



Marketingkonzept Stadtbücherei Hilden

(Stand: 08.08.2014)

Analyse

Funktionsbestimmung

Gemeinwesenanalyse

Ist/Soll-Analyse

Deutsche Bibliotheksstatistik (DBS)

Bibliotheksindex (BIX)

Qualitätsmanagement-Verbund

Auswertungen Kundenbefragungen

Kundenanalyse

Auswertung Kundenfeedback

Anmeldegründe

Ziele

Strategien

Instrumente

Maßnahmen laut Arbeitsprogramm des Kulturamtes

Bestandsprofil

Veranstaltungskonzept

Zusammenarbeit mit Kindertageseinrichtungen, Familienzentren und Schulen

Öffentlichkeitsarbeit inklusive Social Media

Kooperationen

Interne Kommunikation

Gutscheine

Kontrolle

Controlling durch die Bibliotheksleitung

Audits

Ausschuss für Kultur und Heimatpflege

Produktüberwachung durch die Kämmerei

Anlagen

Statistische Auswertung des QM-Verbundes

Bestandsprofil

Veranstaltungskonzept

Funktionsbestimmung

Die Stadtbücherei ist eine öffentliche Einrichtung der Stadt Hilden. Sie steht allen natürlichen und juristischen Personen, aus Hilden und darüber hinaus, zur Verfügung¹.

Ziel ist es, mit einem öffentlichen, allgemein zugänglichen Medienangebot einen nachhaltigen Beitrag zur Erfüllung des Bildungs-, Kultur- und Informationsauftrages der Stadt Hilden zu leisten. Die Stadtbücherei nimmt dabei insbesondere folgende Aufgaben wahr:

- sie vermittelt Informationen: sie sorgt für Auswahl, Bereitstellung und Vermittlung eines aktuellen Medienangebotes
- sie fördert die Lese- und Medienkompetenz
- sie unterstützt das in der modernen Informationsgesellschaft erforderliche lebenslange Lernen
- sie stellt Angebote zur Freizeitgestaltung, Lebensorientierung und Persönlichkeitsentwicklung bereit
- sie versteht sich als Ort der Begegnung
- sie ist Teil des kommunalen Kulturangebotes, als solche kooperiert sie mit den städtischen Einrichtungen und Unternehmen
- sie fördert die gesellschaftliche Entwicklung sowie das bürgerschaftliche Engagement

Im Mittelpunkt der bibliothekarischen Dienstleistung stehen die Bibliothekskunden. Das Medien- und Dienstleistungsangebot wird auf der Grundlage ständiger Bedarfsanalyse flexibel und zeitnah fortentwickelt. Dabei stehen die Forderungen und Wünsche der aktiven Nutzer im Mittelpunkt. Darüber hinaus spielt die Erschließung neuer Kunden eine zentrale Rolle.

Bei der Gestaltung der Angebote und bei der Erbringung von Dienstleistungen in den Bibliotheken berücksichtigt die Stadtbücherei Hilden stets auch die Interessen weiterer beteiligter Parteien, wie der politischen Führung, der Verwaltung und anderer gesellschaftlicher Gruppen in Hilden.

Die finanziellen und personellen Ressourcen werden effizient eingesetzt. Gleichzeitig erfüllt das Angebot jeweils aktuelle Standards und hat zukunftsweisenden Charakter.

Jede Dienstleistung wird unter Einbeziehung der Kundenwünsche und der zur Verfügung stehenden Ressourcen – vor dem Hintergrund der vom Gesetzgeber sowie von der Stadtverwaltung Hilden festgelegten Rahmenbedingungen – optimiert und im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses weiter entwickelt.

Die wichtigste Ressource bei der Erbringung der Dienstleistungen sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die regelmäßige Weiterqualifizierung ist deshalb unabdingbare Voraussetzung für die Stadtbücherei Hilden².

¹ Quelle: „Benutzungs- und Entgeltordnung für die Stadtbücherei Hilden“

² Übernommen und angepasst aus der Qualitätspolitik des „Qualitätsmanagement-Verbands der Bibliotheken in den Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln“

Gemeinwesenanalyse

Hilden – die Stadt am Fuße des Bergischen Landes – wird in einer Urkunde aus dem Jahre 1074 erstmals schriftlich erwähnt. 1861 wird Hilden von König Wilhelm von Preußen in den Stand einer Stadt erhoben. Als wichtige Wirtschaftszweige im Zuge der Industrialisierung entstehen die Textilindustrie, dann die Metallverarbeitung und schließlich die Lederfabrikation. Flüchtlinge und Vertriebene lassen die Einwohnerzahl nach dem Zweiten Weltkrieg in kurzer Zeit auf 30.000 anwachsen. Seit 1938 ist Hilden auch Garnisonsstadt. 1968 bezieht die Bundeswehr die Waldkaserne.

Heute leben zirka 55.000 Menschen in Hilden, davon zirka 5.800 Ausländer. Bis 2030 hat die Bertelsmann Stiftung einen Rückgang der Bevölkerung von 6,1% errechnet. Schon heute sind über 23% der Bevölkerung 65 Jahre und älter.

Auf Grund ihrer kompakten Struktur (Größe des Stadtgebietes: 25,95 km²) kann man die Stadt Hilden auch als „Stadt der kurzen Wege“ bezeichnen. Die Bergische Universität Wuppertal hat im Rahmen der „Ableitung einer Markenidentität und Positionierung für die Stadt Hilden“ 2011 festgestellt: „Hilden – eine liebenswerte, kulturbegeisterte Familienstadt, die mit ihrem Großstadtangebot und ihren kurzen Wegen Leben und Arbeiten auf einzigartige Weise verbindet“.

Dank der zentralen Lage und der einzigartig guten verkehrlichen Anbindung bietet Hilden als Wohn-, aber auch als Arbeitsstandort viele Vorteile. Die Zahl der Berufseinpender liegt leicht über dem Anteil der Berufsauspendler. Mit einer Arbeitslosenquote von 6,2% liegt Hilden unter dem Kreisdurchschnitt Mettmanns. Hilden hat eine der niedrigsten Arbeitslosenquoten Nordrhein-Westfalens. Die ökonomische Leistungsfähigkeit drückt sich im Gewerbesteueraufkommen aus. Mit 48 Millionen Euro kann sich die Wirtschaft der Stadt „sehen lassen“.

Statistisch gesehen leben heute in Hilden rund 2.140 Menschen auf einem Quadratkilometer. Alle Wohngebiete haben einen vergleichsweise hohen Wohnwert. Die Innenstadt wird durch eine lebendige Fußgängerzone bestimmt.

Der Anteil der Naturschutzgebiete liegt mit 4,5 Prozent der Gemeindefläche deutlich über dem Kreis- und NRW-Durchschnitt.

20 Schulen aller Schulformen mit über 9.000 Schülern bieten die Möglichkeit, alle Schulabschlüsse vor Ort zu erwerben. Alle städtischen Grundschulen sind Offene Ganztagsgrundschulen. In Hilden sind außerdem Berufsfachschulen für Wirtschaft und Verwaltung, Technik mit den Schwerpunkten Metall und Elektrotechnik, Ernährung und Hauswirtschaft sowie Informations- und Telekommunikationstechnik angesiedelt.³

³ Quellen: „Hilden – Bürgerinfos“, Stand: 2011 ; „Stadt Hilden – statistische Daten aus und über Hilden“, Stand: 2012 ; „Ableitung einer Markenidentität und Positionierung für die Stadt Hilden“, Stand: 2011, „Wegweiser Kommune“ der Bertelsmann Stiftung: <http://www.wegweiser-kommune.de/>

Ist/Soll-Analyse

Ältere Konzepte wie das KGSt-Gutachten oder der „Bibliotheksplan“ sind nicht mehr nutzbar, da diese seit den 1970er Jahren nicht fortgeschrieben wurden und mit den heutigen Anforderungen an Bibliotheken nicht mehr kompatibel sind. Aus diesem Grunde werden sie hier nicht berücksichtigt. Herangezogen werden aktuelle und zugängliche Auswertungen aus dem deutschen Bibliotheksbereich:

Deutsche Bibliotheksstatistik (DBS)

In der DBS werden die statistischen Werte aller Öffentlichen (und Wissenschaftlichen) Bibliotheken in Deutschland zusammengefasst. Die Auswertung anhand des Indikatorenrasters ermöglicht einen Vergleich mit allen Öffentlichen Deutschen Bibliotheken der gleichen Einwohnerklasse:

