

Nathalie Oettli

# Das Ausstellungskonzept der Bibliothek PH Zürich

Die Entwicklung des Ausstellungskonzeptes unter dem Einfluss von Marketing und E-Medien

**Die Pädagogische Hochschule Zürich (PHZH) ist eine der führenden Ausbildungsstätten für Lehrpersonen in der Schweiz. Ihre Bibliothek bietet mit ihren Angeboten wichtige Arbeitsressourcen für Mitarbeitende und Studierende der PHZH.**

Welche Ausstellungen unterstützen die Bibliothek PHZH in ihrem Auftrag? Mit dieser Frage wurde 2016 das Ausstellungskonzept der Bibliothek überarbeitet. Bereits 2014 erfuhr das Konzept eine Änderung aufgrund einer internen Restrukturierung. Bis dato wurden Ausstellungen zu aktuellen Themen mit Büchern innerhalb der Bibliothek aufgestellt. Die Medien in diesen Ausstellungen wurden so rege ausgeliehen, dass der Bewirtschaftungsaufwand groß war. Im Endeffekt war es jedoch ein bloßes Verlagern der Medien aus den entsprechenden thematischen Regalen in die Ausstellung. Wenn ein Thema nicht ausgestellt worden war, so wurden Medien zum gegebenen Zeitpunkt (zum Beispiel Ostern) dennoch genauso intensiv ausgeliehen. Mit der internen Restrukturierung und fachlichen Spezialisierung der Bibliotheksteams wurde nun das Ausstellungskonzept dem Marketingteam zugeordnet. Dieses achtete fortan darauf, im Sinne der Marketingstrategie, mit den Ausstellungen spezifische (zum Beispiel verwaiste oder fachlich neue) Bestände und damit verbundene Dienstleistungen zu bewerben. Rückmeldungen aus dem IKO-Team, welches für die Vermittlung von Informations- und Recherchekompetenz verantwortlich ist, zeigten auf, dass die Benutzer und Benutzerinnen vorwiegend gedruckte Bücher nutzten. Daraufhin wurden vermehrt zusätzliche Medienformate wie CDs, DVDs und Zeitschriften in die Ausstellungen integriert. Eine 2014 durchgeführte Benutzerbefragung hat zudem hervorgebracht, dass die von der Bibliothek lizenzierten E-Books, E-Journals und Datenbanken wenig genutzt werden, weil sie nicht sichtbar waren. Damals waren die E-Books noch nicht im Bibliothekskatalog erschlossen und warteten zudem mit technisch sehr unterschiedlich attraktiver Ausführung und Zugriffsmöglichkeiten auf.

In Folge dessen wurden »normalen« Medienausstellungen E-Books in Form von E-Book-Attrappen hinzugefügt. Zur Erstellung der E-Book-Attrappen wird das Titelbild des E-Books farbig ausgedruckt, mit der Angabe über die entsprechende E-Books-Plattform ergänzt, auf einen Karton geklebt und aufgestellt. Später wurde anstelle der Angabe der E-Books-Plattform ein Quick Response Code (QR-Code) verwendet, welcher die Benutzenden direkt auf das E-Book auf die jeweilige Plattform weiterleitete. Der QR-Code vereinfachte im Falle der Bibliothek PHZH auch die anschließende, unabhängige, statistische Auswertung über die Zugriffe.



E-Books-Attrappenausstellung mit Anleitungen zu einer Anbieterplattform. Fotos und Abbildungen: Nathalie Oettli

## E-Books-Ausstellungen

Schließlich konzentrierte man sich ganz auf reine E-Books-Ausstellungen. Zuerst konzipierte die Bibliothek für die E-Books Ausstellungen, die vor allem die jeweilige Plattform mit ihren Möglichkeiten und ein paar besonders beliebten E-Book-Titeln präsentierten. Dasselbe wurde mit

