

Strategieprozess zur Neuausrichtung der Benutzungsabteilung an der SUB Göttingen

Daniela Poth & Fee-Saskia Fricke | 18.03.2019

Benutzung optimieren | Bibliothekskongress Leipzig 2019



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

NIEDERSÄCHSISCHE STAATS- UND
UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK GÖTTINGEN

SUB

Gemeinsam den Wandel gestalten

Agieren statt Reagieren

„Wenn man nicht weiß, zu welchem Hafen man segeln will, steht der Wind niemals günstig.“



Seneca der Jüngere

Strategiegruppe

Abteilungsleitung und stellvertretende Abteilungsleitung

Gruppenleitungen und deren Vertretungen

Teamleitungen

Allgemeine Rahmenbedingungen

Veränderung der Bibliothek vor Ort

Mehr technische Infrastruktur

Mehr elektronische Medien, weniger Bücher und Zeitschriften

Self-Service und Automatisierung

Lern- und Forschungsort statt Wissensspeicher

Veränderung unserer Nutzer*innen Erwartungshaltung

intuitive Services

schnell und überall verfügbar

abgestimmt auf ihre Bedarfe



Ausgangslage an der SUB Göttingen

Veränderung in der Nutzung der Angebote

Sinkende Ausleihzahlen => Rückgang um rd. 25% in den letzten 5 Jahren

Steigende Besucherzahlen => Anstieg um rd. 5 % in den letzten 5 Jahren

Veränderung in der Personalstruktur

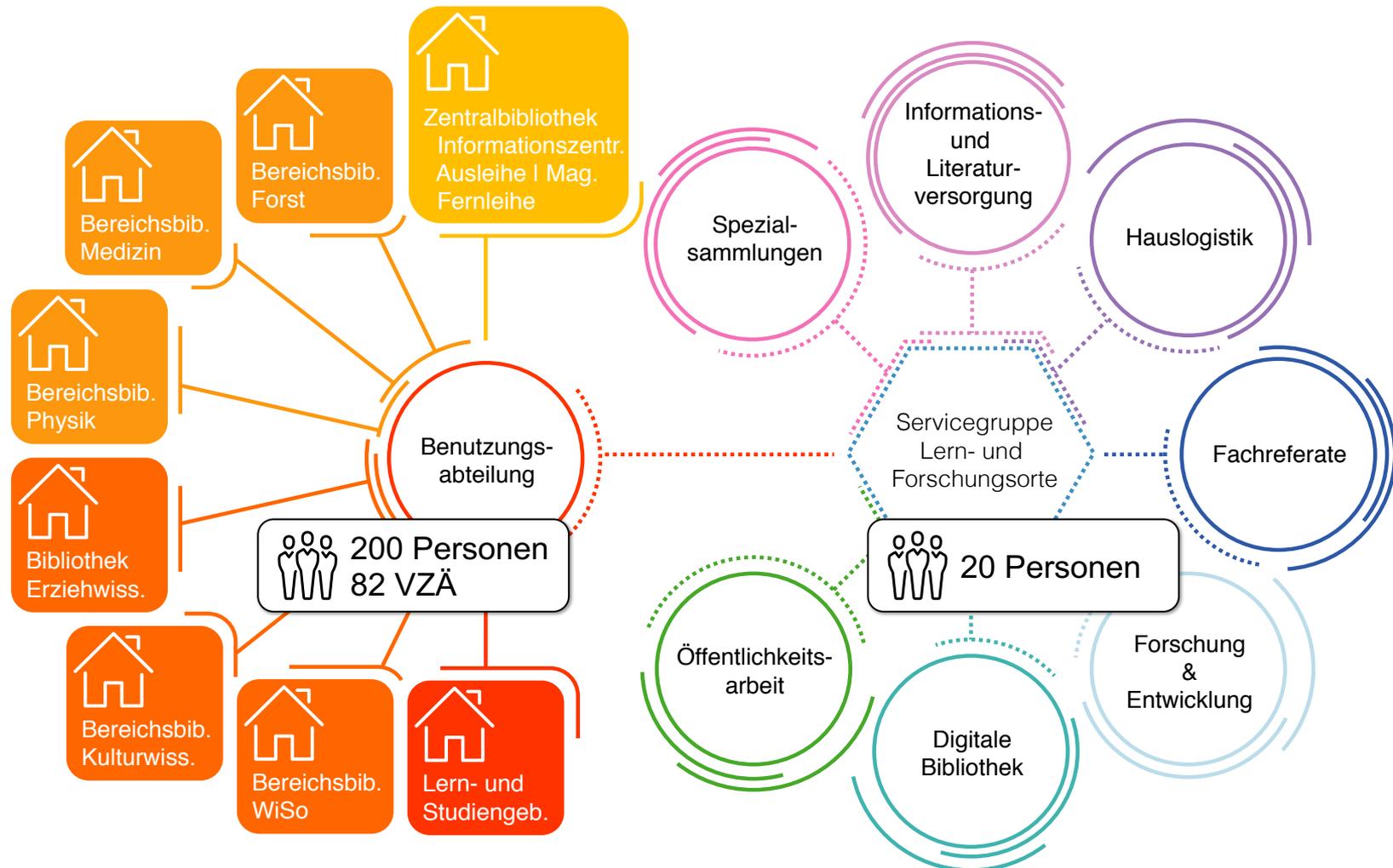
Mehr befristete Verträge

Kleinere Stundenanteile

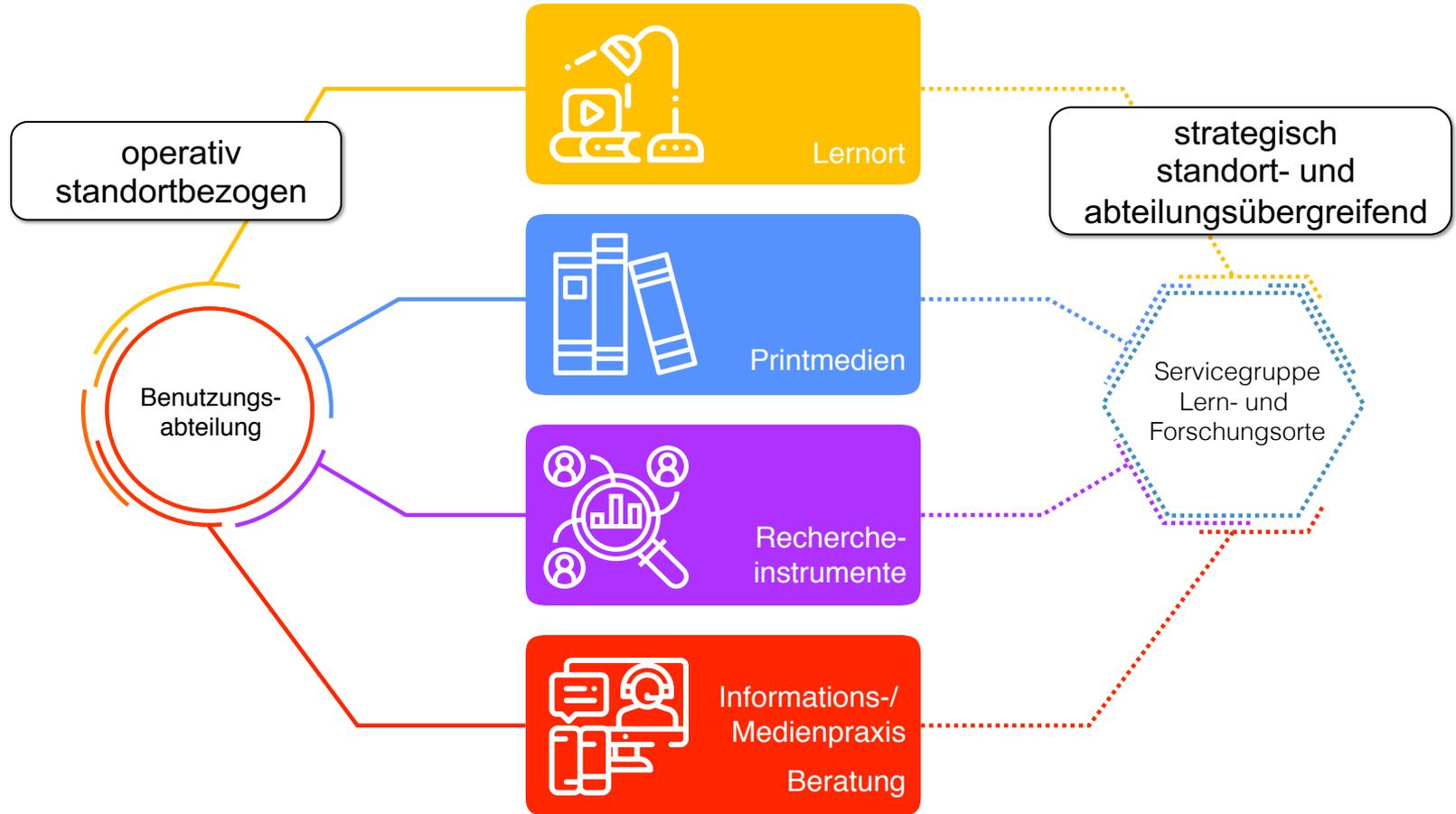
Weniger Personen mit bibliotheksspezifischer Ausbildung