		INDIKATORENRASTER											gültige Werte
		A	5%	B	25%	C	50%	D	75%	E	95%	F	
Service	Medien / EW		0,63		1,02	1,05	1,43		1,89		2,56		104
	Erneuerungsquote (Zugang / Bestand in Prozent)		4,2		7,4		8,6		10,9		13,8	17,14	104
	Neuerwerbungen: ME / EW		0,04		0,08		0,13	0,18	0,18		0,26		104
	Veranstaltungen / 1000 EW		0,6		1,8		2,8		4,2	5,76	7,0		104
	Jahresöffnungszeiten / 1000 EW		17,5		24,2		29,7	30,92	41,5		60,3		103
	Publikumsfläche / 1.000 EW (qm)		8,69		17,71		23,12		31,24	31,79	40,77		104
	Computerplätze/1000 EW		0,0		0,1		0,2		0,3	0,35	0,4		104
Nutzung	Anteil aktive Entleiher an EW in Prozent		3,6		7,0	9,00	9,1		11,8		18,2		104
	Besuche / EW		0,6		1,2		2,0		2,6	2,61	3,9		94
	Umschlag (Entleihungen / ME)		1,6		3,2		4,2		4,9	5,73	6,3		104
	Entleihungen / EW		1,6		3,9		5,3	6,00	7,5		11,8		104
	Recherchen / EW		0,06		0,13		0,21		0,31		0,42	0,43	47
Personal	Mitarbeiter (VZÄ) / 1000 EW		0,08		0,13		0,17	0,20	0,23		0,29		104
	1000 Entleihungen / MA (VZÄ)		16,1		26,7	30,92	32,3		39,0		50,9		104
	Jahresöffnungszeiten / MA (VZÄ)		103,1		136,8	156,34	187,7		246,5		379,5		104
	Fortbildungsstunden / MA (VZÄ)		3,40		9,49		18,06		28,23		57,41	60,00	93
Finanzen	Gesamtausgaben / Besuch (€)		4,18	5,55	5,93		7,28		8,96		12,24		94
	Gesamtausgaben / EW (€)		5,00		9,30		13,68	14,48	17,73		24,47		104
	Erwerbungsausgaben / Besuch (€)		0,50	0,97	0,98		1,39		2,00		2,65		104
	Anteil Personalausgaben / Gesamtkosten		45%		56%		66%	67,0%	74%		84%		104
	erwirtsch. Mittel + Fremdmittel / Gesamtausgaben		4,0%		6,6%		9,1%		13,6%	19,0%	23,9%		104

Sehr positiv sind hierbei die Hildener Ergebnisse, denn sie liegen bei den Faktoren „Erneuerungsquote“, „Recherchen je Mitarbeiter“ und „Fortbildungsstunden“ deutlich über dem deutschen Durchschnitt in dieser Einwohnerklasse. Niedrig, d.h. günstig sind die „Gesamtausgaben“ je Besuch. Handlungsbedarf ist jedoch bei den Jahresöffnungszeiten erkennbar. Eine Erweiterung der Öffnungsstunden sollte geprüft werden.

Bibliotheksindex (BIX)

Seit Einführung des BIX im Jahre 2000 nimmt die Stadtbücherei Hilden an diesem freiwilligen Leistungsvergleich teil. Verglichen wird die Leistungsfähigkeit der Bibliotheken gleicher Einwohnerklassen (50.000 bis 100.000 Einwohner) in den Bereichen „Angebot“, „Nutzung“, „Effizienz“ und „Entwicklung“. Nach Jahren im Mittelfeld konnten sich die Ergebnisse in den vergangenen fünf Jahren deutlich verbessern und aktuell erreicht Hilden bei „Angebot“, „Nutzung“ und „Entwicklung“ die Topgruppe der beteiligten Bibliotheken. Lediglich im Feld „Effizienz“ wird nur die Mittelgruppe erreicht. Auch hier decken sich die Ergebnisse mit dem Indikatorenraster der DBS. Ursache sind zu geringe Wochenöffnungszeiten im Vergleich zu den anderen Bibliotheken dieser Größenordnung.

Stadt	Land	Angebot	Nutzung	Effizienz	Entwicklung
Bamberg	Bayern	3	3	3	3
Hattingen	Nordrhein-Westfalen	3	3	3	3
Göppingen	Baden-Württemberg	3	3	3	3
Nordhorn	Niedersachsen	3	3	3	3
Tübingen	Baden-Württemberg	3	3	3	3
Waiblingen	Baden-Württemberg	3	3	3	3
Aalen	Baden-Württemberg	3	3	3	2
Stadtbibliothek	Bayern	3	3	2	3
Dinslaken	Nordrhein-Westfalen	3	3	2	3
Gladbeck	Nordrhein-Westfalen	3	3	3	2
Esslingen/Neckar	Baden-Württemberg	3	3	2	3
Herten	Nordrhein-Westfalen	3	3	2	3
Hilden	Nordrhein-Westfalen	3	3	2	3
Langenfeld/Rheinland	Nordrhein-Westfalen	2	3	3	3
Rheine	Nordrhein-Westfalen	2	3	3	3
Ludwigsburg	Baden-Württemberg	3	3	2	3
Norderstedt	Schleswig-Holstein	3	3	2	3
Rosenheim	Bayern	3	3	2	3
Frankfurt (Oder)	Brandenburg	3	3	2	2
Bergheim/Erftkreis	Nordrhein-Westfalen	2	2	3	3
Ibbenbüren	Nordrhein-Westfalen	2	2	3	3
Kempten (Allgäu)	Bayern	2	3	3	2
Schwäbisch Gmünd	Baden-Württemberg	2	3	3	2
Aschaffenburg	Bayern	3	3	1	2
Meerbusch	Nordrhein-Westfalen	2	3	1	3
Lüneburg	Niedersachsen	2	2	3	2
Rüsselsheim	Hessen	3	2	2	2
Villingen-Schwenningen	Baden-Württemberg	3	2	1	3
Gießen	Hessen	2	2	3	1
Euskirchen	Nordrhein-Westfalen	2	2	1	3
Herford	Nordrhein-Westfalen	1	2	3	2
Weimar	Thüringen	3	2	2	1
Hanau	Hessen	2	2	2	1
Konstanz	Baden-Württemberg	1	2	2	2
Wetzlar	Hessen	1	1	2	3
Wolfenbüttel	Niedersachsen	1	2	2	2
Gera	Thüringen	2	2	1	1
Detmold	Nordrhein-Westfalen	1	1	2	2
Wilhelmshaven	Niedersachsen	2	1	1	2
Thomas-Valentin-Stadtbücherei	Nordrhein-Westfalen	1	1	2	1
Witten	Nordrhein-Westfalen	1	1	1	2

Auffällig ist, dass die Öffentlichen Bibliotheken aller Einwohnerklassen mit Top-Platzierungen (4x „3“) sich überwiegend in Baden-Württemberg und Bayern befinden:



4

⁴ Quelle: BIX 2014, S. 31

Qualitätsmanagement-Verbund

Die Stadtbücherei Hilden ist assoziatives Mitglied im „Qualitätsmanagementverbund der Bibliotheken in den Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln⁵“. Zur Lenkung der Arbeitsprozesse werden jährlich Statistiken erhoben.

Dabei liegen die Hildener Ergebnisse über den Durchschnittswerten in den Bereichen „Erneuerungsquote“, „Umsatz“, „Veranstaltungen je Mitarbeiter“, „Veranstaltungsbesucher je Einwohner“, „Besucher je Einwohner“ und „Anteil der langfristigen Kunden“. Auch die Nutzung der Web 2.0-Plattformen (Facebook, Blog, Twitter) liegt in Hilden über dem Verbunddurchschnitt.

Nur bei den „Entleihungen je Mitarbeiter und Öffnungsstunde“ liegen die Hildener Werte hinter denen der anderen beteiligten Städte zurück.

Die ausführliche Auswertung ist diesem Konzept als Anlage 1 beigefügt.

⁵ Dazu zählen die Stadtbibliotheken in Dormagen, Erkrath, Leichlingen, Neuss und Wesel

Auswertungen Kundenbefragungen

Um zu erfahren, was die Kunden sich wünschen, ist es erforderlich, sie selbst zu befragen. Große, alle Bibliotheksbereiche umfassende Befragungen, haben sich dabei als wenig hilfreich heraus gestellt, weil der Tenor bei solchen Befragungen bundesweit immer wieder zu den gleichen Ergebnissen geführt hat.

Kundenbefragungen zu konkreten Fragestellungen sind hingegen ein optimales Hilfsmittel, weil die Ergebnisse zielgerichtet verwendet werden können.

Folgende Befragungen wurden in den vergangenen Jahren durchgeführt:

- a) Romanpräsentation (2010)
- b) Angebote für Jugendliche (2013)
- c) Nichtnutzerbefragung (2013)

Zu a) Die Befragung zur Romanpräsentation fand im April 2010 statt. Insgesamt konnten 479 Personen persönlich in der Bibliothek angesprochen werden. Ziel war es zu ermitteln, ob die gebundenen Romane zusammen aufgestellt werden sollen und alphabetisch nach Autoren oder thematisch nach Interessenkreisen. Als Ergebnisse wurden ermittelt: Eine gemeinsame Präsentation von gebundenen und Taschenbuchausgaben wurde von 61,4% der Befragten favorisiert. Eine Separierung von bestimmten Genres wurde nicht gewünscht.

Fazit: Gebundene und Taschenbuchausgaben wurden daraufhin gemeinsam aufgestellt, was zu zahlreichen Kundenbeschwerden führte (s. Auswertung Kundenfeedback).

Zu b) Für Jugendliche wurde eine Online-Befragung gewählt, weil vermutet wurde, dass hiermit mehr Zielpersonen erreicht werden können. Die Befragung war über die Homepage der Stadtbücherei aufrufbar. Mit 15 Personen war die Teilnehmerzahl äußerst gering. Über 70% der Teilnehmer gaben an, bereits Bibliothekskunde zu sein. Schwerpunkte der Befragung waren Konsolenspiele und Veranstaltungen. Die Stadtbücherei bietet diverse Konsolenspiele an.

