

Anna Mauersberger

# Gemeinsam Lärm machen!

Fragen, Beobachtungen, ein paar kleine Ideen und ein großer Vorschlag – damit Bibliotheken ihr Potenzial besser ausschöpfen

**Ich bin Anna Mauersberger. Ich arbeite als Beraterin in der Jugendbildung, als Trainerin in der Erwachsenenbildung und als Konzepterin im Online-Bereich. In diesem Artikel beschäftige ich mich vornehmlich mit der Frage, was Jugendliche im Internet so tun – und was Sie daraus über eine mögliche Bibliothek der Zukunft lernen können.**

Anfangen möchte ich allerdings bei mir: Ich habe Politik-Sprach- und Literaturwissenschaften studiert, bin 34 Jahre alt und lese circa 34 Bücher im Jahr. Einen Bibliotheksausweis habe ich seit 15 Jahren nicht besessen. Dies ist umso erstaunlicher, als ich sozusagen in Bibliotheken groß geworden

Fach, zumindest nicht von Ihrem Fach. Aus meiner Sicht liegt genau darin ein großes Potenzial, das wir viel zu selten ausschöpfen: Wenn Menschen zusammenkommen, die nicht vom selben Fach sind, und gemeinsam Fragen erörtern, statt sich Antworten an den Kopf zu werfen. Ich habe keine fertigen Antworten für Sie, dafür.

Ich möchte in diesem Artikel laut denken, Sie einladen, mitzudenken, zu widersprechen, Gegenvorschläge zu machen. Und wenn ich mich ab und an doch dazu verleiten lasse, Ihnen konkrete Handlungsempfehlungen zu geben, dann betrachten Sie dies bitte als leidenschaftliche Entgleisungen meines eigenen kategorischen Imperativs: Gute Arbeit beginnt immer bei uns selbst, davon bin ich überzeugt. Je mehr Wert wir selbst in unserem Tun erkennen, umso wertvoller wird unser Tun für andere, umso mehr können wir unser Potenzial entfalten.

Als ich von OCLC zum ersten Mal den Auftrag erhielt, über Teenager und Öffentliche Bibliotheken nachzudenken, lag die Antwort für mich schnell auf der Hand: Bibliotheken sind von gestern. Da gibt es nur Bücher. Da geht keiner mehr hin – und Jugendliche dann erst recht nicht. Ich begab mich in die nächstgelegene Bibliothek, die Amerika Gedenkbibliothek in Berlin – und fand heraus, dass ich völlig falsch lag: Um kurz vor zehn stehen rund 40 Menschen bereits Schlange, spätestens ab elf bin ich froh, dass ich so früh gekommen bin und ab zwölf beginne ich, meinen Platz mit Mauern aus Bücher abzugrenzen, damit sich nicht noch ein Mensch zu mir an den Tisch quetscht.

Nachmittags dann kommen die Jugendlichen – und es sind viele. Routiniert steigen sie hinab in ihre Jugendkatakomben, stecken ihre pubertierenden Nasen in Regale voller Games und Comics und fächern sich breit auf fetten Sitzsäcken auf. In mir steigt leichte Panik auf. Mein Titel soll lauten »Warum die Selfie-Generation nicht mehr in Bibliotheken geht – und was wir daraus lernen können«. Und da sitze ich nun, gemeinsam mit der »Selfie-Generation«, in einer vollen Bibliothek und nippe etwas ratlos an meinem frisch aufgeschäumten Chai Latte.

Ich frage mich, warum ich selbst eigentlich so lange keinen Fuß in eine Bibliothek gesetzt habe – und finde keine bessere Antwort als diese: Ich hatte Bibliotheken schlicht und



Immer up to date: Mehr als vier Stunden sind Jugendliche ab 14 Jahre im Durchschnitt täglich online. Foto: TINCON/Viktor Schanz

bin. Um genau zu sein in der Stadtbibliothek Bonn Bad Godesberg. Zwischen 10 und 14 hab ich dort so viel Zeit verbracht, dass meine Eltern sich regelrecht Sorgen um mein Sozialleben gemacht haben. Dann kam das Studium, die Uni-Bibliothek, »keine Zeit mehr« für Belletristik, Jungs, Partys. Irgendwann genug Geld, um mir Bücher einfach zu kaufen. Und das Internet, natürlich.

