	Société anonyme
SAB	Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der allgemeinen öffentlichen Bibliotheken
SBVV	Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband
SMS	Short Message Service
SVEB	Schweizerischer Verband für Weiterbildung
SZU	Sihltal Zürich Uetliberg Bahn

UB/LMB Kassel	Universitätsbibliothek/Landesbibliothek und Murhardsche Bibliothek der Stadt Kassel
URL	Uniform Resource Locator
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
vs.	versus
VSV	Verband der Schweizerischen Volkhochschulen
WLAN	Wireless Local Area Network
z.B.	zum Beispiel
ZH	Zürich
ZIB	Zentrum für Information und Bildung in Unna

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Der Stadtbezirk Tower Hamlets	84
Abbildung 2: Tätigkeiten verbunden mit einem Bibliotheksbesuch	84
Abbildung 3: Organigramm Teil 1	85
Abbildung 4: Organigramm Teil 2.....	85
Abbildung 5: Organigramm Teil 3.....	86
Abbildung 6: Organigramm Teil 3 für den Idea Store Whitechapel	86
Abbildung 7: Mappe mit Kursangeboten.....	87
Abbildung 8: Auf Bildschirmen wird Werbung für Kurse angezeigt	87
Abbildung 9: Courses and Activities	88
Abbildung 10: Erdgeschoss des Idea Store Whitechapel	88
Abbildung 11: 1. Obergeschoss	89
Abbildung 12: 2. Obergeschoss	89
Abbildung 13: 3. Obergeschoss	90
Abbildung 14: 4. Obergeschoss	90
Abbildung 15: Die Marktstrasse führt direkt zum Idea Store Whitechapel.....	91
Abbildung 16: Eingang mit schwarzer Schiebetür	91

Abbildung 17: Ausleihschalter im Erdgeschoss	92
Abbildung 18: Selbstverbuchungsanlage	92
Abbildung 19: Jugendbibliothek mit DVD Regal	93
Abbildung 20: Learning Lab 1	93
Abbildung 21: Eingang zum Learning Lab 2	94
Abbildung 22: Eingang zur Kinderbibliothek	94
Abbildung 23: Niedrige, „schlangenförmige“ Regale in der Kinderbibliothek.....	95
Abbildung 24: Kinderspielecke und Bücherkisten.....	95
Abbildung 25: Internetbereich bzw. Surfing Space	96
Abbildung 26: Eingang zum Tanzstudio und zum Schulungsraum für Kompletmetärtherapie	96
Abbildung 27: Regal mit fremdsprachiger Literatur.....	97
Abbildung 28: Computerarbeitsplatz zwischen den Regalen	97
Abbildung 29: Sitzgelegenheiten zwischen den Regalen.....	98
Abbildung 30: Café mit Blick auf die Londoner City	98
Abbildung 31: Angebot der Getränke und Snacks im Café.....	99
Abbildung 32: Leitsystem	99
Abbildung 33: Kaffeetasse im Cooperate Design	100
Abbildung 34: Wegweiser zum Idea Store Chrisp Street	100
Abbildung 35: Idea Store Chrisp Street	101
Abbildung 36: Tür am Eingang des Idea Stores Chrisp Street.....	101
Abbildung 37: Rolltreppe die in den ersten Stock führt.....	102
Abbildung 38: Blick in die „Surfing Space“	102
Abbildung 39: Der Bibliotheksbereich.....	103
Abbildung 40: Präsentation der CDs	103
Abbildung 41: Sitzplatz in einer Fensternische	104
Abbildung 42: „Ovalförmiges“ Möbel in der Kinderbibliothek	104
Abbildung 43: Liftwand als Werbefläche.....	105
Abbildung 44: Standorte und voraussichtliche Standorte der Idea Stores	105
Abbildung 45: Reasons for visiting the Idea Stores	106

Abbildung 46: Differences between the Idea Stores and traditional libraries 106

Abbildung 47: Bibliotheksnetz der PBZ gemäss Masterplan, Ist-Zustand 110

Abbildung 48: Bibliotheksnetz der PBZ gemäss Masterplan, Soll-Zustand..... 110

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Idea Store Funders 22

Tabelle 2: Anzahl der Bibliotheksbesucher von April 2006 bis März 2007 31

Tabelle 3: Übersicht über den Vergleich der Beispielbibliotheken
mit dem Idea Stores Konzept 69

Tabelle 4: Besucherzahlen Bibliotheksnetz Tower Hamlets 107

1 Einleitung

1.1 Ausgangslage, Problemstellung

Grossbritannien verfügt über eines der erfolgreichsten Bibliothekssysteme der Welt. Mit dem Public Libraries Act von 1850 gelang es erstmals, eine gesetzliche Grundlage für die freie Zugänglichkeit zu öffentlichen Bibliotheken, zu schaffen. (Bertelsmann Stiftung / Bundesvereinigung Deutscher Bibliothekare e.V., 2004, S. 11 ff.) Der Erfolg des britischen Bibliothekswesens ist auf folgende Faktoren zurückzuführen (ebd., 11):

- „gesetzliche Festschreibung
- Nebeneinander von zentralen und lokalen Gestaltungselementen
- Finanzielles Engagement von Regierung und lokalen Behörden
- Tradition der bibliothekarischen Zusammenarbeit“

Dennoch verzeichneten die britischen Public Libraries in den letzten zwei Jahrzehnten zum Teil einen beunruhigenden Rückgang bei der Benutzung. Mit der Einführung der „Idea Stores“ gelang es allerdings, diesen negativen Trend zu brechen. Denn durch diesen neuen Bibliothekstyp konnten die Besucherzahlen nahezu verdoppelt werden. Dieser Erfolg weist darauf hin, dass das neue Bibliothekskonzept den Bedürfnissen der Bevölkerung entgegenkommt. Der Benutzerschwund wird auch in der Schweiz immer mehr zum Problem bei den Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken. Zudem ergab eine Publikumsbefragung, dass die überwiegende Mehrheit der Schweizer Bevölkerung Bibliotheken nicht nutzt. Das Konzept der Idea Stores könnte eine Chance für die Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken sein, neue Zielgruppen zu erreichen und ihr Image zu korrigieren.

1.2 Zielsetzung und Fragestellungen

Dem Konzept der Idea Stores wurde in Fachkreisen zunehmend grosse Beachtung geschenkt. Allerdings haben sich bis jetzt lediglich Susanne Rockenbach (2004) und Johanna Hartley (2005) detaillierter damit auseinandergesetzt. Ziel dieser Arbeit ist es anhand des Idea Stores Konzept ein Lernmodell und eine Entwicklungsperspektive für Allgemeine Öffentliche Bibliotheken in der Schweiz aufzuzeigen. Vor diesem Hintergrund wird versucht, die folgenden Fragestellungen zu beantworten:

- Was ist das Konzept bzw. das Typische der Idea Stores?
- Welche Gründe wie zum Beispiel der Benutzerrückgang führten zu dieser Lösung?
- Welche dieser Gründe lassen sich auch für die Schweiz identifizieren?

- Inwieweit lassen sich die Gegebenheiten in England mit denen in der Schweiz vergleichen?
- Welche guten Modelle von Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken gibt es in der Schweiz, die bereits Elemente des Idea Stores Konzepts aufweisen?
- Was können die Bibliotheken der Schweiz von den Idea Stores lernen?

1.3 Vorgehen und Methodik

Die Beobachtungen während eines Besuchs vor Ort und die Gesprächsnotizen aus den Experteninterviews bilden die primären Quellen dieser Arbeit. Während einer eintägigen Studienreise nach London konnten die Idea Stores Chriss Street und Whitechapel besichtigt werden. Die dort erhaltenen Eindrücke sind anhand von Fotos dokumentiert (siehe Anhang). Um Informationen über die Entwicklung und den aktuellen Stand der Idea Stores zu erhalten, wurde am selben Tag ein Interview mit John Jasinski, dem Information Manager der Idea Stores durchgeführt. Dieses fand im Idea Store Whitechapel statt und dauerte ca. eineinhalb Stunden. John Jasinski vermittelte den Kontakt zu Denise Bangs, Community Information & Website Officer der Idea Stores. Sie stellte für diese Arbeit mehrere interne, nicht publizierte Dokumente zur Verfügung. Ein weiteres Experteninterview fand in der Hauptstelle der Pestalozzi-Bibliothek in Zürich statt und dauerte ca. zwei Stunden. Christian Relly, der Direktor der PBZ, erteilte Auskunft über die neue Filiale in Sihlcity. Primäres Ziel war es dabei herauszufinden, welche Überlegungen zum neuen Standort Sihlcity führten und ob das Idea Stores Konzept dabei als Vorbild galt. Im Vorfeld des Gesprächs wurde die PBZ Sihlcity am Eröffnungstag besichtigt. Informationen zum aktuellen Stand erteilte Franziska Höfliger, Leiterin der PBZ Sihlcity, in einem Telefoninterview. Auch die Kantonsbibliothek Baselland wurde besichtigt, um herauszufinden, welche Parallelen diese Institution zu den Idea Stores aufweist. Beide erwähnten Bibliotheken gelten als innovativ, daher wurden sie als Best Practice Beispiele ausgesucht um sie anhand verschiedener Kriterien mit den Idea Stores zu vergleichen.

1.4 Abgrenzung

Die Idea Stores befassen sich auch mit Erwachsenenbildung in England. Im Rahmen dieser Arbeit war es aber ausschliesslich möglich, eine Übersicht über die Situation der Erwachsenenbildung in der Schweiz zu geben. Auch von einer ausführlichen Untersuchung der vorliegenden sozialen Probleme in Grossbritannien und der Schweiz musste aus dem gleichen Grund abgesehen werden, obschon das Idea Stores Konzept unter anderem zum Ziel hat, bildungsbenachteiligten Personen neue Perspektiven aufzuzeigen. Dasselbe gilt für die politischen Konstellationen, deren Einfluss in öffentlichen Projekten nicht zu unterschätzen ist. Dies zeigt sich in der Schweiz besonders durch den gelebten Föderalismus und die damit verbundenen langen Entscheidungswege.

1.5 Aufbau der Arbeit

Zu Beginn wird das Konzept der Idea Stores von der Grundidee, über die Finanzierung, bis zur Detailkonzeption erläutert. Darüber hinaus wird auch die Abgrenzung zu anderen Bibliothekskonzepten aufgezeigt und die persönlichen Eindrücke bei einem Besuch vor Ort beschrieben. Die aktuelle Situation und bisherige Entwicklung wird im nächsten Kapitel genauer erläutert. Es soll dargelegt werden, ob und wie das Konzept den verschiedenen Anspruchsgruppen genügt, mit welchen Problemen die Idea Stores aktuell konfrontiert sind und welchen Herausforderungen sie sich künftig zu stellen haben. Die Ausgangslage und Aufgaben der Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken der Schweiz werden im vierten Kapitel beschrieben. Es wird der Frage nachgegangen, welches Image sie in der Öffentlichkeit geniessen und welche Entwicklungsmöglichkeiten sich bieten bzw. angestrebt werden können. Anhand zweier Best Practice Beispielen werden in den nächsten Kapiteln Gemeinsamkeiten und Unterschiede zum Idea Store Konzept dargelegt. Dabei werden die Beispielbibliotheken aus der Schweiz mittels verschiedenen Kriterien mit den Idea Stores verglichen. Zum Schluss wird die Möglichkeit zur Umsetzung, mit Bezug auf das bestehende Angebot an Erwachsenenbildung, in der Schweiz erläutert.

2 Ein erfolgreiches Bibliothekskonzept: Die Idea Stores

„Idea Stores combine the best of traditional library and information services with first class lifelong learning opportunities in comfortable and friendly surroundings“ (Tower Hamlets Borough Council, 2007a).

Mit diesem Satz werden die Idea Stores auf ihrer Homepage angepriesen. Sie verstehen sich demnach als Bibliotheken mit zusätzlichen Angeboten und Leistungen, denn sie bieten neben den traditionellen Bibliotheksservices auch diverse Möglichkeiten des lebenslangen Lernens in einer attraktiven Umgebung an.¹ Im Idea Store Strategiepapier des Tower Hamlets Borough Council (2002, S. 29) werden „modern library facilities“ und „adult and further education“ als die zwei Hauptelemente des Konzepts vorgestellt². Die Idea Stores vereinen aber keineswegs nur Bibliotheken und *Lifelong Learning* Angebote unter einem Dach. Was sie ausserdem noch ausmacht, verdeutlicht folgende Beschreibung:

„The primary objective of Idea Stores [is] to empower individuals to help themselves, whether it be learning to read, pursuing hobbies, becoming more employable, learning about healthy living or seeking a job. They [...] also act as feeders to existing colleges and vocational training schemes and act as a base for outreach skills and training work. Just as importantly, they [...] also be places where people go to have fun, participate in cultural activities, meet friends and relax. [...] They will become an essential and integral part of everyone’s lives.“ (Tower Hamlets Borough Council, 2002, S. 29 f.)

Die Idea Stores sollen sich wenn möglich in direkter Nähe zu einem Shoppingcenter befinden, dies ist ein weiterer wichtiger Aspekt des Konzepts (ebd., S. 2). Ebenso erfolgreich wie der Detailhandel, insbesondere der Buchhandel, möchten die Idea Stores den Bedürfnissen der heutigen Bevölkerung entsprechen. Dies schlägt sich auch im Namen, respektive in der Marke „Idea Store“ nieder. Der Name „Idea Store“ wird abgeleitet von „Department Store“. Er wurde bewusst gewählt, um das Image aufzupolieren und den neuen Denkansatz hinter dem Konzept zu verdeutlichen. (Stadelmann, 2006, S. 19). Als Vorbild für die Architektur und das Interieur dienten dementsprechend der Detailhandel und die Freizeitindustrie. Von diesem Standpunkt aus gesehen, wird deutlich, dass Marketing ein wichtiger Bestandteil des Konzepts ist. Die Marke und die damit verbundene Imagewerbung sollen den Bruch mit den alten Institutionen Bibliothek und Volkshochschule verdeutlichen, damit neue Zielgruppen ange-

¹ Begriff *Lifelong Learning* bzw. lebenslanges Lernen gibt es keine einheitliche Definition. Im Allgemeinen werden damit sämtliche Bildungsaktivitäten im Verlaufe eines Lebens verstanden. (vgl. dazu Bernier / Lüthi / Quiquerez, 2007, S. 7 und in dieser Arbeit Kap. 7)

² Die Begriffe Erwachsenenbildung und Weiterbildung werden in der Literatur oft synonym verwendet (vgl. dazu Mayer, 2004, S. 105). Dementsprechend sind in dieser Arbeit beide Begriffe gleichbedeutend zu verstehen.

sprochen werden können³. Trotzdem bleiben Bücher das Hauptelement der Idea Stores. Als so genannte „street corner universities“ dienen sie zudem als Anlaufstelle für sämtliche Informationsbedürfnisse. (Tower Hamlets Borough Council, 2002, S. 29 ff.) Das Idea Stores Konzept verfolgt zwei Hauptziele: die Bibliotheksbesuche und auch die Kurseinschreibungen sollen verdoppelt werden. Um diese Ziele zu erreichen, muss einerseits die Anzahl der Bibliotheksbesuche auf ca. zwei Mio. jährlich gesteigert werden und andererseits müssen sich ca. 12'000 Personen für Kurse einschreiben. (Ebd., S. 38).

Die Idea Stores gibt es allerdings nicht überall in England, sondern ausschliesslich im Londoner Stadtbezirk Tower Hamlets, indem ca. 210'000 Personen leben (Dogliani, 2006, S.3). Tower Hamlets hat den zweifelhaften Ruf, „one of the most deprived boroughs in the UK“ zu sein (ebd.). Bis jetzt sind vier Idea Stores in verschiedenen Stadtteilen von Tower Hamlets entstanden. Der erste wurde im Jahr 2002 in Bow eröffnet. Zwei Jahre später folgte der Idea Store beim Crisp Street Market in Poplar und in Whitechapel entstand 2005 mit dem *Flagship* der dritte und grösste Idea Store. Vergangenes Jahr nahm schliesslich der vorerst letzte Idea Store seinen Betrieb im Geschäftsviertel Canary Wharf auf. (Ebd., S. 10)

2.1 Ausgangssituation

Tower Hamlets befindet sich im Osten Londons und ist geprägt von Gegensätzen (Abb. 1). Im Süden des Bezirks wurden die Docklands umgebaut und damit erfolgte ein sichtbarer Aufschwung. Hier kann man die interessantesten Galerien der Stadt erkunden und die Künstlerdichte ist so hoch wie nirgends sonst in der Metropole. In den 1980er Jahren entstanden viele Bürokomplexe, darunter auch der berühmte Canary Wharf. Wie bereits erwähnt, zählt Tower Hamlets aber zu den sozial benachteiligten Stadtbezirken Londons und sogar Europas. Das Bildungsniveau der lokalen Bevölkerung liegt weit unter dem Landesdurchschnitt, die Arbeitslosenquote ist mit 13,6 Prozent sehr hoch und die Analphabetenrate zählt darüber hinaus zu den höchsten des Landes. Die vielen ethnischen Minderheiten, wobei die Bangladeshi den grössten Anteil ausmachen, prägen das Bild des Stadtbezirks. Leben auf engstem Raum sowie Armut gehören zum Alltag für viele von ihnen. (Stadelmann, 2006, S. 18 und Rockenbach, 2004, S. 6)

Gemäss dem Tower Hamlets Borough Council (2002, S. 2) und Stadelmann (2006, S. 18), arbeiten öffentlicher und privater Sektor eng miteinander zusammen, um diese Kluft zu schliessen. In der „Nationalen Initiative zur Unterstützung von Bildung und Stadterneuerung“ waren beispielsweise die drei folgenden Schwerpunktthemen enthalten (ebd.):

³ Der Begriff Volkshochschule bzw. *Adult Education Center* wird in dieser Arbeit synonym mit dem Begriff Erwachsenenbildungseinrichtung verwendet. Definition nach Oxford English Dictionary (2007); „**adult education**, the further education of those over ordinary school age (as in the universities), but commonly used of that provided by local educational authorities, etc.; **adult training centre**, a training centre at which (esp. young mentally handicapped) adults learn practical and other skills.“

- **Library renewal** (durch Zugang zu neuen Medien und IT-basierten Lernnetzwerken)
- **Lifelong Learning** (Hausaufgabenbetreuung, Fernstudium und Erwachsenen-bildung)
- **Community renewal** (zur Erneuerung der Innenstadtbereiche und Gebäude)

Im Strategiepapier des Tower Hamlets Borough Council (2002, S. 2) wird darauf hingewiesen, dass alle drei Themen mit den Idea Stores vereint werden. Indem erweiterte Bibliotheksservices und *Lifelong Learning* Angebote in einem neuen, zentral gelegenen Gebäude unterbracht sind.

Die Public Libraries gehören zu den am meisten genutzten öffentlichen Einrichtungen Grossbritanniens. In Bibliotheken zu investieren wird als sinnvoll erachtet, um Bildung zu fördern und neue Perspektiven zu schaffen. Genauso in Tower Hamlets, wo eine hohe Arbeitslosigkeit einem eklatanten Arbeitskräftemangel gegenüber steht, welcher auch daher rührt, dass mehr als jede dritte Person der lokalen Bevölkerung über keine berufliche Qualifikation verfügt. Der landesweite Durchschnitt regelmässiger Bibliotheksnutzer liegt bei über 31 Prozent, in Tower Hamlets dagegen bei unter 20 Prozent, obwohl es in diesem Stadtbezirk die höchste Dichte an Bibliotheken pro Kopf gibt. Ausserdem besuchen, trotz starker Mängel im Bereich der Grundlagenbildung, weniger als fünf Prozent der Einwohner die vorhandenen Erwachsenenbildungsangebote. (Stadelmann, 2006, S. 18 und Rockenbach, 2004, S. 6)

Bevor die Idee eines neuen Bibliothekskonzepts geboren war, gab es in Tower Hamlets seit 100 Jahren ein unverändertes Bibliotheksnetz, bestehend aus sieben „full-time libraries“ und fünf „part-time libraries“. Ein Bibliotheksbus und ein Heimliefererservice ergänzen auch heute noch das Angebot. Die zwölf Bibliotheken waren zumeist in viktorianischen Gebäuden untergebracht. Viele von ihnen in einem schlechten und renovierungsbedürftigen Zustand und nicht behindertengerecht. Seit dem „Disability Discrimination Act“ von 1995 müssen jedoch alle öffentlichen Gebäude rollstuhlgängig sein. Darüber hinaus ergab eine Untersuchung, dass bis 2004 3,4 Mio. Pfund beschafft werden müssten, um alle Gebäude in Stand zu halten und drohende Schliessungen abzuwenden. (Tower Hamlets Borough Council, 2002, S. 15 ff.)

Die *Adult Education Centers* befanden sich in einem ähnlich schlechten Zustand, und zudem waren sie nicht selten in ehemaligen Schulhäusern untergebracht. Neue Benutzer anzulocken, stellte sich daher als schwierig heraus, denn viele der potentiellen Kursteilnehmer hatten schlechte Erinnerungen an ihre Schulzeit. (Ebd., S. 3)

All diese Faktoren offenbaren einen dringenden Handlungsbedarf, der von den lokalen Behörden von Tower Hamlets erkannt und in Angriff genommen wurde.

2.2 Bürgerbefragung und Konzeption

Um herauszufinden, weshalb die Bewohner von Tower Hamlets ihre Bibliotheken wenig oder gar nicht nutzen und was sie dazu bewegen könnte, das Angebot in Anspruch zu nehmen, wurde im Jahr 1998 eine umfassende Bürgerbefragung des Bezirks durchgeführt. Jeder zehnte Haushalt wurde zur Institution Bibliothek befragt. Darüber hinaus fanden Strasseninterviews, Zielgruppen Interviews und unabhängige Marktforschungen statt. In einigen Punkten fielen die Ergebnisse der Umfrage erwartungsgemäss aus. Zum Beispiel genießt die Bibliothek bei Nutzern und Nichtnutzern ein hohes Ansehen. Andere Punkte dagegen überraschten die Behörden. (Stadelmann, 2006, S. 18 und Rockenbach, 2004, S. 7) Als Nichtnutzer gefragt wurden, weshalb sie nicht in eine Bibliothek gehen, wurden nach Tower Hamlets Borough Council (2002, S. 20 f.) folgende fünf Antworten am meisten genannt:

- Fehlende Zeit (50%)
- Öffnungszeiten (31%)
- Wenig Interesse (30%)
- Schlechtes Bücherangebot (30%)
- Schlechte Atmosphäre (12%)

Als man die Nichtnutzer fragte, was sie in eine Bibliothek locken könnte, gaben sie nachstehende sieben Antworten am häufigsten an (ebd., S. 21):

- Längere Öffnungszeiten (63%)
- Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe (59%)
- Informationsangebote des Stadtbezirks und der Verwaltung (58%)
- Sonntagsöffnung (56%)
- Kunstveranstaltungen und Ausstellungen (56%)
- Videoverleih (54%)
- Besserer Buchbestand (51%)

Als die Bibliotheken in Tower Hamlets gebaut wurden, befanden sie sich im Zentrum der Gemeinschaft. Doch in der Zwischenzeit haben sich das Stadtbild und der Lebensstil der Bevölkerung völlig verändert. Dass sich die Bibliothek in der Nähe des Wohnortes befindet, ist heute für das Publikum nicht mehr gleich ausschlaggebend wie früher. Es ist ihnen viel wichtiger, alltägliche Besorgungen miteinander verbinden zu können. (Ebd., S. 18 und Middleton, 2000) Dies wird von Anne Cunningham, Leiterin der Public Libraries in Tower Hamlets (zitiert in

Middleton, 2000) bestätigt: „*It's often more important where libraries are than how long it takes to get to them.*”

Die Umfrage verdeutlichte gemäss Tower Hamlets Borough Council (2002, S. 21), dass Nutzer wie auch Nichtnutzer den Besuch einer Bibliothek gerne mit anderen Tätigkeiten verbinden würden. Wobei mit 61 Prozent grösstenteils das Einkaufen als Tätigkeit genannt wurde (vgl. Abb. 2).

Des Weiteren konnten fünf Prioritäten identifiziert werden, die gemäss den Befragten eine ideale Bibliothek umsetzen sollte (Tower Hamlets Borough Council, 2002, S. 21 f.):

1. Neue Bücher anschaffen und den Bestand erhöhen
2. In IT investieren
3. Bequemere (längere) Öffnungszeiten
4. Bildungsunterstützung mit Kursangeboten
5. Besserer Ausleihservice

Diese Verbesserungswünsche ergaben sich aus der geäusserten Kritik der Befragten, denn die Mehrheit bezeichnete den Service als schlecht und altmodisch. Darüber hinaus waren die Befragten ohne weiteres bereit, auf die traditionsreichen Räume zugunsten einer besseren Lage zu verzichten. Dass die Erhaltung der historischen Gebäude, in denen sich die Bibliotheken befanden, den Befragten weitaus weniger als angenommen am Herzen lag, überraschte die Stadtverwaltung. Diese Tatsache und das Anliegen der Bevölkerung, einen Bibliotheksbesuch mit dem Einkauf zu verbinden, wurden aber ernst genommen. Daraus ergab sich die Konsequenz, die bestehenden Gebäude zu verlassen und in neue umzuziehen. (Rockenbach, 2004, S. 8) Idea Store Program Director, Heather Wills (2004, S. 105) bemerkt ausserdem, dass der ideale Standort für Bibliotheken in der Nähe von Einkaufszentren liegt, weil dort die Menschen ihre Freizeit verbringen und weil sie mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen sind (40 Prozent der Haushalte in Tower Hamlets besitzen kein Auto). Ebenfalls weist sie darauf hin, dass Bibliotheken und Erwachsenenbildungseinrichtungen ähnlichen Problemen gegenüber stehen. Es liegt demnach auf der Hand miteinander zu kooperieren, um Synergien zu nutzen und voneinander zu profitieren (ebd.) Darauf wird auch im Strategiepapier hingewiesen (Tower Hamlets Borough Council, 2002, S. 27):

“Libraries and lifelong learning have to fight for people's attention in today's society. There is a need to develop new ways of delivering and presenting services that maximise their attractiveness to the local community and which are capable of successfully competing for people's time on equal terms.”

Angesichts dieser Argumente war eine Kurskorrektur der öffentlichen Bibliotheken nicht mehr zu umgehen. Infolgedessen kamen Anne Cunningham und Eric Bohl, der Direktor der Idea Stores, zum Schluss, alle zwölf bestehenden Bibliotheken und ebenso alle Erwachsenenbildungseinrichtungen zugunsten von sieben neuen Idea Stores zu schliessen. (Rockenbach, 2004, S. 9)

Somit sind die Idea Stores aus einem dringenden Handlungsbedarf heraus entstanden und ihre Gestaltung orientierte sich stark an den Ergebnissen der erwähnten Umfrage. Die relevanten Faktoren, die vorwiegend für ein neues Gestaltungskonzept sprachen, waren nach Wills (2004, S. 105) und Kaden (2004):

- **Vermittlung:** Die Sprache und Gestaltung der Bibliotheken ist für die meisten Bewohner des Stadtviertels fremdartig, da sie in einem anderen kulturellen Kontext sozialisiert wurden und mit Bibliotheken eher selten in Berührung kamen
- **Psychologie:** Die meisten Erwachsenenbildungseinrichtungen befinden sich in Schulgebäuden, was für Schulabbrecher generell abschreckend ist
- **Transparenz:** Die meisten Bibliotheksgebäude sind von aussen nicht einsehbar. Im Dienstleistungssektor ist man sich schon längst bewusst, dass die Menschen lieber zuerst in ein Gebäude hineinsehen, bevor sie es zum ersten Mal betreten

Dem Principal Information Manager der Idea Stores, Sergio Dogliani (2006, S. 7), zufolge hat sich gezeigt, dass mehrere Erkenntnisse aus der Umfrage zum Erfolg des neuen Bibliothekstyp beitragen:

- Die Lage bzw. der Standort
- Lernbarrieren wurden angegangen bzw. ausgeräumt
- Dienstleistungen wurden dem heutigem Lebensstil angepasst
- Das Image half entscheidend neue und vor allem junge Leute anzusprechen
- Die Buchausleihe blieb zentral, aber es wurde mehr in IT investiert
- Andere Services, wie *Lifelong Learning* Kurse, wurden nahtlos ins Angebot integriert

Die Ergebnisse der Umfrage konnten in einem hohen Masse umgesetzt werden. Die Idea Stores erfüllen die Funktionen ihrer Vorgängereinrichtungen und darüber hinaus entsprechen sie den Ansprüchen der lokalen Bevölkerung. (Ebd., 2004, S. 8 f.)

2.3 Umsetzung und Finanzierung

Die zwei Einrichtungen *Public Library* und *Adult Education Centers* wurden neu im gleichen Gebäude untergebracht. Sie agieren im gemischten Team, thematisch kombiniert und räum-

lich verbunden. (Rockenbach, 2004, S. 11) Beide städtischen Einrichtungen gehörten unterschiedlichen Verwaltungsbereichen an. Die Bibliotheken zur Abteilung Freizeit und die Erwachsenenbildungseinrichtungen zur Abteilung Erziehung. Deshalb musste zuerst auf Verwaltungsebene die Voraussetzung für dieses gemeinsame Vorhaben geschaffen werden. (Ebd., S. 9) Die Hauptprinzipien der Implementierung sind im Strategiepaper festgehalten (Tower Hamlets Borough Council, 2002, S 7 f.):

- „The development of each ‘Idea Store’ will only proceed [...] when the required funding has been secured.
- The adoption of the strategy will signal the commitment of the Council to increase the amount of money it currently spends on library and ‘lifelong learning’ provision.
- The ‘Idea Stores’ will move to seven day opening and will remain open in the evenings
- There will be a net increase in the number of library staff
- There will be a significant increase in the range and availability of ‘lifelong learning’ courses.
- Every ‘Idea Store’ will provide full access for people with disabilities
- Everyone in the borough will be within 20 minutes travel time of an ‘Idea Store’ in line with national Public Library Standards
- Existing outreach services will be retained and improved
- The Council will no longer persist with the provision of services in locations that are unable to provide a satisfactory standard of service or are duplicating services for the same catchment population as other nearby and better facilities.
- There will be a reduction of library service points from 12 to 7 on a programmed basis over 5 years.
- No library will merged until the new or improved facilities covering that local area are ready for use.
- Capital receipts from the sale of library and adult education buildings to be freed up by the ‘Idea Store’ programme will be reinvested in the community to fund the improved ‘Idea Store’ facilities.
- Subject to the financial demands of the programme every effort will be made to ensure that vacated buildings continue to deliver a direct benefit to the local community.”

Die Realisierung aller sieben Idea Stores wurde mit rund 30 Mio. Pfund veranschlagt und der jährliche Etat um etwa 1,5 Pfund erhöht. Darin enthalten sind die Kosten für die längeren Öffnungszeiten und die damit zusammenhängende Personalaufstockung um 25 Prozent. Um

das umfangreiche Projekt zu finanzieren, wurde zusätzliche finanzielle Unterstützung benötigt. Auf politischer Ebene waren drei Ministerien an der Finanzierung der Idea Stores beteiligt: *Departement for Transport, Local Government and the Regions (DTLR)*, *Department for Education and Skills (DfES)* und *Department for Culture, Media and Sport (DCMS)*. Staatliche Hilfe erfolgte unter anderem aus Lotteriemitteln. Dazu kamen die Erträge aus dem Verkauf der ehemaligen Bibliotheksgebäude. Etwa 10 Mio. Pfund stammten allerdings aus dem privaten Sektor. Zu den Sponsoren gehören die grosse Detailhandelskette *Sainsbury's* und die Versicherungsgesellschaft *Lloyds*. (Rockenbach, 2004, S. 9 f.) Das Kapital wurde infolgedessen nicht, wie bisher üblich, ausschliesslich von der öffentlichen Hand zur Verfügung gestellt. Den zentralen Gedanken dahinter formuliert Wills (2004, S. 110) wie folgt: „*We thought ‚retail‘ rather than ‚library‘ wherever possible.*“ Sie kommt zum Schluss, dass, „*Government funding will not become a thing of the past, but we are confident that we can increase the proportion of funding from nongovernment sources*“ (Wills zitiert in Winter, 2006).

