

Editorial 8-2014

Ausgabe 8/2014

31. Oktober 2014 | Autor: [Rafael Ball](#) |

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

nach den jüngsten Schätzungen eines aktuellen Artikels in der Open Access Zeitschrift „Plosone“ sind mehr als 100 Millionen englischsprachiger wissenschaftlicher Dokumente frei im Internet verfügbar. Fast 90% davon sollen über Google Scholar auffindbar sein. (Khabisa, Madian; Giles, C. Lee: “The Number of Scholarly Documents on the Public Web”; in: PLoS ONE, 2014, 9,5). Darüber hinaus existieren noch ungezählte frei verfügbare wissenschaftliche Artikel in vielen anderen Sprachen.

Allein diese wenigen Zahlen sollten Bibliothekare nachdenklich machen. Wo ist die Position der Bibliotheken bei dieser Menge an frei verfügbaren und gut erschlossenen Dokumenten? Was bleibt übrig an Dienstleistungen für den ehemaligen Monopolisten?

Wie gut sind Bibliotheken heute wirklich? Kommt ihr Service bei den Kunden an und wird er vor allem wertgeschätzt und als Bereicherung empfunden? Erfüllen Bibliotheken denn Kundenwünsche oder entwickeln sie ihre Dienstleistungen am Bedarf vorbei? Wie werden die Angebote von den Kunden wahrgenommen? Ist die Bibliothek noch der Ort, an dem Information entdeckt wird? Oder ist dieses alte Monopol auch längst verloren?

Wir beantworten in diesem Heft einige dieser wichtigen Fragen und machen mit den Ergebnissen Mut, die Kunden stärker in den Fokus zu rücken. Denn – so der Tenor der von uns ausgewerteten Studien – die Bibliothek wird von Wissenschaftlern und Studierenden gleichermaßen geschätzt und genutzt (Bomhold, Catharine: “Mobile services at academic libraries: meeting the users’ needs?”; in: Library Hi Tech, 2014, Vol. 32, No. 2, 336-345 und: Creaser, Claire; Spezi, Valérie: “Improving perceptions of value to teaching and research staff: The next challenge for academic libraries”; in: Journal of Librarianship and Information Science, 2014, Vol. 46, No. 3, 191-206). Zwar in unterschiedlicher Form, aber die Bibliothek ist nicht raus aus dem großen Spiel um Information und Dokumente. Häufig nur – und das ist die wiederholte und bittere Erfahrung vieler Kolleginnen und Kollegen – sind die Dienstleistungen und Angebote noch immer unzureichend bekannt und oft auch zu wenig beworben. Das hängt sicherlich auch damit zusammen, dass Bibliothekarinnen und Bibliothekare noch zu sehr auf innere Werte setzen und professionelles Marketing und Werbung für Bibliotheksleistungen nicht für angebracht halten. Aber wie die Studien zeigen: Klappern gehört auch zum (bibliothekarischen) Handwerk, und wer nicht wahrgenommen wird, kann seine Leistungen auch nicht an Mann und Frau bringen. Und das ist schade, denn Bibliotheken und ihre Dienste werden auch in Zeiten von Open Access und Google Scholar dringend gebraucht.

Herzlich

Ihr Rafael Ball



Portrait Rafael Ball