Benutzungsabteilung und Servicegruppe Lern- und Forschungsorte



Handlungsfelder



Szenariobasierte Planung

Wie stellen wir uns die Zukunft vor?



Mit der Methode „Szenariobasierte Planung“ anregende, plausible Geschichten über die Zukunft erzählen, die dafür sorgen, auf heute noch nicht bekannte Situationen flexibel und gut reagieren zu können, wenn sie auftreten.

Identifikation von



Geschäftsidee
Hauptakteuren und deren Verhalten
Entwicklungen
Regeln und Zusammenhänge
Trends und treibende Kräfte
Schlüsselunsicherheiten
Gewissheiten

Fünf Szenarien



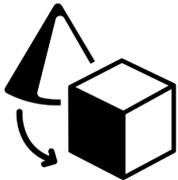
Fortschritt – Fördergelder und Open Science

Die Universität Göttingen wirbt umfangreich Fördergelder ein und unterstützt gezielt Open Science/Open Access



Stillstand – aktuelle Tendenzen setzen sich fort

Alles bleibt, wie es ist bzw. alles entwickelt sich tendenziell so weiter wie bisher



Transformation – Die digitale Online-Universität

Die Universität Göttingen wird zur Vorreiterin im Bereich der Digitalen und Fernstudien-Universität



Outsourcing

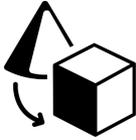
Die Universität Göttingen baut befristete Stellen ab und verschlankt alle Verwaltungsbereiche