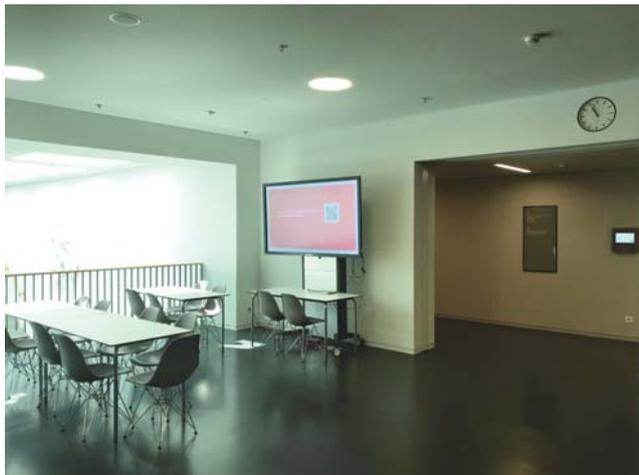
anderen E-Plattformen wie Filmdatenbanken und Datenbanken mit Unterrichtsmaterialien gemacht. Etwa zeitgleich mit der Einspeisung der E-Books in den Bibliothekskatalog entstanden 2016 thematische E-Book-Ausstellungen. Diese boten die Möglichkeit, ohne Betreuung und Ausleihmodalitäten auch außerhalb der Bibliothek aufgestellt zu werden. Vor allem bei den Weiterbildungsabteilungen fanden Ausstellungen vor ihren Veranstaltungsräumen Anklang. In Zusammenarbeit mit ihnen wurden fortan Flyer, Plakate, Stelen, Büchertische und E-Mails mit E-Book-Covern und QR-Codes ausgearbeitet.



QR-Code auf dem Cover der E-Book-Attrappe, welcher zum Volltext des E-Books leitet.

## Bildschirmausstellung von E-Books

2017 kam erstmals ein Großbildschirm (75 Zoll) an einer Veranstaltung zum Einsatz. Auf ihm lief während des ganzen Tages



E-Books werden in der PH Zürich mit Bildschirmausstellungen präsentiert, wie hier im Fachbereich Mathematik.

ununterbrochen eine Powerpoint-Präsentation mit Buchtiteln und QR-Codes. Besonders vor und nach der Veranstaltung erfreute sich der Bildschirm einiger Beliebtheit. In dieser Zeit wurde er auch von einer Fachperson betreut. Dennoch war die Resonanz auf drei Titel, die zusätzlich auf einem Flyer in den Tagungsmappen kommuniziert worden waren, doppelt so groß. Nichtsdestotrotz erlangte der Bildschirm Aufmerksamkeit und kam einige Zeit später vor den Schulungs- und Büroräumen des Fachbereichs Mathematik zu stehen; wieder mit einer stetig laufenden Powerpoint-Präsentation, die E-Books mit QR-Codes anzeigte. Dieses Mal mit E-Books zum Thema Mathematikdidaktik. Die Nutzungsauswertung und Rückmeldungen haben gezeigt, dass gegebenenfalls der Einsatz des soeben erworbenen mobilen Bookshelves<sup>1</sup> sinnvoller wäre. Letzteres wäre zwar kleiner als der Bildschirm, dafür könnte es in die Büroräumlichkeiten der Dozierenden und wissenschaftlichen Mitarbeitenden gestellt werden. Dort könnte während der Kaffeepause spielerisch und in privaterem Rahmen eine thematisch vordefinierte Titelmenge durchstöbert werden.

### Messung von Wirkung der E-Books-Ausstellungen

Zurück zum Ausstellungskonzept: Die Konzentration des Zieles (Zweck) der Ausstellungen auf die Unterstützung der PH-Angehörigen (Zielpublikum) sowie die in der Strategie 2016-2020<sup>2</sup> angestrebte »inspirierende Raumgestaltung« veränderten sich wenig. Mit den E-Ressourcen kamen neue Kommunikationskanäle und Evaluationsmethoden zum Konzept hinzu. Besonders bei der Evaluation zeigte sich, dass nicht nur die Werte der QR-Code-Einlesungen relevant sind sondern auch persönliche Feedbacks und Beobachtungen. Es spielte für die Zielerreichung auch die Wahrnehmung der Ausstellung und des Images der Bibliothek eine Rolle. Hierfür nützlich waren zudem die Like-Möglichkeit und die statistische Auswertung von webbasierten Kommunikationsbeiträgen zur Ausstellung. Wichtig an dieser Stelle ist die Feststellung, die wiederum auch für die anderen Veranstaltungen und Marketingaktivitäten

der Bibliothek gilt: Die persönliche und die Mund-zu-Mund-Werbung erregt bessere Aufmerksamkeit (zumindest bei den PH-Mitarbeitenden) als jegliche andere Werbemaßnahme, die im ressourcenverträglichen Rahmen wäre.

