

Kampf um die klügsten Köpfe

»Die Wirtschaft boomt. Der Kampf um die klügsten Köpfe ist voll entbrannt. Bibliotheken haben dabei nicht die besten Karten, Bezahlung und Prestige sind vergleichsweise gering.« Das Zitat beschreibt exakt die aktuelle Arbeitsmarktsituation in Deutschland, stammt aber aus der BuB-Oktoberausgabe 2007 und ist damit mehr als zehn Jahre alt. Damals berichtete BuB über eine Studie des australischen Bibliotheksverbands, der klären wollte, wie man auch künftig junge Menschen für den Beruf des Bibliothekars begeistern kann. Mit etwas Weitsicht hätte man erkennen müssen, dass diese bedrohliche Entwicklung auch auf deutsche Bibliotheken zurollt. Passiert ist freilich wenig.



Immerhin ist der Leidensdruck – Probleme bei Stellenbesetzungen sowie fehlende Bewerber für die bibliothekarischen Studien- und Ausbildungsgänge – inzwischen so groß, dass der Personalmangel im Bibliothekswesen als zentrales Problem wahrgenommen und die Frage der KollegInnen aus Down Under mit Verspätung auch hierzulande gestellt wird. Eine schnelle, wegweisende Antwort hat die Arbeitsgemeinschaft Personalgewinnung des Dachverbands BID gefunden. Mitinitiatorin Barbara Schleihagen nennt im aktuellen BuB-Themenschwerpunkt ab Seite 470 ein ganzes Bündel an geplanten Maßnahmen zur erfolgreichen Nachwuchsgewinnung: »ein modernes Image der Bibliothek und ein zeitgemäßes Berufsbild vermitteln, Fotos und Textmuster für Werbematerialien für Bibliotheken bereitstellen, die Eingruppierung verbessern, Studieninhalte erneuern, sich für Quereinsteiger und Studienabbrecher öffnen und das Freiwillige Soziale Jahr Kultur als wichtigen Einstieg in die Bibliothek nutzen«.

Die einzelnen Punkte dieser Kampagne lassen erkennen, dass neben den bibliothekarischen Verbänden mindestens genauso stark die Bibliothekare selbst in der Pflicht stehen. Denn die Erfahrung zeigt: Potenzielle Bewerber leiten ihre Vorstellung vom Arbeitsplatz Bibliothek vorwiegend aus eigenen Bibliotheksbesuchen ab. Das heißt, das Image der Bibliotheken entsteht vor Ort. Deshalb ist es so wichtig, nach außen ein positives Bild zu vermitteln – selbst wenn nicht alles optimal läuft. Wer nur klagt und betont, wie schlecht es ihm geht, dem traut man nichts zu, der verbreitet die kontraproduktive Botschaft vom abgehängten Ort. Und wer möchte da schon arbeiten?

Bernd Schleh, Leitender Redakteur