

Der vorliegende Artikel erläutert umfassend das Kommunikationskonzept der bundesweiten Kampagne »WEITER WISSEN«, die darauf abzielt, die Präsenz und Anerkennung wissenschaftlicher Bibliotheken in Deutschland signifikant zu steigern. Er beschreibt strategische Ansätze und Maßnahmen, um ein breiteres Verständnis für die vielfältigen Funktionen und den Wert dieser Institutionen für Forschung, Bildung und kulturellen Erhalt zu fördern. Das Konzept unterstreicht die Bedeutung einer zielgruppenspezifischen Ansprache, um die Beiträge wissenschaftlicher Bibliotheken zur Förderung von Wissen und lebenslangem Lernen hervorzuheben.

This article provides a comprehensive analysis of the communication behind the nationwide "WEITER WISSEN" campaign, the purpose of which is to significantly raise the profile and level of recognition of academic libraries in Germany. It describes the strategic approaches and measures being taken to promote a broader understanding of the diverse research, education and cultural preservation functions and value of these institutions. The campaign emphasises the importance of addressing specific target groups in order to highlight the contributions which academic libraries make to promoting knowledge and lifelong learning.

DOREEN SIEGFRIED

»WEITER WISSEN« – Eine bundesweite Kampagne der wissenschaftlichen Bibliotheken

Ein Blick hinter die Kulissen einer koordinierten Initiative zur Stärkung des Ansehens akademischer Bibliotheken

Kommunikative Aufgabenstellung

Wissenschaftliche Bibliotheken sind im 21. Jahrhundert von zentraler Bedeutung für Bildung und Forschung. Sie sind komplexe Institutionen, dienen als Informationsinfrastrukturdienstleister und bieten ein breites Spektrum an Wissensressourcen für Forschung und Bildung. Durch die Bereitstellung von Zugang zu qualitätsgesicherter Forschungsliteratur, Daten und Codes spielen sie eine entscheidende Rolle bei der Förderung von Open Science. Gleichzeitig unterstützen sie Forschende und Studierende durch Schulungen und Vernetzungsaktivitäten, fördern kritisches Denken und tragen zur Entwicklung einer aufgeklärten Gesellschaft bei. Sie bewahren schriftliches und visuelles Kulturerbe, erschließen dieses und stellen es in vielfältigen Anwendungsszenarien bereit, was letztlich auch zur Bewahrung der kulturellen Identität beiträgt. Nicht zuletzt ermöglichen sie durch ihren inklusiven Zugang Chancengleichheit und fördern lebenslanges Lernen für Menschen jeden Alters. Ihr Beitrag zur Wei-

terentwicklung der Gesellschaft kann nicht genug betont werden.

Das Problem jedoch ist, dass weder Geldgeber noch Öffentlichkeit vollständig verstehen, wie wertvoll und vielseitig wissenschaftliche Bibliotheken in der heutigen Informationslandschaft sind (vgl. Hayes, Henry, Shaw 2021; Hayes 2023). Eine solche Unkenntnis kann potenziell zu Finanzierungsschwierigkeiten und Budgetkürzungen führen. Begrenzte Ressourcen resultieren wiederum zwangsläufig in eingeschränktem Zugang und begrenzten Dienstleistungen für die Wissenschaft, was sich negativ auf Forschung, Innovation und Bildung auswirken würde. Gerade die gesellschaftlichen Gruppen, die den Zugang zu Bildungsmöglichkeiten am dringendsten benötigen, würden eingeschränkt.

Die Unkenntnis der Öffentlichkeit über die Arbeit hinter den Kulissen wissenschaftlicher Bibliotheken kann auf verschiedene Facetten zurückgeführt werden. Zum einen findet die Arbeit wissenschaftlicher Bibliotheken und Informationsinfrastrukturen oft im Hintergrund statt und ist somit für außer-bibliothekarische Stakehol-

der nicht immer sichtbar. Die meisten Menschen, also oft ehemalige Nutzer*innen, betrachten Bibliotheken in erster Linie als physische Orte, an denen Medien ausgeliehen werden und wo Menschen in Ruhe lesen und arbeiten können. Denn so haben sie wissenschaftliche Bibliotheken in ihrer Jugend erlebt.

Nur wer heute aktiv mit Bibliotheken in beispielsweise sozio-technologischen Infrastruktur-Kooperationen, etwa aus dem Kontext NFDI, oder in Open-Access-Transformations-Projekten u. a. multi-professionellen Initiativen zusammenarbeitet, kennt die Aktivitäten wissenschaftlicher Bibliotheken und weiß diese zu schätzen (vgl. Siegfried 2024).¹

Die Arbeit wissenschaftlicher Bibliotheken in Deutschland spielt eine entscheidende Rolle bei der Förderung von Bildung, Forschung und dem Austausch von Informationen. Um sicherzustellen, dass ihre Bedeutung vollständig erkannt wird und die breite Gesellschaft ihre Arbeit schätzt, sind eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit und ein Dialog mit wesentlichen Stakeholdern, das heißt Politiker*innen, Geldgebern und Wissenschaftler*innen, von entscheidender Bedeutung. Bibliotheken müssen ihre Bemühungen intensivieren und gezielt darauf abzielen, ihre Leistungen und ihre Relevanz im Wissenschaftssystem transparenter und zugänglicher für gesellschaftliche und politische Stakeholder zu machen.

Die Kommunikation darüber, wie Bibliotheken aktiv zur Weiterentwicklung von Bildung und Forschung beitragen und welchen Mehrwert sie für die Gesellschaft bieten, muss deutlich gestärkt werden. Dies erfordert eine konzentrierte Anstrengung, um die Öffentlichkeit über die vielfältigen Dienstleistungen und Ressourcen, die Bibliotheken zur Verfügung stellen, aufzuklären. Nur durch eine verbesserte und gestärkte Kommunikationsarbeit können Bibliotheken das Interesse und die Unterstüt-

zung erhalten, die sie verdienen, und sicherstellen, dass ihre wichtige Rolle im Wissenschafts- und Bildungssystem angemessen anerkannt wird.

Die Idee der gemeinsamen PR-Kampagne

Die Kommunikationskampagne »WEITER WISSEN« der wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland hat sich genau dieser Herausforderung angenommen: die gesellschaftliche Relevanz wissenschaftlicher Bibliotheken, ihre Aufgaben und Funktionen sichtbar machen. Diese Kampagne ist auf nationaler Ebene sorgfältig koordiniert und konzeptioniert. Ihr vorrangiges Ziel ist es, die gesellschaftliche Bedeutung der wissenschaftlichen Bibliotheken sowie ihre vielfältigen Aufgaben und Funktionen deutlicher hervorzuheben.

In den Mittelpunkt dieser gemeinsamen Kommunikationsanstrengungen rückt die dringende Notwendigkeit, die oft komplexen und multidisziplinären Aufgabenfelder der wissenschaftlichen Bibliotheken transparenter zu gestalten, zu erläutern und begreifbar zu machen. Die Schaffung von Transparenz spielt eine Schlüsselrolle, da sie das Vertrauen zwischen den Bibliotheken selbst, ihren Nutzer*innen, ihren Kooperationspartnern, den Entscheidungsträgern in der Wissenschaftspolitik und den Zuwendungsgebern stärkt und vertieft. Zudem verfolgt die Kampagne das Ziel, wissenschaftliche Bibliotheken als attraktive Arbeitgeber und Ausbildungsstätten zu positionieren – auch für Quereinsteiger*innen.