Noch zum QR-Code: Die Beliebtheit des QR-Codes ist unserer Erfahrung nach sehr gering. Eine vergleichende Statistik für die sowohl der QR-Code als auch der TinyURL<sup>3</sup> auf den Ausstellungsobjekten vermerkt wären, gibt es allerdings (noch) nicht. Alternativ wurde bei einer Art virtueller Ausstellung der iBeacon getestet. E-Book-Cover wurden auf einer Webseite zusammengestellt und verlinkt. Den Zugriff auf diese Zusammenstellung erhielt man von einem iBeacon<sup>4</sup> gesendet. Da diese Technologie weniger niederschwellig (aktueller Nutzungsgrad an der PHZH) und sichtbar sowie aufwendiger zum Bereitstellen ist als der QR-Code, kommt sie vorerst in der Bibliothek nicht mehr zum Einsatz.

### Virtuelle und digitale Ausstellungen

Mit Verabschiedung der e-preferred-Strategie wurden die E-Ressourcen noch wichtiger für den Arbeits- und Studienalltag an der PHZH. Nebst den vielen neuen, oben erwähnten Ausstellungsformaten, mit denen die E-Books kommuniziert wurden, drängte sich die Frage nach einer virtuellen Ausstellungsmöglichkeit auf. 2017 fand eine Evaluation von aktuellen Lösungen digitaler, das heißt mittels eines physischen Gerätes präsentierter, und virtueller Ausstellungen und deren technischen Machbarkeiten für die Bibliothek PHZH statt.

Insgesamt 13 Ausstellungsformen – ganz oder teilweise digital/virtuell aufgebaut – wurden hinsichtlich ihres Aufwandes (Aufstellung, Bewirtschaftung), ihres potenziell erreichbaren Publikumsumfangs, ihres Nutzens und ihrer Imagewirkung bewertet. Eine virtuelle oder eine dezentral digital aufgestellte Ausstellung bietet gegenüber einer physischen Ausstellung in der Bibliothek den klaren Vorteil, dass Zielpersonen dort erreicht werden, wo sie sich befinden. Elektronisch kommuniziert, kann eine virtuelle Ausstellung vom Interessenten bequem vom eigenen Arbeitsplatz aus konsultiert werden. Solch eine interne Kommunikation der Medienbestände ist zudem eine erfolgversprechende PR-Maßnahme und trägt somit, wie auch Frauke Schade<sup>5</sup> in ihrem Kapitel »Interne Kommunikation« erwähnt, zur Legitimität der Bibliothek bei.



Der Screenshot zeigt die virtuelle Ausstellung im Intranet der Bibliothek PHZH.

Bei virtuellen Ausstellungen stellen sich die Fragen nach dem WAS (Medienformate, Kontext), WO (physische, digitale, virtuelle Orte, Zugriffsmöglichkeiten), WIE (Features, zum Beispiel Interaktionsmöglichkeiten) und WIE LANGE (temporär, archiviert). Je nachdem stehen an der PH Zürich unterschiedliche Plattformen bereit. Die erste virtuelle Ausstellung fand 2018 im Intranet statt. Sie erhielt ausschließlich positive Rückmeldungen.