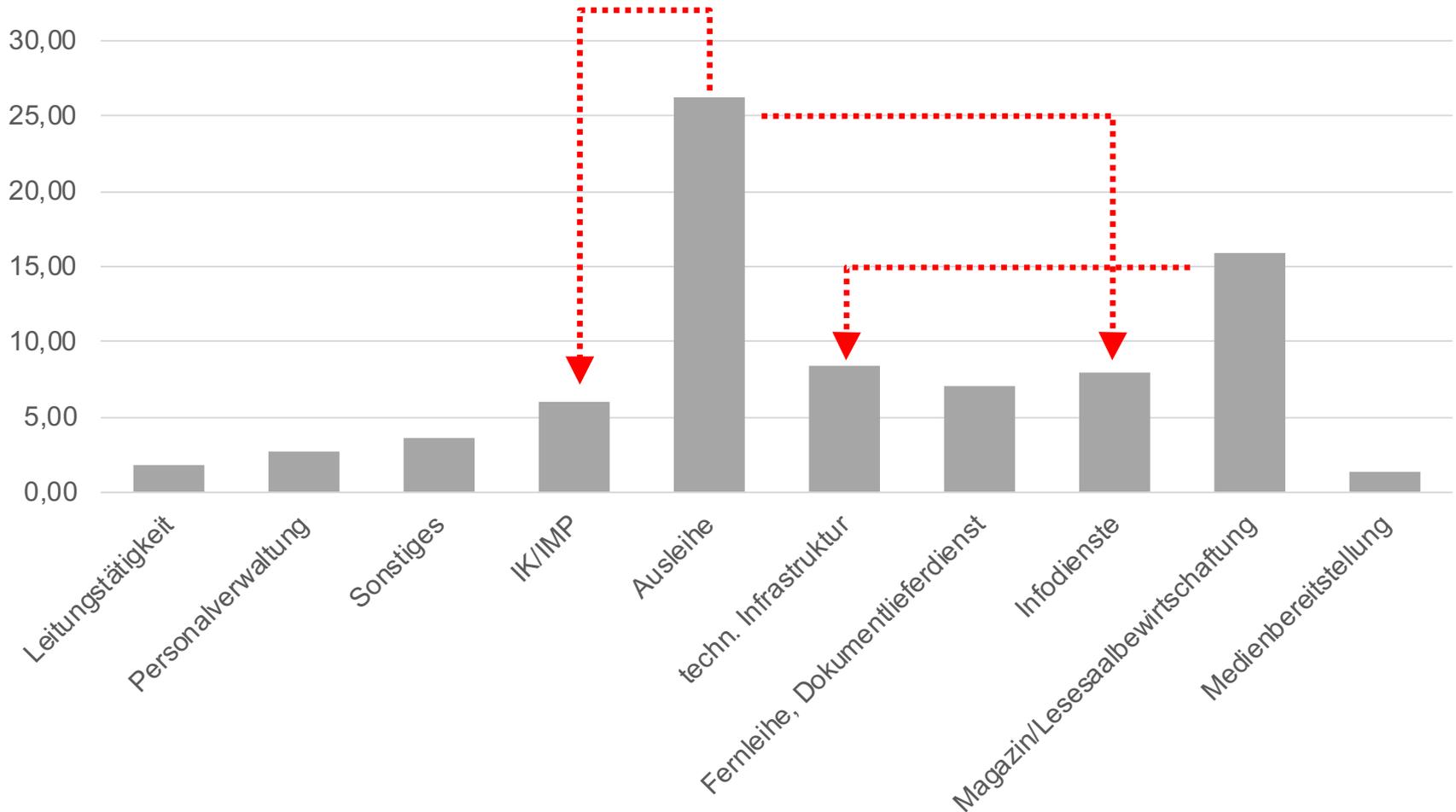
Rückschritt – Closed Access

Durch rechtliche Rahmenbedingungen muss sich die Uni Göttingen auf konservative Wege zurückbesinnen

Handlungsfelder in den Zukunftsszenarien (BCG-Matrix)

	 Fortschritt	 Stillstand	 Transformation	 Outsourcing	 Rückschritt
	Lernort		Lernort Recherche	Lernort ?	IMP/Beratung Recherche
	IMP/Beratung ? 	Lernort Printmedien		Recherche 	Lernort Printmedien 
	Recherche 		IMP/Beratung 	IMP/Beratung Printmedien	
	Printmedien 	IMP/Beratung 	Printmedien 		

