

# Sachmedien in der Praxis

Bedeutung, Probleme, Vorhaben,  
Vorgangsweisen

**Autor:** Franz Pascher



Foto: Regine Hendrich

▶ Ein ausgebauter Bestand an Sachmedien macht Öffentliche Bibliotheken zu attraktiven Informationszentren.

angeboten werden und Anleitungen zu der Vielzahl von Hobbies zur Verfügung stehen. In vollem Umfang können diese Aufgaben nur große Universalbibliotheken mit einem hohen Anteil an Sachmedien leisten. Aber auch kleine und mittlere Büchereien können solide Informations-Dienste anbieten, indem sie sich an den speziellen Bedürfnissen ihrer Benutzergruppen orientieren.

Internetzugang sollte heutzutage aber jede Bücherei anbieten.

Das ermöglicht auch den BenutzerInnen kleiner Büchereien mit geringen Nachschlagebeständen unter kundiger Anleitung den Zugang zu weltweiten und aktuellen Informationen.

## Informations- und Bildungszentrum Öffentliche Bücherei

Im „Leitbild Öffentlicher Bibliotheken Österreichs“ ist die Bedeutung Öffentlicher Büchereien als Informationszentren für ihre BenutzerInnen festgeschrieben. Öffentliche Büchereien sollen den Zugang zu allen benötigten aktuellen Informationen bereitstellen und Hilfestellungen zu selbständiger Weiterbildung anbieten. Dazu ist ein ausgebauter Bestand an Sachmedien erforderlich, ebenso Internetzugang für ihre BenutzerInnen und die Hilfe von BibliothekarInnen, welche in der Internetrecherche erfahren sind.

Im Idealfall sollten einführende Nachschlagewerke und Sachmedien zu allen Wissensgebieten in der Öffentlichen Bücherei vorhanden sein. Es sollten Hilfen zu allen Problemen des Alltags

## Sachmedien in der Praxis

Angesichts der Vielfalt der Wissensgebiete und der begrenzten finanziellen und räumlichen Möglichkeiten Öffentlicher Büchereien bleibt ein universelles Angebot an Sachmedien leider in den meisten Fällen ein Wunschtraum. Außerdem überfordert eine umfassende fachgerechte Auswahl an Sachmedien die Möglichkeiten einzelner BibliothekarInnen – Universalgenies sind selten. Der Ausweg besteht darin, bei der Bearbeitung von Sachgruppen, die nicht der Vorbildung und den Interessen der BibliothekarInnen entsprechen, externe Hilfen zu nutzen und sich bewusst an den

Interessen der vorhandenen Benutzergruppen zu orientieren. Diese können z. B. durch Benutzergespräche, Fragebogenaktionen, Wunsch- und Beschwerdehefte und Testangebote ermittelt werden.

Das ist möglich, weil Sachmedien teilweise ganz bestimmte Benutzergruppen ansprechen. Auch in kleineren Büchereien mit einem hohen Anteil an Kindern und Frauen werden z. B. Biographien, Ratgeberliteratur zu Familie, Haushalt, Gesundheit und Freizeit sicher nachgefragt werden. Wer anstrebt, mehr Jugendliche in die Bücherei zu holen, könnte es z. B. mit Medien zu Lifestyle, Sport oder Musik-CDs und DVDs versuchen. Gegen den Männermangel bieten sich z. B. Technik, Motor, EDV und Medien zu geschlechtsabhängigen Hobbies von der Modelleisenbahn bis zur Jagd an. Dabei ist auch die Überlegung nützlich, welche Vereine im Einzugsbereich aktiv sind, weil dort Interessenten zu Sachbereichen organisiert sind und Absprachen und gemeinsame Aktionen möglich sind. In die Medienauswahl können dann auch Vertreter der Zielgruppen mit ihrem Spezialwissen einbezogen werden.

Zum Testen, ob neue Sachbereiche Anklang finden, eignen sich besonders Sachzeitschriften, sie sind aktuell, attraktiv und erschwinglich.

## Motive zur Beschäftigung mit Sachmedien

Handlungsbedarf ergibt sich bei Sachmedien regelmäßig schon deshalb, weil viele von ihnen rasch veralten (z. B. im Bereich Technik, EDV, Verkehr, Reiseführer ...). Sichten, Ausscheiden und Ersetzen gehört im Sachmedienbereich also zum laufenden Geschäft. Ebenso wird man sich bemühen, sachliche Lücken zu erkennen und zu schließen und neue Benutzerwünsche zu erfüllen.