### Beispiel einer E-Books-Ausstellung im Intranet

Der Aufbau war sehr einfach, das heißt eine reine Auflistung von verlinkten Titelbildern mit einem einleitenden Text zum Einstieg und zwei weiterführenden Links für Hilfestellungen. Die Ausstellung orientierte sich thematisch an einem aktuell erschienenen Themenheft einer renommierten pädagogischen Zeitschrift, die neuerdings nur noch als E-Journal in der Bibliothek erhältlich ist. Inhaltlich war die Ausstellung dadurch sicherlich relevant für viele wissenschaftliche und dozierende Mitarbeitende. Gleichzeitig war mit dem Auftritt im Intranet bereits gegeben, dass der Besucher auf die lizenzierten E-Ressourcen Zugriff hatte. Die Darstellung im Intranet (sharepoint-basiert) war leider sehr beschränkt, nicht zuletzt wegen des Corporate Designs. Bestrebungen, den Besucher zu animieren, die Ausstellung in irgendeiner Weise zu kommentieren, konnten aus technischen Gründen nicht bei der Ausstellung selbst erfolgen, sondern lediglich auf den angewandten Kommunikationskanälen (Newsfeed im Intranet, persönliche E-Mail). Übrigens musste die ursprünglich präferierte Lösung, die Ausstellung in die bestehende App der Hochschule zu integrieren, aus finanziellen Gründen fallen gelassen werden. Jedoch ist ein virtueller Infoscreen für die Bibliotheksbenutzer:innen im Begriff zu entstehen. Dort könnten Ausstellungen künftig ihren Platz bekommen.

Die statistische Nutzungsauswertung der virtuellen Ausstellung war im Vergleich zu bisherigen Ausstellungen (Bildschirm, E-Book-Attrappen) sehr zufriedenstellend. Qualitatives Feedback wurde nur dort gegeben, wo zuvor eine persönliche E-Mail auf die Ausstellung aufmerksam gemacht hatte. Dies zeigt deutlich, wie wichtig einerseits die gewählten Kommunikationswege, andererseits aber auch die Vernetzung der Bibliothek mit dem Zielpublikum sind. Und bloß, weil die Ausstellung im virtuellen Raum für alle sichtbar und zugreifbar ist, bedeutet das nicht, dass sie effektiv gesehen wird.

### Ausblick

Bei einigen Besuchern hat die Ausstellung erfreulicherweise das Bedürfnis nach mehr solcher Zusammenstellungen von E-Books geweckt – unter anderem in Zusammenhang mit ihren didaktischen Tätigkeitsfeldern. Für das zweite Halbjahr 2018 besteht daher sicherlich Handlungsspielraum, um weitere Plattformen und Inhalte zu testen. Eine Sitzung mit möglichen Katalysatoren (zum Beispiel den Fachreferierenden) ist geplant, wo die

verschiedenen Produkte vorgestellt werden. Darunter sind auch die weiter oben erwähnten Flyer, E-Mails mit E-Titeln oder verlinkte Katalogsuchanfragen für Weiterbildungsteilnehmende und so weiter. Für gesammelte Daten und Entwicklungsideen gibt es denn im Ausstellungskonzept explizit dafür vorgesehene Kapitel, welche spätestens Ende 2018 ausgewertet und verarbeitet werden. Die institutionellen Gegebenheiten und die Auswertung von Aufwand und Ertrag werden aber fürs erste die von Michael Müller wahrgenommene Tendenz der pragmatischen Lösungen (Virtuelle Ausstellungen, Seite 227) weiter bestätigen. Der Aufwand für die Erschaffung zum Beispiel einer virtuellen Bibliothekswelt, in welcher man durch die Fachgebiete schlendern und E-Ressourcen entdecken kann, wäre weder mit der Nutzung noch der technischen Aufmachung (Attraktivität) der E-Ressourcen gerechtfertigt.

