

■ WO STEHEN HIER DIE E-BOOKS? MONIKA REITPRECHT IM INTERVIEW ÜBER FACEBOOK IN BIBLIOTHEKEN, ERFOLG IN SOZIALEN MEDIEN UND IHR NEUES BUCH

von Stefan Alker und Peter Klien

Zusammenfassung: *Monika Reitprecht hat den Facebook-Auftritt der Büchereien Wien mit viel Witz und Originalität zum erfolgreichsten unter deutschsprachigen Bibliotheken gemacht. Nun erscheint eine Auswahl der besten Postings als Buch. Im Interview erklärt sie, wie aus dem bewegten Alltag der Büchereien Wien lustige Facebook-Meldungen werden, was Erfolg in sozialen Medien ausmacht und was man bei der Betreuung solcher Kanäle beachten sollte.*

Schlüsselwörter: *Facebook, Soziale Medien, Büchereien Wien, Bibliotheken, Öffentlichkeitsarbeit*

WO STEHEN HIER DIE E-BOOKS? AN INTERVIEW WITH MONIKA REITPRECHT ABOUT FACEBOOK IN LIBRARIES, SUCCESS WITH SOCIAL MEDIA AND HER NEW BOOK

Abstract: *With humour and originality, Monika Reitprecht has made the Facebook appearance of the Public Library Vienna the most successful Facebook account among German speaking libraries. A selection of postings has recently been published as book. In this interview she explains, how daily life in libraries is transformed into funny status updates, how to be successful in social media and what you have to consider when you are maintaining a Facebook channel.*

Keywords: *Facebook, social media, Public Library Vienna, libraries, public relations, PR*



Abb. 1: Peter Klien, Monika Reitprecht, Stefan Alker (von links nach rechts)

VÖBM: *Wie sehen Sie die Entwicklung der Facebook-Seite seit 2009 im Rückblick?*

Monika Reitprecht: Am Anfang war es ein bisschen zäh, hatte ich den Eindruck, bis man eine kritische Masse an Fans erreicht. Ich weiß noch, wie wir uns gefreut haben über die ersten 100, und davon waren wahrscheinlich 95 Freunde und Bekannte. Jetzt, im Zuge des Buchs, bin ich ziemlich weit zurückgegangen, habe mir auch die ersten Postings angesehen und habe mir gedacht: Wir waren noch ziemlich brav am Anfang. Da hat man gemerkt, wir probieren noch aus was geht und haben erst langsam zu unserem Stil gefunden. Ins Leben gerufen wurde unsere Facebook-Seite übrigens von meiner Kollegin Katharina Bergmayr, sie hat in den Anfangsmonaten auch den Account betreut.

VÖBM: *Und wie hat sich das dann entwickelt? Sie sagen, am Anfang war das nur die Freundesgruppe, war das lang auf einem niedrigeren Level, und dann ist es auf einmal explodiert?*

Monika Reitprecht: Ganz so nicht, es war schon eine stetige Entwicklung. Aber es ist einfach so, das merke ich auch jetzt: Je mehr Fans man hat, umso schneller kommen auch neue dazu. Das ist dieser Schneeballeffekt.

VÖBM: *Das heißt in erster Linie war es die Ausdauer, die zum Erfolg geführt hat?*

Monika Reitprecht: Schon auch begleitende Maßnahmen: Dass man die URL überall auf den Drucksorten und auf der Website hat, dass man es über sonstige Öffentlichkeitsarbeits-Kanäle rausposaunt – das macht schon auch etwas aus.

VÖBM: *Was halten Sie für den Grund des Erfolgs?*

Monika Reitprecht: Ich glaube der Grund ist, dass wir nicht die üblichen Werbebotschaften auf Facebook online stellen, also „Wir haben jetzt wieder 100 neue Bücher in der Virtuellen Bücherei“, sondern dass wir uns bemühen, Unterhaltsames, sozusagen Softnews, zu posten, und das auch in einem informellen Ton. Also dass man das Gefühl bekommt, hier postet ein Mensch aus Fleisch und Blut und nicht die Institution, die da ganz seriöse Infos oder eben Werbebotschaften rauslässt. Das funktioniert vielleicht bei Red Bull oder Coca Cola, die einfach schon aufgrund der Bekanntheit der Marke Millionen Fans haben, aber für Bibliotheken und Büchereien wahrscheinlich schlechter.