Zusätzlich zu der laufenden Bestandspflege sollten Projekte entwickelt werden, wie der Sachmedienbereich der Bücherei weiter ausgebaut werden könnte, welche Sachbereiche zusätzlich von Interesse wären, mit welchen Sachmedienbereichen besondere Zielgruppen besser erreicht werden könnten, welche bei den vorhandenen BenutzerInnen noch unterrepräsentiert sind.

## Praktische Vorgangsweisen

### Projekt planen

Wenn der Beschluss gefasst ist, Veränderungen im Sachmedienbereich anzugehen, sollten die Ziele des Vorhabens im Team genau abgegrenzt werden. Zufällige Ankäufe verbessern beim Sachbuchangebot nur wenig.

Für das Projekt sollte ein kleines Team gebildet werden, in das auch mit dem Sachgebiet vertraute Interessenten der Zielgruppe geholt werden können. Die Bildung eines kleinen Teams ist deshalb wichtig, weil dabei verschiedene Vorkenntnisse, Sichtweisen und Schwerpunktsetzungen der Team-Mitglieder in das Vorhaben einfließen. Dieses Team sollte Methoden und Vorgangsweisen festlegen und die Aufgaben untereinander nach Neigungen und Vorkenntnissen aufteilen.

Bei der Festlegung der Projektziele ist Augenmaß wichtig: Das Thema sollte überschaubar festgelegt werden (also z. B. Astronomie, nicht gleich: Naturwissenschaft) und muss sich nach den vorhandenen Ressourcen (Budget, Stellplatz, Arbeitskapazität) richten. Auch sollte genau definiert werden, welche Ziele und Zielgruppen mit dem Projekt erreicht werden sollen, nur so ist der Erfolg dann im Nachhinein überprüfbar.

### Informationen sammeln

Zunächst sollte sich das Team einen Überblick über Teilbereiche des angestrebten Sachgebietes erarbeiten. Bei einem Brainstorming des Teams sollten Interessen, Teilbereiche und Schwerpunkte des Vorhabens in Stichworten notiert werden.

Einführende Handbücher zum gewählten Wissensgebiet können einen Überblick über den Umfang, über Probleme und Teilbereiche geben. Auch die große Österreichische Systematik (ÖSÖB'04) ist dazu sehr hilfreich. Fachzeitschriften sollten durchgesehen werden: Sie können bei der Feststellung helfen, welche Probleme und Teilgebiete im Moment in Diskussion und damit besonders aktuell sind.

Im Zuge dieser Materialsammlung sollten inhaltliche Schlagworte notiert werden, nach denen dann weiter recherchiert werden kann. Es sollte dabei zunächst nicht nach Einzeltiteln gesucht werden, sondern ermittelt werden, welche Verlage auf Medien für das gesuchte Sachgebiet spezialisiert sind und welchen Themen von den Verlagen in ihrer Produktion als aktuell angesehen werden. Von den ermittelten Verlagen können dann Verlagsverzeichnisse angefordert werden, die bereits detaillierte Informationen zu den angebotenen Titeln enthalten, wobei natürlich beachtet werden muss, dass es sich um Werbetexte handelt.

Hilfreich wäre z. B. auch der Besuch einer Fachbuchhandlung – allerdings ist zu bedenken, dass eine Buchhandlung ihrerseits bereits eine Vorauswahl treffen muss und aus wirtschaftlichen Gründen nur das bereithalten kann, was voraussichtlich nachgefragt wird. Bei Sachmedien bieten deshalb nur sehr große oder spezialisierte Buchhandlungen ein ausreichendes Angebot – aber auch gut geführte kleinere Buchhandlungen verfügen möglicherweise über interessante Informationsmittel (Verlagsprospekte,

Buchhandelszeitschriften etc.) und Know-how bei der Recherche nach Sachmedien.

Die bibliothekarischen Rezensionszeitschriften haben meist ihren Schwerpunkt in der Belletristik und den Geisteswissenschaften und helfen bei gezielter Suche nach Sachmedien leider nicht viel weiter. Die Ausnahmen sind dabei die Informationsdienste der Einkaufszentrale Reutlingen (<http://www.ekz.de/2140.html>), auch in der Form der Zeitschrift „Besprechungen und Annotationen“, aber die können sich wieder nur große Büchereien leisten.

