

Bestandsmanagement

Sichtung –
Begutachtung
– Auswahl

Hilfsmittel zur
Buchmarktsichtung

Autor: Jürgen Seefeldt

Unter „Bestandsmanagement in Bibliotheken“ versteht man heute die Formulierung und praktische Ausgestaltung individueller Ziele und Kriterien, nach denen der örtliche Bestandsaufbau zur Bereitstellung von Büchern und anderen Medien erfolgen soll.

In Wissenschaftlichen Bibliotheken erfolgt dies mit Hilfe von Erwerbungsprofilen, in Öffentlichen Bibliotheken wird das jeweils zu erarbeitende „Bestandskonzept“ verwendet. Grundlage zur Erstellung solcher Konzepte und Profile sind gut durchdachte Bestands- und Nutzungsanalysen. Im Sinne des strategischen Marketings dient das Profil der Bibliothek der Zielorientierung im Bestandsmanagement, ähnlich wie das Leitbild die gesamte Organisation steuert. Zusätzlich beinhaltet die Bestandspolitik aber auch Kriterien zur Auswahl von LieferantInnen, zum effektiven Einsatz von Erwerbungsmiteln und zum Einsatz des Personals. Dazu kann u. a. das Outsourcing, also die Auslagerung bestimmter Dienstleistungen an Fremdfirmen, gehören.

Das Bestandskonzept einer Öffentlichen Bibliothek umfasst die festgelegten Grundsätze für den gezielten Bestandsaufbau. Es gibt Auskunft über die grundsätzliche Zusammensetzung und den Nutzungszweck des Bestandes. Dazu gehören z. B. die Definition der Zielgruppen und Schwerpunkte, ferner Überlegungen der Anteile der unterschiedlichen Medien- und Sachgruppen. Ziel eines Bestandskonzeptes ist eine deutliche Profilierung und damit Positionierung der jeweiligen Bibliothek innerhalb der Stadt bzw. Gemeinde. Es sollte sich orientieren an den kommunalen und politischen Vorgaben des Trägers (falls vorhanden), dem eigenen bibliothekspolitischen Ziel (unbedingt erforderlich) und den realen KundInnenwünschen (Bedarfsorientierung). Mit Hilfe einer „Umfeldanalyse“, d. h. mit Hilfe von statistischen Erhebungen der Kommune über wichtige Strukturdaten des Einzugsgebiets, kann u. a. das bisherige KundInnenprofil festgestellt und mittels einer

Fragebogenaktion neben den gemachten Beobachtungen die Zufriedenheit und Wünsche der KundInnen ermittelt werden.

Planmäßige Bestandsauswahl

Sichtung – Begutachtung – Auswahl – so lauten seit jeher drei der klassischen bibliothekarischen Tätigkeiten beim Bestandsaufbau. Bestandsaufbau, d. h. die sinnvolle Ausgestaltung des Buch- und Medienbestandes, gehört zu den elementaren Aufgaben von BibliothekarInnen. Jede für die Kaufentscheidung verantwortliche Person muss dabei möglichst planmäßig, zielgerichtet und kritisch vorgehen und ganz verschiedenartige wissenschaftliche, bibliothekspolitische, ökonomische, weltanschauliche und bedarfsorientierte Gesichtspunkte berücksichtigen.

Die Beschaffungspolitik Öffentlicher Bibliotheken hat sich in den letzten Jahren spürbar verändert. Neue digitale Produkte kamen hinzu, hier speziell CD-ROM- und DVD-Produkte in Form von Filmen, Hörbüchern, Spielen oder Datenbanken, von denen eine Vielzahl auch im Internet online zugänglich ist bzw. erworben werden kann. Einige zentrale Dienstleister bieten zudem für viele Sachbereiche und Literaturgruppen konfektionierte „Standing Order“-Angebote an und entlasten damit – positiv gesehen – die Sichtungs- und Bestellarbeit in den Bibliotheken selbst. Bestandsaufbau in seiner klassischen Form wird dennoch in absehbarer Zeit nicht aus dem bibliothekarischen Wortschatz verschwinden, wie manche befürchten. Die Verantwortung über das Was und Wie der Neuzugänge bleibt beim jeweiligen Lektor, der anhand der zahlreichen publizierten Hilfsmittel seine Kaufentscheidung zu treffen hat: Die Hilfsmittel verzeichnen, was der Buch- und Medienmarkt an Neuerscheinungen anbietet, sie vermelden erste oberflächliche oder schon tiefer gehende Inhalte oder geben bereits kritisch-kommentierend Auskunft über neu erschienene Titel.