Investoren wie *Sainsbury's* konnten gemäss Bohl (zitiert in Middleton) davon überzeugt werden, dass sie von den Idea Stores profitieren können. Mit ihrer Beteiligung an den Idea Stores wird ihr Image in der Bevölkerung positiv beeinflusst und durch die Wiederbelebung der Standorte werden neue Kunden angesprochen. Rockenbach (2004, S. 10) relativiert diese Aussage, indem sie zu bedenken gibt, dass solche Handelsunternehmen gesetzlich dazu verpflichtet sind, ein Prozent ihres Gewinnes an staatliche Institutionen zu spenden. Die vier bestehenden Idea Stores werden durch unterschiedliche Einrichtungen finanziert (vgl. Tabelle 1):

Tabelle 1: Idea Store Funders (Eigene Darstellung in Anlehnung an Tower Hamlets Borough Council, 2007b).

Bow	Chrip Street	Whitechapel	Canary Wharf
Tower Hamlets Council	Tower Hamlets Council	Tower Hamlets Council	Tower Hamlets Council
UK Online	UK Online	UK Online	Canary Wharf Group
Bow People's Trust	Leaside Regeneration	Tower Hamlets College	Tower Hamlets College
The Big Lottery Fund	Lloyds of London Charities Trust	Sainsbury's Families Charitable Trusts	London Metropolitan University
		London Development Agency	Barclays
		Cityside Regeneration	Learning and Skills Council
		Surestart	
		European Regional Development Fund	

2.4 Das Konzept im Detail

Dieses Kapitel setzt sich detailliert mit einzelnen Bereichen der Idea Stores auseinander. Begonnen wird mit der Organisation, danach wird die Raumgestaltung näher betrachtet. Das Verschmelzen zweier Einrichtungen beeinflusst auch das Personal, diesem Aspekt wird in einem weiteren Abschnitt Rechnung getragen. Das Marketing wurde schon als zentrales Element identifiziert und wird deshalb als Nächstes näher untersucht. Abschliessend soll mit den Nutzungszahlen der Erfolg des Konzepts dargestellt werden.

Während eines Besuchs der beiden Idea Stores in Crisp Street und Whitechapel konnten viele Eindrücke gesammelt werden, welche durch die entstandenen Fotos dokumentiert sind (siehe Anhang). Das durchgeführte Interview mit Herr John Jasinski, dem Information Manager der Idea Stores, verhalf zu weiteren Einsichten und neuen Erkenntnissen. Ein Grossteil dieser Informationen wird in die folgenden Kapitel einfliessen. Als Referenzobjekt dient vorwiegend der Idea Store Whitechapel, da er als Idealtypus aller Idea Stores gilt.

2.4.1 Strukturen und Organisation

Gemäss Jasinski (2007) gehört es zur Aufgabe des Principal Idea Store Managers, das Tagesgeschäft der Bibliotheken sicherzustellen und überwachen. Verantwortlich für das Kursangebot und die Zuteilung der Tutoren sind zwei Curriculum Development Manager. Die Organisation der Idea Stores ist komplex und vielschichtig. Nachstehende Ausführungen geben deshalb einen groben Überblick und beziehen sich auf ein internes Dokument, welches von Denise Bangs, in ihrer Funktion als Community Information & Website Officer der Idea Stores, zur Verfügung gestellt wurde.

Head of Idea Stores ist Ian McNicol, welchem das Senior Management Team unterstellt ist. Zu diesem gehören vier Personen mit den folgenden Positionen: Strategy & Project Development Manager, Support Services Manager, Principal Idea Store Manager (Sergio Dogliani), Marketing & PR Manager (vgl. Abb. 3). Dem Strategy & Project Development Manager sind wiederum ein Library Development Advisor, ein Children & Family Services Adviser, ein Access & Inclusion Manager und ein Information Manager (John Jasinski) unterstellt (vgl. Abb. 4). Jeder einzelne Idea Store hat einen Idea Store Manager, welcher dem Principal Idea Store Manager untersteht. Die weitere Struktur ist, mit Ausnahme von Whitechapel, in allen Idea Stores dieselbe (vgl. Abb. 5 und 6). Auf gleicher Ebene stehen demnach ein Idea Store Administrative Assistant, ein Idea Store ICT Technician und mehrere Idea Store Supervisors (571 Stellenprozente). Die Supervisors sind die Vorgesetzten der Idea Store Assistants (824 Stellenprozente). (Coopey, 2004)

Die Bücher und Medien werden für alle Idea Stores und weiteren Bibliotheken in Tower Hamlets vom Stock Development Manager eingekauft. In einer zentralen Stelle werden sie katalo-

gisiert und ausgerüstet. Mit dem interbibliothekarischen Leihverkehr ist es möglich, dass die Benutzer auf alle Bestände zurückgreifen können. (Jasinski, 2007) In der Praxis wird der Mix aus Bibliothek und Kursen organisatorisch wie folgt umgesetzt: Im Idea Store Chrisp Street beispielsweise können die Kursangebote aus einer umfangreichen Mappe ausgesucht werden. Jeder Kurs ist dort beschrieben (Abb. 7). Darüber hinaus wird auf verschiedenen Bildschirmen im Store Werbung für einzelne Kurse angezeigt (Abb. 8). Hat man sich für einen Kurs entschieden, kann man sich am Infodesk für diesen anmelden. Das Kursangebot reicht von Yoga und Hausaufgabenhilfe, bis zu DJ Mixing und Sprachkursen (vgl. Abb. 9). Diese sind nicht nur an Erwachsene sondern auch an Kinder und Jugendliche gerichtet. Monatlich finden etwa 33 zumeist zweistündige Kurse zu unterschiedlichen Themen statt. Einige Kurse werden kontinuierlich Angeboten, wobei die Kurslänge zwischen zwei und zwölf Wochen variiert. Pro Tag werden durchschnittlich ein bis zwei Kurse durchgeführt. Einige Kurse sind kostenlos. Bei den kostenpflichtigen Kursen beträgt die Standardgebühr für eine Kursstunde 85 Pence, daneben gibt es auch Kurse die 5 Pfund pro Kursstunde kosten. (Rockenbach, 2004, S. 26)

2.4.2 Raumgestaltung

Damit das Idea Stores Konzept funktioniert, ist es wichtig, Weiterbildungs- und klassische Bibliothekseinrichtungen räumlich zusammenzubringen (Rockenbach, 2004, S. 12). Darauf weist auch Wills (2004, S. 110) hin: Wenn die Kunden den Store betreten, um einen Kurs zu besuchen, müssen sie durch die Bibliotheksräume gehen. Umgekehrt können Bibliotheksnutzer durch die verglasten Türen der Klassenzimmer jederzeit das Kursgeschehen beobachten. Dies soll den jeweiligen Bereichen helfen „Schwellenängste“ abzubauen. Bibliotheksnutzer können so animiert werden, ebenfalls Kurse zu besuchen und Kursteilnehmer werden angeregt, sich Literatur passend zum Kurs oder für andere Interessen auszuleihen.

Der Idea Store in Whitechapel verfügt insgesamt über 3'600 m² verteilt auf fünf Stockwerke (ebd., S. 114). Die Raumaufteilung gestaltet sich wie folgt (Stadelmann, 2004, S. 20):

Erdgeschoss:

1. Einganslobby
2. Informationsauslage (Flyer, Kursmappen, Broschüren)
3. Jugendbibliothek (inkl. CDs und DVDs)
4. Learning Labs
5. Kinderbibliothek

Erstes Obergeschoss:

6. Surfing Space

7. Tanzstudio
8. Umkleide/Duschen
9. Schulungsraum für Komplementärtherapie
10. Kinderhort

Zweites Obergeschoss:

11. Erwachsenenbibliothek (Sachbücher)
12. Pflanzenzimmer

Drittes Obergeschoss:

13. Präsenzbestand
14. Lesesaal

Viertes Obergeschoss:

15. Erwachsenenbibliothek (Belletristik)
16. Café

(Die Nummerierung der Bereiche orientiert sich an den Abbildungen 10 bis 14 des Grundrisses im Anhang)

Um den Idea Store Whitechapel zu erreichen, geht man an den Marktständen der Whitechapel Road entlang. Das auffällige Gebäude, welches gleich neben dem Supermarkt *Sainsbury's* steht, ist nicht zu verfehlen (Abb. 15). Insgesamt ist es möglich, den Store durch drei verschiedene Eingänge zu betreten. Wobei zwei Eingänge ins Erdgeschoss führen und ein Eingang den Besucher mittels Rolltreppe direkt in den ersten bzw. zweiten Stock befördert. Beim Haupteingang öffnet eine grosse, schwarze Schiebetür den Weg zur Eingangslobby (Abb. 16). Dort befinden sich die einzigen Ausleihschalter (Abb. 17). Selbstverbuchungsanlagen gibt es dagegen auf jedem Stock (Abb. 18). Parallel zu den Ausleihschaltern sind gemütliche Sofas aufgestellt. Weiter hinten gelangt man zur Jugendbibliothek, dort befinden sich auch die Regale mit CDs und DVDs und die Kursräume 1-2. Diese werden „Learning Labs“ genannt (Abb. 19, 20 und 21). Biegt man vom Eingang in die andere Richtung ab, gelangt man zur Kinderbibliothek (Abb. 22). Die „schlangenförmigen“ Regale sind hier und im ganzen Idea Store anzutreffen (Abb. 23). Jedoch sind alle Möbel an die Grösse der Kinder angepasst und die Computer gut erreichbar platziert. Die mit Turnmatten ausgelegte Spielecke wird zum herumtollen rege genutzt (vgl. Abb. 24.). Die oberen Stockwerke können mit dem Lift oder den Treppen erreicht werden. Sowohl die Mitarbeiterräume wie auch die Toiletten sind ausschliesslich über das Treppenhaus zugänglich. Im ersten Obergeschoss befinden sich der Internetbereich (Abb. 25), der Kinderhort, ein Tanzstudio und ein Schulungsraum für Kom-

plementärtherapie (Abb. 26). Gleich neben dem *Learning Lab 3* ist die fremdsprachige Literatur aufgestellt (Abb. 27). Das Angebot ist hierbei auf die lokale Bevölkerung abgestimmt. Die Sachbücher für Erwachsene und die *Learning Labs 4-6* sind im zweiten Obergeschoss untergebracht. Zwischen den Regalen gibt es immer wieder einzelne Computerarbeitsplätze und Sitzmöglichkeiten (Abb. 28 und 29). Um Kursräume in EDV-Schulungsbereiche umzufunktionieren, verfügen alle Idea Stores über WLAN und genügend Notebooks (Rockenbach, 2004, S. 12). In naher Zukunft ist die Eröffnung eines Pflanzenzimmers geplant. An diesem Ort soll sich das Publikum entspannen und vom Alltag erholen können. Der Informationsschalter und der Präsenzbestand finden sich im dritten Obergeschoss, ebenso wie die *Learning Labs 7-9*. Der Lesesaal liegt zwischen den *Learning Labs 7* und *8*. Die Belletristik ist im vierten Obergeschoss untergebracht. Das gegenüberliegende Café ist für seine Aussicht auf die Londoner City bekannt (Abb. 30 und 31). Hier trifft man sich zu einem Kaffee oder Snack. Am Tresen gibt es mehrere Computerarbeitsplätze und in der Nähe der Tische liegen Zeitungen und Zeitschriften auf. Die Medien dürfen ins Café gebracht werden und umgekehrt dürfen die Getränke und Esswaren auch in den Bibliotheksbereich mitgenommen werden. Den Nutzern soll dadurch Vertrauen entgegengebracht werden, deshalb existieren im ganzen Gebäude auch keine Verbotsschilder. Dass Esswaren und Getränke in einer Bibliothek erlaubt sind, ist normalerweise nicht üblich, erklärt Jasinski (2007); wenn die Idea Stores aber ein Café betreiben, können sie den Benutzern nicht verbieten, die angebotenen Waren in die anderen Bereiche mitzunehmen. Darüber hinaus gibt es lediglich geringfügige Beschädigungen. Meistens werden die Computertastaturen beschädigt und diese zu ersetzen ist relativ kostengünstig.

2.4.3 Personal

Aus der Publikumsbefragung ging hervor, dass neue und bessere Dienstleistungen erbracht werden müssen, damit auch Nichtnutzer der beiden Institutionen Bibliothek und Erwachsenenbildungseinrichtung in Zukunft gewonnen werden können. Der aus dem Dienstleistungssektor bekannte Satz „der Kunde ist König“, wurde deshalb für die Idea Stores übernommen (Wills, 2004, S. 111). Das ehemalige Bibliothekspersonal und die ehemaligen Erwachsenenbildner waren es aber nicht gewohnt, auf die Kunden zuzugehen, wie es beispielsweise im Verkauf üblich ist. Dieser Umstand führte dazu, dass das Idea Stores Personal unter anderen Gesichtspunkten rekrutiert wurde. Kandidaten, die gut mit Kunden umgehen und auf diese eingehen konnten, wurden bevorzugt. Weniger gefragt waren fachliche Kompetenzen. Das Rekrutierungsverfahren der Fastfood-Kette *Pret A Manger* diente als Vorbild. Dieses Unternehmen sucht sein Personal in erster Linie nach dem Lächeln aus, das erforderliche berufliche Wissen wird dann „on the job“ vermittelt. (Ebd., S. 111f.) Auf *Soft Skills* wird grossen Wert gelegt, weil sich diese nicht leicht verändern lassen, *Hard Skills* dagegen sind erlernbar (Dogliani zitiert in Rockenbach, 2004, S. 25). Ein Teil der Mitarbeiter konnte trotzdem übernommen werden. Allerdings erfüllen diese in ihrer jetzigen Funktion meist Managementauf-

gaben. Wie John Jasinski, der zuvor Bibliothekar war und jetzt als Information Manager der Idea Stores angestellt ist. Des Weiteren wird bei der Auswahl des Personals auf ihre Landes- und Sprachenzugehörigkeit geachtet. Erste Kontakte zu den Idea Store Besuchern können folglich in der jeweiligen Muttersprache aufgenommen werden. Dies wirkt allfälligen Sprachbarrieren entgegen und trägt zur Senkung der Hemmschwellen bei. (Rockenbach, 2004, S. 24) Damit die Mitarbeiter sofort erkannt werden, tragen alle Namensschilder und schwarze T-Shirts oder Pullover, die mit dem Idea Store Logo bestickt sind.

Damit die Idea Stores ihren Betrieb aufnehmen konnten, musste mehr Personal eingestellt werden als bisher vorhanden war. Jasinski (2007) erklärt, dass sie durch diese Personalaufstockung gezwungen waren, „agency staff“ anzustellen. Dieses Fremdpersonal ist bei einer Agentur angestellt und bringt gewisse Grundanforderungen mit. Die meisten von ihnen sind Büroangestellte und haben keine bibliothekarische Ausbildung. Weil ihre Verträge nach einigen Monaten auslaufen, lohnt es sich für die Idea Stores nicht, sie extra auszubilden. Das Problem wurde erkannt und die künftige Personalstrategie sieht vor, dass mehr eigenes Personal mit bibliothekarischer Ausbildung und mit unbefristeten Arbeitsverträgen eingestellt wird. Dieses Personal wird dann in den Idea Stores noch zusätzlich ausgebildet.

Für die Idea Store Mitarbeiter gibt es verschiedene Arbeitsbereiche. Dazu gehören Ausleihe, Auskunft, Bücher zurückstellen und diverse Hintergrundarbeiten. Alle anderen Arbeiten, wie z.B. das Katalogisieren und Ausrüsten, übernimmt eine zentrale Stelle. Die Hauptaufgabe der Mitarbeiter ist das *Floorwalking*. Dabei geht das Personal durch alle Bereiche des Idea Stores und spricht gezielt Besucher an. Sie fragen, ob sie helfen können oder sie machen die Besucher auf Kursangebote aufmerksam. Die *Floorwalkers* sollen den Besuchern da helfen, wo es gerade nötig ist. Sei es bei Schwierigkeiten mit der Selbstverbuchungsanlage oder bei Problemen mit dem Computer. (Wills, 2004, S.111f.) Ein Ausschnitt der Arbeitanweisungen für *Floorwalkers* findet sich bei Rockenbach (2004, S. 23):

„Your main purpose: to increase book issues and course enrolments! You can do this by making it easy for people to find what they want, but you´ll get even more by talking to customers. What it means (...) It does not mean just walking up and down the floor! Our job is to interact with people, smile, show willingness to help and assist when needed, tell people about courses. We need people to enrol – so give out leaflets etc., sit down and help them fill them in at café tables. (...) Don´t miss an opportunity to interact – be nosy:

a: if you overhear two friends talking about a book as they return it, chip in and say how much you´ve enjoyed it too

b: if you notice someone borrowing „Spanish for Beginners“ ask them if they know about our Spanish course starting in autumn

(...)

e: ask them if they've taken part in any courses at the Store. Ask them what interests them and try to find something relevant on the programme."

Es ist nötig, dass alle Mitarbeiter, Bibliothekare wie Erwachsenenbildner mit Kundenanfragen umgehen können, ob diese ihren Bereich betreffen oder nicht. Ein Bibliothekar muss auch Auskunft über Kurse geben können und ein Erwachsenenbildner muss sich auch mit dem Buch- und Medienangebot auskennen. Damit wird sichergestellt, dass den Kunden so schnell wie möglich geholfen werden kann. (Wills, 2004, S. 112) Dennoch sind die Aufgabenbereiche der Bibliothekare und Lehrer getrennt, erklärt Jasinski (2007) und hält fest, dass Bibliothekare nicht unterrichten und Lehrer keine bibliothekarischen Arbeiten erledigen.

Die Mitarbeiter der Cafés sind von externen Unternehmen angestellt. Die Cafés werden demzufolge nicht von den Idea Stores selbst betrieben, sondern vermietet. Aufgrund der Kriminalität in Tower Hamlets kann auf Security Personal nicht verzichtet werden. Weshalb ebenfalls eine externe Firma engagiert wurde. (Jasinski, 2007)

2.4.4 Marketing

Um die Öffentlichkeit auf die Idea Stores aufmerksam zu machen, brauchte es eine Marketingstrategie. Das Unternehmen Bisset Adams wurde für das Design der Marke Idea Store beauftragt. Die Bevölkerung konnte ihre Vorstellungen wiederum einbringen, indem repräsentative Fokusgruppen bei der Konzeption mitbeteiligt waren. (Wills, 2004, S. 107f.) Auf die Frage, weshalb der Name Idea Store ausgewählt wurde, antwortete Jasinski (zitiert in Buzinkay, 2007, S. 43) wie folgt: „*The name ‚Idea Store‘ addresses the fact that Idea Stores offer more services than a traditional library*“ Durch einen neuen Namen und ein neues Aussehen wollte man vom alten Bibliotheksimage loskommen. Daher wird auch auf ein einheitliches Erscheinungsbild der Idea Stores grossen Wert gelegt. Jedes Detail, vom Logo bis hin zu den Möbeln, ist durchdacht und festgelegt. (Rockenbach 2004, S. 14) Unter anderem werden dabei folgende Aspekte berücksichtigt (ebd.):

- Beschilderung und Wiedererkennungsmerkmale an der Aussenfassade
- Gesamtstil der Innenraumgestaltung
- Bodenbelag
- Gestaltung des Leitsystems im Gebäude (Abb. 32)
- Möbel: Kursraummöblierung, Vortragsmöbel, Stühle und Tische für Nutzer, Cafétresen, Cafétische und -stühle, Sessel und Sofas, Regale für unterschiedliche Medien,
- Becher und Tüten des Cafébereiches (Abb. 33)

- Gestaltung der Mitgliedsausweise
- Logo für unterschiedliche Aufgaben
- Offizielles Briefpapier und Memovordruck

Vor und während der Eröffnung der ersten Idea Stores wurde das „Idea Magazine“ lanciert. Es diente dazu, die Bevölkerung über den Projektverlauf und das Angebot der eröffneten Stores zu informieren. Diese Informationsbroschüre wurde kostenlos an alle Haushalte versandt und erschien viermal im Jahr, mit einer Auflage von 15 000 Exemplaren. Die Finanzierung konnte zum Teil über Anzeigen gesichert werden. (Jasinski, 2007 und Rockenbach, 2004, S. 15)

Der Internetauftritt wurde parallel zum „Idea Magazine“ aufgeschaltet. Auf der Website finden sich zahlreiche Informationen über das Konzept und über die einzelnen Idea Stores mit ihren jeweiligen Angeboten unter den folgenden Rubriken: Home, The Idea Story, Your Idea Store Services, Learning, Libraries, Online Reference Services, What's On, Local Studies/Archives, Digital Picture Gallery und Contact Us.

Neben der Katalogabfrage können die Benutzer auch auf ihr Konto zugreifen und dort die ausgeliehenen Medien selber verlängern. Allerdings ist es nicht möglich, die Medien online auszuleihen. An diesem Service wird zurzeit gearbeitet. Die Website soll dem Besucher zudem als erste Anlaufstelle für die Internetrecherche dienen. Ausgewählte Links und Datenbanken helfen dem Benutzer, relevante Informationen jeglicher Art zu finden. Darüber hinaus ist möglich, jeden der vier Stores anzuwählen und einen virtuellen Rundgang zu starten.⁴ Somit kann sich der Interessierte einen ersten Eindruck über die Idea Stores verschaffen, ohne diese gleich selbst aufzusuchen. Mit der Optik des derzeitigen Internetauftritts sind die Verantwortlichen nicht ganz zufrieden, deshalb wird das Aussehen der Website zurzeit überarbeitet. (Jasinski, 2007)

2.4.5 Nutzungszahlen

In der Literatur wird der Erfolg der Idea Stores immer wieder mit den gesteigerten Besucherzahlen belegt. Doch diese Zahlen sind mit Vorsicht zu geniessen, denn es stellt sich die Frage, ob der Erfolg des Konzepts allein an der Besucheranzahl festzumachen ist. Mit der herkömmlichen Bibliotheksstatistik alleine können die Idea Stores nicht bewertet werden, denn eingeschriebene Nutzer und Ausleihzahlen sagen nichts über die Kursnutzung und die Nutzung der PCs aus. Da sich die Idea Stores aber ebenfalls als Treffpunkte für die Bevölkerung verstehen, macht es wiederum Sinn, die Besucherzahlen als Erfolgsfaktor bei zu ziehen. Um den Erfolg genauer messen zu können, müssten die Zahlen beider Vorgängereinrichtungen

⁴ Virtuelle Tour durch den Idea Store Whitechapel unter: http://interrobang.co.uk/idea/cw/IdeaStore_id_cw2.html [04.09.2007].

mit den Zahlen der Idea Stores verglichen werden. Eine solche Erhebung existiert jedoch nicht. Es wird demzufolge davon ausgegangen, dass ein Besucher der den Idea Store betreten hat, auch eines der Angebote in Anspruch nimmt. Aus bibliothekarischer Sicht ist es aber interessant zu erfahren, wie sich das Konzept im Ganzen auf die Ausleihzahlen usw. auswirkt. Diesbezüglich hält Rockenbach (2004, S. 27) fest, dass noch nicht ermittelt wurde, inwiefern sich durch das Konzept weitere Nutzungen der Angebote ergeben. Gibt es zum Beispiel Nutzer, die Medien ausleihen wollen und sich dann spontan auch für einen Kurs einschreiben oder gibt es Nutzer, die vor oder nach ihrem Kurs zusätzlich Medien ausleihen? Diese Fragen bleiben bis jetzt unbeantwortet.

Öffnungszeiten

Der Meinungsumfrage entsprechend wurden längere Öffnungszeiten und die Sonntagsöffnung eingeführt. Die Gesamtöffnungszeit beträgt 71 Stunden pro Woche (Tower Hamlets Borough Council, 2007c):

- Montag bis Donnerstag: 9.00 – 21.00 Uhr
- Freitag: 9.00 – 18.00 Uhr
- Samstag: 9.00 – 17.00 Uhr
- Sonntag:
 - Bow und Chrisp Street: 10.00 – 16.00 Uhr
 - Whitechapel: 11.00 – 17.00 Uhr
 - Canary Wharf: 12.00 – 18.00 Uhr

Wie sich die Nutzung über die Wochentage bzw. die Tageszeiten verteilt, wurde bis jetzt noch nicht anhand von exakten Zahlen ermittelt. Es konnte aber beobachtet werden, dass die Zeiten nach 17 Uhr, also nach Arbeitsende, bei den Besuchern am beliebtesten sind. Familien nutzen vor allem die Wochenenden. Morgens zwischen 9 und 10 Uhr werden am wenigsten Besucher verzeichnet. (Rockenbach, 2004, S. 27) Mit dem Idea Stores Angebot sollen alle Altersgruppen angesprochen werden. Jedoch zählen Kinder und Jugendliche zum Hauptpublikum. Von allen Angeboten im Idea Store Whitechapel wird die Kinderbibliothek am meisten genutzt. Aber auch Computerkurse speziell für ältere Leute haben regen Zulauf. (Jasinski, 2007)

Die Anzahl der eingeschriebenen Nutzer in den vier Idea Stores beträgt gemäss Dogliani (2006, S. 19):

- „Bow: 7 500
- Chrisp Street: 9 000

- Whitechapel: 24 000
- Canary Wharf: 5 000“

Besucherzahlen

Ein Ziel des Konzepts war es, mit diesem neuen Bibliothekstypus die Besucherzahlen auf ca. zwei Mio. jährlich zu verdoppeln. Obwohl erst vier von sieben Idea Stores gebaut wurden, konnte dieses Ziel bereits erreicht werden. In den Monaten April 2006 bis März 2007, verzeichnete das gesamte Bibliotheksnetz von Tower Hamlets über 1,9 Mio. Besucher, wobei 1,6 Mio. alleine von den Idea Stores herrühren. (vgl. Tabelle 2).

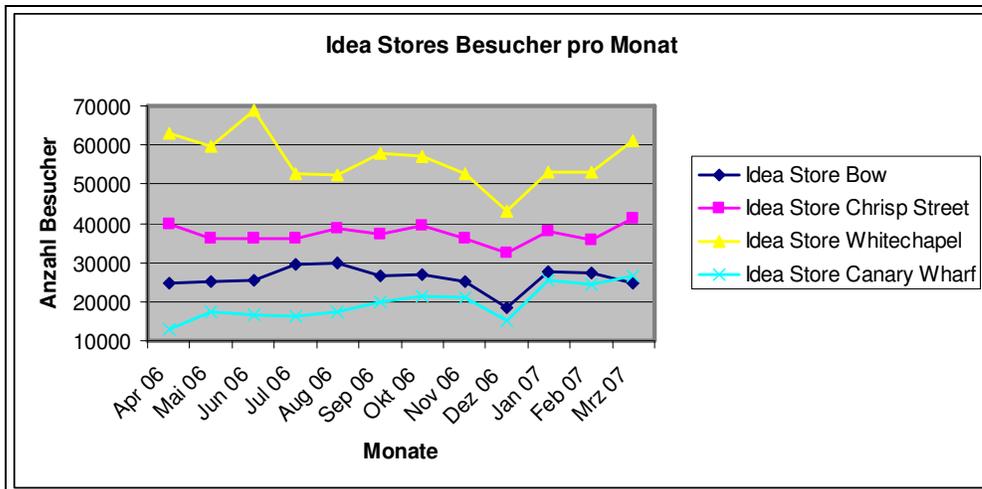
Tabelle 2: Anzahl der Bibliotheksbesucher von April 2006 bis März 2007 (Bangs, 2007)

	Apr 06	Mai 06	Jun 06	Jul 06	Aug 06	Sep 06	Okt 06	Nov 06	Dez 06	Jan 07	Feb 07	Mrz 07	Total
Local History	251	198	178	203	193	225	226	265	144	239	216	271	2609
Bethnal Green	6302	6171	6842	7140	7438	7485	10767	9961	6736	10511	9656	11840	100849
Cubitt Town	4826	5140	5357	5762	5933	5517	5806	4780	3402	4819	5097	5699	62138
Dorset	1112	1317	1275	1379	1019	1359	1065	1578	916	2065	1271	4847	19203
Idea Store Bow	24552	24998	25332	29506	29891	26643	27106	25251	18542	27620	27119	24629	311189
Idea Store Chrisp Street	39973	36044	36069	36121	38784	37353	39283	36138	32383	37959	35689	41129	446925
Idea Store Whitechapel	63049	59723	68969	52881	52431	57848	56939	52533	43157	53204	53161	61112	675007
Idea Store Canary Wharf	12948	17483	16461	16364	17500	19853	21592	21160	15249	25326	24178	26738	234852
Outreach	745	745	745	745	745	745	745	745	745	745	745	745	8940
Wapping	139	139	139	139	139	139	123	248	112	260	209	176	1962
Watney Market	8170	8353	8682	11512	10056	10283	9413	8614	6321	7543	7247	9767	105961
Totals	162067	160311	170049	161752	154073	167450	173065	161273	127707	170291	164588	186953	1969635

Die **durchschnittliche** Besucherzahl pro Monat seit Eröffnung des jeweiligen Idea Store, setzt sich wie folgt zusammen (die Berechnungen basieren auf den Zahlen in Bangs, 2007, siehe Anhang):

- Bow: 28'000 Besucher pro Monat (exkl. der Jahre 2002/2003)
- Chrisp Street: 35'000 Besucher pro Monat
- Whitechapel: 55'000 Besucher pro Monat
- Canary Wharf: 18'000 Besucher pro Monat

Nachstehende Grafik zeigt die Anzahl der Idea Stores Besucher pro Monat gemäss Tabelle 2. (gelb hinterlegter Bereich)



Visualisierung der Inhalte von Tabelle 2 (Eigene Darstellung in Anlehnung an Bangs, 2007)

Seit Eröffnung des Idea Stores Whitechapel beträgt die durchschnittliche Besucherzahl 1'900 pro Tag. Bei einer durchschnittlichen Tagesöffnung von 10 Stunden betreten also 190 Besucher pro Stunde das Gebäude. Vor der Eröffnung erhofften sich die Verantwortlichen eine Besuchersteigerung um 100 Prozent; die Zahlen konnten jedoch mehr als verdreifacht werden.

Ausleihzahlen und Kursnutzung/PC-Nutzung

Die Ausleihzahlen konnten in allen Idea Stores gesteigert werden (Dogliani, 2006, S. 18):

- Bow: +4%
- Chrisp Street: +9%
- Whitechapel: +86%
- Canary Wharf: +18%“

Trotzdem entsprechen die Ausleihzahlen nicht den Erwartungen. Die Ausleihquote im Idea Store Bow beispielsweise konnte von 2002 bis 2004 lediglich um 30 Prozent gesteigert werden. Im Vergleich zu den verbliebenen Bibliotheken in Tower Hamlets, die ihre Ausleihen um zwei Prozent steigerten, ist dies jedoch beachtlich. (Rockenbach, 2004, S. 26) Dass die Ausleihzahlen nicht wie erwartet gesteigert werden konnten, erklärt Dogliani (zitiert in Rockenbach, 2004, S. 27) damit, dass unter anderem die Neuanschaffungen nicht ausreichend mit den Kursangeboten übereinstimmen. Ein anderes Bild zeigt die Kursnutzung und PC-Nutzung. Die Kurseinschreibungen konnten verdoppelt werden und somit wurde auch dieses Ziel erreicht. Die durchschnittliche Nutzung der PCs beträgt 60 Prozent, zu Spitzenzeiten sogar 90 Prozent. (Dogliani, 2006, S. 18) Dass die Computer in den Idea Stores so rege genutzt werden, liegt hauptsächlich am sozialen Umfeld, begründet Jasinski (2007); viele Einwohner

von Tower Hamlets besitzen keinen Computer. Vor allem Studenten brauchen aber einen Computer, um ihre Hausarbeiten zu schreiben oder im Internet zu recherchieren. Das Angebot in den Idea Stores füllt diese Lücke.