Die wichtigsten, allgemein zugänglichen Informationsquellen zur Sachbuchrecherche finden sich eindeutig im Internet:

#### Aus dem Bereich des Buchhandels z. B.:

- ▶ Das „Verzeichnis lieferbarer Bücher“ (VLB): [www.buchhandel.de](http://www.buchhandel.de) enthält alle lieferbaren Titel des deutschsprachigen Buchhandels.
- ▶ Das „Börsenblatt des deutschen Buchhandels“ ist eine vierzehntägig erscheinende Fachzeitschrift, in der Verlage ihre Neuerscheinungen bewerben. Sie ist über Internet zugänglich ([www.boersenblatt.net](http://www.boersenblatt.net)) und enthält auch Sachbuch-Bestenlisten.
- ▶ Der Hauptverband des Österreichischen Buchhandels gibt die Monatszeitschrift „Anzeiger“ heraus, wo ebenfalls Neuerscheinungen beworben werden. Über die Homepage [www.buecher.at](http://www.buecher.at) des Hauptverbandes ist auch das VLB zugänglich.
- ▶ Der Katalog des deutschen Medien-Großhändlers Koch, Neff und Volckmar (KNV) bietet einen umfassenden Überblick zum Medienangebot mit vielen Zusatzinformationen, auch Annotationen zu den angebotenen Büchern und enthält zusätzlich Fachzeitschriften, Hörbücher und audiovisuelle Medien: [www.buchkatalog.de](http://www.buchkatalog.de)
- ▶ Große Internetbuchhandlungen bieten eine Fülle von Informationen zu Sachmedien, z. B.: Amazon: [www.amazon.de](http://www.amazon.de), Deutsches Fachbuch: [www.deutschesfachbuch.de](http://www.deutschesfachbuch.de), Libri: [www.libri.de](http://www.libri.de).

#### Aus dem Bereich Öffentlicher Büchereien:

- ▶ Die Rezensionsdatenbank des ÖBW ([www.rezensionen.at](http://www.rezensionen.at)) enthält auch Sachbuchrezensionen, auf der Homepage des ÖBW finden sich Ankaufstipps: [www.biblio.at](http://www.biblio.at).
- ▶ Ein Geheimtipp für größere Büchereien: Die Büchereien Wien haben ein spezialisiertes Sachbuchlektorat, das für die Zweigstellen der Büchereien Wien so genannte Auswahllisten erzeugt. Im Jahr erscheinen 20 solcher Listen, die je ca. 170 Titel umfas-

sen. Insgesamt werden im Jahr in diesen Listen also über 3 000 Medien aus allen Sachgebieten aus bibliothekarischer Sicht besprochen.

Diese Listen sind über den OPAC der Büchereien Wien auf folgende Weise zugänglich: [www.buechereien.wien.at](http://www.buechereien.wien.at), dort den Online-Katalog wählen, in dem Katalog die „Profisuche“ aufrufen. Die Auswahllisten sind dort über die Systematik recherchierbar und zwar unter der Systematikgruppe „I“. Geben Sie „I“ ein und klicken dann auf den daneben stehenden Button A–Z. Die fünfte Liste des Jahres 2007 findet sich unter: „I-07/05“, analog die anderen Listen. Diese Listen enthalten übrigens auch Belletristik bzw. Kinder- und Jugendbücher, eine Vorauswahl nach Systematikgruppen ist leider nicht möglich.

▶ Einzelne Lektorate der Büchereien Wien geben auch Newsletter zu den Neuankäufen heraus, die jeder beziehen kann. Behandelt werden derzeit:

- ▶ Literatur & Sprache,
- ▶ Geschichte, Freizeit & Reisen,
- ▶ Philosophie & Religion Gesellschaft, Recht & Politik Medizin, Psychologie & Pädagogik, Kunst, Film & Musik,
- ▶ Kinder,
- ▶ Wirtschaft, Naturwissenschaft & Technik.

Anmeldung über [www.buechereien.wien.at](http://www.buechereien.wien.at), links oben „Newsletter“ anwählen und das Interessengebiet markieren.

▶ Das Büchereiservice des ÖGB bietet ebenfalls Zugang zum VLB und Ratschläge zum Buchankauf: [www.buecherei.at](http://www.buecherei.at).

#### Bestand sichten

Mit den gesammelten Informationen sollte dann der Bestand der eigenen Bücherei verglichen werden, um Lücken festzustellen, die Schwerpunktsetzungen zu überprüfen, die Medienartverteilung zu überdenken und festzustellen, ob die vorhandenen Medien noch aktuell sind oder ausgedient und ersetzt werden müssen.