Auf dem Markt sind derzeit drei Gruppen publizierter Hilfsmittel zu finden, die entweder nur verzeichnenden Charakter haben, mit werbemäßig aufgezogenen, verlagseigenen Inhaltsangaben versehen sind oder kritisch-kommentierende Auswahlhilfe in Form von Kurz-Begutachtungen bieten. Sie alle sollten – in jeweils unterschiedlicher Gewichtung – zum Bestandsaufbau herangezogen werden. Die Erfahrung zeigt, dass die Benutzung eines einzelnen Hilfsmittels nicht ausreicht, um den gestiegenen Bedürfnissen der BenutzerInnen und den Dienstleistungen Öffentlicher Bibliotheken gerecht zu werden.

Die LektorInnen in den Öffentlichen Bibliotheken sind aufgefordert, für alle Informationen aus dem gesamten Medienmarkt aufgeschlossen zu sein. Die berufliche Vorstellung, stets das Ohr am Puls des kulturellen Zeitgeschehens zu haben, mag sich vielleicht überzogen anhören, dennoch bleibt diese Notwendigkeit für die berufliche Praxis von hoher Relevanz: Will der Literaturbeschaffer in der Bibliothek einen aktuellen und umfassenden Bestandsaufbau betreiben, gehört eine ständige Marktbeobachtung zur Selbstverständlichkeit. Anhand der Flut der Neuerscheinungen, durch das Ineinandergreifen der Medienproduktion im Kultur-, Unterhaltungs- und Informationsbereich, werden die LektorInnen geradezu gezwungen, die BibliotheksbenutzerInnen so rasch und aktuell wie möglich mit neuen Büchern und Medien zu versorgen.

Bibliothekarische Hilfsmittel

Der ekz-Lektoratsdienst als Teil der von DBV, BIB und ekz organisierten Lektoratskooperation (LK) mit seinen Quoten und Auswahlkriterien prägt bis heute das Bestandsprofil der meisten kommunalen Öffentlichen Bibliotheken. Die Belletristik für Erwachsene, Kinder und Jugendliche begutachten rund 250 RezensentInnen, die Sachliteratur und AV-Medien bewerten etwa 70 LK-LektorInnen aus ca. 50 Groß- und Mittelstadtbibliotheken.

Bibliothekarische Hilfsmittel, gemeint sind die o. g. Lektorats- oder Informationsdienste, zählen zu den kritisch-begutachtenden Instrumenten. Im Hinblick auf Kosten und Nutzen und unter Berücksichtigung der trotz der Inhaltskurze akzeptablen Qualität bieten sie für viele Öffentliche Bibliotheken ein insgesamt gutes Instrument zum Bestandsaufbau. Die nach Umfang, Erscheinungshäufigkeit, Trägermedium und Preis unterschiedlichen ekz-Informationendienste haben als Basis den sog. „Begutachtungstext“. Der ca. zwölf- bis 15-zeilige Rezensionstext umfasst z. B. für die Schöne Literatur in der Regel zu 2/5 eine komprimierte Inhaltsangabe, zu 2/5 eine kritische Begutachtung und zu 1/5 eine Empfehlung über Zielgruppe und Verwendungsmöglichkeit (Biblio-

