

Dr. Gabriele Blümig
Bibliotheksreferendarin
Universitätsbibliothek Heidelberg
Bluemig@ub.uni-heidelberg.de

Fachaufenthalt an der New York Public Library

10. – 14. Juli 2006

Zusammenfassung

Im Rahmen des praktischen Ausbildungsjahres meines Referendariats an der Universitätsbibliothek Heidelberg verbrachte ich eine Woche an der New York Public Library (<http://www.nypl.org/>). Angeregt durch Best-Practice-Analysen wollte ich mich auf höchstem Niveau in zwei Tätigkeitsfelder einarbeiten, die innerhalb des deutschen Bibliothekswesens im internationalen Vergleich noch Entwicklungsbedarf aufweisen: Fundraising und virtuelle Auskunft. Da ich mich während meiner Projektarbeit an der UB Heidelberg intensiv mit der Vermittlung von Informationskompetenz beschäftigt habe, interessierte ich mich außerdem für das New Yorker Schulungskonzept und dessen Umsetzung in der Praxis.

Bedanken möchte ich mich an dieser Stelle bei B&I International für die großzügige finanzielle Unterstützung und bei Marilen Daum vom Goethe-Institut New York, die mir bei der Kontaktaufnahme sehr behilflich war.

Fundraising an der New York Public Library

Zahlen und Fakten

„Jede, aber wirklich jede Institution in New York – egal ob Bibliothek, Schule, Krankenhaus oder Museum – befindet sich momentan entweder am Anfang, in der Mitte oder am Ende einer großen Fundraising-Kampagne“, so Heather Lubovs lapidare Antwort auf meine Frage nach der Besonderheit von Fundraising an der New York Public Library. Der resolute, etwas schneidende Tonfall fügt sich zunächst nur schwer ein in die altherwürdige Atmosphäre des Stammgebäudes des New Yorker Bibliothekssystems, das direkt an der Fifth Avenue prunkvoll von den steinernen Löwen Patience und Fortitude bewacht wird und eine Touristenanlaufstelle erster Klasse darstellt. Heather Lubov, Mitte Dreißig, einen Ein-Liter-Pappbecher frischgepressten und eisgekühlten Saft auf dem Schreibtisch, ist für einen Großteil der Fundraising-Aktivitäten verantwortlich und verkörpert recht gut, worauf es in ihrer 40 Personen starken Abteilung ankommt: Kreativität, Dynamik und Durchsetzungskraft. Seit dem 11. September 2001, als sich die Wirtschaftskrise deutlich bemerkbar machte und Stadt und Staat drastisch am Geldhahn drehten, hat sich die Konkurrenz zwischen gemeinnützigen Institutionen in und um New York vehement verschärft. Die Bibliothek musste 2005 ca. 40 Prozent des Gesamthaushaltes über Spenden oder Zinserträge abdecken. Während die Stadt und der Staat New York 133,1 Millionen Dollar zur Verfügung stellten, brachte die Bibliothek beeindruckende 91,7 Millionen Dollar selbst auf. Im Vergleich dazu machen sich die Kosten der Fundraising-Abteilung mit 3 Prozent des Gesamtbudgets und 7,4 Millionen Dollar im Jahr eher bescheiden aus.

Geschichtlicher Überblick

Für einige Einrichtungen wie die vier Forschungsbibliotheken mit Präsenzbestand, die die New York Public Library neben ihren 85 Stadtteilbibliotheken unterhält, sind die Zahlen noch eindringlicher: im Jahr 2005 mussten 73,2 Prozent des Budgets (75,8 Millionen Dollar) eigenständig eingeworben werden. Bei den Stadtteilbibliotheken dagegen liegt das Verhältnis umgekehrt: Hier decken Stadt und Staat 86,9 Prozent ab. Dieses Ungleichgewicht in der Finanzierung von Forschungs- und Stadtteilbibliotheken wie auch die insgesamt horrenden Summen an eingeholten Spendengeldern sind – was allen deutschen Fundraisern Hoffnung machen möge – historisch bedingt und erklärbar. Noch um 1900 war die Bibliothekslandschaft New Yorks auf drei Privatbibliotheken beschränkt, die zwar offiziell frei zugänglich waren, aber ihre Bestände – wie die erste Gutenberg-Bibel auf amerikanischem Boden – lieber sorgsam hüteten, als Benutzerwünsche zu erfüllen. Um die finanzielle Zukunft der Bibliotheken zu sichern, beschlossen die Treuhänder, alle drei Bibliotheken in einem Neubau unter dem Namen „The New York Public Library, Astor, Lenox and Tilden Foundation“ zu vereinen. 1911 wurde das prächtige Beaux-Arts-Gebäude mit 75 Regalmeilen in sieben Magazinstockwerken, in denen die Leih Scheine auch heute noch per Rohrpost eintreffen, eingeweiht und privat auf der Basis der Stiftungsgelder geführt. Die geringe finanzielle Beteiligung der öffentlichen Hand stand bereits am Beginn des traditionsreichen Hauses.