Ich habe keine Lust, diesen Artikel wie einen Fachartikel zu schreiben, weil dies kein Fachartikel ist. Ich bin nicht vom

ergreifend vergessen. Ich hielt sie für nicht mehr *notwendig* in meinem Leben. Und das, obwohl sie gerade für mich als Selbstständige enorme Vorteile bietet: Kostenloser Arbeitsplatz. WLAN. Fachartikel. Andere Menschen. Chai Latte.

Ich nehme den wahrscheinlich wichtigsten Punkt an dieser Stelle einfach mal vorweg: Ich bin davon überzeugt, dass Bibliotheken absolut notwendig sind, ja, mehr noch: eine goldene Zukunft haben. Mir scheint, dass Bibliotheken vielleicht noch nie so relevant waren wie jetzt, für Jugendliche wie für Erwachsene. Ich meine nicht vorrangig die vielen schönen Bücher und Zeitschriften und E-Books und Games. Ich meine vor allem das Potenzial der Bibliothek als politischen, sozialen und kulturellen Ort. Wir brauchen Bibliotheken. Ganz unbedingt. Allerdings müssen Sie als BibliothekarInnen sich dafür auf die Suche nach Ihrem eigenen Wert machen – und vor allem damit anfangen, diesen Wert auch zu zeigen, ihn nach außen zu kommunizieren, selbstbewusster damit umzugehen.

In der Kreativbranche, der ich mich lange mit Leib und Seele verschrieben hatte, nennt man einzigartige Merkmale, über die sonst kein anderer am Markt verfügt, USP's, Unique Selling Points. In meiner Wahrnehmung haben Öffentliche Bibliotheken tatsächlich enorm viele Unique Selling Points, von denen an dieser Stelle nur ein paar aufgezählt seien: Sie verfügen über mehr Medien als irgendwer sonst – und bei Weitem nicht nur über Bücher – sowie über Räumlichkeiten in ganz Deutschland. Hier kommen Menschen mit den

unterschiedlichsten Hintergründen freiwillig zusammen, um zu lernen. Hier werden Beziehungen aufgebaut und gepflegt, und zwar in *real time*.

Als Bibliothekare sitzen Sie an der Quelle: Der Wandel findet direkt vor Ihren Augen statt. Sie sprechen täglich mit den unterschiedlichsten Menschen. Sie sehen, wie sie sich verhalten, wie ihre Stimmung ist, ihr Look. Sie sind nicht – so wie die meisten von uns anderen Menschen – in einer »Filterblase« gefangen, in der sie sich nur mit den Dingen beschäftigen können, die ohnehin Ihrem Standpunkt entsprechen. Und jede/r, der einmal Zeit in Bibliotheken verbracht hat, erinnert sich gerne an sie zurück. Menschen mögen Bibliotheken. Sie wecken Erinnerungen, positive Assoziationen, Geschichten. Hier ist jede/r ernsthaft und herzlich willkommen – und Ihr Angebot ist weitestgehend kostenlos: Medien, WLAN, Rechner, Arbeitsplätze, Wärme, Gemütlichkeit, Stille. Viele dieser Qualitäten kenne ich so sonst nur aus Kirchengebäuden – wahrscheinlich nennt die von mir sehr verehrte Ursula K Le Guin Bibliotheken auch deswegen Sacred Spaces. Heilige Orte.

