

# Die Bibliothek des 21. Jahrhunderts

Kommunikationskonzept zur Eröffnung  
der neuen Zentralbücherei in Stuttgart



# Inhalt

<b>1 Einleitung</b>	1
1.1 Beschreibung der Ausgangslage	1
1.2 Auftraggeberin und Auftragnehmerin	1
1.3 Die Aufgabe	2
1.4 Aufbau der Arbeit	2
<b>2 Situationsanalyse</b>	3
2.1 Ist-Analyse	3
2.1.1 Die Stadtbücherei: Vergangenheit - Gegenwart – Zukunft	3
2.1.1.1 Von der Volksbibliothek zur Stadtbücherei	3
2.1.1.2 Die Stadtbücherei der Gegenwart	4
2.1.1.3 Die Einrichtungen der Stadtbücherei	5
2.1.1.4 Das Leistungsangebot der Stadtbücherei	6
2.1.1.5 Die Kosten für Bibliotheksnutzer	7
2.1.1.6 Das Selbstverständnis	7
2.1.1.7 Die Stadtbücherei der Zukunft	8
2.1.1.8 Das architektonische Highlight „Bibliothek 21“	9
2.1.1.9 Unternehmensleitbild und Konzeption der „Bibliothek 21“	10
2.1.1.10 Kooperationen	11
2.1.1.11 Kommunikationsarbeit	11
2.1.1.12 Medienberichterstattung	14
2.1.2 Das Umfeld	14
2.1.2.1 Kulturelles Umfeld	14
2.1.2.2 Literarisches Umfeld	15
2.1.3 Die Stadtbücherei im Vergleich - Befragungen / Audits	15
2.1.3.1 Urban Audit der EU	15
2.1.3.2 Bürgerumfrage 2007 der Stadt Stuttgart	16
2.1.3.3 Umfrage Hochschule der Medien 2005/2006	17
2.1.3.4 Umfrage [REDACTED] 2008	17
2.1.4 Die Stadtbücherei im nationalen Vergleich	20
2.2 Bibliotheken als Schlüssel der Wissensgesellschaft	21
2.3 Exkurs zur Zukunft der Bibliotheken	22
2.3.1 Strategiekonzept „Bibliothek 2007“	22
2.3.2 Bildungspartner auf Augenhöhe	23
2.3.3 Die Googleisierung des Buchwesens	23
2.4 SWOT-Analyse	26
2.5 Soll-Analyse	29

<b>3 Die Strategie</b>	30
3.1 Überprüfung der Aufgabenstellung und Strategieableitung	30
3.2 Kommunikative Ziele	32
3.3 Die Zielgruppen	33
3.4 Kommunikative Botschaften	35
3.5 Strategischer Kräfteinsatz	38
<b>4 Die Taktik</b>	39
4.1 Die Maßnahmenplanung	39
4.1.1 Corporate Identity und Corporate Design	39
4.1.2 Interne Kommunikation	40
4.1.3 Online-Kommunikation	41
4.1.4 Presse- und Medienarbeit	43
4.1.5 Informationsmedien	49
4.1.6 Aktionskommunikation	51
4.1.7 100-Tage-Countdown	53
4.1.8 Eröffnungsevent	57
4.1.9 Führungen	62
4.1.10 Print- und Schaumедien	66
4.1.11 Lobbying	68
4.1.12 Kooperationsmaßnahmen	69
4.2 Die Kostenplanung	71
4.3 Die Zeitplanung	73
<b>5 Die Evaluation</b>	75
<b>6 Anhang</b>	77
Quellen- und Literaturverzeichnis	81

*Es mangelt uns nicht an Informationen, sondern an Orientierung.*

*Norbert Bolz, Philosoph*

## 1. Einleitung

### 1.1 Beschreibung der Ausgangslage

Die Stadtbücherei Stuttgart ist eine beliebte und viel genutzte kulturelle Einrichtung. Sie besteht aus der Zentralbücherei Wilhelmshaus in der Stadtmitte, Stadtteilbüchereien und Sonderbibliotheken. Aufgrund der räumlichen Enge der Zentralbücherei im Wilhelmshaus wurde 1997 mit der Planung einer neuen Zentralbibliothek - der „Bibliothek 21“ - begonnen. 1999 kürte der Gemeinderat der Stadt Stuttgart den Sieger des Architektenwettbewerbs.

Zu diesem Zeitpunkt herrschte in Stuttgart Euphorie und Vorfreude auf die neue Bibliothek. Infolge der unklaren Planungssituation des Bahnprojektes „Stuttgart 21“ - auf dessen Gelände die Bibliothek entsteht - stockte die Entwicklung einige Jahre lang. Im Jahr 2007 wurde der Neubau der Bibliothek 21 genehmigt. Im darauf folgenden Jahr formierte sich in der Bevölkerung Widerstand gegen das Bahnprojekt Stuttgart 21.

Der erste Spatenstich zum Bibliotheksneubau fand am 9. November 2008 statt. Die Eröffnung ist für Mitte 2011 geplant. Zum Zeitpunkt der Eröffnung wird die Bibliothek 21 eines der drei ersten Gebäude im neuen Stadtteil sein, von Baustellen umgeben.

Das Neubauprojekt hat in den Medien und der Bevölkerung im Jahr 2008 ein sehr gutes Image. Es bestehen jedoch potenzielle Risiken, die sich auf den Erfolg der Bibliothek 21 auswirken könnten: So könnte das momentan negative Image von Stuttgart 21 auf die Bibliothek abstrahlen, bisherige Wilhelmshaus-Kunden könnten den hochmodernen Neubau ablehnen oder die Lage im neuen Stadtteil isolierend wirken.

Der Zeitraum der PR-Kampagne umfasst etwa 18 Monate: beginnend zwölf Monate vor Eröffnung bis sechs Monate nach Eröffnung, das heißt von Mai 2010 bis November 2011.

### 1.2 Auftraggeberin und Auftragnehmerin

Auftraggeberin ist die Stadtbücherei Stuttgart, eine Abteilung des Kulturamtes der Stadt Stuttgart.

Die Auftragnehmerin Daniela Birnbaum, Stuttgart, ist aus eigener Initiative auf die Leiterin der Stadtbücherei zugegangen und hat die Erstellung der vorliegenden PR-Konzeption für die geplante neue Bibliothek 21 angeboten.

**Abbildung Titelblatt: Die Bibliothek des 21. Jahrhunderts (Foto: Architekturbüro Yi/Stadt Stuttgart)**

### 1.3 Die Aufgabe

Beim ersten Gespräch mit der Kontaktperson der Stadtbücherei, Elke Brünle, ergaben sich die folgenden Problemstellungen, die in der Konzeption bearbeitet werden sollen:

- **Etablierung der Bibliothek 21 in einem neuen umstrittenen Stadtquartier (Stuttgart 21), Situation zur Eröffnung wird erschwert durch Baustellenumfeld**
- **Architektur und Innenausstattung sind extrem sachlich und funktionell gestaltet und könnten teilweise als kalt empfunden werden**
- **Räumliche Distanz zum kulturellen Leben der Stadt**
- **Neue interne Strukturen in der Bibliothek 21**
- **„Konkurrenz“ der Bibliothek 21 zu den Stadteilbüchereien**

### 1.4 Aufbau der Arbeit

Im Anschluss an diese Einleitung wird in der Ist-Analyse die Stadtbücherei Stuttgart vorgestellt. Vor dem Hintergrund ihrer Vergangenheit wird über die Situation der Gegenwart der Bogen zur Stadtbücherei des 21. Jahrhunderts geschlagen. Die Kommunikationsarbeit der Stadtbücherei wird analysiert und das kulturelle und literarische Umfeld in Stuttgart näher beleuchtet. Die Positionierung der Stadtbücherei ergibt sich aus dem regionalen, nationalen und internationalen Vergleich. Aufgabe und Bedeutung von Bibliotheken und ein Exkurs zur Zukunft von Bibliotheken ergänzen das dadurch gewonnene Bild. Die Situationsanalyse schließt mit der Stärken-Schwächen-Analyse, der SWOT-Bilanz.

Im Strategieteil werden die Aufgabenstellung konkretisiert, die Ziele und Zielgruppen sowie die kommunikativen Botschaften definiert. Die Strategie findet ihre Umsetzung in der Taktik, der operativen Maßnahmenplanung. Die Arbeit endet mit der Evaluation.

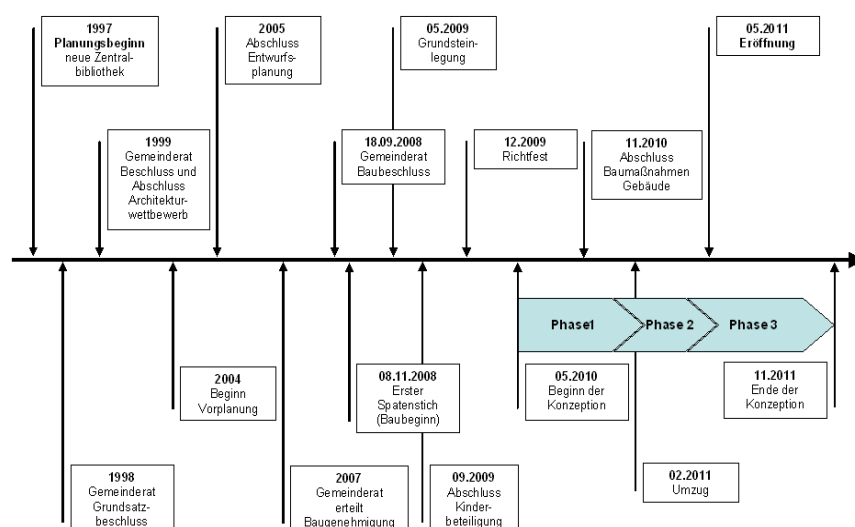


Abbildung: Das Neubauprojekt Bibliothek 21 im Zeitraffer (eigene Darstellung)

## 2. Situationsanalyse

### 2.1 Ist-Analyse

#### 2.1.1 Die Stadtbücherei: Vergangenheit – Gegenwart – Zukunft

##### 2.1.1.1 Von der Volksbibliothek zur Stadtbücherei

Am 20. September 1897 wurde der Verein Volksbibliothek Stuttgart gegründet. Die Entstehung der Volksbibliothek ist dem Engagement bedeutender Stifter zu verdanken. Den Vorstand des Vereins hatte bis zu seinem Tod der wohlthätige Fabrikant Nathanael Rominger inne. Viele Jugendliche hätten kein richtiges Zuhause und würden ihre Freizeit aus Mangel an einem anderen Aufenthaltsort in Wirtshäusern verbringen – die Bibliothek sollte ihnen eine Alternative bieten, so Rominger. Im Hof der Legionskaserne untergebracht, begann die Volksbibliothek mit einem bescheidenen Angebot.<sup>1</sup>

1901 stellte der Stuttgarter Verleger und Vorsitzende des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler, Carl Engelhorn, 80.000 Goldgulden für das Gebäude Silberburgstraße 191 zur Verfügung. So konnte die Volksbibliothek in einem bedeutenden Gebäude aus ihrem Schattendasein in den Blick der Öffentlichkeit rücken. Neben großen Firmen wie Bosch oder Daimler spendete auch das Königshaus für die Volksbibliothek. 1901 begann die Unterstützung durch die Stadt Stuttgart. Damit gilt die Eröffnung am 19. November 1901 im Gebäude Silberburgstraße 191 als Gründungstag der Volksbibliothek.<sup>1</sup>

Vom „Wohltätigkeitsbazar“ zur professionellen Einrichtung der Erwachsenenbildung führte der Weg der Volksbibliothek unter Theodor Bäuerle, dem späteren württembergischen Kultusminister. Nach Beendigung des Ersten Weltkrieges entwickelte Bäuerle eine Konzeption für eine umfassende Volksbildungsorganisation, die zur Gründung des Vereins zur Förderung der Volksbildung im Jahr 1918 führte. Hier liegen die gemeinsamen Wurzeln von Stadtbücherei und Volkshochschule. 1922 wurde als Abteilung des Vereins der Landesausschuss für volkstümliches Büchereiwesen geschaffen. Dieser Landesausschuss gründete zwischen 1923 und 1932 zahlreiche Büchereien im Land und gestaltete sie um.<sup>1</sup>

1938 wurde die Volksbücherei in der Silberburgstraße als Mörike-Bücherei wiedereröffnet. Nach der Zerstörung des Gebäudes im Zweiten Weltkrieg erfolgte 1952 der Wiederaufbau am selben Standort. 1973 wurden Bestand und Personal der Mörike-Bücherei in die neu aufgebaute Stadtteilbücherei Bad Cannstatt übernommen, die an die Tradition der 1944 zerstörten Volksbibliothek Cannstatt anknüpfte.<sup>1</sup>

Am 26. März 1965 konnte die inzwischen von der Stadt Stuttgart übernommene Stadtbücherei einen neuen Meilenstein feiern: Die Eröffnung der Zentralbücherei im restaurierten und umgebauten Wilhelmspalais. Damit fand Bestand und Personal der 1937 gegründeten Gustav-Siegle-Bücherei, neben der Mörike-Bücherei die zweite große Stuttgarter Bibliothek, ein neues Domizil. Das im Zweiten Weltkrieg zerstörte

<sup>1</sup> Gekürzt entnommen aus BuB 53 (2001) 12, „Glücksspendend“, Ingrid Bußmann et al.

Gebäude wurde innen neu gestaltet, die äußeren Fassaden wiederhergestellt, nach Worten des Architekten der „Versuch einer Synthese zwischen gestern und heute“.<sup>1</sup>

Die Zentralbücherei war bereits 1965 ein moderner Mittelpunkt der Stuttgarter Bibliotheken mit neuen konzeptionellen Schwerpunkten: Freihandausleihe, Kinderbücherei, Musikbücherei, ein Vortragssaal, Magazin- und Verwaltungsräume, Zentrale Buchbearbeitung und Zentrales Lektorat. Die Raumaufteilung der Zentralbücherei im Wilhelmispalais unterlag seitdem zahlreichen Veränderungen.<sup>1</sup>

In den 1990er Jahren entstehen der „Futuristische Lesesalon“ (die Literatur der Welt in Buch und Elektronik) und das jetzige Atelierkonzept. Rund um die Graphothek entsteht der Kunstraum. Aus der Mörike-Sammlung verbleibt das Mörike-Kabinett. 1965 betrug der Anfangsbestand im Wilhelmispalais 62.000 Bände, heute sind es über 400.000 (Jahr 2008) und in der neuen Bibliothek 21 sollen 500.000 Medieneinheiten zur Verfügung stehen.<sup>1</sup>



Abbildung: Zentralbücherei im Wilhelmispalais (Foto: Stadtbücherei)

### 2.1.1.2 Die Stadtbücherei der Gegenwart

Die Stadtbücherei der Landeshauptstadt Stuttgart ist die größte kommunale öffentliche Bibliothek Baden-Württembergs. Die Stadtbücherei gehört zu den so genannten freiwilligen Aufgaben der Gemeinde.

Das Gesamtsystem Stadtbücherei besteht aus verschiedenen Einrichtungen. Zum Einen aus der Zentralbücherei im Wilhelmispalais mit Medien in acht Themen-Ateliers, mit der Kinderbücherei und Graphothek, sowie ausgelagert der Musikbücherei und der Mediothek. Zum Anderen kommen 17 Stadtteilbüchereien, die Fahrbücherei, vier Krankenhausbibliotheken und die Rathausbücherei hinzu.

2,3 Millionen Kunden besuchten 2007 die rund 2.000 Veranstaltungen und Ausstellungen bzw. nutzten die Medien 5,7 Millionen Mal. Im Jahr 2007 betrug das Gesamtbudget 13 Millionen Euro, dabei standen 173 Personalstellen zur Verfügung. Auf die Internetseiten der Bücherei wurde 6,2 Millionen Mal zugegriffen.

Eine wichtige Ziel- und Nutzergruppe der Bücherei - aktuell ein Drittel der Nutzer - sind Kinder bis zum Alter von zwölf Jahren. Ein Viertel der Bibliotheksnutzer ist nicht-deutscher Herkunft, dies entspricht dem Ausländeranteil in Stuttgart. 60 Prozent der Nutzungszahlen entfällt auf die wohnortnahen Stadtteilbüchereien.

<sup>1</sup> Gekürzt entnommen aus BuB 53 (2001) 12, „Glücksspendend“, Ingrid Bußmann et al.

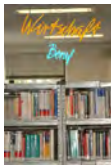
Seit 1992 wird das jährliche Arbeitsprogramm der Stadtbücherei in der von allen Stadtbücherei-Teams erarbeiteten Zielplanung vereinbart. Das Controlling erfolgt über Vierteljahresberichte und die statistische Auswertung von Nutzungsdaten.

### 2.1.1.3 Die Einrichtungen der Stadtbücherei

- **Zentralbücherei im Wilhelmispalais**



Die Zentralbücherei strukturiert ihr Medienangebot nach Themenschwerpunkten, den so genannten **Ateliers**. Rund 300.000 Medien zu den Bereichen „Beruf, Karriere, Wirtschaft“, „Leben, Denken, Handeln“, „Sprachen der Welt“, „Stuttgart und Region“, „Länder und Kulturen“, „Technik und Wissenschaft“, „Sport und Freizeit“, „Medien und Gesellschaft“ unterstützen



selbstgesteuertes Lernen und Wissensaneignung.

Ereignis-  
Literatur-  
Autoren,



Der **Lesesalon** animiert zur Auseinandersetzung mit Literatur, vermittelt Basiswissen zur Literatur, informiert über Neuerscheinungen und bietet Anknüpfungspunkte zu aktuellen kulturellen Szenen und Jubiläen. Das Ausstellungsprojekt Stuttgarter Szene im Mörike-Kabinett zeigt das Werk von knapp 80 die mit Stuttgart verbunden sind.

**Kunst-**  
videos, CD-ROMs  
und Motiven der  
Unter dem Motto  
zeitgenössische



**raum** und **Graphothek**: Der Kunstraum bietet Bücher, Videos zu Kunstgeschichte und Kunsttheorie, zu Themen Kunst, Literatur zum Studium künstlerischer Berufe. „Bilder leihen wie Bücher“ bietet die Graphothek Originalgraphiken zur Ausleihe an.