Eine 5,2-Millionen-Dollar-Spende von Andrew Carnegie ermöglichte der Stadt New York im Jahr 1901 den Aufbau von mehreren Stadtteilbibliotheken mit großem Ausleihbestand. Da Carnegie seine Spende aber an die Bedingung geknüpft hatte, dass die Stadt für den künftigen Unterhalt der Stadtteilbibliotheken aufkommen müsse, sind diese Bibliotheken, die bereits ab 1901 von der New York Public Library mitverwaltet wurden, auch heute noch staatlich finanziert. Heutzutage besuchen die New York Public Library jährlich mehr als 10 Millionen Menschen, wovon 2,73 Millionen als Benutzer eingetragen sind. Der Bestand wächst wöchentlich um ca. 10.000 Medien und belief sich Ende 2005 auf über 50 Millionen Einheiten (davon ca. 20 Millionen Bücher oder buchähnliche Einheiten), obwohl die NYPL im Gegensatz zur noch umfangreicheren Library of Congress keine Pflichtexemplare erhält. Allein diese beeindruckenden Zahlen mögen auch so manchen potentiellen Geldgeber dazu bewogen haben, seinen Namen im weißen Marmor der Eingangshalle verewigen zu lassen. Eine Million Dollar scheint dafür kaum zu viel.

Fundraising-Programme

Die Fundraising-Aktivitäten der NYPL umfassen mehrere Programme, die sich in drei Großgruppen einteilen lassen: Spenden von Einzelpersonen, Stiftungen und Unternehmen.

Der mit 58,2 Prozent der Spendeneinkommen weitaus größte Erlös wird von Einzelpersonen eingeworben. Im Bereich der Einzelspenden nahmen die sogenannten *major gifts*, d.h. Spenden, die die Millionengrenze überschreiten, mit 24 Millionen Dollar im Jahr 2005 den größten Stellenwert ein. *Major gifts* können besonders dann gut angeworben werden, wenn die Institution gerade eine große Fundraising-Kampagne durchführt und alle verfügbaren Ressourcen und Scharen angesehener Freiwilliger zu ihren Gunsten mobilisiert. Die NYPL begann ihre letzte große *capital campaign* im Jahr 2003. Unter dem Motto „Making noise for the library“ versuchten die Anhänger der Institution 18 Millionen Dollar innerhalb von drei Jahren zu erarbeiten. Nachdem 2005 der Physiker und

Nobelpreisträger Robert W. Wilson mit 25 Millionen Dollar der Bibliothek die bisher größte Spende in der Geschichte des Hauses zukommen ließ, wurde das Ziel mit 40 Millionen Dollar bei weitem überschritten.

Eine andere Möglichkeit, die Bibliothek jährlich mit Spendengeldern zu versorgen, sind die Mitgliederprogramme (*membership programs*). Je nachdem wie viel eine Einzelperson zu geben bereit ist, wird sie in den Kreis der Freunde der Bibliothek (1 bis 1.249 Dollar), der Conservators (1.250 bis 24.999 Dollar), der Young Lions (ab 350 Dollar, wobei die Zugehörigkeit nur bis zum Erreichen des vierzigsten Lebensjahres möglich ist) oder in das President's Council (ab 25.000 Dollar) aufgenommen. An die verschiedenen Mitgliederprogramme ist eine unterschiedliche Form der Kontaktpflege gebunden. Während die Freunde lediglich von einer outgesourcten Firma unpersönliche Anschreiben erhalten, in denen sie jährlich zur Spende aufgefordert zu werden und nur eine kleine Anzahl an Vergünstigungen oder Einladungen zu speziellen Events erhalten, werden die Conservators persönlich angeschrieben. Die Fundraising Abteilung plant ab 2007, alle Spender dieser Kategorie mindestens zweimal jährlich zu besuchen, um auf spezielle Angebote oder neue Entwicklungen hinzuweisen und die Bindung dieser Gruppe an die Bibliothek so noch enger zu gestalten. Um die Fundraising-Mitarbeiter optimal auf diese neue Aufgabe vorzubereiten, finden momentan Fortbildungsveranstaltungen statt, in denen sich die Mitarbeiter durch Rollenspiele und psychologische Schulung auf die angestrebte Face-to-Face-Gesprächssituation einstellen können.