VÖBM: *War das von Anfang an die Zugangsweise? Hat sich das dann bald ergeben oder spät ergeben?*

Monika Reitprecht: Es war nicht ganz von Anfang an die Zugangsweise, aber es hat sich schon relativ bald ergeben. Und es war uns schon von Anfang an klar, dass es nicht so funktioniert, wie wenn man eine Presseaus-sendung macht. Aber wie weit man da gehen kann und wie weit man da weggehen kann von diesem doch eher gesetzten Ton, das war schon ein bisschen eine Frage des Ausprobierens.

VÖBM: *Umgekehrt: Hardnews haben ja auch Platz, müssen Platz haben?*

Monika Reitprecht: Ja, müssen, aber das machen wir nur dann, wenn es uns ganz wichtig erscheint. Also zum Beispiel jetzt, als durch die Schneefälle die Notbeleuchtung ausgefallen ist und wir daher die Hauptbücherei schließen mussten – das haben wir schon auf Facebook gepostet. Oder wie die Virtuelle Bücherei an den Start gegangen ist und wir erstmals E-Books hatten, oder als wir WLAN hatten. Solche Dinge schon. Oder wenn eine neue Zweigstelle irgendwo aufmachen würde, dann würden wir das natürlich auch auf Facebook posten.

VÖBM: *Auf die Gefahr hin, dass es weniger Likes gibt?*

Monika Reitprecht: Ja. Man versucht das dann halt trotzdem irgendwie zu verpacken – es funktioniert nie so gut wie das, was ich zu Mittag gegessen habe. Es hat weniger Likes, aber man kann auch solche Dinge auf verschiedene Weise posten.

VÖBM: *Wie ist die Idee entstanden, einen ironischen Blick auf den Bibliotheksalltag ins Zentrum zu stellen?*

Monika Reitprecht: Auf die Gefahr hin, hier Illusionen zu zerstören: Die große Idee oder diesen Moment gab es da nicht. Es ist einfach mein Stil und mein Zugang. Ich glaube, ich könnte es nicht anders, es hat sich daraus einfach ergeben. Also, ich kann es sehr wohl anders, wenn es darum geht, eine Rathauskorrespondenz usw. zu schreiben – dann ist schon klar, dass das nicht erwünscht und auch nicht zielführend ist. Aber wenn hier schon einmal der Punkt war, das informell zu machen und so zu schreiben, wie es uns bzw. mir entspricht ... das ist einfach mein Stil. Die bewusste Überlegung, das ironisierend darzustellen, hat es nicht gegeben.

VÖBM: *Das war aber schon relativ früh? Bald einmal, nachdem es ein bisschen persönlicher geworden ist?*

Monika Reitprecht: Ja. Im Prinzip, nachdem ich von meiner Kollegin übernommen habe. Sie hat die Seite eingerichtet und mit den grundlegenden Infos befüllt. Katharina Bergmayr ist zuständig für digitale Angebote, und die sozialen Medien fallen da hinein. Sie hat das am Anfang betreut, dann haben wir es ein paar Monate zusammen gemacht, und irgendwann hat sie gemeint, ob ich es nicht alleine weitermachen will. Wobei sie auch einen ähnlichen Zugang hat.

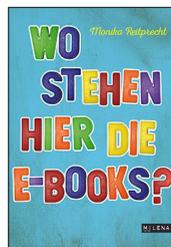
VÖBM: *Man bekommt durch die Meldungen ein bestimmtes Bild von einer Bibliothek und was sich dort abspielt: Da trotzen clevere Menschen den Widrigkeiten des Alltags und den Irrwegen ihrer Mitmenschen. Welches Bild von Bibliothek steht dahinter und von den Leuten, die sich dort herumtreiben?*

Monika Reitprecht: Ich hoffe kein allzu negatives. Was ich prinzipiell gerne vermitteln würde: Dass die Leute mit jeder Frage zu uns kommen können – sie tun es ja auch, wie man sieht, es ist ihnen (und uns) keine Frage zu blöd.

Auch wenn wir manchmal fluchen, ist das etwas, was die Leute mitbekommen sollten: Dass wir, vielleicht auch im Gegensatz zu wissenschaftlichen Bibliotheken, einen sehr niederschweligen Zugang bieten. Dass wir auch mit sehr vagen Angaben und sehr ausgefallenen Anfragen etwas anfangen können. Nicht immer, aber meistens dann doch.

