

■ **Siegfried, Doreen; Nix, Sebastian Johannes: Nutzerbezogene Marktforschung für Bibliotheken: Eine Praxiseinführung. Berlin: De Gruyter, 2014. X, 184 S. (Praxiswissen). Pbk., EUR 49,95 (D) / EUR 51,40 (A). ISBN 978-3-11-027623-7.**

Die bibliothekarische Benutzerforschung reicht im deutschen Sprachraum – sieht man von historischen Beispielen ab – bis etwa in die 1970er Jahre zurück, als die damalige Aufbruchsstimmung unter anderem auch das Interesse der Bibliotheken an systematischen Untersuchungen ihrer Nutzerschaft evozierte. Zu dieser Zeit wurden einige zum Teil sehr gross angelegte Studien durchgeführt, vor allem in (West-) Deutschland, dann vereinzelt auch in Österreich. Das Interesse (des Managements) an derlei Untersuchungen bzw. ihren Ergebnissen kam aber bald wieder zum Erliegen, wozu mehrere Faktoren beigetragen haben mögen, wie z.B. Aufwand und Kosten solcher Studien oder auch Schwierig- und Unannehmlichkeiten von Massnahmen, die manche Untersuchungsergebnisse nahegelegt haben mochten. In der Folge war Benutzerforschung kaum mehr ein Thema, zu sehr dominierten andere Fragen wie etwa die damals anstehende Bibliotheksautomation. Erst etwa ab Beginn des 21. Jahrhunderts war wieder ein Interesse an Benutzerbefragungen zu beobachten, doch alle Kenntnisse der sozialwissenschaftlichen Forschungsmethodik, die zwanzig oder dreissig Jahre zuvor erarbeitet und umgesetzt worden waren, schienen im Nebel der Vergangenheit versunken zu sein. Eine ganze Reihe wissenschaftlicher Bibliotheken (auch hiezulande) glaubte, mit einem unzureichenden Instrumentarium (wenig professionelle Fragebögen, Ad-hoc-Stichproben) etwas über ihre Klientel erfahren zu können. Die „Resultate“ solcher Unternehmungen, die in Wirklichkeit natürlich nicht verallgemeinert werden konnten, mochten für die von diversen Obrigkeiten eingeforderten Leistungsberichte genügen, doch erst die immer stärkere Bedrohung durch die „Zeitläufte“ (Verlust des Monopols der Literaturversorgung und Infragestellung der Bibliotheken durch Internet bzw. Digitalisierung, Probleme der Finanzierung usw.) liess die Erkenntnis reifen, dass im Grunde genommen nach wie vor – mit Ausnahme von individuellen Erfahrungen und Vermutungen – wenig



bis nichts über die Bibliotheksbenutzer und Nichtbenutzer sowie deren Gewohnheiten, Bedürfnisse etc. bekannt ist. Da jetzt der „Hut brennt“, kann seit etwa 2010 im deutschen Sprachraum wieder ein gesteigertes Interesse an professioneller Benutzerforschung geortet werden. Marktforschung wird ja auch im kommerziellen Bereich oft dann eingesetzt, wenn es Absatzprobleme gibt. In unserem Bereich widmete beispielsweise das neue Online-Journal *027.7: Zeitschrift für Bibliothekskultur* im Vorjahr diesem Thema ein ganzes Heft, das man ursprünglich mit dem Arbeitstitel „Geliebter Feind – Benutzerforschung in Bibliotheken“ versehen hatte, dann aber das versöhnlichere Motto „Vom Willen zu verstehen“ wählte.<sup>1</sup> Benutzerforschung, so das Editorial zu jenem Heft, werde betrieben, „aus Gründen der Legitimation“ (als Reaktion gegenüber Bedrohungen wie den eben angerissenen), „aus Gründen der Optimierung der Dienstleistungen“ (Qualitätsverbesserung zwecks Existenzsicherung) sowie um die „Nutzerinnen und Nutzer zu verstehen“ (Grundlagenforschung).<sup>2</sup>