Die Mitglieder im President's Council werden vom Präsidenten der NYPL oder anderen Direktoriumsmitgliedern persönlich betreut und erhalten zusätzlich zu den bisher erwähnten Gratifikationen (kostenpflichtige) Angebote exklusiver Art: Galaabende, Büffets, hochrangige Autorenlesungen, Diskussionsrunden mit Politikern, Nobelpreisträgern oder Künstlern. Familientage mit Kinderprogramm sollen der Bindung an die Bibliothek eine ganz persönliche Note verleihen. Jährlich findet das „Breakfast with Champions“ statt, bei dem sich Mitglieder aus den Bereichen Industrie und Wirtschaft für 1.200 Dollar einen Platz am Tisch mit hochkarätigen Prominenten wie beispielsweise Bill Clinton erkaufen können. Natürlich werden alle Spender im Jahresbericht aufgelistet. Spender der oberen Kategorien erhalten gar eine Danksagung in der New York Times. Ab einer Spende von 1 Millionen Dollar werden die Namen der Geldgeber nicht nur in Stein gemeißelt, sondern auch in besondere Ehrengesellschaften aufgenommen.

Eine andere Möglichkeit der Spende von Einzelpersonen besteht im sogenannten *planned giving*. Falls Spender zunächst keine Möglichkeit sehen, die Bibliothek mit größeren flüssigen Geldspenden zu versehen, können sie die Bibliothek ganz oder teilweise im Nachlass berücksichtigen oder ihre Lebensversicherung oder Rentenauszahlung der Bibliothek überschreiben. Auf diese Weise fließen der NYPL jährlich über 7 Millionen Dollar zu.

Im Vergleich zu den hohen Spendenbeträgen von Einzelpersonen fallen die Einnahmen durch externe Stiftungsgelder eher niedrig aus. 2005 nahm die Bibliothek 9,8 Millionen Dollar ein, die zum Großteil projektgebunden einzusetzen waren. Die Akquisition von Stiftungsgeldern ist, so Lubov, ein vergleichbar einfaches Geschäft, da die Bandbreite der förderungswürdigen Projekte bei den einzelnen Stiftungen sehr eingeschränkt und fest definiert ist.

Wie bei den Einzelspendern sieht die Bibliothek auch bei Unternehmen Mitgliedergruppen je nach Spendenhöhe (ab 1.000 Dollar) vor, die ähnlich wie bei den Einzelmitgliedern gestaffelt sind.

Zusätzlich gibt es spezielle Vergünstigungen für alle Mitarbeiter, Mietangebote exklusiver Räumlichkeiten, eine beschränkte Anzahl von Eintrittskarten für spezielle Veranstaltungen und maßgeschneiderte Gruppenführungen. Der Ertrag aus Unternehmensspenden ist nicht annähernd so üppig wie der aus Einzel- und Stiftungsspenden und lag im Jahr 2005 bei 4,4 Millionen Dollar.

Strategische Überlegungen

Die NYPL bietet potenziellen Finanziers ein weites Spektrum an Spendenmöglichkeiten. Es kommen zwar jährlich neue Angebote hinzu, im Großen und Ganzen bleiben die Programme aber nahezu unverändert. Heather Lubov wie auch die Senior Vizepräsidentin Heike Kordish, die außerdem die geistes- und sozialwissenschaftliche Forschungsbibliothek im Stammhaus leitet, bezweifeln, dass neue Veranstaltungsreihen oder zusätzliche Events die Spendenbereitschaft nachhaltig verbessern könnten. Schließlich bringen jeder weitere Galaabend und jede weitere Autorenlesung einen zusätzlichen Arbeitsaufwand mit sich, so dass eine Verbreiterung des Angebotsspektrums kaum effizient wäre. Für die nächste *capital campaign*, die ab 2008 starten soll, ist deshalb keine mengenmäßige Ausweitung der Angebote und Spendenmöglichkeiten geplant, sondern die erstmalige Spendeneinwerbung auf nationaler Ebene. Im Moment erstellt die Fundraising Abteilung einen Katalog, in dem die besondere Relevanz der NYPL für die ganze USA herausgearbeitet werden soll; in einem zweiten Schritt werden mögliche Geldgeber identifiziert und kontaktiert.