Der zentrale Kerngedanke der Kampagne »WEITER WISSEN« besteht darin, dass die wissenschaftlichen Bibliotheken mit einem gemeinsamen Konzept, konkreten Themen und einem einheitlichen visuellen Erscheinungsbild konzentrierte Öffentlichkeitsarbeit für ihre Institutionen machen können. Das Hauptziel besteht darin, die Konzeption dessen, was eine wissenschaftliche Biblio-



1 Banner der Kampagne »WEITER WISSEN«

Grafik: mor-design.de

thek als institutioneller Typus zu leisten imstande ist, zu verdeutlichen. Der Fokus liegt explizit nicht darauf, einzelne Bibliotheken ins Rampenlicht zu rücken, sondern vielmehr darauf, die Leistungsfähigkeit der Institution »wissenschaftliche Bibliothek« als Ganzes zu präsentieren.

Die Kampagne »WEITER WISSEN« ist eine gemeinsame Initiative der Badischen Landesbibliothek, der Bayerischen Staatsbibliothek, der Deutschen Nationalbibliothek, der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen, der Sächsischen Landesbibliothek – Staats- und Universitätsbibliothek (SLUB) Dresden, der Staatsbibliothek zu Berlin, der Staats- und

Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky, der Universitätsbibliothek Leipzig, der Universitätsbibliotheken der Humboldt Universität zu Berlin, der Freien Universität Berlin sowie der Technischen Universität Berlin, der Universitätsbibliothek Mannheim, der TIB – Leibniz-Informationszentrum Technik und Naturwissenschaften und Universitätsbibliothek, der ZB MED – Informationszentrum Lebenswissenschaften sowie der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft mit dem Deutschen Bibliotheksverband e.V. (dbv). Diese Einrichtungen arbeiten in einer gemeinsamen Steuerungsgruppe an der Weiterentwicklung der Kampagne und der Abstimmung ihrer Kommunikationsmaßnah-



2 Die sechs zentralen Postermotive der Kampagne »WEITER WISSEN«

Grafik: mor-design.de

men. Alles, was diese Kampagne ausmacht, wurde von den Kommunikationsverantwortlichen dieser Häuser erdacht, entwickelt, strukturiert und von deren Einrichtungen finanziell getragen.

Kommunikationsziele

Die vorliegende Kampagne verfolgt das strategische Ziel, bei der Wissenschaftspolitik und Zuwendungsgebern gezielt Aufmerksamkeit für die gesellschaftliche und wissenschaftliche Relevanz der Bibliotheken in Deutschland zu generieren und für ausgewählte Bibliotheksthemen zu sensibilisieren.

Bei Geldgebern und wissenschaftspolitischen Entscheidern soll ein Bewusstsein für die Dynamik geschaffen werden, die in wissenschaftlichen Bibliotheken durch intensive Forschungs- und Innovationsarbeit steckt. Dies erfordert eine gezielte Imagearbeit.

Die wissenschaftlichen Bibliotheken sollen allgemein von allen Zielgruppen als *Kompetenzträger* und proaktiver *Innovator* wahrgenommen werden. Insbesondere sollen sie in den folgenden fünf Themenfeldern als rele-

vanter Dienstleister für das Wissenschaftssystem anerkannt werden:

- a) Open Access
- b) Forschungsdateninfrastruktur
- c) Digitale Langzeitarchivierung
- d) Kulturelles Erbe
- e) Forschung und Entwicklung

Die Imagekampagne »WEITER WISSEN« will das Bild wissenschaftlicher Bibliotheken klarer zeichnen und mit positiven Konnotationen darstellen. Kommuniziert werden muss: Was sind wissenschaftliche Bibliotheken? Was können sie anbieten? In welchen Themenfeldern sind sie aktiv? Und welchen Beitrag leisten sie für eine freie und innovative Forschungslandschaft?

Zielgruppen

Die Kommunikationskampagne adressiert folgende Zielgruppen: Politiker*innen, Geldgeber, Wissenschaftler*innen, Interessierte Öffentlichkeit.

Zielgruppe Politiker*innen

Definition	<ul style="list-style-type: none"> – Politische Entscheidungsträger*innen auf Bundesebene und in den Ländern/Regionen, die die Wissenschaftspolitik gestalten – Die Anzahl der Entscheidungsträger*innen aus den Kultur-, Bildungs-, und Wissenschaftsausschüssen auf Bund- und Länderebene) beläuft sich auf rund 250 Bundestagsabgeordnete (MdBs) und über 600 Landespolitiker*innen (MdLs)
Beispiele	<ul style="list-style-type: none"> – Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) – weitere Bundesministerien (z. B. Gesundheits-, Wirtschaftsministerium, BKM) – 16 Landesministerien für Wissenschaft und Kultur – Mitglieder von wissenschaftlichen Ausschüssen in den Landesparlamenten, Bundestag und Bundesrat – Hochschulräte und Universitätsleitungen – Wissenschafts-, Bildungs- und Kulturpolitiker*innen
Kommunikationsziel	<ul style="list-style-type: none"> – Vermittlung der Bedeutung wissenschaftlicher Bibliotheken für das deutsche Forschungs- und Wissenschaftssystem und für die Gesellschaft. Überzeugung von der Relevanz der Bibliotheken – Schulterschluss und Unterstützung durch Politiker*innen, z. B. Förderung, Rahmenbedingungen anpassen
Kommunikationsansatz	<ul style="list-style-type: none"> – Sachliche und evidenzbasierte Argumentation, Betonung der konkreten Beiträge der Bibliotheken zu wissenschaftlicher Innovation – Betonung der konkreten Beiträge der Bibliotheken zur Bewahrung und Vermittlung des schriftlichen und visuellen Kulturerbes – Bereitstellung von informativen Materialien und Geschichten über Bibliotheken, um deren positive Konnotationen zu stärken
Informationen	<ul style="list-style-type: none"> – Beispiele für Forschungsprojekte bzw. Kooperationsprojekte, die von Bibliotheken unterstützt wurden – Erfolgsgeschichten – Expert*innenmeinungen und aktuelle Entwicklungen in Bezug auf Bibliotheken – Statistiken über die Nutzung wissenschaftlicher Bibliotheken (s. Bibliotheksstatistik), z. B.: <ul style="list-style-type: none"> – Rund 406.000 Personen nahmen 2022 an Schulungen, Führungen, Lehrveranstaltungen und Webinaren in wissenschaftlichen Bibliotheken teil – Anzahl der Bibliotheksbesuche 2022: 48.063.236, Ausstellungen und andere kulturelle Veranstaltungen: 1.923
Multiplikator*innen	<ul style="list-style-type: none"> – Wissenschaftsjournalist*innen, Vorsitzende von wissenschaftlichen Vereinigungen/Gremien, führende Forscher*innen und Akademiker*innen