VÖBM: *Wie ist es denn nun eigentlich zu diesem Buch gekommen?*

Monika Reitprecht: Ich hätte ehrlich gesagt nicht im Traum daran gedacht – das war erfreulicherweise die Initiative des Verlages. Die haben angerufen, ihnen gefällt die Facebook-Seite so gut, ich soll doch mal im Verlag vorbeikommen, sie würden eventuell gerne ein Buch machen. Ich war eine halbe Stunde dort und bin mehr oder weniger mit dem Vertrag gegangen. Das war sehr schnell und unkompliziert.



VÖBM: *Braucht jede Bibliothek eine Facebook-Seite?*

Monika Reitprecht: Ich glaube nicht, dass es ein absolutes Muss ist, aber es ist eine relativ kostengünstige Form der Öffentlichkeitsarbeit. Man sollte nicht den Fehler machen und sagen: Auf jeden Fall, auch wenn wir eigentlich die Kapazitäten nicht haben. Das olympische Prinzip sollte man hier nicht anwenden. Es muss dann wirklich jemand Zeit haben, es muss Spaß machen. Ich habe auch schon von Kollegen aus Deutschland gehört, wo jeder Mitarbeiter mal etwas posten muss. Wenn das jemand nicht machen will, wird er es entsprechend machen und das bringt dann nichts. Ich würde meinen, wenn jemand da ist bzw. wenn es einem das wert ist, dass man jemanden einstellt oder entsprechend einschult, sollte man es schon machen, aber es muss Zeit und Geld dafür da sein. Zu denken, das rennt so nebenbei, ist wahrscheinlich ein bisschen schwierig.

VÖBM: *Schauen Sie sich an, was andere Institutionen im Internet so machen, speziell Bibliotheken?*

Monika Reitprecht: Nicht systematisch, aber immer wieder einmal. Allerdings vor allem bei öffentlichen Bibliotheken, weniger aus dem wissenschaftlichen Bereich. Wobei, zum Beispiel als die Nationalbibliothek mit Facebook begonnen hat oder die Wienbibliothek im Rathaus, dort schaue ich schon immer wieder. Wir haben diese Seiten ja auch „geliked“ und bekommen das daher in den Stream.

VÖBM: *Wie fällt der Vergleich aus?*

Monika Reitprecht: Unterschiedlich. Manche finde ich sehr gut, manche gefallen mir weniger. Manchmal erstaunt es mich, zum Beispiel bei der New York Public Library. Die hat sehr viele Fans, völlig außerhalb unserer Reichweiten, und die posten oft klassisch das, was man laut Lehrbuch nicht tun soll, wirklich Werbebeschichten. Und die haben dann trotzdem immer auch sehr viele Likes. Das überrascht mich etwas, aber es sei ihnen vergönnt.

VÖBM: *Was sind die Vor- und Nachteile einer Facebook-Seite für Büchereien?*

Monika Reitprecht: Der Vorteil ist, dass man ein zusätzliches Medium der Öffentlichkeitsarbeit hat, das nicht wahnsinnig viel kostet. Dass man vielleicht Zielgruppen erreicht, die man mit klassischen Medien nicht oder schwer erreicht. Dass man den Leuten auch ziemlich unkompliziert Möglichkeit gibt, direkten Kontakt aufzunehmen, ohne große Hürden. Sie müssen sich nicht irgendwelche Kontaktdaten suchen. Wir bekommen immer wieder auch über Facebook, zum Glück nicht so oft, Verlängerungsanfragen. Wir haben für all diese Dinge – Buchwünsche, Verlängerung – andere Anlaufstellen, aber das ist offenbar sehr bequem und unkompliziert für die Leute, über Facebook anzufragen, und sie nutzen das auch. Und man bekommt ein Gespür dafür, was die Leute von irgendetwas halten. So oft kommt es nicht vor, dass sich jemand die Mühe macht, ein E-Mail zu schreiben, weil er irgendetwas ganz toll oder im Gegenteil total schlecht findet. Auf Facebook ist das einfacher. Und man kann auch beobachten, was über einen gesagt wird, wenn die Leute untereinander kommunizieren.