Kontaktaufbau

Neben der äußerst zeitintensiven Pflege der Mitglieder und Spender stellt die Suche nach neuen Spendern und die Kontaktaufnahme den zweiten großen Arbeitsbereich des Fundraisings dar. Zentral ist dabei die biographische Recherche, um detaillierte Informationen zum Finanzstatus, zum Verlauf der bisherigen Spendentätigkeit, zu Vorlieben und Freizeitbeschäftigungen, zu Ehegatten und Kindern zu erhalten. Eine gute Informationsquelle sind Jahresberichte oder Danksagungen anderer gemeinnütziger Einrichtungen, die die Liste all ihrer Spender veröffentlichen. Neben der Suche nach Einzelspendern werden Stiftungen und Unternehmen auf ihre mögliche Spendenbereitschaft überprüft. Ist ein potentieller Spender erst einmal identifiziert, treten die zahlreichen freiwilligen Helfer auf die Bühne des Geschehens. Neben den 40 hauptamtlichen Mitarbeitern der Abteilung setzen sich Präsident, Kuratoriumsmitglieder oder Fördermitglieder wie die Young Lions für die Akquisition neuer Spender ein. Mundpropaganda unter den führenden Persönlichkeiten ist, so Lubov, immer noch die effektivste Variante, neue Mitglieder zu werben. Gehören erst gefragte New Yorker Kreise zu den Unterstützern der Bibliothek, zieht dies auch weitere Interessenten nach sich.

Steuersystem

Hört man von den schwindelerregenden Millionenbeträgen, die die NYPL durch Fundraising einnimmt, könnte man vermuten, dass es sich bei den US-Amerikanern um ein ausgesprochen bibliophiles Volk handelt. Doch hier widerspricht Heather Lubov vehement. Zwar gibt es tatsächlich Spender, die die Bibliothek als besonders kostbar und dringend erhaltenswert ansehen, die breite Masse der Einzelmitglieder spenden jedoch vor allem wegen der immensen steuerrechtlichen Vorteile. Grundsätzlich zieht der amerikanische Staat lieber geringere Steuersummen ein, als sie anschließend

den gemeinnützigen und staatlichen Institutionen zufließen zu lassen. Dahinter ist der amerikanische Traum von Freiheit, Liberalismus und geringen staatlichen Eingriffen deutlich erkennbar. Mein Einwand, dass es doch nachhaltiger sei, die Finanzierung wie z. B. in Deutschland über die staatlichen Kassen erfolgen zu lassen, stieß bei amerikanischen Bibliothekaren auf Unverständnis: Wenn die Institution keine Spendengelder in ausreichendem Maße mobilisieren könne, habe sie das Weiterleben eben nicht verdient.

Selbst wenn auch hierzulande ein Bewusstseinswandel hin zu privaten Geldgebern eintreten sollte, ist Deutschland aus rein steuerrechtlicher Sicht noch nicht reif für weitgreifende Fundraising-Aktivitäten. Allerdings saß einen Monat vor mir eine fünfzehnköpfige Delegation des Finanzministeriums eines großen deutschen Bundeslandes Heather Lubov gegenüber, um tiefere Einblicke in das Gelingen von Fundraising zu erhalten. Dieses Finanzministerium, so Lubov, arbeite derzeit an einem Fundraising-Leitfaden für Museen und Bibliotheken. Die Bemühungen um Spendengelder werden sich demnach auch in Deutschland vervielfachen müssen. Dann werden deutsche Bibliothekare über den großen Teich schielen und mit Patience und Fortitude ganz von vorne beginnen: „Fundraising ist kein Geheimnis,“ so Lubov, „es ist harte Arbeit.“

Virtuelle Auskunft an der New York Public Library

QuestionPoint als Software für den virtuellen, kooperativ vernetzten Auskunftsdienst erfreut sich weltweit wachsender Beliebtheit. So auch in Deutschland. Nach der Zentral- und Landesbibliothek Berlin¹ nahm 2004 ein extra für diese Zwecke gegründetes Bibliothekskonsortium der Rhein-Main-Region aus fünf Bibliothekseinrichtungen unterschiedlichen Typs die digitale Informationsvermittlung auf². QuestionPoint, eine kooperative Entwicklung der Library of Congress und von OCLC, bietet neben der E-Mail- und Chatverwaltung einen Zugriff auf die sogenannte Knowledgebase, in der sowohl auf globaler als auch auf lokaler Ebene Informationen und Fragen/Antworten zur gemeinsamen Nutzung im QuestionPoint-Verbund abgelegt und anschließend bei Bedarf abgerufen werden können.