Das vorliegende Buch von Doreen Siegfried (Leiterin Marketing/PR der Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften, Kiel/Hamburg) und Sebastian Johannes Nix (Bibliotheksleiter am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung) passt somit perfekt in eine Situation, in der im Bibliotheksbereich vielfältiger Bedarf an Marktforschung, Nutzerforschung oder Benutzungsforschung – die Autoren verwenden diese Termini pragmatischerweise synonym – verspürt wird, aber oft das benötigte Know-How darüber fehlt, wie man sich sinnvoll und methodisch einwandfrei solchen Forschungsabsichten nähern bzw. solche Projekte ordentlich durchziehen kann. Das Buch bringt eine wahre Fülle von Informationen auf „nur“ 184 Seiten – doch diese Angabe täuscht, da es sich um einen grossformatigen Band handelt! Bei aller Materialfülle überfordert es aber nicht jene Rezipienten, die über keinen sozialwissenschaftlichen Hintergrund verfügen. Es beschränkt sich darauf, eine „Praxiseinführung“ zu vermitteln (wie es ganz richtig im Untertitel heisst) und geht in manchen Abschnitten möglicherweise nicht ausreichend ins Detail. Von besonderem Appeal ist dabei, dass es wirklich um bibliothekarische Nutzerforschung geht und nicht um allgemeine Marktforschungsmethoden, die man bei der Lektüre erst gedanklich auf den bibliothekarischen Objektbereich transponieren muss. Wissenschaftliche und öffentliche Bibliotheken kommen dabei in ausgeglichener Weise ins Visier.

Das Buch enthält fünf Hauptkapitel, ein Schlusswort, ein Kapitel mit weiterführender Literatur und anderen Informationen sowie einen kurzen Anhang. Ein Sachregister fehlt und hätte wohl nicht geschadet. Die Hauptkapitel beginnen meist mit dem sehr sympathischen Abschnitt „Warum

muss ich mir hierüber Gedanken machen?“ – jeweils einer kurzen Einleitung, die in lockerer Weise die Thematik der folgenden Darstellung anreißt und fallweise auch auf die Gefahr von Anfängerfehlern hinweist. Ebenso enden sie jeweils mit einer kurzen Zusammenfassung nebst einigen Literaturtipps – Liebhaber einer systematischen Darstellungsweise werden dies zu schätzen wissen.

Kapitel 1, *Grundlagen*, beginnt mit einem begrifflichen Einstieg und der Frage nach dem Wozu: „Es geht stets darum zu ermitteln und zu verstehen, wie und warum die Angebote einer Bibliothek (nicht) genutzt werden“ (p.4) und: „systematisches Innovationsmanagement“ (p.5–6) lauten hier die Antworten. Des weiteren werden in diesem Kapitel rechtliche und ethische Aspekte kurz angeschnitten, die Struktur einer Marktforschungsstudie anschaulich dargestellt, eine basale Typologie von Untersuchungen (explorativ, deskriptiv, kausal) vorgestellt und methodische Grundanforderungen (Objektivität, Reliabilität und Validität) erläutert.

Im folgenden Kapitel 2, *Informationsquellen und Untersuchungsdesign*, geht es um die Wahl des für das jeweilige Problem (den jeweiligen Informationsbedarf) geeigneten Untersuchungsansatzes. Muss es sich dabei um Primärforschung handeln oder kann auf bereits früher erhobene Daten (etwa Ausleihdaten, Nutzungsstatistiken) zurückgegriffen werden? Falls man selbst eine Studie durchführen muss, gibt es stets die Wahl zwischen qualitativen und quantitativen Ansätzen. Studien können sich auf einen bestimmten Zeitpunkt oder einen Zeitverlauf konzentrieren (Querschnitts- vs. Längsschnittsuntersuchungen), sie können experimentelle und quasi-experimentelle Designs beinhalten und – bei Befragungen – sich auf ein einziges Thema oder mehrere Themen konzentrieren.

Mit dieser Vorinformation ausgestattet, kann man sich sodann an das gar nicht triviale Kapitel 3, *Auswahlverfahren für Stichproben*, wagen. Erfahrungsgemäss wird gerade diesem Punkt bei Fragebogenerhebungen im Bibliotheksbereich viel zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt, insbesondere wenn dann die Ergebnisse aus einer „Stichprobe“, die gar keine ist, munter verallgemeinert werden. Siegfried/Nix erläutern daher die so wichtigen Begriffe Grundgesamtheit, Vollerhebung und Teilerhebung (Stichprobe) und gehen anschaulich auf die Möglichkeiten der Bildung von Stichproben ein, auch solchen aus dem qualitativen Bereich. Das heikle Thema Stichprobengrösse und Antwortquote wird hier ebenfalls andiskutiert (es gibt dazu sogar Übungsaufgaben); ob Rezipienten ohne statistische Vorkenntnisse hier durchblicken, wage ich jedoch in Frage zu stellen.