theksgröße) eines Titels. Seit einigen Jahren sind auf der Webseite der ekz für KundInnen die meisten der bisher konventionell vorhandenen Dienste und Informationen unter den Rubriken „Medienservices“ und „Mediashop“ auch online verfügbar. Für die kleineren Bibliotheken liegt seit 2007 mit „Bib-Tipp“ eine preisgünstige, halbjährliche Empfehlungsliste in Zeitschriftenform mit rund 1 500 Neuerscheinungen vor. Auch die vom Österreichischen Bibliothekswerk herausgegebenen „bn.Bibliotheksnachrichten“, die viermal jährlich erscheinen, bieten umfassende Hintergrundberichte wie auch kürzere Rezensionen; ebenso wie die „Neuen Wiener Bücherbriefe“, die regelmäßig erscheinende Rezensionszeitschrift der Wiener Büchereien. Für den Bereich der Kinder- und Jugendliteratur bietet v. a. das Magazin „1000 und 1 Buch“ neben einer Menge Kurzrezensionen ausgiebige Kritiken.

Buchhändlerische Hilfsmittel

Die zweite Gruppe der Hilfsmittel wird vom Buchhandel oder buchhandelsnahen Institutionen erstellt, d.h. von Buch- und Medien-Verlagen.

Zu unterscheiden sind dabei

- a) reine Verkaufs- und Werbematerialien der Verlage und des Buchhandels und
- b) verzeichnende, im eigentlichen Sinn bibliographische, aussagenneutrale Materialien der Buchhändler-Vereinigung, des Börsenvereins.

Die Hilfsmittel der Gruppe a), meist Broschüren, Verlagsprospekte und Buchmarkt-Zeitschriften liefern bereits vor Erscheinen eines Titels Hinweise über Art und Inhalt. Dem Aktualitätsvorsprung steht jedoch das Fehlen jeglicher kritischer Anmerkungen gegenüber. Die Neuerscheinungslisten und Heftanzeigen preisen ihr Buchprodukt mit überzeichneten Attributen wie jede andere Ware an. Fast jeder renommierte Verlag bringt regelmäßig seine Frühjahrs- und Herbstnovitäten als Werbebroschüre auf den Markt. Bibliotheken können die Prospekte oder Werbezeitschriften entweder direkt vom Verlag beziehen oder melden ihr Interesse beim ortsansässigen Buchhändler an.

Auf drei wichtige Zeitschriften soll hingewiesen werden:

- ▶ „Börsenblatt des deutschen Buchhandels“, hrsg. vom Börsenverein, Frankfurt/Main: wöchentlich erscheinende Fachzeit-

schrift mit Meldungen neuer Titel und Informationen über den Buchmarkt; jeweils zur Frankfurter Buchmesse erscheinen umfangreiche Sondernummern;

- ▶ „Buchreport“, hrsg. vom Harenberg-Verlag (Dortmund): Buchmarkt-Fachzeitschrift mit Ankündigungen über Neuerscheinungen, Hintergrundinformationen, Meldung von Bestseller-Listen u. a. Jeweils im Frühjahr und Herbst erscheinen Sonderausgaben, die eine Vielzahl der kartonierten Neuerscheinungen in einem Verlagsalphabet mit Inhaltsangaben und Titelblatt-Abbildungen verzeichnen;
- ▶ „Anzeiger“, hrsg. vom Hauptverband des Österreichischen Buchhandels: das Magazin der österreichischen Buchbranche erscheint monatlich und liefert Buchbesprechungen, Hintergrundberichte und Artikel zu aktuellen Themen des Buchmarktes.

Bei den verzeichnenden bibliographischen Hilfsmitteln der Gruppe b) sind folgende von Bedeutung: Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB) und Barsortimentskatalog KNO als Gesamtverzeichnisse der im Bereich des deutschen Buchhandels erhältlichen Bücher pro Jahr (drei bis vier Bände plus ein Band mit Frühjahrsergänzungen). Alle Hilfsmittel sind im Abonnement käuflich zu erwerben, lediglich die normalen Verlagsprospekte sind kostenlos erhältlich.