2.5 Differenzierung gegenüber anderen Bibliothekskonzepten

Für andere öffentliche Bibliotheken, die dem Benutzerschwund entgegenwirken wollen, kann das Idea Stores Konzept richtungweisend sein. Was aber macht das Konzept einzigartig und was unterscheidet die Idea Stores von anderen erfolgreichen Bibliothekskonzepten? Nachstehende Aufzählung fasst die wichtigsten Aspekte des Konzepts zusammen:

- Die Einwohner von Tower Hamlets wurden bei der Konzeption miteinbezogen
- Die Gebäude sind Behinderten gerecht
- Die neuen oder neu gestalteten Gebäude der Idea Stores bezwecken auch die Aufwertung der Umgebung (Aufwertung des Stadtbildes)
- Die Finanzierung erfolgt neben der Öffentlichen Hand auch aus der Privatwirtschaft
- Die Architektur und der Innenausbau sind modern und transparent
- Der Standort befindet sich in direkter Nähe eines Einkaufszentrums
- Die Idea Stores sind mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar
- Die Idea Stores bilden zusammen mit anderen Bibliotheken ein Netzwerk
- Bibliotheks- und Erwachsenenbildungsangebote sind im selben Gebäude untergebracht
- Die Idea Stores verfügen über ein Café oder andere Verpflegungsmöglichkeiten (Getränke- und Snackautomaten)
- Es stehen weitere Angebote wie Kinderkrippen usw. zur Verfügung
- Ein Teil der Räumlichkeiten sind speziell auf die Bedürfnisse von Kinder und Jugendlichen eingerichtet
- Es gibt keine Verbotsschilder
- Die Ausleihe funktioniert mittels Selbstverbuchungsanlagen (RFID)
- Auf das Leitsystem wird grossen Wert gelegt
- Die Learning Labs werden auch an Externe Organisationen vermietet
- Die Mitarbeiter sind einheitlich gekleidet und tragen Namensschilder
- Die Idea Stores sind sehr kundenorientiert (z.B. durch die Tätigkeit Floorwalking)

- Mitgliedschaft, Buchausleihe und Internetzugang sind kostenlos
- Das Erscheinungsbild der verschiedenen Stores ist einheitlich
- Die Imagebildung mittels Marketing hat einen hohen Stellenwert
- Der Bestand jedes Idea Stores ist dem jeweiligen kulturellen Umfeld angepasst
- Um die ausländischen Bevölkerung besser zu integrieren, ist eine grosse Anzahl an Fremdsprachiger Literatur vorhanden
- Alle Idea Stores sind an sieben Tagen insgesamt 71 Stunden geöffnet

Viele dieser Eigenschaften wurden bereits in anderen öffentlichen Bibliotheken umgesetzt, bevor es die Idea Stores gab. Die Stratford Library im Londoner Stadtbezirk Newham diente dem Idea Stores Konzept beispielsweise als Vorbild für eine erfolgreiche Bibliothek, die sich in der Nähe eines Shoppingcenters befindet (Tower Hamlets Borough Council, 2002, S. 4 f.). Gemäss Jasinski (2007) wurde das Konzept aber neu entwickelt, obgleich Ähnlichkeiten zu anderen Konzepten bestehen. Zu einem ähnlichen Schluss kommt auch Rockenbach (2004, S. 5): *„Die Idee ist nicht neu. Doch wie sie in London verwirklicht ist, trifft sie den Bedarf der Menschen.“* Jasinski (2007) weist ausserdem darauf hin, dass die Kombination von Bibliothek und *Lifelong Learning* Angeboten nicht ausschliesslich in Tower Hamlets zu finden ist, sondern überall in Grossbritannien. Diese Übereinstimmungen beschränken sich jedoch immer auf ein allein stehendes Gebäude. Einmalig hingegen ist ein Netzwerk, wie es die vier Idea Stores sind, welches alle bisher genannten Aspekte vereinigt.

Unabhängig von den Idea Stores entstanden weltweit Bibliothekskonzepte die gewisse Parallelen aufweisen. Drei von ihnen werden im Folgenden kurz vorgestellt:

Public Libraries in Queens

Die Public Libraries Amerikas bemühen sich schon seit Ende der 1990er Jahre um die Rückgewinnung ihrer Kunden. Die Grossbuchhandlungen, die auch über Lesesäle verfügen, entwickelten sich immer mehr zur Konkurrenz. Deshalb begannen z.B. die Bibliotheken in Queens, auch Kurse und Veranstaltungen anzubieten, um ihre Benutzer wiederzugewinnen und neue anzulocken. Das weit reichende Angebot beinhaltet Yoga- und Meditationskurse, Schmuckdesign, Kinderbetreuung, Hausaufgabenhilfe, Computerkurse, Sprachkurse und Vieles mehr. Zudem gibt es spezielle Angebote, wie neapolitanische Liederabende oder chinesische Kalligraphie, die junge Immigranten anziehen sollen. Wie bei den Idea Stores gibt es hier ebenfalls kein Ruhegebot. Auch dieses Konzept ist ein Erfolg, denn die Public Libraries in Queens verfügen über die höchste Ausleihquote im ganzen Land. (Ostwald, 2001)

Zentrum für Information und Bildung (ZIB) in Unna

In Deutschland eröffnete im Jahr 2004 das Zentrum für Information und Bildung in Unna. Es vereinigt die bisherigen Einrichtungen Stadtbibliothek, Volkshochschule, Stadtarchiv und Kulturamt in einem Gebäude. Das ZIB ist eine zentrale Anlaufstelle für Information, Bildung, Beratung und Kommunikation. (Stang, 2005, S. 19) Am Eingang des Gebäudes befindet sich ein gemeinsamer Informationsschalter. Hier werden Auskünfte erteilt, Anmeldungen vorgenommen, Kulturveranstaltungen gebucht sowie Ausleihen und Rückgaben getätigt. Die Beratung erfolgt durch Bibliotheks- und Volkshochschulmitarbeiter. Ein Café ergänzt das Angebot und dient den Nutzern als allgemeiner Treffpunkt. (Salon, 2002, S. 108) Der gemeinsame Informations- und Kommunikationsbereich umfasst Informationsinseln, Computerarbeitsplätze, einen Kinder- und Jugendbereich, einen Lesebereich und einen Selbstinformationsbereich. Daneben finden unterschiedliche Lernangebote in den Atelier- und Seminarräume statt. (Stang, 2005, S. 19)

Singapurs Public Libraries

Singapurs Bibliothekswesen gilt als eines der besten in der Welt. Diesen Ruf verdankt Singapur einer massiven Förderung der öffentlichen Bibliotheken, wie auch grundlegenden strategischen und strukturellen Entscheidungen für die Entwicklung der Wissenschaft. (Ball / Mittermaier, 2005, S. 1) Ein wichtiger Aspekt dieses Bibliothekskonzepts ist, dass sich die Bibliotheken dort befinden, wo die Menschen leicht hinkommen können oder sich ohnehin aufhalten. Deshalb befinden sich zum Beispiel die Regionalbibliothek Woodlands sowie die Quartierbibliothek Sengkang in Einkaufszentren und die Library@Orchard im zentralen Einkaufsgebiet des Stadtzentrums. (Ebd., S. 7 f. und Tschäppät / Relly, 2005, S. 8 ff.) Wie bei den Idea Stores diente auch diesen Bibliotheken der Detailhandel als Vorbild. Ziel war es, die Bibliotheken so zu gestalten, dass sie als Aufenthaltsort für die Menschen genauso wichtig werden, wie ihr Zuhause oder Arbeitsplatz. (Hallowell et al., 2001, S. 8) Eine weitere Ähnlichkeit zu den Idea Stores ist das Caféangebot in der Bibliothek. Die Cafés werden alle von Starbucks, einer Kaffeehauskette, betrieben (Tschäppät / Relly, 2005, S. 8).

Trotz der Ähnlichkeiten und Parallelen die diese und andere Bibliothekskonzepte zu den Idea Stores aufweisen, ist nach Bohl (zitiert in Middleton, 2000) die Nähe zum Einkaufszentrum in Kombination mit dem *Lifelong Learning* Aspekt weltweit einzigartig.

2.6 Persönliche Eindrücke bei einem Besuch vor Ort

Um das Idea Stores Konzept besser zu verstehen und mehr darüber zu erfahren, ist es nahe liegend, selbst nach London zu reisen und die Idea Stores vor Ort zu besichtigen. Während eines eintägigen Aufenthalts konnten die Idea Stores Chrisp Street und Whitechapel aus der Nähe betrachtet werden. Der Idea Store Chrisp Street war das erste Ziel. Das Gebäude ist

leicht zu finden und mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar. Der Wegweiser an der Dockland Light Railway Haltestelle All Saints ist nicht zu übersehen (Abb. 34). Der Idea Store Chrisp Street liegt am Anfang der Einkaufspassage die direkt zum Marktplatz führt (Abb. 35). Der Eingang befindet sich an der rechten Seite und ist auf den ersten Blick nicht gleich als solcher erkennbar. Eine grosse, schwarze Türe öffnet sich automatisch und führt ins Innere des Idea Stores (Abb. 36). Drinnen fällt gleich die Rolltreppe auf, die in den oberen Stock führt (Abb. 37). Im Erdgeschoss ist eine Auswahl an Büchern ausgestellt. Es herrscht wenig Betrieb, lediglich die Computerarbeitsplätze in dem *Surfing Space* sind an diesem frühen Morgen schon fast alle besetzt. Die *Surfing Space* befindet sich, durch eine Glaswand abgetrennt, rechts vom Eingang (Abb. 38). Im ersten Stock sind Bücher- und Medienregale aufgestellt, an der linken Seite befinden sich drei *Learning Labs* (Abb. 39). Zum Besuchszeitpunkt fanden keine Kurse statt. Im Sommer werden aufgrund der Ferien allgemein wenige Kurse angeboten. Die Regale sind ordentlich aufgeräumt und einige Mitarbeiter sind gerade mit Bücher Einräumen beschäftigt, beim Vorbeigehen grüssen sie freundlich. Beim näherem Betrachten der Regale fällt auf, dass relativ viele Bücher aufgrund ihres Formates nicht in die Regale passen und deshalb liegend gestapelt werden müssen. Die CDs und DVDs sind ähnlich wie in Warenhäusern präsentiert (Abb. 40). Die vielen Sofas und die Sitzplätze in den Fensternischen laden zum verweilen ein (Abb. 41). Die Räumlichkeiten sind hell, offen und modern. Trotzdem wirkt ein Teil der Einrichtung schon abgenutzt. Insgesamt ist der Eindruck aber positiv und dieser wird durch den liebevoll gestalteten Kinderbereich noch verstärkt. Das Highlight in der Kinderbibliothek ist ein „ovalförmiges“ Möbel, welches auch als kleines Bücherregal genutzt wird und in dem sich die Kinder zum Lesen oder Spielen zurückziehen können (Abb. 42).

Mit diesen Eindrücken geht es weiter zum nächsten Ziel, dem Idea Store Whitechapel. Die U-Bahnstation Whitechapel ist um die Mittagszeit überfüllt und hektisch. Draussen angekommen, fällt zuerst das rege Treiben an den unzähligen Marktständen auf. Viele Leute sind unterwegs, die Mehrheit von ihnen ist ihrem Herkunftsland entsprechend traditionell gekleidet. Whitechapel war schon immer die erste Anlaufstelle für Immigranten. Die Gegend ist vor allem am Abend nicht ganz ungefährlich und angesichts der hohen Kriminalität berüchtigt. Der Idea Store Whitechapel ist schon vom Ausgang der U-Bahnstation sichtbar. Im Inneren des Stores herrscht sehr viel Betrieb und am Ausleihschalter im Erdgeschoss stehen die Leute Schlange. Dieser Eindruck bestärkt sich während des Rundgangs durch das Gebäude. Eine Ausnahme bilden die *Learning Labs*. Sie sind wie im Idea Store Chrisp Street alle leer. Die Räumlichkeiten sind grösser aber ansonsten ähnlich wie in Chrisp Street. Die Inneneinrichtung wirkt allerdings gepflegter und neuwertiger. Es sind nur wenige Mitarbeiter auszumachen. Die Wachleute sind dafür sehr präsent. Gleich zweimal wiesen sie darauf hin, dass fotografieren nur erlaubt ist wenn keine Personen auf dem Bild zu sehen sind. Diese Auflage

konnte angesichts der vielen anwesenden Personen nicht ganz erfüllt werden. Deshalb wurde darauf geachtet, Personen entweder von hinten oder aus einer grösseren Distanz zu fotografieren. Die oberen Stockwerke sind mit der Treppe oder bequem mit den zwei Liften erreichbar. Trotz der vielen Leute muss man nicht lange auf einen Lift warten. Die Wand im Lift wird als Werbefläche genutzt (Abb. 43). Die Plakate machen auf unterschiedliche Angebote und Aktivitäten im Idea Store aufmerksam. In der Kinderbibliothek herrscht am meisten Betrieb und ein Teil der Kinder bastelt zusammen mit zwei Mitarbeitern. Andere spielen oder lesen, während sich ihre Mütter unterhalten. Es ist zwar laut, aber durch die Trennung der Kinderbibliothek von den anderen Bereichen ist dort nichts davon zu hören. Das Publikum ist gemischt, die Mehrheit der Besucher sind allerdings Mütter mit ihren Kindern. Wie im Idea Store Chrisp Street waren praktisch alle Computer in dem *Surfing Space* besetzt. Auch Studenten zählen zu den Benutzern. Einige von ihnen arbeiteten gerade an ihren Laptops. Das Highlight in diesem Idea Store ist eindeutig das Café im obersten Stock. Es wird daher auch rege genutzt. Eine Gruppe von älteren Leuten trifft sich hier genauso wie drei junge Mädchen im Teenageralter. Andere lesen hier ihre Zeitung während dem sie gemütlich einen Kaffee trinken. Der Gesamteindruck des Idea Store Whitechapel ist sehr positiv.

Der Besuch der Idea Stores hat sich gelohnt und die Eindrücke haben das Bild der Idea Stores als erfolgreiches Bibliothekskonzept bestätigt. Einzig die Umgebung der Idea Stores hinterlässt ein negatives Gefühl. Vor allem in Whitechapel war die soziale Benachteiligung der Bevölkerung deutlich spürbar. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass sich die Idea Stores als sicheren Ort, indem jeder willkommen ist, bezeichnen. Diese Verhältnisse tragen auch zum Erfolg der Idea Stores bei und können in diesem Ausmass nicht mit denen in der Schweiz gleichgesetzt werden.

3 Aktueller Stand des Konzeptes

Nachdem der erste Idea Store in Bow eröffnet war und in der Öffentlichkeit positiv aufgenommen wurde stand für die Verantwortlichen eines fest: „[...] *We are confident that our strategy is the right one, and we will continue along the same lines as we move for the next Store*“ (Wills, 2004, S. 113). Gemäss Strategie wurde festgelegt, dass nach fünf Jahren sieben Idea Stores die bisherigen Bibliotheken und Fortbildungszentren ersetzen (Abb. 44). Dieser ehrgeizige Vorsatz liess sich jedoch nicht realisieren. Dessen ungeachtet erregte das Projekt in der Fachwelt und in den Medien Aufsehen. Während die Idea Stores aus der Perspektive anderer Länder positiv beurteilt wurden, gab es in Grossbritannien auch kritische Stimmen. Dennoch lassen die Besucherzahlen vermuten, dass die Nutzer mit ihren Idea Stores zufrieden sind.

Die vier bisher entstandenen Idea Stores werden voraussichtlich durch drei weitere an den Orten Bethnal Green, Watney Market und Isle of Dogs ergänzt (Tower Hamlets Borough Council, 2002, S. 33). Ursprünglich war vorgesehen, das ganze Projekt in zwei Etappen zu bauen. In einer ersten Etappe sollten Bow im Jahr 2002 sowie Chrisp Street und Whitechapel im Jahr 2003 eröffnet werden. Während der zweiten Etappe sollten die anderen vier Idea Stores bis 2007 implementiert werden. Darüber hinaus wurde die Umsetzung der Stores Canary Wharf und Watney Market abhängig von lokalen und nationalen Initiativen und der Idea Store Bethnal Green, abhängig von einer geeigneten Lokalität geplant. (Ebd., S. 43)

Aufgrund finanzieller Probleme wird gemäss Jasinski (2007) möglicherweise nur noch der Idea Store in Bethnal Green verwirklicht. Die zur Verfügung gestellten finanziellen Mittel wurden längst aufgebraucht und neue sind nicht in Sicht, da ein Grossteil der öffentlichen Gelder für die Olympischen Spiele, die 2012 in London stattfinden, benötigt wird. Des Weiteren wurde in diesem Jahr das Budget der Idea Stores bereits überschritten. Dazu beigetragen haben vor allem die hohen Gebäudekosten. Der vermutlich letzte Idea Store wird sich gegebenenfalls an der Bethnal Green Road, hinter dem Supermarkt Tesco, befinden. Dort soll einer der grössten Stores entstehen und infolge der geografischen Nähe zu Whitechapel wird er weniger Bibliotheksdienstleistungen, aber dafür mehr Kurse als alle anderen anbieten. (Tower Hamlets Borough Council, 2002, S. 45)

3.1 Kritikpunkte

Kritische Äusserungen gegenüber den Idea Stores gibt es von verschiedenen Seiten. Ein Teil der Kritik betrifft nicht nur die Idea Stores sondern auch die Bibliotheken im Allgemeinen. Die Hauptbefürchtungen sind, dass durch dieses Konzept die Bibliotheken immer mehr kommerzialisiert werden und dass die Bücher nur noch einen kleinen Teil ihres Angebots ausmachen. Nach Stadelmann (2006, S. 19), sind die Idea Stores deutlich „entintellektualisierte“ Bibliothe-

ken. Noch weiter geht Coates (zitiert in Rushton, 2007, S. 10). Seiner Meinung nach werden die Bibliotheken immer mehr zu Internetcafés mit einem unbedeutenden Bestand an Büchern. Um solche Befürchtungen auszuräumen und zu unterstreichen, dass die Bücher auch in den Idea Stores elementar sind, stellte die Verwaltung von Tower Hamlets jedem Store bei seiner Eröffnung 100'000 Pfund für die Anschaffung neuer Bücher zur Verfügung (Hartley, 2005, S. 40). Dennoch offenbart das Idea Stores Konzept laut Stadelmann (2006, S. 25), dass Bildung nur noch als attraktiv erachtet wird, wenn sie leicht konsumierbar präsentiert und den Bürgern fast schon aufgedrängt wird. Sie warnt davor, dass die Bibliotheken Gefahr laufen, sich zu „Buchhandlungen für Fortgeschrittene“ zu entwickeln.

Rumbelow (2006) sieht für die Idea Stores und Bibliotheken generell keine Zukunft. Ausschliesslich die Kinderbibliotheken bilden ihrer Ansicht nach eine Ausnahme, weil diese die wichtige Aufgabe der Leseförderung übernehmen. Dass die Bibliotheken jetzt Idea Stores heissen ist für sie ein weiteres Indiz dafür, dass Bibliotheken bald der Vergangenheit angehören. Dass der Name oft kritisiert wird, bestätigt auch Jasinski (2007); trotz der neuen Bezeichnung, sind die Idea Stores aber immer noch Bibliotheken in denen ebenfalls Bildungskurse und Computerarbeitsplätze angeboten werden. Der Name gehört zum Marketingkonzept, und das Publikum bezeichnet und empfindet die Idea Stores immer noch als Bibliotheken. Die Diskussion um den Namen bringt Bibliotheken zumindest wieder ins Gespräch und somit ins Bewusstsein der Öffentlichkeit. So gesehen ist jede Werbung gute Werbung. (Ebd.) Auch Wills (2003, S. 30) verteidigt die Marke Idea Store indem sie darauf hinweist, dass die Bibliotheken etwas gegen den Benutzerschwund unternehmen müssen. Es genügt nicht mehr, bestehende Angebote zu verbessern und auszuweiten, damit Bibliotheken für das Publikum wieder attraktiv werden. Darüber hinaus sind die Assoziationen mit dem Begriff Bibliothek zumeist negativ. Dies zeigte die durchgeführte Befragung in Tower Hamlets. „I wouldn't be seen dead in a library“, war einer von vielen ablehnenden Kommentaren gegenüber Bibliotheken. Um auch diese Personen wieder anzulocken, einigte man sich deshalb auf den neuen Namen Idea Store.

Ein weiterer Kritikpunkt sind die verschiedenen Angebote der Idea Stores d.h. ihr Selbstverständnis als Erlebnis- und Lernzentren. Das Café und die Kursräume brauchen viel Platz, der auch für Bücher genutzt werden könnte. Diese Meinung vertritt beispielsweise Lane (2003) und hält fest, dass in den Idea Stores nicht die Bücher auffallen, sondern vor allem das Café, die Computer und die Regale mit CDs und DVDs. Zu diesem Vorwurf entgegnet Bohl (zitiert in Middleton, 2000), dass das Idea Stores Konzept im Grunde ein traditionelles Konzept ist, denn schon die ersten Bibliotheken verfügten neben Lesesälen auch über Räumlichkeiten für Vorlesungen und Vorträge. Im Verlaufe der Zeit wurden diese zwei Bereiche voneinander getrennt. Die Idea Stores haben diese Tradition wieder entdeckt und bieten beides erneut zusammen an. Dazu ergänzt Cunningham (zitiert in Patterson, 2001, S. 49), dass die Public

Libraries schon früher ein Ort für Freizeit und Erholung waren. Auf diese Bibliotheksfunktion wird auch in der "Policy Guidance for Local Authorities in England" des Department for Culture, Media and Sport (1999, S. 5) hingewiesen: „*Library and information services should develop their role as community resource centres, providing access to communication as well as information.*“ Darüber hinaus ist gemäss Jasinski (2007) der Hauptzweck einer Bibliothek, das Bereitstellen von Informationen und es macht keinen Unterschied, ob diese elektronisch über das Internet abrufbar oder in einem Buch zu finden sind.

Des Weiteren war der Bau des Idea Stores in Whitechapel und die damit verbundene Schliessung der Whitechapel Public Library bei der Bevölkerung von Tower Hamlets zuerst umstritten. Diese Bibliothek schrieb als „Universität des Ghettos“ Geschichte. Nach ihrer Eröffnung im Jahr 1892 strömten die Leute von der Strasse und aus ihren ärmlichen Unterkünften in die gut beheizten Bibliotheksräume. Nach einem Jahr waren schon 2'500 Mitglieder eingeschrieben. Während ihres Bestehens verfassten viele Autoren ihre ersten Werke in der Bibliothek oder erforschten die Geschichte des East End. (Weber, 2006)

3.2 Herausforderungen

Dank den Idea Stores kommen die Leute wieder vermehrt in die Bibliothek, es werden mehr Bücher ausgeliehen, die Erwachsenenbildungskurse werden mehr als je zuvor genutzt und das angekratzte Image der beiden Vorgängereinrichtungen konnte verbessert werden. So gesehen sind die Idea Stores ein Erfolg. Dennoch gibt es Probleme und Herausforderungen, die nicht ignoriert werden dürfen, damit das Konzept ein Erfolg bleibt. Neben gebäudetechnischen Problemen, liegt die grösste Herausforderung im Bibliotheksbereich der Idea Stores. Die Informationsvermittlung und die Nutzerberatung erfordern mehr Fachwissen, als es das derzeitige Personal leisten kann. Hier sieht Jasinski (2007) den dringendsten Handlungsbedarf. Damit die Benutzer besser beraten werden und relevante Auskünfte zu jedem Fachbereich erhalten, wird momentan das gesamte Personal in diesen Fertigkeiten geschult. In den Vorgängerbibliotheken gab es für diese Arbeiten speziell ausgebildete Mitarbeiter, so genannte „reference staff“. Demzufolge kann der gegenwärtige Bibliotheksservice der Idea Stores qualitativ mit demjenigen der Vorgängerbibliotheken nicht mithalten. Zurückzuführen ist dieser Mangel einerseits auf das Fremdpersonal und andererseits auf die Arbeitsaufteilung. Denn die Bibliotheksmitarbeiter der Idea Stores sind nicht auf ein Gebiet spezialisiert, sondern jeder von ihnen ist mit allen Aufgaben betraut. In der Praxis funktioniert dies jedoch nicht. So kommt es immer wieder vor, dass Auskünfte mangels Fachwissen nicht erteilt werden können. Um das Problem in den Griff zu bekommen, wird neben der aktuellen Schulung der Mitarbeiter, vorübergehend auch zusätzliches Personal eingesetzt, welches über die nötigen Qualifikationen verfügt und die Idea Stores Mitarbeiter unterstützt. (Jasinski, 2007)

Eine weitere Herausforderung besteht darin, die vorhandenen Nutzer zu halten und neue Zielgruppen zu erschliessen. In Whitechapel zum Beispiel gehören die jungen Bengalis und die Bangali Frauen zu den häufigsten Idea Store Nutzern. Die Männer hingegen bleiben fern, weil ihnen eigene Kulturzentren zur Verfügung stehen, wo sie sich treffen können. Dies führt dazu, dass sie ausschliesslich unter sich bleiben und keines der Bildungsangebote in Anspruch nehmen. Deshalb werden zurzeit vermehrt Anstrengungen unternommen, um auch diese Zielgruppe zu erreichen. (Ebd.)

Die neuen Gebäude und/oder Räumlichkeiten wurden nach dem Vorbild von Buchhandlungen wie *Waterstone's* und Sportartikelanbietern wie Nike gebaut. Ziel war es, die heutige Konsumgesellschaft auf die gleiche Weise anzusprechen, wie sie es vom Detailhandel gewohnt ist. Es wurden daher Architekten beauftragt, die über Erfahrungen in der Gestaltung von Geschäftslokalen verfügten und noch nie mit Bibliotheksbauten in Berührung kamen. Die Idea Stores sollten so wenig wie möglich an die bisherigen Bibliotheken erinnern. Folgende Design- und Architekturbüros nahmen diesen Auftrag entgegen (Tower Hamlets Borough Council, 2007d):

- Bow: Bisset Adams
- Chrisp Street und Whitechapel: Adjaye/Associates
- Canary Wharf: Dearle & Henderson

Die Idea Stores wurden mit verschiedenen Preisen ausgezeichnet. Chrisp Street erhielt den Architekturpreis *RIBA London Award 2005* und Whitechapel erhielt denselben Preis 2006 (ebd.). Vor allem bei diesen zwei gibt es jedoch gebäudetechnische Mängel, die das Tagesgeschäft der Idea Stores negativ beeinflussen.

In beiden Bauten wurden Rolltreppen installiert. Die Hülle beider Stores besteht vorwiegend aus Glas, dies führt schon bei Aussentemperaturen um 20 Grad zu Innentemperaturen von 35 Grad und aufgrund des Lüftungssystems können die Fenster nicht geöffnet werden. Darüber hinaus gibt es Platzprobleme, obwohl die Gebäude erst kürzlich gebaut wurden. Die geringe Magazinfläche erweist sich hier als das Hauptproblem. (Jasinski, 2007)

Ein weiterer negativer Punkt ist die Isolation. Wenn in den *Learning Labs* gleichzeitig Kurse stattfinden, ist die Lärmbelastung sehr gross. Dementsprechend müssen die Lehrer ihren Unterricht leise abhalten, damit die anderen Klassen und die Bibliotheksbesucher nicht gestört werden. Im Idea Store Chrisp Street befindet sich die Kinderbibliothek im selben Raum wie die Erwachsenenbibliothek. Viele ältere Benutzer beschwerten sich über die damit verbundene Ruhestörung. Dies führt auch dazu, dass dieser Kundenkreis die Bibliothek nur noch während den Randzeiten aufsucht. In Whitechapel wurde deshalb darauf geachtet, die Kinderbibliothek von den übrigen Bereichen abzuschirmen, dennoch gibt es dort andere Schwie-

rigkeiten. Lifte, Treppen, Toiletten und Mitarbeiter Räume befinden sich im Zentrum des Gebäudes. Diese Platzierung ist aus bibliothekarischer Sicht nicht sinnvoll, weil die Benutzer immer um diesen Kubus herumlaufen müssen. Dies macht die Räume für die Nutzer und Mitarbeiter unübersichtlich. (Ebd.)

In allen Idea Stores gibt es Selbstverbuchungsanlagen. Das Sicherheitssystem, welches mit dem RFID- System verbunden ist, wurde bereits ersetzt. Denn es kam vor, dass selbst verbuchte Medien bei den Sicherheitsschranken Alarm auslösten. (Ebd.)

Die meisten dieser Probleme und Herausforderungen gehören zum Alltag vieler Bibliotheken, bemerkt Jasinski (2007), und ergänzt: „Nothing is perfect“. Im Grossen und Ganzen sind die Verantwortlichen mit den Idea Stores zufrieden und zuversichtlich, auch die hier beschriebenen Herausforderungen zu meistern.

3.3 Nutzerzufriedenheit

Die folgenden Ergebnisse beziehen sich auf zwei voneinander unabhängig entstandene Benutzerbefragungen, welche in den Idea Stores durchgeführt wurden. Zum einen handelt es sich dabei um die Masterarbeit „Tower Hamlets' Idea Stores: Are they working?“ von Johanna Hartley aus dem Jahr 2005, in der versucht wurde herauszufinden, ob das Idea Stores Konzept aus Sicht der Benutzer und Mitarbeiter funktioniert und zum anderen um die aktuelle Benutzerbefragung, die in jedem der Idea Stores durchgeführt wurde. Somit können erstmals alle Idea Stores miteinander verglichen werden. Die beiden Umfragen können hingegen nicht miteinander verglichen werden, da sie auf verschiedenen empirischen Methoden und Vorgehensweisen basieren.

Die meisten Nutzer kommen gemäss einer Umfrage von Hartley (2005, S. 18 f.) in die Idea Stores, um Bücher auszuleihen (vgl. Abb. 45). 22 Prozent der Befragten leihen Bücher für ihr Freizeitvergnügen aus, während weitere 10 Prozent Bücher für das Studium oder die Arbeit benötigen. Um Zeitungen und Zeitschriften zu lesen, suchen 10 Prozent der Befragten die Idea Stores auf. Somit nutzen über 40 Prozent der Befragten die traditionellen Bibliotheksservices. Demgegenüber gaben mehr als 30 Prozent der Befragten an, dass sie hauptsächlich die Idea Stores aufsuchen, um das Internet zu nutzen. 18 Prozent von ihnen brauchen das Internet für ihr Studium oder ihre Arbeit. Die anderen 16 Prozent nutzen es als Freizeitbeschäftigung.

Weitere Gründe für die Nutzung der Idea Stores wurden seltener genannt. 2 Prozent der Befragten gaben beispielsweise an, einen Kurs in den Idea Stores zu besuchen. (Ebd., S. 24) Überraschend wurde festgestellt, dass die meisten Nutzer lediglich ein Angebot in Anspruch nehmen. (Ebd., S. 18) Im Weiteren wurden die Benutzer gefragt, wie wichtig die Idea Stores sind (Skala 1 bis 5, 1 = überhaupt nicht wichtig, 5 = sehr wichtig). 40 Prozent der Befragten

gaben an, dass die Idea Stores für sie persönlich sehr wichtig sind. Weitere 34 Prozent beurteilten die Wichtigkeit der Idea Stores mit dem Skalenwert 4. Die Wichtigkeit der Idea Stores für die Gemeinschaft bewerteten 69 Prozent der Befragten mit sehr wichtig. Als Begründung wurde die angenehme, gesellige Atmosphäre der Idea Stores, wie auch das breite Angebot, welches alle Altersklassen und sozialen Schichten berücksichtigt, genannt. (Ebd., S. 30 ff.)

Einige der Befragten, vor allem die älteren Personen, empfinden die Idea Stores jedoch als zu laut. Dieser Zustand lässt sich auf die fehlenden Beschränkungen und Verbote bezüglich der Ruhestörung zurückführen. Denn im Gegensatz zu den meisten Bibliotheken, ist es in den Idea Stores erlaubt, laut zu sprechen und zu telefonieren. Andere genannte Verbesserungsvorschläge betreffen die Steigerung der Mitarbeiteranzahl und das Leitsystem. (Ebd., S. 40 f.) Zudem wurden die Benutzer befragt, was die Idea Stores von den traditionellen Bibliotheken unterscheidet (vgl. Abb. 46). 75 Prozent der genannten Unterschiede können als positiv bewertet werden, die anderen 25 Prozent sind allerdings negative Aussagen. Die Idea Stores wurden überwiegend als moderner, effizienter und mit einem grösseren IT Angebot gegenüber den herkömmlichen Bibliotheken beschrieben. Negativ bewertet wurden die Idea Stores hinsichtlich des Lärms, des Buchbestandes und des mangelnden persönlichen Kontakts zu den Bibliothekaren. (Ebd., S. 40 f.) Viele der Befragten forderten darüber hinaus mehr Bücher zu bestimmten Themen und Genres. Eine grosse Nachfrage besteht beispielsweise an Klassikern. (Ebd., S. 44)

Es wurde ebenfalls gefragt, wie die Benutzer zum Namen Idea Store stehen. Mit 85 Prozent gab die Mehrheit der Befragten an, dass sie den Namen mögen. 80 Prozent derjenigen die den Namen ablehnen, würden die Idea Stores gerne wieder in Bibliotheken umbenennen. Dies verdeutlicht, dass trotz des modernen Namens und des grösseren Angebots die Idea Stores für die Mehrheit der Personen im Grunde immer noch Bibliotheken sind und von ihnen als solche bezeichnet werden. (Ebd., S. 42) Bei der Umfrage stellte sich zudem heraus, dass das Design der Idea Stores Personen anlockt, die normalerweise keine Bibliotheken aufsuchen. Aufgrund des ansprechenden Gebäudes werden die Menschen neugierig und betreten die Idea Stores. Die meisten von ihnen nehmen dann auch eines der Angebote in Anspruch. (Ebd., S. 49)

Im Oktober 2006 wurden in allen Idea Stores Benutzerbefragungen durchgeführt. Die wichtigsten Ergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst. Wenn nichts anderes angegeben, so beziehen sich die Antworten der Befragten immer auf einen Skalenwert von 1 bis 5, wobei 1 = sehr schlecht und 5 = sehr gut bedeutet. Die Prozentangaben sind jeweils auf ein ganzes Prozent gerundet. Die Angaben beziehen sich auf Baddeley (2007), siehe Anhang.