Zielgruppe Geldgeber

Definition	– Staatliche und private Institutionen, Stiftungen und Organisationen, die finanzielle Mittel für wissenschaftliche Forschung und Bildung bereitstellen
Beispiele	<ul style="list-style-type: none"> – Hochschulen und Universitäten – Hochschulleitungen – Regierungen auf verschiedenen Ebenen (Bund, Länder, Kommunen) – Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) – Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) – private Stiftungen zur Förderung der Wissenschaft wie die VolkswagenStiftung oder die Alexander von Humboldt-Stiftung
Kommunikationsziel	<ul style="list-style-type: none"> – Verdeutlichung der essenziellen Bedeutung und des Mehrwerts wissenschaftlicher Bibliotheken für Innovation, Forschung, Bildung, Kultur – Überzeugung von der gesamtgesellschaftlichen Relevanz der Bibliotheken – Sicherung der grundständigen Finanzierung der Bibliotheken sowie finanzielle Unterstützung von weiteren Innovationsvorhaben in den wissenschaftlichen Bibliotheken
Kommunikationsansatz	<ul style="list-style-type: none"> – Präsentation von klaren Daten und Fakten über die Leistung wissenschaftlicher Bibliotheken – Präsentation von konkreten Leistungen und Erfolgen – Sichtbarmachung der wissenschaftlichen Leistungen, die durch Bibliotheksunterstützung überhaupt erst möglich wurden (beispielsweise durch die Bereitstellung digitaler Korpora usw.)
Informationen	<ul style="list-style-type: none"> – Beispiele für erfolgreiche Projekte und Kooperationen, die durch die Geldgeber unterstützt wurden und bei denen wissenschaftliche Bibliotheken eine Schlüsselrolle spielten – Statistiken über die Finanzierung von Bibliotheksinitiativen und deren Auswirkungen auf die Wissenschaft – Kommunikation von Erfolgsgeschichten – Expertenmeinungen & Testimonials – aktuelle Entwicklungen in Bezug auf Bibliotheken
Multiplikator*innen	– Wissenschaftsjournalist*innen, Vorsitzende von wissenschaftlichen Vereinigungen, führende Forscher*innen und Akademiker*innen

Zielgruppe Wissenschaftler*innen

Definition	<ul style="list-style-type: none"> – Forscher*innen in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen in ganz Deutschland – Laut Destatis² gibt es (Stand 06/23) rund 150.000 Forschende an deutschen Hochschulen – Adressiert werden Forschende und Wissenschaftler*innen an Hochschulen, Universitäten, außeruniversitären Forschungseinrichtungen und Forschungsabteilungen in der Privatwirtschaft
Beispiele	<ul style="list-style-type: none"> – Wissenschaftler*innen in Universitäten, Fachhochschulen, außeruniversitären Forschungseinrichtungen, Akteure aus wissenschaftlichen Fachgesellschaften, alle Hierarchiestufen – Forschende aus der Privatwirtschaft (z. B. Pharma-Industrie, Automobilindustrie, Energietechnik, Medizintechnik usw.)
Kommunikationsziel	<ul style="list-style-type: none"> – Aufzeigen, wie wissenschaftliche Bibliotheken Forscher*innen in den genannten Themenfeldern unterstützen – Hervorheben, was wissenschaftliche Bibliotheken zur Förderung der Forschung in Deutschland beitragen
Kommunikationsansatz	<ul style="list-style-type: none"> – Bereitstellung konkreter Beispiele und Fallstudien, die zeigen, wie wissenschaftliche Bibliotheken Forschungsprojekte und damit Innovation in Deutschland unterstützen – Betonung der Bedeutung von wissenschaftlichen Bibliotheken als Wissensressourcen für Forschende sowie als Ermöglicher – Bereitstellung von informativen Materialien und Geschichten über die Zusammenarbeit von Forschenden mit wissenschaftlichen Bibliotheken und deren Einfluss auf die wissenschaftliche Gemeinschaft
Informationen	<ul style="list-style-type: none"> – Fallbeispiele von Forscher*innen, die von wissenschaftlichen Bibliotheken profitieren – Statistiken über die Nutzung von Bibliotheksressourcen in der Forschung, Statistiken über die Zahl der Veranstaltungen der wissenschaftlichen Bibliothek – Erfolgsgeschichten in den genannten Themenfeldern der Kampagne – Expertenmeinungen & Testimonials – Best Practices und aktuelle Entwicklungen in der wissenschaftlichen Kommunikation und Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Bibliotheken
Multiplikator*innen	– Wissenschaftsjournalist*innen, Fachgesellschaften

Zielgruppe Interessierte Öffentlichkeit

Definition	Interessierte Bürger*innen vor Ort, potenzielle neue Beschäftigte vor Ort
Beispiele	<ul style="list-style-type: none"> – potenzielle Azubis – potenzielle neue Kolleg*innen – potenzielle lokale Projektpartner – Studierende und Schüler*innen, die auf wissenschaftliche Ressourcen zugreifen müssen – Eltern, die das Bildungsniveau ihrer Kinder fördern möchten – Lehrer*innen und Dozent*innen, die Bildungsmaterialien benötigen – Journalist*innen, die Informationen für ihre Berichterstattung benötigen – Lokale Gemeinschaften, die von Bildungsressourcen profitieren könnten – Senior*innen, die lebenslanges Lernen unterstützen – Nichtregierungsorganisationen (NGOs) mit Bildungsinitiativen
Kommunikationsziel	<ul style="list-style-type: none"> – Bewusstsein in der interessierten Öffentlichkeit für die Bedeutung und den Wert von wissenschaftlichen Bibliotheken schärfen – über die aktuellen Herausforderungen und Bedürfnisse wissenschaftlicher Bibliotheken aufklären, insbesondere in Bezug auf die Finanzierung und den Zugang zu Ressourcen – Mobilisieren und Beteiligen, die Teilnahme an öffentlichen Diskussionen – Wirkung zeigen, d. h. die konkreten Auswirkungen von wissenschaftlichen Bibliotheken auf Bildung, Forschung und die Gesellschaft insgesamt dokumentieren und präsentieren, um die Unterstützung und das Interesse der Öffentlichkeit zu verstärken
Kommunikationsansatz	<ul style="list-style-type: none"> – Überraschen, mit Informationen und Beispielen, wie vielfältig und anspruchsvoll die Tätigkeitsbereiche in wissenschaftlichen Bibliotheken sind – Teilen von Expertenmeinungen (d. h. Testimonials) – Aufzeigen, wie wissenschaftliche Bibliotheken in die lokale Gemeinschaft eingebettet sind und wie sie Bildungsprogramme und Ressourcen für Bürger*innen bereitstellen – konkrete Handlungsaufforderungen ermöglichen
Informationen	<ul style="list-style-type: none"> – Zahlen zur Finanzsituation, Erfolgsgeschichten, Daten zur Wirkung, Informationen zu Veränderungen, – mit denen wissenschaftliche Bibliotheken umgehen müssen, Forschungsergebnisse zur Rolle von Bibliotheken in der Gesellschaft
Multiplikator*innen	<ul style="list-style-type: none"> – Medien, Stadtführungen, lokale Bildungseinrichtungen, berufliche Netzwerke, kulturgeschichtliche Vereine und Netzwerke

Botschaft

Botschaftsentwicklung

Im 21. Jahrhundert erfüllen wissenschaftliche Bibliotheken nach wie vor eine essenzielle Rolle innerhalb der Bildungslandschaft und im Kontext wissenschaftlicher Forschung. Diese Institutionen, die sich zu Informationsinfrastrukturdienstleistern weiterentwickelt haben, dienen als unersetzliche Quellen für die Bereitstellung eines breiten und tiefen Spektrums an Wissensressourcen, die von immenser Bedeutung für Forschung und Bildung sind. Zudem spielen sie als Informationsvermittler und Informationsinfrastruktur-Dienstleister eine wesentliche Rolle, um sozio-technische Zugänge zu Forschungsliteratur, Forschungsdaten und Codes überhaupt erst zu ermöglichen und Fachinformationen frei verfügbar zu machen.