VÖBM: *Nachteile?*

Monika Reitprecht: Man muss dann natürlich auch mit entsprechender Kritik leben. Wie vorher gesagt, dieses Feedback geht leichter, die Leute haben weniger Hemmschwellen. Das gilt für positives Feedback, aber das gilt umgekehrt auch für negatives Feedback. Was überhaupt nicht geht ist, kritische Kommentare zu löschen, was man theoretisch natürlich tun kann, aber ich finde, das sollte man nicht. Das muss man aushalten, dass das dann auf der Seite steht, und man muss oder sollte in irgendeiner Weise natürlich Stellung nehmen.

VÖBM: *Wie oft soll man posten?*

Monika Reitprecht: Ich denke bei Facebook ist, im Gegensatz zu Twitter, weniger mehr. Das ist meine Meinung, da gibt es durchaus unterschiedliche. Ich würde sagen, mehr als einmal pro Tag eher nicht. Die meisten Leute haben im Schnitt 250 Freunde, dann noch ich weiß nicht wie viele Seiten, die ihnen gefallen, bekommen eh nicht alles im Stream angezeigt, und wenn man dann noch fünfmal, zehnmal am Tag postet, dann fühlen sich die glaube ich recht bald zugespammt.

VÖBM: *Und das Minimum?*

Monika Reitprecht: Zwei-, dreimal die Woche schon. Wenn ich eine Facebook-Seite sehe, wo zuletzt vor zwei Monaten oder auch vor drei Wochen gepostet wurde, dann würde ich dort auch keine Frage stellen wollen, weil ich denke: Wer weiß, wann da eine Antwort kommt.

VÖBM: *Machen Sie den Facebook-Account alleine bzw. wie genau sieht die Arbeitsteilung aus?*

Monika Reitprecht: Im Prinzip mache ich ihn alleine, im Urlaubs- und Krankheitsfall vertreten durch meine Kollegin.

VÖBM: *Schnappen Sie die kuriosen Situationen alle selbst auf oder halten auch KollegInnen die Ohren offen?*

Monika Reitprecht: Schon auch letzteres. Ich bin nicht mehr im Kundendienst tätig, nur noch in absoluten Ausnahmefällen, freiwillig, weil ich es dann immer auch für Facebook-Inspirationen nutze. Ich bin überzeugt, es entgeht mir total viel, aber wir haben die Kollegen angehalten, zu Beginn, als die Facebook-Seite entstanden ist, dass sie uns geeignete Erlebnisse mitteilen. Das passiert nicht wahnsinnig oft, aber einige erzählen doch immer wieder, und ich bekomme schon einiges mit von Kollegen. Manchmal reicht es schon, aus irgendeinem Grund in der Bücherei zu sein. Den Support Virtuelle Bibliothek mache ich auch, und da hat man auch ein ziemlich weites Betätigungsfeld.

VÖBM: *Hat sich ein bestimmter Blick auf Alltagssituationen verbreitet, dass man Dinge lustiger findet als früher?*

Monika Reitprecht: Ja, mit Sicherheit. Ich betrachte vieles unter dem Gesichtspunkt: Wie könnte man das für Facebook verwerten? Das ist sicher

auch der Grund, warum ich von Kollegen nicht so viel Feedback bekomme, weil sie wahrscheinlich gar nicht denken, dass das etwas ist, was brauchbar wäre, wo ich mir sofort denke: Aha, da kann man ja etwas draus machen.

VÖBM: *Wieviel Zeit nimmt der Account in Anspruch?*

Monika Reitprecht: Die Frage bekomme ich immer wieder und ich tu mir immer wieder wahnsinnig schwer, sie zu beantworten. Es ist schwer messbar. Es ist nicht rasend viel, aber ein paar Wochenstunden, eher im einstelligen Bereich, würde ich meinen. Twitter ist sehr viel aufwändiger. Wobei ich manchmal schon überlegen muss bei den Facebook-Postings. So, dass ich sie alle aus dem Ärmel schütteln würde, ist es auch nicht. Aber ich sitze nicht drei Stunden und arbeite an einem Posting. Eine gewisse Bedenkzeit ist aber manchmal kein Fehler.

VÖBM: *Lesen Sie alle Kommentare?*

Monika Reitprecht: Ja, eigentlich schon. Oft sind auch Fragen drin verpackt. Es passiert vielleicht manchmal, dass mir etwas durch die Lappen geht, weil die Leute oft auch sehr spät Kommentare posten, z.B. zu einem Posting, das vor einer Woche war.