Natürlich erzähle ich Ihnen nichts Neues. Sie wissen das. Aber die Menschen da draußen, die wissen das nicht. Und diejenigen, die Ihnen den Geldhahn immer weiter zudrehen, die haben es wahrscheinlich auch vergessen. Erinnern Sie sie daran! Zeigen Sie nicht nur denjenigen, die sowieso zu Ihnen kommen, ihren Wert, sondern auch uns anderen. Arbeiten Sie an Ihrer Öffentlichkeitsarbeit, werden Sie online sichtbar.

## ANZEIGE



**paper save**

*Originalen eine Zukunft schenken!*

**PAPIERENTSÄUERUNG**

- Nachhaltige Papierentsäuerung
- Homogene und tiefenwirksame Behandlung
- Beibehaltung der Signaturreihenfolge
- ISO zertifiziertes Qualitäts- und Umweltmanagement
- Akkreditiertes Prüflabor
- Individuelle Beratung

[www.papersave.de](http://www.papersave.de)



Wer heute nicht sichtbar ist, der fliegt. Und in diesem Sinne können wir tatsächlich viel von Online-Jugendkulturen lernen. Im Folgenden ein paar Beobachtungen und Ideen:

97 Prozent aller Jugendlichen zwischen 14 und 17 in Deutschland nutzen Online-Dienste, so die SINUS-Studie von 2016. Die Nutzungsdauer steigt dabei kontinuierlich an: Je jünger die Nutzer, umso rasanter steigt die Kurve. Heute sind 14- bis 29-Jährige im Durchschnitt 4.05 Stunden pro Tag online.

Von der im Netz verbrachten Zeit fließen 41 Prozent in die Kommunikation mit Freunden, die hauptsächlich über Communities und Messenger stattfindet. WhatsApp liegt in der täglichen Nutzung mit 85 Prozent weit vorne, auf Platz zwei folgt mit 38 Prozent der Facebook Messenger. Was soziale Netzwerke betrifft, führt die Foto-Community Instagram hinter Facebook die Statistik an: 55 Prozent nutzen Instagram wöchentlich, 49 Prozent sind auf Snapchat. Falls Sie die App Snapchat nicht kennen: »Snaps« sind mit Text oder Emojis versehene Fotos oder kurze Videos, die nur für eine kurze Dauer sichtbar sind und dann für immer verschwinden. Jede/r Nutzer/in kann darüber entscheiden, ob ihre Snaps nur für Freunde einsehbar sind oder für die Öffentlichkeit. Am besten, Sie laden sich die App kurz auf Ihr Smartphone und probieren damit herum. Sie könnten zum Beispiel herausfinden, dass Ihnen eine Hundeschauze gut steht. Oder dass Sie in einem Prinzessinnen-Kostüm ganz hervorragend aussehen.

Interessant sind nun weniger die Zahlen als die Trends: In den vergangenen Jahren gewinnen gerade solche Angebote an



Da hilft alles nichts: Wer Jugendliche verstehen möchte, muss sich mit ihrer Lebenswirklichkeit befassen. Foto: TINCON/Viktor Schanz

Beliebtheit, in die Erwachsene nicht eingreifen können, die eben nicht öffentlich einsehbar sind, in denen Jugendliche unter sich sein dürfen. Es scheint einen hohen Bedarf an so genannten »closed gardens«, geschlossenen Gärten, zu geben, in denen Teenager ihre Ruhe haben, vor Eltern, Lehrern und anderen nervigen Pädagogen. Wo ihnen keiner sagt, was sie zu tun oder zu lassen haben.

Wenn ich nun an die Bibliothek denke, dann fällt mir zuallererst der physische Raum ein. Sie verfügen deutschlandweit über Räumlichkeiten – vielleicht ist es an der Zeit, diese anders zu nutzen beziehungsweise besser zu vermarkten? Wie wäre es beispielsweise mit Räumen, die exklusiv für junge Menschen sind? In denen auch nur junge Menschen arbeiten? Zu denen Menschen ab 23 Jahren etwa keinen Zutritt haben? Einen Raum, den Jugendliche selbst gestalten dürfen?