Ergebnis der Befragung war, dass die Spiele von „Nintendo DS“ und „Playstation 3“ besonders gefragt sind. 67% der Teilnehmer gaben an, bereits eine Veranstaltung der Stadtbücherei besucht zu haben. Gewünscht wurden weitere Veranstaltungen in den Bereichen „Gaming“ und „Poetry Slam“.

Fazit: Die niedrige Teilnehmerzahl erschwerte das Ableiten von Zielen. Aufgegriffen wurden Gaming-Veranstaltungen, für die eine neue Veranstaltungsreihe an Samstagen konzipiert wurde.

Zu c) Ziel der Nichtnutzerbefragung war es zu erfahren, warum die Befragten die Stadtbücherei nicht nutzen, ob sie die vielfältigen Angebote der Bibliothek kennen und unter welchen Voraussetzungen sie zukünftig Kunde werden würden. Der Fragebogen wurde aus der Stadtbibliothek Neuss übernommen und den Hildener Verhältnissen angepasst.

Es wurden 100 auswertbare mündliche Interviews mit Erwachsenen im Stadtgebiet von Hilden geführt. Nur 22% der Befragten gaben an, dass sie eine andere Bibliothek nutzen würden, d.h. 78% sind keine Bibliothekskunden. 72% haben kein Interesse daran, die Bibliotheksangebote kennen zu lernen oder selbst Kunde zu werden.

Der Standort der Hildener Bibliothek ist bei 62% der Befragten bekannt und wird als gut erreichbar eingeschätzt. 54% befanden die Öffnungszeiten als angemessen. Gründe für die Nichtnutzung der Bibliothek: Medien werden selbst gekauft (74%), Streaming-Dienste werden genutzt (56%). 82% der Befragten besitzen ein Tablet oder einen E-Book-Reader, aber nur 36% möchten die „BIBNET-Onleihe“ kennen lernen.

Interessant ist, dass trotz Nichtnutzung 70% der Befragten die Bedeutung der Stadtbücherei für die Stadt Hilden mit der Note eins oder zwei einschätzen.

Fazit: Viele der Befragten (ausschließlich Erwachsene) haben eindeutig kein Interesse an der Bibliothek und werden als Neukunden kaum zu gewinnen sein. Der Fokus wird also darauf liegen, die Bibliothek bei Neubürgern bekannt zu machen (durch Flyer, DVD und Gutscheine in der Neubürgertasche) und durch die Zusammenarbeit mit Institutionen Kinder und Jugendliche als Kunden zu gewinnen.

Für 2014 ist eine Online-Befragung zu den Angeboten der BIBNET-Onleihe im Kreis Mettmann geplant.

Kundenanalyse

Wie aus der folgenden Tabelle sichtbar wird, erreicht die Bibliothek mit den Angeboten der schulbibliothekarischen Arbeitsstelle gut die Grund- und weiterführenden Schulen. Rund 32% der Sechs- bis Fünfzehnjährigen nutzen die Bibliothek aktiv. Deutliches Potenzial gibt es jedoch in der Altersgruppe ab 60 Jahren.

8,8% der Hildener sind „aktive“ Büchereikunden, d.h. haben einen bezahlten und aktuellen Bibliotheksausweis. Hinzu kommen diverse Familienmitglieder je Ausweis (in der bibliothekarischen Fachwelt schätzt man, dass auf jeden Ausweis zirka zwei bis drei weitere Nutzer kommen), die diesen mitnutzen, obwohl dies laut Satzung unzulässig ist.

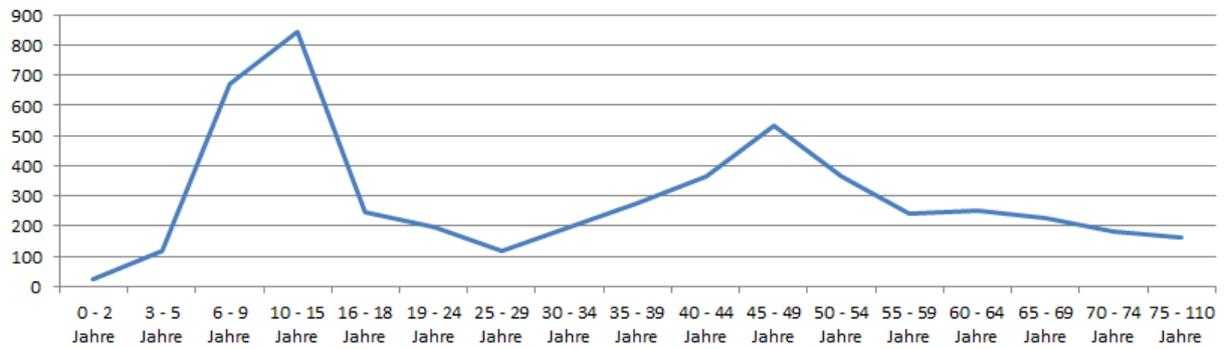
Alter	Einwohner	Bibliothekskunden	In %
0 - 2 Jahre	1.349	23	1,7%
3 - 5 Jahre	1.276	120	9,4%
6 - 9 Jahre	1.790	670	37,4%
10 - 15 Jahre	2.975	845	28,4%
16 - 18 Jahre	1.650	245	14,8%
19 - 24 Jahre	3.300	197	6,0%
25 - 29 Jahre	3.133	118	3,8%
30 - 34 Jahre	3.114	195	6,3%
35 - 39 Jahre	3.086	278	9,0%
40 - 44 Jahre	3.572	367	10,3%
45 - 49 Jahre	5.213	532	10,2%
50 - 54 Jahre	5.015	363	7,2%
55 - 59 Jahre	4.253	241	5,7%
60 - 64 Jahre	3.678	249	6,8%
65 - 69 Jahre	3.073	224	7,3%
70 - 74 Jahre	3.702	184	5,0%
75 - 110 Jahre	6.697	163	2,4%
Gesamt:	56.876	5.014	8,8%

Quelle⁶

Eifrige Kunden der Stadtbücherei sind Kinder zwischen vier und 17 Jahren. Ab 17 Jahren erfolgt dann ein deutlicher Einbruch in der Bibliotheksnutzung. Erst in der Zeit der Familienphase (ab 30 Jahren) nimmt die Nutzung wieder zu, bevor sie ab zirka 50 Jahren abnimmt und auf niedrigerem Niveau konstant bleibt.

⁶ Quelle Einwohnerzahlen: Melderegister des Bürgerbüros, Stand: 31.12.2013

Bibliothekskunden



Das Nutzungsverhalten in Hilden entspricht den Erfahrungswerten anderer Bibliotheken. Deshalb hat sich in der bibliothekarischen Fachwelt die Idee der lebenslangen Bibliotheksnutzung zu Gunsten einer Lebenszyklus-orientierten Nutzung durchgesetzt.

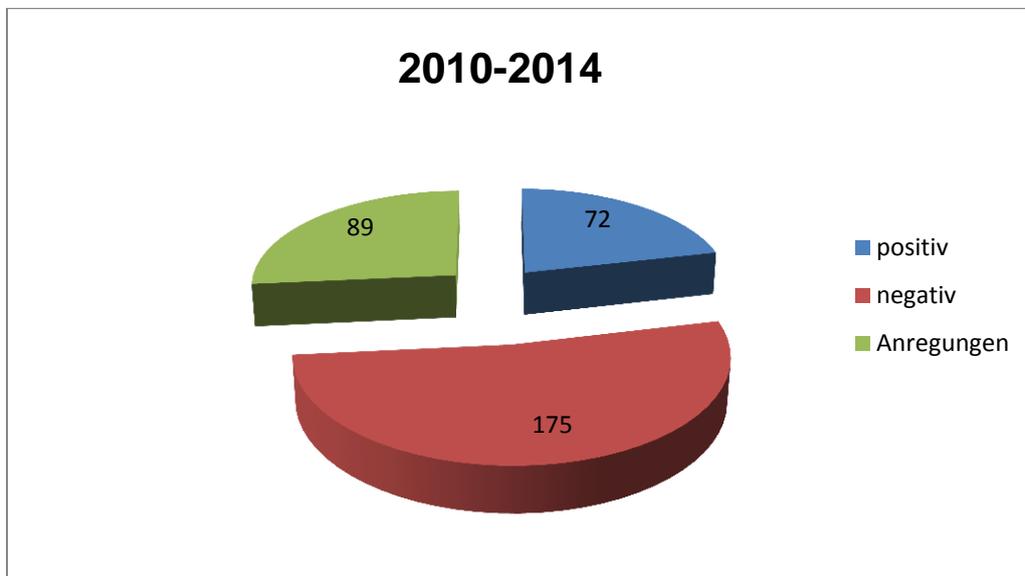
36% der Hildener Bibliothekskunden sind männlich und 64% weiblich (Vergleich: 48% der Hildener Bevölkerung sind männlich und 52% weiblich).