### Fazit

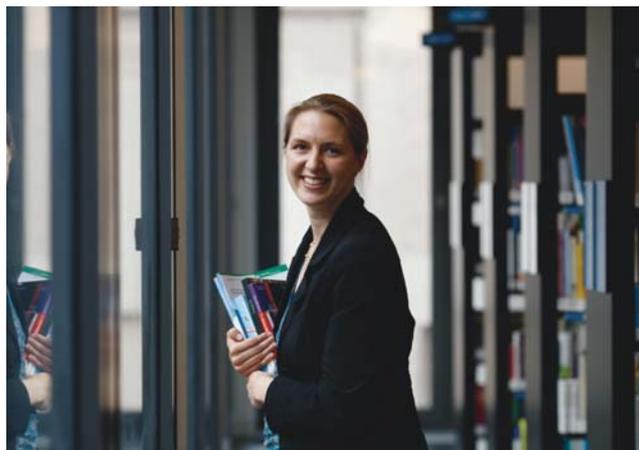
Abschließend ist zu sagen, dass Ausstellungen in den unterschiedlichsten Formen das Potenzial innehaben, sich als zukunfts- und bedarfsorientierte Leistungsangebote zu behaupten, sowohl in Bezug auf die Erhöhung der Sichtbarkeit (Vermarktung) als auch in Bezug auf die Vermittlung von Medienkompetenz. Sie sind zudem Modelle, welche für benutzerorientierte digitale Dienstleistungen weiterentwickelt und personalisiert werden können. Dies wiederum ist ein wichtiger Beitrag zur Legitimierung und nachhaltigen Absicherung der Bibliothek.<sup>6</sup> Von einer Belastung für das Bibliothekspersonal wie Frauke Schade (S. 207) sie in Bezug auf die Veränderungsdynamik erwähnt, ist im Marketingteam der Bibliothek PHZH wenig zu spüren. Mit Elan versucht man dort, neue technische Entwicklungen, natürlich auch außerhalb der bibliothekarischen Welt, möglichst für die (Weiter-)Entwicklung von Dienstleistungen zu adaptieren. In den nächsten Monaten werden aber noch pragmatische Lösungen<sup>7</sup> von virtuellen Ausstellungen, das heißt Darstellung von E-Book-Titelbildern und Verlinkung von E-Ressourcen und wichtigen Informationen, vorherrschen.

Für eine einfachere Kommunikation, ein direktes Feedback und eine benutzerorientierte Ausstellung bietet es sich für die Bibliothek der PH Zürich zudem an, kleinere Ausstellungen für kleinere Zielgruppen (zum Beispiel Fachbereichsgruppen) zu organisieren, welche das Zielpublikum sicherlich ansprechen und physisch (Bildschirm) oder virtuell (Intranet, E-Mail, Lernplattform,...) am besten erreichen. Zudem könnte man eine zusätzliche Software mit mehr Interaktions- und Gestaltungsspielräumen suchen, die sich in die gegebenen Strukturen einbetten ließe. Die Interaktionsmöglichkeit ist für die weitere Entwicklung des Ausstellungsangebotes zentral. Dank der Rückmeldungen zur Ausstellung ist ersichtlich, ob die Dienstleistung wirklich dienlich ist und der Aufwand sich lohnt. Eine Auswertung hierzu wird durch statistische Zahlen über Zugriffe und so weiter, aber vor allem über qualitatives Feedback oder einer Möglichkeit von Likes erst möglich. Vielleicht kristallisieren sich so auch aus der digital affinen Community an der PHZH fachlich differenziertere Interessengruppen heraus,

welche man mit Ausstellungen aber auch neuen Dienstleistungen virtuell bewirtschaften könnte.

Gleichzeitig gibt es wieder »klassische« Medienausstellungen: neu im Eingangsbereich der Bibliothek, viel kleiner, mit Dekorationsartikeln, für das Ambiente. Es begrüßt der Bücherturm bei Semesterbeginn die neuen Studierenden und an Ostern präsentiert das mobile Bookshelf entsprechende Medien. Dies unterstützt die in der Bibliotheksstrategie verankerte Willkommenskultur und den anregenden realen Raum. Die eintretenden Benutzenden freut es.

