

■ IMMER FURCHTBAR NETT – POSTKARTEN AN DER UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK WIEN

von Stefan Alker und Hannah Windbichler

Zusammenfassung: In der Flut von Bildern, die uns heutzutage überrollt, hat ein noch so buntes Hinweisschild in einer Bibliothek kaum mehr eine Chance, wahrgenommen zu werden. Trotzdem kommen Bibliotheken nicht umhin, auch Regeln und Verbote zu kommunizieren. Was spricht Benutzerinnen und Benutzer an und wie dringt man zu ihnen durch? An der Universitätsbibliothek Wien wurde eine Alternative zum klassischen Verbotsschild gesucht. Das Resultat waren auffällige Postkarten, die zum Nachdenken und Verstehen anregen sollen.

Schlüsselwörter: Postkarten, Benutzerkommunikation, Universitätsbibliothek, Bibliotheksmarketing, Benutzungsbedingungen, Verbote

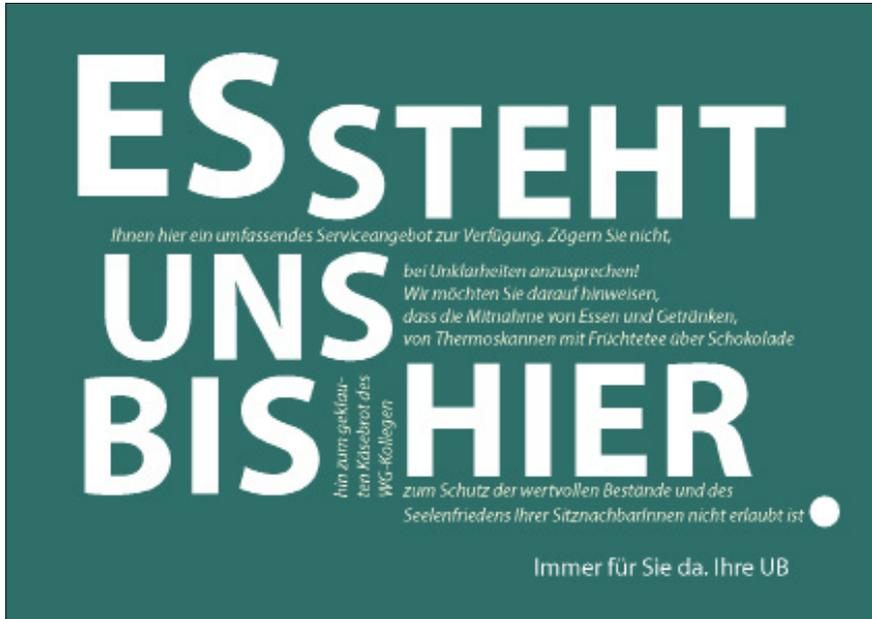
SO TERRIBLY NICE – VIENNA UNIVERSITY LIBRARY'S POSTCARDS

Abstract: In this day and age, being inundated with visual input, we will barely register even the most colourful sign on the library wall. Still, sometimes it is important that rules and regulations get across. How can a library get through to its users, what method of communication do they respond to? At Vienna University Library we were looking for an alternative to traditional prohibition signs. The result was a set of eye-catching postcards to provoke thought and foster understanding.

Keywords: postcards, user communication, university library, library marketing, conditions of use, prohibition

Viele Bibliotheken sehen sich in einer ähnlichen Situation: Längst werden sie nicht mehr als hehrer Ort des Wissens, in dessen heiligen Hallen man sich jedes Räuspern verkneifen möchte, wahrgenommen. Sie dienen mit ihrem Angebot an W-LAN, bequemen Sitz- und Kommunikationsmöglichkeiten eher als erweitertes Wohnzimmer. Da sich aber nun mal ein Latte Macchiato schlecht mit einer Inkunabel und ein ratternder Rollkoffer¹ mit konzentriertem Lernen verträgt, geraten BibliothekarInnen immer wieder unfreiwillig in die Rolle eines Wachhunds am Infopult, dessen primäre Aufgabe es scheint, Dinge zu verbieten.

An der UB Wien werden verschiedene Lösungsansätze für dieses Problem ausprobiert, von denen wir einen hier vorstellen wollen. Diese Maßnahme dient besonders dazu, den MitarbeiterInnen vor Ort den Rücken zu stärken und sie in der Konfrontation mit BenutzerInnen nicht allein zu lassen. Zudem soll ein Schritt weg von den klassischen Verbotsschildern getan werden, die in ihrer Fülle von BenutzerInnen kaum mehr wahrgenommen werden können.²



Karte 1: „**ES STEHT** Ihnen hier ein umfassendes Serviceangebot zur Verfügung. Zögern Sie nicht, **UNS** bei Unklarheiten anzusprechen! Wir möchten Sie darauf hinweisen, dass die Mitnahme von Essen und Getränken, von Thermoskannen bis Früchtetee über Schokolade **BIS** hin zum geklauten Käsebroten des WG-Kollegen **HIER** zum Schutz der wertvollen Bestände und des Seelenfriedens Ihrer SitznachbarInnen nicht erlaubt ist. – Immer für Sie da. Ihre UB“ (Universitätsbibliothek Wien, Text und Graphik: Hannah Windbichler)

An der Fachbereichsbibliothek Germanistik, Niederlandistik und Skandinavistik kommen seit Oktober 2013 Postkarten mit vier verschiedenen, rein typographischen Motiven zum Einsatz. Jedes Motiv spielt mit zwei Ebenen, einer, die ins Auge sticht, und einer, die sich erst bei genauerem Hinsehen erschließt. Diese Methode ist an sich nicht neu, sie wird schon seit langem in der Kreativindustrie und letztlich auch in der Kunst angewendet. Als

Kommunikationsmittel von Benutzungsregeln in einer Bibliothek kann sie allerdings noch überraschen. In diesem konkreten Fall gibt es zum einen eine fett gedruckte, provokante Aussage (z. B. „Sie sind furchtbar“), zum anderen das, was „dahintersteckt“: eine Erklärung, warum diese oder jene Regel für das Miteinander in der Bibliothek so wichtig ist – und bei Nicht-Einhaltung eben jene Reaktion der ersten Ebene bei den KollegInnen und BibliothekarInnen hervorruft.