In meiner Erfahrung wächst Verantwortung mit Verantwortung. Wir nennen das im Mediensprech auch »Ownership«: Je mehr ich beteiligt werde, umso mehr nehme ich teil. Und umso mehr gebe ich darauf Acht, dass »mein« Projekt gut läuft. Ich habe im Frühjahr letzten Jahres die TINCON beraten, das erste große Festival für Digitale Jugendkultur in Deutschland. Dort haben wir es genauso gemacht: Erwachsene mussten mit einigen wenigen Ausnahmen draußen bleiben. Von den Jugendlichen gab es die volle Punktzahl dafür.

#### YouTube: Glotzen statt lesen

29 Prozent der im Netz verbrachten Zeit fließt in die Nutzung von Online-Medien. Die beliebteste Plattform unter Jugendlichen ist mit Abstand YouTube. 61 Prozent geben sie als liebstes Online-Angebot an. 94 Prozent nutzen YouTube selten, 81 Prozent schauen sich mindestens mehrmals pro



Gut vernetzt: Tablet, Smartphone und Kopfhörer gehören bei vielen jungen Menschen inzwischen zur Grundausstattung. Foto: TINCON/Gregor Fischer

Woche Video-Clips an, so die JIM Studie 2015. Was kann man auf YouTube sehen? Alles. Schüler bereiten mit YouTube Referate vor, Schlüsselkinder kochen mithilfe von YouTube nach Rezept, Mädchen lernen, wie man sich »ordentlich« schminkt, YouTube ersetzt den Mathe-Nachhilfe-Lehrer. Und natürlich ist Youtube vor allem Entertainment – in jeder Couleur, für jeden etwas dabei.

Ich lade Sie ein, jetzt eine Lesepause zu machen und stattdessen zu glotzen. Holen Sie Ihren Laptop oder gehen Sie an den nächsten Computer. Wenn Sie wirklich verstehen möchten, was YouTube Teenagern bedeutet, worüber sie lachen oder wie sie mit Inhalten im Netz interagieren, über Kommentare, Likes und Shares, dann reicht es nicht, diesen Artikel zu lesen. Dann müssen Sie genau das tun, was ich getan habe, als ich mich in eine Ihrer Bibliotheken setzte: Sie müssen *erspüren*, worum es eigentlich geht.

Der weltweit größte YouTube Kanal hat zu diesem Zeitpunkt 52 Millionen Abonnenten und wird vom Schweden PewDiePie betrieben. Das bedeutet, dass jedes Mal wenn der 28-Jährige ein Video auf seinem Kanal hochlädt, 52 Millionen Menschen darüber eine Benachrichtigung bekommen. 52 Millionen – das ist schwindelerregend viel! Auf seinem Kanal gibt es mehr oder weniger alles zu sehen: Let's Plays, wo wir ihn live zocken und kommentieren sehen, Vlogs (Video-Blogs), in denen er Schmanagerl aus seinem Leben erzählt, Montagen, Animationen, und so weiter. Egal wie: Es geht immer um ihn und seine Person.

In Deutschland rangieren folgende Kanäle derzeit in der Top 5 nach Abonnenten-Zahlen: »Bibis Beauty Palace«, ein Beauty-Kanal mit über 4 Millionen Abos, der Comedy Kanal »Ape Crime« mit über 3,5 Millionen Abos und der Kanal »Kurzgesagt« mit über 3,4 Millionen Abos – letztgenannter dürfte Ihnen wahrscheinlich am ehesten gefallen, geht es darin doch um schön aufgemachte, animierte Wissensvideos. Wenn Sie noch ein wenig weiter stöbern möchten, dann schauen Sie auch auf den Kanälen von Ytitty, Simon Desue, Dagi Bee, LeFloid oder den Lochis vorbei.