Verteilung nach Tätigkeiten in VZÄ



Handlungsfeld – Lernort und lernunterstützende Infrastruktur



Entwicklung

Quantitative Erweiterung => mehr Arbeitsplätze, mehr Infrastruktur

Qualitative Erweiterung => mehr und andere Angebote

Verbesserung der Zugänglichkeit => Öffnungszeiten /Servicezeiten

Entwicklung/Betreuung lernunterstützende Infrastruktur

Entwicklung/Betreuung Digitallabs, Experimentierlabs, Maker Spaces

Entwicklung/Betreuung Basisinfrastruktur wie Schließfächer, Raumbuchungssysteme

Ziele

Ausbau und Digitalisierung
=> hybrider Lern- und Forschungsort

Interaktive Webpräsenz im Sinne einer Erweiterung des Lernortes

Konsequenzen

Mehr Ressourcen (vor allem Sachmittel)

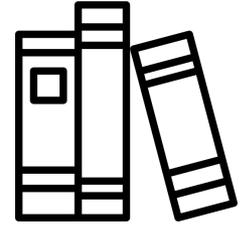
Öffnungszeiten vs. Servicezeiten

Support bei der Infrastruktur

Mehr Personalressourcen

Zusätzliche Kompetenzen (technisch, pädagogisch)

Handlungsfeld – Printmedien Literaturbereitstellung



Entwicklung

Standortübergreifende
Standardisierung

Automatisierung / Self-Service

Ziele

Stabilisierung und Ressourcen-
Reduktion (Personal)

Standardisierung

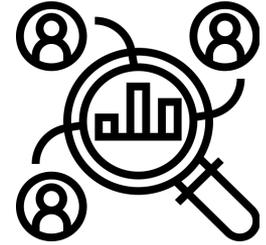
Printmedien/eMedien-Strategie (auch
auf die BB bezogen und in die
Universität hinein kommuniziert)

Konsequenzen

Verbesserung des Self-Service

Usability / User Experience

Handlungsfeld – Rechercheinstrumente



Entwicklung

- Inhaltliche Erweiterung
- Neue Suchstrategien
- Neues Suchverhalten
- Neue Suchräume
- Usability/User Experience

Ziele

- Neuausrichtung
- Entwicklung
- Forschung

Konsequenzen

- Zusätzliche Kompetenzen
- Partner (IT, gbv, ...)
- Usability/User Experience

Handlungsfeld – Informations- und Medienpraxis, Beratung



Entwicklung

Themenerweiterung

Kooperative Angebote

Nachnutzung existierender Angebote

„Strategien statt
Suchschlitzlerläuterung“

Ziele

Konsolidierung

Neuausrichtung

Konsequenzen

Ermittlung vorhandener Angebote

Ermittlung weiterer Angebotsbedarfe

zusätzliche Kompetenzen

Partner (Fakultäten, Studium & Lehre,
Zentrale Einrichtung für Sprachen und
Schlüsselqualifikationen (ZESS),
Internationales Schreibzentrum (ISZ))

Personalressourcen

Workshops – WorldCafé

Drei Termine à 30 bis 50 Personen, jeweils 180 Minuten

Fünf Regeln zur Ideenfindung

Kein „Geht nicht“ oder „Ja, aber“ 

Viele Ideen 

Auf Ideen anderer aufbauen 

Alles ist erlaubt 

Dokumentiere jede Idee 

Sechs Thementische mit sechs Gastgeberpaaren

Service(neu)entwicklung | User Experience

Servicequalität | User Experience und Usability

Technisches (Allgemein-)Wissen

Campus-Kooperation

Aufgabenkritik

Personalentwicklung | Methoden

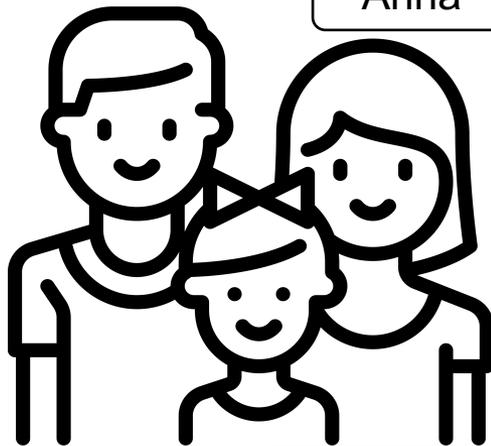
Kundenorientierung als Gesamtkonzept

Wie vollziehen wir den Perspektivwechsel? Wie können wir uns allen die “Kundenbrille” aufsetzen?