Karte 2: „**WIR** freuen uns über Ihren Besuch. Bitte **HABEN** Sie Verständnis dafür, dass wir Sie bitten müssen, **KEINE** Taschen und Jacken mitzunehmen. Dann können Sie nach **LUST** und Laune Bücher im Lesesaal lesen und alle haben **MEHR** Platz. – Immer gut drauf. Ihre UB“ (Universitätsbibliothek Wien, Text und Graphik: Hannah Windbichler)

Die Karten sind keine Publikumsbeschimpfung, sondern sollen über das gemeinsame Schmunzeln sowie die ausführliche und ehrliche Erklärung der Regeln eine Beziehung zwischen BenutzerInnen und Bibliothek herstellen, zum Nachdenken und Verstehen anregen.

Das Medium Postkarte ist in einer Bibliothek nicht alltäglich und lädt dazu ein, die Karten mitzunehmen und sich mit dem Inhalt zu beschäftigen.³ Dadurch nimmt die Postkarte auch einen Teil der direkten Konfrontation etwa am Infopult weg, denn sie überbringt die Botschaft zeitversetzt

beim genaueren Studieren der Karte am Platz, in der Garderobe oder zuhause.



Karte 3: „**WER LESEN** möchte, ist hier herzlich willkommen. Hier **KANN** man die Bücher selbst aus dem Regal nehmen. Sie wieder an den richtigen Platz zurückzustellen **IST IM** Bibliotheksbereich unbedingt nötig. Es schont die Nerven Ihrer KollegInnen und BibliothekarInnen und ist so zu unser aller **VORTEIL.** – Immer hilfsbereit. Ihre UB“ (Universitätsbibliothek Wien, Text und Graphik: Hannah Windbichler)

An der FB Germanistik wurden innerhalb weniger Monate über 700 Karten an den Arbeitsplätzen, im Lesesaal und in einem Kartenaufsteller am Infopult ausgelegt – und sie wurden fast alle mitgenommen. Die wenigen Rückmeldungen von BenutzerInnen, die durchdringen, sind positiv (ebenso wie die der Kolleginnen und Kollegen). Der Effekt ist, nachdem es sich ja vor allem um eine Maßnahme zur Bewusstseinsbildung handelt, nicht messbar.

Die FB Germanistik dürfte sich besonders für den Einsatz dieser Karten eignen, sind doch die BenutzerInnen für die Arbeit mit Texten prädestiniert und es „lässt sich nicht leugnen, dass auch inhärente Eigenschaften der Nutzergruppe eine Rolle spielen“.⁴ An sehr großen Standorten mit anonymerer oder durch Überbelegung aufgeheizter Atmosphäre ist es hingegen schwieriger, mit dem konstruktiven „Subtext“ durchzudringen.



Karte 4: „**SIE** sind hier an der Universitätsbibliothek immer gern gesehen. Hier **SIND** übrigens alle sehr leise, denn bei Lärm ist es **FURCHTBAR** schwer sich zu konzentrieren. – Immer furchtbar nett. Ihre UB“ (Universitätsbibliothek Wien, Text und Graphik: Hannah Windbichler)

Unsere Erfahrung zeigt: Es braucht innovative Ideen, um in der Informationsflut, denen unsere Benutzerinnen und Benutzer ausgesetzt sind, durchzudringen. Und die Kommunikation der Bibliotheken muss im sich schnell wandelnden Umfeld und angesichts gerade an Hochschulbibliotheken schnell wechselnder Benutzergenerationen beweglich bleiben.

Dr. Stefan Alker
Universitätsbibliothek Wien
Fachbereichsbibliothek Germanistik, Niederlandistik und Skandinavistik
E-Mail: stefan.alker@univie.ac.at

Mag.^a Hannah Windbichler
Universitätsbibliothek Wien
Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: hannah.windbichler@univie.ac.at

- 1 Vgl. den Erfahrungsbericht von Claudia Kulke: Ist es in der Bibliothek auch ohne BigMac schön? Die Testphase „Alles darf mit“ in der Hochschulbibliothek Regensburg. In: Bibliotheksforum Bayern 7 (2013), H. 3, S. 206–207.
- 2 Vgl. Ursula Georgy: Verbote als Marketinginstrument in Bibliotheken. In: Bibliothek. Forschung und Praxis 34 (2010), H. 3, S. 311–322.
- 3 Vgl. John A. Cosgrove: Drop Them a Postcard: Another Way to Reach Your Patrons. In: College & Undergraduate Libraries 12 (2005), H. 1-2, S. 93–100.
- 4 Martin Eichhorn: Konflikt- und Gefahrensituationen in Bibliotheken. Ein Leitfaden für die Praxis. 2., völlig überarb. u. erw. Aufl. Bad Honnef: Bock+Herchen 2007, S. 11.

Dieses Werk ist lizenziert unter einer [Creative-Commons-Lizenz Namensnennung 3.0 Österreich](#).