VÖBM: *Schreiben Sie auch Antworten?*

Monika Reitprecht: Ja, wenn mir etwas dazu einfällt oder wenn es etwas ist, wo ich finde, es verlangt eine Stellungnahme, sei es Kritik oder eine Frage.

VÖBM: *Auch außerhalb der Arbeitszeiten?*

Monika Reitprecht: Fallweise schon. Das ist dann eher Zufall. Wenn ich gerade sehe es fragt jemand, ob die Bücherei am Leberberg morgen offen hat, dann warte ich nicht bis morgen, sondern schreibe es gleich.

VÖBM: *Die Facebook-Meldungen sind ein bisschen auch eine Fehlleistungsschau, egal ob Benutzeranfragen oder die KollegInnen am Kaffeeautomaten. Hat sich noch nie jemand erkannt und ertappt gefühlt?*

Monika Reitprecht: Von den Kollegen ja, die sagen mir das dann ja auch. Bei den Nutzern weiß ich es nicht. Es hat sich nie jemand gemeldet. Es hat

nie jemand gesagt: Das war ich, und entweder „eh lustig, nett dass Sie es anonymisiert haben“, oder „Frechheit, wie kommen Sie dazu“. Mir ist es ein paar Mal bei Supportgesprächen passiert, dass die Leute nachher gesagt haben: Aber das verwenden Sie nicht auf Facebook. Aber im Nachhinein, nein.

VÖBM: *Und umgekehrt, dass jemand besonders witzig sein will, damit er auf Facebook kommt?*

Monika Reitprecht: Das schreiben sie immer wieder einmal, dass sie überlegen, was sie sagen könnten, damit sie auch endlich auf Facebook sind. Ich weiß nicht, vielleicht sagen manche Leute die Dinge, die sie sagen, um auf Facebook zu kommen, aber das ist dann nicht offen deklariert.

VÖBM: *Kurz zurück: Wie ist das mit Twitter und anderen sozialen Medien? Was macht die Bücherei sonst noch, was passiert da an Aktivitäten?*

Monika Reitprecht: Auf Twitter posten wir sehr wohl auch Hardfacts, also Veranstaltungen, sonstige Neuigkeiten, neue Medien in der Virtuellen Bücherei. Viel auch aus dem Feuilleton, also Buchneuerscheinungen, Neuigkeiten aus der Buch- und Medienwelt, Entwicklungen am E-Book-Markt, auch Fernseh- und Radiotipps zu literarischen Themen, Literaturverfilmungen – und schon auch Blicke hinter die Kulissen, aber das ist nicht die Hauptsache auf Twitter, sondern ein bisschen eingestreut.

VÖBM: *Wieviele Beiträge auf Twitter pro Tag?*

Monika Reitprecht: Ich würde sagen, so zwischen zehn und 20. Mit Antworten werden es mehr, aber zehn werden es schon sein. ... Es ist auch nach wie vor so, zumindest in Österreich, dass sehr viele Journalisten auf Twitter sind, und das ist natürlich günstig, weil man selbst mit so wenigen Followern dann potentiell relativ viele Leute erreicht, wenn ein Tweet retweetet wird.

VÖBM: *Den Twitter-Account betreuen auch Sie?*

Monika Reitprecht: Den betreuen wir zu zweit. Das wäre schwierig allein, weil es doch puncto Reaktionsschnelle und auch Häufigkeit noch einmal etwas anderes ist als bei Facebook.

VÖBM: *Und sonstige soziale Medien?*

Monika Reitprecht: Wir haben einen YouTube-Kanal. Da können wir nicht konkurrieren mit anderen Anbietern auf YouTube. Im Vergleich mit einem Justin Bieber-Video hat die Erklärung unseres Online-Katalogs mit ein paar hundert Zugriffen rein quantitativ betrachtet keine Relevanz. Wir haben uns Google+ angesehen, als das zum Facebook-Konkurrenten aufgebaut wurde, und sind dann zum Schluss gekommen, es ist eigentlich niemand dort. Dann haben wir es wieder bleiben lassen. Andere Bibliotheken machen noch Instagram. Da braucht man dann Fotos, die Sinn machen, und da fehlt uns auch die Zeit. Ich denke, man konzentriert sich besser auf die Kanäle, die man sinnvoll bespielen kann, bevor man sagt: überall ein bisschen.