#### Ankaufsstrategie festlegen

Der so ermittelte Bedarf ist mit den vorhandenen Möglichkeiten abzugleichen. Eventuell muss das Vorhaben geteilt werden. Die anfallenden Verwaltungsarbeiten beim Ankauf und der Einarbeitung müssen ebenfalls überlegt und organisiert werden.

Wenn ein neues Sachgebiet aufgebaut werden soll, sollten grundsätzliche Auswahlkriterien für Sachmedien angewendet werden:

- ▶ Gefragt sind im Hinblick auf die Zielgruppen nicht Fachbücher, sondern populäre, durch Illustrationen etc. gut erschlossene allgemeinverständliche Werke.
- ▶ Einführende Werke und systematische Darstellungen eines Sachgebietes sollten vor Spezialgebieten angeschafft werden.

- ▶ Die Bedeutung des Neuen im Hinblick auf den vorhandenen Bestand muss bedacht werden (füllt es Lücken, bringt es zusätzliche Informationen etc.).
- ▶ Es sollte überlegt werden, ob es für die Medien bereits eine Zielgruppe gibt, die angesprochen werden könnte oder ob neue Zielgruppen gewonnen werden müssen.
- ▶ Die laufende Beobachtung des Umsatzes bei Sachmediengruppen kann Hinweise geben, ob in dem betreffenden Sachgebiet zusätzliche Anschaffungen erforderlich sind.

### Präsentation der Neuzugänge

Das Resultat der vielen Arbeit, die in den Ausbau von Sachmedien gesteckt worden ist, sollte den BenutzerInnen der Bücherei unbedingt entsprechend vermittelt werden. Im Hinblick auf die geplanten Zielgruppen ist also eine Werbestrategie zu entwickeln.

- ▶ Die Neuzugänge sollten in der Bücherei besonders präsentiert werden.
- ▶ Veranstaltungen bieten sich an, mit Fachreferenten und einer Ausstellung der neu erworbenen Medien.
- ▶ Wenn entsprechende Möglichkeiten bestehen, sollte über lokale Medien die Bestandserweiterung beworben werden.

### Erfolg überprüfen

Am Ende sind die Fragen zu klären: Haben wir unser angepeiltes Ziel erreicht? Haben sich die Entlehnungen in der ausgebauten Sachgruppe verbessert? Haben wir neue BenutzerInnen aus der angepeilten Zielgruppe gewonnen? Wie sind die Rückmeldungen der BenutzerInnen im Gespräch?

Anschließend sollte eine Bilanz der gesamten Aktion die Fragen beantworten: Was haben wir erreicht? Was ist schief gegangen und warum? Wie können wir es bei der nächsten Gelegenheit besser machen?

Und dann beginnt alles von vorne: Im Sachmedienbereich einer Öffentlichen Bücherei gibt es immer Veränderungsbedarf – also heißt es: Zurück an den Start!



▶ **Dr. Franz Pascher** leitete in den Jahren 1976–1998 die Wiener Städtischen Büchereien. 1982–2004 war er Vorsitzender des Büchereiverbandes Österreichs, seit 2004 ist er Ehrenvorsitzender des BVÖ.

leichte Installation und Bedienbarkeit • extrem praxisorientiert • preisgünstige

qualitativ hochwertige Software

effiziente Zusatzmodule

Ein "Mehr" an Innovation, Leistung und Service  
ist bei LITTERA Tradition ...

Seit 15 Jahren der seriöse, zuverlässige Partner für Bibliotheken!

**Software mit Zukunft -  
für Bibliotheken mit Zukunft!**

... ebenso das Bestreben,  
Gutes durch Besseres zu ersetzen!

[www.littera.eu](http://www.littera.eu)

TYRO-COMPUTER GmbH  
Am Achensee 61, A-6212 Maurach  
Tel. +43(0)5243-4300, Fax: DW 18  
Mail: office@tyro.at

LITTERA GmbH EDV für Bibliotheken  
Dachauer Straße 37, D-80335 München  
Tel. zum Ortstarif deutschlandweit: 0180-1890000  
Mail: office@littera.info

tausende LITTERA-Installationen • Betreuung durch kompetente Mitarbeiter

Anschaffung und Wartung • moderne Internet-Bibliothek