Die Kund*innen kennen

Peter

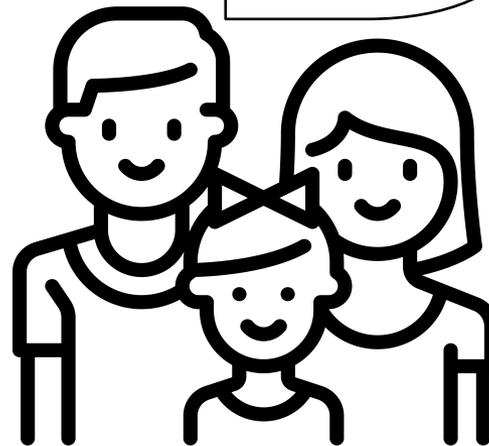
Anna



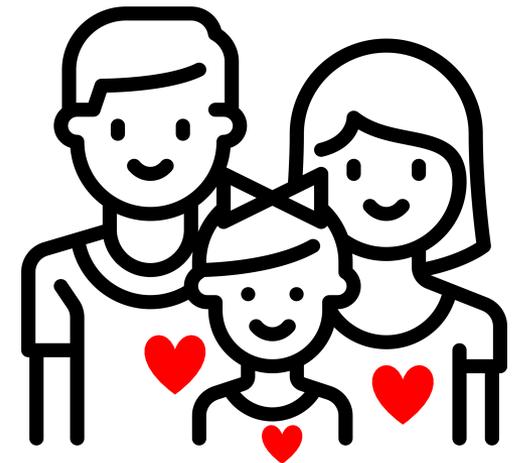
Lea

Wie die Kund*innen denken

Ich suche ...



Wie die Kund*innen fühlen



Ermittlung der Kundenwünsche und –bedarfe

Persona

Reduktion von Komplexität

Erzeugung von Empathie

Abgleich der eigenen Sicht mit der Kundenperspektive

Überprüfung der Services und Ideen anhand „realer“ Personen

Value Proposition Design

Ermittlung von Kundenjobs, Frustrationspunkten und Mehrwerten

Welche Services bieten wir an, welche Mehrwerte schaffen wir in Bezug auf die Jobs unserer Kunden, welche Frustrationen können wir lindern?

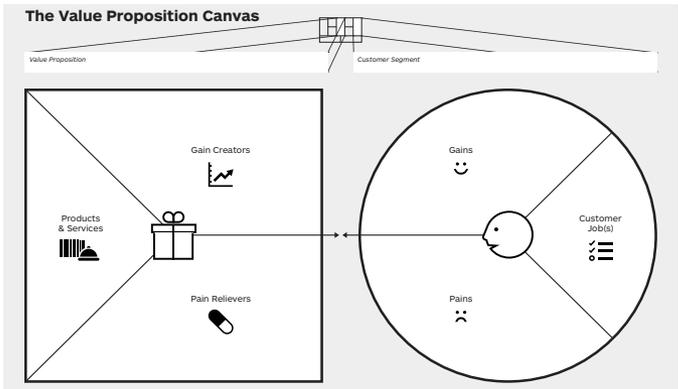


Persönliche Daten

Name	Anna
Alter	22 Jahre
Biografie	Lebt seit einem Jahr in Göttingen, wohnt in einer WG und hat einen Freund.
Nutzergruppe/Beruf	Studiert BWL im 5. Semester (Bachelor)
Fach + Fachwissen	Hat vor ihrer Zeit in Göttingen ein Auslandssemester in England absolviert, aktiv vor.