Factbox

Zur Autorin

Monika Reitprecht, geboren 1973 in Wien, studierte Geschichte und Politikwissenschaft und arbeitet seit 1999 bei den Büchereien Wien, wo sie für Homepage und Medienarbeit verantwortlich ist. Seit 2009 betreut sie den Facebook-Auftritt der Büchereien.

Zum Facebook-Auftritt

Seit Sommer 2009 posten die Büchereien Wien auf Facebook, derzeit haben sie gut 38.000 Fans. Sie sind damit die in sozialen Netzwerken beliebteste Bibliothek im deutschsprachigen Raum und führen in den offiziellen BibCharts (www.bibcharts.eu) mit der knapp vierfachen Fananzahl der ersten Verfolger.

Das Buch

Monika Reitprecht: *Wo stehen hier die E-Books?* Aus dem bewegten Alltag der Büchereien Wien. Wien: Milena 2015, 136 Seiten, ISBN 978-3-90295-024-6, 17.90 Euro.

VÖBM: *Andere Institutionen haben sich nach lustigen Postings schon mal Kommentare eingefangen, sie sollten sich mit ernstern und wichtigen Dingen beschäftigen. Darf es immer lustig sein?*

Monika Reitprecht: Ich glaube, da werden an solche Institutionen andere Maßstäbe angelegt. Was nicht geht ist, aus einer Katastrophe dann noch zu versuchen, einen Witz zu machen. Irgendwo hat es Grenzen. Selten aber doch kamen Meldungen von Leuten, die gesagt haben: finden sie jetzt nicht lustig, warum nicht einmal Buchtipps oder so. Allen kann man es nicht recht machen und wenn man dann einmal einen Buchtipp postet, hat man ungefähr drei Likes.

VÖBM: *Wie wichtig sind Ihnen die Likes?*

Monika Reitprecht: Wie anders sollte man Erfolg in Facebook bemessen? Natürlich nicht nur in Likes, auch in Interaktion und Teilen usw. Aber es ist nun mal die augenfälligste Messlatte und insofern sind sie mir schon wichtig.

VÖBM: *Was hält Ihre Bibliotheksleitung von sozialen Medien?*

Monika Reitprecht: Es ist ihnen wichtig, sie sind sich der Bedeutung und des potentiellen Nutzens bewusst, und wir haben da ziemlich freie Hand. Es gibt eine sehr nette Satire, wie das bei Twitter funktionieren kann in einer hierarchisch organisierten Firma, wo ein Tweet fünfmal freigegeben werden muss bevor er nach drei Wochen rausgeschickt wird – so kann es nicht funktionieren. Wenn einer Leitung nicht bewusst ist, wie sich soziale Medien von „klassischen“ Medien unterscheiden, dann klappt es nicht. Es ist zum Glück nicht oft passiert, aber zwei-, dreimal doch, dass sich Leute über Facebook-Posts sehr geärgert haben und dann die Beschwerde gleich direkt an die Leitung geschrieben haben, und da habe ich eigentlich immer totale Rückendeckung bekommen.

VÖBM: *Ein sonst sehr dominantes Thema wird im Facebook-Auftritt der Büchereien Wien praktisch komplett ausgelassen: Katzen. Darf das sein und wie kommts?*

Monika Reitprecht: Ich habe überhaupt nichts gegen Katzen. Ich habe ehrlich gesagt etwas gegen Hunde, aber gegen Katzen nichts außer einer Allergie, die ist im virtuellen Bereich nicht wirklich relevant. Aber diese

Cat-Content-Geschichte verstehe ich schlichtweg nicht, diese Begeisterung nervt mich. Von daher wird es, soweit es mich betrifft, auch nichts zu diesem Thema geben. Das ist, gebe ich ganz offen zu, eine rein subjektive persönliche Entscheidung.

VÖBM: *Wie wird der Facebook-Eintrag zu diesem Interview lauten?*

Monika Reitprecht: Ich habe bis jetzt nicht überlegt einen zu machen, deshalb kann ich die Frage nicht beantworten. Das ist jetzt sehr enttäuschend als Abschluss. Leider.

Dr. Stefan Alker
Universitätsbibliothek Wien
E-Mail: stefan.alker@univie.ac.at

Mag. Peter Klien
Die Österreichische Bibliothekenverbund
und Service GmbH (OBVSG)
E-Mail: peter.klien@obvsg.at



Dieses Werk ist lizenziert unter einer [Creative-Commons-Lizenz Namensnennung 3.0 Österreich](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).