86% wohnen direkt in Hilden, doch auch aus den angrenzenden Städten generieren sich Kunden:

- 4,2% aus Haan
- 3,1% aus Solingen
- 1,5% aus Erkrath
- 1,4% aus Langenfeld
- 1,3% aus Düsseldorf

Auswertung Kundenfeedback

Seit 2010 wird den Kunden ein Feedbackzettel für positive oder negative Rückmeldungen und Anregungen angeboten. Bis Juli 2014 wurden insgesamt 336 Feedbackzettel abgegeben, davon in den Jahren 2010 bis 2012 jährlich zirka 100. Seit 2013 hat sich diese Zahl reduziert.



Von den insgesamt 336 Feedbackzetteln enthielten 72 (21%) ein positives Feedback. Diese betrafen die Prozesse:

- 37x Lektorat
- 24x Personal
- 14x Infrastruktur
- 7x den gesamten Service
- 5x EDV
- 3x Mahnungen
- 2x Ausleihverwaltung
- 1x Infodienst
- 1x Präsentation

Auf 175 Feedbackzetteln (52%) gab es negative Rückmeldungen. Die negativen Rückmeldungen betrafen die Prozesse:

- 62x Lektorat (hauptsächlich: Aufstellung Belletristik, verkürzte Leihfrist bestimmter Medien)
- 29x Ausleihverwaltung
- 28x Präsentation
- 16x Infrastruktur
- 14x Mahnungen
- 13x EDV
- 9x Strategie (Öffnungszeiten)
- 2x Ticketzentrale (externer Dienstleister)
- 1x Artothek
- 1x Infodienst
- 1x Veranstaltungen

Davon umgesetzt wurden 39 (22%).

89 Feedbackzettel enthielten Anregungen. Die Anregungen betrafen die Prozesse:

- 10x Lektorat
- 6x EDV
- 6x Infrastruktur
- 6x Präsentation
- 4x Ausleihverwaltung
- 3x Veranstaltungen
- 2x Mahnungen
- 1x Öffentlichkeitsarbeit

Davon wurden 43% (38) inzwischen umgesetzt, so z. B.:

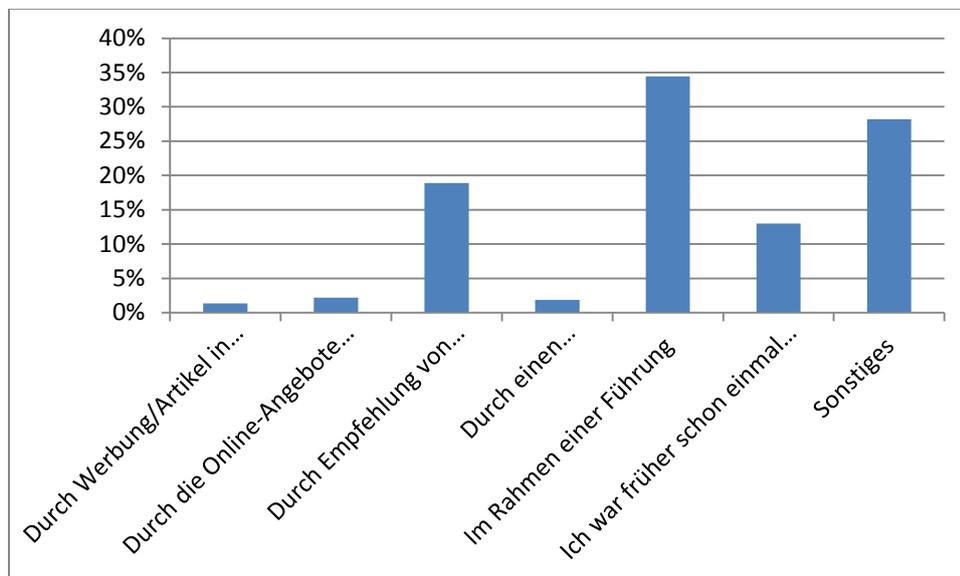
- Einführung nummerierter Kärtchen für Medienrückordnung an Selbstverbuchern
- Einweisungsschlange vor Selbstverbuchern durch Absperrbänder
- Angleichung der Fristzettel der Selbstverbucher an den Ausdrucken an der Servicetheke
- Austausch der Kinder-PCs
- Austausch Armaturen in den Kundentoiletten
- Bestand an Großdruckbüchern erweitern
- Verbesserung der Belletristik-Ausschilderung
- Anschaffung von DVDs politischer Kabarettisten
- Anschaffung Konsolenspiele
- Neues Präsentationsmöbel zur Ausstellung neuer Hörbücher
- Wiederholung Mitmachkrimi

Anmeldegründe

Seit Juli 2013 werden im QM-Verbund Formulare zu den Anmeldegründen geführt. Bei der Anmeldung werden dazu die Neukunden gefragt: „Wie sind Sie auf die Stadtbücherei Hilden aufmerksam geworden?“

Die Auswertung für 2013 ergab, dass 39% der neu angemeldeten Kunden in Hilden bereits früher Bibliothekskunde waren, d.h. zurück gewonnen wurden. Durch einen Gutschein (s. Abschnitt Gutscheine) wurden 22% auf die Bibliothek aufmerksam. 12% kamen im Rahmen einer Kita- oder Klassenführung in den Besitz eines Ausweises und 10% folgten einer Empfehlung durch Bekannte, Freunde oder die Familie.

In der ersten Jahreshälfte 2014 hat sich die prozentuale Auswertung etwas verschoben. Jetzt sind 35% der Neukunden durch eine Führung in den Besitz eines Ausweises gekommen. Dies hängt damit zusammen, dass turnusmäßig im Februar und Mai zahlreiche Führungen für Kindertagesstätten und zweite Schulklassen durchgeführt werden. 19% folgten einer Empfehlung aus dem Familien- und Freundeskreis und 13% waren in der Vergangenheit bereits Bibliothekskunde in Hilden.



Fazit der Analyse:

Die Rahmenbedingungen der Stadtbücherei Hilden sind insgesamt positiv und viele Kennzahlen liegen über denen vergleichbarer Bibliotheken.

Handlungsbedarf ist bei den Jahresöffnungszeiten erkennbar. Eine Erweiterung der Öffnungszeiten sollte geprüft werden.

Die Angebote für Senioren sollten ausgebaut werden und die Zusammenarbeit mit Kindertageseinrichtungen, Familienzentren und Schulen gestärkt werden.

Ziele

Durch umfassende Analyse wurden Ist- und Sollzustand ermittelt. Im Folgenden werden nun die zu erreichenden Ziele definiert. Die Festlegung von Zielen bildet die Voraussetzung zur Ableitung geeigneter Marketingstrategien.

Die im QM-Verbund definierten strategischen Ziele wurden auch für die Stadtbücherei Hilden übernommen:

a) Ausrichtung der Bibliotheken auf Kundenbindung

Im Zuge des sich abzeichnenden demographischen Wandels wird es für Bibliotheken immer wichtiger eine stabile Kundenbindung zu den aktiven und zu potentiellen Nutzern aufzubauen. Der Aufbau guter Kundenbeziehungen unterstützt maßgeblich das strategische Qualitäts-Ziel „Steigerung der positiven Wahrnehmung in Öffentlichkeit und Verwaltung“. Eine zeitliche Befristung dieses Ziels erübrigt sich.

b) Steigerung der positiven Wahrnehmung der Bibliothek in Verwaltung und Öffentlichkeit

Die feste Verankerung der öffentlichen Bibliothek in der Kommune, verbunden mit einem positiven Image, ist Grundvoraussetzung, damit der Bibliothek die zur Aufgabenwahrnehmung erforderlichen Ressourcen zur Verfügung gestellt werden. Aus diesem Grund definiert der Qualitätsmanagement-Verbund die Steigerung der positiven Wahrnehmung der Bibliothek in Verwaltung und Öffentlichkeit als strategisches Qualitäts-Ziel für seine Arbeit. Eine zeitliche Befristung dieses Ziels erübrigt sich ebenfalls.

Darüber hinaus wurde im Rahmen der leistungsorientierten Bezahlung (LOB) zwischen Bibliotheksleitung und Mitarbeiterinnen folgende Gruppenzielvereinbarung für 2014 abgeschlossen:

c) Das Büchereiteam hat ein Qualitätsmanagementsystem eingeführt

Dazu zählen folgende Maßnahmen:

- Aktualisierung oder Neuerstellung von Aufgabenbeschreibungen und Checklisten
- Entwicklung und Verschriftlichung eines Bestandsprofils und eines Veranstaltungskonzeptes
- Einführung und Auswertung einer Fehlersammelliste für IT-Probleme und einer Lieferantenüberwachungsliste
- Eingabe der Daten in die N5-Software
- Durchführung eines internen Audits

Strategien

Durch die gewählte Strategie wird festgelegt, auf welchen Wegen die zuvor definierten Ziele erreicht werden sollen. Für die Stadtbücherei Hilden werden die beiden folgenden Strategien gewählt:

- a) Strategiepapier Kultur
- b) Qualitätsmanagement

Zu a) Bereits 1998 veröffentlichte das Kulturred der Stadtverwaltung Hilden ein Strategiepapier für alle angeschlossenen Kulturinstitutione. Eine erste Fortschreibung erfolgte 2007 und die aktuelle Fortschreibung wurde im Vorjahr (2013) veröffentlicht⁷. Darin wurden für die Stadtbücherei folgende Strategiefelder definiert:

- Bibliothek als moderne Informationsdienstleisterin
- Bibliothek als öffentlicher Raum
- Bibliothek als Lernort

Alle gewählten Maßnahmen (Marketinginstrumente) werden diesen Strategiefeldern zugeordnet.