An der New York Public Library wurde QuestionPoint im Jahr 2002 eingeführt, nachdem das zuvor benutzte E-Mail-Verwaltungsprogramm der steigenden Zahl an Anfragen nicht mehr gewachsen war. Mit der Chat-Funktion wurde eine weitere Funktionalität von QuestionPoint übernommen. Lediglich die Knowledgebase spielt, so die Abteilungsleiterin Harriet Shalat, aufgrund der Größe und Besonderheit der NYPL keine wesentliche Rolle. Sie wird weder häufig konsultiert, noch bemerkenswert bestückt. Die neunköpfige Mannschaft, die gegenüber den steinernen Löwen in der Mid-Manhattan Stadtteilbibliothek untergebracht ist, blickt jedoch auf eine viel längere Tradition zurück als Internet, E-Mail und Chat. Wie die Regalmeter an gedruckten Referenzbänden bezeugen, wurde sie 1968 als Telefonauskunft „Telref“ gegründet und beantwortet auch heute noch zwischen 9 und 18 Uhr Fragen unterschiedlichster Art, egal ob es dabei nun um die Öffnungszeiten der Bibliothek, die Lebensdauer einer Augenbraue oder um die durchschnittliche Schuhgröße des amerikanischen

¹ Siehe dazu: Ulrich, Paul. *Einsatz und Erfahrungen mit QuestionPoint in der Zentral- und Landesbibliothek Berlin*. Bibliotheksdienst 38.1 (2004): 54-60.

http://www.zlb.de/aktivaeten/bd_neu/heftinhalte2005/Infovermittlung021005.pdf

² Siehe dazu: Albrecht, Rita. *Digitale Auskunft im Verbund. Ein Jahr InfoPoint Rhein-Main*. Bibliotheksdienst 39.10 (2005): 1272-1296.

http://www.zlb.de/aktivaeten/bd_neu/heftinhalte2005/Infovermittlung011005.pdf

Mannes geht.³ Die Nachfrage in diesem klassischen Aufgabenbereich hat allerdings im Internetzeitalter stark nachgelassen. Nur im Juni 2006, als über den Auskunftsdienst ein Artikel in der New York Times erschienen war, nahm die Anruferzahl für wenige Tage plötzlich sprunghaft zu. Heute beantworten die Mitarbeiter im Monat ca. 3.500 telefonische Anfragen, während früher weit über 1000 Anrufe pro Tag eingingen. Verantwortlich für die abnehmende Zahl der Anrufe könnte auch ein 24-Stunden-Dienst der Stadt New York sein, der seit 2002 mit mehr als 200 Mitarbeitern unter der Rufnummer 311 zentrale Auskünfte in vielen Sprachen zu New Yorker Einrichtungen, Öffnungszeiten, Events u. a. erteilt.

Die frei werdenden Kapazitäten setzt die Telref-Abteilung vor allem für die Beantwortung der E-Mail-Anfragen ein, die zahlenmäßig etwa ein Drittel der telefonischen Anfragen ausmachen. Obwohl im Jahr 2005 nur etwa 13.500 Fragen per E-Mail eingingen, verwendeten die Mitarbeiter darauf 85 Prozent ihrer Arbeitszeit. Im Gegensatz zur Telefonauskunft, die spätestens nach fünf Minuten das Gespräch erfolgreich beendet oder den Fragenden an spezialisierte Mitarbeiter oder externe Stellen weiterleitet, ist die Dauer der schriftlichen Beantwortung der Fragen zunächst nicht beschränkt. Laut eigener Angaben der Mitarbeiter kann sich die fundierte Rechercharbeit an einer kniffligen Frage durchaus über mehrere Stunden hinziehen. Dies wird außerhalb der Abteilung allerdings nicht gerne gesehen, gibt es doch mit NYPL Express einen kostenpflichtigen Recherchedienst, dem die Telref auf diese Weise hausintern die Aufträge wegschnappt. Heike Kordish, die Leiterin der geistes- und sozialwissenschaftlichen Forschungsbibliothek, an der der kostenpflichtige Auftragsrecherche-Dienst angesiedelt ist, schließt deshalb weitreichende Umstrukturierungen nicht aus, um die Zuständigkeiten beider momentan getrennt voneinander arbeitenden Abteilungen eindeutig zu definieren. Auch aufgrund der wachsenden Bedeutung externer, z. T. weit entfernter Benutzer im ganzen Land, die im Laufe der nächsten *capital campaign* vermehrt im Fokus stehen werden, steht die Organisationsstruktur der E-Mail-Auskunft demnächst wohl auf dem Prüfstand. Dabei sollte meines Erachtens auch überdacht werden, ob die von den Mitarbeitern beantworteten E-Mails im Anschluss tatsächlich noch von der Abteilungsleiterin gegengelesen werden müssen, wie es momentan gehandhabt wird. Dadurch kann sich der Versand einer Antwort schon einmal um zwei bis drei Tage verzögern. Wäre auch dieser Dienst erst kostenpflichtig, könnte sich die Abteilung eine derartige Verzögerung wohl kaum noch leisten.