Persönlichkeit

Persönlichkeit/Verhalten	Anna ist ein fröhlicher Typ. aufgeschlossen und kommunikativ, ist auf Facebook aktiv.
Interessen/Hobbies	Das Smartphone ist ihr ständiger Begleiter, mit dem sie Nachrichten abrufen, geht ins Fitness-Studio und shoppen, trifft Freunde und geht abends mit dem Freund feiern. Um ihr Studium teilweise zu finanzieren, arbeitet sie zweimal



Strategische Maßnahmen

Verbesserung der Services

Einheitlicher Self-Service über alle Standorte

Entkoppelung von Service- und Öffnungszeiten

Ausbau, Evaluation und Weiterentwicklung der Services im Bereich Lernort mit Value Proposition Design

Usability und User Experience in bestehenden Services



Aufgabenkritik, Ressourcengewinnung, Verschlinkung von Abläufen

Rotation der Beschäftigten und Hospitationen

Inputs neuer Beschäftigte („warum machen wir das so und nicht anders?“)

Selbstreflektion und Beteiligung aller Beschäftigten in den verschiedenen Benutzungsbereichen

Ausbau der Kooperationen mit Partnern auf dem Campus

Personalentwicklung – Was bringen wir mit und was müssen wir uns noch aneignen?



Vorhanden

Serviceorientierung
Sichtbarkeit und Kundennähe
Kooperationen
Verantwortung für Raum und Infrastruktur
Technisches Know How
Vernetzung
Fachexpertise
Erfahrung
Kenntnisse der Abläufe
Engagement



Ausbauen

Serviceorientierung
Nutzergesteuerte Serviceentwicklung
Intuitive Nutzbarkeit unserer Services
Technisches Know How
Aufbau eines Allgemeinwissens zu digitalen Entwicklungen bezogen auf den Kontext Universität
Umgang mit vorhandener und zukünftiger digitaler und technischer Infrastruktur (Smartboards, Multitouch-Tische, 3D-Drucker)
Kooperationen (für zusätzliche Kompetenzen)
Aufgabenkritik (um Raum zu schaffen)

Personalentwicklung – Welche Ideen wurden gesammelt?

Inhaltlich

Auf strategische Ziele ausgerichtetes Fortbildungsprogramm

Ausbau technischer Kompetenzen durch gezielte Fortbildungsmaßnahmen

User Experience und Usability stärken

Methodisch

Ausprobieren am Arbeitsplatz, Selbststudium

Nutzerzugang, um Probleme selbst nachvollziehen zu können

Mitarbeiterpass – „Bonusheft“ für Fortbildungen

Mini-Schulungen, turnusmäßige Auffrischung => AddOns

Nutzung techn. Infrastruktur bei Besprechungen/Workshops (Multitouch-tische)

Games und Quiz

Coffee Lectures für Beschäftigte zu neuen Themen

Technik-Newsletter

Interviewtechnik für kontextuelle Kurzinterviews



Ziele

Mindsets verändern

Implementierung von User Experience und Usability durch eine*n User-Experience-Manager*in oder gezielte Begleitung einer externen UX-Beratung