Zu b) Seit 2009 ist die Stadtbücherei Hilden assoziatives Mitglied im Qualitätsmanagement-Verbund der Bibliotheken in den Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln. Eine Vollmitgliedschaft ist durch die Auditierung nach ISO 9001:2008 durch einen externen Zertifizierungsdienstleister möglich und wird angestrebt. Voraussetzung hierfür ist die Einführung eines Qualitätsmanagement-Systems.

QM ist ein Managementsystem, das die Kundeninteressen in den Fokus aller Überlegungen rückt. Es handelt sich um einen Managementansatz, der auf der Grundlage von systematischen Handlungsweisen fußt. Die Voraussetzung für Entscheidungen sind Kennzahlen, Auswertungen statistischer Erhebungen und Kundenbefragungen. „Bauchentscheidungen“ sollen dabei die Ausnahme darstellen.

⁷ Strategiepapier Kultur – Fortschreibung 2013

Instrumente

Im Rahmen der Marketingstrategien werden im Folgenden die Instrumente benannt, die zur Erreichung der Ziele erforderlich sind. Gemeint sind damit die Verkehrsmittel, die auf den Straßen (Strategie) eingesetzt werden, um das Ziel zu erreichen.

Maßnahmen laut Arbeitsprogramm des Kulturamtes

Für 2015 hat das Kulturamt, mit allen angeschlossenen Institutionen, erstmalig ein Arbeitsprogramm vorgelegt, das vom Ausschuss für Kultur und Heimatpflege beschlossen wurde. Dabei wurden folgende Maßnahmen für die Stadtbücherei festgelegt:

Arbeitsfeld	Maßnahme	Inhalt
Strategie	Einführung Qualitätsmanagement	Einführung eines Qualitätsmanagementsystems, incl. Erstellung und Aktualisierung der Aufgabenbeschreibungen und Checklisten, Durchführung eines Internen Audits
Strategie	Themenfeld Inklusion	Prüfung aller Aufgaben auf inklusive Ausrichtung und Gestaltung
Informationsdienst	Weiterentwicklung des Langzeit-Kreisprojektes „BIBNET-Onleihe“	Kauf, Marketing und Vermittlung von elektronischen Medien
Informationsdienst	Einführung von „Library PressDisplay“	Implementierung, Marketing und Vermittlung von zirka 2.000 internationalen Tageszeitungen
Informationsdienst	Einführung der „Kataloganreicherung“	Implementierung, Marketing und Vermittlung von Rezensionen und Tags in den Katalogaufnahmen
Informationsdienst	Aktualisierung Q-Thek	Aktualisierung der vorhandenen Endgeräte (Tablets, E-Book-Reader, Smartphones) zur Vor-Ort-Nutzung
Informationsdienst	Betreiben des Internet-Cafés	Software-Umstellung der Rechner im Internet-Café auf den Anbieter „HotsPlots“
Lektorat	Bereitstellung Medienbestand	Entwicklung eines Bestandskonzeptes
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsarbeit	„Kreativwichtel“	Weiterentwicklung der Veranstaltungsreihe „Kreativwichtel“
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsarbeit	Mehrsprachige offene und geschlossene Vorlesestunden	Weiterentwicklung der Veranstaltungsreihe
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsarbeit	„Papa-Zeit“	Weiterentwicklung der Veranstaltungsreihe „Papa-Zeit“
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsarbeit	Kulturrucksack	Einführung und Marketing der neuen Kooperationsveranstaltungsreihe Kulturrucksack
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsarbeit	Bilderbuchkino	Einführung einer neuen Veranstaltungsreihe zur Leseförderung für 3-6jährige

Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsar- beit	Gaming-Events	Einführung einer Veranstaltungsreihe zur Präsen- tation des Medienangebotes (Games) und Vermittlung von Medienkompetenz für alle Altersgruppen
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsar- beit	Spiralcurriculum	Weiterentwicklung des Spiralcurriculums mit Kitas und Schulen, incl. Durchführung von Einführung in die Bibliotheksnutzung für Kitas und Schulen sowie Internetrecherche für Schulen
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsar- beit	LiKo	Weiterentwicklung der Zusammenarbeit mit Kitas und Schulen
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsar- beit	Internetauftritt	Weiterentwicklung des zielgruppenorientierten Inter- netauftritts
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsar- beit	Social Media	Weiterentwicklung der Web 2.0-Plattformen Face- book, Twitter, Blog
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsar- beit	Veranstaltungsma- nagement	Entwicklung eines Veranstaltungskonzeptes
Veranstaltungen/ Öffentlichkeitsar- beit	Aktion Leseaus- weise für I- Dötzchen	Weiterentwicklung der Leseausweisaktionen für I- Dötzchen

Bestandsprofil

Um die vorhandenen finanziellen Ressourcen bestmöglich an den Kundeninteressen auszurichten, hat das Büchereiteam ein Bestandsprofil entwickelt. In diesem werden die folgenden Bereiche unterschieden:

- Unterhaltungsliteratur (deutsch- und fremdsprachige Belletristik für Jugendliche und Erwachsene, Hörbücher für Jugendliche und Erwachsene, Spielfilme, Konsolenspiele, Unterhaltungsmusik und klassische Literatur)
- Kinderliteratur (Erzählungen, Sachbücher, Non-Books)
- Sachmedien für Erwachsene

Im Bestandsprofil (s. Anlage) ist klar definiert, nach welchen Kriterien der Bestandsaufbau erfolgt und welches Budget zur Verfügung steht. Grundlage für die Verteilung des Medienetats sind die Etatverteilungsmodelle von Konrad Umlauf und H. Hansen. Aus den Verteilungsschlüsseln beider Modelle wird der Mittelwert berechnet und als Hildener Grundlage verwendet.

Für jedes Lektorat erfolgt – im Rahmen des monatlichen Controllings – eine genaue Analyse der Ausleih- und Bestandszahlen. Dadurch wird es möglich, eine Portfolio-Analyse des gesamten Bestandes – inklusive Empfehlungen für die Bestandspflege – zu generieren:

Lektorin	Lektorat	2011		2012		2013	
		Portfolio-Bezeichnung	Notiz	Portfolio-Bezeichnung	Notiz	Portfolio-Bezeichnung	Notiz
Alipas	JuDVD	Na ja	Einschränken	Na ja	Belassen	Na ja	Belassen
	Konsolenspiele	Armer Hund	Einschränken	Milchkühe	Belassen	Na ja	Belassen
	Medientrolley					Milchkühe	Belassen
	Musik U	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken
	Stockschirm					Milchkühe	Belassen
Benkowsky	JuAction	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken	Armer Hund	Einschränken
	JuBoyzng	Milchkühe	Verstärken	Na ja	Belassen	Na ja	Einschränken
	JuCD	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Belassen
	JuComics	Milchkühe	Verstärken	Na ja	Belassen	Na ja	Belassen
	JuCrime	Milchkühe	Belassen	Na ja	Belassen	Na ja	Belassen
	JuEnglis	Milchkühe	Belassen	Na ja	Belassen	Na ja	Einschränken
	JuFantas	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Belassen
	JuZeitschrift	-	-	Na ja	Einschränken	Armer Hund	Einschränken
	JuHelp	Na ja	Belassen	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken
	JuHistor	Na ja	Belassen	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken
	JuJustm	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken	Armer Hund	Einschränken
	JuLifest	Na ja	Einschränken	Na ja	Belassen	Armer Hund	Einschränken
	JuMovies	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Belassen	Na ja	Belassen
	JuMyster	Na ja	Belassen	Milchkühe	Belassen	Na ja	Belassen
JuRealit	Na ja	Belassen	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken	
JuSciift	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Belassen	
Bollwerk	KiCD	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken
	KiCDRom	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Verstärken	Na ja	Belassen
	KiDVD	Stars	Verstärken	Stars	Verstärken	Stars	Verstärken

Büchel	Bell (Bü/Te)	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Belassen
	BellHö	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken
	SpieFi	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken
	Spiele	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Belassen
Halfkann	Freizeit & Kreativität	Na ja	Einschränken	Na ja	Belassen	Na ja	Belassen
	Für Eltem & Pädagogen	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken
	Generation Plus	Na ja	Belassen	Na ja	Belassen	Na ja	Belassen
	Gesundheit			Milchkühe	Verstärken	Na ja	Belassen
	Natur & Umwelt	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken
	Persönlichkeit & Gesellschaft	Na ja	Einschränken	Na ja	Belassen	Milchkühe	Belassen
Kölbl	Computer & Technik			Na ja	Belassen	Na ja	Belassen
	Infothek	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken	Na ja	Belassen
	Lernen & Lehren	Milchkühe	Einschränken	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken
	Musik E	Na ja	Belassen	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken
Neugebauer	EW Fremdsprachen	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken	Armer Hund	Einschränken
	Fremdsprachen			Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken
	Heimatkunde			Armer Hund	Einschränken	Armer Hund	Einschränken
	Ki Fremdsprachen	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken	Na ja	Einschränken
	Reise	Na ja	Belassen	Na ja	Belassen	Na ja	Belassen
Reinhold	KiZeitschrift	Na ja	Belassen	Na ja	Einschränken	Na ja	Belassen
	KiSachbu	Na ja	Belassen	Na ja	Belassen	Na ja	Einschränken
	KiSchüCe	Na ja	Belassen	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Belassen
	KiSFML	Na ja	Einschränken	Na ja	Belassen	Na ja	Einschränken
	Rucksack			Armer Hund	Einschränken	Milchkühe	Verstärken
Feld	KiBildBu	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken
Wall	KiComics	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Belassen
	KiPrimar	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Verstärken	Milchkühe	Belassen
	KiSek	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Belassen	Milchkühe	Belassen

Veranstaltungskonzept

Analog zum Bestandsprofil wurde auch ein Veranstaltungskonzept (s. Anlage) entwickelt. In diesem sind grundsätzliche inhaltliche und formale Kriterien definiert sowie die Kriterien für die Auswahl von Autoren und Veranstaltungsanbietern.