Die Öffnungszeiten werden von der Mehrheit der Befragten als sehr gut beurteilt. Mit den Öffnungszeiten des Idea Stores Bow beispielsweise sind 58 Prozent sehr zufrieden und 36 Pro-

zent befinden sie als gut. Die Attraktivität der Gebäude wird ebenfalls von der Mehrheit mit sehr gut bewertet. Nur der Idea Store Bow erhält eine schlechtere Beurteilung als die anderen Stores. 69 Prozent der Befragten empfinden das Idea Store Gebäude in Bow als gut oder angemessen. Dies lässt sich vermutlich auf die Tatsache zurückführen, dass der Idea Store Bow als einziger Store umgebaut wurde und sich demzufolge noch im Gebäude der früheren Bibliothek befindet. Alle anderen wurden neu gebaut oder in neuwertigen Räumlichkeiten (Canary Wharf) untergebracht. Der Innenausbau der Stores wird überwiegend als gut bis sehr gut erachtet. Am besten schneidet der Idea Store Canary Wharf ab, 94 Prozent der Umfrageteilnehmer befinden die Inneneinrichtung als gut oder sehr gut. Die Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter wird überwiegend als positiv empfunden. Auch hier erzielt der Idea Store Canary Wharf das beste Ergebnis. Zufrieden oder sehr zufrieden mit der Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter sind dort 93 Prozent der Befragten. (Baddeley, 2007)

Zirka 40 Prozent aller Befragten kommen in die Idea Stores um Bücher auszuleihen. Wobei etwa 70 Prozent von ihnen an diesem Tag tatsächlich Bücher ausgeliehen haben. Die Auswahl an Büchern wird mit etwa 40 Prozent mehrheitlich als gut beurteilt. Um die 25 Prozent der Befragten bewertet die Auswahl als sehr gut und etwa 20 Prozent als angemessen. Nahezu 50 Prozent der Befragten beabsichtigen, an diesem Tag einen Computer in den Idea Stores zu nutzen. Etwas mehr als 40 Prozent gaben an, dass sie an diesem Tag etwas Bestimmtes herausfinden wollten. Die Mehrheit von ihnen war dabei erfolgreich. Im Idea Store Whitechapel beispielsweise konnten 54 Prozent der Befragten ihre Suche erfolgreich beenden, 36 Prozent wurden teilweise fündig und 10 Prozent gar nicht. Die Unterstützung der Mitarbeiter während der Suche wird von den Befragten als gut und meistens als sehr gut empfunden. Am Besten wird die Unterstützung der Mitarbeiter bei der Informationssuche im Idea Store Chrisp Street beurteilt. 92 Prozent der Umfrageteilnehmer bewerteten die Unterstützung mit gut bis sehr gut. Alles in allem sind die Befragten mit ihren Idea Stores sehr zufrieden. Die Benutzer des Idea Store Canary Wharf bewerteten ihren Store mit 95 Prozent als gut oder sehr gut. Somit ist gemäss dieser Umfrage der Idea Store Canary Wharf der beliebteste Store. (Baddeley, 2007)

Die beiden bisher beschriebenen Befragungen sind unabhängig voneinander entstanden und können infolge ihres unterschiedlichen Aufbaus nicht miteinander verglichen werden. Beide Befragungen zeigen aber ein durchaus positives Bild der Idea Stores. Da neben den Bibliotheksservices das Hauptgewicht auf dem *Lifelong Learning* Aspekt liegt, ist es nachvollziehbar, dass viele Leute die Idea Stores auch als Studienbibliothek nutzen oder nutzen möchten. Aufgrund der Lärmbelastung ist dies aber nur beschränkt möglich. Deshalb wird von Hartley (2005, S. 51) vorgeschlagen, für diese Personen Ruhezonen zu schaffen, wo sie ungestört arbeiten können. Insgesamt hat sich das Idea Stores Konzept offensichtlich bewährt. Denn

die Idea Stores erfüllen die Erwartungen und Wünsche ihrer Benutzer. Zu diesem Schluss kommt auch Hartley (ebd.):

„[...] the Idea Stores have succeeded in fulfilling the needs and desires of their communities. They are modern, well-designed buildings located near to shops and other facilities, they are open later and longer, and they provide a wide range of activities, including traditional library services such as book lending. They have succeeded in increasing visitor numbers and book loans, and the majority of visitors feel that they are important, both to them personally and to their community.“

Folglich kann das Konzept als Modell für andere öffentliche Bibliotheken grundsätzlich empfohlen werden. Dass die Idea Stores so erfolgreich sind und sich seit ihrer Initiierung derart positiv entwickelt haben, ist grösstenteils auf die im Vorfeld durchgeführte Publikumsbefragung zurückzuführen. Durch diese Befragung konnten nach Murray (zitiert in Middleton, 2000) folgende wichtigen Fragen beantwortet werden: *„What are our libraries for? What are we trying to achieve? For whom?“* Die durch die Befragung festgestellten Wünsche und Vorschläge der Bevölkerung wurden somit ernst genommen und weitgehend umgesetzt. Gerade dieses Vorgehen sollte auch von andern Bibliotheken in Zukunft übernommen werden. Diese Massnahme wird auch von Hartley (ebd., S. 51 f.) empfohlen:

„This [...] is the aspect of the Idea Stores that is recommended to other library authorities; any new library that is built should be shaped around the needs and desires of the community, and efforts must be made to make the community feel involved and take ownership of their libraries.“

In der Zwischenzeit wurden die Idea Stores von Fachleuten aus verschiedenen Ländern begutachtet und das Konzept geniesst im internationalen Bibliothekswesen eine hohe Reputation. Dieses Interesse spricht gemäss Rockenbach (2004, S. 39) dafür, dass das Konzept auch in anderen Ländern umgesetzt werden kann. Im Weiteren wird genauer untersucht, ob das Idea Stores Konzept auch das künftige Bibliothekskonzept in der Schweiz sein könnte.

4 Allgemeine Öffentliche Bibliotheken in der Schweiz

Für den Begriff Allgemeine Öffentliche Bibliotheken wird folgende Definition verwendet (Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren (EDK) / Bundesamt für Kultur (BAK), 1993, S. 11):

„Allgemeine öffentliche Bibliotheken sind im wesentlichen [sic] Bibliotheken der Gemeinden/Regionen, die ein regelmässig erneuertes Angebot an allgemein verständlichen Sachbüchern und an Belletristik führen. Sie dienen der Bildung und Erziehung sowie der Unterhaltung und Informationsvermittlung aller Bevölkerungskreise.“

Ihre Träger sind die Gemeinden, unterstützt von den Kantonen. Die Studien- und Bildungsbibliotheken in den Städten übernehmen teilweise auch die Funktion einer Allgemeinen Öffentlichen Bibliothek. In der Schweiz gibt es schätzungsweise 950 Stadt- und Gemeindebibliotheken (Wille, 2004). Die Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken der Schweiz entstanden mehrheitlich in den 50er und 60er Jahren des 20. Jahrhunderts. Da die Gemeinden in kulturellen Angelegenheiten, zu denen auch die Bibliotheken gehören, absolut autonom sind, kann kaum von einem „Schweizer Bibliothekswesen“ gesprochen werden. Demzufolge hat sich auch das Bibliothekswesen auf kantonaler Ebene unterschiedlich entwickelt. (Ruosch, 2005, S. 30) Um eine übergeordnete Struktur zu schaffen, wurden deshalb kantonale Bibliothekskommissionen ins Leben gerufen. Diese fungieren heute als beratende Gremien für Bibliotheksfragen gegenüber den kantonalen und kommunalen Behörden und beantragen konkrete Fördermassnahmen, leisten Unterstützung und organisieren Veranstaltungen zur Information und Weiterbildung für die Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken ihres Kantons. (ebd. und Relly, 2004, S. 8) Als gesamtschweizerische Organisation besteht *die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der allgemeinen öffentlichen Bibliotheken (SAB)*. Die SAB ist als Verein organisiert und in eine Deutschschweizer und Westschweizer Regionalgruppe gegliedert. Sie ist die grösste und aktivste der Interessengruppen des Dachverbandes *BBS (Verband der Bibliotheken und Bibliothekarinnen/Bibliothekare der Schweiz)*. Die wichtigsten Aufgaben und Ziele der SAB sind die Förderung der Zusammenarbeit zwischen den öffentlichen Bibliotheken in Gemeinden und Schulen, die Weiterentwicklung der öffentlichen Bibliotheken und ihrer Vernetzung wie auch das Anbieten von Dienstleistungen für die öffentlichen Bibliotheken. (SAB, 2007)

Die genannten Gremien und Organisationen besitzen keine Weisungsbefugnis. Sie können, betreffend Führung der einzelnen Bibliotheken, lediglich Empfehlungen abgeben. Gemäss Kump (zitiert in Ruosch, 2005, S. 30) ist die Schweizer Bibliotheksszene geprägt von einer „Klubkultur“. Dies bedeutet, dass die Beziehungen in Verbänden und Kommissionen und deren freiwillige Arbeit die Grundlage der Bibliotheksentwicklung in der Schweiz bilden.

4.1 Ihre Aufgaben

Die Hauptaufgabe der Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken ist die Kulturvermittlung durch Literatur und andere Medien, die der Information, Bildung und Unterhaltung aller Bevölkerungsgruppen dienen (Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren (EDK) / Bundesamt für Kultur (BAK), 1993, S. 26). Daraus ergeben sich vier Bereiche, in denen Bücher, Medien und Dienstleistungen angeboten werden (ebd., S. 26 ff.):

Kultur

Die Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken tragen zur Förderung der kulturellen Entwicklung bei. Sie übernehmen häufig die Funktion eines Begegnungs- und Kulturzentrums. Zu ihrer Kulturarbeit gehören alle Aktivitäten, die der Wissensvermittlung, der Leseförderung, der Freizeitgestaltung und damit der Entfaltung und Bildung des einzelnen dienen.

Information

Durch die steigende Komplexität der Lebensverhältnisse braucht es eine Fülle an Informationen, die zur Bewältigung des Alltags erfasst und verarbeitet werden müssen. Die Bibliotheken dienen deshalb als Informationszentren und geben Orientierungshilfen. Informationen die allgemein von Interesse sind werden daher gesammelt, erschlossen und bereitgestellt.

Bildung und Erziehung

Die Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken bieten Fachliteratur für die Aus- und Weiterbildung aller Alters- und Berufsgruppen an. Auf diese Weise wird sie der wachsenden Tendenz zur selbständigen Weiterbildung in den verschiedenen Wissens- und Interessengebieten gerecht.

Freizeit

Da die heutige „Freizeitgesellschaft“ einen grossen Bedarf an Unterhaltungsangeboten hat, bieten die Bibliotheken neben Büchern auch Unterhaltungsmedien in verschiedenen Formen an. Damit sollen alle Bevölkerungsschichten Zugang zum vorhandenen Informations- und Medienangebot erhalten.

Die Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken helfen den Menschen, ihr Leben in der heutigen Informationsgesellschaft zu bewältigen. Sie sind als Bildungs- und Kultureinrichtung wichtig für die demokratische Gesellschaft und gehören zur kommunalen Infrastruktur. Sie leisten Unterstützung bei der Alltagsbewältigung, Freizeitgestaltung, in Schule und Beruf, egal welcher sozialen Schicht die Menschen angehören. Die Bibliotheken haben sich darüber hinaus zu Dienstleistungsunternehmen entwickelt und treten gegenwärtig immer mehr in Konkurrenz zu ähnlichen Anbietern, wie zum Beispiel dem Buchhandel. Diese Entwicklung trägt dazu bei, dass Bibliotheken heute auch vermehrt unternehmerisch agieren müssen.

4.2 Ihre Image und die Idealvorstellung

Braucht es in der Schweiz überhaupt ein neues Bibliothekskonzept? Es steht jedenfalls fest, dass im Gegensatz zu anderen Ländern ein verhältnismässig kleiner Teil der Bevölkerung Bibliotheken regelmässig nutzt. In einer gesamtschweizerischen Untersuchung, die die Firma M.I.S. Trend im Auftrag des BBS im Jahr 2000 durchgeführt hat, gaben 59 Prozent der Befragten an, dass sie keine Bibliotheksnutzer sind. Eine weitere Publikumsbefragung, die im Kanton Zürich durchgeführt wurde, kam zu einem ähnlichen Resultat. Als Nichtnutzer von Bibliotheken bezeichneten sich 57 Prozent der Befragten. Bei dieser Publikumsbefragung handelt es sich um die Studie zur Nutzung und zum Image öffentlicher Bibliotheken, die im Jahre 2003 von der Kantonalen Bibliothekskommission Zürich in Auftrag gegeben wurde. (Relly, 2004, S. 5 f.) Einige Ergebnisse weisen durchaus Parallelen zur Befragung in Tower Hamlets auf. Wie in Tower Hamlets wurden auch im Kanton Zürich besonders die Nichtnutzer fokussiert. Anhand einer vertieften Nachbefragung versuchten Mitarbeiter des Marktforschungsinstituts *Ernest Dichter SA* herauszufinden, weshalb diese Personen Bibliotheken nicht nutzen. Um zu veranschaulichen welches Image die Bibliotheken bei einem grossen Teil der Schweizer Bevölkerung haben, werden einige Ergebnisse aus der Befragung zusammengefasst.

Grundsätzlich sind Nichtnutzer der Bibliothek gegenüber positiv eingestellt. Sie sind sinnvolle Institutionen für Kinder, Jugendliche und „Leseratten“ sowie für „wissensdurstige“, bildungsorientierte, kulturorientierte Personen und sozial Schwache. Sie bezeichnen Bibliotheken als öffentliche und günstige Ausleihstellen für Bücher, speziell Kinderbücher und Spiele. Bibliotheken sind entweder aus den eigenen Kindheitserinnerungen bekannt oder durch Schilderungen anderer Personen, die sie nutzen. Dazu gehören die eigenen Kinder oder befreundete Mütter, die mit ihren Kindern Bibliotheken besuchen. Andere Erwachsene, die in eine Bibliothek gehen, sind ihnen meist nicht bekannt. Auch nicht präsent ist den Befragten das Vorhandensein generell, das Angebot und der Nutzen von Bibliotheken, für die Beschaffung von Unterhaltungs- und Informationsmaterial. Es wurde angegeben, dass es viele andere, attraktivere Unterhaltungs- und Informationsmöglichkeiten gibt. Bibliotheken als Anbieter werden von den Befragten vergessen bzw. verdrängt. Um eine Bibliothek zu nutzen, braucht es gemäss Umfrage entweder spezielle Interessen oder Bedürfnisse, die sonst nicht befriedigt werden können. Für die Nichtnutzer gibt es schlicht keine zwingenden Gründe eine Bibliothek aufzusuchen. (Honegger, 2003, S. 40)

Bibliotheken stehen als Synonym für ‚Bücher‘ und ‚grosse Auswahl‘. Andere Assoziationen werden nur vereinzelt genannt. Dies bedeutet, dass Bibliotheken sachlich, werteneutral und emotionslos beurteilt werden. Dass Bibliotheken nicht nur Bücher, sondern weitaus mehr anbieten, wird scheinbar nicht zur Kenntnis genommen. Einige Nichtnutzer geben an, gar nicht auf die Idee zu kommen, eine Bibliothek zu nutzen. Bei andern Nichtnutzern gibt es eine rati-

onal nicht begründbare Abneigung gegenüber Bibliotheken. Diese beruhen meist auf diffusen Vorstellungen über vermeidliche Zwänge und bürokratische Hürden oder auf der Angst, den Anforderungen nicht zu genügen. Vermutlich hängen diese Vorstellungen mit negativen Erinnerungen aus der Schulzeit, aber auch mit verbreiteten Klischees zusammen. Einerseits werden die Bibliotheken von den Nichtnutzern idealisiert und gewissermassen auf ein nicht erreichbares intellektuelles Niveau gehoben und andererseits werden sie durch düstere Vorstellungen bezüglich Räumlichkeiten, Angebot und Personal als unattraktiv charakterisiert. (Relly, 2004, S. 6 f.)

Die Nichtnutzer wurden auch nach ihren Vorstellungen zur idealen Bibliothek gefragt. Sie gaben an, dass sich die ideale Bibliothek an einer gut frequentierten Lage, in der Nähe eines Bahnhofs und am Besten in der Nähe des Wohnorts oder Arbeitsorts befindet. Der Standort sollte möglichst zentral gelegen und auch mit dem Auto gut erreichbar sein. Es sind genügend Parkplätze vorhanden, ev. integriert in einem Einkaufszentrum. Die Räume sind weit, offen, hell und transparent gestaltet und nach Themen aufgeteilt. Sie hat zu den üblichen Ladenöffnungszeiten geöffnet. Es sind Ruhe-, Arbeits-, Computer-, und Kinderräume vorhanden sowie eine Cafeteria. Statt Treppen werden Lifte eingesetzt und die Fassade ist aus Glas und Stahl. Es gibt viele Fenster und auch Schaufenster. Die Einrichtung ist modern, freundlich und einladend. Die Regale sind übersichtlich und gut zugänglich. Die Wände sind nicht weiss sondern farbig (hellgelb), es gibt genügend Sitzgelegenheiten um in Büchern zu „schmökern“ (ähnlich wie in der Buchhandlung *Orell Füssli*). In speziellen Abspielecken können Videos und DVDs angesehen werden und für die verschiedensten Themenbereiche gibt es anregende Erlebniswelten. (Honegger, 2003, S. 43f.)

Relly (2004, S. 7) weist darauf hin, dass es einer fundamentale Imagekorrektur bedarf, damit die Bibliotheken auch einen Teil der Nichtnutzer erreichen können. Es braucht mehr Alltagsnähe und Nähe zu den Bedürfnissen der Menschen. Die Bibliotheken sollten sich so weit wie möglich dem gewöhnlichen Alltag der Menschen anpassen und sich so präsentieren, wie es sich die Menschen aus der Konsumwelt bereits gewohnt sind. Die Veränderung der Bibliotheken ist aber nur der erste Schritt. Wichtig ist vor allem, dass der Wandel dem Publikum kommuniziert wird (ebd.) Diesbezüglich machten die Nichtnutzer folgende Aussagen: Weil Bibliotheken wenig auf ihre Angebote aufmerksam machen, weiss man nicht, was sie anbieten, ohne sie aufsuchen zu müssen. Dass Bibliotheken keine Werbung machen, ist ein Indiz für „Out sein“, „Unwichtig sein“ und „Nicht zeitgemäss sein“. (Honegger, 2003, S. 40f.) Es ist unerheblich ob die Vorstellungen der Nichtnutzer stimmen oder nicht. Sie müssen dennoch ernst genommen werden, weil sie ausschlaggebend für die Haltung gegenüber den Bibliotheken sind. (Relly, 2004, S. 7 f.)

4.3 Weiterentwicklung und Ausblick

Der Bibliotheksplan 2000 wurde im Jahr 1999 von der SAB veröffentlicht. In diesem strategischen Grundsatzpapier wird festgehalten, wie sich die Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken weiterentwickeln sollen. Es richtet sich an die Behörden, sowie an die Verantwortlichen der einzelnen Bibliotheken. Da die Entwicklung nicht nur die einzelnen Bibliotheken betrifft, wird es als eine Ergänzung zu den „Richtlinien für Gemeindebibliotheken“ von 1995 verstanden. Es geht vor allem darum, die Vernetzung der bestehenden Angebote und die Koordination des weiteren Ausbaus im kantonalen und regionalen Rahmen zu fördern. Dass nicht jede Bibliothek sämtliche Leistungen erbringen kann und muss, ist dabei die zentrale Feststellung. Welche Leistungen eine einzelne Bibliothek zu erbringen hat, wird in einem Raster vorgegeben. In diesem Raster werden die Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken (inkl. entsprechende Abteilungen der Studien- und Bildungsbibliotheken) in fünf Leistungsstufen eingeteilt. Diesen sind jeweils spezifische Vorgaben bezüglich Zielsetzungen, Angebote und Personalstruktur zugeordnet. (SAB, 1999, S. 1)

Der BBS erarbeitete im Rahmen des Journée de Réflexion im Jahr 2003 eine Grundsatzklärung inklusive dem dazugehörigen Aktionsplan mit dem Titel „Die Schweizer Bibliotheken in der Informationsgesellschaft“. Um die Einhaltung der Grundsätze zu gewährleisten, wurden die politischen Behörden aufgefordert, die Bibliotheken in der Realisierung des Aktionsplans zu unterstützen. Weiter wurde von ihnen gefordert, dass sie gesetzliche Grundlagen für eine koordinierte Bibliothekspolitik in der Schweiz schaffen und ein gesamtschweizerisches Organ mit der Umsetzung beauftragen. Es wurden sieben Grundsätze mit den dazugehörigen Aktionen formuliert. (BBS, 2003, S. 1) Ziel ist es, alle diese Aktionen bis spätestens 2010 zu realisieren (ebd., S. 1 ff.):

1. Die Bibliotheken als Informationsstelle für alle

Internetanschluss in allen Bibliotheken, kostenloser Zugang zur Information inkl. Internet, Organisation in Verbänden, Anpassung an die Bedürfnisse der Menschen mit eingeschränkter Mobilität, Erwirkung von vorteilhaften Tarifen

2. Bibliotheken garantieren das Recht auf Information, freie Meinungsäußerung, Qualität der Information und Diskretion

Koordinierte Anschaffungspolitik, Gewährleistung des Datenschutzes, Anstellung von gut ausgebildetem Personal, Engagement für die Standardisierung von Datenbanken, regelmässiger beruflicher Austausch, erarbeiten von Strategieplänen

3. Die Bibliotheken garantieren Multikulturalität und Vielsprachigkeit

Anpassung der Anschaffungspolitik, Integration der ausländischen Bevölkerung durch kulturelle Anlässe, Subventionen für Integrationsbibliotheken, Einführung des Dépôt légal in allen Kantonen

4. Bibliotheken und geistiges Eigentum (Urheberrecht vs. Benutzerbedürfnisse)

Die Gesetzgeber sollen das Copyright nicht verlängern, damit negative Auswirkungen auf den Bestandaufbau vermieden werden können.

5. Bibliotheken sind Orte der persönlichen Weiterbildung

Technische Infrastruktur für Schulungen zur Informationsbeschaffung, Informationsrecherche wird als eigenes Fach in Schulen und Universitäten von Bibliothekspersonal unterrichtet, Zusammenarbeit mit Vereinen auf Quartier- und Gemeindeebene

6. Die Bibliotheken digitalisieren wissenschaftliche Publikationen sowie Publikationen, die für die Erhaltung des kulturellen Erbes von Bedeutung sind

Entwicklung von Digitalisierungsprogrammen, Zugriff auf digitalisierte Druckschriften seit 1850 ermöglichen, Mitwirkung bei herausgeberischen Aktivitäten der Forschung und Wissenschaft

7. Die Bibliotheken als Garanten für eine nachhaltige Entwicklung

Strategieentwicklung für die Vernetzung der Kompetenzen, Förderung des Wissensaustausches zwischen der Schweiz und den Entwicklungsländern, ausgeschiedene Dokumente werden an Entwicklungsländer gespendet

Auf dem Weltbuchtag am 23. April 2004 wurde die *Buchlobby Schweiz* gegründet. Sie vertritt die gemeinsamen Interessen ihrer Gründungsmitglieder. Diese sind neben dem BBS, der *Verband der Autorinnen und Autoren der Schweiz* und der *Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband* (SBVV). (Buchlobby Schweiz, 2007) Die Hauptanliegen der Bibliotheken sind im Statement der Gründung der Buchlobby Schweiz festgehalten. Unter anderem wird darauf hingewiesen, dass es den Gemeinde- und Stadtbibliotheken generell an finanziellen Mitteln fehlt. Die Bibliotheken werden vielerorts immer noch als verzichtbare Freizeitbeschäftigung eines ehrenamtlich geführten Vereins angesehen. Darüber hinaus stammen die Strukturen des Bibliothekswesens aus dem 19. Jahrhundert und müssen deshalb überdacht und an die heutigen Verhältnisse angepasst werden. In Zukunft ist anzustreben, dass die Bibliotheken wie in Finnland, Dänemark oder England von den Kantonen und Gemeinden als zentraler Bestandteil einer aktiven Bildungs- und Kulturpolitik verstanden werden. (Wille, 2004) Damit dies verwirklicht werden kann, gilt es folgende Punkte zu beachten (ebd.):

- Strategischer Einbezug der Bibliotheken in die Reformen des Bildungssystems
- Errichtung einer gesamtheitlich konzipierten Innovations- und Entwicklungspolitik für das Bibliothekswesen
- Schaffung von finanziellen Grundlagen für die notwendige Weiterentwicklung der öffentlichen Bibliotheken

Im Weiteren braucht es bei der Bestandeseerhaltung, wie auch bei der Informations- und Wissensvermittlung, übergreifende Konzepte. Die dringend notwendigen Reformen im Schweizer Bibliothekssystem können nur gemeinsam mit dem Bund und den Kantonen in Angriff genommen werden. (Ebd.)

5 Best Practice Beispiele im Schweizer Bibliothekswesen

In der Schweiz gibt es bereits gute Bibliotheken, die sich den Bedürfnissen ihrer Nutzer weitgehend angepasst haben und sich hohen Besucherzahlen erfreuen. Zu diesen gehören unter anderen die Pestalozzi-Bibliothek Zürich (PBZ) und die Kantonsbibliothek Basel Land (KBBL). Sie gelten im Schweizer Bibliothekswesen als vorbildlich. Die KBBL bezog im Sommer 2005 neue Räumlichkeiten in der Nähe des Bahnhofs Liestal und die PBZ eröffnete diesem Sommer ihre neue Filiale im Gelände des Einkaufszentrums Sihlcity. Aufgrund ihrer jeweiligen Merkmale können sie am Besten mit den Idea Stores verglichen werden. Beide Bibliotheken wurden deshalb als Best Practice Beispiele ausgesucht.

5.1 Pestalozzi-Bibliothek Zürich (PBZ) am Standort Sihlcity

Der Trägerverein der Pestalozzi-Bibliothek Zürich, die Pestalozzigesellschaft, wurde 1896 gegründet. Finanziert wird die PBZ grösstenteils durch Subventionen der Stadt Zürich. Neben den Bibliotheken gab es ursprünglich noch andere Tätigkeitsfelder, wie zum Beispiel Konzerte, Unterhaltungsanlässe und Bildungsveranstaltungen („Volkslehrgänge“). Diese wurden im Laufe des 20. Jahrhunderts entweder aufgegeben oder von anderen Trägerschaften übernommen. Das Bibliotheksnetz der PBZ entstand in den 50er bis 70er Jahre des 20. Jahrhunderts. Die damaligen städtischen Gemeinschaftszentren spielten dabei eine wichtige Rolle. „Jedem Quartier seine Bibliothek!“ lautete zu jener Zeit das Motto. Im Jahr 2003 entwickelte die PBZ einen Masterplan, der 2006 vom Vorstand genehmigt wurde. Dieser hat zum Ziel, das Bibliotheksnetz bis 2013 den heutigen Gegebenheiten und Strukturen anzupassen (vgl. dazu Anhang). Die Zahl der Standorte wird reduziert. Nach Möglichkeit sollen kleine Bibliotheken an einem zentralen Standort zusammengelegt werden. Der Betrieb kann dadurch effizienter abgewickelt werden; das Angebot wird umfangreicher, die Öffnungszeiten werden verlängert und es steht mehr qualifiziertes Personal für die Beratung zur Verfügung. Darüber hinaus ergab die im Kapitel 4.2 erwähnte Publikumsbefragung, dass die Bevölkerung durchaus bereit ist, für ein attraktives Angebot, längere Wege auf sich zu nehmen. Dies ist für die PBZ ein weiterer Anstoss ihr Filialnetz zu verändern. Inzwischen konnten einige Projekte realisiert werden, andere befinden sich noch in Planung. Heute besteht die PBZ aus einer Hauptstelle und 14 Quartierbibliotheken. (Relly, 2007a, S. 9 f.)

Die PBZ am Standort Sihlcity wurde am 7. Juli 2007 eröffnet. Die Bibliothek befindet sich im Gebäude Zeta und umfasst ca. 700 m² auf zwei Geschossen. Sie ersetzt die beiden Vorgängerbibliotheken in Enge und Heuried. Vor allem der Standort Enge erwies sich aufgrund seiner geringen Grösse für die PBZ als ungünstig. Daher entstand ein dringender Handlungsbedarf und es wurde intensiv nach einer geeigneten Lokalität in diesem Gebiet gesucht. Auch die PBZ Heuried entsprach bezüglich ihrer Grösse und Lage nicht den Anforderungen, wel-

che im Masterplan formuliert sind. Im Jahr 2005 wurde die Verwaltung der Grossüberbauung Sihlcity für mögliche Räumlichkeiten angefragt. Damals befand sich das auf dem Areal der ehemaligen Papierfabrik gelegene Einkaufs-, Freizeit- und Kulturzentrum Sihlcity noch im Bau. Der PBZ wurden zwei Lokale angeboten, allerdings erwiesen sich beide als ungeeignet. Die Verantwortlichen der PBZ gaben nicht auf und versuchten, die Sihlcity Verwaltung davon zu überzeugen, dass eine Bibliothek das Zentrum insgesamt aufwertet und zudem neue Kundschaft bringen würde. Schliesslich ergab sich ein weiteres Angebot mit geeigneten Räumlichkeiten. In diesen befindet sich die PBZ heute. Angesichts der Grösse dieser Räumlichkeiten war es möglich und bezüglich Ressourcen auch nötig, nicht nur die PBZ Enge, sondern auch diese in Heuried zu ersetzen. (Ebd., S. 11)

5.1.1 Ein Start unter erschwerten Bedingungen

Die Schliessung der Bibliothek in Enge löste keine Reaktionen in der Bevölkerung aus, ganz im Gegensatz zur Schliessung der Bibliothek in Heuried. Das Quarternetz3, welches sich für die Erhaltung und Förderung der Lebensqualität im Kreis 3 einsetzt, sammelte Unterschriften und reichte eine Petition gegen die Verlegung der Bibliothek Heuried ein. Folgende Argumente wurden in dieser Petition gegen das geplante Vorhaben angeführt (Quarternetz3, 2006):

- „Bibliotheken gehören dort hin, wo die Menschen zu Hause sind.“
- „Sihlcity [ist] nicht nur für Kinder schlecht auf [ihren] Alltagswegen [...] erreichbar.“
- „Die Pestalozzi-Bibliothek wird aus öffentlichen Finanzmitteln finanziert, davon stammen etwa 80 Prozent aus Beiträgen der Stadt Zürich. Warum sollen jetzt ausgerechnet Stadtzürcher Quartiere keine Bibliothek mehr haben, damit die mobilen und volatilen Freizeitmenschen aus dem halben Mittelland selbst in einen Konsumtempel eine Bibliothek finden?“

Die *Neue Zürcher Zeitung (NZZ)* berichtete über die Petition. In ihrem Artikel weist sie darauf hin, dass die PBZ Heuried erst im Sommer 2005 renoviert und ausserdem von den Einwohnern rege genutzt werde. Zudem verfüge das benachbarte Primarschulhaus über keine Schulbibliothek, deshalb seien die Schüler auf die PBZ Heuried angewiesen. Der Stadtrat Gerold Lauber gab gegenüber der NZZ bekannt, dass diese Lücke geschlossen werden soll, aber nicht wie bisher durch die PBZ, sondern durch eine neue Schulbibliothek. (Böhni, 2006) Im Weiteren wurde der PBZ vom Quarternetz3 vorgeworfen, dass sie ihre Benutzer nicht in die Diskussion über die Neuausrichtung einbezogen hat und sie über die Schliessung nicht rechtzeitig informiert habe (Quarternetz3, 2006).