Den mit rund 75 Seiten umfangreichsten Teil des Buches bildet Kapitel 4, *Erhebungstechniken*, das mit einem anschaulichen Beispiel aus der ZBW

in die Thematik einführt. Im ersten Teil des Kapitels werden die Methoden der Befragung (quantitative und qualitative) und der Beobachtung relativ ausführlich und gut verständlich dargestellt und durch Beispiele aus der Bibliothekswelt illustriert. Das aus der kommerziellen Marktforschung bekannte Verfahren „Mystery Shopping“ kommt hier als interessante Spielart einer auch in unserem Bereich einsetzbaren Beobachtungsmethode zur Sprache. Im zweiten Teil geht es um nutzerorientierte Raumgestaltung in Bibliotheken sowie um die Usability von Web-Angeboten – beides Fälle für methodische Kombinationen, deren Möglichkeiten angesichts der in diesem Zusammenhang geschilderten praktischen Beispiele viele Anregungen zu geben vermögen.

*Datenaufbereitung und -auswertung* lautet (naheliegenderweise) die Überschrift zu Kapitel 5, dem letzten Abschnitt des Hauptteils. Es ist nur ein relativ kurzes Kapitel und mag daher etliche Fragen des Anfängers offen lassen, zumal es sich bei der Datenanalyse eigentlich um ein sehr weites Feld handelt. Siegfried/Nix können hier nur auf weiterführende Literatur verweisen. Immerhin sprechen sie Punkte an wie die Editierung und Codierung von Erhebungsbögen, die Transkription verbaler qualitativer Daten, die einfache quantitative Datenanalyse, die qualitative Datenanalyse (sehr knapp) sowie die Berichtserstellung und Ergebnispräsentation. Wie schon gesagt – hier kommt manches zu kurz.

In der Zeitschrift *Libreas* nannte die Verfasserin einer Rezension des vorliegenden Buches das Werk „ein extrem praktisches Buch“.<sup>3</sup> Diesem Urteil kann ich mich durchaus anschließen, denn nie zuvor habe ich eine Einführung in sozialwissenschaftliche Methoden, Methoden der Marktforschung oder der Benutzerforschung gesehen, die in solcher Weise um einen Praxisbezug bemüht war – noch dazu für einen konkreten Objektbereich wie das Bibliothekswesen. Dies ist den Verfassern mit Sicherheit ausgezeichnet gelungen. Dieselbe Rezensentin hat aber auch auf ein wichtiges Manko hingewiesen, das ich selbst beinahe übersehen hätte: Auf die auch in unserem Bereich beliebten Online-Befragungen, ihre Möglichkeiten und insbesondere die mit ihnen verbundenen Fallstricke wird nicht ausreichend eingegangen. Gemeinsam mit den anderen zu kurz gekommenen Bereichen liegt hier also – wenn es eines gibt – das Problem dieses Buches, das trotz seiner Informationsfülle in mancherlei Hinsicht nicht völlig ausreichen wird, um Praktiker sicher durch ein Marktforschungsprojekt zu geleiten. Ohne einiges aus der im Kapitel 7, *Weiterführende Informationen*, angegebenen Literatur zu rezipieren, wird es oft wohl nicht gehen. Das ist allerdings kein Grund, das Buch von Siegfried/Nix nicht zu empfehlen. Im Gegenteil, es ist für Bibliotheken und insbesondere für viele in ihnen Tätige ein Muss.

Das auch optisch gekonnt aufgemachte Werk bietet einen sehr guten Einstieg in das im Titel angegebene Thema und füllt somit eine echte Lücke. Aus preislichen Gründen werden es wohl primär Bibliotheken anschaffen, weniger dagegen Studierende aus dem Bereich Bibliotheks- und Informationswissenschaft, obwohl es gerade auch für diese Zielgruppe eine sehr gewinnbringende Lektüre darstellen würde.

Otto Oberhauser, Wien

- 1 Herrlich, B. et al. (2013) Editorial: Vom Willen zu verstehen. *027.7: Zeitschrift für Bibliothekskultur*. 1 (3). 85–89. Online: [http://www.0277.ch/ojs/index.php/cdrs\\_0277/article/download/42/108](http://www.0277.ch/ojs/index.php/cdrs_0277/article/download/42/108) [27.05.2014]
- 2 Ibid., p. 86f.
- 3 Wimmer, U. (2014) Ein extrem praktisches Buch. (Rezension zu Siegfried/Nix). *Libreas: Library ideas*. (24). Online: <http://libreas.eu/ausgabe24/08wimmer/> [27.05.2014]

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