Das dritte Standbein der Telref ist der Chat-Service „Ask a Librarian online“, auf den weltweit von 10 bis 17 Uhr zugegriffen werden kann. Eine von Deutschland aus gestellte Testfrage zum genauen Medienbestand der NYPL, die ich um 10.16 Uhr und 20 Sekunden an das Chatroom schickte, wurde mir bis 10.18 Uhr und 48 Sekunden ausführlichst beantwortet und gar mit Zitatquellen aus dem Internet und weiteren Verweisen zu Websites der großen amerikanischen Bibliotheken versehen. Da die Bearbeitung von z. T. mehreren parallel laufenden Chat-Anfragen eine höhere Konzentration erfordert, wechselt die Besetzung stündlich. In der Stunde kommen auf den Mitarbeiter statistisch zwischen zwei und drei Anfragen zu, wobei die Fragefrequenz natürlich je nach Tageszeit variiert. Außerdem werden auch solche Anfragen statistisch erfasst, aus denen keine Frage

³ Siehe dazu einen Zeitungsartikel von Anthony Ramirez in der New York Times vom Montag, den 19. Juni 2006, in der Metro Section oder auch die Frage-Antwort-Sammlung von Harriet Shalats Vorgängerin: Berliner, Barbara. *Book of Answers. The New York Public Library Telephone Reference Service's Most Unusual and Entertaining Questions*. New York: Simon & Schuster, 1990.

hervorgeht. Während meines Besuchs im Telref hatte ich die Gelegenheit, in der Stoßzeit von 15 bis 16 Uhr eine Auskunftsbibliothekarin bei ihrer Arbeit zu begleiten. Während dieser Stunde meldeten sich 10 Chatter an, von denen aber nur zwei eine Frage stellten: Die erste Frage nach den Zitierregeln von Internetquellen konnte schnell beantwortet werden; die zweite Frage nach Literaturhinweisen zu einem amerikanischen Autor wurde an die Infotheke der geisteswissenschaftlichen Forschungsbibliothek und die Benutzung des OPAC verwiesen. Prinzipiell war der inhaltliche Arbeitsaufwand der Mitarbeiterin in diesem speziellen Fall eher gering. Immens dagegen war der Verwaltungsaufwand. Denn jeder eingeloggte Chatter wird von der Bibliothekarin mit Standardtexten begrüßt, zum Fragen aufgefordert, an die bald endende Sitzungsdauer erinnert und schließlich nach Ablauf des festgelegten Zeitrahmens aus dem System befördert. Die hierbei verwendeten Texte sind zwar vorformuliert und per Knopfdruck abrufbar, müssen aber dennoch manuell angestoßen werden. Dieser eigentlich unnötige Verwaltungsaufwand, durch den die Mitarbeiter zusätzlich unter Druck gesetzt werden, liegt meines Erachtens weniger in der Software als in der New Yorker Parametrisierung von QuestionPoint begründet. Ein Vergleich mit dem Rhein-Main-Webformular zum Chat-Login zeigt beispielsweise, dass in der Frankfurter Region der Benutzer seine Frage bereits vor dem Erstkontakt in ein Pflichtfeld eingeben muss. Auf diese Weise werden Irrläufer wie die acht stummen Chatter während meiner einstündigen Hospitanz bereits frühzeitig herausgefiltert.

Schulungen an der geistes- und sozialwissenschaftlichen Forschungsbibliothek der NYPL

Wie viele andere bibliothekarische Einrichtungen, die ihren Kunden ein breites Spektrum an Schulungsangeboten zur freiwilligen Auswahl stellen möchten, hatte noch bis vor kurzem auch die NYPL mit geringem Zulauf zu kämpfen. Immer mehr Veranstaltungen mussten ausfallen. Bald stand der Vorbereitungsaufwand des Lehrpersonals in keinem Verhältnis mehr zum Nutzen. Dies sollte sich 2004 ändern, als das Direktorium die Schulungsaktivitäten der geistes- und sozialwissenschaftlichen Forschungsbibliothek gänzlich umorganisierte und personell aufbesserte. Seitdem sind die Besucherzahlen der exklusiven Lernumgebung des topmodernen Schulungszentrums angemessen. Was hatte sich geändert?