Durch die Arbeit von wissenschaftlichen Bibliotheken haben Forschende, Studierende und Lernende aller Altersstufen freien Zugang zu nationalen und internationalen Fachinformationen, zu Datenbanken, Statistiken, audiovisuellen Medien, Forschungsdaten und Codes. Diese Vielfalt an Informationen bildet das Fundament für akademische und berufliche Forschung und Innovation

sowie die intellektuelle Entwicklung von Studierenden und Forscher*innen.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist die Unterstützung, die wissenschaftliche Bibliotheken für Wissenschaftler*innen sowie Studierende bieten. Hierbei geht es nicht allein um den Zugriff auf Materialien, sondern auch um die Bereitstellung von Schulungen zu Open Access, Open Data, wissenschaftlichem Arbeiten, wissenschaftlichem Publizieren, um die Veranstaltung von Vernetzungs- und Community-Angeboten, um wissenschaftspolitisches Engagement für mehr Open Science, für eine Open-Access-Transformation u. v. m. In dieser Hinsicht fungieren Bibliotheken als aktive Partner bei der Förderung der akademischen Exzellenz.

In einer Zeit, in der Fehlinformationen und Fake News allgegenwärtig sind, bieten Bibliotheken nicht nur Zugang zu sorgfältig kuratierten und evaluierten fake-freien Informationen, sondern sie erfüllen zudem eine wichtige Funktion als Anlaufstelle für Informationskompetenz.

Sie lehren kritisches Denken, die Fähigkeit zur Bewertung von Informationen und die Identifikation verlässlicher Quellen. Diese Fähigkeiten sind von entscheidender

Bedeutung für die Entwicklung einer informierten und aufgeklärten Gesellschaft.

Bibliotheken übernehmen darüber hinaus eine bedeutende Verantwortung in Bezug auf die Bewahrung und Kuratierung des kulturellen Erbes. Neben der Aufbewahrung von wissenschaftlichem Wissen bewahren sie auch kulturelle Schätze, historische Dokumente und Literatur. Diese Schätze werden für unterschiedliche Zielgruppen adressatenspezifisch kuratiert und zugänglich gemacht. Dies trägt zur Erhaltung der kulturellen Identität und des kulturellen Gedächtnisses unserer Gesellschaft bei.

Wichtig für unsere Gesellschaft ist zudem, dass wissenschaftliche Bibliotheken einen inklusiven Zugang zu Bildung und Wissen bieten. Unabhängig von finanziellen Voraussetzungen oder physischen Barrieren ermöglichen sie die Chancengleichheit und fördern die soziale Integration. Bibliotheken dienen nicht nur Studierenden, sondern sind auch Bildungseinrichtungen für lebenslan-

ges Lernen, die Menschen jeden Alters dazu ermutigen, ihr Wissen kontinuierlich zu erweitern.

Die Kampagne »WEITER WISSEN« hat sich angesichts dieser vielschichtigen und komplexen Aktivitäten auf fünf Hauptbotschaften fokussiert.

Hauptbotschaften

Folgende Hauptbotschaften sollen durch Kommunikationsarbeit vermittelt werden:

Hauptbotschaft 1:

Forschung für alle zugänglich. Mit uns.


Wissenschaftliche Bibliotheken engagieren sich aktiv für Open Access, um eine kostenfreie Informationsversorgung für alle zu ermöglichen.

Dazugehörige Botschaften:

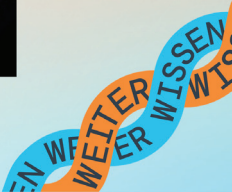
- Wissenschaftliche Bibliotheken finden zusammen mit Verlagen neue Geschäftsmodelle und fördern die

Wir brauchen die wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland, weil ...

... sie Fundament der Wissenschaft und damit Basis von Aufklärung, Freiheit und Demokratie sind.



Prof. Dr. Claudia Kemfert
Leiterin der Abteilung Energie, Verkehr und Umwelt am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW)



Wir brauchen die wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland, weil ...

... sie digitale Infrastrukturen mitentwickeln und aufbauen, die die gegenwärtigen Transformationsprozesse in Lehre, Forschung und Publikationswesen unterstützen.



Prof. Dr. Melanie M. Brinkmann
Virologin am Helmholtz-Zentrum für Infektionsforschung



Wir brauchen die wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland, weil ...

... sie im riesigen Ozean des Wissens die besten Lotsen sind – und das analog und digital.



Prof. Dr. Antje Boetius
Direktorin des Alfred-Wegener-Instituts Helmholtz-Zentrum für Polar- und Meeresforschung



Ich brauche die wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland, weil ...

... sie eine frei zugängliche Quelle für die Entwicklung und den Stand der Forschung bietet.



Prof. Dr. Mojib Latif
Klimaforscher und Präsident der Akademie der Wissenschaften in Hamburg



3 Beispiele für Testimonials zur Nutzung via Social Media

Grafik: mor-design.de

Open-Access-Transformation, um Forschungsergebnisse frei verfügbar zu machen und den Zugang zur Wissenschaft für alle zu gewährleisten.

- Mit der Unterstützung wissenschaftlicher Bibliotheken wird wissenschaftliche Information für Studierende, Forschende und die breite Öffentlichkeit kostenlos zugänglich gemacht und Bildungsgerechtigkeit ermöglicht.
- Durch Open Access fördern wissenschaftliche Bibliotheken die Transparenz und Reproduzierbarkeit von Forschungsergebnissen und tragen zur Qualitätssicherung in der Wissenschaft bei.

Hauptbotschaft 2:

Vom Datenberg zur Wissensquelle. Mit uns.

Wissenschaftliche Bibliotheken bieten Forschenden umfassende Unterstützung bei der langfristigen Aufbewahrung und Zugänglichmachung ihrer Forschungsdaten, einschließlich Beratungs- und Schulungsangeboten.

Dazugehörige Botschaften:

- Wissenschaftliche Bibliotheken sind die Experten für die langfristige Aufbewahrung und Verwaltung von Forschungsdaten, um deren langfristige Nutzbarkeit sicherzustellen.
- Wir stehen Forschenden mit Expertise zur Seite und bieten Informations-, Schulungs- und Beratungsangebote, um den Umgang mit Forschungsdaten zu erleichtern und bewährte Praktiken zu fördern.
- Mit unserer Hilfe werden Forschungsdaten nicht nur gespeichert, sondern in wertvolles Wissen umgewandelt, das zukünftige Entdeckungen ermöglicht.

Hauptbotschaft 3:

Für immer Daten gesichert. Mit uns.

Die wissenschaftlichen Bibliotheken sind Experten für die digitale Langzeitarchivierung und gewährleisten die langfristige Verfügbarkeit wertvoller Sammlungen und Forschungsdaten vor Gefahren wie Verlust, Feuer, Wasser und Cyberangriffen.

Dazugehörige Botschaften:

- Wissenschaftliche Bibliotheken sind Experten für die digitale Langzeitarchivierung und gewährleisten die dauerhafte Sicherheit und Zugänglichkeit von wertvollen Sammlungen, Karten, Literatur, Statistiken und Forschungsdaten vor Gefahren.
- Wissenschaftliche Bibliotheken setzen modernste Sicherheitsmaßnahmen und Qualitätssicherungs-Maßnahmen ein, um Daten vor Verlust, Feuer, Wasser und Cyberangriffen zu schützen, und gewährleisten so die Unversehrtheit wertvoller Informationen und Kulturschätze.
- Durch unser Engagement für die Sicherheit von Daten stellen wir sicher, dass wissenschaftliche Ressourcen auch für zukünftige Generationen erhalten bleiben und weiterhin zugänglich und nutzbar sind.