Man kann all diese Angebot finden wie man will – ich führe immer wieder mit entsetzten Erwachsenen Gespräche darüber, wie furchtbar niveaulos unsere armen Jugendlichen heutzutage doch aufwachsen –, ignorieren allerdings sollte man sie nicht. Denn tatsächlich können wir auch aus diesen Trends viel darüber lernen, wie Teenager ticken – und was sie sich von uns als Pädagogen, Bibliothekaren oder auch einfach Menschen wünschen.

### Mögen und mitmachen lassen

Es scheint logisch und gilt wahrscheinlich für uns gleichermaßen: Jugendliche lernen am liebsten von Menschen, die sie mögen. Warum auch sollten sie freiwillig an Orte gehen, an denen sie nicht verstanden und ernst genommen werden? Sie werden gerne gefragt. Sie fühlen sich geehrt, wenn ihre Meinung gehört wird, oft können sie es tatsächlich gar nicht fassen, dass sie überhaupt gefragt werden.

Das können wir alle von YouTuberInnen lernen: Je mehr wir Jugendliche tatsächlich mögen und uns um sie bemühen, umso

mehr werden sie uns »zurückmögen«. Offenheit, Respekt und Dialog sind grundsätzlich ein Muss in gut funktionierenden Beziehungen. Sie sind Bedingungen für erfolgreiches Lernen. Und sie sind der Maßstab, an dem wir unsere eigenen Angebote für Jugendliche messen sollten.

### Authentische Beziehungen aufbauen

YouTuber stehen mit ihren Fans zumindest scheinbar »in Beziehung«. Sie sind nah dran. Sie antworten auf Kommentare. Sie sind erreichbar. Man »kennt« sich vermeintlich persönlich. Es herrscht ein großes Bedürfnis nach genau diesen Qualitäten unter Jugendlichen – und ein Großteil davon deckt sich mit dem, was Sie bereits in Ihrer Arbeit tun: auf Fragen antworten. Input anbieten. MentorInnen sein.

Wie wäre es, wenn Sie diesen Aspekt gezielt stärken würden? Wenn Sie selbst nahbarer würden? Wenn ich am Empfang etwa über eine Tafel erfahren könnte, welche Lektüre die Bibliotheksleiterin empfiehlt, die Fachkraft oder auch der Student, der die Bücher ins Regal räumt? Wie wäre es, wenn die Kinder der BibliothekarInnen jeweils ihre Lieblings-Spiele ranken würden? Auf YouTube sind »Listen« lange Zeit ein Riesentrend gewesen: »10 Dinge, die Du tun musst bevor Du 18 wirst«, »10 Filme, die Du gesehen haben musst, wenn Du auf Romanzen

### ANZEIGE



**angewandte Systemtechnik GmbH**

### Lösungen für Bibliotheken und Archiv

- **aDIS/BMS – das integrierte Bibliothekssystem**
  - für Großstadt-, Universitäts-, Hochschul-, Behörden- und Parlamentsbibliotheken
  - als Cloud-fähiges Mandanten-, Verbund- oder Lokalsystem in Verbünden
- **aDIS/Wissen**
  - für die personalisierte Informationsbündelung
- **aDIS/Portal**
  - für Fremddatennutzung mit Catalogue enrichment
- **aDIS/Archiv**
  - für konventionelle und elektronische Sammlungen

**Neu in 2016:**

- Bezahlen von Gebühren im OPAC
- Regelkonforme Umsetzung von „Resource Description and Access“ (RDA)

**aS|tec GmbH**  
**Paul-Lincke-Ufer 7c**  
**10999 Berlin**

**Tel.: (030) 617 939-0**  
**info@astecb.astec.de**  
**www.astec.de**

stehst«. Nutzen Sie solche Formate doch für sich. So entsteht Kontakt und Gesprächsstoff.