Abbildungen: Ateliers (Foto: Stadtbücherei)

- **Kinderbüchereien**

Sowohl in der Zentralbücherei als auch in den Stadtteilbüchereien gibt es Kinderbüchereien. Zum Lesen und Ausleihen stehen Bücher, CD-ROMs, Spiele, Videos, DVDs, Comics, Kassetten und CDs kostenlos bereit. Computerprogramme mit interaktiven Geschichten, Lern-, Sprach- und Wissenssoftware können vor Ort kennengelernt werden. Es gibt Internetplätze speziell für Kinder.

- **Musikbücherei** neben dem Wilhelmispalais

Die Vielfalt der internationalen Musikszene spiegelt sich mit rund 100.000 Medien in den Beständen der Musikbücherei wieder. Herzstück ist das Angebot an 46.000 entlehbaren Notenheften. Sie begleitet und dokumentiert außerdem das Musikleben in der Region Stuttgart.

- **Mediothek** im Treffpunkt Rotebühlplatz

Lernende und Lehrende finden in der Mediothek Lernmedien, Lernhilfen und Lernmöglichkeiten unterschiedlichster Art. Über 50 Tages- und Wochenzeitungen, 120 deutsche und internationale Zeitschriften, 230 internationale Fernsehprogramme und 70 internationale Radioprogramme ermöglichen den freien Zugang zu Medien.



- **Stadtteilbüchereien**

Die 17 Stadtteilbüchereien sind nicht nur Büchereien, sondern auch Partner im Netzwerk ihres Stadtteils. Sie haben ein komplettes Medienangebot, teilweise haben sie außerdem spezielle Angebote wie das multimediale Lernstudio in Zuffenhausen oder „Soundstark“ (regionale Nachwuchsbands) in Bad Cannstatt.

- **Rathausbücherei**

Die juristische Fachbibliothek im Stuttgarter Rathaus ist in erster Linie eine Behörden- und Arbeitsbibliothek für Gemeinderat und Verwaltung. Desweiteren hat sie einen Präsenzbestand, der allen Bürgern offen steht.

- **Krankenhausbibliotheken**

Im Bürgerhospital, Katharinenhospital, Olgahospital und Krankenhaus Bad Cannstatt gibt es jeweils sowohl medizinische Fachbibliotheken als auch Patientenbibliotheken.

- **Fahrbücherei**

Zwei Bücherbusse fahren wöchentlich 18 Kindergärten, 18 Schulen sowie 23 Haltestellen für Einwohner an, die keine feste Stadtteilbücherei in ihrem Stadtbezirk haben.

#### 2.1.1.4 Das Leistungsangebot der Stadtbücherei

Neben der Bereitstellung und Erschließung des Mediensortiments nehmen nachstehende Leistungsangebote der Stadtbücherei einen breiten Raum ein.

Das Gesamtsystem Stadtbücherei hat im Jahr 2007 über 3.300 Veranstaltungen und Ausstellungen durchgeführt. In der Zentralbücherei wurden rund 150 Veranstaltungen angeboten. Bei Veranstaltungsreihen wie Philosophie im Palais, Autorenlesungen, Focus Internet oder tell.net haben die Besucher Gelegenheit zur direkten Begegnung mit Autoren und Künstlern. Experimentelle Sprachkunst können Besucher erleben bei „3durch3“, mit veranstaltet vom Kunsttempel Kassel und der Stiftung Brückner-Kühner. Mit neuen Lernarrangements wie Sprachencafes, Expertengesprächen, Lernberatung und dem Wissenscafé in der Mediothek wird eine Brücke zwischen Bildung und Kultur geschlagen.



Abbildung: Kinderbücherei (Foto: Stadtbücherei)

Ein Schwerpunkt ist die Lese- und Sprachförderung sowie die Vermittlung von Informations-/Medienkompetenz für Kinder und Jugendliche. Jedes Kind soll gemäß Zielsetzung der Stadtbücherei im Laufe seiner Grundschulzeit mindestens einmal mit der Bibliothek in Kontakt kommen. Das Angebot für Kindergartenkinder und Schüler ist groß: Medienkisten für Kindergärten und Schulen, Bilderbuchshows und Medienralleys, Kreativworkshops, Erzählspiele, Kindertheater, Märchenbazar, Sprachlabor, Internetführerschein für Kinder und weiteres mehr. Der so genannte Bibliotheksführerschein ist Bestandteil des baden-württembergischen Lehrplans. Durch das Stuttgarter Vorleseprojekt „Lesenohren e.V.“ organisiert, lesen etwa 200 ehrenamtliche Vorlesepaten regelmäßig in städtischen Kindergärten, Schulen, Zentralbücherei und Stadtteilbüchereien vor – 6.600 Mal im Jahr 2007.

Die Stadtteilbüchereien gestalten in Zusammenarbeit mit Kulturinitiativen und Vereinen ihres Stadtteils Ausstellungen, organisieren Vorträge zur Landeskunde, führen Lesungen und literarische Abende durch und arbeiten in Stadtteil-Arbeitskreisen mit. Sie fördern die Begegnung mit anderen Kulturen durch mehrsprachige Veranstaltungen und bieten ein Forum für das gemeinsame Lernen von Sprachen. Sie sind selbstverständlicher Bestandteil von Stadtteilfesten und Jubiläen in den Stadtteilen.

#### 2.1.1.5 Die Kosten für Bibliotheksnutzer

Die Benutzungsgebühr für ein Jahr beträgt 13 Euro. Alternativ besteht die Möglichkeit, für drei Euro die Angebote der Stadtbücherei für einen Monat zu nutzen. Für Minderjährige ist die Nutzung kostenlos.

In der Graphothek ist außerdem eine Versicherungsgebühr von 2,50 Euro pro ausgeliehenem Bild zu bezahlen.

Für die Veranstaltungen wird teilweise ein Eintrittsgeld erhoben.

#### 2.1.1.6 Das Selbstverständnis

Auszubildende und Ausbilder der Stadtbücherei haben im Jahr 2008 ein „**Handbuch der Selbstverständlichkeiten**“ entwickelt, welches den guten Umgang mit Kollegen und Kunden fördern soll.

Ein Auszug:

„Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtbücherei Stuttgart gehen wohlwollend und rücksichtsvoll miteinander um. Die Integrität jedes einzelnen Mitarbeiters und jeder Mitarbeiterin setzen wir als selbstverständlich voraus. Die gegenseitige kollegiale Hilfsbereitschaft und das vertrauensvolle Miteinander gehören zu unseren Grundsätzen. Jede/r Kollege/in hat das Recht auf Respekt und Wertschätzung. Wir lösen Probleme zielgerichtet in einer offenen und ehrlichen Atmosphäre. Unser Ziel ist es, die Dienstleistungen der Stadtbücherei Stuttgart ständig zu verbessern, dazu gehört eine gemeinsam gestaltete, gute Ausbildung.“

Die Führungskräfte der Stadtbücherei haben sich gemeinsame **Führungsleitlinien** gegeben.

### 2.1.1.7 Die Stadtbücherei der Zukunft

Aufgrund der räumlichen Enge der Zentralbücherei im Wilhelmshaus wurde 1997 mit der Planung einer neuen Zentralbücherei - „Bibliothek 21“ - begonnen. Am 15. Juli 1999 gewann der koreanische Architekt Professor Eun Young Yi (Köln) den Architekturwettbewerb.

Im Zuge des Projekts „Stuttgart 21“ der Deutschen Bahn AG werden im Stadtgebiet Stuttgart große Flächen für eine städtebauliche Neuordnung frei. Die neue Zentralbibliothek soll laut Gemeinderat ein „Frequenzbringer und das neue geistige und kulturelle Zentrum auf dem Stuttgart-21-Areal werden“.

Grundlage für den Neubau - die „Stuttgarter Antwort auf die Herausforderungen der Wissensgesellschaft“ - ist das Unternehmensleitbild der Bibliothek 21, die so genannte „Philosophie in 16 Punkten“. Die Hauptpunkte darin sind: sie möchte Orientierung in der Wissensgesellschaft von morgen geben, sie garantiert den freien Zugang zu Informationen und entwickelt Strategien zur Wissensstrukturierung und zum Wissensmanagement, möchte Menschen beim lebenslangen Lernen individuell unterstützen, sie soll ein lebendiger Ort der Begegnung und des Austauschs zwischen Kultur und Bildung sein. Das neue Haus soll die Menschen in ihrer Lern- und Lebensbiographie begleiten.

Mit ihrer innovativen Konzeption möchte die Stadtbücherei die Entwicklung der neuen Medien aufgreifen, die klassische Buchkultur mit digitaler Technologie verbinden und diese zum zentralen Bestandteil ihrer Arbeit machen. Neben dem traditionellen Bibliothekssortiment (etwa 70 Prozent der Medien werden Bücher sein) stehen den Nutzern künftig moderne Medien zur Verfügung sowie ein Multimediastudio, Arbeits-, Lern- und Experimentierräume für Gruppen und Computerarbeitsplätze. So werden 400 Plätze zum Arbeiten eingerichtet. Der Bestand der Medieneinheiten steigt auf 500.000.



**Abbildung: Lesesaal in der Bibliothek 21**  
(Foto: Architekturbüro Yi/Stadtbücherei)

Die Bibliothek 21 wird an sechs Tagen pro Woche je zwölf Stunden geöffnet haben, mit 72 Stunden sind dies 21 Stunden mehr als bislang. Die Anzahl der Personalstellen in der Bibliothek 21 wird von 80 auf 99 steigen. Neueste Technik für die Selbstverbuchung und eine Mediensortieranlage, die eigens für die Bibliothek entwickelt wird, werden die Rückgabe von Medien rund um die Uhr ermöglichen.

Großer Vorteil für die Besucher werden die 400 Plätze (200 mit PC) zum ruhigen Arbeiten sein, bisher gibt es in der Zentralbücherei nur wenige Arbeitsplätze und neun Plätze mit PC. Gruppen haben aktuell keine Rückzugsmöglichkeit in Gruppenräume, künftig gibt es neun Räume speziell dafür. Neu sind auch ein Multimediastudio sowie das Café auf der Dachterrasse. Die Graphothek mit ausleihbaren Bildern wird genug Platz haben, um ihre Kunstwerke zu präsentieren. Das Internetangebot zur Datenbankrecherche wird weiter ausgebaut. Neu im Angebot wird das Thema E-Learning sein.

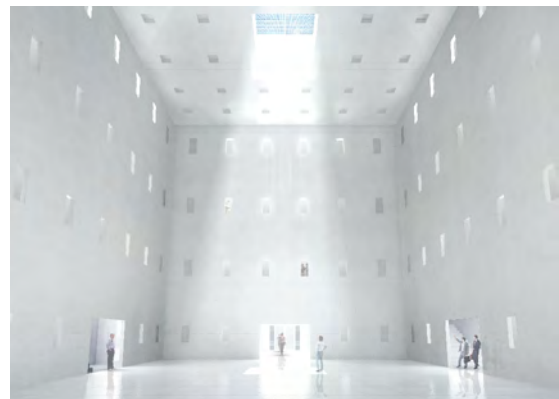
Es wird für die neue Zentralbücherei mit einem Besucherzuwachs von 20 bis 30 Prozent gerechnet.

Der Gemeinderat hat den Baubeschluss am 18. September 2008 gefasst. Am 8. November 2008 wurde mit dem Neubau am Mailänder Platz begonnen. Nach zweijähriger Bauzeit und sechsmonatigem Umzug bzw. der Einrichtung des Hauses ist die Eröffnung für Mitte 2011 geplant.

### 2.1.1.8 Das architektonische Highlight „Bibliothek 21“

Der rund 74 Millionen Euro teure Neubau im Europaviertel soll sowohl architektonisch als auch konzeptionell neue Maßstäbe setzen. Der quadratische Bau besteht aus neun oberirdischen und zwei unterirdischen Geschossen. Der kristalline Kubus (rund 45 x 45 x 40 Meter) spiegelt sich in dem ihn umgebenden künstlichen See. Hinter der Glasbausteinfassade liegt eine gläserne Innenfassade - ein begehbarer Raum, der zu Ausblicken auf die Stadt einlädt.

Über die ringförmige Eingangshalle gelangt man ins „Herz“, dem Kernstück der Bibliothek, das nur durch ein zentrales Oberlicht erhellt wird. Das Herz ist ein würfelförmiger, etwa 14 Meter hoher Raum, der zur Besinnung, Entschleunigung und Innensicht anregen soll. Direkt über dem Herz liegt der fünfgeschossige Lesesaal, der sich trichterförmig nach oben hin öffnet. Das Herz und der Lesesaal werden umschlossen von der Musikbücherei, der Kinderbücherei, den Themen-Ateliers und dem Kunstraum mit ihren 500.000 Medieneinheiten, sowie dem unter der Dachterrasse liegenden Café.



**Abbildung: Das Herz der neuen Bibliothek**  
(Foto: Architekturbüro Yi/Stadtverwaltung)

Zu den Besonderheiten des Baus zählen neben der Fassade der holzverkleidete Lesesaal mit Glasdach, die Dachterrasse, die Cafeteria sowie der unterirdische Veranstaltungssaal mit 300 Plätzen.



**Abbildung: Der fünfgeschossige Lesesaal**  
(Foto: Architekturbüro Yi/Stadtverwaltung)

Zukunftsweisend soll auch der technische Standard des Bauwerks sein. Mit modernster Technik wird umweltfreundliche Energie aus Erdwärme und in Form von Solarstrom gewonnen. Der Energiebedarf soll 40 Prozent unter der neuen Energieeinsparverordnung liegen.

Die Nutzungsfläche der Zentralbibliothek von 12.000 Quadratmetern verdoppelt sich durch den Neubau.

### 2.1.1.9 Unternehmensleitbild und Konzeption der „Bibliothek 21“

Die „Philosophie in 16 Punkten“ lautet:

Die Bibliothek 21 verbindet Tradition mit Innovation. Sie ist Gedächtnis und Avantgarde, bewahrt Wissen und bildet gleichzeitig die Vorhut im innovativen Wissensmanagement.

Die Bibliothek 21 ist eine Basis für die Wissensgesellschaft der Zukunft und übernimmt medienpädagogische Verantwortung. Für den Übergang von der alphabetischen in die digitale Kultur werden Übersetzer gebraucht. Die Bibliothek 21 bietet solche breit angelegten Übersetzerdienste für Kinder, Erwachsene und Multiplikatoren („Digital Literacy“).

Die Bibliothek 21 ist ein Garant des freien Zugangs zu Information. Sie ist nahezu rund um die Uhr zugänglich und bietet intermedialen Zugriff auf alle notwendigen Informationsressourcen. Die Bibliothek 21 fördert digitale Sammlungen freier Informationsmaterialien („Open Content“). Sie sichert Chancengerechtigkeit in der Wissensgesellschaft.

Die Bibliothek 21 entwickelt Strategien zur Wissensstrukturierung und zum Wissensmanagement. Neben der Bereitstellung und Erschließung von Wissensquellen baut sie persönliche Informations- und Beratungsdienste aus, auch unter Einbindung von Experten.

Die Bibliothek 21 ist ein Ort lebenslangen, selbstgesteuerten und zielgerichteten Lernens. Sie ist ebenso ein Ort der Bildung und vermittelt Freude an Wissenschaft und Kultur.

Die Bibliothek 21 unterstützt individuelle Lernprozesse im lebenslangen Lernen durch die Bereitstellung von Medien, durch Beratung sowie durch besondere Lernarrangements und Orientierungshilfen. Sie legt einen besonderen Schwerpunkt auf Angebote zur Berufsqualifizierung und vermittelt Kenntnisse, um heute und morgen im Beruf bestehen zu können. Bibliothek 21 ist aber auch ein Anregungsraum, der laufend neu zu gestalten ist. Besucher finden nicht nur, was sie suchen, sondern entdecken neue Fragestellungen und Antworten, begegnen dem Unerwarteten.

Die Bibliothek 21 ist ein Ort der Begegnung mit Literatur, Kunst, Musik und den digitalen Kulturen. Die Tradition und die Zukunft der Literatur, des Buches wird gepflegt durch Animationen, Gespräche, Begegnungen mit Autoren, Ausstellungen, Veranstaltungen.

Alle Computerprogramme sind Texte und alle digitalen Technologien textuelle Technologien. Der Computer ist ebenso auf das Alphabet gegründet, wie die Bibliothek. Die Bibliothek 21 wird zur „Expanded Library“ und schafft Reflexions- und Diskursräume für die Netzkultur, für Netz- und Medienkunst.

Die Bibliothek 21 ist der Stadt Stuttgart und der Region verpflichtet. Sie ist ein Forum für das geistig-kulturelle Leben in Stadt und Region. Sie baut spezielle Angebote wie „Stuttgarter Literaturszene“, „Musikregion Stuttgart“ aus und bietet für Künstler, Wissenschaftler und Experten der Region ein Podium. Sie arbeitet dabei traditionell eng mit Kultur- und Bildungseinrichtungen in der Region Stuttgart und zunehmend auf internationaler Ebene zusammen.



Die Bibliothek 21 ist Begegnungsraum zwischen den Generationen und Kulturen in der Stadt. Sie trägt bei zum Miteinander in einer multikulturellen Gesellschaft und fördert den Dialog zwischen den Generationen und Kulturen.

Die Bibliothek 21 ist gastlich. Sie stiftet Tag für Tag Möglichkeit für Begegnung und Kommunikation in Distanz und in Nähe, je nach individuellen Bedürfnissen. Die Programme der Bibliothek schaffen Höhepunkte durch Festlichkeiten und Feiern, die Höhepunkte auch in Stadt und Region sind.

Nicht zuletzt ist die Bibliothek 21 ein multimedialer Ort für Kinder und Jugendliche. Sie bietet Räume für Fantasie und Begegnung und vermittelt Freude an Büchern und Medien. Sie ist ein Ort der Chancengleichheit für alle Kinder und Jugendlichen in der Nutzung traditioneller und neuer Medien. Sie vermittelt aktiv die Inhalte der verschiedenen Medien und bietet attraktive Räumlichkeiten, mit denen sich Kinder und Jugendliche identifizieren.