Hauptbotschaft 4:

Kulturerbe bewahren für Generationen. Mit uns.

Wissenschaftliche Bibliotheken sammeln und kuratieren kulturelles Erbe, auch bevor es als solches erkannt wird, um sicherzustellen, dass es für zukünftige Generationen zugänglich bleibt und sorgfältig gepflegt wird.

Dazugehörige Botschaften:

- Wissenschaftliche Bibliotheken sammeln und kuratieren kulturelles Erbe, um sicherzustellen, dass es für zukünftige Generationen zugänglich bleibt und sorgfältig gepflegt wird.
- Wissenschaftliche Bibliotheken identifizieren kulturelles Erbe, auch bevor es als solches erkannt wird, und bewahren es für künftige Studien und Forschungszwecke.
- Durch die Bewahrung von Kulturerbe tragen wissenschaftliche Bibliotheken dazu bei, den kulturellen Dialog und das Verständnis zwischen verschiedenen Generationen und Gesellschaften zu fördern.

Hauptbotschaft 5:

Infrastrukturen und Services für die Wissenschaft.

Mit uns.

Wissenschaftliche Bibliotheken gehen über die Bereitstellung von Informationen hinaus und entwickeln eigene digitale sozio-technische Infrastrukturen, die Daten unterschiedlicher Art nutzerfreundlich aufbereiten. Sie betreiben auch anwendungsorientierte Forschung, um zukünftige Services optimal gestalten zu können.

Dazugehörige Botschaften:

- Wissenschaftliche Bibliotheken gehen über die Bereitstellung von Informationen hinaus und entwickeln eigene digitale sozio-technische Infrastrukturen, um Daten unterschiedlicher Art nutzerfreundlich aufzubereiten.
- Wissenschaftliche Bibliotheken betreiben anwendungsorientierte Forschung, um zukünftige Services optimal gestalten zu können und den Bedürfnissen der Wissenschaft gerecht zu werden.
- Mit unseren digitalen Infrastrukturen und Services unterstützen wir den Wissenstransfer und die Zusammenarbeit zwischen Wissenschaftler*innen und Institutionen, um Forschung und Innovation zu beschleunigen.

Claim der Kampagne

Der übergreifende Claim der Kampagne »WEITER WISSEN. Die wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland« trägt eine mehrschichtige Bedeutung:

1. **Fortführung:** Der Begriff »WEITER WISSEN« hebt die kontinuierliche Erweiterung und Fortführung des Wissens hervor. Dies spiegelt die lebenslange Lernreise wider, auf der sich Wissenschaftler*innen und die Gesellschaft als Ganzes befinden und die von wissenschaftlichen Bibliotheken sozio-technisch unterstützt wird.

2. *Bewahrung*: Das »WEITER« im Claim weist auch auf die wichtige Funktion der Bibliotheken hin, Wissen für zukünftige Generationen kontinuierlich zu bewahren und zu archivieren. Sie sind Hüter des historischen und zeitgenössischen Wissens, die dazu beitragen, das Erbe für kommende Generationen zu erhalten.
3. *Perspektiven-Erweiterung*: »WEITER« ermutigt auch dazu, die eigene Blase zu verlassen und sich auf neue technische Entwicklungen, Ideen, Ansichten und Horizonte einzulassen. Die Bibliotheken unterstützen dabei, über den eigenen Tellerrand hinausblicken und die Vielfalt des Wissens zu erkunden. Sie engagieren sich dafür, dass nicht nur Verlagsprodukte der großen Monopolisten gesichtet werden, sondern viele Forschungserkenntnisse jenseits des Mainstreams.
4. *Beratung und Orientierung*: »WEITER WISSEN« betont auch die Rolle der Bibliotheken als Anlaufstelle für Ratsuchende, wenn sie nicht weiter wissen. Expert*innen in wissenschaftlichen Bibliotheken aus unterschiedlichen Professionen stehen bereit, um bei der Suche nach Informationen, der Recherche und der Orientierung in der Welt des Wissens zu helfen.

Insgesamt schafft der Claim »WEITER WISSEN. Die wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland« eine Verbindung zwischen Wissen, Bildung, Gemeinschaft

und Identität. Er unterstreicht die bedeutende Rolle, die wissenschaftliche Bibliotheken in der Gesellschaft spielen, indem sie nicht nur Wissen vermitteln und bewahren, sondern auch die geistige Offenheit und Orientierung für alle fördern.

Bild- und Farbkonzept

Die Kampagne »WEITER WISSEN« setzt auf farbstarke Bildmotive, die darauf abzielen, die Aufmerksamkeit der Zielgruppen zu erregen und eine starke visuelle Wirkung zu erzielen. Diese Farbtintensität dient dazu, die Botschaften der Kampagne auffällig und leicht erkennbar zu machen. Darüber hinaus fördert die Verwendung von kräftigen Farben die emotionale Resonanz bei den Empfänger*innen und kann positive Assoziationen hervorrufen.

Der Schriftzug »WEITER WISSEN« besteht aus zwei verschlungenen Strängen, die die enge Verbindung zwischen wissenschaftlicher Forschung und wissenschaftlicher Informationsinfrastruktur versinnbildlichen soll.

Strategie

Strategische Leitlinien

- Wir entwickeln und setzen einen dezentralen Multi-kanalansatz um. Dies bedeutet, dass wir die Landingpage www.weiterwissen-kampagne.de als Ausgangs-



4 Aufhängung der Plakate in der Münchner U-Bahn

Foto: Peter Schnitzlein, BSB



5 Aufstellung eines gemeinsamen Roll Ups von UB Kiel und ZBW in Kiel bei einer Veranstaltung mit dem Digitalisierungsminister Schleswig-Holsteins

Foto: Timo Wilke

punkt nutzen, zusätzlich zu den Social-Media-Kanälen, den Websites, den verschiedenen Newslettern und den Veranstaltungen unserer Partner. Zudem vereinbaren alle Partner einen koordinierten und starken Auftritt (z.B. in überregionalen Medien und Veranstaltungen), um die Reichweite unserer Botschaften zu maximieren.

- Die durchgängige Leitidee wird in fünf zentralen Motiven mit einer festgelegten Dramaturgie umgesetzt.
- Elemente der Kampagne werden kontinuierlich weiterentwickelt.
- Wir streben einen engen Dialog mit Entscheidungsträger*innen an und möchten eine enge Bindung zwischen den wissenschaftlichen Bibliotheken und ihren Kooperationspartnern und Nutzer*innen schaffen, indem wir eigene Erfahrungen einbringen.
- Wir teilen Erfahrungen und im besten Fall (Erfolgs-) Geschichten aus der Perspektive der Bibliotheken, der Kooperationspartner und Nutzer*innen.
- Nach einem erfolgreichen Roll-Out der Imagekampagne werden sukzessive immer mehr Testimonials integriert, um die Glaubwürdigkeit unserer Botschaften zu unterstützen.
- Wir stehen vor der Herausforderung eines begrenzten Media-Budgets. Daher kommunizieren wir über kosteneffiziente Medien, die unsere Zielgruppe direkt



6 Präsentation eines gemeinsamen Aufstellers der Berliner wissenschaftlichen Bibliotheken im Grimm-Zentrum, Berlin

Foto: Katharina Tollkühn

erreichen und die Kernleistung der wissenschaftlichen Bibliotheken in den Vordergrund stellen. Zudem kommt hier der dezentrale Ansatz zum Tragen.