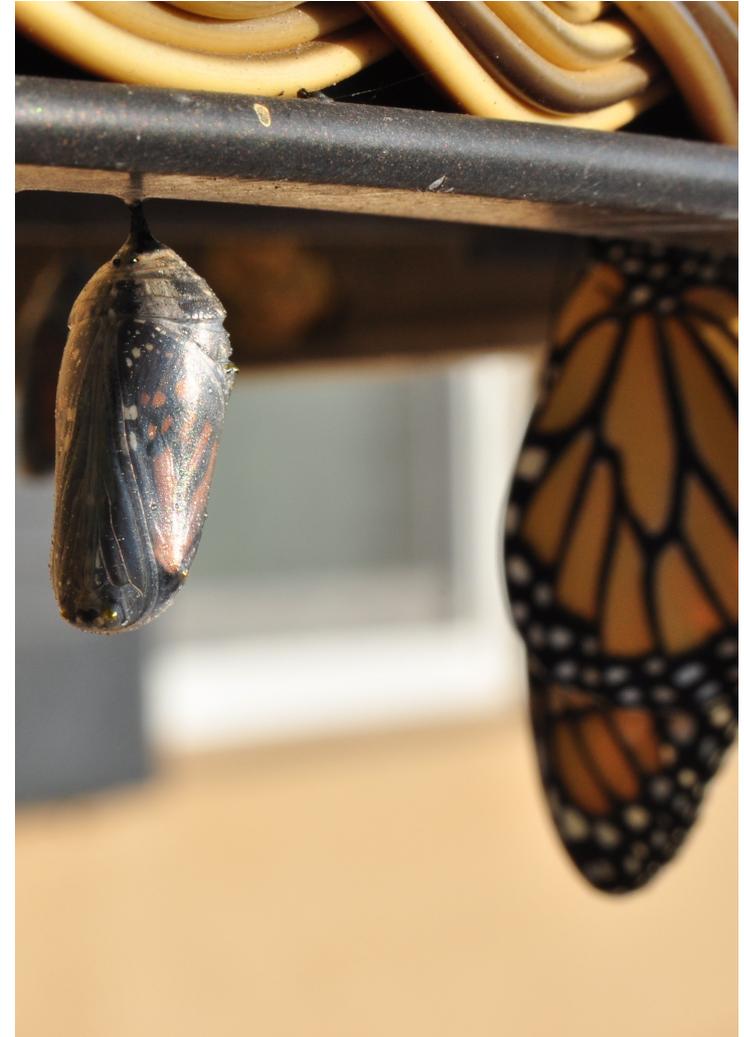
Organigramm-Struktur aufbrechen

Ausbau der abteilungsübergreifenden Serviceentwicklung in der Servicegruppe Lernorte

Hierarchien abflachen

Konzeptentwicklung für die Personalentwicklung in kleinen Teams

Projekte zur Umsetzung der erarbeiteten Verbesserungsideen und neuer Services unter Einbeziehung möglichst vieler Personen



Ziele

Gleichzeitigkeit von Agilität und Stabilität

agile kundenorientierte Serviceentwicklung
stabiler qualitativ hochwertiger Servicebetrieb
beides in allen Gruppen, Anteile an
Kompetenzen angepasst

Partizipation

der Beschäftigten an den
Veränderungsprozessen
der Nutzer*innen an der Serviceentwicklung

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Abbildungsnachweis

Piktogramme

Seite 5	Flaticon	Freepik people, house
Seite 6	Flaticon	Mavadee book Eucalyp research Freepik knowledge, lesson
Seite 7	Flaticon	Freepik cristal ball Those Icons light bulb
Seite 8	Flaticon	Freepik objects-transform- interface-symbol, go-back-button, climbing, car
Seite 9	Flaticon	Icongeek26 skyscrapers Freepik veterinary Iconnice cow smashicons star Lin Pham questions-circular-button
Seite 15	Flaticon Daniela Poth	smashicons like, paper-plane, edit Vielfalt auf Ideen aufbauen
Seite 16	Flaticon	Freepik family
Seite 18	Flaticon	Freepik analysis
Seite 19	Flaticon	Freepik recruitment
Seite 20	Flaticon	Freepik timer

Fotos

Seite 3	Fee-Saskia Fricke Hunt Library NSCU
Seite 4	Unsplash Jens Johnsson
Seite 17	Unsplash Bruce Mars
Seite 19	Unsplash Suzanne D. Williams

Grafiken

Seite 5/6	Daniela Poth
Seite 7	Daniela Poth
Seite 15	Daniela Poth nach Digital Innovation Playbook von Dark Horse Innovation
Seite 17	https://www.strategyzer.com Value Proposition Design