#### 2.1.1.10 Kooperationen

Die Stadtbücherei kooperiert mit rund 200 Institutionen in der Region Stuttgart, bundesweit und international. Sämtliche Kooperationspartner zu benennen, würde hier zu weit führen.

Einen kleinen Einblick gibt die Liste der Kooperationspartner des Veranstaltungsprogramms im ersten Halbjahr 2008: VHS, SWR, Goethe Gesellschaft, Stuttgarter Schriftstellerhaus e.V., Stuttgarter BücherFrauen e.V., Literaturhaus Stuttgart, Klöpfer & Meyer Verlag, Internationales Zentrum für Kultur- und Technikforschung der Universität Stuttgart, DVA-Stiftung, Istituto Italiano di Cultura, Montage-Gruppe Stuttgart, Merz Akademie, Deutsch-Polnische Gesellschaft, Konrad-Adenauer-Stiftung, Deutsch-Türkisches Forum Stuttgart, Konrad Theiss Verlag, Wildwasser Stuttgart e.V., Alcatel-Lucent Stiftung, Arbeitskreis Kunst Stuttgart, Breuninger Stiftung, C.H. Beck Verlag, Deutsch-Amerikanisches Zentrum, Europäisches Informationszentrum, Forum jüdischer Bildung und Kultur e.V., Landesinstitut für Schulentwicklung, Popbüro Region Stuttgart und Stadtarchiv Stuttgart.

Die intensivste Zusammenarbeit besteht mit der Volkshochschule Stuttgart (VHS). Traditionell gibt es in der Stadtbücherei ein an den VHS-Kursen orientiertes Medienangebot, gemeinsame Kulturprogramme, Führungen im Rahmen des VHS-Programms, Bereitstellung von Räumen in Stadtteilbüchereien für VHS-Kurse, gemeinsame innerbetriebliche Fortbildungen von Stadtbücherei und VHS, sowie anderes mehr.

#### 2.1.1.11 Kommunikationsarbeit

- **Online-PR**

Der Internetauftritt [www.stuttgart.de/stadtbuecherei/](http://www.stuttgart.de/stadtbuecherei/) informiert über das Angebot der Stadtbücherei und bietet unzählige Links, die beispielsweise nach den Themenbereichen der Ateliers gegliedert sind. Das Angebot wird bereichert durch ausgewählte Linklisten, durch die Recherche im elektronischen Katalog der Stadtbücherei sowie der Bibliotheken der Region, durch die Recherche in Buchhandels- und Antiquariatskatalogen, in Pressedatenbanken oder allgemeinen und thematischen Datenbanken sowie den Zugriff auf das eigene Bibliothekskonto.

Im Sinne von „Open Content“ können Vorträge über die Bibliothek nachgelesen oder Mitschnitte von Veranstaltungen als Podcasts und Audiobooks abgerufen werden. Newsletter (2 bis 3 Mal/Jahr), RSS-Feeds sowie das monatliche Veranstaltungsprogramm der einzelnen Einrichtungen ergänzen den Internetauftritt.

Zur Bibliothek 21 wird ausführlich informiert: Mit News zum Neubau, der schriftlichen Konzeption, einer Planungsübersicht, Unterlagen zu Gemeinderatsbeschlüssen und zum Architekturwettbewerb, Plänen, sowie mit herunterladbaren Vorträgen der Bibliotheksdirektorin und des Architekten Yi. Seit dem ersten Spatenstich am 8. November 2008 ist außerdem eine Webcam installiert, die den Bau bis zur Eröffnung digital dokumentiert.

Pressemitteilungen werden bereitgestellt, ein spezieller Pressebereich ist bislang nicht vorgesehen.

Die Stadtbücherei-Internetpräsenz birgt eine sehr große Menge an Inhalten, in ihrer Navigation und Struktur ist sie jedoch eher unübersichtlich. Es erschließt sich erst beim intensiven Durcharbeiten, welche „Schätze“ an Informationen dort zu finden sind.

- **Corporate Design**

Es gibt Corporate Design-Vorgaben und das nebenstehende Logo. Momentan (Mitte 2008) wird das CD nicht konsequent umgesetzt. Es sind Überlegungen im Gange, zur Eröffnung ein neues Logo und CD zu entwickeln, welches für die Bibliothek 21 und gleichzeitig die Stadteilbüchereien steht. Interimsweise wird für das Neubauprojekt eine Abwandlung des bisherigen Logos entwickelt, das zum Zeitpunkt der Eröffnung abgelöst werden soll.



Das neue Corporate Design sollte meines Erachtens nicht erst zur Eröffnung der Bibliothek 21 entwickelt werden, da es bereits in die Innenausstattung des Neubaus integriert werden müsste (Leitsystem, Farbgestaltung, Beschilderungen, Theke etc.).

- **Broschüren**

Es gibt zahlreiche aktuelle Flyer und Leporellos für Veranstaltungen, für die einzelnen Angebote und Einrichtungen der Stadtbücherei.

- **Pressearbeit**

Die Pressearbeit der Stadtbücherei beschränkt sich bislang (Mitte 2008) in erster Linie auf die angebotenen Veranstaltungen. Pressegespräche werden durchgeführt anlässlich der Vorstellung neuer Angebote wie der Selbstverbuchungsanlage, von Schulkooperationen, der Eröffnung neuer Stadteilbüchereien, bei besonderen Veranstaltungsreihen oder zur Jahrespressekonferenz.

Bis Mitte 2008 ist nur wenig bzw. kein neues Material für die Öffentlichkeitsarbeit zur Bibliothek 21 herausgegeben worden. Alle relevanten Pläne, Abbildungen und Inhalte stammen aus der Zeit der Wettbewerbsvergabe und wurden mehrfach abgedruckt. Im Herbst 2008 wurden vier neue Abbildungen der Bibliothek 21 kreiert und an die Presse gegeben.

- **Befragungen**

Es gibt ein Feedback-/Beschwerdemanagement für Kunden in Form von ausliegenden Handzetteln.

Auf der Homepage und in den Einrichtungen selbst können Kunden Anschaffungsvorschläge für Medien machen.

Die in Stuttgart ansässige Hochschule der Medien oder auch andere Universitäten führen immer wieder Besucherbefragungen in der Stadtbücherei durch (siehe unter „Die Stadtbücherei im Vergleich“).

- **Führungen**

Interessierte Gruppen können auf Anfrage eine Bibliotheksführung vereinbaren. Es gibt außerdem Führungen im Rahmen des VHS-Programms.

- **Veranstaltungen, Events**

Siehe unter Punkt „Leistungsangebot der Stadtbücherei“.

- **Präsentation Bibliothek 21**

Seit der Architektenbeauftragung im Jahr 1999 hat die Bibliotheksleitung das Projekt auf zahlreichen Kongressen, Tagungen, Ausstellungen, bei Vorträgen und Veranstaltungen vorgestellt und Begeisterung durch das Publikum erfahren. Insbesondere durch Kontakte zu den Goethe-Instituten konnte die Bibliothek 21 in Fachkreisen internationale Bekanntheit erlangen.

Im Vorfeld des Baubeschlusses (18. September 2008) lief die aktive Öffentlichkeitsarbeit an. Interviews mit dem Architekten wurden im Amtsblatt und in der führenden regionalen Tageszeitung (Stuttgarter Zeitung) abgedruckt. Pressegespräche fanden ihren Niederschlag in regionalen Medien. In einem feierlichen Festakt haben Ministerpräsident Oettinger, Oberbürgermeister Schuster, Architekt Yi und Bibliotheksdirektorin Bußmann am 8. November 2008 den ersten Spatenstich vorgenommen. Ein Stuttgarter Dichter und Aktionskünstler begleitet den Neubau in einem literarisch-künstlerischen Prozess (Titel BAU BUCH BIBLIOTHEK). Seit November 2008 wird in der Zentralbücherei in einer kleinen Ausstellung über die Bibliothek 21 informiert. Es liegen dort auch Handzettel aus, auf denen die Besucher um ihre Anregungen/Meinung zur neuen Bibliothek gebeten werden.

- **Interne Kommunikation**

Ein umfangreiches Intranet informiert mit seinen Inhalten zu Terminen, Ausstellungen, Arbeitshandbüchern, und über Foren, Organisatorisches, Wikis der verschiedenen Abteilungen, Wordings zu Kundenfragen, Infomarkt, Protokolle der internen Arbeitsgruppensitzungen etc.

Es besteht ein dichtes Netz von Besprechungsstrukturen auf allen Ebenen und über die Ebenen hinweg. Meist sind dies Arbeitsgruppen mit klar definiertem Turnus, Mitgliedern und Verantwortlichkeiten.

Mit der Bibliothek 21 wird es neue interne Strukturen, Abläufe und Funktionen für die Beschäftigten geben. In einem durch das Personalamt begleiteten Personalentwick-



lungsprozess erarbeiten die Mitarbeiter in Arbeitsgruppen selbst die neuen Strukturen. Im Herbst 2008 wurde eine kontinuierliche Information der Mitarbeiter zum Neubau eingerichtet.

### 2.1.1.12 Medienberichterstattung

Rund 400 Mal wird pro Jahr über die Stadtbücherei in den Medien berichtet, etwa die Hälfte der Artikel bezieht sich auf die Stadtteilbüchereien. Die meisten Berichte handeln von der Vielzahl der Veranstaltungen. Die Tonalität ist nahezu ausschließlich positiv.

Die Berichterstattung über die Bibliothek 21 erfolgt bislang hauptsächlich anlässlich der Meilensteine wie Architekturwettbewerb, Gemeinderatsbeschlüsse, erster Spatenstich usw. Der Spatenstich fand eine breite Resonanz, sogar die Nachrichtenagenturen dpa und ddp haben die Meldung verbreitet. In der Bibliotheks-Fachpresse wurde bereits mehrfach über das Projekt berichtet. Die Tonalität in den Medien ist positiv bis neutral. Über die Bibliothek 21 ist kaum etwas Kritisches zu lesen, allenfalls wenn sie in den Kontext von Stuttgart 21 gebracht wird und eigentlich unabhängige Fakten miteinander vermengt werden.

## 2.1.2 Das Umfeld

### 2.1.2.1 Kulturelles Umfeld

Kulturelle Angebote befinden sich als Preisangebote in der Regel auf einem Käufermarkt,

das heißt das Angebot übersteigt die Nachfrage. Zum Beispiel steht der Informationssuchende vor der Wahl zwischen Bibliothek, Buchhandlung oder Internet; für den Medieninteressierten ist die Bibliothek nur eine Alternative zu Videotheken oder dem Fernsehprogramm; kulturelle Veranstaltungen gibt es au-

ßerhalb der Bücherei in Literaturhäusern oder Kinosälen. Die Bibliothek muss sich für ihre inhaltlichen Ziele also um eine entsprechende Nachfrage bemühen.<sup>2</sup>



Die Bibliothek 21 steht in einer Reihe von öffentlichen bzw. öffentlich geförderten. Vor wenigen Jahren wurde einer Industrieanlage zum Kultur-

**Staatgalerie  
Stuttgart**

**staatstheaterstuttgart**

**KUNSTMUSEUM STUTTGART**

Medieninteressierten ist die Bibliothek nur eine Alternative

zu Videotheken oder dem Fernsehprogramm; kulturelle Veranstaltungen gibt es außerhalb der Bücherei in Literaturhäusern oder Kinosälen. Die Bibliothek muss sich für ihre inhaltlichen Ziele also um eine entsprechende Nachfrage bemühen.<sup>2</sup>



**Alle Abbildungen: Internet**

der aufwändige Umbau eizentrum Theaterhaus eröffnete. Nach dem Auszug der Zentralbücherei aus dem Wilhelmshaus wird das Gebäude für das erste Stuttgarter Stadtmuseum umgebaut. Die Stuttgarter Automobilunternehmen Daimler und Porsche setzen mit ihren Automobil museumsneubauten architektonische Wahrzeichen, das neue Porschemuseum soll noch 2008 eröffnet werden.

<sup>2</sup> Martin Szlatki (2008): Magisterarbeit Lebensstilanalyse und Nutzungsverhalten in der Bibliothek

Stuttgart verfügt mit 39 Museen, 23 Theatern, sechs Puppen-/Figurentheatern, mehreren Kulturzentren, zwei Musical-Halls, einem Varieté und einer Vielzahl anderer Veranstaltungsstätten über ein breites Spektrum an kulturellen Einrichtungen. Hinzu kommt eine Fülle an Musik- und Gesangsvereinen, Kirchenchören, Kinderchören, Theatergruppen, Amateur- und Profibands. Dieses Nebeneinander von professionellen Kultureinrichtungen mit überregionaler Ausstrahlung und immensen Eigenaktivitäten der Bürger sei in Deutschland einzigartig, so der Kultur- und Medienbericht der Stadt Stuttgart.

Stuttgart gehört zu den wichtigen Kulturstädten Deutschlands. Eine Reihe von Kultureinrichtungen in Stuttgart nehmen Spitzenpositionen in Deutschland oder darüber hinaus ein: So beispielsweise Ballett und Opernhaus des Staatstheaters, das Planetarium, die städtische Musikschule oder die Staatsgalerie im Stirling-Bau.<sup>3</sup>

Resümee: Die Stadtbücherei Stuttgart „konkurriert“ mit zahlreichen kulturellen Einrichtungen um die „Ressource“ Freizeit ihrer Einwohner.

### 2.1.2.2 Literarisches Umfeld

In Stuttgart lebten einst Autoren wie Johann Friedrich Cotta, Friedrich Schiller, Eduard Mörike und Georg Wilhelm Hegel. Heute bilden zahlreiche Einrichtungen und Institutionen, Verlage und Veranstaltungen die Stuttgarter Literaturlandschaft: Stadtbücherei, Württembergische Landesbibliothek, Universitätsbibliothek Stuttgart sowie andere Fach- und Spezialbibliotheken, Literaturhaus, Schriftstellerhaus, Deutsche Schillergesellschaft (Marbach), Akademie für gesprochenes Wort, Stuttgarter Buchwochen, Stuttgarter Kinder- und Jugendbuchwochen, Goethe-Gesellschaft Stuttgart, Buchhandlungen, Antiquariate, Lesezirkel, Lesecafés und Literatursalons.



Abbildung: Foto Stadtbücherei

Stuttgart ist mit fast 100 Verlagen in der Stadt ein großer Verlagsstandort (Region: 250 Verlage).

Für die Ausbildung des Nachwuchses sorgen beispielsweise die Universität Stuttgart, die Merzakademie, die Kunststiftungen sowie die Hochschule für Medien, die europaweit als einzige alle Medienbereiche abdeckt.

### 2.1.3 Die Stadtbücherei im Vergleich - Befragungen / Audits

#### 2.1.3.1 Urban Audit der EU

Im Rahmen der Urban Audit-Wahrnehmungsbefragung 2006 wurden im Auftrag von EUROSTAT (Statistisches Amt der Europäischen Union) europaweit 75 Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern untersucht. Zusätzlich wurde in einer parallel angelegten Befragung der KOSIS-Gemeinschaft Urban Audit die Bevölkerung in 15 deutschen Städten befragt und beide Erhebungen zusammengeführt.

Bei diesem internationalen Vergleich schneidet Stuttgart in der Beurteilung der kulturellen Einrichtungen mit Rang 7 von 49 europäischen Großstädten äußerst positiv ab.

<sup>3</sup> Stadt Stuttgart (2008): Stuttgarter Kultur- und Medienbericht 2006/2007

Damit steht Stuttgart sogar noch vor den Metropolen Paris, London, Barcelona und Rom. Deren Bevölkerung bewertet das Angebot an Kultureinrichtungen in ihren Städten im Vergleich zu Stuttgart schlechter. Rund 90 Prozent der Stuttgarter Befragten sind mit dem Angebot „eher zufrieden“ bzw. „sehr zufrieden“. Nur knapp vier Prozent waren eher unzufrieden oder „überhaupt nicht zufrieden“. Im innerdeutschen Vergleich wird die sehr gute Position Stuttgarts ebenfalls sichtbar. Lediglich die Münchner und Leipziger Bevölkerung ist beim Thema Kultur noch zufriedener.<sup>3</sup>

### 2.1.3.2 Bürgerumfrage 2007 der Stadt Stuttgart<sup>3</sup>

Die Stuttgarter sind mit dem kulturellen Angebot in der Stadt traditionell sehr zufrieden. So auch bei der Bürgerumfrage 2007. 80 Prozent der Befragten beurteilen das kulturelle Angebot als „sehr gut“ oder „gut“. Das Kulturangebot liegt mit 75 Punkten in der Beliebtheitskala auf Rang 3 von 23 untersuchten Lebensbereichen. Lediglich die Einkaufsmöglichkeiten und der öffentliche Nahverkehr werden noch positiver bewertet.

Rund 80 Prozent der Stuttgarter nutzen regelmäßig das kulturelle Angebot in ihrer Stadt, wobei 30 Prozent der Befragten häufig und knapp 50 Prozent manchmal kulturelle Veranstaltungen besuchen. Weitere 17 Prozent nutzen das Kulturangebot selten, lediglich vier Prozent verzichten gänzlich darauf. Die Bewertung des kulturellen Angebots steht im Zusammenhang mit der Nutzungshäufigkeit. So sind Personen, die häufig kulturelle Veranstaltungen besuchen, wesentlich zufriedener als Befragte, die manchmal oder selten Kulturveranstaltungen besuchen.

Bei detaillierter Betrachtung fällt auf, dass klassische Kulturangebote, die der Hochkultur zuzuordnen sind, am besten abschneiden. Dementsprechend werden sowohl Theater als auch Tanz und Ballett mit 84 Punkten sowie das Angebot an klassischer Musik bzw. Oper mit 82 Punkten sehr positiv bewertet. Auch Ausstellungen in Museen und Galerien mit 79 Punkten schneiden sehr gut ab. Kirchenmusik bzw. Chöre mit 74 Punkten sowie Literatur und Lesungen mit 71 Punkten werden zwar schwächer, aber immer noch überdurchschnittlich bewertet. Angebote aus dem Segment der Populärkultur erreichen zwar nicht die Bewertungen der Hochkulturangebote, werden aber immer noch von der Mehrheit der Befragten als „sehr gut“ oder „gut“ beurteilt. Die Kategorien Pop-/Rock-/Jazzkonzerte, Filmfestivals bzw. Kommunales Kino, sowie Kleinkunst erhalten Werte um 70 Punkte.