- 1 Die Bibliothek PHZH hat 2018 zwei sogenannte »Blended Shelves« erworben. (Vgl. Angela Barth Küpper: Hybrid Bookshelf - ein neues Regal. In: Bibliothek aktuell 99(2015), S. 12-18)
- 2 Pädagogische Hochschule Zürich, Bibliothek: Vision und Strategie der Bibliothek PHZH 2016-2020, online abrufbar unter [https://phzh.ch/globalassets/bibliothek.phzh.ch/vision\\_und\\_strategie\\_bibliothek.pdf](https://phzh.ch/globalassets/bibliothek.phzh.ch/vision_und_strategie_bibliothek.pdf) [alle Internetquellen zuletzt abgerufen am 20.8.2018]
- 3 Mithilfe eines Programms kann eine lange (oder schwierige) Webseitenadresse auf eine einfach lesbare URL verkürzt werden.
- 4 <https://developer.apple.com/ibeacon/>
- 5 Frauke Schade: Praxishandbuch digitale Bibliotheksdienstleistungen. Strategie und Technik der Markenkommunikation. Berlin: Walter De Gruyter, 2016.
- 6 Vgl. auch Frauke Schade, S. 203ff.
- 7 Vgl. Trendfeststellung von Michael Müller, S. 227. Michael Müller: Virtuelle Ausstellungen. Überlegungen zur Konzeption eines digitalen Mediums. In: Petra Hauke [Hrsg.]: Praxishandbuch Ausstellungen in Bibliotheken. Berlin: Walter de Gruyter, 2016

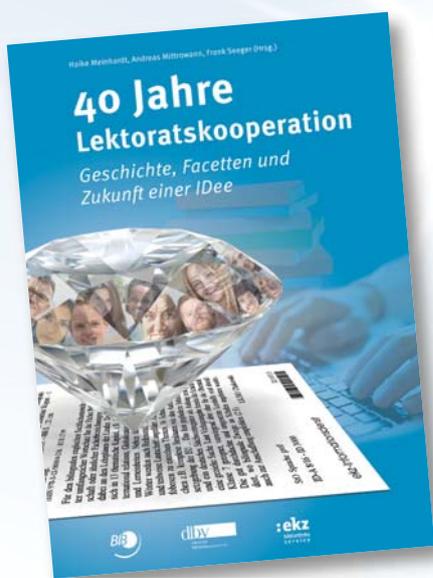


Nathalie Oetli ist beruflich nach ihrer Ausbildung zur Informations- und Dokumentationsspezialistin in Genf in einer der vier Bibliotheken der PHZH gestartet. Im Alter von 26 Jahren übernahm sie die Leitung zweier Mediotheken an der PHZH. Mit der Zusammenführung aller PH-Standorte 2012 und der zeitgleichen Geburt ihres Kindes reduzierte sich ihr Pensum und sie arbeitete fortan in der neuen Bibliothek PH Zürich. Dort kam sie nebst den Ausstellungen bei weiteren Veranstaltungen, Schulungen, Rechercheberatungen und innovativen Projekten zum Einsatz.

ANZEIGE

## Einblick in ein facettenreiches Netzwerk

„40 Jahre Lektoratskooperation“ – der Jubiläumsband



Wie funktioniert eigentlich die Lektoratskooperation genau? Wie ist sie entstanden? Was zeichnet sie aus? Wie kann ich darin mitarbeiten? Antworten darauf gibt die umfangreiche Publikation **„40 Jahre Lektoratskooperation. Geschichte, Facetten und Zukunft einer Idee“**, welche die drei Partner BIB, dbv und ekz 2016 zum Jubiläum dieses einzigartigen Netzwerks herausgegeben haben.

Der reich illustrierte Band enthält neben den Festvorträgen der Professorinnen Haike Meinhardt und Birgit Dankert zahlreiche Texte von Beteiligten. Dieses Buch sollte in keiner Fachbibliothek fehlen!

**40 Jahre Lektoratskooperation: Geschichte, Facetten und Zukunft einer Idee**  
Haike Meinhardt; Andreas Mittrowann; Frank Seeger (Herausgeber). [Reutlingen]: ekz.bibliotheksservice GmbH, 2016. 328 Seiten: Illustrationen und Diagramme. ISBN 978-3-95608-001-2 – Broschiert, 19,90 EUR

Bezug nur über den ekz-Medienshop, ekz-Mediennr. 4855490, <http://bit.ly/2y0Yasq>  
ekz.bibliotheksservice GmbH · [info@ekz.de](mailto:info@ekz.de) · [www.ekz.de](http://www.ekz.de)