Kommunikationskanäle und Kommunikationsmedien

In der Auswahl der Kommunikationskanäle setzt die Kampagne den Fokus auf einen dezentralen Ansatz. Die Initiatoren der Kampagne als auch alle Mitstreiter*innen pflegen in ihren jeweiligen Häusern eine etablierte und dialog-orientierte Kommunikation mit genau den zentralen Zielgruppen, d. h. mit den universitären, landesweiten und bundesweiten Stakeholdern und Kooperationspartnern. Aus diesem Grund werden die Kommunikationskanäle schrittweise ausgerollt.

Schritt 1 (12/23 – 01/24):

Vorabinformation der Bibliotheksmedien und der über 700 wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland; Vorabinformation an alle DBV-Mitglieder; Vorabinformation via Bibnez; Finalisierung der Kampagnen-Landingpage: www.weiterwissen-kampagne.de mit Testimonials aus der Forschung und sämtlichen Hintergrundinformationen.

Schritt 2 (01/24 – 03/24):

Roll-Out der Kampagne via Social-Media, Newsletter, Plakate, Postkarten und Roll-Ups vor Ort; Nutzung von Webbannern für die einzelnen Partner-Websites, Nutzung der fünf zentralen Themen-Kacheln bzw. -Poster (Open Access, digitale Langzeitarchivierung, kulturelles Erbe, Forschung und Entwicklung sowie Forschungsdaten-Infrastruktur). Aushang der Themenplakate in den Bibliotheken vor Ort, an Zentralstellen der eigenen Universität bzw. Forschungseinrichtung sowie bei lokalen Partner-Institutionen; Verteilung der Postkarten als Lesezeichen über die Buchausleihe; Distribution der Webbanner über nutzerstarke eigene Websites.

Schritt 3 (04/24 – 12/24):

Konzertierte Mailings an die Zielgruppen-Vertreter*innen und entsprechende Multiplikatoren, Gastbeiträge in Fachzeitschriften, Blogs, Newslettern, Roll-Out von Printprodukten im Umfeld der politischen Entscheidungsträger*innen (z. B. bei Gremientreffen, Anhörungen, Veranstaltungen); Briefversand mit Printprodukten an politisch Entscheidungsträger*innen, sukzessive Ergänzung der Landingpage www.weiterwissen-kampagne.de

Schritt 4 (04/24 – 12/24):

Fokus auf dialog-orientierter Kommunikation, Einladung zu Veranstaltungen, Bibliotheks-Frühstücken u. ä. und Ausgabe von Kampagnen-Give-Aways (Sticker, Magneten o. ä.); Einladung/Aufruf an Forschende, ihre persönliche Bibliothekserfahrung zu teilen für die Kampagnen-Website; Akquise weiterer Partner aus wissenschaftlichen Bibliotheken auf bibliothekarischen Ver-

anstaltungen (z. B. BiblioCon, vBIB), Produktion von Video-Kurz-Interviews (Erfahrungen, Begegnungen zwischen Forschung und Bibliothek in den fünf genannten Themenfeldern). Regelmäßige dezentrale Kommunikation und Distribution über neue Inhalte auf der Landingpage über die Online-Kanäle der beteiligten Kampagnen-Partner.

In allen Stufen der Kommunikationsarbeit ist die Analyse der Bedarfe und Interessen der jeweiligen Sub-Zielgruppen grundlegend für die Wahl der Instrumente und Botschaften.

Dramaturgie

Phase 1: Aufmerksamkeit erzeugen und aktivieren [Januar 2024 bis März 2024]

In der ersten Phase der Kommunikationskampagne liegt der Fokus darauf, *Aufmerksamkeit* zu erzeugen und die Kampagne offiziell zu starten. Wir kommunizieren die Stärken der wissenschaftlichen Bibliotheken und führen erste Testimonials aus der Forschung ein. Die zeitliche Kommunikation der Testimonials wird in ihrer Reihenfolge konkret in einen Redaktionsplan abgestimmt. Über 700 Mitstreiter*innen aus der bibliothekarischen Gemeinschaft werden aktiviert, und wir sammeln kontinuierlich Erfahrungen aller Partner.

Phase 2: Vertiefung und Überzeugung [März 2024 bis Juni 2024]

In Phase 2 steigern wir die *Aufmerksamkeit* weiter und vertiefen die Stärken der wissenschaftlichen Bibliotheken durch aktuelle Hintergrundinformationen, aktualisierte Zahlen und inspirierende Geschichten. Diese Phase dient dazu, das Verständnis und die Überzeugung für unsere Botschaften zu festigen.

Phase 3: Sympathie schaffen und Dialog fördern [Juni 2024 bis September 2024]

In Phase 3 schaffen wir *Sympathie* für die wissenschaftlichen Bibliotheken und integrieren neue Testimonials in unsere Kommunikation. Der Fokus liegt auf einer hohen Dialogorientierung mit unseren Zielgruppen, insbesondere durch die Teilnahme an Veranstaltungen und Diskussionen. Gleichzeitig entwickeln wir die Stärken der wissenschaftlichen Bibliotheken evolutionär weiter, indem wir neue Bildmotive und Headlines einführen. Die wissenschaftliche Gemeinschaft wird aufgerufen, Erfahrungen und Beispiele aus der eigenen Lebenswelt zu teilen.

Phase 4: Langfristige Bindung und Bilanz ziehen [September 2024 bis Dezember 2024]

In der vierten Phase unserer Kampagne, die auf die *langfristige Bindung* unserer Zielgruppen abzielt, schaffen wir eine positive Grundstimmung für die wissenschaftlichen Bibliotheken und vertiefen die Sympathie



7 Netzwerktreffen des Deutschlandstipendiums 02/2024 in der Universitätsbibliothek Leipzig. Im Bild: Dr. Christoph Mackert, Leiter des Handschriftenzentrums an der Universitätsbibliothek Leipzig
Foto: Christian Hüller

weiter. Wir setzen fort, die Stärken der wissenschaftlichen Bibliotheken schrittweise weiterzuentwickeln, um unsere Botschaften kontinuierlich zu verstärken. Zusätzlich führen wir eine erste Wirkungsanalyse durch, um die erreichten Ziele zu bilanzieren und den Erfolg unserer Kommunikationsbemühungen zu messen.

Beteiligungsmöglichkeiten für wissenschaftliche Bibliotheken

Die Kampagne wurde von Expert*innen für das Thema Öffentlichkeitsarbeit an wissenschaftlichen Bibliotheken initiiert. Richtig zünden kann diese bundesdeutsche Kampagne aber erst, wenn sich alle oder zumindest möglichst viele wissenschaftliche Bibliotheken beteiligen. Welche Möglichkeiten gibt es?

Zugang zum zentralen Downloadbereich: Auf der Website www.weiterwissen-kampagne.de steht ein zentraler Downloadbereich zur Verfügung. Dieser Bereich ist leicht erreichbar und bietet alle relevanten Kampagneninformationen und Ressourcen. Dazu zählen Vorlagen für Printmaterialien wie Poster, Postkarten, Roll-Ups sowie digitale Vorlagen für Banner, Social-Media-Kacheln, E-Mail-Signaturen, Power-Point-Vorlagen u. v. m.