Auffallend ist, dass größere Teile der Befragten die kulturellen Angebote in den Bereichen „Kirchenmusik, Chöre“, „Literatur, Lesungen“ sowie „Kleinkunst“ nicht kennen oder sich nicht dazu äußern möchten. Jeweils rund ein Drittel hat bei diesen Angeboten die Kategorie „weiß nicht“ angekreuzt. Überdurchschnittlich häufig wird die Kategorie „weiß nicht“ von jüngeren Befragten bis zu einem Alter von 35 Jahren, von ausländischen Mitbürgern und von Bürgern mit vergleichsweise geringem Haushaltseinkommen angegeben.

Trotz neuer Medien ist die Tageszeitung die insgesamt am häufigsten genutzte Informationsquelle für Kulturelles, gefolgt von Rundfunk und Broschüren, Flyern, Plakaten. Die Altersklasse der 18- bis unter 35-Jährigen nutzt an erster Stelle das Internet, danach folgen Broschüren etc., sowie persönliche Empfehlungen. Die 35- bis unter 65-Jährigen nutzen zuerst die Tageszeitung, danach die Broschüren etc. gefolgt vom Rundfunk. Die über 65-Jährigen nutzen überwiegend die Tageszeitung, Regionalfernsehen oder den Rundfunk.

<sup>3</sup> Stadt Stuttgart (2008): Stuttgarter Kultur- und Medienbericht 2006/2007

Beim Besuch kultureller Veranstaltungen nutzen 66 Prozent öffentliche Verkehrsmittel, 24 Prozent nutzen einen Pkw.

Resümee: Kultur hat bei den Stuttgartern einen sehr hohen Stellenwert und eine hohe Zufriedenheitsquote. Aus der Tatsache, dass rund ein Drittel der Befragten zum Angebot „Literatur und Lesungen“ keine Meinung hat, kann interpretiert werden, dass hier die Öffentlichkeitsarbeit zur Imagebildung zu verstärken ist.

### 2.1.3.3 Umfrage Hochschule der Medien 2005/2006

Ende 2005 befragte die in Stuttgart ansässige Hochschule der Medien die Stadtbüchereikunden im Rahmen einer Befragung des Deutschen Bibliotheksverbands, Landesverband Baden-Württemberg. Bei der Nutzerbefragung der Stadtbücherei Stuttgart nahmen 600 Kunden teil.

Für die PR-Konzeption sind folgende Ergebnisse relevant:

Die Stadtbücherei hat bei ihren Kunden ein durchweg positives Image. Ein Drittel der Nutzer wurde durch Mund-zu-Mund-Propaganda auf die Stadtbücherei aufmerksam. Die Hauptnutzergruppe der Befragten (44 %) ist zwischen 25 und 44 Jahre alt.

Die Umfrage hat die räumlich bedingten Mängel im Wilhelmspalais nochmals bestätigt: Fünf Prozent der Befragten haben auf die offene Frage, was ihnen an der Stadtbücherei am wenigsten gefällt, geantwortet, die Lautstärke im Wilhelmspalais bzw. fehlende ruhige Lesebereiche. Ebenfalls bemängelt wurden die sanitären Anlagen und die Öffnungszeiten. Fünf Prozent der Befragten haben auf die offene Frage, was sie als Erstes verändern würden, geantwortet: das Einrichten von mehr Leseplätzen/ Lernplätzen sowie längere Öffnungszeiten. Als Wunsch wurde eine Cafeteria mehrfach genannt.

Das Raumkonzept der Bibliothek 21 würde sämtliche dieser Änderungswünsche aufgreifen.

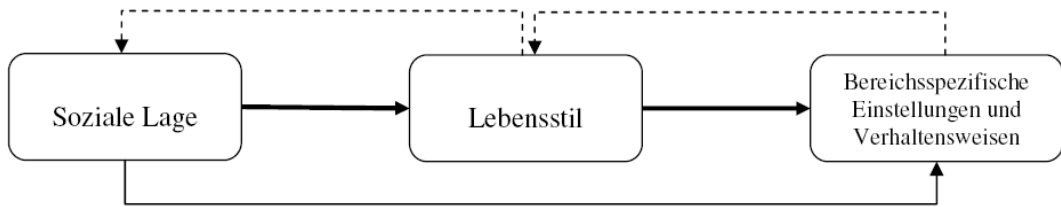
Jeweils fünf Prozent der Befragten haben auf die offene Frage, was ihnen an der Stadtbücherei am besten gefällt, geantwortet, das Bauwerk Wilhelmspalais, die Atmosphäre bzw. der Balkon zum Lesen im Freien. Es haben sich auch einige konkret gegen einen Umzug ausgesprochen. Daraus lässt sich schließen, dass die Gefahr besteht, dass sich bislang treue Wilhelmspalaisbesucher von der Einrichtung abwenden könnten, da sie sich mit dem Neubau nicht identifizieren können.

### 2.1.3.4 Umfrage [REDACTED]



[REDACTED]

[REDACTED]



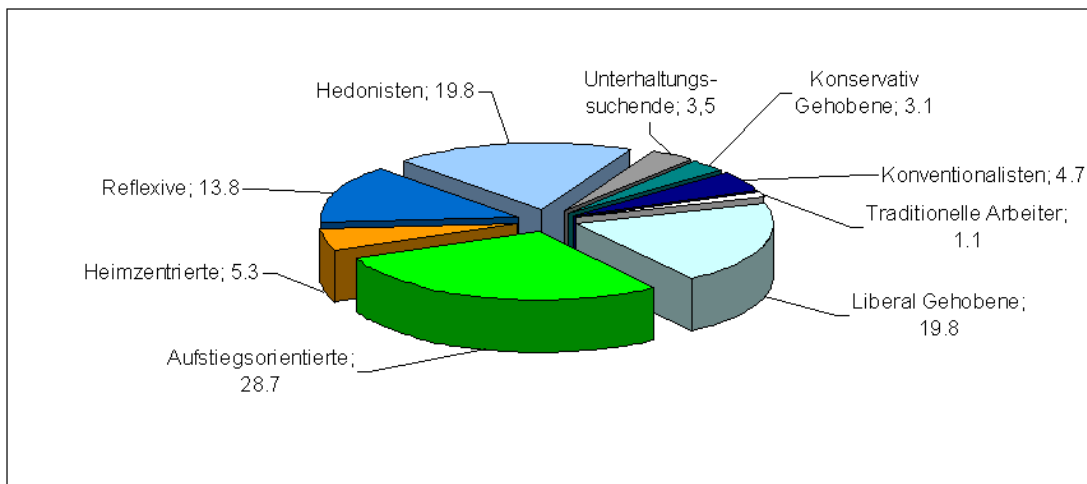
[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

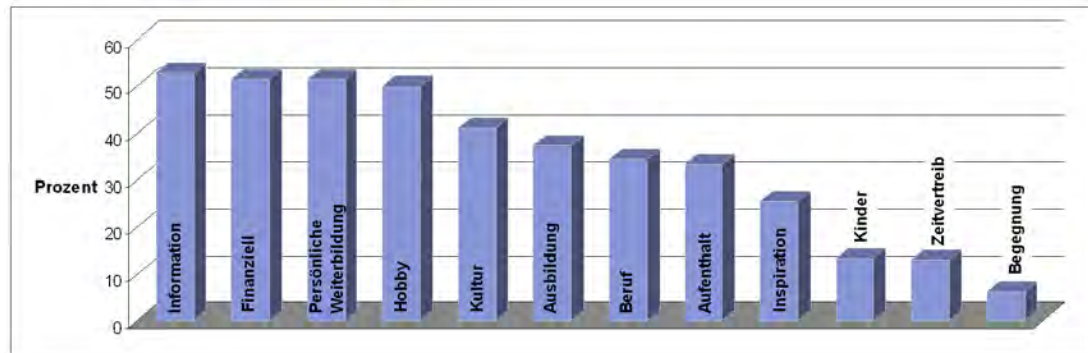
[REDACTED]

[REDACTED]



[REDACTED]

[REDACTED]



Ausstattungs-niveau	Traditional/biographische Schließung	Teilmodern/biographische Konsolidierung	Modern/biographische Offenheit
Gehoben	<b>1 Konservativ Gehobene (3,1 % der Benutzer)</b> Motive: Literatur/Kultur, Beruf, Inspiration (+); Ausbildung, Information, finanzielle Gründe, Aufenthalt/Zeitvertreib/Begegnung (-) Besuch: Nur 21,3 % mindestens wöchentlich, (mehrmals) monatlich stärkster Lebensstil; eher kürzere Besuchsdauer Lebenswelt: Bücherei besonders wichtig Angebote: Veranstaltungen, Kinderbücherei, Zeitungen (+); Auskunft, Arbeitsplätze, "neue Medien" (-) Bücher/Internet: Stark pro Bücher Bewertung Bücherei: Besonders positiv	<b>4 Liberal Gehobene (19,8 %)</b> Motive: Inspiration, Kinder/Familie, Literatur/Kultur (+); Ausbildung, finanzielle Gründe (-) Besuch: Eher längere Besuchsdauer Lebenswelt: Bücherei überdurchschnittlich wichtig; stärkste Kommunikation über Bücherei Angebote: Belletristik, Veranstaltungen, Zeitschriften, CD-ROMs (+); PC/Internet, Auskunft (-) Themen (+): Geschichte, Länder/Reisen, Kunst/Kultur Bücher/Internet: Überdurchschnittlich pro Bücher	<b>7 Reflexive (13,8 %)</b> Motive: Persönliche Weiterbildung, Inspiration, Literatur/Kultur (+); finanzielle Gründe (-) Besuch: Vergleichsweise hohe mehrmals wöchentliche/niedrige seltene Nutzung, höchster Anteil Erstbesucher Lebenswelt: Unterdurchschnittliche Wichtigkeit Bücherei Angebote: Belletristik, Zeitschriften, Auskunft/Beratung (+) Themen (+): Politik, Sprachen, Kunst/Kultur, Literatur Bücher/Internet: Überdurchschnittliche Rolle Internet Bewertung Bücherei: Vergleichsweise am negativsten
	<b>2 Konventionale (4,7 %)</b> Motive: Information, Kinder/Familie, finanzielle Gründe, Aufenthalt, Zeitvertreib (+); Literatur/Kultur, Ausbildung, Beruf, persönliche Weiterbildung, Inspiration (-) Besuch: Längste Verweildauer; keine Erstbesucher Angebote: Zeitungen, CD-ROMs, Kinderbücherei (+); Hörbuch, Video/DVD, Veranstaltungen, Auskunft (-) Themen (+): Geschichte, Weltanschauung, Biografien, IT, Krimi Bücher/Internet: Stark pro Bücher Bewertung Bücherei: Besonders positiv	<b>5 Aufstiegsorientierte (28,7 %)</b> Als Lebensstil in der Mitte der Gesellschaft und als größte Gruppe in der Bücherei fallen die Aufstiegsorientierten als die Durchschnittsbenutzer auf. Motive: Information, finanzielle Gründe (+); Literatur/Kultur (-) Angebote: Sachbücher (+); Veranstaltungen (-) Themen (+): Geschichte, Häusliches Leben, IT	<b>8 Hedonisten (19,8 %)</b> Motive: Schule/Ausbildung/Studium (+); Kinder/Familie, Literatur/Kultur (-) Besuch: Eher kürzere Besuchsdauer Angebote: Hörbücher, DVD/Video, Auskunft (+); Kinderbücherei, Zeitschriften (-) Themen (+): Sprachen, Lebensberatung/Psychologie, Hobby/Freizeit, Krimi, fremdsprachige Medien Bücher/Internet: Überdurchschnittliche Rolle Internet
Niedrig	<b>3 Traditionelle Arbeiter (1,1 %)</b> Auf Grund der zu geringen Befragtenzahl können über das Nutzungsverhalten der Traditionellen Arbeiter keine statistisch tragbaren Aussagen getroffen werden.	<b>6 Heimzentrierte (5,3 %)</b> Motive: Finanzielle Gründe, Freizeit/Hobby, Zeitvertreib, Aufenthalt, Begegnung (+); Ausbildung, Beruf, persönliche Weiterbildung, Literatur/Kultur (-) Besuch: Häufigster Besuch, eher kürzerer Aufenthalt Lebenswelt: Wichtigkeit und Kommunikation über Bücherei vergleichsweise gering Angebote: Kinderbücherei, PC/Internet (+); Belletristik, Sachbücher, Hörbücher, Veranstaltungen (-) Themen (+): Weltanschauung, Sport, Hobby/Freizeit Bücher/Internet: Überdurchschnittlich pro Bücher	<b>9 Unterhaltungssuchende (3,5 %)</b> Motive: Schule/Ausbildung/Studium, Hobby/Freizeit (+); Distanzen zu nahezu allen anderen Motiven Besuch: Geringste Besuchshäufigkeit; eher kürzere Besuchsdauer Lebenswelt: Bücherei vergleichsweise am wenigsten wichtig; Kommunikation über Bücherei am geringsten Angebote: Arbeitstische, Video/DVD (+); Distanzen zu nahezu allen anderen Angeboten Bücher/Internet: Stärkster LS pro Internet (33,4 %)





#### 2.1.4 Die Stadtbücherei Stuttgart im nationalen Vergleich

Gemäß dem Landesverband Baden-Württemberg im Deutschen Bibliotheksverband e. V. hat Baden-Württemberg im Bundesvergleich mit seinen über 800 kommunalen öffentlichen Bibliotheken ein leistungsfähiges Bibliothekswesen. 23 Millionen Besucher pro Jahr, sechs Millionen Ausleihen, ein Bestand von 15 Millionen Medien und ein stark nachgefragtes Dienstleistungsangebot belegen den hohen Stellenwert für die Bevölkerung.<sup>4</sup>

Die Deutsche Bibliotheksstatistik (DBS) 2007 ergibt für die Stadtbücherei Stuttgart im Vergleich zu Büchereien ähnlich großer Städte (500.000 bis 600.000 Einwohner) folgende Ergebnisse:

Stuttgart hat sehr viele und damit personalintensive Einrichtungen (23). Die den Kunden zur Verfügung stehende Fläche liegt mit 16.000 Quadratmetern im Mittelfeld. Die Anzahl der Öffnungszeiten pro Jahr liegt im obersten Bereich. Mit 2,3 Mio. Besuchern pro Jahr liegt Stuttgart weit über allen Anderen (von 915.000 bis 1.776.000).

Ebenso ist der Gesamtbestand an Printmedien mit 907.000 weit höher als üblich (von 380.000 bis 748.000) – schon dies verdeutlicht die räumliche Enge. Der Bestand an Kinder-/Jugendliteratur liegt mit 236.000 weit über dem Durchschnitt (ca. 100.000), ebenso die Zahl der Entleihungen dieser Medien mit 1,36 Mio. (Durchschnitt ca. 600.000). Die Anzahl der Gesamtentleihungen ist mit 5,8 Mio. sehr hoch (Durchschnitt zwei bis vier Mio.).

Mit der Anzahl der genutzten individuellen Recherchen/Auskünften von 346.000 ist die Stadtbücherei Stuttgart sehr gefragt (Durchschnitt etwa 250.000).

Die Anzahl der Veranstaltungen ist sehr unterschiedlich und reicht von 1.100 bis 4.600, Stuttgart liegt mit 3.400 im oberen Bereich. Rund die Hälfte der Veranstaltungen ist für Kinder und Jugendliche, mit 1.600 liegt Stuttgart hier ebenfalls im oberen Bereich.

Mit 2,09 Medien pro Einwohner kann Stuttgart bereits jetzt eine gute Ausstattung vorweisen, vergleichbare Einrichtungen liegen bei 0,94 bis 2,31 Medien pro Einwohner. Die Personalausgaben sind relativ hoch, die Anzahl der Personalstellen liegt jedoch im Durchschnitt, der Anteil der Personalausgaben an den Gesamtausgaben ist unterdurchschnittlich.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Landesverband Baden-Württemberg im Deutschen Bibliotheksverband (2007): An der Zukunft von Stadt und Land bauen

<sup>5</sup> [www.bibliotheksstatistik.de](http://www.bibliotheksstatistik.de)



Resümee: Die Stadtbücherei Stuttgart ist gut positioniert im nationalen Vergleich.

## 2.2 Bibliotheken als Schlüssel der Wissensgesellschaft

Die Deutsche Bibliotheksstatistik (DBS) dokumentiert für das Jahr 2007 11.166 Bibliotheken in Deutschland, davon sind 10.365 öffentliche Bibliotheken in kommunaler oder kirchlicher Trägerschaft.

Öffentliche Bibliotheken haben die Aufgabe, durch einen entsprechenden Literatur- und Informationsdienst den Zielen der Weiterbildung (.....) zu dienen und der Bevölkerung die Aneignung von allgemeiner Bildung sowie von Kenntnissen für Leben und Beruf zu ermöglichen. Sie bieten allen Erwachsenen und Jugendlichen Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Musikalien und audiovisuelle Medien auf allen Gebieten der Weiterbildung an.<sup>6</sup>

Der Landesverband Baden-Württemberg des Deutschen Bibliotheksverbands konkretisiert dies folgendermaßen:

Bibliotheken bieten einen Zugang zu Wissen, Information, Forschung und Kultur für alle Bevölkerungsgruppen, unabhängig von Alter, weltanschaulicher, sozialer, kultureller, religiöser, nationaler, ethnischer oder geschlechtlicher Herkunft bzw. Zugehörigkeit.

Sie haben die Aufgabe, räumliche, technische und mentale Zugangsbarrieren abzubauen, z. B. durch barrierefreie Ausstattung, Bibliotheksinformationen für besondere Benutzergruppen, mehrsprachige sowie altersgerechte Informationen.