Christian Relly (2007b) der Direktor der PBZ konnte für ein persönliches Interview gewonnen werden. Auf die genannten Vorwürfe angesprochen, erklärt er, dass es aus zeitlichen und finanziellen Gründen leider nicht möglich war, die ca. 1'000 eingeschriebenen Benutzer der

PBZ anzuschreiben. Die Quartiervertreter wurden zwar an eine Informationsveranstaltung eingeladen, aber praktisch niemand hatte daran teilgenommen. Er räumt ein, dass die Einladung zur Veranstaltung möglicherweise zu kurzfristig war. Als die Verwaltung von Sihcity die Räumlichkeiten anbot, musste seitens PBZ schnell gehandelt werden. Es wurden sofort Berechnungen angestellt und dem Vorstand wie auch dem Stadtrat ein Konzept vorgelegt. Beide Gremien stimmten darauf dem Projekt zu. Die Bevölkerung von Heuried realisierte erst mit der Zeit, dass sie von den Veränderungen der PBZ betroffen sind. (Relly, 2007b) Durch den Widerstand bekam die Bibliothek eine Bedeutung, die sie vorher nie gehabt hatte. Es zeigte sich aber auch, dass die Mehrheit der Bevölkerung eine überholte Vorstellung von der Institution Bibliothek hatte. (Relly, 2007a, S. 12) „*Dass die Bibliothek (auch) ein Ort der Auseinandersetzung mit aktuellen Problemen und damit ein Abbild der Gesellschaft ist, das ist zwar [...] allen bewusst, die in einer Bibliothek tätig sind, einem grossen Teil der Bevölkerung jedoch nicht*“ (ebd.).

Mit diesen heftigen Reaktionen hat die PBZ nicht gerechnet. Sie vermutet aber, dass diese mit einer bereits vorhandenen Missstimmung im Quartier zusammenhängt. Die Einwohner fühlten sich schlecht behandelt, da bereits die Poststelle geschlossen wurde. (Ebd.) Für Heuried gibt es dennoch eine Lösung. Im ehemaligen Bibliothekslokal der PBZ befindet sich jetzt die Schul- und Kinderbibliothek Heuried. Diese ist nicht nur für die Schüler des benachbarten Schulhauses sondern auch für andere Kinder des Quartiers zugänglich. (Relly, 2007b) Diese Lösung geht den Exponenten der Proteste viel zu wenig weit, bemerkt Relly (2007b) und ergänzt, dass dieses Entgegenkommen vom Stadtrat ausgeht und nicht von der PBZ. Die Finanzen, welche es für die Realisierung dieses Projekts brauchte, wurden daher auch vom Stadtrat bereitgestellt. Auf Anfrage des Stadtrats übernahm die PBZ jedoch den Auftrag, die Bibliothek zu führen. Dafür wird die PBZ zusätzlich entschädigt. Die Schul- und Kinderbibliothek Heuried ist ansonsten aber völlig unabhängig vom restlichen Auftrag der PBZ. (Ebd.)

5.1.2 Der Standort Sihcity als Chance für das Bibliotheksimage

Die Bibliothek in Sihcity ist für die PBZ eine Chance, das Image, welches in den überholten Vorstellungen der Bevölkerung zur Bibliothek zum Ausdruck kam, zu korrigieren und sich als moderne und vielseitige Institution zu profilieren (Relly 2007a, S. 12). Die Räumlichkeiten sind von der PBZ gemietet. Die Mehrkosten von Sihcity gegenüber den zwei geschlossenen Bibliotheken betragen 170'000 Franken pro Jahr (inkl. Nebenkosten). Vermieter und Ansprechpartner der PBZ ist *Wincasa*, die Liegenschaftsverwaltung der *Credit Suisse*. Eine Eigentümergesellschaft besitzt die ganze Liegenschaft Sihcity unter der Federführung der *Credit Suisse*. Zuvor gab es eine andere Verwaltung (*PSM Centermanagement AG*), welche die Verhandlungen mit den Mietern führte. Diese galt es von einer Bibliothek in Sihcity zu überzeugen. Es ging darum, aufzuzeigen, was eine Bibliothek einem solchem Komplex bringen

kann. Nicht nur die Bibliothek profitiert vom Einkaufszentrum, auch das Einkaufszentrum profitiert von der Bibliothek. (Relly, 2007b) Um dies zu belegen, wurde ein umfangreiches Dokumentationsmaterial zusammengestellt und den Entscheidungsträgern vorgelegt (Relly, 2007a, S. 11). In diesem wurde vor allem auf das Bibliothekswesen in Singapur hingewiesen. Daneben wurden auch Beispiele aus Skandinavien, insbesondere aus Schweden, vorgestellt. In beiden Ländern befinden sich die Bibliotheken in Einkaufszentren. Das Idea Stores Konzept wurde aber nicht vorgestellt. Was die Verantwortlichen der Verwaltung schliesslich überzeugt hat, ist laut Relly (2007b) schwer nachvollziehbar und er vermutet, dass die Räumlichkeiten infolge ihrer Architektur und Lage (ausserhalb des Hauptgebäudes) anderweitig schwierig zu vermitteln waren. Anders als im Ausland ist die PBZ Sihlcity in der Schweiz die einzige Bibliothek, welche sich in direkter Nachbarschaft eines Einkaufszentrums befindet. In anderen Ländern ist es im Gegensatz zur Schweiz bereits üblich, dass die Liegenschaftsverwaltungen schon vor dem Bau eines Zentrums auf die Bibliotheken zugehen. (Ebd.)

In den ersten Tagen nach der Eröffnung der neuen PBZ war der Besucheransturm kaum zu bewältigen. Seither hat sich die Lage etwas entspannt und der Betrieb kann mit den vorhandenen 300 Stellenprozent gut unterhalten werden. (Ebd.) Franziska Höfliger, die Leiterin der PBZ Sihlcity, zieht eine positive Bilanz. Die Reaktionen der Benutzer sind fast nur positiv, einzig die Aufstellung und die Architektur wurden vereinzelt kritisiert. Trotz den Sommerferien wurde die Bibliothek sehr gut besucht und es wird mit einer Zunahme nach den Schulferien gerechnet. Entgegen den Erwartungen zählen auch viele Kinder und ältere Personen zu den Benutzern. Ob die Mitarbeiter der umliegenden Geschäfte und Büros die Bibliothek auch nutzen, kann noch nicht abgeschätzt werden. Ebenso schwierig ist zu beurteilen, inwiefern die PBZ Benutzer ihren Bibliotheksbesuch mit einem Einkauf in den Sihlcity Geschäften kombinieren. (Höfliger, 2007) Positives Feedback erhielt die PBZ ebenfalls von den anderen Mietern in Sihlcity. Trotzdem ist noch nicht alles so, wie es sein sollte. Angesichts der Personalressourcen ist es nicht möglich dieselben Öffnungszeiten wie das restliche Einkaufszentrum anzubieten. (Relly, 2007b) Die Geschäfte in der Shopping Mall Sihlcity haben von Montag bis Samstag während 9 bis 20 Uhr geöffnet, was einem Wochenpensum von 77 Stunden entspricht und damit über denn Personalressourcen der PBZ liegt. (Sihlcity, 2007).

Der Standort Sihlcity birgt nicht nur eine Chance sondern auch eine Gefahr. Denn die Bibliothek hängt gewissermassen vom Erfolg oder Misserfolg des Einkaufszentrums ab. Das Einkaufszentrum Sihlcity ist noch jung und hat sich in der Bevölkerung demzufolge noch nicht etabliert. Das Sihlcity Management veröffentlichte am 5. Juli 2007 die ersten Zahlen. In den 100 Tagen nach der Eröffnung am 22. März 2007, besuchten 1,65 Mio. Menschen Sihlcity und der Umsatz erreichte 90 Mio. Franken. (Sihlcity Management, 2007) Die Zahlen entsprechen ungefähr den Erwartungen. Es wird damit gerechnet, dass mit dem kommenden Weihnachtsgeschäft das angestrebte Ziel von 400 Mio. Franken Umsatz im ersten Betriebsjahr er-

reicht wird. (Meier, 2007) Ein weitaus negativeres Bild über die Situation in Sihlcity wurde in einem Artikel der Wirtschaftszeitung Cash aufgezeigt. Es wird angeführt, dass vor allem die Non-Food-Anbieter über mangelnde Kundschaft klagen und im Allgemeinen zu wenige Parkplätze vorhanden sind (Kircher, 2007, S.3). Darauf angesprochen erklärt Relly (2007b), dass aufgrund des bisherigen Geschäftsgangs keine grosse Beunruhigung, aber auch keine grosse Euphorie bei den Sihlcity Mietern herrscht. Er ist aber davon überzeugt, dass die Bibliothek in Sihlcity weiterhin ein Erfolg sein wird.

5.2 Kantonsbibliothek Basel Land (KBBL)

Am Bahnhof Liestal befindet sich die Kantonsbibliothek Baselland. Sie bietet auf vier Geschossen rund 80'000 Medien an und in den Magazinen stehen weitere 100'000 ältere Publikationen bereit (Kantonsbibliothek, 2007a). Insgesamt verfügt das Gebäude über 3'500 m² Nutzfläche. Mit durchschnittlich 1'000 Besucher pro Tag ist die KBBL die am häufigsten besuchte Kulturinstitution im Baselbiet. (Matter, 2007, S. 22 f.) Gegründet wurde die KBBL im Jahr 1838. Seit 1921 befand sie sich im Erdgeschoss des heutigen Gerichtsgebäudes am Bahnhof Liestal. Das Raumangebot erwies sich aber bald als zu klein. Die Magazine waren auf sechs Liegenschaften verteilt. 1984 erwarb der Kanton das Gebäude der vormaligen Wein- und Kolonialwarenhandlung Louis Roth & Cie. Ursprünglich sollten dort neue Verwaltungsbauten errichtet werden. Später entschied sich der Kanton anders und die Kantonsbibliothek konnte im Jahr 2005 in das neu gestaltete Gebäude übersiedeln. Für den Umbau wurde nach einem Architekturwettbewerb das Architekturbüro von *Liechti Graf Zumsteg* beauftragt. Die Dachform und die Tragwerkstruktur des alten Gebäudes blieben gemäss Vorgabe erhalten. Auffällig ist die auf dem Dach aufgesetzte gläserne „Laterne“ und der darunter liegende Lichthof, der den Blick durch alle Geschosse hindurch ermöglicht. Im neuen Gebäude konnten alle bisher ausgelagerten Bestände untergebracht werden. (Adam, 2005 und Matter, 2005, S. 11) Der Standort ist ideal für eine Nutzung mit hohen Kundenfrequenzen. Dieser Aspekt war vor allem für den Entscheid des neuen Standortes ausschlaggebend. (Schneider-Kenel, 2005, S. 3)

Die KBBL erhielt somit ein Gebäude, welches für die Nutzung als Bibliothek konzipiert wurde. Dieses soll das Konzept und die Philosophie der Kantonsbibliothek zum Ausdruck bringen. Die Studien- und Bildungsbibliothek nimmt auch die Funktion einer Allgemeinen Öffentlichen Bibliothek für Liestal und Umgebung wahr. Das Buch- und Medienangebot wird als Medienmix in verschiedenen Themenkreisen präsentiert. Auf allen vier Geschossen finden sich Katalog- und Internetplätze. Im Erdgeschoss des Bibliotheksgebäudes befindet sich ausserdem ein Café. Das neue Gebäude und das neue Bibliothekskonzept wurden von der Bevölkerung gut aufgenommen. Jährlich werden 650'000 Bücher und andere Medien ausgeliehen. Insgesamt sind 17'000 Benutzer bei der KBBL eingeschrieben. Die Ausleihe geschieht mittels

Selbstverbuchungsanlagen. Es stehen Einzel- und Gruppenarbeitsplätze zur Verfügung und der Lesesaal kann auch als Veranstaltungsraum genutzt werden. Der Veranstaltungsraum bietet Platz für ca. 70 Personen, er verfügt über einen eigenen Eingang und kann deshalb auch ausserhalb der Öffnungszeiten bespielt oder an Dritte vermietet werden. Die Bibliothek hat während sieben Monaten (Oktober bis April) im Jahr auch an Sonntagen geöffnet. (Matter, 2005, S. 10 ff. und Matter, 2007, S. 22 f)

Die KBBL legt Wert auf die Nutzung neuer Technologien. Dies macht sich nicht nur durch den Einsatz von RFID bemerkbar. Auf dem Internetportal vermittelt der virtuelle Rundgang einen ersten Eindruck von der Bibliothek und interessierte Personen können sich online als Benutzer einschreiben.⁵ Als KBBL Benutzer ist es auch möglich, ausstehende Gebühren per Kreditkarte entweder in der Bibliothek selber oder über das Internet zu bezahlen. Abholungseinladungen und erste Mahnungen werden zudem, wenn immer möglich, per SMS oder E-Mail verschickt (Matter, 2007, S. 23). Um die Bestände der kleineren Bibliotheken besser zu verwalten und nutzbar zu machen, betreibt die KBBL den Baselbieter Bibliotheksverbund (BBV). Zu diesem gehören folgende sieben Bibliotheken (Kantonsbibliothek Baselland, 2007b):

- Gymnasium Liestal
- Gymnasium Münchenstein
- Gewerblich-industrielle Berufsschule Liestal
- Archäologie und Museum BL
- Gewerblich-industrielle Berufsschule Muttenz
- Staatsarchiv
- Denkmalpflege

Die Kantonsbibliothek versteht sich als kulturelles und gesellschaftliches Zentrum, wo sich die Menschen treffen und gerne aufhalten. Sie übernimmt auch repräsentative Aufgaben. Zum Beispiel fand der offizielle Empfang des Nationalratspräsidenten Claude Janiak durch die Baselbieter Regierung in ihren Räumlichkeiten statt. Ziel ist es auch, „bibliotheksferne“ Personen zu gewinnen und anzusprechen. (Matter, 2007, S. 22) Auf dem Dach der KBBL ist ein Schriftzug mit den beiden Wörtern „À LA“ eingelegt. Sie sind eine Anlehnung an den Roman „A la recherche du temps perdu“ von Marcel Prousts. Der Schriftzug findet seine Fortsetzung im Inneren der Bibliothek auf dem Boden des Lichthofes. Dort befindet sich ein mit Wasser gefülltes Bassin, in dem das Wort „Recherche“ eingelegt ist. Die Wörter „À LA Recherche“ sollen metaphorisch auf das Wesen, die Funktion und den Zweck einer Bibliothek hinweisen. Die beiden Skulpturen „Bücherwurm“ und „Leseratte“ über dem Eingang weisen sinnbildlich auf

⁵ Virtueller Rundgang durch die KBBL unter: <http://www.kbbl.ch/index.php?id=18> [04.09.2007].

den idealen Bibliotheksbesucher hin. An den Holzbalken im Gebäude wurden nachträglich überall Namen von herausragenden Weinsorten in einem roten Schriftzug angebracht. Sie verraten die frühere Funktion des Gebäudes als Weinhandlung. (Banz, 2005, S. 24 ff.) Darüber hinaus weist Gerhard Matter (2007, S. 23), der Kantonsbibliothekar der KBBL, darauf hin, dass die in der Nacht beleuchtete Laterne auf dem Dach einen Leuchtturm des Wissens und der Bildung symbolisiert.

6 Vergleich der Beispielbibliotheken mit den Idea Stores

Um die Beispielbibliotheken mit den Idea Stores Konzept vergleichen zu können, wurden vier Bereiche mit dazugehörigen Kriterien ausgearbeitet. Die Kriterien sind aus den wichtigsten Aspekten des Idea Stores Konzept abgeleitet (Kap. 3.2). Abschliessend werden die Folgerungen aus dem Vergleich aufgezeigt und alle Ergebnisse in einer tabellarischen Übersicht zusammengefasst.

6.1 Standort / Erreichbarkeit

Kriterium: Nähe zum Einkaufszentrum

PBZ Sihlcity: Dieses Kriterium ist erfüllt. Für die PBZ ist die Bibliothek in Sihlcity auch ein stückweit Imagekampagne und gewissermassen eine Konsequenz aus der erwähnten Publikumsbefragung. Die PBZ sehen es als Teil ihres Konzepts, dass Bibliotheken dort sein müssen, wo sich die meisten Leute aufhalten. Im Umfeld eines Einkaufszentrums können vermehrt auch „bibliotheksferne“ Personen angesprochen werden. Sihlcity wird mit dem Ausdruck „die neue Urbanität“ beschrieben. Die PBZ Sihlcity versteht sich als ein Teil davon und möchte demzufolge nicht ausschliesslich die traditionellen Bibliotheksbenutzer, sondern auch verstärkt das moderne, urbane Publikum ansprechen. Relly (2007b) ist sich sicher, dass der Bibliotheksstandort in der Nähe eines Einkaufszentrums in der Schweiz Zukunft hat, weil es das ist, was die Bevölkerung möchte. Trotzdem gibt es Faktoren und Strukturen im Schweizer Bibliothekswesen, die ein solches Vorhaben erschweren. Das Einkaufszentrum Glatt beispielsweise steht in der Gemeinde Wallisellen, die Gemeinde ist aber nicht dafür verantwortlich, dass eine Bibliothek im Einkaufszentrum untergebracht wird. Darüber hinaus wird es schwierig, Steuergelder für die Umsetzung eines solchen Projekts einzusetzen bzw. das Verständnis dafür zu erhalten, weil das Zielpublikum eines Einkaufszentrums auch Personen aus anderen Regionen beinhaltet. Die Allgemeine Öffentliche Bibliothek ist aber ausschliesslich für die Versorgung ihrer Gemeinde zuständig. Dieses Argument musste auch die PBZ gelten lassen. Im Gegensatz zu anderen Einkaufszentren befindet sich Sihlcity aber in einem Wohngebiet. Deshalb konnte die PBZ argumentieren, dass auch diese Quartiere versorgt werden müssen.

KBBL: Dieses Kriterium wird zwar nicht erfüllt, aber der Standort am Bahnhof Liestal ist für die KBBL trotzdem ideal. Denn an dieser Lage ist die Bibliothek sehr präsent und für die Vorbeifahrenden und Aussteigenden schon von Weitem zu sehen. Der prominente Standort unterstreicht das Selbstverständnis der KBBL als gesellschaftlicher und kultureller Treffpunkt und ermöglicht es ihr, noch mehr Leute anzusprechen.

Kriterium: Anbindung an den öffentlichen Verkehr

PBZ Sihlcity: Dieses Kriterium wird durch den Standort Sihlcity erfüllt. Das Zentrum ist mit Bus, Tram und der Bahn einfach zu erreichen. Die Haltestelle der *Sihltal Zürich Uetliberg Bahn (SZU)* befindet sich direkt neben der Bibliothek. Sihlcity verfügt auch über ein Parkhaus, welches jedoch relativ weit von der Bibliothek entfernt ist.

KBBL: Da sich die Bibliothek, wie erwähnt, am Bahnhof Liestal befindet, wird dieses Kriterium erfüllt. Die KBBL verfügt demzufolge über eine Verkehrsanbindung an Bus und Bahn. Daneben sind auch Parkierungsmöglichkeiten für Autos und Velos direkt vor dem Gebäude vorhanden.

6.2 Gebäude / Inneneinrichtung

Kriterium: Aufwertung des Stadtbildes

PBZ Sihlcity: Dieses Kriterium bezieht sich auf die Gebäude der Idea Stores, welche zur Aufwertung des Stadtbildes im Bezirk Tower Hamlets beigetragen haben. Da sich die PBZ Sihlcity in einem bereits bestehenden Gebäude befindet, welches nicht als Bibliothek vorgesehen war, ist dieses Kriterium nicht erfüllt. Allenfalls trifft das Kriterium indirekt zu, da das Einkaufszentrum Sihlcity zur Aufwertung des gesamten Areals und seiner Umgebung konzipiert wurde.

KBBL: Das ehemalige Güterbahnhofsareal auf dem die Kantonsbibliothek steht, wird durch das Projekt „Euro City“ zu einer städtischen Begegnungszone aufgewertet. Der Neubau der KBBL war der erste Baustein dieses noch andauernden Projekts. Dieses Kriterium ist somit erfüllt.

Kriterium: Behindertengerecht

In der Schweiz müssen bezüglich behindertengerechten Zugang zu öffentlichen Gebäuden folgende rechtlichen Aspekte beachtet werden: „Bei sämtlichen Neu- oder Umbauten, für die eine Baubewilligung erforderlich ist, müssen die Bauvorschriften der Kantone, sowie das Eidgenössische "Behindertengleichstellungsgesetz" BehiG erfüllt werden“ (Schweizerische Fachstelle für behindertengerechtes Bauen, 2007). Die Bauvorschriften für öffentliche Gebäude sind dementsprechend je nach Kanton unterschiedlich ausgelegt. Die Vorschriften im Kanton Zürich lassen aufgrund dessen mehr Spielraum zu als diejenigen im Kanton Baselland (vgl. Gesetzesartikel Kanton ZH + BL).⁶

⁶ Kanton ZH: Planungs- und Baugesetz (PBG) § 239 Absatz 4 Art. 1 „Bei Bauten und Anlagen, die dem Publikum zugänglich sind, bei denen nach ihrer Zweckbestimmung sonst ein Bedarf besteht oder die das Gemeinwesen durch Beiträge unterstützt, sind hinsichtlich Gestaltung und Ausrüstung die Bedürfnisse von Behinderten und Betagten zu berücksichtigen. In Wohnüberbauungen und Geschäftshäusern sind die Bedürfnisse von Behinderten und Betagten angemessen zu berücksichtigen.“ (Schweizerische Fachstelle für behindertengerechtes Bauen, 2007)
Kanton BL: Raumplanungs- und Baugesetz (RBG) §108 Art. 1 „Bauten und Anlagen mit Publikumsverkehr und öffentlichem Zugang sind so zu gestalten, dass ihre Benützung auch Behinderten möglich ist.“ (Ebd.)

PBZ Sihlcity: Um in den oberen Stock zu gelangen, müssen die Treppen benutzt werden, da kein Lift vorhanden ist. Aufgrund des relativ kleinen Raumes, stehen die Regale eng aneinander, ein Durchkommen mit dem Rollstuhl ist nicht möglich. Die Bibliothek ist nicht behindertengerecht und damit ist dieses Kriterium nicht erfüllt.

KBBL: Im Gegensatz zur PBZ Sihlcity ist die Kantonsbibliothek behindertengerecht. Der Eingang ist über eine Rampe erreichbar. Im Gebäude gibt es neben Treppen auch einen Lift, um in die oberen Geschosse zu gelangen. Die Gänge zwischen den Regalen sind genügend breit, um mit einem Rollstuhl durchzukommen.

Kriterium: Moderne und transparente Architektur

PBZ Sihlcity: Wie erwähnt, war die Hülle der PBZ Sihlcity bereits vorgegeben. Die Architektur ist sehr modern, die Inneneinrichtung ist insgesamt aber eher kühl, denn die Farbe grau überwiegt. Die verwendeten Materialien sind vor allem Beton und Stahl. Die wenigen Holzelemente verleihen den Räumlichkeiten trotzdem etwas Gemütlichkeit. Dazu trägt auch die Zeitungsecke mit bequemen Sesseln bei, welche sich direkt neben dem Eingang befindet. Für Transparenz sorgt die Fassade, da sie zum grössten Teil aus Glas besteht. Die Räumlichkeiten sollen gemäss Relly (2007b) durch den Standort und die Einrichtung den Eindruck eines Geschäftes vermitteln. Denn die Leute sehen gemäss Publikumsbefragung die Bibliothek auch immer mehr als Teil des Shoppingangebotes. Bezüglich Inneneinrichtung können, wie bei den Idea Stores, Buchhandlungen als Vorbild für die Bibliotheken dienen. Neben Orell Füssli ist die Buchhandlung Lüthy die grösste Kette in der Schweiz. Eine ihrer Filialen befindet sich in Sihlcity. Diese Buchhandlung ist dennoch keine Konkurrenz für die PBZ, erklärt Relly (2007b); „denn wir wollen nicht verkaufen.“

KBBL: Auch hier ist die Architektur sehr modern. Darüber hinaus erinnert die Inneneinrichtung insgesamt an diejenige einer grossen Buchhandlung. Der Lichthof bildet das Zentrum der Räumlichkeiten. Darin angeordnet sind die Haupttreppe und die gläsernen Lifte für Personen und Bücher. In den Fensternischen befinden sich Leseplätze. Der Boden und die Regale sind in einer leuchtenden gelbgrünen Farbe gehalten und stehen im Kontrast zur hölzernen Tragstruktur, die überall sichtbar ist. Alle Möbel sind aus weissem Kunststoff. Die Fassade des Erdgeschosses ist auf den Bahnhofplatz hin verglast und verleiht dem Gebäude Transparenz.

Kriterium: Einheitlicher Auftritt aller Filialen

PBZ Sihlcity: Die Hauptstelle und die 14 Zweigstellen der PBZ sind alle unterschiedlich gestaltet. Zurzeit finden diverse Neuerungen statt, welche im Masterplan festgehalten sind. Der Betrieb in Sihlcity gehört genauso zur Marke PBZ und soll nicht etwas für sich sein. Langfristig wird angestrebt, dass jede der Filialen so ist wie diese in Sihlcity (Relly, 2007b).

KBBL: Als Studien- und Bildungsbibliothek ist die KBBL nicht als Filialnetzwerk organisiert. Sie ergänzt das Angebot der Schul- und Gemeindebibliotheken in der Region, welche für die Grundversorgung zuständig sind.

Kriterium: Cafékonzept

PBZ Sihlcity: In der Bibliothek ist kein Café untergebracht. In der weiteren Strategie der PBZ ist auch in Zukunft nicht vorgesehen, Cafés in die Bibliotheken zu integrieren. Das Lesecafé in der Hauptstelle der PBZ beispielsweise, besteht aus Sitzgelegenheiten und einem Kaffeeautomaten.

KBBL: Im Erdgeschoss der Kantonsbibliothek befindet sich ein Café. Wie bei den Idea Stores wird es von einer externen Firma betrieben und ist an diese vermietet. Gemäss Benutzungsordnung der KBBL ist Essen und Trinken in den weitem Räumlichkeiten, ausser auf der Leseterrasse, verboten. Durch die verglaste Fassade blickt man von aussen zuerst auf das Café. Es wurde bewusst an der Eingangsfront plziert, dadurch sollen die Menschen angezogen und neugierig gemacht werden (Matter, 2007, S. 23).

6.3 Konzeption

Kriterium: Publikumsbefragung als Bestandteil der Konzeption

PBZ Sihlcity: Am 23. September 2003 fand eine Tagung der Kantonalen Bibliothekskommission Zürich zum Thema: „Bibliotheken – schlechter als ihr Ruf“ statt. Nachdem an dieser Tagung die Ergebnisse der kantonalen Umfrage präsentiert und diskutiert worden waren (vgl. Kap. 4.2), entschloss sich die PBZ, die Befragung in der Stadt Zürich mit demselben Befragungsschema im Jahr 2004 zu wiederholen. Es wurde aber spezifisch nach der Wahrnehmung, den Vorstellungen und dem Kenntnisstand bezüglich PBZ gefragt. (Relly, 2004, S. 5 f.) Im Gegensatz zu den üblichen Benutzerbefragungen konnten somit auch die Nichtnutzer erreicht werden. Die Ergebnisse flossen auch in den Masterplan ein. Die PBZ am Standort Sihlcity war zwar eine Konsequenz aus dieser Befragung, bei der Konzeption wurde die Bevölkerung aber nicht mit einbezogen, deshalb ist dieses Kriterium lediglich teilweise erfüllt. Publikumsbefragungen, wie sie in Zürich durchgeführt wurden, sind aufwändig und kostspielig. Die Studie der Kantonalen Bibliothekskommission Zürich kostete pauschal 27'000 Franken, die Nachbearbeitung nicht eingerechnet (ebd., S. 9).

KBBL: Auch bei der Konzeption der neuen Kantonsbibliothek wurde die Bevölkerung nicht miteinbezogen und eine Publikumsbefragung im Vorfeld fand nicht statt. Allerdings gibt es eine Publikumsbefragung, welche im Jahr 2006 von der Fachstelle Erwachsenenbildung Baselland in Auftrag gegeben wurde, in der auch die Bibliotheken Baselland marginal berücksichtigt sind. Das Institut für Markt- und Meinungsforschung ISOPUBLIC führte die Befragung

durch. 51 Prozent der Befragten Einwohner des Kantons Baselland hatten in den vergangenen 12 Monaten mindestens eine oder mehrere Bibliotheken besucht. Mit dem Bibliotheksangebot in der Region waren 94 Prozent der Befragten zufrieden. (ISOPUBLIC, 2006, S. 25 ff.)

Kriterium: Finanzielle Beteiligung aus der Privatwirtschaft

PBZ Sihlcity: Die Investitionskosten für die PBZ Sihlcity betragen ca. 1,16 Mio. Franken, davon wurden 850'000 Franken vom Stadtrat bewilligt. Die restlichen Mittel stammen aus dem Erneuerungsfonds der Pestalozzigesellschaft. (Relly, 2007a, S. 13) Die Finanzierung der Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken hängt mit der Trägerschaft zusammen. Neben Subventionen aus der öffentlichen Hand und den Benutzergebühren, stammt die Finanzierung teilweise auch aus privaten Mitteln, z.B. von Vereinsbeiträgen oder Spenden. Privatwirtschaftliche Unternehmen waren an der Finanzierung nicht beteiligt.

KBBL: Die Kosten für das Gebäude der Kantonsbibliothek betragen gemäss Gabler (2006, S. 27) 18 Mio. Franken. Auch hier waren keine Unternehmungen aus der Privatwirtschaft, finanziell beteiligt.

6.4 Angebote und Dienstleistungen

Kriterium: Integration von Erwachsenenbildungsangeboten

PBZ Sihlcity: Dieses Kriterium wird nicht erfüllt. Es werden auch keine Benutzerschulungen durchgeführt. Solche Angebote stehen nicht im Vordergrund erklärt Relly (2007b), das hängt mit den vorhandenen Ressourcen zusammen. Da der Personalbestand eher knapp ist, sollen vor allem die traditionellen Bereiche gepflegt werden. Die PBZ möchte ihre Hauptaufgaben so gut wie möglich erfüllen und den Bereich Erwachsenenbildung in Form von Kursen anderen Institutionen überlassen.

KBBL: Als Studien- und Bildungsbibliothek spricht die KBBL neben Schülern und Studenten auch Erwachsene in Aus- und Weiterbildung an. Sie versteht sich als Lernzentrum und stellt ihren Benutzern demzufolge Gruppen- und Einzelarbeitsplätze zur Verfügung. Kurse für Erwachsenenbildung werden von der KBBL nicht angeboten, jedoch finden ausserhalb der Öffnungszeiten z.B. Sprachkurse von externen Organisationen im Veranstaltungsraum statt. Dennoch sind diese Angebote nicht in den Bibliotheksbetrieb integriert.

Kriterium: Erweitertes Angebot (z.B. Kinderkrippe)

PBZ Sihlcity: Angebote wie Kinderkrippen oder Tanzstudios sind Teil des Idea Stores Konzept. In der Schweiz werden solche Angebote allerdings nicht als Aufgabe von Bibliotheken angesehen. Aus den gleichen Gründen wie sie beim vorangegangenen Kriterium, bietet die PBZ kein erweitertes Angebot in diesem Sinne an.

KBBL: Es wird zwar keine Kinderkrippe angeboten aber die Kantonsbibliothek bietet ihren Benutzern ein Kulturprogramm mit literarischen und musikalischen Veranstaltungen. Die Anlässe finden häufig an den bibliotheksoffenen Sonntagen statt und werden teilweise in Kooperation mit anderen Kulturveranstaltern organisiert. (Matter, 2007, S. 22) Im Grundsatzpapier „Akzente“ der Bibliotheken Baselland wird festgehalten, dass die Bibliotheken auch ausserhalb ihrer vier Wände aktiv werden, sie kommen „aus dem Häuschen“ (Bibliotheken Baselland, 2006, S. 2).