Anpassbare Assets: In diesem Bereich stehen anpassbare Assets zur Verfügung mit Platz für das eigene Bi-

bliotheks-Logo. Die Bibliotheken können diese Assets herunterladen und ihre Logos einsetzen, um sicherzustellen, dass die Kampagne ihre lokale Identität und Botschaft reflektiert. Die Bildmotive selbst sollen jedoch nicht verändert werden, denn nur eine einheitliche Bildsprache stellt sicher, dass die Botschaft sich verstärkt.

Verbreitung der Botschaft: Jede Bibliothek kann die angepassten Assets verwenden, um die Kampagnenbotschaft effektiv zu verbreiten. Dies kann durch das Teilen auf Social-Media-Plattformen, das Versenden von Newslettern, das Ausstellen von Plakaten in den Bibliotheksräumen und andere geeignete Kanäle erfolgen.

Lokale Veranstaltungen und Aktionen: Bibliotheken können auch lokale Veranstaltungen und Aktionen planen, um die Kampagne zu unterstützen – natürlich gebrandet mit den gemeinsamen Kampagnenmotiven. Dies könnten beispielsweise Diskussionsrunden, Lesungen oder Workshops sein, die das Thema der Kampagne aufgreifen und die Bedeutung wissenschaftlicher Bibliotheken in der lokalen Gemeinschaft hervorheben.

Berichterstattung und Feedback: Es ist wichtig, dass die wissenschaftlichen Bibliotheken über ihre Beteiligung an der Kampagne berichten und Feedback untereinander austauschen. Dies kann dazu beitragen, den Erfolg der

Kampagne zu messen, aus den Erfahrungen der Partner zu lernen und zukünftige Aktivitäten zu verbessern.

Koordinierung und Zusammenarbeit: Obwohl die Beteiligung dezentral erfolgt, ist eine gewisse Koordinierung zwischen den Bibliotheken bedeutend. Sie können Erfahrungen und bewährte Praktiken austauschen, um die Wirksamkeit der Kampagne zu maximieren.

Zitate aus den Häusern

Prof. Dr. Sören Auer, Direktor der TIB – Leibniz-Informationszentrum Technik und Naturwissenschaften und Universitätsbibliothek

»Wissenschaftliche Bibliotheken sind viel mehr als reine Büchersammlungen. Sie sind Hüterinnen des Wissens, Schatzkammern kulturellen Erbes und dynamische Schnittstellen, die den Fortschritt in Forschung und Entwicklung vorantreiben.

Wir als TIB setzen uns seit Langem für Openness, Offenheit in der Wissenschaft, ein: für frei verfügbare Publikationen, Forschungsdaten und Bildungsmaterialien, und wir fördern transparente und kollaborative Methoden im Forschungsprozess. Als Forschungseinrichtung sind wir Teil der digitalen Transformation, indem wir innovative Lösungen für die Organisation, Bereitstellung, Sicherung und Nutzung von Wissen entwickeln und digitale

Dienste und Plattformen betreiben, die Forschung und Lehre erleichtern. Durch den Zugang zu Informationen und Forschungsergebnissen für alle ermöglichen wir als wissenschaftliche Bibliothek Innovation und stärken die Grundlagen für bahnbrechende Entdeckungen.

Unsere gemeinsame Kampagne »WEITER WISSEN« spiegelt die Vielfalt wissenschaftlicher Bibliotheken wider und zeigt, dass sie in einer Welt des ständigen Wandels unverzichtbare Partnerinnen für die Wissenschaftsgemeinschaft sind.«

Dr. Andreas Brandtner, Leitender Direktor der Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin

»Wissenschaftliche Bibliotheken können Vieles sein: Wegweiser zu neuen Erkenntnissen, Orte des Austauschs, Räume der Stille, Innovationslabore, Hüterinnen des verlässlichen Wissens, Lernzentren, Kompetenzvermittler, Kooperationspartner, Serviceanbieter und Infrastrukturdienstleister. Sie können magisch sein oder altbacken, inspirierend oder fad. Manchmal sind sie all das gleichzeitig.

Die Funktionen und Angebote von Universitätsbibliotheken haben sich in den letzten 20 Jahren enorm entwickelt, um den Bedürfnissen von Forschenden, Lehrenden und Studierenden gerecht zu werden. Um nur einige



7 Außenbanner an der Bayerischen Staatsbibliothek München

Foto: Peter Schnitzlein, BSB

Stichpunkte zu nennen: Elektronische Ressourcen, Forschungsdatenmanagement, Open Access oder Künstliche Intelligenz sind dynamische Themenfelder, mit denen wir uns befassen und zu denen wir Angebote entwickeln.

In unserer täglichen Arbeit stellen wir immer wieder fest, dass längst nicht all diese vielfältigen Wirkungsfelder außerhalb unserer Fachcommunity bekannt sind. Das allgemeine Image von wissenschaftlichen Bibliotheken bleibt – so ist mir das in zahlreichen Gesprächen begegnet – diffus bis anachronistisch. Liegt es daran, dass die Nutzenden uns heute oft so sehen, wie sie uns auch vor 20 Jahren schon gesehen haben; nämlich mäßig moderne Räume mit Schreibtischen und Bücherregalen? Müssen wir unsere Services, unsere Rolle, unsere Bedeutung heute nicht stärker kommunizieren? Sollten wir nicht selbstbewusster auftreten, uns besser vernetzen, unsere unverzichtbare Funktion im Wissenschaftsbetrieb stärker betonen? Ich denke: ja. Und genau deswegen ist die Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin als Mitinitiatorin bei ›WEITER WISSEN‹ dabei.«

Kathrin Brannemann, Stellvertretende Direktorin der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen

»Wissen als Gemeingut ist eine Sache, die jede und jeden angeht. Gerade in Zeiten, in denen eine stetig zunehmende Vielfalt an Informationen Gesellschaft und Wissenschaft verändert, sind wissenschaftliche Bibliotheken wie die SUB Göttingen und andere wichtiger denn je: Sie definieren Standards und Infrastrukturen für die Zugänglichmachung und Nachnutzung von wissenschaftlichen Daten. Wissenschaftliche Bibliotheken sorgen so dafür, dass Wissen für alle verfügbar ist und bleibt.«

Dr. Klaus Ceynowa, Generaldirektor der Bayerischen Staatsbibliothek München

»Universalbibliotheken von Weltrang wie die Bayerische Staatsbibliothek sind ein besonderer Typ wissenschaftlicher Bibliotheken. Als Gedächtnisinstitutionen bewahren sie wertvolles und einzigartiges schriftliches Kulturgut wie Handschriften, Inkunabeln und historische Drucke. Ihre über Jahrhunderte gewachsenen Sammlungen bauen sie kontinuierlich zur Nutzung durch Wissenschaft und Forschung weiter aus. Ihre Bestände umfassen dabei Inhalte beliebiger Materialität: digitale und analoge, elektronische und gedruckte, textuelle und multimediale, statische und dynamische Informationsressourcen.