Bibliotheken ermöglichen dem Einzelnen kostengünstig den Zugang zu aktuellen Wissensquellen in allen medialen Formen. Dadurch erreichen sie auch Kinder, Jugendliche und Erwachsene aus bildungsfernen Milieus und tragen so zur Verbesserung der Bildungschancen bei.

Bibliotheken unterstützen mit ihrem differenzierten Medienangebot selbstgesteuertes Lernen. Sie bieten individuelle Begleitung beim Erlangen und Erhalten von Lese-, Sprach- und Medienkompetenz, in Aus- und Fortbildung, Beruf und Alltag. Sie haben damit eine zentrale Funktion im Netzwerk „Lebenslanges Lernen“.

Bibliotheken fördern kulturelle Identität und sind sozial integrierend. Sie wirken der digitalen Spaltung der Gesellschaft entgegen und tragen zum Abbau des Stadt-Land-Gefälles bei.<sup>4</sup>

---

<sup>6</sup> Auszug aus dem Weiterbildungsförderungsgesetz Baden-Württemberg

<sup>4</sup> Landesverband Baden-Württemberg im Deutschen Bibliotheksverband (2007): An der Zukunft von Stadt und Land bauen



## 2.3 Exkurs zur Zukunft der Bibliotheken

### 2.3.1 Strategiekonzept „Bibliothek 2007“

Im föderalen System Deutschlands fällt die Kultur- und Bildungspolitik in die Zuständigkeit der Bundesländer. So gibt es bislang auch keine bundesweit einheitliche Bildungspolitik und keine vorausschauende bundesweite, in die Bildungspolitik integrierte Bibliothekspolitik und -planung. Die Bertelsmann Stiftung sieht als Folge geringe Innovationskraft, mangelnde Kooperation, die unbefriedigende Nutzung von Ressourcen und keine optimale Leistungsausrichtung der Bibliotheken auf die Kunden.

Die Bertelsmann Stiftung hat von 2002 bis 2005 gemeinsam mit dem Dachverband der Bibliotheksverbände BID (Bibliothek und Information Deutschland) das Projekt „Bibliothek 2007“ durchgeführt. Erstmals wurden alle Verbände und Akteure der deutschen Bibliothekslandschaft in einen gemeinsamen Strategieprozess eingebunden.

Basierend auf einer qualitativen Befragung, einer Ist-Analyse des deutschen Bibliothekssystems, einer Best-Practice-Recherche in fünf führenden Bibliotheksländern und den Empfehlungen einer Expertengruppe wurde ein Strategiekonzept zur Neuausrichtung des deutschen Bibliothekssystems entwickelt. Das Bewusstsein für die Schlüsselfunktion der Bibliotheken in der Bildungslandschaft soll bei Bundes-/Länder-/Kommunalpolitik und sonstigen Trägern von Bibliotheken geschärft werden.

Das Konzept empfiehlt die konsequente und verbindliche Einbindung von Bibliotheken in das Bildungssystem, in Anlehnung an die Best-Practice-Beispiele in Großbritannien, Dänemark, Singapur, Finnland bzw. USA. Zur Sicherung von Qualität und Effizienz wird die Gründung einer Bibliotheks-Entwicklungs-Agentur als Innovationsmotor und zentrale Steuerungseinheit vorgeschlagen.<sup>7</sup>

Die Entwicklung ist zwischenzeitlich weitergegangen. In einigen Bundesländern wurden Kooperationsvereinbarungen geschlossen zwischen den Landesverbänden im Deutschen Bibliotheksverband DBV und den jeweiligen Kultusministerien, über die Zusammenarbeit zwischen Bibliotheken und Schulen.

In Baden-Württemberg wurde der so genannte Bibliotheksführerschein in den Lehrplan aufgenommen. Der baden-württembergische DBV-Landesverband hat ein gemeinsames Papier mit dem Volkshochschulverband verfasst, das gemeinsame Ziele, Themen und den Ausbau der Zusammenarbeit zwischen beiden Institutionen aufzeigt.

Die Hochschule der Medien in Stuttgart engagiert sich für eine Kooperation mit den Instituten der Lehrerfortbildung, um die Lehrer verstärkt für die Zusammenarbeit mit Bibliotheken zu gewinnen. Mit dem Landesinstitut für Schulentwicklung in Stuttgart wurden Modellprojekte für die Zusammenarbeit zwischen Bibliotheken und Schulen entwickelt.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Strategiekonzept Bibliothek 2007 (2003): Bibliotheksentwicklung in Deutschland: Bertelsmann Stiftung und Bundesverband Deutscher Bibliotheksverbände e.V.

<sup>8</sup> Ingrid Bußmann (2006): Bibliotheken – Bildungspartner auf Augenhöhe ([www.stuttgart.de/stadtbuecherei](http://www.stuttgart.de/stadtbuecherei))

### 2.3.2 Bildungspartner auf Augenhöhe

Trotz der im Jahr 2007 gestiegenen Ausleihzahlen sieht die Stuttgarter Bibliotheksdirektorin Ingrid Bußmann Trends, wonach die Nutzung der Bibliothek einem Wandel unterliege. Die reine Medienausleihe nehme an Bedeutung ab. Die Rolle der Bibliothek als Bildungseinrichtung werde immer wichtiger, der Bedarf an Beratungs- und Vermittlungsangeboten steige.<sup>3</sup>

Die Rolle der öffentlichen Bibliotheken in Lernprozessen sieht die Stuttgarter Büchereidirektorin wie folgt:

„Die Bibliothek unterstützt selbst organisiertes Lernen durch ihr Mediensortiment, durch kompetente Beratung, durch die Inszenierung innovativer Lernarrangements, die einladen, Neues zu entdecken, durch Begegnungen mit Autoren, Künstlern, Wissenschaftlern, Experten. Die Bibliothek versteht sich als Teaching Library, wenn es um die Vermittlung von Lesekompetenz, Recherche- und Informationskompetenz geht.

Um die Herausforderungen der Zukunft zu gestalten, muss sich die Bibliothek selbst als lernende Organisation verstehen, die offen ist für Wandel und Veränderung. Im Netzwerk des lebenslangen Lernens kommt der Bibliothek eine Schlüsselrolle zu, die sie aber nur dann erfüllen kann, wenn sie enge Kooperationen knüpft mit anderen Kultur- und Bildungseinrichtungen. Die Bibliothek ist ein zentraler Knoten im Netzwerk des Wissens in einer Stadt – aber sie muss die Kooperationen pflegen und auch erkennen, wo die Grenzen ihrer Kompetenz sind.“<sup>8</sup>

Jürgen Seefeldt vom Landesbibliothekszenrum Rheinland-Pfalz hält „Information“ für die zentrale Ressource des 21. Jahrhunderts - neben den langsam schwindenden natürlichen Rohstoffen.

Die optimale Bereitstellung und Speicherung von Informationen, die lösungsorientierte Verarbeitung und Nutzung von Daten und Fakten entscheide über den Erfolg von Volkswirtschaften, aber auch über die Chancen des einzelnen Menschen. Daten und Fakten veralteten allerdings immer schneller, da die moderne Mediengesellschaft eine Flut an sinnvollen wie sinnlosen Informationen produziere.

Umso wichtiger werde das Suchen und Finden der „richtigen Antworten“. Aber genau dies werde schwieriger und nicht jedem stünden die zentralen Technologien hierfür bzw. das entsprechende Know-how zur Verfügung. Seefeldt sieht es als sicher an, dass qualitativ hochwertige Informationen langfristig auch online nicht mehr kostenfrei verfügbar seien.<sup>9</sup>

### 2.3.3 Die Googleisierung des Buchwesens

Die Bereitstellung von digitalisierten Medien ist ein vielschichtiges Thema, es birgt viele unterschiedliche Aspekte und Eigeninteressen in sich. Die große Vision vieler Beteiligten ist sicherlich der Traum einer zweiten Universalbibliothek von Alexandria: Alles, was die Menschheit je veröffentlicht hat, digital abrufbar im Internet bereitstellen zu können.<sup>10</sup>

3 Stadt Stuttgart (2008): Stuttgarter Kultur- und Medienbericht 2006/2007

8 Ingrid Bußmann (2006): Bibliotheken – Bildungspartner auf Augenhöhe ([www.stuttgart.de/stadtbuecherei](http://www.stuttgart.de/stadtbuecherei))

9 Jürgen Seefeldt (2005): Zukunftsvisionen: Die Bibliothek von morgen ([www.b-i-t-online.de](http://www.b-i-t-online.de) 2005 01)

10 Die Zeit Nr. 4, 17.1.08, Das digitale Alexandria

Spätestens mit dem Start des Internet-Projekts „Google Book Search“ im Jahr 2004 wurde eine breite Diskussion bei Verlagen, Autoren und Bibliotheken losgetreten.<sup>11</sup> Kritiker sehen die werbefinanzierte Suchmaschine Google mit seiner Digitalisierung von Büchern und Zeitungen auf dem Weg zum „Monopolisten des Weltwissens und der Bewusstseinsindustrie“.<sup>12</sup> Es geht um die finanziellen Interessen und Urheberrechte von Verlagen und um die Rechte und Vergütung von Autorenleistungen. Die öffentlichen Bibliotheken wiederum wollen sicherstellen, dass sie ihre Medien frei und öffentlich zugänglich machen können.

Die Urheberrechtsfragen zur Digitalisierung lassen sich auf drei Fälle reduzieren: Problemlos verwertet werden können Werke, die nicht mehr dem Urheberrecht unterliegen, da der Autor seit mehr als 70 Jahren tot ist. Bei neueren Werken muss der Rechteinhaber (wie Verlag oder Autor) der Überführung in die digitale Form zustimmen. Der größte Teil der Bücher gehört zu den so genannten „verwaisten Werken“ - die von ihren Verlagen aufgegeben wurden. Verwaiste Werke sind solche, die auf Grund ihres Publikationsdatums zwar urheberrechtlich geschützt, deren Rechteinhaber aber unbekannt sind bzw. nicht ausfindig gemacht werden können. Oder es sind Werke, bei denen die genaue Dauer des Urheberrechts nicht feststellbar ist. Momentan wird ein Richtlinienvorschlag der Europäischen Kommission (Änderung Richtlinie 2006/116/EG) diskutiert, der unter anderem die Schutzdauer des Urheberrechts für Tonträger verlängern soll – zu Lasten von Forschern und Bibliotheken.

Das deutsche Kompetenznetzwerk für Bibliotheken (KNB) hält die Digitalisierung bibliothekarischer Ressourcen aus folgenden Gründen für lohnenswert: Forschung und Wissenschaft sollen möglichst viele Ressourcen zeit- und ortsunabhängig nutzen und weiterverarbeiten können. Den Bürgern soll der Zugang zu Kultur- und Wissenschaftsinformationen offen stehen. Das KNB sieht für Material, das nicht digital über das Internet zugänglich ist, in der Perspektive immer weniger Aufmerksamkeit. Außerdem würden wertvolle und gefährdete Originale geschont, wenn die Nutzung einer digitalen Kopie möglich wäre.

Das KNB schätzt, dass rund drei Millionen Bände in deutschen Bibliotheken urheberrechtlich unbedenklich digitalisiert werden könnten mit einem Kostenaufwand von mindestens 180 Millionen Euro. Insbesondere die Deutsche Forschungsgemeinschaft hat bereits eine Vielzahl von Digitalisierungsprojekten finanziert.<sup>13</sup>

Es gibt einige Projekte auf nationaler und EU-Ebene, die sich mit der Digitalisierung von Kulturgut und Wissenschaftsinformationen beschäftigen.

Auf nationaler Ebene ist das BAM-Portal (Bibliotheken, Archive, Museen, [www.bam-portal.de](http://www.bam-portal.de)) das wichtigste spartenübergreifende Portal, das eine gemeinsame Suche in den Katalogen der teilnehmenden Museen, Archive und Bibliotheken ermöglicht.

Das Hauptprojekt auf EU-Ebene ist der Aufbau einer europäischen digitalen Bibliothek. EUROPEANA hat zum Ziel, das Kultur- und Wissenschaftserbe aller Mitgliedsstaaten über einen multilingualen Zugangspunkt im Internet allgemein zugänglich zu machen. Das Portal [www.europeana.eu](http://www.europeana.eu) wurde am 20. November 2008 freigeschaltet und stellte zu diesem Zeitpunkt Links zu rund zwei Millionen digitalen Objekten bereit.

11 Larry Page: „Google's mission is to organize the world's information!“, 14.12.2004

12 FAZ, 9.9.2008, Der große Raubzug

13 Kompetenznetzwerk für Bibliotheken: Das Weltwissen – digital? ([www.bibliotheksportal.de](http://www.bibliotheksportal.de))

Klar ist, dass Bibliotheken ermöglicht werden muss, alle Medien auch digital anbieten zu dürfen; wissenschaftlichen Bibliotheken für Forschungszwecke und öffentlichen Bibliotheken für den freien Zugang zu Medien. Dafür müssen gesetzliche Regelungen geschaffen werden, die die Bedürfnisse der Bibliotheken entsprechend berücksichtigen. Klar ist allerdings auch, dass allein aus öffentlichen Mitteln die Digitalisierung nicht finanzierbar sein wird. Nach Schätzungen liegt momentan erst ein Prozent allen Kulturguts und aller Wissenschaftsinformationen als Digitalisate vor.

Unter diesem Gesichtspunkt betrachtet, könnten private Initiativen wie Google Book Search eine mögliche Lösung sein. So ist die Bayerische Staatsbibliothek im Jahr 2007 eine Kooperation mit Google eingegangen mit dem Ziel der Digitalisierung von 1,1 Millionen urheberrechtsfreien Beständen. Für den amerikanischen Markt hat Google mit dem US-Schriftstellerverband und der Vereinigung von Verlagen AAP im Oktober 2008 eine Vereinbarung getroffen. Diese regelt den Umgang mit Büchern, deren Urheberrechtsschutz noch nicht abgelaufen ist, die aber im Handel nicht mehr erhältlich sind. Nutzer von Google können nach einer Vorschau das komplette Nutzungsrecht an einem Buch erwerben. Die Erlöse aus diesen Onlineverkäufen sollen über ein unabhängiges Buchrechte-Register an die Autoren und Verlage verteilt werden. Öffentliche Institutionen können Abonnements für ihre Mitglieder abschließen. Google strebt an, dieses Modell auf andere Länder auszuweiten. Der deutsche Bertelsmann Konzern hat im Oktober 2008 mit Google vereinbart, die englischsprachigen Publikationen der US-Verlagstochter Random House in Google Book Search einzuspeisen. Dies wird in der Branche als erster Schritt in den deutschen Markt gewertet.

Die Frage für die Zukunft wird sein, wie Google mit seinem absehbaren Quasimonopol umgeht. Zu hoffen ist, dass die Buchbranche nicht dasselbe Schicksal ereilt wie die Musikbranche. Nach Meinung der Verfasserin wird sich ein Trend zum Download elektronischer Bücher entwickeln, vermutlich hauptsächlich bei Fach- und Sachliteratur. Doch auch in Zukunft werden die Menschen, welche die Haptik und Ästhetik eines schönen und wertvollen Buches schätzen, sich beim „Genuss-Lesen“ für das reale und nicht für das virtuelle Buch entscheiden. In naher Zukunft ist damit nicht zu befürchten, dass Bücherregale und Lesesäle in den öffentlichen Bibliotheken überflüssig werden. Dennoch ist angesichts der rasanten Entwicklung der Informationstechnologien nicht absehbar, wie die Mediennutzung mittel- und langfristig aussieht und welche Auswirkungen dies auf Bibliotheken haben wird.

## 2.4 SWOT-Analyse

Die Ergebnisse der Situationsanalyse werden nun nach dem an der Harvard Universität entwickelten SWOT-Modell gewichtet und analysiert. Diese Einteilung in Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken ermöglicht eine genauere Einschätzung der Stadtbücherei im Verhältnis zu ihrem Umfeld.

### Stärken (strengths)

- Bibliothek 21 hat eine zukunftsweisende Architektur und kann als energetisch vorbildlicher Bau bezeichnet werden.
- Neubau der Bibliothek 21 wird in der Bevölkerung infolge guter finanzieller Lage nicht infrage gestellt (Stand: Herbst 2008).
- Die Gelder zur Finanzierung des Neubauprojekts wurden vor Jahren für das Neubauprojekt beiseite gelegt und sind gesichert.
- Gute fußläufige Erreichbarkeit der Bibliothek 21: ca. 200 Meter zu zwei Stadtbahnhaltestellen, 500 Meter zum Hauptbahnhof.
- Der Neubau wird der Stadt Stuttgart bundesweite, evtl. europaweite Aufmerksamkeit garantieren.
- Hoher Stellenwert der Kultur- und Bildungseinrichtungen bei Bevölkerung und Politik.
- Gesamtsystem Stadtbücherei hat bei Nutzern ein durchweg positives Image.
- Die Kinderbücherei (ein Schwerpunkt der Stadtbücherei) ist sehr erfolgreich und bei Nutzern, Eltern, Kindergärten und Schulen anerkannt.
- Stadtbücherei Stuttgart hat eine über 100-jährige Tradition.
- Kontinuierlich steigende Besucher- und Entleihzahlen.
- Anzahl der jährlichen Medienentleihungen pro Einwohner liegt in Stuttgart weit über dem Bundesdurchschnitt.
- Stadtbücherei ist eine der leistungsfähigsten öffentlichen Bibliotheken bundesweit.
- Medien berichten fast ausschließlich positiv über die Stadtbücherei.
- Lokalmedien stehen dem Vorhaben Bibliothek 21 neutral bis positiv gegenüber.
- Fachpresse hat über das Projekt Bibliothek 21 positiv berichtet.
- Stuttgart ist ein bedeutender Verlagsstandort.

### Schwächen (weaknesses)

- Bislang (Stand Mitte 2008) erfolgt weniger eine kontinuierliche externe Kommunikation mit Medien sondern hauptsächlich eine veranstaltungsbezogene Pressearbeit.
- Es gibt für die Öffentlichkeitsarbeit sehr wenig und kein neueres Material zur Bibliothek 21 (Mitte 2008). Alle relevanten Pläne, Abbildungen und Inhalte wurden mehrfach abgedruckt und sind bekannt.
- Die Stadtbücherei-Internetsite birgt eine sehr große Menge an Content, in ihrer Navigation und Struktur ist sie jedoch wenig übersichtlich.