Kriterium: Einsatz von RFID

PBZ Sihlcity: Im Erdgeschoss der PBZ Sihlcity sind zwei Selbstverbuchungsanlagen aufgestellt. Bei der Eröffnung half eine Mitarbeiterin den Besuchern bei der Selbstverbuchung. Die Benutzer sollen lernen, damit umzugehen, damit sie von dieser Dienstleistung auch Gebrauch machen können. In allen PBZ Filialen werden die Selbstverbuchungsanlagen schrittweise eingeführt. Für die PBZ war es von Vorteil, dass sie die Anschaffung der Anlagen in Umbauprojekte integrieren konnte. Dies wird künftig ebenso gehandhabt, weil es schwierig ist, solche Anschaffungen aus dem laufenden Betrieb zu finanzieren. Am Anfang gab es Probleme zwischen den RFID Komponenten und dem Bibliothekssystem. Es sind zwar noch nicht alle Probleme gelöst, aber insgesamt ist die PBZ mit ihrem RFID System zufrieden. (Relly, 2007b)

KBBL: In der Kantonbibliothek geschieht die Ausleihe und gleichzeitig die Mediensicherung auch mittels RFID. Während den Öffnungszeiten werden die Rückgaben vom Bibliothekspersonal bearbeitet. Ausserhalb der Öffnungszeiten steht ein Rückgabeautomat zur Verfügung. Durch die Selbstverbuchungsanlagen und eine Buchtransportanlage wird das Personal entlastet und es kann mehr Zeit für die Beratung der Benutzer aufwenden (Matter, 2005, S. 12).

Kriterium: Ausgereiftes Leitsystem

PBZ Sihlcity: Das Leitsystem der Idea Stores ist aus Schweizer Sicht vorbildlich, dennoch wurde es in der Umfrage gemäss Hartley (vgl. Kap. 3.2) von einigen Nutzer kritisiert. Worauf diese Kritik beruht, wird bei Hartley aber nicht weiter erörtert. In der PBZ Sihlcity gibt es zurzeit kein Leitsystem und die Regale sind lediglich provisorisch beschriftet.

KBBL: Das Leitsystem der KBBL ist sehr übersichtlich. Dies hilft insbesondere neuen Nutzern, sich in der Bibliothek einfach zu orientieren. Der Flyer „Willkommen in der Kantonsbibliothek“, der am Schalter aufliegt, hilft dem Benutzer zusätzlich, da auf der Rückseite der Grundriss mit den verschiedenen Bereichen und Angeboten aufgezeichnet ist. Darüber hinaus ist die Beschriftung der Regale einheitlich und in grossen, schwarzen Buchstaben angebracht, auch dies trägt wesentlich zur Übersicht bei.

Kriterium: Räumlichkeiten werden für externe Veranstaltungen zur Verfügung gestellt

PBZ Sihlcity: Die PBZ Sihlcity und auch die anderen Filialen haben keine Räume für Veranstaltungen zur Verfügung. Allerdings ist es nach Relly (2007b) denkbar, dass die Räumlichkeiten ausserhalb der Öffnungszeiten für Veranstaltungen oder Kurse genutzt werden können. Auf Anfrage ist dies auch schon heute möglich. Die PBZ möchte diesbezüglich aber nicht selber aktiv werden. Es ist auch nicht vorgesehen, dass künftig Schulungsräume in die Bibliotheken integriert werden.

KBBL: Der Veranstaltungsraum der KBBL wird ausserhalb der Öffnungszeiten von externen Organisationen genutzt. Die Grundfläche von 70 m² ist für Vorträge, Konzerte, Kurse und Schulungen geeignet. Der Raum kann zudem in zwei Gruppenräume unterteilt werden. Zur Infrastruktur gehören ein Beamer und Mikrophon, wie auch Abspielmöglichkeiten für CDs, Videos und DVDs. Die Veranstaltungen können mit einem Apéro im Café oder auf der Leseterrasse kombiniert werden. Die Bestuhlung wird von der KBBL übernommen. Auf Wunsch wird die Veranstaltung durch KBBL Personal mitbetreut. Je nach Art und Dauer der Veranstaltung Kostet die Miete 250 bis 500 Franken. (Kantonsbibliothek, 2007c)

Kriterium: Einheitlicher Auftritt der Mitarbeitenden

PBZ Sihlcity: Das Personal ist angeschrieben, trägt aber keine einheitliche Kleidung. Das tragen einheitlicher Kleidung wurde in der Vergangenheit schon thematisiert. Die Meinungen der Mitarbeiter gehen diesbezüglich auseinander. (Relly, 2007b)

KBBL: Wie bei der PBZ sind auch die Mitarbeiter der KBBL angeschrieben. Auf einheitliche Kleidung wird ebenfalls verzichtet.

Kriterium: Ausgeprägte Kundenorientierung

PBZ Sihlcity: Die PBZ ist kundenorientiert, dies äussert sich unter anderem darin, dass die Ergebnisse aus der Publikumsbefragung bestmöglich berücksichtigt werden. Hohe Priorität haben z.B. die Pflege der Website und auch die Ausdrucksweise im schriftlichen und mündlichen Verkehr wurde auf die Verständlichkeit hin überprüft bzw. angepasst (Vermeidung des Fachjargons) (Relly, 2004, S. 9). Im Vergleich zu den Idea Stores könnte dennoch mehr getan werden. Insbesondere in den Bereichen Benutzerschulung und Öffnungszeiten. Positiv ist allerdings, dass das Personal bezüglich Benutzerberatung und Kommunikationsfähigkeit geschult wird. Gemäss Relly (2007b) muss sich das PBZ Personal genauso verhalten, wie es im Detailhandel üblich ist.

KBBL: Weitaus ausgeprägter ist die Kundenorientierung in der Kantonsbibliothek. Dies zeigt sich vor allem durch das Internetportal, den bargeldlosen Zahlungsverkehr und die Öffnungszeiten. Es wird grossen Wert auf die Beratung der Benutzer gelegt. Deshalb sind auf jedem Geschoss Mitarbeiter mit der Aufgabe betraut, Benutzer bei ihrer Informationssuche zu beraten und zu unterstützen (Matter, 2005, S. 23).

Kriterium: Marketing als zentraler Bestandteil der Strategie

PBZ Sihlcity: Die Publikumsbefragung der PBZ zeigte, dass mittels Marketingstrategie neue Kundenkreise angesprochen werden können. Die verfügbaren Mittel sind aber bereits für die bisherige Anzahl Benutzer knapp. (Relly, 2004, S. 9) Marketing wird von der PBZ im ihr möglichen Rahmen betrieben, hat aber im Vergleich zum Idea Stores Konzept nicht den gleich hohen Stellenwert. Bei der Eröffnung der PBZ Sihlcity ist ein gutes Beispiel von Marketing aufgefallen. Vor dem Eingang der PBZ und auf dem Platz vor dem Sihlcity Hauptgebäude standen Mitarbeiter, welche diverse Materialien über die PBZ verteilten. Darunter auch ein Gutschein für eine Monatskarte, welcher in allen Filialen gültig ist.

KBBL: Die Situation bezüglich Marketing ist ähnlich wie bei der PBZ. Ein gutes Beispiel des KBBL Marketings ist der bereits erwähnte Flyer „Willkommen in der Kantonsbibliothek“. Alle wichtigen Informationen sind darin zusammengefasst. Angaben zu den Öffnungszeiten, zum Buch- und Medienangebot, zu den Dienstleistungen und zur Benutzung werden durch Bilder ergänzt. Auf der Rückseite wird die Medienpräsentation erklärt und durch den abgebildeten Grundriss erhält der Betrachter eine Übersicht über die vorhandenen Angebote. Ausserdem ist der Auftritt der Marke „kbl“ ähnlich modern und ansprechend wie der der Marke „Idea Store“.

Kriterium: Fokussierung auf die ausländische Bevölkerung

PBZ Sihlcity: Dass dieses Kriterium nicht erfüllt ist, hängt mit dem Zielbestand der PBZ Sihlcity zusammen. Die Bibliothek wendet sich mit ihrem Angebot stark an die Berufstätigen. In Sihlcity und Umgebung sind etwa 20'000 Arbeitsplätze vorhanden. Im Zürcher Quartier Hardau plant die PBZ jedoch eine Integrationsbibliothek. Diese Bibliothek wird sich in einem separaten Teil des neuen Schulhauses befinden und voraussichtlich im Sommer 2009 eröffnet. Bei der Rekrutierung wird darauf geachtet, dass Personen eingestellt werden, die der meist gefragten Sprachen mächtig sind. Es werden allerdings keine Integrationskurse angeboten. Die Integrationsbibliothek der PBZ wird jedoch eine Vernetzung zu bestehenden Organisationen in diesem Bereich anstreben. (Relly, 2007b)

KBBL: Neben den Landesprachen Deutsch, Französisch und Italienisch wird auch Belletristik in den Fremdsprachen Englisch und Spanisch angeboten. Im Vergleich zu den Idea Stores könnte das Angebot aber erweitert werden. Dies ist gemäss Grundsatzpapier der Bibliotheken Baselland auch geplant. Die ausländische Bevölkerung soll mit dem künftigen Angebot besser angesprochen werden und es wird nach neuen Formen und Inhalten gesucht, um vermehrt für die ausländische Bevölkerung attraktiv zu sein. (Bibliotheken Baselland, 2006, S. 3)

Kriterium: Umfangreiche Öffnungszeiten inklusive Sonntag

PBZ Sihlcity: Die Öffnungszeiten der PBZ Sihlcity entsprechen aufgrund der Personalressourcen denjenigen des restlichen Einkaufszentrums. Daher ist sie am Dienstag bis Freitag von 12 – 19 Uhr und am Samstag von 10 – 15 Uhr geöffnet (PBZ, 2007). Aus der Publikumsbefragung ging hervor, dass wenige Personen eine Sonntagsöffnung wünschen. Dass die PBZ am Samstag geöffnet hat, war hingegen ein Wunsch der Befragten. Als Konsequenz daraus, wurde in allen PBZ Filialen die Samstagöffnung eingeführt. (Relly, 2004, S. 8 f.) Nach Relly (2007b) werden die einzelnen Bibliotheken mit Kennzahlen verglichen, je nach Entwicklung einer Bibliothek kann es sein, dass Personalressourcen abgezogen und diese einer anderen Bibliothek zugute kommen. Vielleicht können die Öffnungszeiten der PBZ Sihlcity dadurch künftig erweitert werden.

KBBL: Die im Jahre 1999 eingeführten Sonntagsöffnungszeiten haben der KBBL grosse Sympathien bei der Bevölkerung eingetragen (Matter, 2005, S. 10). Die Wochenöffnungszeiten betragen inkl. Sonntag insgesamt 52 Wochenstunden. Die KBBL ist von Dienstag bis Freitag von 9 – 18.30 und am Samstag wie Sonntag von 9 – 16 Uhr geöffnet. Im Sommer ist die KBBL aber auch sonntags geschlossen.

6.5 Folgerungen aus dem Vergleich

Die Grenzen des Vergleichs kommen hauptsächlich beim Kriterium der Behindertengerechtigkeit zum Vorschein. Indem das Idea Stores Konzept aus England mit Beispielbibliotheken aus der Schweiz verglichen wird, werden indirekt auch gesetzliche Grundlagen der beiden Länder verglichen. Um diesem Problem aus dem Weg zu gehen, wurde darauf geachtet, die Kriterien möglichst unabhängig von landesspezifischen Gegebenheiten zu formulieren. Das Bibliothekswesen hängt jedoch zweifellos von diesen Gegebenheiten ab. Um eine Verbesserung in der Entwicklung des Schweizerischen Bibliothekswesens zu erreichen, ist es allerdings wichtig, solche Vergleiche anzustellen, damit für die Zukunft neue Impulse gesetzt werden. Der Vergleich zeigt, dass viele der Kriterien zumindest in einer der Beispielbibliotheken bereits erfüllt sind (vgl. Tabelle 3). Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass das Handlungsspektrum der Idea Stores grösser ist als bei den Beispielbibliotheken. Die Kriterien, die bei beiden Bibliotheken nicht erfüllt sind, sind nicht alle gleich bedeutsam für das Idea Stores Konzept. Die Erwachsenenbildungskurse sind jedoch ein Hauptelement des Konzepts (vgl. Kap. 2, Absatz 1). Das Fehlen dieses Angebots in den Beispielbibliotheken und generell im Schweizer Bibliothekswesen, ist unter anderem auf die Situation der Erwachsenenbildung in der Schweiz zurückzuführen.

Tabelle 3: Übersicht über den Vergleich der Beispielbibliotheken mit dem Idea Stores Konzept

Idea Stores Konzept	PBZ Sihlcity	KBBL
Standort / Erreichbarkeit		
Nähe zu einem Einkaufszentrum	+	-
Anbindung an den öffentlichen Verkehr	+	+
Gebäude / Inneneinrichtung		
Aufwertung des Stadtbildes	-	+
Behindertengerecht	-	+
Moderne und transparente Architektur	+	+
Einheitlicher Auftritt aller Filialen	-	keine Filialen
Cafékonzept	-	+
Konzeption		
Publikumsbefragung als Bestandteil der Konzeption	o	-
Finanzielle Beteiligung aus der Privatwirtschaft	-	-
Angebote und Dienstleistungen		
Integration von Erwachsenenbildungsangeboten	-	-
Erweitertes Angebot (z.B. Kinderkrippe)	-	-
Einsatz von RFID	+	+
Ausgereiftes Leitsystem	-	+
Räumlichkeiten werden für externe Veranstaltungen zur Verfügung gestellt	-	+
Einheitlicher Auftritt der Mitarbeitenden	-	-
Ausgeprägte Kundenorientierung	o	+
Marketing als zentraler Bestandteil der Strategie	o	o
Fokussierung auf die ausländische Bevölkerung	-	o
Umfangreiche Öffnungszeiten inklusive Sonntag	-	+
+ = vorhanden o = teilweise vorhanden - = nicht vorhanden		

7 Mögliche Umsetzung des Idea Stores Konzept in der Schweiz

Das Idea Stores Konzept ist vielschichtig und eine mögliche Umsetzung des Konzepts in der Schweiz hängt von einer Vielzahl an Faktoren ab. Die Hauptaufgaben von Bibliotheken, ihr Angebot und das, was sie für die Gesellschaft leisten, sind in der Schweiz traditionell weniger umfangreich als in Grossbritannien und anderen Ländern. Auch das Bildungswesen unterscheidet sich durch die Vielzahl an Akteuren. Der Vergleich mit den Beispielbibliotheken hat dennoch gezeigt, dass der Trend im Schweizer Bibliothekswesen in eine ähnliche Richtung wie in Tower Hamlets geht, vor allem in den Bereichen Kundenorientierung und Bibliotheksstandort. Die Bibliotheken möchten dort sein, wo sich möglichst viele Leute aufhalten und sie bemühen sich, vermehrt neue Kundenkreise durch bessere und erweiterte Angebote zu erschliessen. Es bleibt die Frage, ob die Bibliotheken bereit sind, neue Wege zu gehen, indem sie neben Bibliotheksservices auch Kurse anbieten. Gegenwärtig wird dies aber nicht als ihre Aufgabe angesehen. Das Idea Stores Konzept zeigt jedoch, dass ein Zusammenschluss von Bibliothek und Erwachsenenbildungseinrichtungen funktionieren kann.

7.1 Rahmenbedingungen

Der Begriff des lebenslangen Lernens wird in der öffentlichen Diskussion oft als Schlagwort verwendet. Eine differenzierte Auseinandersetzung findet dagegen kaum statt. Heute wird davon ausgegangen, dass Lernen grundsätzlich während des ganzen Lebens notwendig und auch möglich ist (ebd., S. 105 f.). Voraussetzung dafür sind entsprechende Entwicklungs- und Lernbedingungen. Ist dies der Fall, so ist lebenslanges Lernen bis zum Alter von etwa 80 Jahren ohne Probleme möglich (ebd., S. 93). Nach Heid (2000, S. 23) geht es beim lebenslangen Lernen darum,

1. „in der grundlegenden Bildung Erreichtes kumulativ weiterzuführen,
2. in der grundlegenden Bildung Versäumtes nachzuholen
3. im Laufe der Zeit ‚überholte‘ Qualifikationen durch neue zu ‚ersetzen‘ und
4. durch Weiterbildung Ermöglichtes oder zu Ermöglichendes in der grundlegenden Bildung ‚einzusparen‘“

In der Schweiz ist das Angebot im Bereich der Weiterbildung sehr gross und vielfältig. Dabei wird zwischen beruflicher und nichtberuflicher Weiterbildung unterschieden. Die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung bildet sich in irgendeiner Form weiter. Es gibt allerdings keine einheitliche Definition darüber, was genau unter Weiterbildung zu verstehen ist. Dies hängt gemäss Bernier / Lüthi / Quiquerez (2007, S. 7) damit zusammen, dass es eine Vielfalt an Akteuren und zahlreiche Bildungsformen gibt. Weiterbildung wird ausserdem zu vielen verschiedenen Themen angeboten und die Motive, weshalb sich Personen weiterbilden, sind ebenfalls un-

terschiedlich. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Überschneidungen zwischen Grundausbildung und Weiterbildung. In der Schweiz haben 83 Prozent der Erwerbstätigen im Zeitraum von 12 Monaten 2005/2006 mindestens an einer Weiterbildungsaktivität teilgenommen. Dabei kann es sich unter anderem um nicht-formale Bildung, beispielsweise in Form von Kursen und Seminaren, oder um informelles Lernen handeln. Das informelle Lernen ist die am häufigsten verwendete Form der Weiterbildung und zwar durch den Gebrauch von individuellen Lernformen (z.B. Lektüre von Fachliteratur, Gespräche mit Familienangehörigen). Die Weiterbildungsquote im Jahr 2006 ist tiefer ausgefallen als in vergangenen Befragungsjahren. Die Teilnahme an Kursen hat abgenommen, die Gründe dafür sind nicht bekannt. Allerdings steht fest, dass es vom Bildungsniveau einer Person abhängt, ob sie an Weiterbildungskursen teilnimmt oder nicht. Je höher das Bildungsniveau einer Person, desto besser stehen die Chancen, dass sie sich weiterbildet. (Ebd., S. 5 ff.)

Die Situation der Erwachsenenbildung in der Schweiz wird in Mayer (2004, S. 106) wie folgt zusammengefasst:

- Das Angebot in den Kantonen und Regionen ist sehr heterogen und es gibt wenig Steuerung und Koordination
- Der Markt wird mehrheitlich von privaten Anbietern beherrscht
- Erwachsenenbildungsangebote sind wenig mit den übrigen Bildungsbereichen verknüpft
- Die Nutzung und der Zugang sind bei den verschiedenen Bevölkerungsgruppen nicht gleich vorhanden
- Es fehlen Angebote für bildungsbenachteiligte Personen
- 90 Prozent der Lehrpersonen üben ihre Tätigkeit nebenamtlich aus
- Gesetzliche Regelungen sind kaum vorhanden
- Auf politischer Ebene besteht wenig Interesse an Erwachsenenbildung

Der grösste Anbieter von nichtberuflicher Erwachsenenbildung ist neben der *Migros Clubschule* der *Verband der Schweizerischen Volkshochschulen (VSV)*. Der Anteil am gesamten Erwachsenenbildungsangebot beträgt bei der *Migros Clubschule* 54 Prozent und beim *VSV* 11,4 Prozent. (Schweizerischer Verband für Weiterbildung zitiert in Herzog, 2005) Getragen werden die Volkshochschulen von privaten Stiftungen, die Subventionen von der öffentlichen Hand erhalten.

Der Bereich der nichtberuflichen Weiterbildung wird gemäss dem *Schweizerischen Verband für Weiterbildung* (2007) ganz den privaten Anbietern überlassen. Zuständig für die Weiterbildung sind aber der Bund, die Kantone und die Gemeinden. Das geringe Interesse der Politik

an der Weiterbildung soll sich künftig aber ändern. Mit der Bildungsverfassung, welche 2006 vom Schweizer Stimmvolk angenommen wurde, wird die Weiterbildung in Zukunft auf Bundesebene gesetzlich geregelt. Das neue Gesetz soll spätestens bis im Jahr 2011 vorliegen. (Ebd.)

7.2 Partner und Modelle für eine Kooperation

Partner für ein neues Bibliothekskonzept in der Schweiz könnten die Volkshochschulen und ebenso andere Erwachsenenbildungseinrichtungen sein. Geht man von der Marktsituation der nichtberuflichen Erwachsenenbildung aus, so wäre der Marktführer *Migros Clubschule* der interessanteste Partner für die Bibliotheken. Aber eine Zusammenarbeit zwischen Bibliotheken und Volkshochschulen könnte beiden Institutionen helfen, für die Bevölkerung attraktiver zu werden. Auch wenn die Volkshochschulen die zweitgrössten Anbieter sind, ihr Marktanteil ist im Vergleich zur *Migros Clubschule* eher gering. Inwiefern die beiden Erwachsenenbildungseinrichtungen überhaupt bereit sind, eine Partnerschaft mit Bibliotheken einzugehen, müsste allerdings noch untersucht werden.

In Deutschland bestehen solche Kooperationen bereits und weitere Projekte sind am entstehen (vgl. ZIB Unna im Kap. 3.2). Deutsche öffentliche Bibliotheken befinden sich oft in der Nähe oder sogar im gleichen Gebäude wie die Volkshochschulen. Eine mögliche Kooperation beider Einrichtungen wird von der Bertelsmann Stiftung (2007) ausserdem als Erfolgsfaktor beschrieben:

„Gemeinsam liesse sich ein breites und vernetztes Bildungsangebot aus einem Guss anbieten, eine verstärkte Kundenbindung durch integrierte Angebote betreiben, Ressourcen sparen und sinnvoll zu einer Effizienzsteigerung und Standortstärkung verwenden. Im Ergebnis würde die Reichweite und Nutzung beider Institutionen deutlich erhöht werden und den Bürgern ein flexibles und abgestimmtes Angebot an Medien, Informationen und Bildung zur Verfügung stehen.“

Falls die Bereitschaft in der Schweiz bei beiden, Bibliotheken und Erwachsenenbildungseinrichtungen, vorhanden wäre, so müssten noch organisatorische Fragen geklärt werden. In einer Expertise zu Bibliotheken und lebenslanges Lernen von Richard Stang (2005) werden vier Konzepte der Kooperation von Bibliotheken und Weiterbildungseinrichtungen vorgestellt. Als Beispiel für das Modell „Organisationale Integration“ dient das ZIB Unna. Die weiteren Modelle sind (ebd., 19 ff.): „Räumliche Integration“, „Enge, konzeptionelle Kooperation“ und „Netzwerk bzw. lockere Kooperation“. Er hält fest, dass die Kooperation von Bibliotheken und Weiterbildungseinrichtungen in Anbetracht der Herausforderungen bezüglich lebenslangen Lernens das Zukunftsmodell sein könnte, um die Infrastruktur für Lerninteressierte zu verbessern (ebd., 18).

Dass die Bibliotheken beim lebenslangen Lernen eine Rolle spielen, ist nach Relly (2007b) schon seit Jahren ein Thema. Die jährlich stattfindende Bildungsmesse in Zürich ist eine Plattform für Bildungsanbieter. Dabei geht es um lebenslanges Lernen und Erwachsenenbildung. Seit zwei Jahren sind auch die Zürcher Bibliotheken mit einem Stand vertreten, da sie davon überzeugt sind, in diesen Kontext von Bildung und lebenslangem Lernen zu gehören. Dass die Allgemeinen Öffentlichen Bibliotheken in der Schweiz künftig selber Kurse anbieten, hält Relly jedoch für unwahrscheinlich. Eine Kooperation könnte er sich aber vorstellen. Zum Beispiel mit einer Weiterbildungseinrichtung, die sich ebenfalls in Sihlcity befindet. Bei der Bevölkerung gibt es diesbezüglich auch ein Interesse. Das zeigen vereinzelte Anfragen für Sprachkurse in der PBZ. Die Volkshochschulen als mögliche Kooperationspartner der Bibliotheken zu gewinnen, ist gemäss Relly nicht erstrebenswert. Seinen Standpunkt begründet er wie folgt: *„Die Volkshochschule ist nicht so bedeutend, dass die Bibliotheken eine Partnerschaft mit ihnen eingehen müssten“* (ebd.). Wenn bei den Bibliotheken die nötigen Ressourcen für eine Partnerschaft mit anderen Erwachsenenbildungseinrichtungen vorhanden sind, findet Relly die Idee grundsätzlich gut. Beide Einrichtungen könnten sich auch im selben Gebäude befinden, sollten aber seiner Meinung nach organisatorisch autonom bleiben. (Ebd.)

Wie Erwachsenenbildung mit Kultur verbunden werden kann, wird in der Schweiz aktuell diskutiert. Das zeigt die „Cool-Tour-Konferenz“ vom 7. September 2007 in Bern, welche vom *Schweizerischen Verband für Weiterbildung (SVEB)* organisiert wurde. Ziel dieser Konferenz war es, herauszufinden, wie Erwachsenenbildung in Museen, Galerien und Bibliotheken funktionieren kann. Die Thematik „Vernetzung von Bibliothek und Weiterbildung“ wurde von Rob Davis aus London vorgestellt.

Der Zeitpunkt für Gespräche bezüglich Kooperation zwischen Bibliotheken und Erwachsenenbildungseinrichtungen ist demzufolge sehr günstig.

8 Schlusswort

Eine Minderheit der Bevölkerung in der Schweiz nutzt Bibliotheken. Die relative Rückständigkeit des Schweizer Bibliothekswesens im internationalen Vergleich ist einer der Gründe, weshalb das so ist. In der Vergangenheit wurden die Trends im Bibliothekswesen grösstenteils nicht rechtzeitig erkannt. Das Idea Stores Konzept zeigt einen weiteren Trend auf: Die Verschmelzung von Bibliotheksservices und Kursangeboten unter einem Dach. Wie sich in dieser Arbeit herausgestellt hat, ist das Interesse gegenüber eines solchen Angebots in der Schweiz von Seiten der Bevölkerung und der Erwachsenenbildungseinrichtungen grundsätzlich vorhanden. Nun hängt es von den Bibliotheken ab, ob sie den ersten Schritt wagen und auf die möglichen Kooperationspartner für ein neues Bibliothekskonzept zugehen. Zu den grössten Problemen, die für eine solche Innovation zu überwinden sind, zählen die föderalistischen Strukturen der Schweiz und die Finanzierung bzw. Rechtfertigung gegenüber der öffentlichen Hand. Eine Verbindung von Bibliothek als staatliche Institution mit den privaten Organisationen der nichtberuflichen Weiterbildung würde vermutlich zu einem Interessenkonflikt führen, denn der Staat mischt sich generell nicht in die Privatwirtschaft ein. Diesbezüglich ist die Situation in England anders. Dementsprechend wurden bei den Idea Stores zwei staatliche Einrichtungen zusammengeführt. Aber auch andere Aspekte des Idea Stores Konzepts könnten unabhängig von einer solchen Kooperation umgesetzt werden. Die Best Practice Beispiele sind der Beweis dafür. Nicht nur die Beispielbibliotheken haben erkannt, dass Kundenorientierung im weitesten Sinne von essentieller Bedeutung ist. Im Vergleich zu den Idea Stores sind aber noch Verbesserungen möglich. Nur wenn die Bibliothek weiss, was die Bevölkerung betreffend Bibliotheksservice erwartet, kann sie ihre Angebote kundenorientiert anpassen und erweitern. Benutzerbefragungen sind dafür ein adäquates Mittel. Die Fokussierung auf die vorhandenen Benutzer birgt aber ebenso eine Gefahr. Es ist klar, dass Bibliotheken nie alle Bevölkerungskreise ansprechen können. Das Angebot kann aber auch zu stark auf eine spezifische Bevölkerungsgruppe ausgelegt sein. Die Bibliothek wird folglich von der breiten Öffentlichkeit gemieden, da sie sich nicht angesprochen fühlt. Deshalb sollten auch regelmässige Befragungen der Nichtnutzer von Bibliotheken durchgeführt werden. Wie sich bei den erwähnten Publikumsbefragungen herausgestellt hat, wissen viele Leute nicht was Bibliotheken anbieten. Durch eine gemeinsame Imagekampagne könnten die Bibliotheken wieder vermehrt ins Bewusstsein der Öffentlichkeit treten. In der Vergangenheit sind solche Vorhaben leider gescheitert. Trotzdem sollte ein neuerer Versuch gestartet werden. Das Projekt Love Libraries, welches zurzeit in England durchgeführt wird, könnte als Vorbild für eine schweizweite Imagekampagne verwendet werden. In erster Linie müssen allerdings die strukturellen Voraussetzungen geschaffen werden, damit ein neues Bibliothekskonzept in der Schweiz überhaupt Fuss fassen kann.

9 Literatur- und Quellenverzeichnis

9.1 Gedruckte Literatur

Baddeley, George (2007): Combined Report. Internes Dokument von Denise Bangs per E-Mail am 03.08.2007 erhalten.

Bangs, Denise (2007): Visits Monthly 2004 to March 2007. Internes Dokument von Denise Bangs per E-Mail am 03.08.2007 erhalten.

Banz, Stefan (2005): „A LA RECHERCHE“. In: Hochbauamt Baselland (Hg.) Kantonsbibliothek Baselland Liestal. Informationsbroschüre. Muttenz: Bau- und Umweltschutzdirektion Kanton Basel-Landschaft. S. 24-26.

Bernier, Gaetan; Lüthi, Doris; Quiquerez, Brice (2007): Teilnahme an Weiterbildung in der Schweiz. Erste Ergebnisse des Moduls „Weiterbildung“ der Schweizerischen Arbeitskräfteerhebung 2006. Neuchâtel: Office fédéral de la statistique.

Coopey, Martin (2004): Structure Chart for Consultation. Internes Dokument von Denise Bangs per E-Mail am 03.08.2007 erhalten.

Gabler, Christiane (2006): Katalysator für die Stadtentwicklung. Kantonsbibliothek Baselland in Liestal. In: Bauwelt, H. 8, S. 26-31.

Hallowell, Roger et al. (2001): Transforming Singapore's Public Libraries. Boston: Harvard Business School Publishing.

Heid, Helmut (2000): Über die Qualität der Argumente, mit denen das Erfordernis lebenslangen Lernens begründet wird. In: In: Achtenhagen, Frank; Lempert, Wolfgang (Hg.): Lebenslanges Lernen im Beruf - seine Grundlegung im Kindes- und Jugendalter. Opladen: Leske + Budrich (Erziehungstheorie und Bildungsforschung, 5). S. 22–29.

Höfliger, Franziska (2007): Telefoninterview zum aktuellen Stand der PBZ Sihcity. Am 21.08.2007.

Jasinski, John (2007): Interview über die Idea Stores. Am 24.07.2007 im Idea Store Whitechapel London.

Mayer, Beat (2004): Lebenslanges Lernen in der Wissensgesellschaft – Voraussetzungen und Rahmenbedingungen in der Schweiz. In: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (Österreich); Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (Deutschland); Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren

(Schweiz) (Hg.) Lebenslanges Lernen in der Wissensgesellschaft. Voraussetzungen und Rahmenbedingungen. Beiträge des OECD/CERI-Regionalseminars für deutschsprachige Länder in Wien vom 29. September bis 2. Oktober 2003. S. 89-111.

Matter, Gerhard W. (2005): Das Bibliothekskonzept der neuen Kantonsbibliothek. In: Hochbauamt Baselland (Hg.) Kantonsbibliothek Baselland Liestal. Informationsbroschüre. Muttenz: Bau- und Umweltschutzdirektion Kanton Basel-Landschaft. S. 10-12.

Matter, Gerhard W. (2007): Wie ein Leuchtturm des Wissens und der Bildung. Kantonsbibliothek Baselland – www.kbl.ch. In: Arbido, Jg. 22, H. 2, S. 22-23.

Patterson, Thomas (2001): "Idea Stores" London's New Libraries. In: Library Journal, H. 8, S. 48–49.

Relly, Christian (2004): Bibliotheken – schlechter als ihr Ruf? Publikumsbefragung zur Wahrnehmung öffentlicher Bibliotheken in Stadt und Kanton Zürich. In: Arbido, Jg. 19, H. 3, S. 5-9.

Relly, Christian (2007a): Bibliotheken (ab)bauen! Bericht aus der Pestalozzi-Bibliothek Zürich (PBZ). In: Arbido, Jg. 22, H. 2, S. 9-13.

Relly, Christian (2007b): Interview über die PBZ Sihcity und die mögliche Umsetzung des Idea Stores Konzept in der Schweiz. Am 27.07.2007 in der PBZ Hauptstelle Zürich.

Rushton, Katherine (2007): Bereft of books and out of touch with the community. London libraries limp into the twenty-first century. In: Time Out London, S. 10.