### Storytelling: Persönliche, wertvolle Geschichten erzählen

Storytelling ist seit Jahren ein Buzzword in der Medienszene – und Sie haben so unendlich viele Geschichten zu erzählen: Erzählen Sie sie! Geflüchtete, die mit lautem Gelächter Deutsch lernen, ohne dass es irgendwen in der leisen Bibliothek stört. Den Obdachlosen, der sich gepflegt hält, um in Ruhe die »New York Times« lesen zu können. Verlegen flirtende Teenager, deren Füße sich unter dem Tisch berühren – die Geschichten sind da. Und sie fallen bei Ihrem potenziellen Publikum auf einen äußerst fruchtbaren Boden: Alle, die sich mal längere Zeit in Bibliotheken aufgehalten haben, bekommen glänzende Augen und einen verträumten Blick wenn sie daran zurückdenken.

Wenn Sie mich als neue Nutzerin gewinnen möchten, dann sollten Sie mir erzählen, was ich bei Ihnen erleben kann. Und erzählen Sie es mir so, dass ich es meinen Freunden weitererzählen will. Das ist bei der Produktion von Online-Inhalten immer das oberste Ziel. Keiner wird jemals »teilen«, dass die Bibliothek heute früher schließt. Wohl aber, dass ich bei Ihnen den besten Chai Latte der Stadt bekomme. Dass Sie mir umsonst einen super Co-Working-Space zur Verfügung stellen. Oder dass ich bei Ihnen verlegen unterm Tisch füßeln kann.

### Hilfe im Umgang mit Information anbieten – online und offline

In der außerschulischen Bildungslandschaft ist eines der aktuell brennendsten Themen die Frage, wie wir Teenager (und Erwachsene) davor schützen können, auf manipulierte

## Die Kontrolle entspannt abgeben

Eindrücke vom 12. Deutschen  
Bibliotheksleitertag in Frankfurt am Main

**Unter dem Motto »Von außen betrachtet – (Wie) passt die Bibliothek in die heutige Informationsgesellschaft?« hat im November des vergangenen Jahres der 12. Deutsche Bibliotheksleitertag – veranstaltet von OCLC – in der Nationalbibliothek Frankfurt am Main stattgefunden. Zum ersten Mal nicht terminlich der Frankfurter Buchmesse vorangestellt (die Meinungen, ob diese Entkoppelung hilfreich oder hinderlich ist, gehen weit auseinander) trafen sich über 150 KollegInnen weitgehend aus dem öffentlichen Bibliotheksbereich zu einem Austausch über uns, unsere KundInnen und die Gesellschaft, in der wir uns bewegen.**

Highlight war der Eröffnungsvortrag von Anna Mauersberger über die schwierig erreichbare Zielgruppe der Jugendlichen – der »Selfie-Generation« – und ihre Erwartungen an die Bibliothek (siehe nebenstehenden Artikel). Hier müssen wir, glaube ich, lernen, gelassener zu sein und akzeptieren, dass viele unserer Angebote einfach nicht immer für alle interessant sind und dass es am wichtigsten ist, Infrastruktur (hier vor allem gutes WLAN und unterschiedlichste Sitz-, Lounge- und Arbeitsmöbel) sowie Räume zur Verfügung zu stellen, die je nach Gusto flexibel und durch die Kunden selbst bespielt werden. Die Kontrolle entspannt abgeben – ein Bild was sich mit den Erfahrungen deckt, die mir

KollegInnen aus den nordeuropäischen Bibliotheken berichtet haben.<sup>1</sup>

Anbiedern hilft nicht – und das ist auch eine der Aussagen aus dem sehr kurzweiligen Vortrag von Martin Kramer, Mediathek Krefeld, über SocialMediaManagement und (virtuelles) Netzwerken gewesen. Mit Spaß, Engagement und Interesse langfristig in auch ungewöhnliche Partnerschaften gehen, dabei die Lust aufs Experimentieren nie verlieren und auch einfach mal Dinge ausprobieren, ist der Schlüssel zum Erfolg – das Team muss unterstützen, die Leitung fördern, und die kommunizierenden Aktiven können seltenst die Tastatur abends und am Wochenende völlig weglassen.