- Bis 2010 stehen keine finanziellen Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit der Bibliothek 21 zur Verfügung.
- Aktuell wird das einheitliche Erscheinungsbild (CD) nicht durchgängig angewendet.
- Unklare Zielgruppendefinition: Zielgruppe Kinder/Schüler ist klar erkennbar, ansonsten ist nicht deutlich erkennbar, wer mit welchen Angeboten/Maßnahmen angesprochen werden soll.
- Es ist davon auszugehen, dass das abstrakt-theoretische inhaltliche Konzept der Bibliothek 21 (16-Punkte-Philosophie) vom Großteil der Bürger bzw. Kunden nicht verstanden wird.
- Keine Parkplätze am Neubau geplant. Allerdings hat die bisherige Zentralbücherei ebenfalls keine Parkplätze.

### Chancen (opportunities)

- Das Neubauprojekt hat ein positives Image in der Stuttgarter Öffentlichkeit.
- Bibliothek 21 soll gemäß ihrem inhaltlichen Konzept eine „neue Dimension“ von Bibliothek werden.
- Wilhelmshaus hat nachweislich räumlich bedingte Mängel, die nur durch eine Unterbringung in wesentlich größerem Gebäude beseitigt werden können.
- Mit der geplanten Umbenennung der Bibliothek 21 kann ein evtl. assoziierter Zusammenhang zu Stuttgart 21 vermieden werden.
- Im Zuge der Bildungsdebatte kann die Bibliothek 21 mit ihren Möglichkeiten noch besser als bisher als Bildungspartner positioniert werden.
- In Fachkreisen ist das inhaltliche Konzept der Bibliothek 21 (16-Punkte-Philosophie) als innovativ und zukunftsweisend anerkannt.
- Architektonisch wird der Neubau ein weiteres Highlight in Stuttgart werden.
- Kinderbücherei ist als Image- und Sympathieträger nutzbar. Bisher wurde deren erfolgreiche Arbeit nicht kontinuierlich über die Presse kommuniziert.
- Hoher Migrantenanteil in Stuttgart. Bibliothek kann unter Umständen „Erfolgsgeschichten“ geglückter Integration liefern.
- Folgenutzung des Wilhelmshaus' nach Auszug der Zentralbücherei durch das neue Stadtmuseum bringt der Bevölkerung einen zusätzlichen Gewinn.
- Bibliothek 21 kann ein Standortvorteil für Stuttgart werden.
- Wenn das neue Europaviertel sich in einigen Jahren zu einem belebten und funktionierenden Quartier entwickelt hat, ist die Bibliothek 21 durch seine Lage im Zentrum des Erfolgs.

### Risiken (threats)

- Bei Eröffnung ist die Bibliothek 21 eines der drei ersten fertig gestellten Gebäude im neuen Europaviertel, umgeben von Baustellen.
- Der neue Bibliotheksstandort war in der öffentlichen Diskussion teilweise umstritten, teilweise wurde (und wird) für eine Lage im jetzigen Stadtzentrum plädiert. Durch die unklare Umfeldentwicklung gibt es Befürchtungen, dass das neue Viertel nach Geschäftsschluss ausgestorben wirken könnte.

- Durch die Lage auf dem Stuttgart 21-Gelände könnte das negative Image von Stuttgart 21 auf die Bibliothek abfärben.
- Die Stadtverwaltung präsentiert die Bibliothek 21 als positives Aushängeschild für Stuttgart 21. Eine Abkopplung vom Thema Stuttgart 21 ist somit schwer möglich.
- Die mittel- und langfristigen Entwicklungen in der Mediennutzung sind angesichts der rasanten Entwicklungen der Informationstechnologien weder vorhersehbar noch planbar.
- Sachliche und funktionelle Architektur und Innenausstattung der Bibliothek 21 könnten als zu kühl empfunden werden.
- Bislang treue Wilhelmispalaisbesucher könnten sich von der Einrichtung abwenden, da sie sich mit dem Neubau nicht identifizieren können.
- Die Zentralbücherei im Wilhelmispalais liegt an der „Kulturmeile“ der Stadt. Der neue Standort hinter dem Hauptbahnhof liegt drei Stadtbahnhaltestellen davon entfernt.
- Bislang haben etliche Stadtbüchereinutzer den Besuch im Wilhelmispalais mit der benachbarten Landesbibliothek verbunden, auf Grund der räumlichen Entfernung des Neubaus wird dies künftig eher ungünstig sein.
- Mit der Bibliothek 21 wird es neue interne Strukturen, Abläufe und Funktionen für die Beschäftigten geben. Die dadurch entstandenen Unsicherheiten könnten zu mangelnder Identifikation und Demotivierung führen.
- Mit der Eröffnung der Bibliothek 21 könnte ein Ungleichgewicht in der Außenwahrnehmung des Gesamtsystems Stadtbücherei zugunsten der Bibliothek 21 und zu Ungunsten der Stadtteilbüchereien entstehen.
- Stadtbücherei steht in Bezug auf „Freizeit“ der Bürger in Konkurrenz zu anderen Kultur- und Bildungseinrichtungen der Stadt.
- Wenn das neue Corporate Design erst zur Eröffnung der Bibliothek 21 entwickelt wird, kann es nicht bereits in die Innenausstattung des Neubaus integriert werden (Leitsystem, Farbgestaltung etc.).
- Wenn das neue Europaviertel (mit der Bibliothek 21 in seiner Mitte) nicht akzeptiert wird, ist zu befürchten, dass dies auf die Bibliothek 21 abstrahlt.
- Im November 2008 wurde die Stuttgarter Öffentlichkeit über einen befürchteten Gewerbesteuer einbruch in den Folgejahren informiert. Dieser könnte Kürzungen beim Personal oder bei Verwaltungsausgaben nach sich ziehen, mit Auswirkungen auf das Budget der Stadtbücherei.

## 2.5 Soll-Analyse

- ➔ Die neue, würfelförmige Bibliothek 21 ist strahlender Mittelpunkt des verzweigten Stadtbüchereinetzes. Sie steht für qualitätvolle Bildungs- und Kulturangebote in einer neuen Dimension.
- ➔ Die Bibliothek setzt mit ihrem ambitionierten Konzept und ihrer herausragenden Architektur international Zeichen.
- ➔ Die Bibliothek verbindet Tradition mit Innovation.
- ➔ Die Bibliothek ist eine Basis für die Wissensgesellschaft der Zukunft.
- ➔ Die Bibliothek ist ein Garant des freien Zugangs zu Informationen.
- ➔ Die Bibliothek ist ein Ort lebenslangen, selbstgesteuerten und zielgerichteten Lernens.
- ➔ Die Bibliothek vermittelt Freude an Wissenschaft und Kultur.
- ➔ Die Bibliothek ist ein Ort der Begegnung mit Literatur, Kunst, Musik und den digitalen Kulturen. Mit einem vielfältigen Veranstaltungs- und Ausstellungsprogramm trägt sie zur Lebensqualität bei.
- ➔ Die Bibliothek ist ein Forum für das geistig-kulturelle Leben in Stadt und Region.
- ➔ Die Bibliothek ist Begegnungsraum zwischen den Generationen und Kulturen in der Stadt.
- ➔ Die Bibliothek ist ein Ort der Chancengleichheit für alle Kinder und Jugendlichen in der Nutzung traditioneller und neuer Medien.
- ➔ Die Bibliothek ist bürgernah und kinderfreundlich.
- ➔ Die Bibliothek bietet kompetenten und freundlichen Service von Menschen für Menschen.
- ➔ Die Unternehmenskultur der Stadtbücherei wird geprägt durch eine Grundhaltung der Wertschätzung und Verlässlichkeit.



## 3. Die Strategie

### 3.1 Überprüfung der Aufgabenstellung und Strategieableitung

Die der Aufgabenstellung zu Grunde liegenden Probleme sind in erster Linie potenzielle Risiken, die durch den Maßnahmenkatalog präventiv bearbeitet werden können.

- **Etablierung der Bibliothek 21 in einem neuen umstrittenen Stadtquartier (Stuttgart 21-Gelände)**

Die Etablierung der Bibliothek 21 ist gleichzeitig das Oberziel dieser Konzeption.

Im Vorfeld der Eröffnung werden die Stärken des Gesamtsystems Stadtbücherei in der Öffentlichkeit deutlicher transparent gemacht. Die Chancen, die die Bibliothek 21 bietet, werden immer wieder in das Blickfeld der Öffentlichkeit gerückt. Beides trägt zur Imagebildung bei. In den ersten Wochen und Monaten nach Eröffnung kommt es darauf an, die Bibliothek 21 zum Stadtgespräch zu machen, zum „must see“.

Die Stadtverwaltung präsentiert seit dem ersten Spatenstich die Bibliothek 21 als positives Aushängeschild für das Bahnprojekt Stuttgart 21. Dies könnte negative Auswirkungen auf die Akzeptanz der Bibliothek haben, da das Bahnprojekt aktuell in der Bevölkerung negativ besetzt ist. Ein kleiner Schritt zur Lösung ist die Umbenennung der Bibliothek 21. Der große und schwierige Schritt zur Lösung wird sein, der Bibliothek 21 eine so große Strahlkraft zu verleihen, dass selbst Stuttgart-21-Gegner sich für die Bibliothek begeistern werden.

- **Vermittlung der Vorzüge von Architektur und Innengestaltung der Bibliothek 21**

In der bisherigen Zentralbücherei im Wilhelmispalais herrscht eine behagliche Atmosphäre. Der Neubau wird eine völlig andere Ausstrahlung haben. Fast wie ein Tempel wird der gläserne leuchtende Kubus nachts wirken, umgeben von einer ruhigen Wasserfläche. Wer das Gebäude betritt, gelangt in eine Art Andachtsraum, das so genannte Herz. Der offene Lesesaal darüber erstreckt sich eindrucksvoll über fünf Stockwerke. Die funktionell gestaltete Innenausstattung wird eher kühl und sachlich wirken.

Tempelartige Gebäude können unnahbar wirken und Hemmschwellen aufbauen.<sup>14</sup> Es geht also darum, zu erreichen, dass die Menschen neugierig werden, das Neue erobern möchten. Sie sollen zum Erkundungsrundgang („Malling“) durch das Haus bewegt werden. Beim Flanieren können sie sich an Monitoren oder Infodesks informieren, welche Serviceleistungen und Medien die Bibliothek bereithält. Sie können Neues entdecken und kennenlernen (Überraschungen begeistern - sie emotionalisieren) bzw. ihr Wissen bestätigen (dies bestätigt ihre „Media literacy“).

Mit den Mitteln der Kommunikation können die Menschen motiviert werden, Schwellenängste zu überwinden, sich für das moderne Design zu interessieren und damit auch dafür zu begeistern. Durch zielgruppengerechte Aufbereitung von Informationen können sich die Kunden angesprochen und willkommen fühlen.

<sup>14</sup> Christian Mikunda (2007): Marketing spüren

- **Anbindung an das kulturelle Leben der Stadt**

Die bisherige Zentralbibliothek liegt mitten an der Kulturmeile der Stadt, der Neubau liegt drei Stadtbahnhaltestellen davon entfernt.

Die Vernetzung unter anderem mit den Kultureinrichtungen der Kulturmeile sollte intensiviert (z. B. gemeinsame Ausrichtung von Veranstaltungen im neuen Veranstaltungssaal) und damit die räumliche Entfernung überwunden werden. Die bereits bestehenden vielfältigen Kooperationen sind als Imageträger noch mehr für die Öffentlichkeit sichtbar zu machen.

Indem die Bibliothek die Öffentlichkeitsarbeit verstärkt, wird sie eine größere Präsenz und damit ein noch besseres Image in der Öffentlichkeit haben. Damit ist sie automatisch ein attraktiver Kooperationspartner für die Kultureinrichtungen der Stadt.

- **Neue interne Strukturen in der Bibliothek 21**

Mit der Bibliothek 21 wird es neue interne Strukturen, Abläufe und Funktionen für die Beschäftigten geben. Die dadurch entstandenen Unsicherheiten könnten zu mangelnder Identifikation und Demotivierung führen. In einem durch das Personalamt begleiteten Personalentwicklungsprozess erarbeiten die Mitarbeiter in Arbeitsgruppen selbst die neuen Strukturen.

Da diese Problematik bereits jetzt und nicht erst im Zeitraum der Konzeption bearbeitet werden muss, wird sie hier vernachlässigt.

- **Mögliche Konkurrenzsituation der Bibliothek 21 zu den Stadtteilbüchereien**

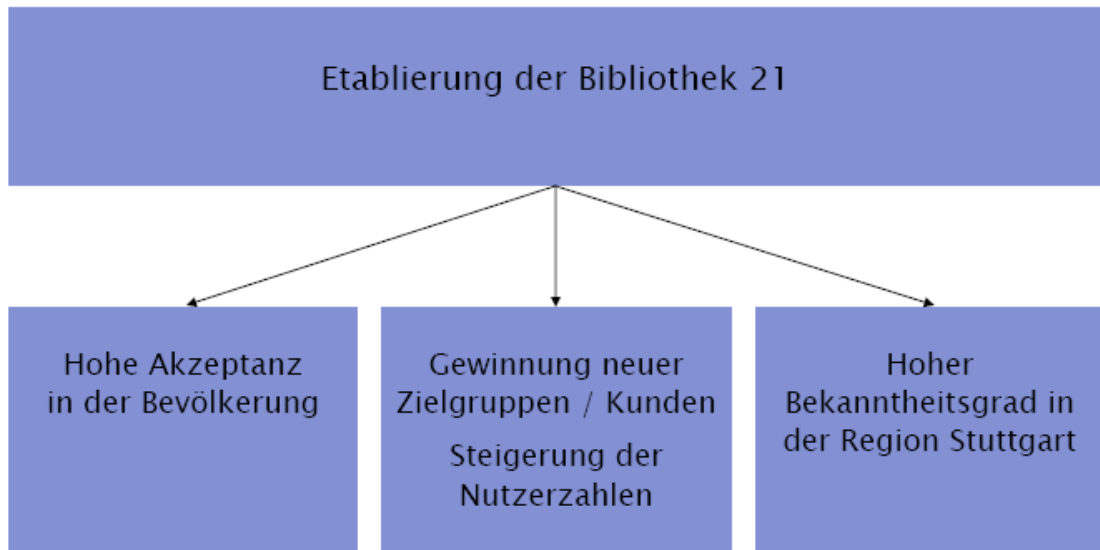
Einerseits sind die Stadtteilbüchereien in ihren Stadtteilen stark verankert und werden fast schon als „autarke“ Einrichtungen betrachtet. Andererseits gibt es Menschen in Stuttgart, die den Begriff Stadtbücherei nur mit der Zentralbücherei gleichsetzen. Mit der Eröffnung der Bibliothek 21 könnte ein Ungleichgewicht in der Außenwahrnehmung des Gesamtsystems Stadtbücherei zugunsten der Bibliothek 21 entstehen.

Um diesen Aspekten gerecht zu werden ist es notwendig, dass die Stadtbücherei nach innen und außen umso mehr als Einheit auftritt. Hierzu gehört ein konsequent angewendetes Corporate Image und Design. Auch sollten beispielsweise die Internetauftritte der Stadtteilbüchereien den (dann vorhandenen) einheitlichen und klaren Designvorgaben des Gesamtsystems angepasst werden.

Über Maßnahmen der PR kann die Arbeit der einzelnen Einrichtungen, so auch der Stadtteilbüchereien, gestärkt und anerkannt werden. Die Stadtteilbüchereien sollen sich für den Neubau begeistern können und ihn als Bereicherung für das Gesamtsystem Stadtbücherei empfinden.

### 3.2 Kommunikative Ziele

#### Strategische Kommunikationsziele:



#### Operationalisierte Kommunikationsziele:

<b>Phase 1</b> 12 Monate bis 101 Tage vor Eröffnung	<b>Phase 2</b> 100 Tage bis zur Eröffnung und Eröffnungstag	<b>Phase 3</b> bis 6 Monate nach Eröffnung
Alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt sind dazu in der Lage, jederzeit als positive Multiplikatoren aufzutreten	Die Mehrheit der Stadtbücherei-Mitarbeiter freut sich auf die Bibliothek 21	Die Mitarbeiter der Bibliothek 21 (75 %) sind begeistert von ihrem neuen Arbeitsumfeld und vermitteln diese Freude auch an ihre Kunden
	Die Stadtbücherei präsentiert sich mit ihrem neuen Corporate Design	Die Mehrheit der Mitarbeiter der Stadtteilbüchereien ist stolz auf die neue hoch moderne Bibliothek 21
	75 % der Kunden freuen sich auf die Eröffnung ihrer neuen Bibliothek und sind gespannt, was sie Neues bietet	Alle Kunden, die regelmäßig die Stadtbücherei nutzen, wissen spätestens 6 Monate nach Eröffnung, welche neuen Angebote die Bibliothek 21 für sie bereit hält
75 % der bisherigen Kunden des Wilhelmshaus' sind von der Notwendigkeit des Neubaus überzeugt		80 % der bisherigen Fans des Wilhelmshaus' sind einige Monate nach Eröffnung vom Neubau überzeugt
		Steigende Besucherzahlen: Im ersten Monat nach der Eröffnung der Bibliothek 21 sind 30 % der Besucher Neukunden
30 % der Bevölkerung hat schon mal vom Neubauprojekt gehört oder gelesen	Die Mehrheit der Bevölkerung ist neugierig auf die Bibliothek 21	Die Mehrheit der Stuttgarter Bevölkerung ist von der Architektur der Bibliothek 21 begeistert bzw. hat dazu eine positive Einstellung
		Die Mehrheit der Stuttgarter kennt die Bibliothek 21 und sieht sie als Bereicherung des kulturellen Lebens

<b>Phase 1</b> 12 Monate bis 101 Tage vor Eröffnung	<b>Phase 2</b> 100 Tage bis zur Eröffnung und Eröffnungstag	<b>Phase 3</b> bis 6 Monate nach Eröffnung
		90 % der Besucher der Bibliothek 21 würden sie weiter empfehlen
		Die Mehrheit der Stuttgart-21-Gegner sieht die Bibliothek 21 als Bereicherung für Stuttgart
		Die größten/wichtigsten Kultureinrichtungen in Stuttgart betrachten die Bibliothek 21 als Bereicherung der Kulturlandschaft und sehen den Standort weniger kritisch als 2008
		Die Bibliothek 21 wird als kulturelles Highlight in Stuttgart vermarktet
Die örtlichen Medien unterstützen und befürworten das Neubauprojekt während der Bauphase	Die regionalen Medien unterstützen und befürworten das Neubauprojekt während der Bauphase. In den letzten 30 Tagen vor Eröffnung: Bericht/Hinweis in jedem kulturbezogenen Print- und Online-Medium im Stuttgarter Raum	Die regionalen Medien unterstützen und befürworten das Neubauprojekt auch nach seiner Eröffnung

### 3.3 Die Zielgruppen

**Sekundärzielgruppe** dieser PR-Konzeption ist die Stuttgarter Bevölkerung.

Diese knapp 600.000 Personen umfassende heterogene Gruppe von Menschen kann nicht als Einheit betrachtet und angesprochen werden. Deshalb wird die Bevölkerung generell über den Weg der **Primärzielgruppen** (Meinungsführer, Mittler wie Medien, Multiplikatoren) angesprochen.