Schneider-Kenel, Elisabeth (2005): Vom Geist des Weins zum Geist der Buchstaben. In: Hochbauamt Baselland (Hg.) Kantonsbibliothek Baselland Liestal. Informationsbroschüre. Muttenz: Bau- und Umweltschutzdirektion Kanton Basel-Landschaft. S. 3.

Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der allgemeinen öffentlichen Bibliotheken (1999): Bibliotheksplan 2000.

Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren (EDK); Bundesamt für Kultur (BAK) (Hg.) (1993): Bibliotheken in der Schweiz. Situation, Probleme und Bedürfnisse der allgemeinen öffentlichen Bibliotheken. Bern: EDK (Studien + Berichte / Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren; 7).

Stadelmann, Eva (2006): Tarnfarbe Retail. Die Idea Stores im Londoner East End. In: Bauwelt, H. 8, S. 18–25.

Tschäppät, Marianne; Relly, Christian (2005): Investing in a Learning Nation – Bibliotheken für eine lernende Nation. Das Beispiel Singapur. In: *Arbido*, Jg. 20, H. 1-2, S. 5–10.

Wills, Heather (2003): Mock the name? But our Idea Store is working. In: *Library + Information Update*, H. 2, S. 30.

Wills, Heather (2004): An innovative approach to reaching the non-learning public. The new Idea Stores in London. In: Bisbrouck, Marie-Françoise et al. (Hg.): *Libraries as Places. Buildings for the 21st century. Proceeding of the Thirteenth Seminar of IFLA's Library Buildings and Equipment Section together with IFLA's Public Libraries Section*. München: Sauer (IFLA publications; 109). S. 103-116.

9.2 Internet Quellen

Abidin, Zoinul (2006): Idea Stores. Community Empowerment. Idea Store – Chrisp Street. URL: <http://www.uel.ac.uk/ypconference/speakers/documents/ZoinulAbidinPresentation.ppt> [16.12.08].

Adam, Hubertus (2005): Alles unter einem Hut. Die Kantonsbibliothek Baselland in Liestal. In: *Neue Zürcher Zeitung*, 17. Juni 2005. URL: <http://www.nzz.ch/2005/06/17/fe/articleCWB92.html> [04.09.2007].

BBS (2003): Die Schweizer Bibliotheken in der Informationsgesellschaft. Grundsatzklärung und Aktionsplan der Schweizer Bibliotheken und Bibliothekarinnen/Bibliothekare URL: http://www.bbs.ch/documents/SMSI_Grundsatzklaerung_Schlussversion1.pdf [24.11.2008].

Ball, Rafael; Mittermaier, Bernhard (2005): Bericht über die bibliothekarische Studienreise nach Singapur vom 28.02.-06.03.2005 URL: http://www.bi-international.de/download/file/FA-Singapur2005_Ball.pdf [24.11.2008].

Bertelsmann Stiftung; Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheksverbände e. V. (Hg.) (2004): Bibliothek 2007. Strategiekonzept. URL: http://www.bideutschland.de/download/file/bibliothek_2007/strategiekonzept_langfassung.pdf [16.12.08].

Bertelsmann Stiftung (2007): Erfolgsfaktor Kooperation. Ziele gemeinsam erreichen.

URL: <http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xchg/SID-0A000F0A-B2487760/bst/hs.xsl/85697.htm>

[24.11.2008].

Bibliotheken Baselland (2006): Akzente. Die Bibliotheken Baselland kommen aus dem Häuschen

URL: <http://www.kbbl.ch/uploads/media/Akzente.pdf>

[04.09.2007].

Buzinkay, Mark (2007): Ratgeber für Bibliotheksmarketing. Praxis 2007.

URL: <http://www.buzinkay.net/bib-marketing.html>

[04.09.2007].

Department for Culture, Media and Sport (Hg.) (1999): Libraries for all: Social inclusion in public libraries. Policy guidance for local authorities in England.

URL: <http://www.culture.gov.uk/pdf/socialin.pdf>

[04.09.2007].

Dogliani, Sergio (2006): Idea Stores. Library, learning and information in the 21st Century.

URL: http://www.ncaonline.org.uk/materials/idea_store.pdf

[04.09.2007].

Hartley, Joanna (2005): Tower Hamlets' Idea Stores. Are They Working? Masterarbeit. Sheffield: The University of Sheffield.

URL: http://dagda.shef.ac.uk/dissertations/2004-05/External/Hartley_Joanna_MALib.pdf

[04.09.2007].

Herzog, Martin (2005): Weiterbildung in der Schweiz.

URL: http://www.brainworker.ch/Bildung/weiterbildung_CH.htm

[04.09.2007].

Honegger, Joerg (2003): Bericht zu einer telefonischen Publikumsbefragung und qualitativen Nachbefragung zu öffentlichen Bibliotheken des Kantons Zürich.

URL: <http://www.kako-zh.ch/Diverses/Downloads.aspx?DownloadKategorieID=8>

[04.09.2007].

ISOBUBLIC (2006): Erwachsenenbildung Kanton Basel-Landschaft 2006/2003.

URL: <http://www.weiterbildung-baselland.ch/tipps/files//GRAFIKEN.PDF>

[04.09.2007].

Kaden, Ben (2004): Bibliotheksarchitekturtheorie.

URL: <http://weblog.ib.hu-berlin.de/?p=857>

[04.09.2007].

Kantonsbibliothek Baselland (2007a): Buch- und Medienangebot.

URL: <http://www.kbbl.ch/index.php?id=17>

[04.09.2007].

Kantonsbibliothek Baselland (2007b): Buch- und Medienangebot.

URL: <http://www.kbbl.ch/index.php?id=20>

[04.09.2007].

Kantonsbibliothek Baselland (2007c): Lesesaal mieten.

URL: <http://www.kbbl.ch/index.php?id=36>

[04.09.2007].

Kircher, Nicole (2007): Das grosse Warten auf die Kunden. In: Cash: die Wirtschaftszeitung der Schweiz, 7. Juni 2007.

URL: <http://www.wangler.biz/cash.pdf>

[04.09.2007].

Lane, Megan (2003): Is this the library of the future? In: BBC News Online, 18. März 2003.

URL: <http://news.bbc.co.uk/1/low/magazine/2859845.stm>

[04.09.2007].

Making Music London (2007): London Boroughs.

URL: <http://www.makingmusiclondon.com>

[24.11.2008].

Meier, Jürg (2007): Zufriedene Gesichter in Sihlcity. In: Neue Zürcher Zeitung, 06. Juli 2007.

URL: http://gastronomie.nzz.ch/nachrichten/zuerich/zufriedene_gesichter_in_sihlcity_1.524141.html

[04.09.2007].

Middleton, Rachel (2000): Idea Stores. Full of eastern promise.

URL: <http://www.la-hq.org.uk/directory/record/r200009/article2.html>

[04.09.2007].

PBZ (2007): Bibliothek Sihlcity.

URL: <http://www.pbz.ch/biblio/si.htm>

[04.09.2007].

Ostwald, Susanne (2001): Lesen im Salsaschritt. Amerikas öffentliche Bibliotheken werden zu Erlebniszentren. In: Neue Zürcher Zeitung, 23. Juni 2001.

URL: <http://www.nzz.ch/2001/06/23/fe/article7AZ8U.html>

[04.09.2007].

Oxford English Dictionary (2007): Eintrag zum Begriff adult education.

URL: <http://dictionary.oed.com>

[04.09.2007]. [Zugang kostenpflichtig]

Quartiernetz3 (2006): Petition für die Bibliothek im Quartier! Petition gegen die Verlegung der Pestalozzi-Bibliothek vom Heuried in das Zentrum "Sihlcity".

URL: http://www.umweltnetz.ch/themen/pbz_heuried.htm

[04.09.2007].

Rockenbach, Susanne (2004): Verführung zu Leben und Lernen in der Bibliothek. Die Idea Stores in London und die UB - LMB Kassel.

URL:

http://www.bertelsmannstiftung.de/cps/rde/xbcr/SID0A000F0ADA4CBCD4/bst/Bibliotheksstipendium_Rockenbach.pdf

[04.09.2007].

Rumelow, Helen (2006): The personal library – now there's an idea. In: The Times, 26. Oktober 2006.

URL:

http://www.timesonline.co.uk/tol/comment/columnists/guest_contributors/article613030.ece

[04.09.2007].

Relly, Christian (2006): Die Pestalozzi-Bibliothek Zürich 2006 – 2013. Masterplan.

URL: <http://www.pbz.ch/info/Masterplan.pdf>

[04.09.2007].

Ruosch, Caroline (2005): Die Fraktale Bibliothek. Diskussion und Umsetzung in der deutschsprachigen Schweiz. Diplomarbeit. Chur: Hochschule für Technik und Wirtschaft.

URL: http://www.informationswissenschaft.ch/fileadmin/uploads/pdf/csi/CSI24_Br_derlin.pdf

[24.11.2008].

SAB (2007): Porträt.

URL: <http://www.sabclp.ch/>

[16.12.08].

Salon (Hg.) (2002): Machbarkeitsstudie Information und Lernen in Gütersloh. Endbericht.

URL: http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-0A000F0A-C2FFF801/bst_engl/Machbarkeitsstudie_Website.pdf

[24.11.2008].

Schweizerischer Verband für Weiterbildung (2007a): Fakten zur Weiterbildung in der Schweiz.

URL: http://www.alice.ch/001alc_020400_de.htm

[04.09.2007].

Schweizerischer Verband für Weiterbildung (2007b): Agenda. „Cool-Tour“: Kultur und Erwachsenenbildung.

URL nicht mehr aktiv

[16.12.08].

Schweizerische Fachstelle für Behindertengerechtes Bauen (2007): Bauvorschriften.

Vorschriften zum Hindernisfreien-Bauen.

URL: http://www.hindernisfrei-bauen.ch/bauvorschriften_d.php#verordnung

[04.09.2007].

Sihlcity (2007): Öffnungszeiten.

URL: <http://www.sihlcity.ch/de/Ueberuns/Oeffnungszeiten.html>

[04.09.2007].

Sihlcity Management (2007): Sihlcity - die ersten 100 Tage.

URL: http://www.presseportal.ch/de/pm/100012908/100538263/sihlcity_management

[04.09.2007].

Stang, Richard (2005): Bibliotheken und Lebenslanges Lernen. Kooperationen, Netzwerke und neue Institutionenformen zur Unterstützung Lebenslangen Lernens. Expertise zum aktuellen Stand.

URL: http://www.die-bonn.de/espid/dokumente/doc-2005/stang05_02.pdf

[04.09.2007].

Tower Hamlets Borough Council (2002): A Library and Lifelong Learning Development Strategy for Tower Hamlets.

URL:

http://www.ideastore.co.uk/public/documents/PDF/A_Library_and_Lifelong_Learning_Development_Strategy_for_Tower_Hamlets.pdf

[04.09.2007].

Tower Hamlets Borough Council (2007a): What's the big idea?

URL: <http://www.ideastore.co.uk/>

[24.11.2008].

Tower Hamlets Borough Council (2007b): The Idea Story. Idea Store Funders.

URL: http://www.ideastore.co.uk/en/articles/information_the_idea_story

[24.11.2008].

Tower Hamlets Borough Council (2007c): Opening Times.

URL: http://www.ideastore.co.uk/en/articles/libraries_opening_times

[24.11.2008].

Tower Hamlets Borough Council (2007d): Idea Store Design.

URL: http://www.ideastore.co.uk/en/articles/information_idea_store_design

[24.11.2008].

Verband der Schweizerischen Volkshochschulen (2007): Geschichte.

URL: <http://www.up-vhs.ch/index.php?id=5>

[04.09.2007].

Weber, Lilo (2006): Wo Ideen-Märkte leuchten. David Adjayes Bibliotheksbauten in White-chapel und Poplar. In: Neue Zürcher Zeitung, 21. August 2006.

URL: <http://www.nzz.ch/2006/08/21/fe/articleE4LAI.html>

[04.09.2007].

Wille, Peter (2004): Die Hauptanliegen der Bibliotheken in der Buchlobby Schweiz. Statement zur Gründung der Buchlobby.

URL: http://www.buchlobby.ch/link.asp?link_id=5034

[04.09.2007].

Winter, Jessica (2006): Branching out. In: The Boston Globe, 30. April 2006.

URL: http://www.boston.com/news/globe/ideas/articles/2006/04/30/-branching_out/

[04.09.2007]

10 Anhang

- Fotos und andere Abbildungen
- Besucherzahlen Bibliotheksnetz Tower Hamlets
- Ergebnisse der Idea Stores Benutzerumfrage
- Bibliotheksnetz der PBZ gemäss Masterplan

Fotos und andere Abbildungen

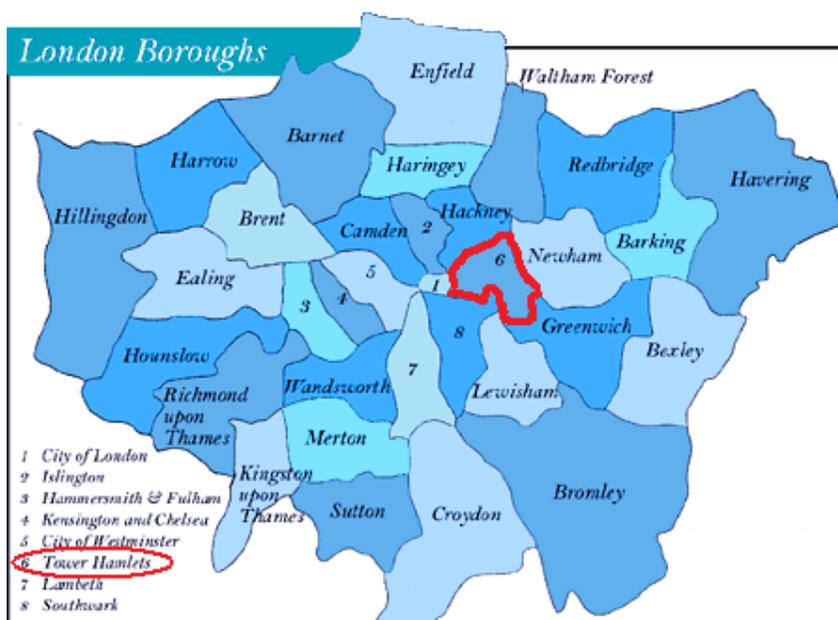


Abbildung 1: Der Stadtbezirk Tower Hamlets (in Anlehnung an Making Music London).



Abbildung 2: Tätigkeiten verbunden mit einem Bibliotheksbesuch (Dogliani, 2006, S. 6).

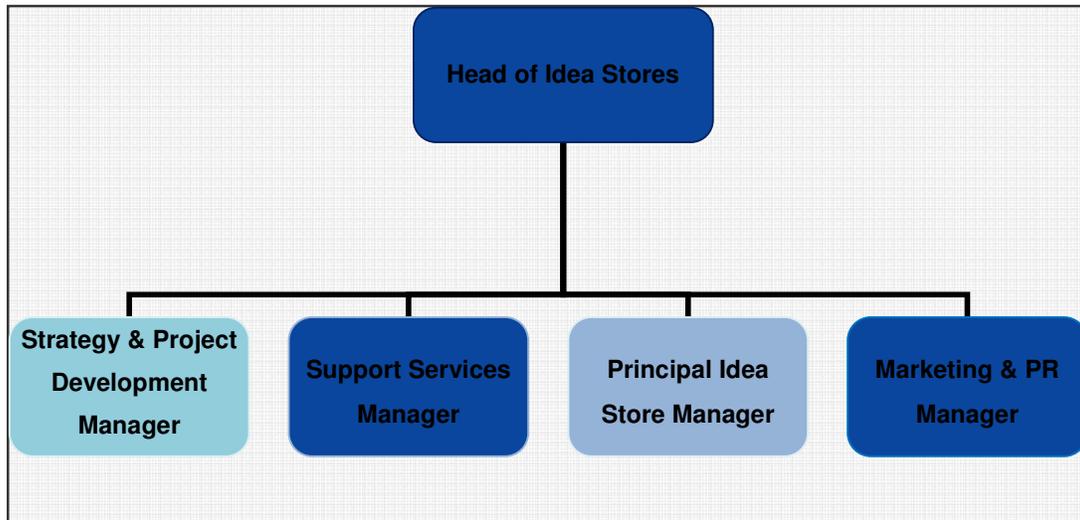


Abbildung 3: Organigramm Teil 1 (Eigene Darstellung in Anlehnung an Coopey, 2004).

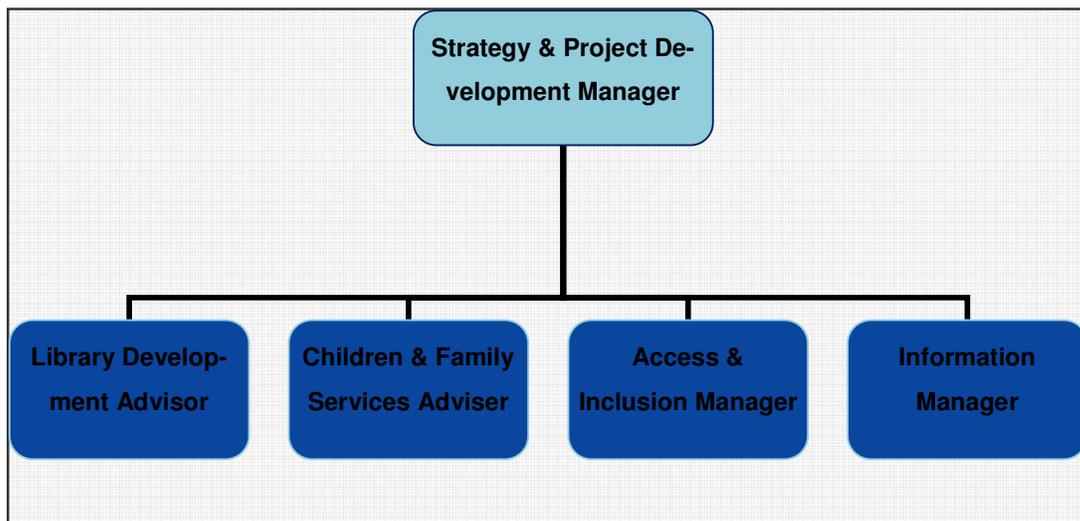


Abbildung 4: Organigramm Teil 2 (Eigene Darstellung in Anlehnung an Coopey, 2004).

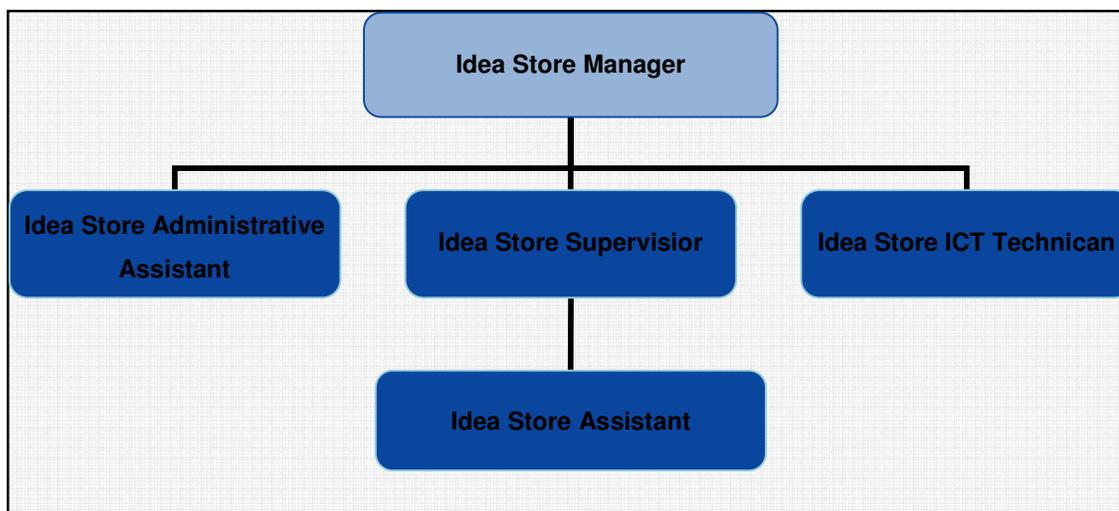


Abbildung 5: Organigramm Teil 3 (Eigene Darstellung in Anlehnung an Coopey, 2004).

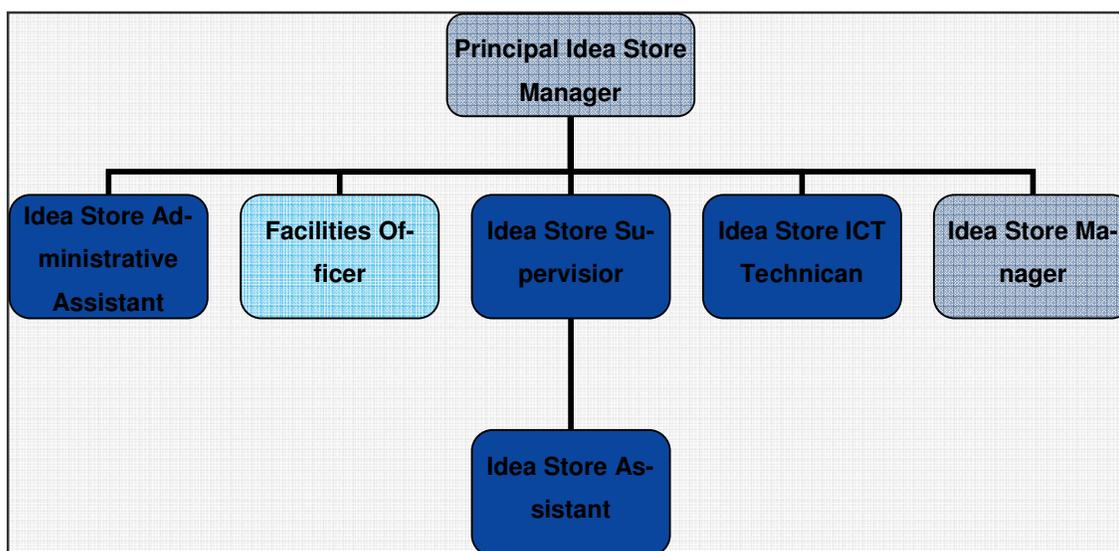


Abbildung 6: Organigramm Teil 3 für den Idea Store Whitechapel (Eigene Darstellung in Anlehnung an Coopey, 2004).



Abbildung 7: Mappe mit Kursangeboten



Abbildung 8: Auf Bildschirmen wird Werbung für Kurse angezeigt

Aromatherapy, Foreign Languages, **Photoshop & Illustrator**, **Massage for Babies**, DJ Mixing, Drama, **Creative Dance**, Reiki, **Food Hygiene**, Beadwork, English for Speakers of Other Languages, Flower Arranging, **Accounting**, Computing for the Terrified, **Music Animation**, Web Page Design, Art History, **Palmistry**, Financial Literacy, **Mask Making**, Healthy Eating, **Book Groups**, Relaxation, **Garden Design**, Making Kites, **Languages for Families**, Driving Licence Theory, Tea Dances, **Sleepovers**, Reflexology, Time Management ...

Abbildung 9: Courses and Activities (Dogliani, 2006, S.9).

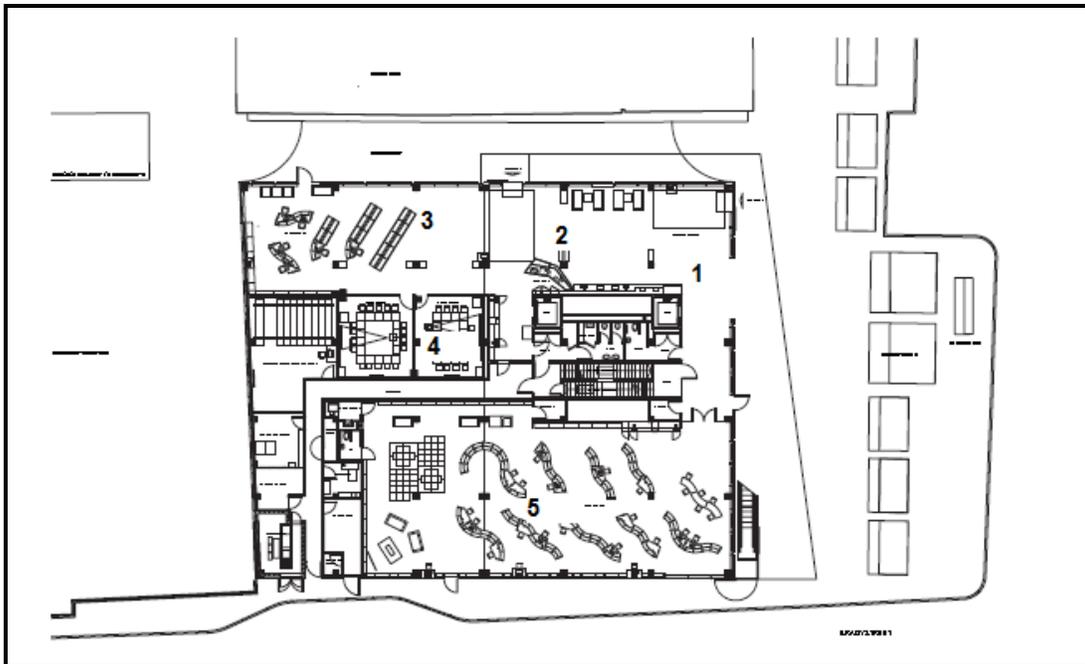


Abbildung 10: Erdgeschoss des Idea Store Whitechapel (Melvin, 2006, S. 128 Nummerierung in Anlehnung an Stadelmann, 2006, S. 20).

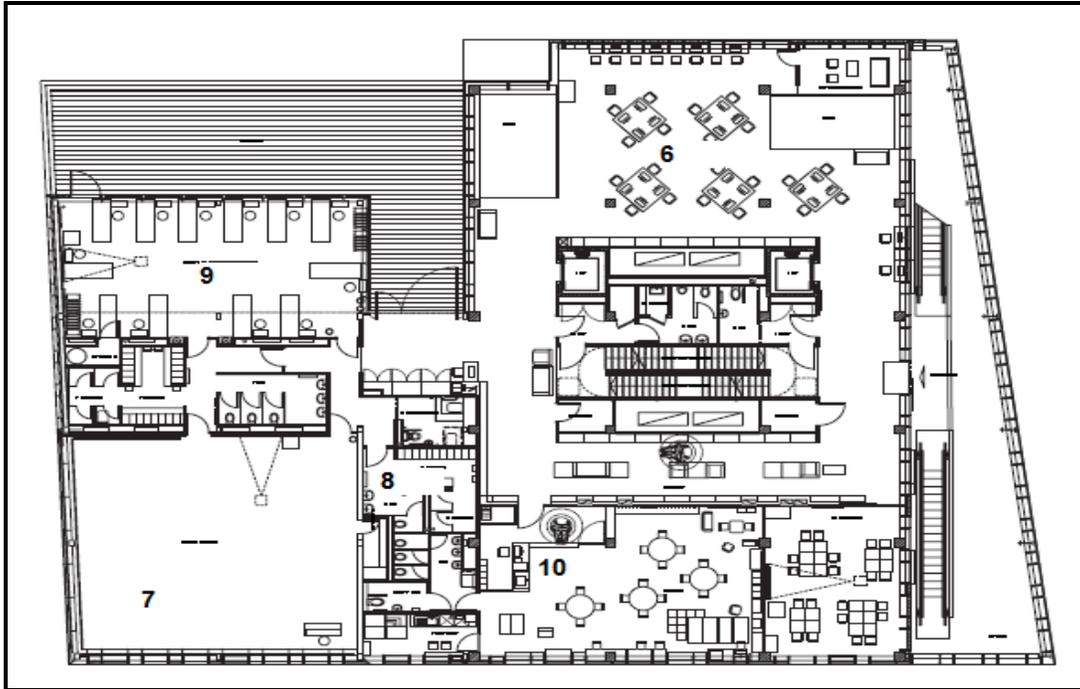


Abbildung 11: 1. Obergeschoss (Melvin, 2006, S. 128 Nummerierung in Anlehnung an Stadelmann, 2006, S. 20).

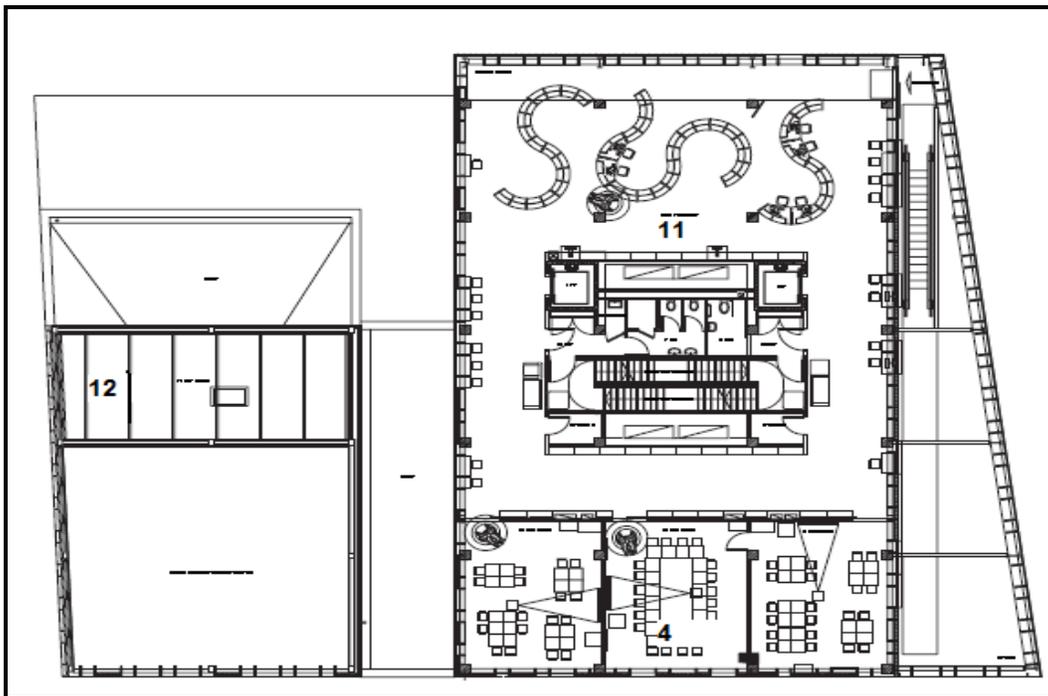


Abbildung 12: 2. Obergeschoss (Melvin, 2006, S. 128 Nummerierung in Anlehnung an Stadelmann, 2006, S. 20).

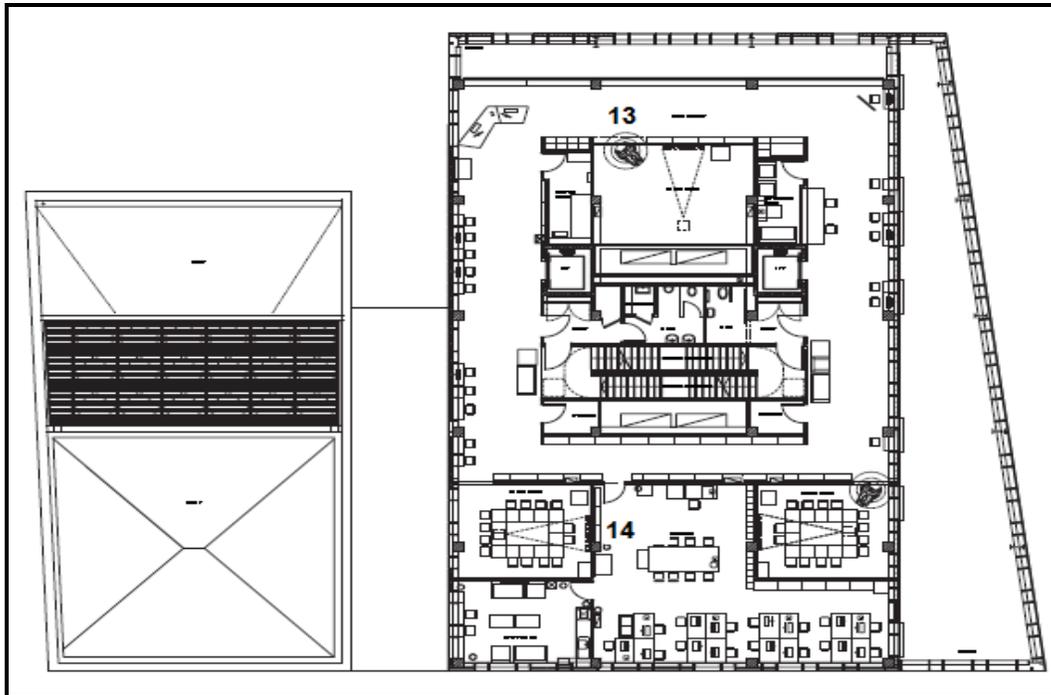


Abbildung 13: 3. Obergeschoss (Melvin, 2006, S. 128 Nummerierung in Anlehnung an Stadelmann, 2006, S. 20).