Im Zentrum des neuen Konzepts steht die thematische Ausrichtung des Kursangebots. Während in den Jahren zuvor die Schulungsveranstaltungen nicht zielgruppen- oder interessenorientiert sondern allgemein ausgerichtet waren und sich entweder auf Katalog, Datenbanken oder die Benutzung der Bibliothek bezogen, setzte Philip Yockey, der Leiter des Celeste Bartos Education Centers, auf Themenbezug, um die speziellen Interessen der Kunden zu wecken. Da sich die geistes- und sozialwissenschaftliche Forschungsbibliothek nicht primär auf ein studentisches Publikum stützen kann, müssen die Angebote umso vielseitiger sein, damit die unterschiedlichen Altersgruppen angesprochen werden können. Gute Erfahrungen machte das Schulungsteam, indem es die Veranstaltungen thematisch an laufende große Ausstellungen anlehnte und Schulungszyklen zu diesen bestimmten Themenkreisen anbot. Werden die Themenkreise großzügig angelegt, können einzelne beliebte Veranstaltungen wie z.B. „Wanted dead or alive: introduction to biographical research“ regelmäßig angeboten werden, denn ein Personenbezug kann bei jedem Themenkreis hergestellt werden. Neben der biographischen Recherche tauchen auch andere beliebte Themen wie Kochen, Mode, Architektur oder die Suche nach Primärquellen

regelmäßig im Schulungsprogramm auf. Für das nächste Halbjahr ist eine große Ausstellung zur Männermode von ihren Anfängen bis zur Gegenwart geplant. Anknüpfungspunkt und Aufhänger der kommenden Veranstaltungsreihe wird demnach die Mode sein. Die biographische Recherche könnte bei diesem Themenkreis beispielsweise auf die großen Couturiers der Modewelt ausgerichtet sein, ohne sich freilich darin zu erschöpfen. Fasst man den Mode-Begriff etwas weiter, fügen sich auch Kurse zum Auffinden von Kochrezepten, die in den Dreißiger Jahren „in Mode“ waren, problemlos in den Schulungs-Zyklus ein.

Für die Kunden liegt das Schulungsangebot als farbiger, modern gestalteter Hochglanzprospekt bereit, der an allen Infotheken auf die Mitnahme wartet. Natürlich ist auch auf den Internetseiten das aktuelle Angebot einsehbar. Dieses aktive Marketing, das auch Flyer einzelner Veranstaltungen, Newsletter, fachspezifische Mailinglisten, Aushänge und Briefzustellungen vorsieht, ist sicher für den Aufschwung der Teilnehmerzahlen mitverantwortlich.

Yockey vermutet außerdem, dass sich die intrinsische Motivation seiner Mitarbeiter positiv auf die Beliebtheit der Kurse auswirkt. Seit 2004 werden fast alle Abteilungen in die Schulungsaktivitäten miteinbezogen. Die Teilnahme der Mitarbeiter ist freiwillig. Da die Themenwahl des Kurses, den der Mitarbeiter durchführen soll, stark an seinen eigenen Stärken, Interessen und Hobbys ausgerichtet wird, entsteht ein hohes Identifikationspotential. Die Kurse werden hierdurch nicht nur besser, so Yockey, auch die Abteilungen der Bibliothek werden stärker untereinander vernetzt. Eine einheitliche Strukturierung der Kurse verhindert gleichzeitig, dass die Kursinhalte und Lernziele von Mitarbeiter zu Mitarbeiter zu stark differieren. So soll jeder Trainer anhand seines Themas die Bereiche Bibliothekssystem, Katalog, Datenbanken und Internet in dieser Reihenfolge abdecken. Bei den Teilnehmern komme es auf diese Weise zu Wiedererkennungseffekten und einer sukzessiven Vertiefung der Kenntnisse. Außerdem können sich die Mitarbeiter im Krankheitsfall leichter vertreten.

Stellt sich ein Mitarbeiter dem Schulungsteam zur Verfügung, kann er eine entsprechende Methodenfortbildung besuchen. Die Nutzung dieses Angebots sei aber, so Yockey, wenig ausgeprägt. Er selbst besucht die Kurse seiner Mitarbeiter nur auf deren persönlichen Wunsch. Eine systematische Qualitätssicherung findet weder intern noch extern durch Benutzerbefragung statt. Während meines Fachaufenthaltes besuchte ich drei Schulungsveranstaltungen des Celeste Bartos Education Centers und stellte fest, dass der Aufbau methodisch traditionell ausgerichtet ist und im Wesentlichen auf einem mit PowerPoint unterstützten Vortrag oder auf einer Live-Demo des Trainers beruht. Die Rolle der Teilnehmer ist im Großen und Ganzen passiv. Sie haben zwar einen persönlichen PC zur Verfügung, aber die aktiven Übungseinheiten sind kurz und werden – wie die meisten Zwischenfragen – an das Ende der Veranstaltung verwiesen. Da etliche der Teilnehmer im Rentenalter waren und kaum über Computerkenntnisse verfügten, fiel die Übungsphase speziell für diesen Teilnehmerkreis viel zu kurz aus. Nach der personellen und inhaltlichen Umgestaltung des Kursangebots sollte daher meines Erachtens nun auch die methodische Konzeption der Schulungen überdacht werden.