Es gäbe sicher noch viel über die Marketingmaßnahmen im Kontext von neuen Dienstleistungen und Vermittlung von Informationskompetenz zu berichten, die Oliver Renn für seine Institutsbibliothek Pharmazie an der ETH vorgestellt hat, auch die Ergebnisse aus OCLC-Nutzerstudien haben neue Einsichten gebracht und Bekanntes bestärkt, dies haben vor allem die bunten Diskussionen im Nachklapp zu den einzelnen Vorträgen gezeigt.

Hier bleibt lediglich der Appell an Sie: Schauen Sie doch das nächste Mal selbst vorbei – es lohnt sich – auch wenn sicher das Ganze etwas interaktiver hätte gestaltet werden können (was aber auch immer nur bei einem kleinen Teil auf Interesse stößt, viele hören ja gerne zu, vor allem bei so guten ReferentInnen) und es auch zu überlegen wäre, ob nicht statt einem ganzen Tag die Veranstaltung lediglich bis 15 Uhr gehen könnte.

*Prof. Dr. Tom Becker, TU Köln*

<sup>1</sup> Im Rahmen eines Forschungssemesters habe ich im Sommer fast 30 Öffentliche Großstadtbibliotheken in Finnland, Norwegen, Schweden und Dänemark besucht und Interviews mit KollegInnen aus dem leitenden Management geführt – Partizipation nicht nur im Kontext von Design Thinking ist eines der großen Stichworte.



Informationen im Netz hereinzufallen, was wir gegen Hassreden in Online-Kommentaren tun können, wie wir Fremdenfeindlichkeit und Sexismus beikommen. Das Bundesministerium für Familie und Jugend, die Bundeszentrale für politische Bildung, die Robert Bosch Stiftung – in »meiner« Szene beschäftigt sich so ziemlich jeder mit diesen Themen. Wieso sitzen Bibliotheken nicht mit am Tisch, wenn diese Themen verhandelt werden? Wer sind denn die Spezialisten für Information und Wissen, wenn nicht Sie?

### Zurück in die Zukunft – als Haus des Wissens

Und damit komme ich zum wahrscheinlich schmerzhaftesten Punkt: Sie werden wahrscheinlich nicht (mehr) als solche wahrgenommen. Wie so oft, ist Ihre größte Qualität Fluch und Segen zugleich: Menschen mögen Bibliotheken, weil sie sie mit schönen Momenten aus der Vergangenheit verbinden – ein Segen! Gleichzeitig stehen sie damit für Vergangenes, nicht für Zukünftiges. Und wer investiert schon gerne in die Vergangenheit?

Bereits Ihr Name verspricht vor allem eins: Bücher. Bibliothek setzt sich zusammen aus »Biblion« für Buch und »Theke« für Speicher. Gepaart mit einer fast unsichtbaren Öffentlichkeitsarbeit führt das dazu, dass Sie nicht als die gesehen werden, die Sie eigentlich sind. Und vielleicht ist selbst für Sie Ihr Name zu eng geworden – Sie sind doch längst deutlich mehr als ein Bücherspeicher, oder etwa nicht? Ihre Stärke lag bislang im Bewahren von Dingen, in der Konstanz, in der Stille. Jetzt allerdings brauchen Sie das Gegenteil: Einen nach außen kommunizierten Wandel. Gemeinsamen Lärm.

Ich möchte daher einen Vorschlag unterstützen, den ich letztes Jahr auf der OCLC-Konferenz in Madrid von Evan Carmichael gehört habe und der garantiert für viel Lärm sorgen kann. Nötigen Lärm. Guten Lärm. Schon damals dachte ich YES! – und wiederhole ihn nun umso lieber mit Nachdruck: Benennen Sie sich alle gemeinsam um. Nennen Sie sich zum Beispiel Häuser des Wissens. Houses of knowledge. Das klingt groß. Umfangreich. Da will ich hin. Das zeigt in die Zukunft. Das erfindet sich selbst immer wieder neu. Weil sich auch Wissen ständig erweitert. Wissen ist so viel mehr als Bücher. Da gehen plötzlich neue Möglichkeiten für Sie auf. Und zwar solche, die Teenager wie Erwachsene wirklich akut brauchen, weil Politik und Bildungssystem dieses Wissen gerade schlicht nicht vermitteln.