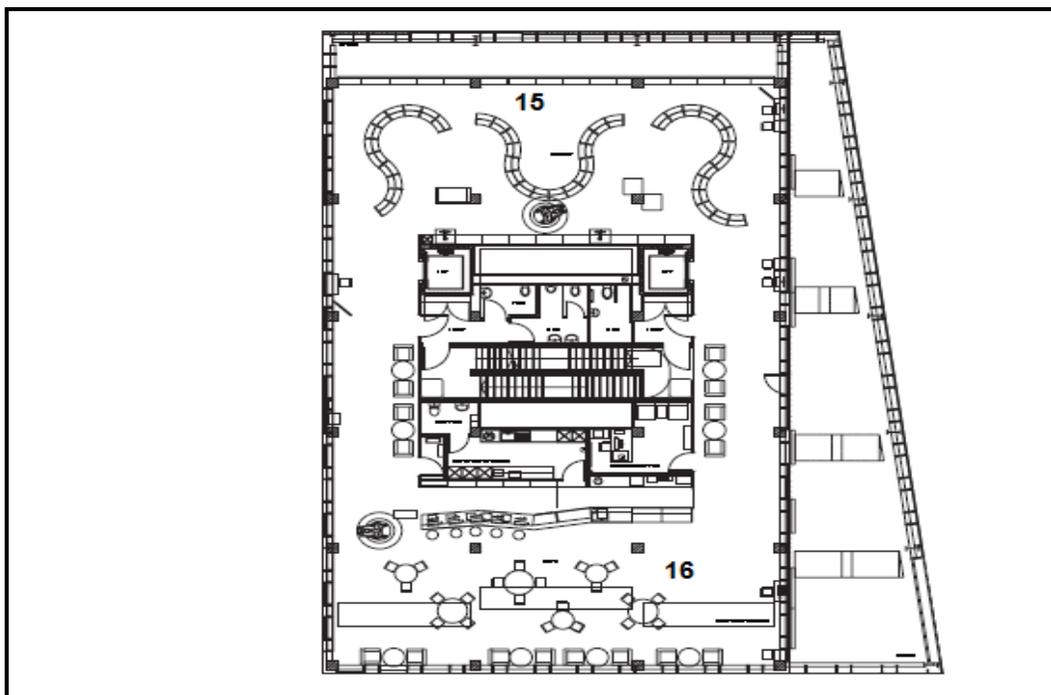


Abbildung 14: 4. Obergeschoss (Melvin, 2006, S. 128 Nummerierung in Anlehnung an Stadelmann, 2006, S. 20).



Abbildung 15: Die Marktstrasse führt direkt zum Idea Store Whitechapel



Abbildung 16: Eingang mit schwarzer Schiebetür



Abbildung 17: Ausleihschalter im Erdgeschoss



Abbildung 18: Selbstverbuchungsanlage



Abbildung 19: Jugendbibliothek mit DVD Regal



Abbildung 20: Learning Lab 1



Abbildung 21: Eingang zum Learning Lab 2



Abbildung 22: Eingang zur Kinderbibliothek



Abbildung 23: Niedrige, „schlangenförmige“ Regale in der Kinderbibliothek



Abbildung 24: Kinderspielecke und Bücherkisten



Abbildung 25: Internetbereich bzw. Surfing Space

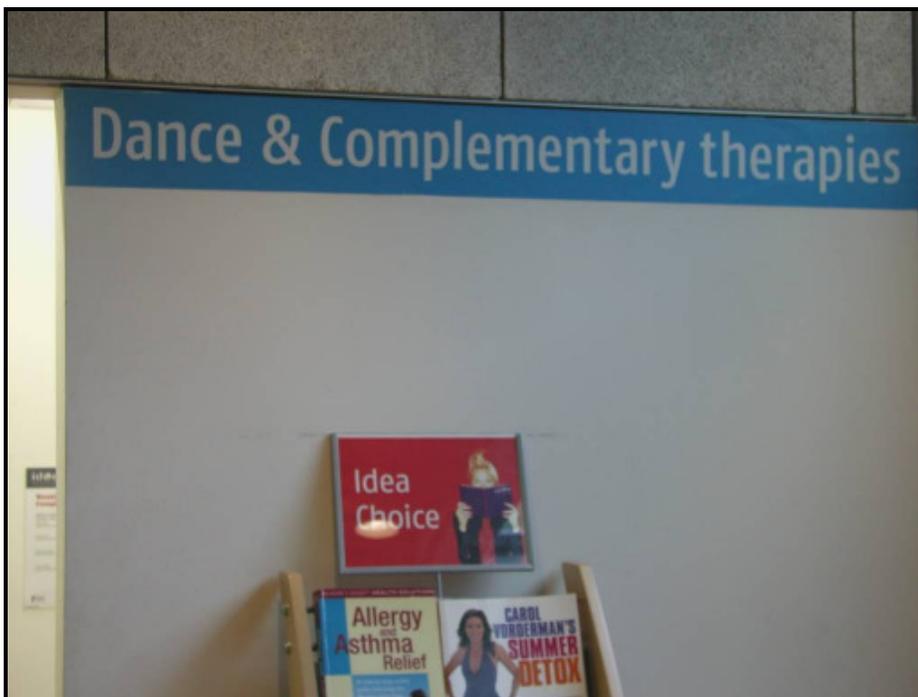


Abbildung 26: Eingang zum Tanzstudio und zum Schulungsraum für Kompletärtherapie



Abbildung 27: Regal mit fremdsprachiger Literatur



Abbildung 28: Computerarbeitsplatz zwischen den Regalen



Abbildung 29: Sitzgelegenheiten zwischen den Regalen



Abbildung 30: Café mit Blick auf die Londoner City



Abbildung 31: Angebot der Getränke und Snacks im Café

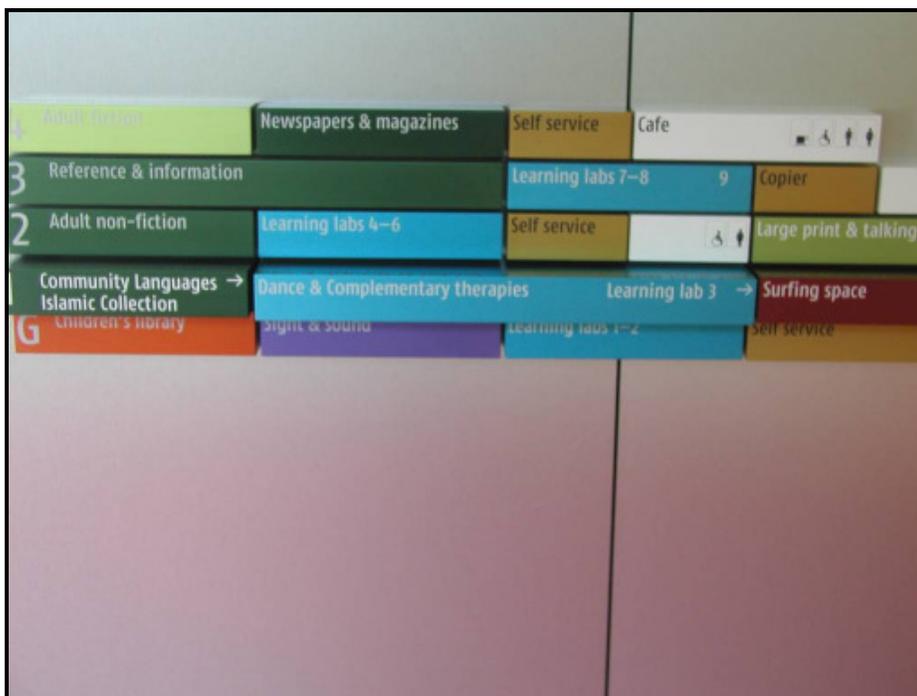


Abbildung 32: Leitsystem



Abbildung 33: Kaffeetasse im Cooperate Design



Abbildung 34: Wegweiser zum Idea Store Chrisp Street



Abbildung 35: Idea Store Crisp Street

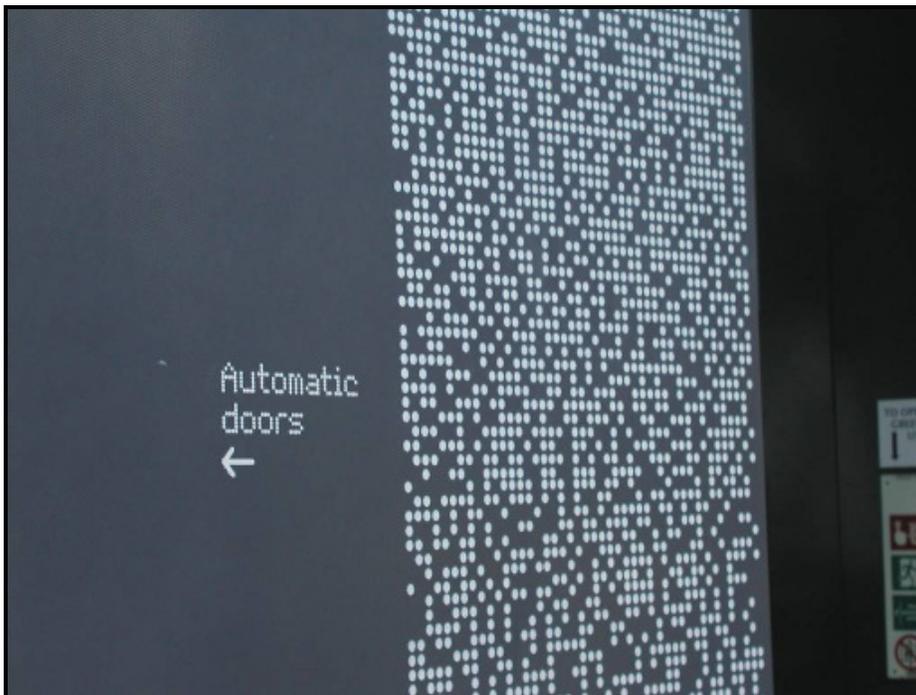


Abbildung 36: Tür am Eingang des Idea Stores Crisp Street



Abbildung 37: Rolltreppe die in den ersten Stock führt



Abbildung 38: Blick in die „Surfing Space“



Abbildung 39: Der Bibliotheksbereich



Abbildung 40: Präsentation der CDs



Abbildung 41: Sitzplatz in einer Fensternische



Abbildung 42: „Ovalförmiges“ Möbel in der Kinderbibliothek



Abbildung 43: Liftwand als Werbefläche



Abbildung 44: Standorte und voraussichtliche Standorte der Idea Stores (Abidin, 2006, S. 9).

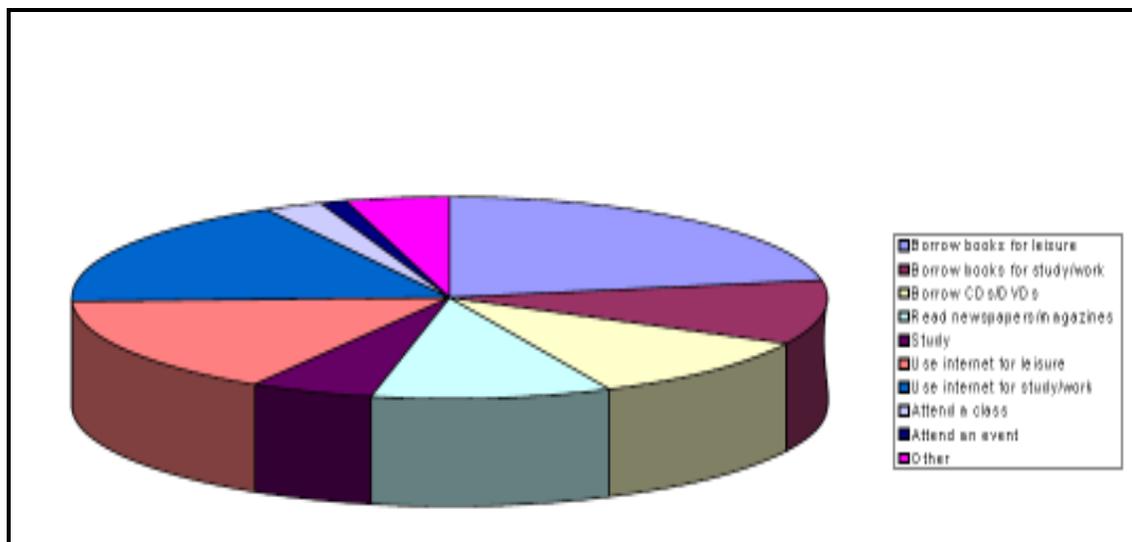


Abbildung 45: Reasons for visiting the Idea Stores (Hartley, 2005, S. 65).

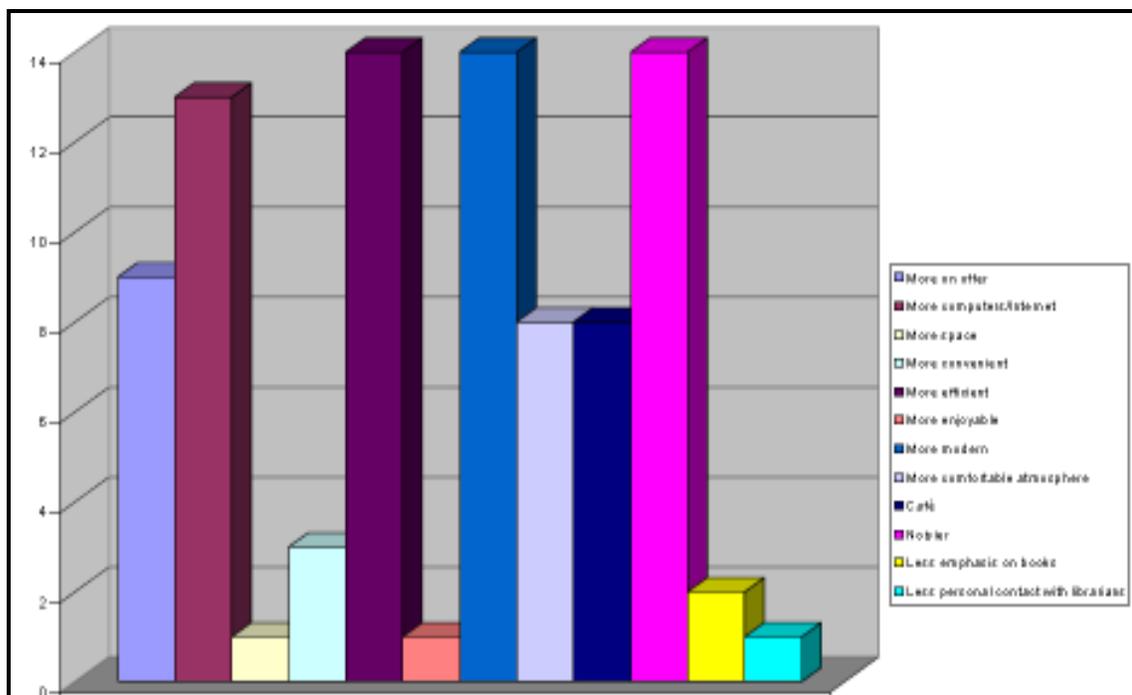


Abbildung 46: Differences between the Idea Stores and traditional libraries (Hartley, 2005, S. 66).

Ergebnisse der Idea Stores Benutzerumfrage

1. Please tell us what you think of this library?

	Opening hours					no. of cases
	Very Good	Good	Adequate	Poor	Very Poor	
Idea Store Whitechapel	53.40%	36.70%	7.90%	0.90%	1.10%	466
Idea Store Chrisp Street	56.50%	37.30%	4.10%	2.10%		434
Idea Store Bow	58.20%	36.30%	5.10%	0.20%	0.20%	433
Idea Store Canary Wharf	52.00%	43.00%	4.80%	0.20%		440
	Attractiveness of library outside					no. of cases
	Very Good	Good	Adequate	Poor	Very Poor	
Idea Store Whitechapel	43.00%	36.30%	15.60%	4.10%	1.10%	463
Idea Store Chrisp Street	44.30%	37.00%	14.80%	3.50%	0.50%	427
Idea Store Bow	24.20%	42.10%	27.30%	5.00%	1.40%	418
Idea Store Canary Wharf	53.60%	36.60%	9.30%	0.50%		440
	Attractiveness of library inside					no. of cases
	Very Good	Good	Adequate	Poor	Very Poor	
Idea Store Whitechapel	43.70%	42.40%	11.20%	1.90%	0.90%	465
Idea Store Chrisp Street	42.30%	42.70%	11.50%	2.80%	0.70%	426
Idea Store Bow	42.30%	45.50%	10.80%	0.90%	0.50%	426
Idea Store Canary Wharf	54.60%	39.30%	5.20%	0.90%		443
	Staff helpfulness					no. of cases
	Very Good	Good	Adequate	Poor	Very Poor	
Idea Store Whitechapel	42.70%	41.80%	12.00%	3.10%	0.40%	457
Idea Store Chrisp Street	54.90%	35.40%	7.70%	1.40%	0.50%	426
Idea Store Bow	54.80%	35.40%	7.50%	1.90%	0.50%	427
Idea Store Canary Wharf	57.60%	35.10%	6.80%	0.50%		441

2. Did you come to this library today intending to borrow books?

	Yes	No	no. of cases
Idea Store Whitechapel	39.80%	60.20%	475
Idea Store Chrisp Street	39.60%	60.40%	434
Idea Store Bow	36.80%	63.20%	437
Idea Store Canary Wharf	37.10%	62.90%	450

3. Did you actually borrow books today?

	Yes	No	no. of cases
Idea Store Whitechapel	68.50%	31.50%	184
Idea Store Chrisp Street	67.30%	32.70%	165
Idea Store Bow	67.90%	32.10%	156
Idea Store Canary Wharf	71.80%	28.20%	163
Filtered by those who answered Yes at Question 2			

4. What do you think of the choice of the books in this library?

	Choice of books					no. of cases
	Very Good	Good	Adequate	Poor	Very Poor	
Idea Store Whitechapel	26.00%	41.50%	21.80%	8.70%	2.00%	458
Idea Store Chrisp Street	23.50%	45.00%	22.70%	7.60%	1.20%	409
Idea Store Bow	22.20%	41.80%	27.70%	6.90%	1.40%	419
Idea Store Canary Wharf	26.60%	41.80%	24.00%	6.90%	0.70%	433

5. Did you intend to use a computer during your visit to this library today?

	Yes	No	no. of cases
Idea Store Whitechapel	50.00%	50.00%	474
Idea Store Chrisp Street	53.80%	46.20%	433
Idea Store Bow	43.60%	56.40%	436
Idea Store Canary Wharf	55.90%	44.10%	444

6. Did you come to the library today to find something out?

	Yes	No	no. of cases
Idea Store Whitechapel	45.40%	54.60%	465
Idea Store Chrisp Street	46.20%	53.80%	431
Idea Store Bow	40.90%	59.10%	430
Idea Store Canary Wharf	40.80%	59.20%	422

7. If you came to this library today to find something out, did you succeed?

	Yes	In part	No	no. of cases
Idea Store Whitechapel	53.80%	36.10%	10.10%	208
Idea Store Chrisp Street	66.00%	26.80%	7.20%	194
Idea Store Bow	72.00%	22.90%	5.10%	175
Idea Store Canary Wharf	76.20%	19.60%	4.20%	168

Filtered by those who answered Yes at Question 6

8. If you asked for help in finding something out today, what did you think of the staff assistance?

	Very Good	Good	Adequate	Poor	Very Poor	no. of cases
Idea Store Whitechapel	43.40%	41.50%	11.30%	2.70%	1.10%	364
Idea Store Chrisp Street	52.90%	38.50%	8.30%	0.30%		348
Idea Store Bow	50.80%	38.20%	9.60%	0.30%	1.00%	301
Idea Store Canary Wharf	51.90%	37.50%	9.90%	0.40%	0.40%	283

9. Taking everything into account, what do you think of this library?

	Very Good	Good	Adequate	Poor	Very Poor	no. of cases
Idea Store Whitechapel	41.00%	44.80%	12.10%	1.70%	0.40%	473
Idea Store Chrisp Street	48.30%	41.90%	9.10%	0.70%		439
Idea Store Bow	44.30%	46.40%	8.40%	0.70%	0.20%	440
Idea Store Canary Wharf	50.10%	45.30%	3.90%	0.70%		459

Bibliotheksnetz der PBZ gemäss Masterplan

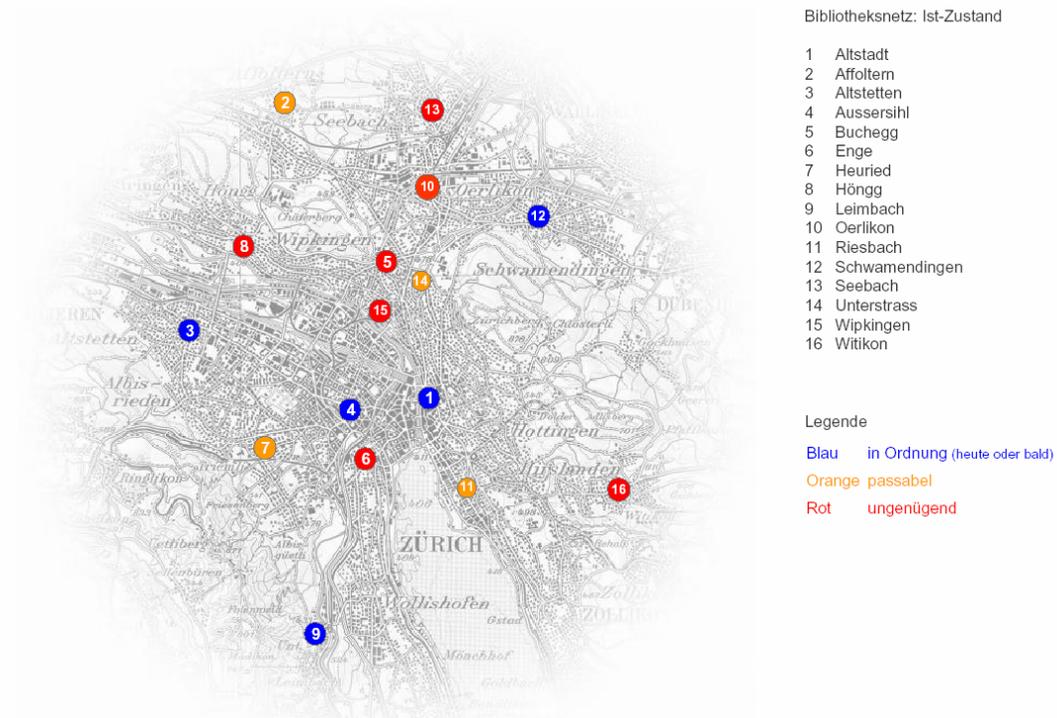


Abbildung 47: Bibliotheksnetz der PBZ gemäss Masterplan, Ist-Zustand (Relly, 2006, S. 13 f.).

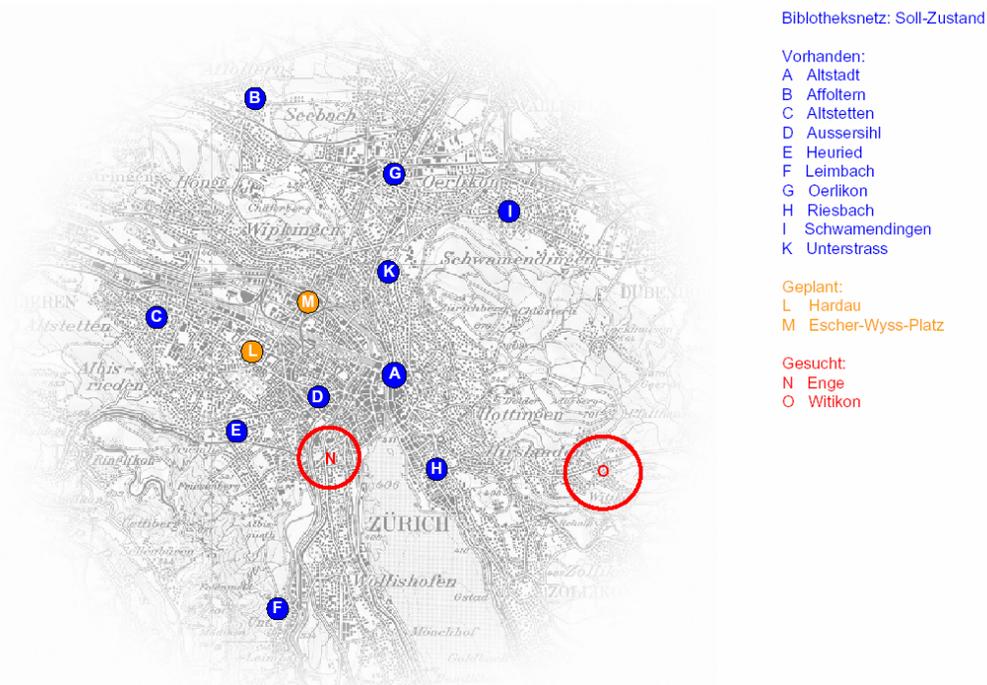


Abbildung 48: Bibliotheksnetz der PBZ gemäss Masterplan, Soll-Zustand (Relly, 2006, S. 13 f.).

Bisher erschienene Schriften

Ergebnisse von Forschungsprojekten erscheinen jeweils in Form von Arbeitsberichten in Reihen.
Sonstige Publikationen erscheinen in Form von alleinstehenden Schriften.

Derzeit gibt es in den Churer Schriften zur Informationswissenschaft folgende Reihen:
Reihe Berufsmarktforschung

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 1
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 1:
Josef Herget
Thomas Seeger
Zum Stand der Berufsmarktforschung in der Informationswissenschaft
in deutschsprachigen Ländern
Chur, 2007 (im Druck)
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 2
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 2:
Josef Herget
Norbert Lang
Berufsmarktforschung in Archiv, Bibliothek, Dokumentation
und in der Informationswirtschaft: Methodisches Konzept
Chur, 2007 (im Druck)
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 3
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 3:
Josef Herget
Norbert Lang
Gegenwärtige und zukünftige Arbeitsfelder für Informationsspezialisten
in privatwirtschaftlichen Unternehmen und öffentlich-rechtlichen Institutionen
Chur, 2004
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 4
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Sonja Hierl
Die Eignung des Einsatzes von Topic Maps für e-Learning
Vorgehensmodell und Konzeption einer e-Learning-Einheit unter Verwendung von Topic Maps
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 5
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Nina Braschler
Realisierungsmöglichkeiten einer Zertifizierungsstelle für digitale Zertifikate in der Schweiz
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 6
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 4:
Ivo Macek
Urs Naegeli
Postgraduiertenausbildung in der Informationswissenschaft in der Schweiz:
Konzept – Evaluation – Perspektiven
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 7
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Caroline Ruosch
Die Fraktale Bibliothek:
Diskussion und Umsetzung des Konzepts in der deutschsprachigen Schweiz.
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 8
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Esther Bättig
Information Literacy an Hochschulen
Entwicklungen in den USA, in Deutschland und der Schweiz
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 9
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Franziska Höfliger
Konzept zur Schaffung einer Integrationsbibliothek in der Pestalozzi-Bibliothek Zürich
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 10
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Myriam Kamphues
Geoinformationen der Schweiz im Internet:
Beurteilung von Benutzeroberflächen und Abfrageoptionen für Endnutzer
Chur, 2006
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 11
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Luigi Ciullo
Stand von Records Management in der chemisch-pharmazeutischen Branche
Chur, 2006
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 12
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Martin Braschler, Josef Herget, Joachim Pfister, Peter Schäuble, Markus Steinbach, Jürg Stuker
Evaluation der Suchfunktion von Schweizer Unternehmens-Websites
Chur, 2006
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 13
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Adina Lieske
Bibliotheksspezifische Marketingstrategien zur Gewinnung von Nutzergruppen:
Die Winterthurer Bibliotheken
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 14
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Christina Bieber, Josef Herget
Stand der Digitalisierung im Museumsbereich in der Schweiz
Internationale Referenzprojekte und Handlungsempfehlungen
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 15
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Sabina Löhner
Kataloganreicherung in Hochschulbibliotheken
State of the Art Überblick und Aussichten für die Schweiz
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 16
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Heidi Stieger
Fachblogs von und für BibliothekarInnen – Nutzen, Tendenzen
Mit Fokus auf den deutschsprachigen Raum
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 17
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Nadja Kehl
Aggregation und visuelle Aufbereitung von Unternehmensstrategien
mithilfe von Recherche-Codes
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 18
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Rafaela Pichler
Annäherung an die Bildsprache – Ontologien als Hilfsmittel für Bilderschliessung
und Bildrecherche in Kunstbilddatenbanken
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 19
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Jürgen Büchel
Identifikation von Marktnischen – Die Eignung verschiedener Informationsquellen
zur Auffindung von Marktnischen
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 20
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Andreas Eisenring
Trends im Bereich der Bibliothekssoftware
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 21
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Lilian Brändli
Gesucht – gefunden? Optimierung der Informationssuche von Studierenden
in wissenschaftlichen Bibliotheken
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 22
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Beatrice Bürgi
Open Access an Schweizer Hochschulen – Ein praxisorientierter Massnahmenkatalog für
Hochschulbibliotheken zur Planung und Errichtung von Institutional Repositories
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 23

Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl

Darja Dimitrijewitsch, Cécile Schneeberger

Optimierung der Usability des Webauftritts

der Stadt- und Universitätsbibliothek Bern

Chur, 2007

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 24

Herausgegeben von Nadja Böller, Josef Herget und Sonja Hierl

Brigitte Brüderlin

Stakeholder-Beziehungen als Basis einer Angebotsoptimierung

Chur, 2008

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 25

Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann

Jonas Rebmann

Web 2.0 im Tourismus, Soziale Webanwendungen im Bereich der Destinationen

Chur, 2008

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 26

Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann

Isabelle Walther

Idea Stores, ein erfolgreiches Bibliothekskonzept aus England – auch für die Schweiz?

Chur, 2008

ISSN 1660-945



Über die Informationswissenschaft der HTW Chur

Die Informationswissenschaft ist in der Schweiz noch ein junger Lehr- und Forschungsbereich. International weist diese Disziplin aber vor allem im anglo-amerikanischen Bereich eine jahrzehntelange Tradition auf. Die klassischen Bezeichnungen dort sind Information Science, Library Science oder Information Studies. Die Grundfragestellung der Informationswissenschaft liegt in der Betrachtung der Rolle und des Umgangs mit Information in allen ihren Ausprägungen und Medien sowohl in Wirtschaft und Gesellschaft. Die Informationswissenschaft wird in Chur integriert betrachtet.

Diese Sicht umfasst die Teildisziplinen Bibliothekswissenschaft, Archivwissenschaft und Dokumentationswissenschaft. Auch neue Entwicklungen im Bereich Medienwirtschaft und Informationsmanagement werden gezielt aufgegriffen und im Lehr- und Forschungsprogramm berücksichtigt.

Der Studiengang Informationswissenschaft wird seit 1998 als Vollzeitstudiengang in Chur angeboten und seit 2002 als Teilzeit-Studiengang in Zürich. Künftig wird ein berufsbegleitender Masterstudiengang das Lehrangebot abrunden.

Der Arbeitsbereich Informationswissenschaft vereint Cluster von Forschungs-, Entwicklungs- und Dienstleistungspotentialen in unterschiedlichen Kompetenzzentren:

- Information Management & Competitive Intelligence
- Records Management
- Library Consulting
- Information Laboratory

Diese Kompetenzzentren werden im **Swiss Institute for Information Research** zusammengefasst.

IMPRESSUM

Verlag & Anschrift

Swiss Institute for Information Research

HTW - Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences
Ringstrasse 37
CH-7000 Chur

www.informationswissenschaft.ch

www.fh-htwchur.ch

ISSN 1660-945X

Institutsleitung

Prof. Dr. Hans-Dieter Zimmermann

Telefon: +41 81 286 24 61

Email: hans-dieter.zimmermann@fh-htwchur.ch

Sekretariat

Telefon : +41 81 286 24 24

Fax : +41 81 286 24 00

Email: clarita.decurtins@fh-htwchur.ch