Darüber hinaus wurden für jede angebotene Veranstaltungsreihe oder Veranstaltungsart festgelegt:

- Zielgruppe
- Zielwerte Anzahl Häufigkeit: z. B. 1x wöchentlich, monatlich
- Dauer
- Zielwerte Anzahl der Teilnehmer: mindestens/maximal
- Maßnahmen: was ist zu organisieren?
- Durchführung durch
- Anmeldung erforderlich: ja/nein
- Teilnehmergebühren: ja/nein
- Risiko: z. B. zu wenige Teilnehmer oder kurzfristige Absage der Autoren

Bei dauerhafter Unterschreitung der Mindestteilnehmerzahl wird die Veranstaltungsreihe eingestellt und ggfs. durch eine andere Reihe ersetzt. So z. B. „Bilderbuchkino“ statt der „Vorlesestunde“ seit 2014. Auf dem Prüfstand in 2014: „Wii U“ Spielenachmittag.

Zusammenarbeit mit Kindertageseinrichtungen, Familienzentren und Schulen

Die Zusammenarbeit mit Kindertageseinrichtungen, Familienzentren und Schulen hat in Hil- den eine lange Tradition. So gibt es seit den 1950er Jahren ehrenamtlich geführte Schüler- büchereien in Grund- und weiterführenden Schulen, die von der Stadtbücherei bibliotheka- risch betreut werden.

Durch die Teilnahme am Projekt „Medienpartner Bibliothek & Schule“ der Bertelsmann- Stiftung wurde ab 2002 die Zusammenarbeit mit den örtlichen Schulen weiter gefestigt. Auch über die Beendigung des Projektes hinaus, wird die enge Kooperation durch mehrmals jähr- lich tagende Sitzungen mit allen beteiligten Schulen gepflegt.

Seit Juni 2014 finden nun auch Planungstreffen zwischen Stadtbücherei und Kindertagesein- richtungen und Familienzentren statt.

Im Sommer 2013 wurden die bestehenden Kooperationsvereinbarungen mit den Schulen aktualisiert und auf die Kindertageseinrichtungen und Familienzentren ausgeweitet. 74% aller Institutionen schlossen eine Kooperationsvereinbarung mit der Stadtbücherei ab.

Einrichtung	Gesamt	Davon unterzeichnete Koope- rationsvereinbarungen	%
Kindertagesstätten, Familienzentren	26	18	69%
Grundschulen	9	7	78%
Weiterführende Schulen	11	9	82%
<i>Gesamt</i>	<i>46</i>	<i>34</i>	<i>74%</i>

Als Anlage war der Kooperationsvereinbarung die aktuelle Fassung des Spiralcurriculums beigefügt. Das Spiralcurriculum enthält alle Angebote der Stadtbücherei für die unterschiedli- chen Altersstufen bzw. Klassen, s. folgende Seite:



Spiralcurriculum der Stadtbücherei Hilden

Für wen/ Klasse/ Alter	Name des Angebotes	Inhalt des Angebotes
Erzieherinnen/Erzieher, Lehrkräfte	Führung durch die Stadtbücherei	Interessierten Erzieherinnen/Erziehern und Lehrkräften werden die Serviceleistungen der Stadtbücherei während einer Führung vorgestellt. Dabei können die TeilnehmerInnen auch einen kostenfreien Institutionenausweis erhalten.
Ab 5 Jahren	Führung durch die Stadtbücherei für Vorschulkinder	Spielerische Einführung in die Bibliotheksangebote; eingebunden in eine Rallye. Falls gewünscht: Kinder erhalten kostenfreie Leseausweise.
Für I-Dötzchen	Ein Leseausweis für I-Dötzchen	Die Eltern von Erstklässlern erhalten durch die Schule einen Flyer der Stadtbücherei. Kinder können neben dem kostenfreien Leseausweis ein kleines Geschenk in der Stadtbücherei abholen.
Ab 1. Klasse	Schülerbücherei	Schüler besuchen regelmäßig die Schülerbücherei ihrer Schule.
Ab 5 Jahren und 1. Klasse bis Oberstufe	Veranstaltungen	Die Stadtbücherei bietet mehrsprachige Vorlesestunden, Autorenlesungen und sonstige Aktionen an. Hierzu werden die Institutionen gesondert angeschrieben.
Ab 3 Jahren und 1. Klasse bis Oberstufe	„Wir lesen vor“	Teilnahme am bundesweiten Vorlesetag der „Stiftung Lesen“; in Hilden von der Stadtbücherei organisiert. Vorlesepaten lesen in den unterschiedlichen Institutionen kostenfrei vor. Ältere Schüler lesen jüngeren vor oder besuchen Senioreneinrichtungen.
Ab 3 Jahren und 1. Klasse bis Oberstufe	Medienbox	Eine individuell zusammengestellte Medienbox wird in der Stadtbücherei entliehen.
2. Klasse	Führung durch die Stadtbücherei	Einführung in die Bibliotheksangebote, incl. Quiz. Falls gewünscht: Schüler erhalten kostenfreie Leseausweise.
5. Klasse	Führung durch die Stadtbücherei	Einführung und/oder Vertiefung in die Bibliotheksangebote (incl. Recherche); eingebunden in eine Schatzsuche. Falls gewünscht: Schüler erhalten kostenfreie Leseausweise (bis 12 Jahre).
6. Klasse	Teilnahme am Vorlesewettbewerb	Der Stadtsieger für den bundesweiten Vorlesewettbewerb des deutschen Buchhandels wird durch eine Jury ermittelt.
7. bis 10. Klasse	Erarbeiten eines Themas	SchülerInnen arbeiten selbstständig oder in Kleingruppen in der Stadtbücherei. Thema und Zeitpunkt der Aufgabe werden zwischen Lehrkraft und Stadtbücherei mind. 4 Wochen vorher abgesprochen.

8. bis 10. Klasse	Recherchetraing	Einführung in den Bibliothekskatalog, die BIBNET-Onleihe sowie die allgemeine Recherche im Internet. Ziel ist es, zu ermitteln, wo und wie man am schnellsten Informationen findet und wie man lernt, die gefundenen Informationen zu bewerten. Maximale Gruppengröße: 15 Personen.
12. Klasse	Sprechstunde Facharbeit	Nach vorheriger Terminvereinbarung (mind. 14 Tage vorher), recherchieren Schülerinnen und Schüler mit einer Mitarbeiterin der Stadtbücherei geeignete Medien und Internetquellen.

Um zu ermitteln, wie die quantitative Nutzung der Angebote für Kindertageseinrichtungen, Familienzentren und Schulen ist, wurde eine Analyse der Nutzungszahlen mit den anderen Öffentlichen Bibliotheken in NRW durchgeführt, die der gleichen Einwohnergröße angehören (50.000 bis 100.000 Einwohner):