Eine **wichtige Zielgruppe** innerhalb der Bevölkerung sind die bestehenden Stadtbücherei-Kunden. Vor dem Hintergrund der Szlatki Lebensstilmodell-Analyse (siehe Kapitel 2.1.3.4) werden vorrangig die größten Kundengruppen (80 Prozent der Kunden) angesprochen, dies sind die Aufstiegsorientierten, Liberal Gehobene, Hedonisten und Reflexive. Ein Weg, um diese Gruppen zu erreichen, sind Kooperationen mit Kultureinrichtungen bzw. Medien, deren inhaltliche Ausrichtung den Interessen der jeweiligen Gruppe entspricht.

Nicht explizit betrachtet wird die Gruppe Kinder und Schüler, da diese bereits umfassend und zielgruppengerecht betreut wird. Ziel der Konzeption ist jedoch auch die Gewinnung neuer Kunden, weshalb bei dieser Zielgruppe Multiplikatoren wie Lehrer und Erzieherinnen angesprochen werden.

Die Schwierigkeit bei der **Gliederung und Abgrenzung** der Zielgruppen besteht darin, dass sich die Gruppenzugehörigkeiten überschneiden. So sind Mitarbeiter gleichzeitig auch Teil der Bevölkerung und evtl. gleichzeitig Kunden, Kunden sind auch Teil der Bevölkerung, Redakteure der Medien können auch Kunden und Teil der Bevölkerung sein. Daraus folgt, dass die Zielgruppen mit den Maßnahmenvorschlägen teilweise mehrfach angesprochen werden, je nachdem in welcher „Rolle“ sie sich gerade befinden.

Vor dem **Hintergrund der Aufgabenstellung** gliedern sich die Zielgruppen wie folgt:

### **Interne Zielgruppen**

- **Mitarbeiter der Bibliothek 21** (Führungskräfte, bibliothekarische Fachkräfte, technische und sonstige Mitarbeiter, Auszubildende)
- **Mitarbeiter der Stadtteilbüchereien/Sonderbibliotheken** (Aufsplittung wie vorgenannt)

### **Externe Zielgruppen**

**Alle Einwohner von Stuttgart** sind vom Neubauprojekt betroffen und somit Zielgruppe. Die Konzentration erfolgt auf folgende Zielgruppen:

- **Kunden**
  - vorrangig Aufstiegsorientierte, Liberal Gehobene, Hedonisten, Reflexive
  - Migranten
  - Weiterbildungsinteressierte
  - Arbeitssuchende
  - Veranstaltungsbesucher
  - Kunst- und Kulturinteressierte
  - Wilhelmshaus-Anhänger
  - potenzielle Mitarbeiter
- **potenzielle Kunden** wie
  - Migranten
  - Weiterbildungsinteressierte
  - Arbeitssuchende
  - Veranstaltungsbesucher
  - Kunst- und Kulturinteressierte
- **Stuttgart 21-Skeptiker**

### **Externe Zielgruppen mit Multiplikatorfunktion:**

- **Bildungs-/Weiterbildungsinstitutionen**
  - Studienberater/Fachschaftsvertreter von Universitäten/Hochschulen/  
Berufsakademien/VWA/VHS

- **Berater** der Agentur für Arbeit sowie der Beratungsstelle Frau und Beruf
- **Kultureinrichtungen in Stuttgart**
- **Vereine in Stuttgart**
  - Vorstände von örtlichen Vereinen, insbesondere ausländische Vereine
  - Forum der Kulturen
- **sonstige Kooperationspartner**

#### **Mittlergruppe Medien**

- lokale und regionale **Tageszeitungen, Radio, TV**
- **Stadt-/Kulturmagazine** und lokale **Anzeigenblätter**
- **überregionale Zeitungen, Radio, TV**
- **Special Interest-Zeitschriften** im Bereich Literatur, Architektur, Bildung und Kultur
- **Fachpresse** z. B. der Bibliotheksverbände BID, BIB, DBV
- **Online-Plattformen** der **regionalen Medien** sowie der o.g. **Verbände**

### **3.4 Kommunikative Botschaften**

#### **Positionierung**

Mit dem Neubau der Bibliothek 21 werden Weichen für die Zukunft gestellt, er ist wichtig für Stuttgart. Nur mit der Bibliothek 21 können den Einwohnern qualitätvolle Bildungs- und Kulturangebote in einer neuen Dimension gemacht werden.

#### **Dachbotschaft**

„Die Bibliothek 21 ist für uns und die Stadt in jeder Hinsicht ein Gewinn. Die Architektur beeindruckt nicht nur Architekturliebhaber. Die Qualität der Beratung und des Angebots, die uns die neue Bibliothek bieten kann, geht weit über die Leistungen anderer Bibliotheken hinaus. Die Bibliothek ist ein spannender Anregungsraum: Als Besucher finden und begegnen wir immer wieder Unerwartetem. Das Projekt lohnt sich und verdient unsere Unterstützung.“

#### **Säulenbotschaften**

Die nachfolgenden **zielgruppenbezogenen Botschaften** geben wieder, welche **Einstellungen** die betreffenden Personen **nach Abschluss der Kampagne** verinnerlicht haben sollen.

**Mitarbeiter der Bibliothek 21**

„Der Neubau hat alle Kollegen noch mehr zusammen geschweißt, wir sind ein starkes Team. Ich bin stolz, in diesem Haus zu arbeiten. Wir haben für unsere Kunden so viel Platz und Ruhe zu bieten. Durch die Personalaufstockung haben wir jetzt mehr Zeit für unsere Kunden und alle sind zufriedener.“

**Potenzielle Mitarbeiter**

„Hier scheint eine gute Mannschaft zu arbeiten. Und was für eine beeindruckende Arbeitsumgebung! Hier möchte ich gern arbeiten. Die Bibliothek 21 bedeutet für mich die Zukunft der Bibliotheken.“

**Mitarbeiter der Stadtteilbüchereien**

„Ich fühle mich wohl in meiner Stadtteilbücherei. Hier kennen wir unsere Kunden und die Kunden kennen uns, sie kommen gern zu uns. Es ist gut, dass es die neue Zentralbibliothek gibt. Die Kollegen in der Bibliothek 21 und wir sind gemeinsam ein gutes Team. Manchmal bin ich auch abends dort und genieße die tolle Atmosphäre.“

**Kunden (allgemein)**

„Der Besuch der Bibliothek 21 ist ein Erlebnis, schon die Architektur ist faszinierend. Die Mitarbeiter der Bibliothek tun viel, damit wir Kunden uns hier wohl fühlen. Ich komme öfters her als früher und jedes Mal entdecke ich etwas Neues. Wenn ich Besucher von auswärts habe, zeige ich ihnen die Bibliothek und auf der Dachterrasse Stuttgart von oben.“

**Neukunden**

„Wow, was es hier alles gibt! Ich dachte bei Bibliotheken immer an verstaubte Bücherregale. Dank der freundlichen Mitarbeiter und den vielen Informationsangeboten finde ich mich hier gut zurecht. Ich werde die Bibliothek weiter empfehlen.“

**Potenzielle Kunden**

„Ich habe schon gehört und gelesen, dass die neue Bibliothek interessant sein soll. Abends nach der Arbeit oder samstags beim Einkauf muss ich mir das auch mal anschauen.“

**Ausgewählte Kundengruppen****Wilhelmspalais-Anhänger**

„Einerseits war es im Wilhelmspalais gemütlicher als hier. Andererseits ist die Architektur schon beeindruckend. Und es gibt neue Angebote, die im Wilhelmspalais nicht möglich waren. Oben im Cafe zu sitzen und Zeitung zu lesen, ist auch ganz schön.“

**Migranten**

„Es ist gut, dass es die neue Bibliothek gibt. In der Bibliothek sind Menschen, die ich um Rat fragen kann. Ich kann dort Deutsch lernen und mich über alles Mögliche informieren. Dort treffe ich andere Menschen, die auch nicht aus Deutschland stammen und die ähnliche Probleme haben.“

**Weiterbildungsinteressierte**

„So bequem und günstig wie hier kann ich mich nirgends informieren. Hier kann ich in allen möglichen Wissensgebieten stöbern, sogar noch abends nach meinem Job. Ich bekomme Tipps und finde Literatur zu vielen Weiterbildungsthemen.“

**Arbeitssuchende**

„Es ist gut, dass es die Bibliothek gibt. Hier werde ich nicht wie ein Hilfspfänger behandelt. Die Mitarbeiter sind freundlich und geben mir Tipps zur Internet-Stellensuche. Ich kann nachlesen, wie man Bewerbungen schreibt und kann hier kostenlos PC und Drucker benutzen.“

**Veranstaltungsbesucher / Kunst- und Kulturinteressierte**

„Das Veranstaltungsprogramm macht anspruchsvolle und unterhaltsame Angebote. Früher habe ich hauptsächlich Veranstaltungen besucht. Inzwischen bin ich genauso oft in der Bibliothek unterwegs. Hier kann ich neue Interessen entdecken!“

**Stuttgart-21-Skeptiker**

„Meine Meinung zu Stuttgart 21 werde ich nicht ändern. Unabhängig davon ist die neue Bibliothek ein Gewinn für Stuttgart. Das Angebot dort spricht mich sehr an.“

**Multiplikatoren, Bildungs-/Weiterbildungsinstitutionen**

„Die Bibliothek 21 überzeugt mich und ich schätze die Kompetenz dort. Ich rate unseren Teilnehmern/Studenten/Vereinsmitgliedern/Eltern immer, das gute Angebot zu nutzen.“

**Kultureinrichtungen in Stuttgart**

„Die Bibliothek 21 ist ein weiterer wichtiger Baustein, um die Bedeutung von Stuttgart als Kulturstadt zu stärken. Das bessere Image bringt uns allen mehr Kunden, auch von außerhalb. Deshalb müssen wir alle zusammenarbeiten.“

**Kooperationspartner**

„Die Stadtbücherei ist ein attraktiver und kompetenter Partner für gemeinsame Aktionen. Wir profitieren von dem positiven Image der Bibliothek 21.“

**Medien**

„Die Bibliothek 21 ist immer für eine gute Geschichte zu haben. Unsere Leser/Hörer interessieren sich dafür, was in der Bibliothek los ist. Die Mitarbeiter dort sind kompetent und auf der Höhe der Zeit. Der Neubau ist ein Gewinn für Stuttgart.“



### 3.5 Strategischer Kräfteinsatz

Der Neubau ist bereits seit elf Jahren im Gespräch. Die Eröffnung wird (voraussichtlich) erst in zweieinhalb Jahren stattfinden. Es ist demzufolge nicht einfach, die Vorfreude bis zur Eröffnung aufrecht zu erhalten, ohne dass die Bevölkerung des Themas überdrüssig wird. Da die Stadtbücherei eine Non-Profit-Organisation ist und mit Steuergeldern finanziert wird, sollten die Maßnahmen möglichst kostengünstig umsetzbar sein. Budgetvorgaben für die Öffentlichkeitsarbeit gibt es für den Zeitraum der Konzeption noch nicht.

#### Kernelemente

Die Kernelemente dieser Konzeption sind

- der 100-Tage-Countdown
- die Inszenierung des Eröffnungstages
- ein umfangreiches Informationsangebot und
- kontinuierlich medienrelevante Angebote zu schaffen.

#### Dramaturgie

In der Dramaturgie muss ein Spannungsbogen aufgebaut und gehalten werden, mit einem Event zur Eröffnung. Danach muss kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit folgen, um ständig Präsenz zu zeigen und zum „must see“ in Stuttgart zu werden.

#### Die Kampagne läuft in drei Phasen ab:

##### Phase 1: **Vorbereitung, Information und Neugier**

In dieser Phase stehen intern eine ganze Reihe von Vorbereitungsmaßnahmen für die Eröffnung und die Zeit der Etablierung an. Extern soll mit Hilfe der Medien mit wenigen gezielten Maßnahmen über das Thema Stadtbücherei informiert und Neugierde bei den (potenziellen) Kunden geweckt werden.

##### Phase 2: **Vorfreude durch 100-Tage-Countdown und Eröffnung**

Die Eckpunkte des 100-Tage-Countdowns bestehen aus

- täglich wechselnder Banner-Werbung im Internet (Internetnutzer)
- verschiedene PR-Maßnahmen im ÖPNV (alle Bevölkerungsschichten; Kulturveranstaltungsbesucher nutzen ÖPNV)
- wöchentlicher satirischer Kolumne in der Stuttgarter Zeitung (Zeitungleser)
- der Schaffung medienrelevanter Anlässe (Mittler)
- Inszenierung der Eröffnung als Event.

Zum Einen soll damit neues Publikum auf die Bibliothek aufmerksam gemacht und bei vorhandenen Kunden Vorfreude geweckt werden. Zum Anderen soll versucht werden, eine - möglichst positive - Presseberichterstattung in jedem kulturbezogenen Print- und Online-Medium im Stuttgarter Raum in den letzten 30 Tagen vor Eröffnung zu erreichen.

### Phase 3: Die Bibliothek 21 als „must see“

In den ersten Wochen und Monaten nach Eröffnung kommt es darauf an, die Bibliothek 21 zum Stadtgespräch zu machen, zum „must see“. Wenn es gelingt, in den ersten Wochen trotz Baustellenumfeld viele Besucher in die neue Einrichtung zu holen und sie das Haus inspiriert verlassen, dann werden diese Menschen automatisch als Multiplikatoren wirken. Es ist wichtig, dass die Besucher nicht enttäuscht oder überfordert werden, dass sie sich zurecht finden und ihnen die Orientierung mit Maßnahmen der Kommunikation erleichtert wird.

#### Kommunikationsinstrumente

Die folgenden Instrumente der Public Relations und Kommunikation kommen zum Einsatz


- Presse- und Medienarbeit
- Interne Kommunikation
- Informationsmedien
- Corporate Identity, Corporate Design
- Online-Kommunikation
- Aktionskommunikation
- Eventkommunikation
- Führungen
- Print- und Schaumedien
- Lobbying
- Kooperationsmaßnahmen
- Give aways

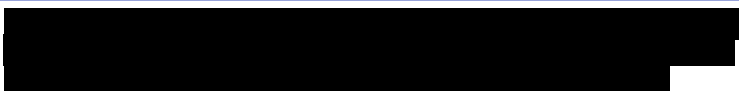
## 4. Die Taktik

### 4.1 Die Maßnahmenplanung

#### 4.1.1 Corporate Identity und Corporate Design

Maßnahme	Corporate Identity: neuer Name, Claim, neue Identität Corporate Design: neues Logo und Design
Ziel	CI: Imagebildung, Profilschärfung, Aufmerksamkeit erregen, Identifikation aller Mitarbeiter mit dem neuen Gesamtsystem Stadtbücherei, Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls, Integration der Stadtteilbüchereien CD: Einheitlicher Außenaufttritt, einprägsame Wahrnehmbarkeit in der Öffentlichkeit ermöglichen
Zielgruppen	Alle, intern und extern
Inhalt	<p><b>Neuer Name und neues Logo:</b> Ohnehin von der Stadtbücherei geplant ist die Entwicklung eines neuen Logos zur Eröffnung der Bibliothek 21. Das Logo und der neue Name sollten deutlich machen, dass die Stadtbücherei aus einem Netz von Einrichtungen besteht. Damit fühlen sich die Stadtteilbüchereien mit im Boot.</p> <p><b>Claim und Identität:</b> Bisher gibt es keinen Claim, mit dem sich die Stadtbücherei nach außen präsentiert. Mit der 16-Punkte-Philosophie wird eine Vielzahl an Botschaften nach außen gesandt, die insgesamt aber eher zu einem unscharfen Bild führen. Die Stadtbücherei sollte sich überlegen, wie sie sich sieht und wie sie wahrgenommen werden möchte. Aus diesen Überlegungen kann dann ein Claim entwickelt werden. Evtl. könnte der Claim sogar Teil des Logos werden. Mit dem Claim kann das Profil in der Außenwahrnehmung geschärft werden.</p> <p>Das CD sollte auch bereits bei der Innengestaltung der Bibliothek 21 umgesetzt werden. Aus diesem Grund muss die Entwicklung bereits 2009 erfolgen.</p>

	CI und CD sollten von einer Agentur entwickelt werden, die die örtlichen Verhältnisse kennt. Evtl. könnten Mitarbeiter (auch von Stadtteilbüchereien) im Rahmen einer Arbeitsgruppe bei der Ideenfindung beteiligt werden.
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Berücksichtigung bei Innenausstattung der Bibliothek 21, Intern: personale Kommunikation Extern: Pressearbeit (Pressekonferenz vor Eröffnung der Bibliothek 21); Einbindung in neue Homepage
Zeitpunkt / Zeitraum	Entwicklung Juli – Ende September 2009, Umsetzung und In Kraft Treten nach außen mit Eröffnung der Bibliothek 21, Bekanntmachung von Name und Logo bereits früher
Aufwand / Kosten	
Kontrolle	Name, Logo und Claim sind im Oktober 2009 entwickelt.