Medien- und Pressehilfsmittel

Die dritte Gruppe rundet die Palette der Hilfsmittel zur Buchmarktsichtung ab. Die Information über Neuerscheinungen geschieht meist als Print-Form, aber auch in Form von Nachrichten, Features, Diskussionssendungen und Magazinen im Rundfunk, Fernsehen und Internet. Zu den Sichtung-Hilfsmitteln im Bereich von Presse, Rundfunk und Fernsehen gehören z. B. Feuilleton-Beiträge in Tages- und Wochenzeitungen, Beiträge in Unterhaltungszeitschriften, Magazinen, Szene-, Stadt- und Kulturzeitschriften, Kulturmagazine im Fernsehen, Hörfunk-Diskussionen über neue Bücher, Musiksendungen über neue CDs etc., Bestsellerlisten in Zeitungen und Magazinen. Im Hörfunk gibt es eine Reihe von interessanten Literatursendungen, die leider darunter leiden, dass sie eher von Insidern gehört und als flüchtiges Medium immer nur kurz wahrgenommen werden; ihr Nutzen für die Bibliothekspraxis ist zudem eingeschränkt, da nur sehr schwer an schriftliche Materialien heranzukommen ist. Auf Anfrage ist bei den Sendern die Abonnie- rung von Redaktionstexten per Fax oder E-Mail möglich.

Internet-Buchhandlungen

Mit dem rasanten Aufkommen der Online-Buchhandlungen im Internet, wie z.B. AMAZON, BOL, buecher.de und inzwischen über 1 000 anderen Anbietern, hat die Möglichkeit zur aktuellen Information stark zugenommen. Online-Buchhandlungen geben Informationen zu Preisen, Aufmachung und Inhalt sowie Verfügbarkeit. Vorzugsweise positive, zum Kauf animierende Verlagsinformationen, ähnlich die der Waschzettel, werden ins Netz gestellt. Neben inhaltsbezogenen Texten sind fast immer die Cover abgebildet. Da diese Informationen recht frühzeitig, manchmal noch vor Erscheinen der Bücher vorliegen, kann man sich hier schnell einen Überblick über die lieferbaren Titel eines bestimmten Autors/einer Autorin verschaffen. Neben den üblichen bibliographischen Daten bieten viele der Internetbuchhandlungen auch persönliche Meinungen von LeserInnen sowie von BuchhändlerInnen an, letztere in der Regel mit durchweg positiven Aussagen, da die Bücher natürlich verkauft werden sollen.

Online-Buchhandlungen sind heute ein wichtiger und umfassender Datenpool zur Sichtung des nationalen und internationalen Buch- und Medienmarktes. Mit ihrer zunehmenden Professionalisierung und Erweiterung, etwa durch brauchbarere Rezensionen und bibliothekskonformere Zusatzleistungen, könnten sie über kurz oder lang gedruckte Informationshilfsmittel in den Hintergrund drängen; es sei denn, es werden Publikations- und Vertriebsmedien entwickelt, die irgendwo zwischen „Print on demand“ und E-Book-Varianten angesiedelt zur Marktreife kommen.

Bei allem gilt nach wie vor: Jede Bibliothek muss selbst prüfen, welche Beschaffungen sie vornimmt. In der Frage der Beschaffungswege muss sie prüfen, welche für sie Einklang mit den Haushaltsvorschriften der Kommunen, Länder oder kirchlichen Träger rechtlich möglich und verwaltungstechnisch am meisten praktikabel und effizient sind.



▶ **Jürgen Seefeldt** ist Dipl.-Bibliothekar und seit 1975 in Öffentliche Bibliotheken, seit 1991 im Bereich der Fachstellenarbeit leitend tätig (heute Standortleiter im Landesbibliothekszen- trum Rheinland-Pfalz, Büchereistelle Koblenz), hat verschiedene Lehraufträge und ist Autor bibliothekarischer Fachbücher.