Bibliothek	Name	Einwohner	Bestand insges	Entleih. insges.	Personal VZÄ	Veranstalt.	Führungen	Führung je MA
Dormagen StB	Stadtbibliothek	63.097	46.756	214.929	9,36	299	137	15
Ahlen StB	Stadtbücherei Ahlen	53.101	35.306	229.576	5,45	198	119	22
Ratingen StB	Stadtbibliothek Ratingen	91.874	133.989	641.980	19,23	289	112	6
Minden StB	Stadtbibliothek	81.701	119.326	330.516	10,55	316	107	10
Arnsberg StB	Stadtbücherei Arnsberg	75.501	102.818	333.342	13,92	137	106	8
Euskirchen StB	Stadtbibliothek	55.856	37.528	162.068	7,33	1.057	95	13
Bergheim/Erft StB	Stadtbibliothek	61.668	51.995	308.127	8,61	1.202	91	11
Dinslaken StB	Stadtbibliothek	71.067	145.602	726.265	17,78	339	89	5
Gladbeck StB	Stadtbücherei	75.721	115.739	561.036	18,00	235	88	5
Langenfeld/Rheinl. St	Stadtbibliothek	59.246	62.168	351.304	8,75	309	88	10
Rheine StB	Stadtbibliothek	76.706	96.969	488.997	11,27	169	86	8
Iserlohn StB	Stadtbücherei	94.884	91.495	347.913	12,62	179	85	7
Bad Salzuflen StB	Stadtbücherei Ostertor Galerie	54.625	30.452	143.621	4,75	156	75	16
Lippstadt StB	Thomas-Valentin-Stadtbücherei	71.021	62.322	280.418	8,00	101	72	9
Hattingen StB	Stadtbibliothek	55.883	63.967	291.681	8,00	234	68	9
Herford StB	Stadtbibliothek	65.879	81.008	340.646	9,44	122	67	7
Bergkamen StB	Stadtbibliothek Bergkamen	49.957	59.188	81.234	5,65	270	66	12
Lüdenscheid StB	Stadtbücherei	77.575	102.022	356.693	18,01	171	58	3
Detmold StB	Stadtbücherei	72.612	59.289	246.980	8,39	125	52	6
Hürth StB	Stadtbücherei	58.673	48.608	165.713	5,00	53	50	10
Ibbenbüren StB	Stadtbücherei	53.047	53.932	310.453	6,59	184	50	8
Gütersloh StB	Stadtbibliothek Gütersloh GmbH	97.127	115.473	636.320	18,39	333	48	3
Herten StB	Stadtbibliothek im Glashaus	61.970	114.927	763.325	18,00	123	47	3
Hilden StB	Stadtbücherei	56.664	65.297	278.588	11,18	246	47	4
Lünen StB	Stadtbücherei	86.709	56.551	194.323	5,22	109	43	8
Sankt Augustin StB	Stadtbücherei	55.810	55.451	235.581	6,50	127	40	6
Bocholt StB	Stadtbibliothek	72.949	166.947	467.296	14,72	122	33	2
Gummersbach KrsuS	Kreis- und Stadtbücherei	51.023	80.470	152.066	5,79	45	29	5
Meerbusch StB	Stadtbibliothek Meerbusch	55.748	70.397	403.532	8,99	152	29	3
Stolberg/Rheinl. StB	Stadtbücherei	57.273	55.948	56.176	4,98	157	28	6
Grevenbroich StB	Stadtbücherei	64.642	44.531	72.601	3,49	65	26	7
Menden StB	Dorte-Hilleke-Bücherei	55.160	79.838	247.589	10,46	53	22	2
Kerpen StB	Stadtbücherei St. Martinus	64.839	23.733	91.382	2,50	457	21	8
Castrop-Rauxel StB	Stadtbibliothek	74.842	59.257	137.979	4,50	41	15	3
Pulheim StB	Stadtbücherei	54.031	48.878	232.820	5,15	790	12	2

Dabei wurde deutlich, dass in Hilden zu wenige Führungen stattfinden. Aus diesem Grund arbeitet eine bibliothekarische Arbeitsgruppe seit Sommer 2014 an einem erweiterten Konzept für das Spiralcurriculum, das auch Angebote für Stufen enthalten wird, die bislang nicht berücksichtigt wurden. Die Umsetzung ist ab 2015 geplant. Angestrebt werden zukünftig mindestens 100 Führungen pro Jahr.

Öffentlichkeitsarbeit inklusive Social Media

Die Stadtbücherei betreibt eine rege Öffentlichkeitsarbeit. Jede Presseinformation wird durchschnittlich 3,7 Mal in den örtlichen Tageszeitungen und Werbeblättern abgedruckt (Durchschnitt im QM-Verbund: 2,4).

Darüber hinaus werden zu allen Veranstaltungen Handzettel und Plakate erstellt und im Stadtgebiet verteilt. Der seit 2012 im Einsatz befindliche Styleguide der Stadtverwaltung gewährleistet ein professionelles und ansprechendes Design. Der Wiedererkennungseffekt von Bibliotheksveranstaltungen ist jedoch weniger gegeben als zuvor, da auf den ersten Blick nicht eindeutig erkennbar ist, wo die Veranstaltung stattfindet, da auch andere Bereiche der Stadtverwaltung als Veranstalter tätig sind.

Alle zwei Wochen erscheint ein elektronischer Newsletter des Kulturamtes, der auf Veranstaltungen der Kulturinstitutionen und des Kulturamtes hinweist.

Darüber hinaus verschickt die Stadtbücherei für Veranstaltungen eigene Werbemails. Eingestellt wurden Postbenachrichtigungen, da sich ermitteln ließ, dass diese kaum Einfluss auf die Veranstaltungsnutzung haben.

Im Sommer 2013 haben das Büchereiteam, Büchereikunden und der Schülerhelfer Stefan Hagemann mehrere Imagefilme für und über die Hildener Stadtbücherei gedreht. Die Filme dauern durchschnittlich vier Minuten und richten sich an verschiedene Zielgruppen. Folgende Imagefilme stehen zur Verfügung:

- Trailer
- Erwachsene
- Familien
- Generation Plus
- Jugendliche
- Online-Angebote

Die Filme sind sowohl über die Homepage der Stadtbücherei http://www.hilden.de/sv_hilden/Besser%20lernen/B%C3%BCcherei/Bewegte%20B%C3%BCcherei/ unter der neu eingerichteten Rubrik „Bewegte Bücherei“ zu finden, als auch auf DVD gebrannt in den Taschen für Neubürger, die das Bürgerbüro ausgibt. Die Qualität der Filme ist so gut, dass sie in der bibliothekarischen Fachwelt als Best-Practise-Beispiele auf dem diesjährigen „Bibliothekartag“ in Bremen vorgestellt wurden.

Seit 2011 ist die Stadtbücherei im Social Media Bereich tätig. Der Facebook-Auftritt erfolgte im April und ab Ende 2011 nahm die Stadtbücherei am Partnerbibliotheksprogramm der Initiative „Lernort Bibliothek“ des Landes NRW teil.

Aktuell betreibt die Stadtbücherei über den Facebookauftritt hinaus den Blog „Leseoase“ und einen Twitteraccount. Die Nutzungszahlen entwickeln sich weiter positiv:

	Hilden	QM-Durchschnitt
Facebookfans je VZÄ	52,4	51,8
Max. Reichweite je 1.000 EW	2.270,7	587,8
Wie viele sprechen darüber je 1.000 EW	114,9	40,4
Twitterfollower je VZÄ	29,7	23,0
Blogzugriffe je VZÄ	2.894,2	1.542,6
Blogbesucher je VZÄ	10,5	5,2
Facebookfans je 1.000 EW	9,8	7,7

Twitterfollower je 1.000 EW	5,6	3,7
Blogzugriffe je 1.000 EW	542,3	250,3
Blogbesucher je 1.000 EW	325,6	140,3

70% der Facebook-Nutzer sind weiblich und 30% sind männlich. 20% (Hauptgruppe) sind zwischen 35 und 44 Jahren alt.

Der Blog „Leseoase“ hat durchschnittlich 1.800 Besucher und 2.900 Aufrufe je Monat. Täglich sind es durchschnittlich 103 Aufrufe.

Sehr positiv hat sich auch die Nutzung von „Twitter“ entwickelt. Inzwischen hat die Bibliothek mehr „Follower“ als Nutzer, denen sie selbst folgt.

Der Zeitaufwand für alle Plattformen zusammen beträgt zehn bis 15 Stunden wöchentlich; davon für den Blog drei bis fünf Wochenstunden, für Facebook fünf bis sieben und für Twitter zirka zwei Stunden.

In die Social Media Aktivitäten sind alle Mitarbeiterinnen eingebunden. Die Betreuung von Facebook und Twitter erfolgt über die „Community“-Gruppe, die aus sechs Personen besteht. Blogbeiträge werden von allen Mitarbeiterinnen verfasst. Für die Betreuung des Blogs (Verschicken von Terminen, Nachhalten der fertigen Beiträge, ggf. kurzfristige Änderungen) sind zwei Mitarbeiterinnen zuständig.

Die Social Media Aktivitäten haben zu einem Imagegewinn in Öffentlichkeit und Verwaltung geführt. Als wichtig hat es sich herausgestellt, das gesamte Team einzubinden. Eine Neuorganisation der Arbeitsabläufe und Zuständigkeiten wurde erforderlich, um die Aufgaben gleichmäßig zu verteilen.

Kooperationen

Mit folgenden Einrichtungen kooperiert die Stadtbücherei:

- Andere Ämter und Einrichtungen der Stadt Hilden
- Arbeitskreis der Bibliotheken im Kreis Mettmann
- Bibliotheken des Regierungsbezirkes Düsseldorf
- DRK-Familienbildungswerk
- Familienzentren
- GameStop
- Hand in Hand e.V.
- HAT fit
- Herzlauf Hilden
- Jugendparlament
- Katholische Kirche Hilden
- Kindertagesstätten
- Lernpaten
- Nintendo
- Schulen
- Tanzschule Graf
- VHS Hilden-Haan

Diese Kooperationen bestehen teilweise schon seit vielen Jahren und bilden einen wichtigen Anteil an der Netzwerkarbeit der Stadtbücherei.