<b>Maßnahme</b>	<b>Konsequente Umsetzung des Corporate Designs, Entwicklung Corporate Design Handbuch</b>
Ziel	Einhaltung des Corporate Designs, Wahrnehmbarkeit und Außenwirkung ermöglichen, Identifikation der Mitarbeiter, Bekanntheit erhöhen
Zielgruppen	Alle, intern und extern
Inhalt	Nach der Fertigstellung des Logos muss das Corporate Design konsequent umgesetzt werden. Das Logo muss sich auf allen Schriftstücken und Geschäftspapieren (Briefpapier etc.) wieder finden, ebenso auf allen Flyern, Broschüren, Plakaten, Postkarten, auf Namensschildern der Mitarbeiter und auf der Homepage. Hierfür wird ein CD-Handbuch entwickelt (bzw. das bisherige fortgeschrieben), mit Printmedien-/Onlinemedien-Mastervorlagen zur einfachen eigenen Gestaltung von Flyern, Bannerwerbung im Internet etc.
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Relaunch Internetauftritt, Aktionskommunikation, Event-PR, Print- und Informationsmedien
Zeitpunkt / Zeitraum	Berücksichtigung bei Innengestaltung Bibliothek 21 ab Oktober 2009 Entwicklung CD-Handbuch und Printmedien-Mastervorlagen Oktober 2009 (1 Monat), Umsetzung in Printmedien zur Eröffnung
Aufwand / Kosten	
Kontrolle	CD-Handbuch und Printmedien-Master liegen im November 2009 vor

#### 4.1.2 Interne Kommunikation

<b>Maßnahme</b>	<b>Rollentausch</b>
Ziel	Erhöhung gegenseitiger Akzeptanz und Verstärken des Verständnisses zwischen Mitarbeitern Zentralbücherei und Stadtteilbüchereien, besseres Kennenlernen
Zielgruppen	Bibliothekarische und Verwaltungs-Mitarbeiter der Zentralbücherei, Mitarbeiter der Stadtteilbücherei und sonstigen Sonderbibliotheken
Inhalt	Information der Mitarbeiter durch Bibliotheksdirektion über Aktion „Rollentausch“. Jeder Mitarbeiter der Stadtteilbüchereien und sonstigen Sonderbibliotheken soll einen Tag lang in der Zentralbücherei arbeiten, jeder Mitarbeiter der Zentralbücherei soll 1 Tag lang woanders arbeiten. Danach gibt jeder (freiwillig) ein kurzes Feedback im Intranet ab.

Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Generelle laufende Information der Mitarbeiter über Intranet (besteht bereits)
Zeitpunkt / Zeitraum	Abwicklung in einem Zeitraum von ca. 3 Monaten, vor Eröffnung der Bibliothek 21: Mai – Juli 2010
Aufwand / Kosten	[REDACTED]
Kontrolle	Positives Feedback der Mitarbeiter


Maßnahme	Personalversammlung Gesamtsystem Stadtbücherei
Ziel	Information der Mitarbeiter, gemeinsame Freude auf die Zukunft der Stadtbücherei
Zielgruppen	Alle Mitarbeiter der Stadtbücherei
Inhalt	Personalversammlung mit inhaltlichen Informationen zur Zukunft der Stadtbücherei und anschließender Party
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Mitarbeiter werden bereits seit September 2008 monatlich über das Bauprojekt informiert, die Führungskräfte werden im Rahmen der Büchereileitersitzung bzw. der Abteilungsleiterbesprechungen informiert
Zeitpunkt / Zeitraum	1 – 2 Wochen vor Eröffnung der neuen Zentralbücherei
Aufwand / Kosten	[REDACTED]
Kontrolle	Anteil der Teilnehmer an der anschl. Party, Feedback der Mitarbeiter


#### 4.1.3 Online-Kommunikation

Maßnahme	Nutzerbefragung aktuelle Homepage
Ziel	Optimierung des Internetauftritts der Stadtbücherei, durch Befragung können mögliche Schwachstellen aufgedeckt werden
Zielgruppen	Alle intern und extern
Inhalt	1. Online-Befragung der Mitarbeiter (vorab Info über Hintergrund) 2. Online-Befragung der Nutzer der Homepage 3. Schriftliche Befragung der Kunden in Zentralbücherei, Stadtteilbüchereien und Sonderbibliotheken
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Relaunch des Internetauftritts
Zeitpunkt / Zeitraum	6 Wochen Vorbereitung, 2 Wochen Befragung, 2 Monate Aufbereitung der Ergebnisse; Mai – Ende August 2010
Aufwand / Kosten	[REDACTED]
Kontrolle	Ergebnisse liegen Ende August 2010 vor.

Maßnahme	Relaunch des Internetauftritts
Ziel	<p>Allgemein: Imagegewinn, Förderung des Dialogs mit relevanten Zielgruppen, Beeinflussung der öffentlichen Meinung, Profilierung als kundenorientierte Einrichtung mit modernen Angeboten in und mit neuen Medien, Profilierung als Einrichtung mit besonderen Angeboten, Profilierung als kompetente Einrichtung bei der Informationsvermittlung und Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien, Profilierung als attraktiver Kooperations- und Sponsoring-Partner, Kundenbindung.</p> <p>Relaunch: Anpassung der Homepage an die Nutzerwünsche, Berücksichtigung aktueller Web-Usability-Gesichtspunkte.</p>
Zielgruppen	Alle intern und extern
Inhalt	<p>Da die aktuelle Homepage bislang eher als inhaltliches Angebot und nicht unter PR-Gesichtspunkten konzipiert ist (Kundenorientierung, Usability, aktuelles Design und übersichtliche Navigation), sollte ein Relaunch mit externer Beratung durchgeführt werden. Die vorhandenen Inhalte werden fast vollständig in das neue Portal eingebunden, jedoch kritisch hinterfragt. Die Konzeption und grafische Gestaltung sowie redaktionelle Überarbeitung übernimmt die Agentur, die technische Umsetzung könnte (wie bisher) von der Bibliothek selbst erfolgen. An sich sollte für den Internetauftritt eine separate kleine Konzeption entwickelt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einbindung <b>neues Corporate Design</b></li> <li>- Entwicklung und Umsetzung <b>einheitlicher Standards für Online-Layout und Online-Inhalte</b> der Stadteilbüchereien und sonstigen Sonderbibliotheken</li> <li>- Neu <b>Pressebereich</b> (Pressemitteilungen und -archiv, Pressefotos, Kontaktperson, Pressespiegel usw.), Beispiel Köln <a href="http://www.stbib-koeln.de">www.stbib-koeln.de</a></li> <li>- Neu allgemeine <b>Benutzer-/Kundeninformationen</b> zu Stadtbücherei und zur Homepage <b>für ausländische Stuttgarter</b>, in den 5 meist gesprochenen Sprachen in Stuttgart; <b>Anpassung</b> der entsprechenden <b>deutschsprachigen Kundeninformationen</b> (verlinkt auf der Eingangsseite)</li> <li>- Neu <b>Video-/Audio-Führung</b> durch die Bibliothek 21 in Form einer Video-Animation/Audio-Tour (Kooperation mit Hochschule der Medien oder Filmhochschule Ludwigsburg), hinterlegt auf <a href="http://de.youtube.com">de.youtube.com</a> und <a href="http://de.myspace.com">de.myspace.com</a>, Beispiel Seattle Public Library <a href="http://www.spl.org">www.spl.org</a></li> <li>- Neu <b>Weblogs</b> in den Themen-Ateliers für Kunden-Anregungen zu den Links</li> <li>- Neu <b>Online-Gästebuch</b></li> <li>- Neu <b>Anleitung für Neukunden</b> „Wie funktioniert meine Stadtbücherei?“</li> <li>- Neu <b>Architektur und Bau</b> der Bibliothek 21 mit Informationen zum Bauwerk, Architekten und zur Projektentwicklung, mit dem aus den Fotos der Webcam vom Bauprozess entstandenen Film, mit Fotos der Ergebnisse aus der Kinderbeteiligung</li> <li>- Erweiterung der <b>Downloadmöglichkeiten sämtlicher Publikationen</b> der Stadtbücherei (Flyer, Broschüren, Veranstaltungsprogramme)</li> <li>- <b>Newsletter</b> monatlich (!): neu mit Rubriken „Lese-Tipps der Bibliothekare“ und „Recherche-Tipps“ von Spezialisten (abwechselnd und mit Foto und Name)</li> <li>- Mehr <b>Informationen über Mitarbeiter/Ansprechpersonen</b></li> <li>- evtl. <b>zielgruppengerechte Gestaltung</b> im Bereich <b>Kinderbücherei</b> (nicht in Kostenkalkulation enthalten), Beispiele Dresden <a href="http://www.bibo-dresden.de">www.bibo-dresden.de</a> und Hamburg <a href="http://www.buecherhallen.de">www.buecherhallen.de</a></li> <li>- evtl. Integration einer „<b>Online-Bücherei</b>“: Download von E-Books, E-Audios, E-Papers, E-Videos (nicht in Kostenkalkulation enthalten), Beispiel Ludwigsburg <a href="http://www.onlinebibliothek-lb.de">www.onlinebibliothek-lb.de</a> (Orientierung der Inhalte an der Publikation von Sandra Mehmeti (2007): <i>Die Online-PR der Bibliotheken</i>)</li> </ul>
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Entwicklung Corporate Design, Nutzerbefragung, Pressearbeit, Flyer, Führungen
Zeitpunkt / Zeitraum	Agentur: Entwicklung September 2010 bis Ende Dezember 2010, Technische Umsetzung intern Januar, Pretest Februar 2011, Freischaltung 2 Wochen vor Eröffnung der Bibliothek 21
Aufwand / Kosten	[REDACTED]

	
Kontrolle	Evtl. nochmals Nutzerbefragung; Steigerung der Nutzungszahlen


Maßnahme	Verlinkung durch Baurträgerfirmen/-Lieferanten
Ziel	Bekanntheit, Imagepflege
Zielgruppen	Bauunternehmen, die für das Projekt Bibliothek 21 beauftragt werden
Inhalt	Nach erfolgreichem Abschluss der jeweiligen Bauarbeiten (Voraussetzung: zur Zufriedenheit der Stadt) werden die Bauunternehmen gebeten, auf ihrer Homepage auf das Neubauprojekt hinzuweisen und einen Link zur Stadtbücherei-Site zu legen. Dies dient der Reputation der Bauunternehmen und der Steigerung der überregionalen Bekanntheit der Bibliothek.
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Online-PR
Zeitpunkt / Zeitraum	Fortlaufend während der Baumaßnahmen, d.h. bis Mai 2011
Aufwand / Kosten	
Kontrolle	Link auf Homepages der Bauunternehmen erfolgt


Maßnahme	Verlinkung durch Staatsoper
Ziel	Öffentliche Präsentation der Kooperationen, Bekanntheit steigern, Imagepflege
Zielgruppen	Konservativ Gehobene, Traditionalisten, Liberal Gehobene, Medien, Politik
Inhalt	Bereits bisher stellt die Musikbücherei zu verschiedenen aktuellen Opern ein Informationsangebot der Stadtbücherei bereit. Künftig soll in den Newslettern der Staatstheater beim jeweiligen Programm ein Hinweis und Link auf das weiterführende Informationsangebot der Stadtbücherei erfolgen. Dies dient den Kunden der Staatstheater und dient gleichzeitig der Bekanntheit und Imagepflege der Stadtbücherei.
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Online-PR
Zeitpunkt / Zeitraum	Mai 2010 (jederzeit möglich)
Aufwand / Kosten	
Kontrolle	Umsetzung in Newslettern erfolgt

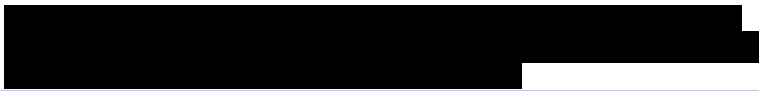
#### 4.1.4 Presse- und Medienarbeit

Siehe außerdem die Maßnahmen zur Pressearbeit im 100-Tage-Countdown.

Maßnahme	Pressegespräch Präsentation der Ergebnisse der Kinderbeteiligung
Ziel	Imagepflege, Information
Zielgruppen	In der Region Stuttgart: Familien, Einrichtungen/Organisationen/Vereine mit Zielgruppe Kinder, Politik

Inhalt	Im Jahr 2009 wird ein Kinderbeteiligungsverfahren durchgeführt, bei der die Kinder ihre Vorstellungen ihrer „Traumbücherei“ kommunizieren. Die Ergebnisse aus der Kinderbeteiligung können für Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden. Hier werden die Ergebnisse vorgestellt, im Beisein von Kindern, die sich dabei eingebracht haben. Darstellung, welche Ergebnisse daraus wie umgesetzt werden sollen.
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Pressearbeit, Einbeziehung in Eröffnungstag
Zeitpunkt / Zeitraum	Zeitpunkt noch unklar, geschätzt Herbst 2009
Aufwand / Kosten	
Kontrolle	Teilnahme Journalisten, Presseberichterstattung

<b>Maßnahme</b>	<b>Bibliotheksspezifischen Presseverteiler aufbauen</b>
Ziel	Steigerung der Medienresonanz durch zielgenaue Ansprache, kontinuierliche Kontakte zur Presse ermöglichen
Zielgruppen	Medien (Näheres siehe Kapitel 3.3 Zielgruppen)
Inhalt	Bislang wurde die „nicht rein veranstaltungsbezogene“ Pressearbeit über die städt. Abteilung Kommunikation gesteuert. Die Stadtbücherei könnte den bestehenden Presseverteiler mit ihren Kenntnissen erweitern bzw. steuern, an wen allgemeine Informationen künftig versandt werden sollen, z. B. bibliotheksspezifische Fachpresse, Verbände etc.
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Pressearbeit
Zeitpunkt / Zeitraum	Frühestmöglich, Zeitraum 1 Woche, Kontaktpflege kontinuierlich
Aufwand / Kosten	
Kontrolle	Im Rahmen der Auswertung der Veröffentlichungen

<b>Maßnahme</b>	<b>Im Amtsblatt-Fokus: Stadtteilbüchereien</b>
Ziel	Identifikation der Stadtteilbücherei-Mitarbeiter stärken, Information, Imagepflege
Zielgruppen	Amtsblatt-Leser (Bevölkerung), Medien
Inhalt	Im zweiwöchigen Rhythmus dürfen sich die Stadtteilbüchereien und sonstigen Sonderbibliotheken im Amtsblatt vorstellen, möglichst personalisiert durch das jeweilige Team (auch Foto), lockere Erzählung über inhaltliche Schwerpunkte der Einrichtung, Begebenheiten. Artikel auch auf Stadtbücherei-Homepage stellen.
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Online-PR
Zeitpunkt / Zeitraum	Beginn ca. 1 Jahr vor Eröffnung (Mai 2010), Umfang 20 Beiträge (Einrichtungen), Dauer 40 Wochen
Aufwand / Kosten	
Kontrolle	Feedback Mitarbeiter, Feedback Kunden



<b>Maßnahme</b>	<b>Pressegespräch zur Vorstellung neuer Bibliotheks-Name und Logo</b>
Ziel	Information, Imagepflege, Bekanntmachung des neuen Namens
Zielgruppen	Lokale und regionale Medien
Inhalt	Information über den Stand des Bauprojekts, Vorstellung neuer Name und neues Logo, Vorstellung Programmbeteiligung an der Langen Nacht der Museen bzw. Stuttgarnacht (siehe 4.1.6)
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Pressemitteilungen, Aktionskommunikation
Zeitpunkt / Zeitraum	2 Wochen vor der Langen Nacht der Museen im März 2010 oder vor der Stuttgarnacht (Kulturnacht) im Oktober 2010
Aufwand / Kosten	
Kontrolle	Teilnahme Journalisten, Presseberichterstattung, kontinuierliche Anwendung des neuen Namens in der Berichterstattung

<b>Maßnahme</b>	<b>Stadtmagazine/Kulturmagazine (Kultur, Szene)</b> - Sub Cultur Stuttgart - Kulturnews/Citymagazin Stuttgart - Moritz Stuttgart - Prinz Stuttgart - Liff - InterKultur
Ziel	Bisherige Nicht-Kunden informieren, Neukundengewinnung, regionale Bekanntheit erhöhen, Imagepflege
Zielgruppen	Reflexive, Hedonisten, Szenegänger der alternativen und Subkultur in Stuttgart
Inhalt	Pressemitteilung und Bildmaterial zur Bibliothek 21 und zum Eröffnungsereignis an die Medien senden mit dem Angebot eines Interviews. Telefonisch nachhaken, ob Bedarf an weiterem Material besteht.
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Pressearbeit, 100-Tage-Countdown, Online-PR
Zeitpunkt / Zeitraum	März 2011, 2 Monate vor Eröffnung (monatliche Erscheinungsweise)
Aufwand / Kosten	
Kontrolle	Berichterstattung in den oben genannten Medien

<b>Maßnahme</b>	<b>Programmhefte Stuttgarter Kultureinrichtungen</b>
Ziel	Bekanntheit steigern, Imagepflege, Neukundengewinnung
Zielgruppen	Traditionell Gehobene, Liberal Gehobene, Reflexive, Hedonisten
Inhalt	Entweder redaktionell oder als Anzeige soll in verschiedenen Veranstaltungsprogrammen ein Hinweis auf die Eröffnung erfolgen, z. B. von Staatstheater, Schauspielhaus, Renitenz, Merlin, Rosenau, Theaterhaus, Laboratorium, Treffpunkt Rotebühlplatz, Musikhochschule etc.
Begleitende / vernetzte Maßnahmen	Pressearbeit, 100-Tage-Countdown
Zeitpunkt / Zeitraum	Absprache März 2011, Abdruck in Veranstaltungsprogrammen Mai 2011
Aufwand / Kosten	