Neben diesem allgemeinen Schulungsangebot versorgt eine Unterabteilung des Schulungsteams gezielt den Fortbildungsbedarf von High-School-Lehrkräften und Schülern. Das 2005 ins Leben gerufene Educational Outreach Department bietet mit seinen drei festen Mitarbeiterinnen, zu denen auch eine Lehrerin gehört, Bibliotheks- und Ausstellungsführungen für Schüler an, die

thematisch und methodisch am Alter und den speziellen Interessen der Jugendlichen ausgerichtet sind. Interaktive Lerneinheiten sorgen dafür, dass sich die Schüler nicht nur von Informationen berieseln lassen, sondern auch eigenständig nach neuen Erkenntnissen suchen. Nachdem z. B. ein Ausstellungsbesuch bereits im Schulunterricht vorbereitet wurde – Lehrmaterialien bekommen die Schulen vorab zur Verfügung gestellt – werden die Schüler als Detektive durch die Ausstellung geschickt, um spezielle, versteckte Informationen herauszufinden. Dabei ist die Arbeit in Kleingruppen besonders effektiv. In einer Nachbereitungsphase, die wiederum im regulären Unterricht stattfindet, werden Ergebnisse verglichen und Eindrücke aufgearbeitet. Je nach dem Thema der Ausstellung oder der Führung sind die Schüler mehr oder weniger motiviert. Hier lohnt sich eine ausgeklügelte und damit auch zeitintensive Vorbereitung, die die Aufmerksamkeit der Jugendlichen länger zu fesseln weiß.

Bisher verfügt das Educational Outreach Department noch über kein großes Material- und Erfahrungsreservoir, wie die Leiterin Carrie Bickner-Zeldmann bedauert. Die ersten Veranstaltungen, die sofort ausgebucht waren, haben jedoch gezeigt, dass die speziell auf die Bedürfnisse der Schüler ausgerichteten Veranstaltungen alle in den Bann ziehen: Schüler, Lehrer und Bibliothekare. Werbung sei daher momentan gar nicht nötig. Wohl wächst das Adressenverzeichnis des Schulungsteams kontinuierlich, doch in der derzeitigen personellen Ausstattung sei eine Erhöhung der Angebote kaum denkbar. Bickner-Zeldmann setzt daher auf die Methode, die Lehrerinnen und Lehrer selbst als Multiplikatoren zu gewinnen. Schulungsangebote könnten unabhängig vom Bibliothekspersonal an die Schulen direkt weitergegeben werden, indem die themenbezogene Führung als „archive in a box“ direkt gegen Gebühr in die Schulen versandt wird. Auf diese Weise würden lediglich die thematische Vorbereitung und die zeitliche Koordination der Kurse in den Händen der Bibliotheksmitarbeiter bleiben. Zusätzlich werden bereits jetzt in den Sommerferien hochwertige einwöchige Fortbildungsveranstaltungen für Lehrer angeboten.

Nach dem erfolgversprechenden Beginn der jungen Abteilung bleibt abzuwarten, ob sie das hohe Niveau und die Kreativität der thematischen Vorbereitung auch dann halten kann, wenn die Kurse in großer Masse produziert werden müssen. Carrie Bickner-Zeldman und ihre Mitarbeiterinnen werden bald in den Routinebetrieb übergehen, bei dem die liebevolle Detailarbeit, die sicher wesentlich zum Erfolg bei den Kindern beiträgt, hoffentlich nicht auf der Strecke bleiben muss. Letztlich wurde das Educational Outreach Department nicht nur aus Enthusiasmus für die Lese- und Lernentwicklung der Kinder gegründet, sondern, wie mir die Direktorin Heike Kordish erklärte, weil dieser Dienstleistungsbereich immer unerlässlicher für die Aktivitäten der Fundraising-Abteilung wurde⁴. In Amerika – wie bei uns – ist die Lese- und Lernförderung des Nachwuchses eben auch in finanzieller Hinsicht ein zentrales Thema.

⁴ Da die nächste *capital campaign* der NYPL vornehmlich auf die Rolle der Bibliothek für alle Bürger der USA ausgerichtet sein wird, müssen, so Kordish, auch E-Learning-Angebote bald eine Rolle im Schulungsbereich spielen. Entwicklungen sind bereits angedacht, aber noch nicht in der Umsetzungsphase.