Ich sehe derzeit in vielen Bereichen dringenden Handlungsbedarf, in der Jugendbildung sowie in der Erwachsenenbildung. Wir brauchen Unterstützung in der Erweiterung unserer digitalen Kompetenzen. Wir brauchen Räumlichkeiten für das Erlernen technischer Kompetenzen (Coding/Videoproduktion/et cetera). Wir brauchen Orte, an denen junge und alte Menschen mit neuen Technologien herumexperimentieren können. Wir haben großen Bedarf in der Erweiterung unserer emotionalen Kompetenzen: Empathie- und Akzeptanztrainings, Resilienztrainings, Burn-Out-Prävention – diese Themen brennen.

**Anna Mauersberger** ist Spezialistin für das Lern- und Konsumverhalten der »Digital Natives«, junger Menschen, die kein Leben vor dem Internet kennen. Sie arbeitet als Beraterin, Konzepterin und Coach an der Schnittstelle von Offline- und Online-Bildung. Die studierte Sprach- und Politikwissenschaftlerin berät und begleitet mit Vorliebe Organisationen, die sich im Kulturwandel befinden. Ihre Überzeugung in einem Satz: »Das Internet zwingt uns umzudenken – und genau darin liegt die Chance.« Als Leiterin des Pionierprojekts »DU HAST DIE MACHT« wurde sie unter anderem mit dem Civi Online Medienpreis ausgezeichnet. Zuletzt hat sie die »re:publica«-Gründer für die Programmgestaltung des Festivals für digitale Jugendkultur TINCON und die Robert Bosch Stiftung im Bereich »Emotionale Jugendbildung« beraten.



Und auch beziehungsweise gerade weil wir als Bildner nicht besonders gut wissen, wie wir mit ihnen umgehen sollen, müssen wir uns damit auseinandersetzen. Wir haben Bedarf im Bereich Berufsberatung. Wir brauchen »neutrale« Orte, in denen unterschiedliche Menschen sich begegnen können, um voneinander zu lernen. Und so weiter. Wenn die Bibliothek ihre Rolle und Aufgabe in der digitalen Welt weiterentwickeln möchte, dann liegen die Themen quasi auf der Straße.

### Koordinierte Innovationspolitik

Was Sie jetzt brauchen, ist eine koordinierte Innovations- und Entwicklungspolitik, klare, gemeinsame Entscheidungen und eine sehr gute Öffentlichkeitsarbeit. Das Gute ist ja: Die Öffentlichkeit steht hinter Ihnen. Und die junge Öffentlichkeit würde Sie gerne entdecken, zumindest wenn man Ihren digitalen Vorlieben Glauben schenken darf.

Machen Sie Ihren Kampf öffentlich und nehmen Sie Ihre Nutzer dabei mit. Schließen Sie sich als der Tribe zusammen, der Sie sind – denn das gehört auch zu Ihren USP's: Sie sind viele. Sie können Unterschiede machen. Sie können Orte der Innovation und Integration sein – Sie sind es in großen Teilen bereits. Sie dürfen ruhig selbstbewusster auftreten. Vielleicht liegt der schwierigste Teil in Ihnen selbst: Sie müssen es wollen. Gemeinsam.

Ich möchte mit einem Zitat von Ursula K Le Guin enden: »Knowledge sets us free, art sets us free. A great library is freedom. And that freedom must not be compromised. It must be available to all who need it, and that's everyone, when they need it, and that's always.«

Knowledge. Das ist heute weit mehr als Bücher. Sie sind heute weit mehr als Bücher. Erzählen Sie uns davon.