Sammeln und Bewahren sind dabei nie Selbstzweck, sondern stehen konsequent im Dienste der Nutzenden. Digitale Plattformen und Services wie beispielsweise nationale Fachinformationsdienste ›kontextualisieren‹ die angebotenen Informationsressourcen in vielfältigen Anwendungsszenarien. Wissenschaftliche Universalbibliotheken sind Orte der Inspiration und Innovation, des Entdeckens und Wiederentdeckens unseres Wissenskos-

mos im Interesse der künftigen Gestaltung unserer kulturellen und gesellschaftlichen Lebenswelt. Ich freue mich sehr, dass die Kampagne ›WEITER WISSEN‹ diese Rolle wissenschaftlicher Bibliotheken in der breiten Öffentlichkeit noch stärker verankern und akzentuieren wird.«

Jürgen Christof, Leitender Direktor der Universitätsbibliothek der Technischen Universität Berlin

»Die Kampagne ›WEITER WISSEN‹ ist wichtig und notwendig, weil sie nicht nur die wissenschaftlichen Bibliotheken auf moderne Art und Weise sichtbar macht, sondern auch unsere vielfältigen, innovativen Themen und Services in den Vordergrund stellt. Dabei geht es auch darum, dass wir mit geballter, lauter Stimme sprechen und deutlich machen, wie relevant unsere Arbeit ist und welchen essentiellen Einfluss sie auf Studium, Forschung, Lehre sowie auf den gesamten Wissenschaftsbetrieb hat.«

Martin Lee, Direktor der Universitätsbibliothek der Humboldt Universität zu Berlin

»Wissenschaftliche Bibliotheken verändern sich dynamisch und immer schneller, genauso wie ihr wissenschaftliches und gesellschaftliches Umfeld. Effizientes Datenmanagement und verlässliche Information werden immer wichtiger. Im Zentrum unseres Handelns in den wissenschaftlichen Bibliotheken steht aber wie immer schon das Wissen: Wir kuratieren die Räume, in denen Wissen gemacht und geteilt werden kann. Mehr und mehr gestalten wir die Räume für Forschende, Lehrende und Lernende vielfältiger, kreativer und mit vielen anderen Expertinnen und Experten gemeinsam. Besonders mit Fachcommunities verbinden wir uns zunehmend. Die Arbeit der zahlreichen Bibliothekarinnen und Bibliothekare ist nicht für alle Nutzenden sichtbar. Daher freue ich mich sehr, unsere Sichtbarkeit zu erhöhen und als Universitätsbibliothek der Humboldt-Universität zu Berlin Mitorganisatorin zu sein bei der Initiative ›WEITER WISSEN‹.«

Prof. Dr. Dietrich Rebholz-Schuhmann, Wissenschaftlicher Direktor von ZB MED – Informationszentrum Lebenswissenschaften

»Ohne Fachliteratur, die wissenschaftliche Bibliotheken bereitstellen, ist Forschung nicht möglich. Es ist wie mit dem Strom. Der kommt auch nicht einfach aus der Steckdose, sondern braucht eine leistungsstarke Infrastruktur. Die wissenschaftlichen Bibliotheken haben ihr Ohr an der Wissenschaft, um die notwendige Fachliteratur – also den Strom – bereitzustellen. ZB MED als Teil der wissenschaftlichen Bibliotheken setzt die Bedürfnisse der Forschenden an eine leistungsstarke Infrastruktur um und kümmert sich darum, dass diese zur Verfügung steht. Unsere wichtigsten Entscheidungsträger*innen müssen diese Leistungen der wissenschaftlichen Bibliotheken als Infrastruktur anerkennen, damit die hochwertige For-

schung in Deutschland in ihrer Tiefe und Breite auch morgen erhalten bleibt. Daher ist für mich und uns diese Kampagne der wissenschaftlichen Bibliotheken immens wichtig.«

Prof. Dr. Klaus Tochtermann, Direktor der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft

»Die bundesweite Kampagne ›WEITER WISSEN‹ lenkt den Fokus auf die immense Bedeutung von Bibliotheken und Informationsinfrastrukturen in unserer modernen Wissensgesellschaft. In einer Zeit, in der die Digitalisierung die Wissenschaft und Bildung tiefgreifend transformiert, sind wissenschaftliche Informationsinfrastrukturen unverzichtbare Partner für den nachhaltigen Betrieb von sozio-technologischen Informationsinfrastrukturen und die Förderung von Open Science. Diese koordinierte Initiative betont die aktive Rolle dieser Einrichtungen als Unterstützer bei der Förderung akademischer Exzellenz, und es freut mich zutiefst, dass die ZBW Teil dieser deutschlandweiten Initiative ist.«

Literatur

- Broady-Preston, J., & Lobo, A. (2011). Measuring the quality, value and impact of academic libraries: the role of external standards. *Performance Measurement and Metrics*, 12(2), 122–135. doi: 10.1108/14678041111149327
- Brown, K., & Malenfant, K. J. (2017). Academic library impact on student learning and success: Findings from assessment in action team projects.
- Brundy, C. (2015). Academic Libraries and Innovation: A Literature Review. *Journal of Library Innovation*, 6(1).
- Cox, A. M., Pinfield, S., & Rutter, S. (2019). Academic Libraries' Stance toward the Future. *portal: Libraries and the Academy*, 19(3), 485–509.
- Creaser, C., & Spezi, V. (2012). Working together: Evolving value for academic libraries.
- Creaser, C., & Spezi, V. (2014). Improving perceptions of value to teaching and research staff: The next challenge for academic libraries. *Journal of librarianship and information science*, 46(3), 191–206.
- Emmons, M., & Wilkinson, F. C. (2011). The academic library impact on student persistence. *College & Research Libraries*, 72(2), 128–149.
- Hayes, M. A., Henry, F. A., & Shaw, R. (2021). Librarian Futures Report I Lean Library. doi: 10.4135/wp.20211103
- Hayes, M. A. (2023). Librarian Futures Part II. The Knowledge Gap Between Librarians and Students. Contrasting Librarian and Student Perspectives on the Undergraduate Workflow.

- Murray, A., Ireland, A., & Hackathorn, J. (2016). The value of academic libraries: Library services as a predictor of student retention. *College & Research Libraries*, 77(5), 631–642. doi: 10.5860/crl.77.5.631
- Nickels, C., & Davis, H. (2020). Understanding researcher needs and raising the profile of library research support. *Insights*, 33(1).
- Oakleaf, M. J. (2010). The value of academic libraries: A comprehensive research review and report.
- Pinfield, S., Cox, A., & Rutter, S. (2017). Mapping the future of academic libraries: A report for SCONUL.
- Siegfried, D. (2024). Establishing a library as an Open Science partner for economic research through impact-oriented public relations work. *LIBER Quarterly: The Journal of the Association of European Research Libraries*, 34(1). doi: 10.53377/lq.15060
- Volentine, R., & Tenopir, C. (2013, April). Value of academic reading and value of the library in academics' own words. In *Aslib Proceedings* (Vol. 65, No. 4, pp. 425–440). Emerald Group Publishing Limited. doi: 10.1108/AP-03-2012-0025
- Weaver, M., & Appleton, L. (Eds.). (2020). *Bold Minds: Library leadership in a time of disruption*. facet publishing.

Anmerkungen

- 1 Siegfried, D. (2024). Establishing a library as an Open Science partner for economic research through impact-oriented public relations work. *LIBER Quarterly: The Journal of the Association of European Research Libraries*, 34(1). doi: 10.53377/lq.15060
- 2 <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Forschung-Entwicklung/Tabellen/personal-forschung-entwicklung.html>



Verfasserin

Dr. Doreen Siegfried, Leiterin Marketing und Public Relations, ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft, Düsternbrooker Weg 120, 24105 Kiel, Telefon +49 431 8814-455, d.siegfried@zbw-online.eu
Foto: ZBW, Sven Wied