Interne Kommunikation

Die Stadtbücherei nutzt die folgenden Wege für die interne Kommunikation:

a) Teambesprechungen

Teambesprechungen finden alle vierzehn Tage in der Stadtbücherei statt. Die Teilnahme ist für alle Mitarbeiterinnen obligatorisch. Tagesordnungspunkte können von allen vorab angemeldet werden. Die Sitzung wird durch die Bibliotheksleitung moderiert. Ein Protokoll wird von allen abwechselnd verfasst. Zu Beginn der Teamrunde werden die Ergebnisse und Beschlüsse der vorherigen Teamrunde durchgesprochen, so dass alle damals abwesenden Mitarbeiterinnen die Möglichkeit haben nachzufragen. Teamrunden dauern durchschnittlich 90 Minuten.

b) Sonstige Arbeitskreise

Arbeitskreise für bestimmte Aufgaben (Veranstaltungsplanungen) oder Gruppen (Communities, FAMIs, Bibliothekarinnen) finden zusätzlich – teilweise unregelmäßig – statt.

c) Interner Blog

Um die Mailflut einzudämmen, wurde ein Interner Blog eröffnet, in dem Tipps & Tricks, Veranstaltungsrückblicke und Fortbildungsfeedbacks veröffentlicht werden. Jede Mitarbeiterin kann dort veröffentlichen oder Beiträge kommentieren.

d) Orientierungsgespräche

Einmal jährlich findet ein Orientierungsgespräch zwischen Bibliotheksleitung und Mitarbeiterin statt. Dafür gibt es ein – von Hauptamt und Personalrat entwickeltes - standardisiertes Verfahren. Mitarbeiterin und Bibliotheksleitung können vorab in einem Formular ihre Themenwünsche angeben, um sich so auf das Gespräch vorzubereiten. Im Anschluss an das Gespräch wird ein stichpunktartiges Protokoll erstellt. Das Haupt- und Personalamt wird informiert, dass das Gespräch stattgefunden hat; erfährt aber nichts über die Inhalte des vertraulichen Gesprächs.

e) Beurteilungsgespräche

Die Stadtverwaltung Hilden sieht Regelbeurteilungen alle drei Jahre vor. Hierfür gibt es einen standardisierten Beurteilungsbogen, der nach dem Gespräch an das Haupt- und Personalamt weitergeleitet wird.

f) Jour Fixe

In festgelegten Zyklen (jede Woche, einmal monatlich) finden Gespräche zwischen Bibliotheksleitung und Mitarbeiterinnen statt.

g) Dienstbesprechung Kulturamt

Einmal monatlich findet eine Dienstbesprechung zwischen der Leitung des Kulturamtes und den Leitungen der Sachgebiete (Musikschule, Stadtbücherei, Museum, Stadtarchiv) statt. Tagesordnungspunkte können vorher von allen Beteiligten angemeldet werden.

h) Kulturrunde

Einmal monatlich findet eine Dienstbesprechung zwischen Dezernent, Leitung des Kulturamtes und den Leitungen der Sachgebiete (Musikschule, Stadtbücherei, Museum, Stadtarchiv) statt. Tagesordnungspunkte können vorher von allen Beteiligten angemeldet werden.

Gutscheine

Die Stadtbücherei bietet folgende Gutscheine an:

- Schnupperangebot Neubürger: Verteilt über die Neubürgertasche des Bürgerbüros
- Schnupper-Ausweis Babybegrüßungspaket: Verteilt über das Amt für Jugend, Schule und Sport (erst seit 2013)
- Gutscheine für Ehrenamtler: Verteilt über das Gutscheinpaket des Büros Bürgermeister
- Geldgutscheine der Stadtbücherei über einen frei wählbaren Betrag
- Gutschein für Erstklässler: Verteilt über die Schulen

Auswertung 2012:

	Anzahl	Bezahlt im Folgejahr	In %
Gesamt	31	22	71%
davon			
Schnupperangebot Neubürger	12	11	92%
Geldgutschein	4	1	25%
Ehrenamtler Büro BM	15	10	67%
Benutzergruppe			
N1 Erwachsene	24	16	67%
F1 Familienausweis Hauptausweis	2	2	100%
FE Familienausweis Erwachsene	2	2	100%
FJ Familienausweis Jugendliche	1	0	0%
J1 Jugendliche	1	1	100%
S1 Sozialhilfe	1	1	100%

Auswertung 2013:

	Anzahl	Bezahlt im Folgejahr	In %
Gesamt	72 (+ 53)	28	39%
davon:			
Schnupperangebot Neubürger	36	19	53%
Geldgutschein	7	4	57%
Ehrenamtler Büro BM	29	5	17%
Gutschein für Erstklässler	53	N	N
Benutzergruppe			
N1 Erwachsene	56	19	34%
F1 Familienausweis Hauptausweis	7	4	57%
FE Familienausweis Erwachsene	4	3	75%
FJ Familienausweis Jugendliche	1	1	100%
J1 Jugendliche	3	1	33%
N	1	0	0%

In 2012 wurden hauptsächlich Gutscheine von Neubürgern und Ehrenamtlern eingelöst. 92% der Neubürger haben ihren Ausweis im Folgejahr eingelöst. Bei den Ehrenamtlern waren es 67%.

Auch in 2013 waren es die Gutscheine von Neubürgern und Ehrenamtlern, die am häufigsten eingelöst wurden. Allerdings waren es im Folgejahr nur 53% der Neubürger und 17% der Ehrenamtler, die ihren Ausweis verlängerten.

2013 wurden 53 Gutscheine für Erstklässler eingelöst. Davon waren 31 (58%) Neukunden und 22 (42%) bereits angemeldet, so dass sie sich nur ein kleines Geschenk abholten. 2012 fiel die Aktion wegen der langen Schließungszeit (Austausch der defekten Brandmeldeanlage) aus. 2011 wurden 57 Gutscheine eingelöst. Bei 74% handelte es sich um Neuanmeldungen.

Kontrolle

Um den Marketingkreislauf zu schließen, ist eine Kontrolle der Maßnahmen etc. erforderlich. Folgende Kontrollmechanismen werden dabei in der Stadtbücherei Hilden eingesetzt:

Controlling durch die Bibliotheksleitung

Das interne Controlling durch die Bibliotheksleitung umfasst monatliche Auswertungen sowie quartalsbezogene Maßnahmen.

Monatlich werden die Ausleihstatistiken ausgewertet und den Mitarbeiterinnen zur Verfügung gestellt. Quartalsbezogen wird die Budgetführung der Lektorate überwacht. Gerade in der zweiten Jahreshälfte ist es wichtig, die Ausgaben permanent im Auge zu behalten, damit ein gleichmäßiger Zugang erreicht wird und es weder zum „Dezemberfieber“ kommt, noch im vierten Quartal keine Anschaffungen mehr möglich sind, weil der Etat bereits vollständig verausgabt wurde.

Durch die Bibliotheksleitung wird auch die Abgangspolitik kontrolliert, so dass gewährleistet ist, dass einmal jährlich in allen Lektoraten nicht mehr ausgeliehene oder veraltete Medien aussortiert werden, so wie im Bestandsprofil beschrieben.

Im Veranstaltungsbereich werden Zuschauerzahlen erfasst sowie die Rückmeldungen der Feedbackzettel ausgewertet und analysiert. Außerdem gibt es im Veranstaltungsbereich einen Abrechnungsbogen, der es ermöglicht, die tatsächlichen Kosten je Veranstaltungsbesucher zu ermitteln. In dieser Rechnung werden auch die Personalkosten berücksichtigt. Eingesetzt wird das Formular hauptsächlich bei Lesungen, für die ein Honorar von über € 1.000 an die Autoren gezahlt wird.

Audits

Im Sommer 2014 findet erstmalig ein internes Audit statt, in dem überprüft wird, ob die Stadtbücherei Hilden erfolgreich ein QM-System aufgebaut und eingeführt hat.

Während des Audits werden Optimierungshinweise durch die Auditoren aufgezeigt, die in den anschließenden Auditbericht und die Tabelle der Korrekturmaßnahmen fließen. Durch die Umsetzung der Hinweise setzt der kontinuierliche Verbesserungsprozess ein, der ein wichtiges Element des Qualitätsmanagements ist.

Für Ende 2014 ist ein Wiederholungsaudit geplant und angedacht ist für Anfang 2015 ein erstes Audit durch einen externen Zertifizierungsdienstleister. Interne Audits würden anschließend einmal jährlich im Herbst stattfinden.

Ausschuss für Kultur und Heimatpflege

Zuständiger Ausschuss für die Belange der Stadtbücherei ist der Ausschuss für Kultur und Heimatpflege (AKH), der dreimal jährlich tagt. Der AKH umfasst zwölf Mitglieder: Vier von der SPD (die auch den Vorsitz stellt), vier von der CDU und jeweils ein Mitglied von den Grünen/Bündnis 90, Allianz für Hilden, FDP und BA.

Im Rahmen der Sitzungsvorlagen werden Projektanträge abgestimmt und über Wissenswertes aus den Kulturinstituten berichtet. Darüber hinaus wird der Haushalt diskutiert, das Arbeitsprogramm sowie der Kulturbericht vorgestellt.

Produktüberwachung durch die Kämmerei

Die Kämmerei führt eine automatisierte Ausgabenüberwachung des Produktes „Betreiben einer Stadtbücherei“ durch. Dazu werden monatlich automatisierte Übersichten der Erträge und Auswertungen zur Verfügung gestellt.

Anlagen

1. Statistische Auswertung des QM-Verbundes
2. Bestandsprofil
3. Veranstaltungskonzept